



**T.C.**  
**EGE ÜNİVERSİTESİ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**OKUL ÖNCESİ DÖNEMDEKİ ÇOCUKLARA YÖNELİK  
SANAL OYUNLARDA BEDEN ALGISININ ÜRETİMİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Nur Ceren DEMİRCİ KILIÇ**

**Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı**

**İZMİR**

**2022**

**T.C.**  
**E G E Ü N İ V E R S İ T E S İ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**OKUL ÖNCESİ DÖNEMDEKİ ÇOCUKLARA YÖNELİK  
SANAL OYUNLARDA BEDEN ALGISININ ÜRETİMİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Nur Ceren DEMİRCİ KILIÇ**

**Tez Danışmanı: Dr.Öğr.Üyesi Seda SÜNBÜL OLGUNDENİZ**

**Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı  
Kadın Çalışmaları Yüksek Lisans Programı**

## ETİK KURALLARA UYGUNLUK BEYANI

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne sunduğum “Okul Öncesi Dönemdeki Çocuklara Yönelik Sanal Oyunlarda Beden Algısının Üretimi” adlı yüksek lisans tezinin tarafımdan bilimsel, ahlak ve normlara uygun bir şekilde hazırlandığını, tezimde yararlandığım kaynakları bibliyografyada ve dipnotlarda gösterdiğimi onurumla doğrularım.

Nur Ceren DEMİRCİ KILIÇ

## ÖNSÖZ

Çocukluk çalışmalarının hız kazandığı 21. yüzyılda, çocuğun toplumsal konumunun yeniden irdelendiği görülmektedir. Yeni dönemle birlikte çocuğun toplumsal yaşama olan katkısı ve toplumsal gündelik hayatın, ebeveyn deneyimlerinin, eğitim süreçlerinin ve akran etkisinin çocuğa etkisi tartışılmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijitalleşen dünya ve doğduğundan beri bu dünyanın içinde yer alan çocuk arasındaki etkileşim de yadsınamayacak düzeye gelmiştir.

Çocuk, yeni medya aracılığıyla pek çok deneyimi bir arada yaşayabilmektedir. Bu deneyimleme toplumsal gündelik hayatta yer alan pratiklerin çocukta yinelenmesini, yeniden üretilmesini sağlamaktadır. Bu pratiklerden birisi de toplumsal cinsiyet normları ve beden algısına yönelik üretimlerdir. Özellikle dijital oyunların hem çocukların hem de yetişkinlerin hayatındaki yeri göz önüne alındığında bu oyunlar aracılığıyla da toplumsal yaşam pratiklerinin yinelenmesini söylemek mümkündür.

Bu tez çalışması bu bağlamları ele alarak toplumsal cinsiyet normlarını dijital oyunlar üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle cinsiyet algısının oluşmaya başladığı erken çocukluk dönemlerini ele almayı hedeflemektedir. Ayrıca bu tez çalışması ile çocukluk çalışmalarına ve çocuk sosyolojisine katkı sağlamak, araştırmacının bireysel çocuk çalışmaları alanındaki uzmanlığını arttırmak amaçlanmaktadır.

İzmir

Mayıs 2022

Nur Ceren Demirci Kılıç

## ÖZET

15.yüzyılda modernizm ile birlikte çocuğun sosyal ve kültürel olarak yetişkinden ayrılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda çocukluk sosyal bilimlerde çalışma konusu olarak yer almaya başlamıştır. Sosyal bilimlerde çocukluk çalışmaları, değişen çocuğa bakış açısını net bir şekilde anlamak için çocuğun konumunu toplumsal değişim süreçleri ve yeni yapılar çerçevesinde ilişkilendirerek bir anlayış oluşturmak amacıyla yürütölmektedir.

Albert Bandura, çocukların toplumsal gündelik hayatı öğrenme ve bu sürece dahil olmasını Sosyal Öğrenme Kuramı ile açıklamaktadır. Doğumdan ölüme kadar gerçekleşen toplumsallaşma sürecinde çocuğun izleyerek ve deneyimleyerek toplumsal normları ve kalıpları öğrendiğini ifade etmektedir. Bu süreçteki deneyimleme unsurlarından biri de oyun olarak tanımlanmaktadır. Teknolojinin gelişimine paralel olarak çocukların tablet, bilgisayar ve cep telefonu gibi araçlara ulaşımı ile birlikte oyun, bu teknolojik araçlarla gerçekleşen bir konuma yerleşmiştir. Çocukların teknolojik araçlarla oyun oynadıkları bilinmektedir. Marc Prensky, teknoloji çağında büyüyen nesli dijital yerliler olarak ifade etmektedir.

Jean Piaget ve Sigmund Freud'un dikkat çektiği 2-7 yaş aralığı, bu pratiklerin temellerinin atıldığı dönem olarak ifade edilmektedir. Toplumsal cinsiyet, toplumsal normlara göre cinsiyete yüklenmiş olan roller, ilişki biçimleri ve beden görünömlerini kapsamaktadır. Toplumsal cinsiyet normları, kültürel kodlar aracılığıyla aktarılmaktadır. Bu normlar kadın ve erkeklerin nasıl davranacağı, hangi işte çalışacağı, nasıl görüneceği gibi toplumsal ilişkilerini, kamusal ilişkilerini ve birey olma özelliklerini etkilemektedir. Kadınlara yüklenen kırılğan karakter özellikleri, özel alanın içinde yaşam faaliyetlerini sürdürmeleri, bakım emeğinden sorumlu tutulmaları ve idealleştirilmiş beden görünömleri gibi normlar toplumsal cinsiyet temelli olarak oluşmaktadır. Bu bağlamda erkeklere yüklenen karakter özellikleri, yaşamsal olarak kamusal alanda konumlandırılmaları ve beden görünömleri de aynı kurgunun sonuçları olarak ifade edilebilmektedir.

Çocuk, karşılaştığı cinsiyet pratiklerini oyun aracılığıyla deneyimleme ve taklit etme fırsatı bulmaktadır. Dijital ortamların gelişimiyle birlikte bireyler geleneksel

oyunlardan dijital oyunlara çekilmiştir. Özellikle mobil cihaz kullanımı ve mobil cihazlara uygun oyunların yaygınlaşmasıyla bu oyunlar boş zaman etkinliği olarak yer edinmiştir. Dijital yerli olan çocukların da dijital oyunlar ile boş zamanlarını geçirmeleri, sosyal öğrenme kuramı bağlamında çocuğun izleme ve deneyimleme sürecinde önemli yer kaplamaktadır.

Bu çalışma çocuğu birey olarak kabul ederek, çocuğa yönelik oluşturulmuş içeriklerin toplumsal cinsiyet normlarını ve idealleştirilmiş bedene yönelik algıları nasıl işlediğini irdelemeyi amaçlamaktadır. Çocuk, postmodern dönemde aktör rolde yer almaktadır. Çocukları toplumsal cinsiyet ilişkilerinden bağımsız düşünmemek ve çocukların bu ilişkilerdeki konumlarını irdelemek toplumsal cinsiyet ve çocukluk çalışmaları açısından önemli bir noktada yer almaktadır. Çocuğun birey olarak kabul edilmesi ve bu doğrultuda ele alınması bir anlamda toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin temelini inilmesini sağlamaktadır.

Tez çalışması dijital yerli olarak adlandırılan çocukların özellikle cinsiyet ve beden ile ilgili algılarının oluştuğu düşünülen 2-7 yaş aralığındaki 4-7 yaş grubu çocukların dijital oyunlarda karşılaştıkları toplumsal cinsiyete algısına yönelik kodları analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda dijital oyunlar kategorize edilmiş ve mevcut araştırmalar dikkate alınarak belirtilen hedef kitleye uygun yaş aralığını kapsayan ve mobil cihazlarla oynanabilen oyunlar araştırma kapsamına alınmıştır. Uygulama mağazalarında yer alan ilk 100 oyun içinden +4 yaş oyunlar belirlenerek oyunların içeriklerine niteliksel içerik analiz yöntemi uygulanmıştır. Araştırmada dijital oyunlar aracılığıyla okul öncesi çocukların toplumsal cinsiyet ve beden algısı üzerindeki üretiminin nasıl kodlandığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Tez çalışması elde edilen bulgular aracılığıyla çocukluk çalışmalarına ve toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik çalışmalara katkı sunmayı hedeflenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** çocuk, çocukluk, toplumsal cinsiyet, idealleştirilmiş beden, oyun, dijital oyun, toplumsallaşma, sosyal öğrenme kuramı

## **ABSTRACT**

In the United Nations Convention on the Rights of the Child, adopted in 1989, every person under the age of 18 is considered as a child. In the 15th century, with modernism, a need has emerged to separate childhood from adulthood socially and culturally. In this context, childhood has started to take place as a subject of study in social studies. Childhood studies in social studies are carried out to create an understanding by associating the child's position within the framework of social change processes and new structures in order to clearly understand the perspective towards the changing child.

Albert Bandura explains children's learning and involvement in social daily life with Social Learning Theory. It states that during the socialization process that takes place from birth to death, the child learns social norms and patterns by watching and experiencing. One of the elements of experience in this process is defined as play. With the development of technology, children's access to tools such as tablets, computers and mobile phones, playing has moved to a position that takes place with these technological tools. Marc Prensky refers to the generation growing up in the age of technology as digital natives.

The age range of 2-7, which Jean Piaget and Sigmund Freud drew attention to, is expressed as the period when the foundations of these practices were laid. Gender includes roles, relationship styles and body appearances attributed to gender according to social norms. Gender norms are transmitted through cultural codes. These norms affect social relations, public relations and individual characteristics such as how women and men will behave, what job they will work in, how they will appear. Norms imposed on women, such as fragile character traits, maintaining their life activities in the private sphere, being held responsible for care work, and idealized body appearances, are based on gender. In this context, the character traits attributed to men, their vital positioning in the public sphere and their body appearances can also be expressed as the results of the same fiction.

The child has the opportunity to experience and imitate the gender practices he encounters through play. With the development of digital environments, individuals

have been moved from traditional games to digital games. Especially with the use of mobile devices and the increase in the number of mobile games, these games have taken their place as leisure activities. The fact that digital native children spend their free time with digital games takes an important place in the child's watching and experiencing process in the context of social learning theory.

This thesis study aims to examine how the content created for the child, by accepting the child as an individual, processes gender norms and perceptions of the idealized body. The child takes place as an actor in the postmodern era. Not considering children as independent from gender relations and examining children's positions in these relations is an important point in terms of gender and childhood studies. Accepting the child as an individual and handling it in this direction ensures that the basis of gender inequality is reached.

This study aims to analyze the codes that children in the age group of 4-7 are exposed to, among the 2-7 age range, which is thought to form especially the perceptions of gender and body of children, who are called digital natives. By categorizing digital games and taking into account the existing researches, games suitable for the target audience and which can be played with mobile devices are included in the scope of the research. Among the top 100 games in the application stores, the games aged +4 were filtered and content analyzes were made, especially with the qualitative analysis method used in social studies, the effect of the reproduction of the digital world on the gender and body perception of preschool children was measured.

Through the findings, it is aimed to contribute to childhood studies and gender equality.

**Keywords:** Child, Childhood, Gender, Idealized Body, Play, Game, Video Game, Mobile Games, Socialisation, Social Learning Theory



## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	vi
GRAFİK LİSTESİ.....	ix
TABLolar LİSTESİ.....	x
GÖRSELLER LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

### I. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

1. Araştırmanın Amacı.....	5
2. Araştırmanın Konusu ve Sorunsalı.....	8
3. Araştırmanın Önemi.....	13
4. Araştırmanın Yöntemi.....	14
4.1.Araştırmanın Sınırlılıkları.....	17
4.2.Araştırmanın Evreni ve Örneklem Grubu .....	17

### II. BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.Toplumsal Cinsiyet Kavramı.....	19
2.Toplumsal Cinsiyet Roller ve Cinsiyete Yönelik İş Bölümü.....	21
3.İdeal Bedenin Yeniden İnşası.....	25
4.Oyun Kavramına Bakış.....	33
4.1Oyun Kavramının Tanımlanması.....	34
4.2Oyun Kavramının Tarihsel Gelişimi.....	37
5.Dijital Oyun Kavramına Bakış.....	41
5.1 Dijital Oyun Kavramının Tanımlanması.....	42
5.2 Dijital Oyun Türleri.....	49
5.3 Türkiye’de Dijital Oyunlara Genel Bakış.....	55
6. Çocukların Dijital Oyun Oynama Alışkanlıkları.....	59
7. Çocuklara Yönelik Mobil Oyunların Genel Yapısı.....	65
8. Dijital Oyunlarda Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Temsili ve Beden İnşası.....	66

### III. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN ANALİZİ

1. Araştırma Kapsamında Örneklem Grubuna Dahil Edilen Mobil Oyunlar.....	76
2. Araştırma Kapsamına Dahil Edilen Oyunların Biçimsel ve İçeriksel Analizi.....	80
2.1. App Store İndirme Mağazasında Yer Alan Oyunlar	
2.1.1 Oyun 1: Hair Challenge.....	80
2.1.2. Oyun 2: Project Makeover.....	84
2.1.3. Oyun 3: Kafa Topu 2.....	88
2.1.4. Oyun 4: Car Parking 3D Multiplayer .....	89
2.1.5. Oyun 5: High Heels.....	91
2.2 Play Store İndirme Mağazasında Yer Alan Oyunlar	
2.2.1. Oyun 1: Bebek Bakımı; Bebek Oyunları.....	93
2.2.2. Oyun 2: Pepi Hospital: Learn and Care.....	95
2.2.3. Oyun 3: Chibi Bebek: Avatarınızı Yapın.....	96
2.2.4.Oyun 4: Prenses Oyunu Boyama.....	97
2.2.5.Oyun 5: Hello Kitty Nail Salon.....	99
3. Mobil Oyunlar Aracılığıyla Toplumsal Cinsiyet Rollerini ve Beden Algısının Üretimi.....	100
3.1. App Store İndirme Mağazasında Yer Alan Oyunlar	
3.1.1 Oyun 1: Hair Challenge.....	101
3.1.2. Oyun 2: Project Makeover.....	104
3.1.3. Oyun 3: Kafa Topu 2.....	107
3.1.4. Oyun 4: Car Parking 3D Multiplayer .....	109
3.1.5. Oyun 5: High Heels.....	110
3.2 Play Store İndirme Mağazasında Yer Alan Oyunlar	
3.2.1. Oyun 1: Bebek Bakımı; Bebek Oyunları.....	115
3.2.2. Oyun 2: Pepi Hospital: Learn and Care.....	113
3.2.3. Oyun 3: Chibi Bebek: Avatarınızı Yapın.....	114
3.2.4. Oyun 4: Prenses Oyunu Boyama.....	116
3.2.5.Oyun 5: Hello Kitty Nail Salon.....	118
SONUÇ.....	119

KAYNAKÇA.....	128
TEŞEKKÜR.....	134
ÖZGEÇMİŞ.....	135



## GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1, Kırmusaoğlu Lara, Okul Öncesi Çocuklarının Dijital Oyunlar ile Dış Mekan Oyunları Arasındaki Tercihleri: Öğretmenlerin Gözlemlerine Yönelik Bir Alan Çalışması, Y.L. Bitirme Tezi, 2020, İstanbul, s. 68.....	61
Grafik 2, Oyun Oynama Oranları - Talan Tarık, Kalıncara Yusuf, Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Eğilimlerinin ve Bilgisayar Oyun Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Malatya İli Örneği, Journal of Instructional Technologies &Teacher Education, Vol 9No1 (2020),1-13, s.4.....	63
Grafik 3, Oyunlara Ücret Ödeme Oranları - Talan Tarık, Kalıncara Yusuf, Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Eğilimlerinin ve Bilgisayar Oyun Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Malatya İli Örneği, Journal of Instructional Technologies &Teacher Education, Vol 9No1 (2020),1-13, s.6.....	63
Grafik 4: Araştırma kapsamına alınan oyunlarda görsel kod kullanımı.....	122
Grafik 5: Araştırma kapsamına alınan oyunlarda işitsel kod kullanımı.....	123
Grafik 6: Araştırma kapsamına alınan oyunlarda cinsiyet rollerinin üretim durumu.....	124
Grafik 7: Araştırma kapsamına alınan oyunlarda beden inşası.....	124

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1, Kaynak; Yengin Deniz, Dijital Oyunlarda Şiddet, Beta Yayınları, 2012, İstanbul,113.....	46
Tablo 2, Kaynak; Yengin Deniz, Dijital Oyunlarda Şiddet, Beta Yayınları, 2012, İstanbul,s.115.....	54
Tablo 3, TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2004-2020 (2015-2020 yılları arası verileri alıntılanmıştır).....	58
Tablo 4: Oyunların Play Store Uygulama İndirme Platformundaki Konumu.....	77
Tablo 5: Oyunların App Store Uygulama İndirme Platformundaki Konumu.....	79

## GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1, ABD, Ohio'da yaşayan Nannette Hammond'ın eski görüntüsü (solda), yeni görüntüsü ise oldukça farklı (sağda). (Hürriyet-Kelebek 2016).....	29
Görsel 2, 7 bin 500 yıllık oyuncak araba, haberler.com web adresinden alıntıdır.....	38
Görsel 3, Pieter Bruegel'in 'Çocukların Oyunları' isimli tablosu.....	39
Görsel 4, Sütçü C., Akyazı E., Dilmen N. E., Real and Virtual Identities Considered, 4th International Symposium of Interactive Media Design, 2006, s. 150.....	45
Görsel 5, Juul, Jesper, A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players. Cambridge: The MIT Press, 2010, s.106.....	47
Görsel 6, Juul, Jesper, A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players. Cambridge: The MIT Press, 2010, s.106.....	48
Görsel 7, Juul, Jesper, A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players. Cambridge: The MIT Press, 2010, s.107.....	48
Görsel 8, Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2020, s. 29.....	59
Görsel 9, Aral Neriman, Doğan Keskin Ayten, Ebeveyn Bakış Açısıyla 0-6 Yaş Döneminde Teknolojik Alet Kullanımının İncelenmesi, Addicta: The Turkish Journal on Addictions, Cilt 5, Sayı 2, 2018, s. 325.....	64
Görsel 10, Aral Neriman, Doğan Keskin Ayten, Ebeveyn Bakış Açısıyla 0-6 Yaş Döneminde Teknolojik Alet Kullanımının İncelenmesi, Addicta: The Turkish Journal on Addictions, Cilt 5, Sayı 2, 2018, s. 328.....	65
Görsel 11: play store uygulama indirme sayfasından alıntıdır.....	66
Görsel 12: <a href="https://www.savebutonu.com/dovus-oyunlarinin-en-iyi-kadin-karakterleri-7082">https://www.savebutonu.com/dovus-oyunlarinin-en-iyi-kadin-karakterleri-7082</a> alıntıdır.....	68
Görsel 13: <a href="http://www.tiergaming.net">www.tiergaming.net</a> alıntıdır.....	69
Görsel 14: <a href="https://segaretro.org/Ms._Pac-Man">https://segaretro.org/Ms._Pac-Man</a> .....	70
Görsel 15: <a href="https://tr.pinterest.com/pin/761108405747947423/">https://tr.pinterest.com/pin/761108405747947423/</a> alıntıdır.....	70
Görsel 16: Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2020, s. 19.....	72
Görsel 17: <a href="http://www.yuppo.net">www.yuppo.net</a> alıntıdır.....	73
Görsel 18: <a href="http://www.yuppo.net">www.yuppo.net</a> alıntıdır.....	74

Görsel 19: Barbie Dreamhouse Adventures oyunundan alıntıdır.....	74
Görsel 20: Project Makeover oyun fragmanından alıntıdır.....	74
Görsel 21: Play Store Uygulama İndirme Platformundaki Oyun Tanıtım Ekranları.....	78
Görsel 22: App Store Uygulama İndirme Platformundaki Oyun Tanıtım Ekranları.....	80
Görsel 23: Hair Challenge Oyun Görselleri 1.....	81
Görsel 24: Hair Challenge Oyun Görselleri 2.....	84
Görsel 25: Project Makeover Oyun Görselleri 1 .....	85
Görsel 26: Project Makeover Oyun Görselleri 2.....	86
Görsel 27: Project Makeover Oyun Görselleri 3.....	87
Görsel 28: Kafa Topu 2 Oyun Görselleri 1.....	89
Görsel 29: Car Parking 3D Multiplayer Oyun Görselleri 1.....	90
Görsel 30: High Heels Oyun Görselleri 1.....	92
Görsel 31: Bebek Bakımı; Bebek Oyunları Oyun Görselleri 1.....	94
Görsel 32: Pepi Hospital: Learn And Care Oyun Görselleri 1 .....	95
Görsel 33: Pepi Hospital: Learn And Care Oyun Görselleri 2.....	96
Görsel 34: Chibi Bebek; Avatarınızı Yapın Oyun Görselleri 1.....	97
Görsel 35: Prenses Oyunu Boyama Oyun Görselleri 1.....	98
Görsel 36: Hello Kitty Nail Salon Oyun Görselleri 1.....	99
Görsel 37: Hello Kitty Nail Salon Oyun Görselleri 2.....	100
Görsel 38: www.youtube.com'dan alıntıdır.....	103
Görsel 39: Hair Challenge Oyun Görseli 3.....	104
Görsel 40: Project Makeover Oyun Görselleri 4.....	105
Görsel 41: Project Makeover Oyun Görselleri 5.....	106
Görsel 42: www.youtube.com'dan alıntıdır. (TLC 10 Günde 10 Yıl Genç adlı programının 2. Bölüm yayınına ait youtube içeriğidir.).....	107
Görsel 43: Kafa Topu 2 Oyun Görseli 2.....	108
Görsel 44: Car Parking 3D Multiplayer Oyun Görselleri 2.....	109
Görsel 45: High Heels Oyun Görseli 2.....	110
Görsel 46: www.twitter.com 'dan alıntıdır.....	110
Görsel 47: High Heels Oyun Görselleri 3.....	112
Görsel 48: Bebek Bakımı; bebek Oyunları Oyun Görselleri 2.....	113

Görsel 49: Pepi Hospital: Learn and Care Oyun Görselleri 3.....	114
Görsel 50: Kağıt Bebek <a href="http://www.depositphotos.com">www.depositphotos.com</a> 'dan alıntıdır.....	115
Görsel 51: Chibi Bebek; Avatarınızı Yapın Oyun Görseli 2 .....	115
Görsel 52: Prenses Oyunu Boyama Oyun Görselleri 2.....	117
Görsel 53: Prenses Oyunu Boyama Oyun Görselleri 3.....	118
Görsel 54: Hello Kitty Nail Salon Oyun Görseli 3.....	119





## GİRİŞ

1989’da kabul edilen Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi’nde ulusal yasalarca daha genç bir yaşta reşit sayılma hariç, 18 yaş altı çocuk olarak kabul edilmektedir. Haluk Yavuzer, “Çocuk ve Suç” adlı kitabında çocuk kavramını; “yaşamın doğuştan ergenliğe kadar süren dönemini yaşayan varlıktır”<sup>1</sup> şeklinde açıklamaktadır.

Sosyal bilimlerde çocukluk 15 yüzyıldan itibaren yetişkinlikten ayrı bir kavram olarak ele alınmaya başlamıştır. Modern bilimin gelişmesi ile birlikte çocukluğun sosyal ve kültürel içerikli bir kavram olarak yeniden tanımlanmasına yönelik bir ihtiyacın ortaya çıktığı görülmektedir. Bu değişim ve gelişimlerle birlikte çocukluk sosyal bilimlerde çalışma konusu olarak yer almaya başlamıştır.

Çocukların içinde bulunduğu aile ve toplumsal yapı bağlamında çocuklara yönelik olarak planlanan eğitimler, medya içerikleri, oyunlar ve oyuncaklar aracılığıyla çocukların belirli kalıplar içine yerleştirildiğini söylemek mümkündür. Gelişim kuramları açısından bakıldığında çocukların toplumsal gündelik hayatı öğrenme ve bu sürece dahil olmasını Albert Bandura, Sosyal Öğrenme Kuramı ile açıklamaktadır. Bandura sosyal öğrenme kuramında doğumdan ölüme kadar gerçekleşen toplumsallaşma süreci içerisinde çocuğun izleyerek ve deneyimleyerek toplumsal normları, kalıpları öğrendiğini ifade etmektedir. Bu süreçteki deneyimleme unsurlarından birisi de tezin araştırma kapsamında yer alan oyunlar olarak tanımlanmaktadır.

Geleneksel dönemde sıklıkla kullanılan el yapımı oyuncaklardan teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijital oyunlara geçiş süreci yaşandığı görülmektedir. Teknolojik imkanların gelişimi çocukların tablet, bilgisayar ve cep telefonu gibi araçlara ulaşımını kolaylaştırmış; bir anlamda çocuklar bu sürece ebeveynlerinden daha çabuk uyum sağlamışlardır. Marc Prensky 2001 yılında yaptığı “Dijital Natives, Dijital Immigrants” adlı çalışmada bu dönem çocuklarını, teknoloji çağının içine doğan nesil, daha farklı bir bilişsel yapıyla ilgi ve alışkanlıklara sahip olan dijital yerliler olarak ifade etmektedir. Bu çalışmasında Prensky, teknolojiyi etkili kullanım ile yaş arasında bir bağlantıyı

---

<sup>1</sup> Yavuzer Haluk, Çocuk ve Suç, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2006, s.8

dikkate alarak farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Çocukların çok küçük yaşlardan itibaren teknolojik araçlar yardımıyla oyun oynadıklarına dikkat çekmektedir. Prensky'nin yetişkinler ile çocukların arasındaki öğrenme ve günlük hayat alışkanlıklarına dair farklılıkları teknolojinin çocuklar tarafından etkin kullanımına bağlandığını söylemek mümkündür. Teknoloji aracılığıyla farklı görsellere maruz kalan çocuğun zihin yapısı ve öğrenme biçimi de buna göre şekillenebilmektedir.

Postmodern dönem ise simülasyonlar, imaj ve göstergeler çağı olarak ifade edilmektedir. Çocuk, postmodern dönemde edilgen bir aktör olarak yer almaktadır. Ortaya çıkan çocukluk, eğitime önem verilen, tüketimle ilişkilendirilen, medyada sıkça yer alan bir çocuk tipi olarak sunulmaktadır.<sup>2</sup> Bu bağlamda çocukları toplumsal cinsiyet ilişkilerinden bağımsız düşünmemek ve çocukların bu ilişkilerdeki konumlarını irdelemek toplumsal cinsiyet ve çocukluk çalışmaları açısından önemli bir noktada yer almaktadır. Çocuklar, toplumsal cinsiyet çalışmalarında genellikle anne ile ilişkilendirilerek tanımlanmakta ve incelenmektedir. Fakat çocuğun birey olarak kabul edilmesi ve bu doğrultuda irdelenmesi toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin temelini inilmesini sağlamaktadır.

Tez çalışması çocuklara yönelik olarak oluşturulmuş içeriklerin toplumsal cinsiyet normlarını ve idealleştirilmiş beden temsillerinin oyunlarda nasıl biçimlendirdiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Toplumsal gündelik hayatta, akran ilişkilerinde, medya ve yeni medyada çocukların pek çok kez toplumsal cinsiyete dayalı pratikleri deneyimlediği görülmektedir. Jean Piaget ve Sigmund Freud'un dikkat çektiği 2-7 yaş aralığı bu pratikleri temellerinin atıldığı dönem olarak ifade edilmektedir. Çocuk, karşılaştığı cinsiyet pratiklerini oyun aracılığıyla deneyimleme ve taklit etme fırsatı bulmaktadır.

Toplumsal cinsiyet (gender) biyolojik cinsiyetten (sex) farklı olarak ifade edilmektedir. Toplumsal cinsiyet, toplumsal normlara göre cinsiyete yüklenmiş olan roller, ilişki biçimleri ve beden görünümünü kapsamaktadır. Toplumsal cinsiyet normları, kültürel kodlar aracılığıyla nesilden nesile aktarılmaktadır. Bu normlar kadın ve erkeklerin nasıl davranacağı, hangi işte çalışacağı, nasıl görüneceği gibi toplumsal

---

<sup>2</sup> Sünbül Olgundeniz Seda, Televizyon Dünyasında Çocuğun Temsili: Televizyon Dizilerinde ve Reklamlarda Çocuk Kimlikleri, Doktora Tezi, İzmir, 2010, s.4

ilişkilerini, kamusal ilişkilerini ve birey olma özelliklerini etkilemektedir. Judith Butler bu durumu performite kavramı ile açıklamaktadır; bireylerin bedensel imgeler ve farklı yollarla üretilip devam ettirilen ürünlerdir. Eril düzen ürünleri taklit ettirerek ve tekrar edilen bir performans aracılığıyla kurgulamaktadır. Kadınlara yüklenen kırılgan karakter özellikleri, özel alanın içinde yaşam faaliyetlerini sürdürmeleri, bakım emeğinden sorumlu tutulmaları ve idealleştirilmiş beden görünüşleri gibi normlar toplumsal cinsiyet temelli olarak oluşmaktadır. Bu bağlamda erkeklere yüklenen karakter özellikleri, yaşamsal olarak kamusal alanda konumlandırılmaları ve beden görünüşleri de aynı kurgunun sonuçları olarak ifade edilebilmektedir.

Toplumsallaşma süreciyle birlikte aktarılan toplumsal cinsiyet kodları pek çok ajanla birlikte yaygınlaşmaktadır. Bu bağlamda modern dönem ve teknolojinin gelişimiyle birlikte medya ve yeni medyanın etkisinin arttığını söylemek mümkündür. Özel kanalların yaygınlaşması, her evde dizi, film ve reklamlara ulaşabilecek bir teknolojik aracın bulunmasıyla birey bu normlara daha fazla maruz kalmaktadır. Dijital ortamların gelişimiyle birlikte bireyler özellikle de çocuklar geleneksel oyundan dijital oyunlara çekilmiştir. Mobil cihaz kullanımı ve mobil cihazlara uygun oyunların yaygınlaşmasıyla birlikte çocuklar ve yetişkinler bu oyunlar aracılığıyla boş zamanlarını doldurabilmektedir. Dijital yerli olan çocukların da dijital oyunlar ile boş zamanlarını geçirmeleri, sosyal öğrenme kuramı bağlamında çocuğun izleme ve deneyimleme sürecinde önemli yer kaplamaktadır.

Tez çalışmasının 1. Bölümünde araştırmanın amacı ve yöntemine yer verilmektedir. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı tez çalışmasının bu bölümünde; araştırmanın amacı, araştırmanın konusu ve sorunsalı, araştırmanın önemi, sınırlılıklar ve örneklem grubu yer almaktadır. Araştırma sorunsalı belirlendikten sonra 3 kategoride incelenecektir.

1. Hikâye kurgusu,
2. Teknik kodlar
3. Toplumsal cinsiyet kodları ve beden inşası

Araştırma örneklem grubu TÜİK araştırmaları ve yapılmış araştırmalar referans alınarak mobil oyunlar olarak kategorize edilecektir. Mobil oyunlar ise; uygulama mağazası

popüler oyun kategorisinde ilk 100 oyun için 4+ yaş grubuna uygun oyunlar olarak çerçevelendirilmektedir.

Tez çalışmasının 2. Bölümünde toplumsal cinsiyet kavramı, idealleştirilmiş beden ve oyun kavramı irdelenerek dijital oyun kavramı üzerinde durulmaktadır. Çocukların mobil oyun oynama alışkanlıkları yapılmış araştırmalar dikkate alınarak açıklanmaktadır. Bu bağlamda çocuklara yönelik mobil oyunların yapısı incelenmektedir. Dijital oyunlardaki toplumsal cinsiyet kodlarına yönelik bir çerçeve çizilmesi amaçlanmaktadır.

Tez çalışmasının 3. bölümünde ise araştırma yöntemi aracılığıyla belirlenen sınırlara göre kavramsal bölümde çizilen çerçeve üzerinden araştırma kapsamına alınan oyunlar analiz edilmektedir. Apple Store Uygulama Mağazası'ndan beş oyun; Hair Challenge, Project Makeover, Kafa Topu 2, Car Parking 3D Multiplayer, High Heels isimli mobil oyunlar araştırma kapsamına alınmıştır. Play Store Uygulama Mağazasından ise; Bebek bakımı bebek oyunları, Pepi Hospital: Learn and Care, Chibi Bebek: Kendi Avatarınızı Yapın, Prenses oyunu Boyama, Hello Kitty Nail Salon oyunları araştırma kapsamına alınmıştır. Bu oyunlar oyunun hikâye kurgusu, oyunda yer alan teknik kodlar ve oyun içinde kurgulanan toplumsal cinsiyet kodları ve idealleştirilmiş beden olguları üzerinden analiz edilmektedir.

## I. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

### 1. Araştırmanın Amacı

Jean Piaget'nin işlem öncesi dönem olarak ifade ettiği 2-7 yaş aralığında çocuklar nesne ve olayları temsil etmek için sembolleri benimsemektedirler. Dolayısıyla çocuklar bu süreçte dünya için anlamlı olan her şeyi zihinsel temsiller alanında yeniden geliştirmektedirler. Nesnelere, ilişkiler, nedensellik gibi kavramlar yeni bir zihinde ve daha örgütlü yapılarda yeniden yapılanmaktadır. Bu yapılanma süresince çocuğun maruz kaldığı toplumsallaşma araçları çocuğun karakterini, dünya algısını, insan ilişkilerini ve bir anlamda geleceğini şekillendirmede etkili bir rol oynamaktadır. Bandura'nın sosyal öğrenme kuramı göz önüne alındığında çocuk, teknoloji çağında ideal örnek olarak çevresindeki bireylerle birlikte sanal karakterlerle de temas halindedir.

Modernleşmeyle birlikte teknolojinin geliştiği toplumlarda toplumsallaşma ve sosyal öğrenme modeli araçlarının arttığı görülmektedir. Dijital oyunlar toplumsallaşma araçları içinde kendine yer bulurken oyunlarda yer alan sanal karakterler de bir anlamda rol model görevi üstlenmektedir. Oyun içinde kurgulanan sanal karakterler beden ve cinsiyete dayalı roller bakımından toplumsal gündelik hayat içinde olması gereken formlar olarak idealize edilen görünüşleri pekiştirici rol oynayabilmektedirler. Gündelik hayatta, medya temsil edilen beden görünüşleri ya da toplumsal cinsiyete dayalı roller hikâyeye içinde kurgulanmakta ve bir anlamda hikâyeler aracılığıyla toplumsallaşma aracı haline getirilmektedir. Vladimir Propp'un masalın biçimbiliminde kahraman ve yardımcı olarak tanımladığı masal kahramanlarına bakıldığında da kahraman hikâyesi olan ve masal süresince takip ettiğimiz kişidir, yardımcı ise kahramanın başına bir şey geldiğinde onu saklayan, kahramanın biçim değiştirmesine yardımcı olan kişi olarak tanımlanmaktadır. Dijital oyunların gelişimiyle birlikte, oyun içindeki hikâyelerin (anlatıların) ve kahramanların da bu gelişim sürecine göre şekillendiği görülmektedir. Dijital oyunlarda da masallardaki kurguya benzer bir anlatı kurgusu inşa edilmektedir. Örneğin, mücadele ve aksiyona dayalı (savaş, macera vb)

kurguya sahip oyunlardaki karakterler vücut tipi olarak kaslı, uzun boylu ve güçlü erkek görünümlerini temsil etmekte, kadın karakterler ise sıklıkla bilgi almak ya da konaklamak amaçlı gidilen han gibi yerlerin çalışanı görevlerini üstlenen, alımlı karakterler olarak tasarlanmaktadır. Türsel olarak farklı dijital oyunlara bakıldığında da sanal karakterlerin dış görünümlerinin modern ve postmodern toplumlardaki idealize edilen beden görünümüne uygun olarak kodlandırıldığı görülmektedir.

Kadın ve erkek karakterlerin oyun içindeki görevleri, toplumsal cinsiyet rollerini yansıtmak şeklinde kodlandığı görülmektedir. Dolayısıyla dijitalleşen dünyanın yerlisi olarak doğan çocuk bu platformda sanal modellerle karşılaşmakta ve yine sanal dünyanın aracılığıyla örnek aldığı, gözlemlediği modelin davranışlarını ve beden görünümünü bir anlamda zihninde pekiştirmektedir.

Çocukların diğer insanlara yönelik davranışlarının şekillenmesinin büyük kısmı çocuğun sosyalleşmesi ile gerçekleşmektedir. Çocuklar, akranlarıyla oynayarak cinsiyet tiplmesi davranışlarını öğrenmekte ve bağımsızlık geliştirmektedirler. Sosyal öğrenme kuramcıları, yetişkinleri ve diğer çocukları izleyerek ve kitap okuyarak, gözlem yoluyla öğrenmenin yeni bilgi ve beceri kazanmasındaki önemine dikkat çekmektedirler. Albert Bandura, sosyal öğrenme kuramıyla çoğu öğrenmenin açık, deneme-yanılma davranışlarından çok gözlem yoluyla ve eğitimle gerçekleştiğini ileri sürmektedir. Gözlem yoluyla öğrenme hemen davranışa dönüşmeyebileceği gibi pekiştirmeye de ihtiyaç duymamaktadır. Gözlem yoluyla öğrenme, çocukların televizyonda bir süper kahramanı ya da akranlarının oyunlarını izledikten sonra değişen davranışlarını açıklamada önem kazanmaktadır.

Çocuk, grubun eylemlerinden yola çıkarak kavramları ve kuralları öğrenmektedir. Oyun içindeki takımın savunma stratejisi, kişinin takım arkadaşlarının nerede olacağı, kendi pozisyonunun ne olacağı ve nasıl oynayacağına dair bilgiler bu süreçte aktarılmaktadır. Oyun esnasında çocuk, takım arkadaşları tarafından övülebilir bu durum çocukta bir öz tatmin nedenidir. Dolayısıyla oyun aynı zamanda çocuk için pekiştireç görevini de görmektedir. Dijital oyunlara bakıldığında, fiziksel oynanan oyunlara nazaran çocuğun herhangi fiziksel bir teması bulunmaması nedeniyle canının yanmaması ya da dönülemez bir değişim geçirmesi söz konusu değildir. Bu nedenle çocuk hiçbir sanal mekâna girmekten, değişim geçirmekten ya da kavga etmekten

korkmaksızın oyunun içine girmektedir. Fiziksel sınırların kalkmasıyla birlikte kendine yeni bir “kendini gerçekleştirme” alanı bulan çocuk, fiziksel olarak oynadığı oyunlardan daha hızlı ve farklı yöntemlerle sonuca ulaşmaktadır. Dolayısıyla övgü oyunun aşamaları geçildiğinde bilgisayar tarafından çocuğa verilmektedir. Başarı duygusu, değişim duygusu gibi öz tatminler hızlandırılmış paketler olarak sunulduğundan çocuğun gözlemleyerek ve model alarak öğrenme hızına pekiştirilme hızı da dahil edilmektedir.

Gündelik hayattaki cinsiyet rollerinin ayırımına ve özellikle kadına yönelik beden inşasına toplumsallaşma sürecinin pek çok aşamasında rastlanmaktadır. Bu durum nesilden nesle, kültürden kültüre aktarılmaktadır. Kültürel feminizm, bu sosyal kültürel aktarımın cinsiyete dayalı iş bölümünü keskinleştirdiğinden ve bu iş bölümünün toplumsal kültürün her basamağında görüldüğünden bahsetmektedir. Toplumun en küçük yapısı olan aile içinde başlayan cinsiyet ayırımı, okul, iş yeri, sokak, sinema vb. yerlerde de devam etmektedir. Virginia Woolf kadının kamusal alanın dışına itilmesinden ve evin içerisine yerleştirilmesinden bahsederken Simone de Beauvior “kadın doğulmaz kadın olunur” diyerek toplumsallaşma sürecindeki cinsiyete yönelik eğitim, davranış örüntülerinin yerleştirilmesinden bahsetmektedir. Masallar, toplumsal kültür, televizyon programları, ders kitapları vb. üzerinde yapılan araştırmalar bu görüşü destekler niteliktedir. Kadın özel alanda, bakım işleri ile erkek kamusal alanda kamu işleri ile görevlendirilmektedir. Kadın bakım hizmetlerini yerine getirmekle sorumlu tutulurken, erkek bu hizmetlerin yerine getirilmesi için gerekli olan malzemeleri temin etmekle, temin edecek maddi karşılığı bulmakla sorumlu tutulmaktadır. Özellikle kadınlar, kendileri için işaret edilen ideal fiziki görünüme kavuşmaya, bu görünümü korumaya ve bunu gerçekleştirebilmek için çeşitli kozmetik ürünlerini kullanmaya, güzellik salonlarına gitmeye ve tüketime yönlendirilmektedir. Erkekler için ise beden inşası kadına yönelik beden inşası kadar yoğun ve keskin değildir.

Dijital platformda yer alan oyunların özellikle 3+ yaş çocukların da hayatına dahil olmasıyla birlikte bu araçlara yenisi eklenmekte ve bu içerikler toplumsal cinsiyet rolleri ve beden algısının yeniden inşa sürecine dahil olmaktadır. Sosyal öğrenme kuramcıları tarafından, 4-6 yaş evresi çocuklar için soyut algılamamanın henüz başlamadığı ancak toplumsallaşma süreciyle birlikte toplumsal cinsiyet inşasının

gerçekleşmeye başladığı dönem olarak, önemli görülmektedir. Bu inşa aşamasında çocukların gerçek gündelik yaşamla birlikte, dijital platformlardaki sanal görünüme ve rol modellerinin davranış örüntülerine de odaklandıkları görülmektedir.

Bu doğrultuda çocukların gelişim süreci içerisinde dijital platformlarda karşılaştıkları görsel ve işitsel kodlar oldukça önem taşımaktadır. Tez çalışması kapsamında, 4-6 yaş gurubuna dahil olan çocukların toplumsallaşma sürecinde dijital platformlarda oynadıkları oyunlarda ideal beden algısının, toplumsal cinsiyet rollerinin ve ilişkilerinin bu oyunlar aracılığıyla üretim süreci içerisinde biçimsel ve anlamsal olarak nasıl kurguladığının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

## **2. Araştırmanın Konusu ve Sorunsalı**

Joan Huizinga, Homo Ludens adlı kitabında oyunu kültürün çıkışının temeli olarak işaret etmektedir. Toplumların ilk faaliyetleri oyun ile iç içedir. Oyun, belirli kuralları olan eğlenmek ya da vakit geçirmek için yapılan etkinliklerdir. Oyun işlev olarak ele alındığında anlamsal olarak zengindir. Oyunda, yaşamın doğrudan gereksinimlerini aşan ve eyleme anlam katan bağımsız unsur “oynamaktır”. Hangi açıdan ele alınırsa alınsın, oyunun bu “kasıtlı” karakteri, bizatihi özünün içinde yer alan maddi olmayan bir unsurun varlığını açık etmektedir.”<sup>3</sup> Oyun, farklı bakış açılarında fazla yaşam enerjisinin atılması, içgüdüsel olarak taklit eğilimi bulunan varlık; yaşamın antrenmanını yapma veya nefsin köreltme aracıdır olarak da tanımlamak mümkündür. Gerçek hayatta gerçekleştirilmesi olanaksız arzuların bir kurmaca aracılığıyla giderilmesi ve böylece kişisel benlik duygusunun korunmasının sağlanmasıdır.<sup>4</sup> Huizinga oyunun bir özgürlük alanı olduğundan da bahsetmektedir. Bu nedenle oyun gönüllü bir eylemdir ve boş zaman aktivitesi olarak yapılmaktadır. Başlangıcı, sonu ve süresi olması bakımından oyun bütünsellik içermektedir. Oyunun bir hikâyesi vardır. Oyun, oyun oynayan tarafları da yakınlaştırma işlevine sahiptir. Oyun oynayan çocuklar gözlemlendiğinde, yeni tanışsalar da oyun sonunda samimi oldukları görülmektedir.

Dijital oyunlar ise, belli bir kurgu sahibi olsa da çoğunlukla oyun için partnere ihtiyaç duymamaktadır. Oyun partnerinin yerini bilgisayar, tablet, cep telefonu gibi teknolojik aletler almaktadır. Dijital oyun piyasası, oyunun belli başlı işlevlerini

<sup>3</sup> Huizinga Johan, Homo Ludens, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2006, s. 17

<sup>4</sup> A.ge. s. 18



değiştirmiş yeni bir oyun tanımı ortaya koymuştur. Dijital oyun; bilgisayar, konsol ve mobil oyunlarının tamamına verilen addır. Belli bir elektronik sistem, platform üzerinden oynanan görsel gerçeklik içeren, kulaklık, joystick gibi elektronik aparatlar aracılığıyla da oynanan toplu ya da bireysel faaliyettir. Oyun partneri ortadan kalkmıştır. Birey, oyun oynamak için herhangi bir partnere değil elektronik bir cihaza ihtiyaç duymaktadır. Dijital oyun, bireyin kendini gerçekleştirmesi, başarıya ulaşması, vurulmasına rağmen canlanması, başarısızlıklarına rağmen yeniden deneme imkânı sağlaması, sosyal başarısızlık ihtimalini yok etmesi ve kendi kimliği dışında sanal bir kimlik oluşturabilmesi gibi nedenlerle fiziki, kutu oyunu gibi oyunların yerini almış ve bireylerde bağımlılık yaratmaya başlamıştır.

Huizinga Homo Ludens adlı kitabının sonunda oyun kavramının değişiminden bahsetmektedir. Oyun, katı kurallar içeren tanımını modern bilimle birlikte bırakmaktadır. Oyunun amacı bizzat kendisi olmaya başlamıştır. Geçicidir ve gevşeme bilinci ile beslenmektedir. Bireyler, oyunları günlük hayattan uzaklaşmak, üstlendikleri kimliklerden sıyrılmak için oynamaya başlamışlardır. Sosyal ilişki istemeyen dijital oyunlar da bireyleri bu “sosyalleşme yükünden” kurtarmakta ve başka bir dünya sunmaktadır, üstelik bu dünya herhangi bir gerçekliğe sahip olmadığından hesap sormamaktadır. Değişen oyun tanımı ve gereksinimleri ile birlikte, oyun oynama alışkanlıkları, sıklıkları ve araçları değişmiştir. Oyunun kültürün yansıması ve pekiştiricisi olduğu düşünülürse kültür de oyunun değişimiyle birlikte değişmiş ve yansımalarını farklı şekilde göstermeye başlamıştır.

Sosyal öğrenme kuramcıları, taklit, kişilik üzerinde kültürlerarası etkiler, özdeşleşme ve çocuk yetiştirmenin önemini vurgulamaktadır. Başlıca odak, sosyalleşme ile başlamaktadır. Çocuk sosyalleşmeye başladığı an, o toplumun “ideal yetişkinleri” gibi davranmayı öğrenmeye başlamaktadır. Sosyal öğrenme kuramı, toplumsal cinsiyet rollerinin aktarılması ile birlikte kültürün yayıldığını söylemektedir. Çocukluk, toplumsal cinsiyete dayalı gözlem fırsatı sunmaktadır. “Çocuklar, toplumsal cinsiyete yüklenen sosyal önemin farkına vardıkça, özellikle karma cinsiyetten çocukların buldukları gruplarda, giderek toplumsal cinsiyetle ilgili davranışlara daha fazla dikkat

ederler ve kendi davranışlarını buna göre ayarlarlar.”<sup>5</sup> Çocuklar, toplumsal cinsiyet rollerini taklit etmeye ve oyunlarına dahil etmeye 3-4 yaşlarında başlamaktadır. Erkek çocukların toplum tarafından kız çocukları ile ilişkilendirilen, kız çocuklarının da erkek çocuklar ile ilişkilendirilen oyuncaklarla oynamayı bırakması bu yaşlara tekabül etmektedir. Çocuk, gözlemlediği ve oyun yoluyla deneyimlediği toplumsal cinsiyet rolleri, algısı ve toplumsal cinsiyete dayalı görünümünü büyük oranda 3-5 yaşları arasında zihnine yerleştirmektedir. Toplumsal hayat içerisinde ailelerin kültürel yapısı çeşitlilik göstermektedir. Çocuk özellikle okul çağıyla birlikte bu kültürel çeşitlilikle tanışmaktadır. Çeşitlilik çocuğun ailesinde gözlemlediği rolleri değiştirebilmektedir. Dolayısıyla çocuğun arkadaşlarıyla oynadığı oyunlar ve arkadaşları aracılığıyla tanıştığı dijital oyunlar çocuğun gözlem ve taklit deneyimlerini değiştirebilmektedir.

Toplumsal cinsiyet rolleri öncelikle aynı cinsiyetten olan ebeveyn ile, akraba, öğretmen ve akran ile etkileşim yoluyla içselleşmektedir. Rollerin yanı sıra, davranış modelleri de bu yolla belirlenmektedir. Judith Butler’a göre eril ve dişil kavramlar toplumsal cinsiyet bağlamında üretilmekte ve doğallaştırılmaktadır. Çocuk, her gözleminde cinsiyete dayalı iş bölümüne, davranış örüntülerine ve görünümlerine rastlanmaktadır. Kadın temsilleri, narin, şefkatli, ilgili, ev içi alana yerleşmiş ve beden görünümüne özen gösteren bir konumda karşılıklarına çıkarken erkekler; kaba, saba, kamusal alanda görev alan, ilgisiz temsiller olarak resmedilmektedir. Kız çocuklar aynı cinsiyetten olan ebeveynleri gibi ev içi işlere odaklanırken erkek çocuklar evcilik bile oynamamaktadır. Dolayısıyla çocuklara erken yaştan itibaren bilinçli ya da bilinçsiz olarak cinsiyet rolleri yüklenmektedir.

Kız çocuk, bebeklikten çıktığı yaştan itibaren bedeni kontrol altında tutmayı öğrenerek büyümektedir. Beauvoir bu durumu şu şekilde açıklamaktadır: “Kız çocuğun kendisini başkasının bakışının nesnesi olarak düşünme eğiliminin toplum tarafından yoğun biçimde desteklendiği vurgulanmalıdır. Kendini bir arzu nesnesi olarak takdim etmek, sevilme ve beğenilmek için özneliğinden feragat etmek, nesneleşme ve yabancılaşmaktır”<sup>6</sup>. Kız çocuklar oturma, yemek yeme, eğilme gibi konularda kısıtlanıp

---

<sup>5</sup> Miller Patricia H., çev. Zeynep Gültekin, Gelişim Psikolojisi Kuramları, İmge Kitabevi, Ankara, Nisan 2017, s. 270

<sup>6</sup> De Beauvoir Simone, çev. Savran Gülnur, İkinci Cinsiyet Olgular ve Efsaneler, KoçKam, Ekim 2019, İstanbul, s. 22

çevrelerindeki yetişkinler tarafından uyarılarak büyümektedir. Bu da kadınların beden kontrolü konusunda daha net ve keskin çizgileri olmasına neden olabilmektedir.

1950 sonrası, televizyonun teknolojik ve maddi açıdan ulaşılabilir olması ile birlikte bireylerin yeni bir toplumsallaşma aracı ile tanıştığı görülmektedir. TRT ile yayına başlayan televizyon ilk yıllarda daha çok yetişkinlerin izleyicisi olduğu programlar yayınlamaktayken kısa zamanda çocukların da izleyicisi olduğu programlara yer vermeye başlamıştır. Çizgi film sektöründeki gelişmeler, masal anlatma gibi farklı anlatıların televizyonda yer almasıyla çocuklar da medyanın içine çekilmişlerdir. Medya ve yeni medyanın gelişimiyle birlikte çocuklar “çağdaş bir masal” ile karşı karşıya kalmaktadır. Bilgisayar, konsol oyunlarının ve akıllı telefonların gelişimi ile birlikte bu çağdaş masal anlatımı daha geniş kitlelere ulaşmış durumdadır.

Elektronik cihazların gelişimi ve kapital sistemin etkisiyle akıllı cihazların sürekli yenilenen yazılımlarıyla birlikte sanal gerçeklik evreni oluşmuştur. Yetişkinlerden çocuklara kadar herkesi kapsayan bu yazılımlar sayesinde bireylerin gerçeklik yerine sanal gerçekliğin içinde yer aldığı ve boş zamanlarının çoğunu burada geçirdikleri bilinmektedir. Bir anlamda sanal gerçeklik önemli bir toplumsallaşma aracı olmuştur. Yetişkin, çocuk; kadın, erkek; kız çocuk, erkek çocuk kategorileri ile birlikte sanal gerçeklik toplumsal cinsiyet ayrımlarını netleştirmekte ve pekiştirmektedir.

Marc Prensky'nin dijital yerliler olarak adlandırdığı, teknoloji çağının içine doğan ve bu çağda büyüyen nesil diğer nesillerden hem bilişsel hem de ilgi ve alışkanlık bakımından farklılaşmaktadır. Bu durumun dijital oyun oynama alışkanlıklarıyla da uyduğu gözlemlenmektedir. Malone, merak, fantezi, meydan okuma ve kontrolün sanal oyunların iç motivasyon faktörlerinden olduğunu söylemektedir. Bireyin içsel duygularının karşılanması söz konusudur. Oyun tercihleri de bu duyguları işaret etmektedir. Oyun tercihleri üzerine yapılan araştırmalar, farklı sosyal etkileri dayanak göstermekle birlikte toplumun çocuklara ilişkin algılarını ve onlar üzerindeki arzularına yönelik olarak çocuklarda farklı oyun tercihlerinin ortaya çıktığını işaret etmektedir. Cinsiyet, yaş, rekabetçilik ve oyun hakkında bilgi sahibi olma durumu da tercihleri etkileyen faktörler arasındadır. Bu bilgidен yola çıkılarak çocukların sosyal öğrenme sürecinde karşılaştıkları ajanların oyun tercihlerinde ve oynama miktarlarında etkili olduğu söylenebilmektedir.

Çocukların, yetişkin hayatlarında bireylerin cinsel kimliklerine bakış açısında, bireylerin bedenleri üzerindeki yargılarında ve bireylerle ilişkilerinde etkili olan toplumsal cinsiyet algısı doğumundan ölümüne kadar devam eden toplumsallaşma sürecinde oluşmaktadır. Piaget'nin İşlem Öncesi Dönem olarak adlandırdığı, Sigmund Freud'un ise Oidipal dönem dediği 3-6 yaş arası gelişen cinsiyet ve toplumsal cinsiyet algıları pek çok toplumsallaşma ajanı tarafından şekillenmektedir. Özellikle teknolojinin gelişmesi ile birlikte cep telefonu, tablet, bilgisayar gibi teknolojik araçlara ulaşım kolaylaşmıştır, bu kolaylık bu cihazların toplumsallaşma sürecinde etkili bir unsur olmasına neden olmaktadır. Evde, yolda, okulda, markette; yemek yerken, uyumadan önce gibi günlük hayatının her aşamasında maruz kalınan bu cihazlar pek çok iletiyi birlikte vermektedir. Çocukların yemek yemesi, uslu durması, çocuğun ilgi duyması gibi pek çok nedenlerle ebeveynler tarafından çocuk ile küçük yaşta tanıştırılan bu cihazlar okul çağı çocuklar için daha çok sosyal medyayı kapsarken okul öncesi dönem çocukları için sanal oyunlar, dijital video kanalları vb. gibi alanları içermektedir. Çocuklar basit kodlanmış oyunlar oynamakta ya da video kanalları vb. izlemektedir. Toplumsallaşma sürecinde bu yeni aracın yarattığı ütopyaların çocukların dünya algısını etkilediği düşünülmektedir. Özellikle dijital oyunları okul çağı ve sonrası çocuklar, yetişkinler için yeni bir ben "inşa etme" fırsatı sunarken okul öncesi çocukları için "ideal beden", "toplumsal cinsiyet rolleri", "cinsler arası ilişkiler" ve "cinsellik" gibi kavramları yapılandıran, bunları yeniden üreten bir mecra görevi görmektedir. Simülasyonlar aracılığı ile henüz soyut algılamaya geçmemiş çocukların ideal beden algısı oluşmaktadır. Bu noktada yeni medya ve mobil oyunlar için "ideal beden" algısını ve toplumsal cinsiyet rolleri ve ilişkilerini yeniden ürettiğini söylemek mümkündür.

Neil Postman, Amerika'da küçük yaştaki kız çocuklarının en yüksek ücretli modeller arasında yer aldıklarını işaret etmekte ve cinsel çekiciliğe sahip yetişkinlerle benzer görünümlere sahip olduklarına dikkat çekmektedir<sup>7</sup>. Beden algısı, yeni medya aracılığıyla sunulan tek tiplenen bir görünümü işaret etmektedir. Diyet, estetik, kozmetik sektörünün gelişimi ile birlikte kadınlar başta olmak üzere pek çok insan belirlenmiş görünüme kavuşmaya çalışmaktadır. Çocukların da küçük yaşta cinsiyete dayalı

---

<sup>7</sup> İnal Kemal, Çocuğun Örselenen Dünyası, Sobil Yayınları, Ankara, 2007, s. 110

görünüm iletişimiyle karşılaşmaktadır. Modellik yaşının da düşürülmesi ile birlikte kız çocukları başta olmak üzere çocukların da bu sektörlerle dahil olduğu gözlenmektedir. Cinsiyet algısının oluşumunun 3 yaştan başladığı gözetildiğinde, dijital yerliler olan çocukların sanal oyunlar aracılığıyla pek çok cinsiyet rolü ve beden görünümünü gözlemlene ve deneyimleme fırsatı elde ettikleri bilinmektedir.

Bu tez çalışması yeni medyada platformlarında kurgulanan sanal oyun içeriklerinin 4-6 yaş grubundaki çocukların toplumsal cinsiyet rolleri, beden ve cinsellik hakkındaki algıları üzerindeki üretim sürecini konu almaktadır.

### 3. Araştırmanın Önemi

Kadın çalışmaları ve çocuk çalışmaları amaçları bakımından benzerlik göstermektedir. Nehir Gündoğdu, bu iki alanın çıkış noktası aynı olmasına rağmen aralarında bir fark olduğunu söylemektedir. Kadın çalışmaları bizzat eşitsizliklerle karşı karşıya kalan kadınlar tarafından başlatılmışken çocuk çalışmalarının başlangıcı da onların temsilcisi olan yetişkinler tarafından yapılmaktadır. Feminist çalışmalara bakıldığında çocuk konusunda yeteri kadar çalışma olmadığı görülmektedir. Çocuk merkeze konmamaktadır, çoğu alanda çocuk kadının deneyimi olarak ele alınmaktadır. “Çocukların toplumsal cinsiyet ilişkilerinden bağımsız olmayan bir konumda olduklarını ve bu ilişkilere referansla kendilerini nasıl konumlandıracaklarını irdelemek de çocukluk çalışmalarını toplumsal cinsiyetle ilişkilendirilerek zenginleştirilecektir.”<sup>8</sup> Tez çalışması çocuk çalışmalarına feminist bir bakış getirmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda henüz yeni oluşmaya başlamış çocukluk sosyolojisi çalışmalarına katkı sunmak çalışmanın bir diğer hedefidir.

Yeni dünya dinamiklerine bakıldığında dijitalleşmenin önemi vurgulanmaktadır. Dijitalleşen dünyaya doğan, dijital yerli olarak tanımlanan çocuklar yetişkinlerin aksine dijital dünyanın birer parçası, yerlisi olarak hayatlarına başlamakta ve devam etmektedirler. Dijital dünya ile sonradan tanışan yetişkinlerin gözünden bakıldığında sosyalleşmek, öğrenmek “gerçek dünya” ile özdeşleşmiştir, bu şekilde mümkün olabilmektedir. Ancak dijital yerli olan çocuk için gerçek dünya ile sanal dünya arasında fark yoktur, hatta sanal dünya gerçeklik kazanmıştır. İşte bu sanal gerçeklik içerisinde bulunan çocuk kendisine yeni rol modeller, yeni pekiştiriciler bulmaktadır. Yetişkinler

<sup>8</sup> Erdoğan E., Gündoğdu N., Türkiye’de Feminist Yöntem, Metis Yayınevi, Şubat 2020, s. 181

kendi bakış açılarıyla çocuklar için bir dünya oluşturmaya çalışırken bu dünya çocukların gözünde nasıl bir konuma gelmektedir, çocuğun gözünden nasıl görünmektedir soruları önem kazanmaktadır.

Çocukların temsilcisi konumundaki yetişkinler ve onların çocuklara yönelik oluşturdukları oyunlar, dijital oyunlar, eğitim programları, çocuk modası, çocuk tiyatrosu gibi faaliyetler genellikle çocuğun gözünden değil, yetişkinler tarafından ortaya konmaktadır. Çocukluk çalışmaları çocuğun gözüyle dünyaya bakmaya çalışmakta ve ortaya çıkan eşitsizliklerin farkına varılmasını sağlamaya çalışmaktadır. Bu bağlamda tez çalışması da çocuk çalışmalarına feminist bir bakış açısı kazandırmayı hedeflemekte, dijital dünyanın yerlisi olan çocukların bu tür platformlarda ne tür mesajlarla karşılaştıklarını analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Bu bağlamda toplumsal cinsiyet rolleri ve beden algısı üzerinde yetişkinler için yabancı olan ancak çocukların yerlisi oldukları dijital dünyanın okul öncesi çocukların toplumsal cinsiyet ve beden algısına yönelik üretimi analiz edilmiştir. Bu dönemde oynanabilecek oyunların içeriklerinin kurgu aşamasında değerlendirilmesi, kontrol edilmesi, sınırlandırılması, çeşitlenmesi noktasında etkili olacak bir çalışma olduğu düşünülmektedir.

#### **4. Araştırmanın Yöntemi**

Sosyoloji, antropoloji, psikoloji, felsefe gibi disiplinler insan davranışını, yer aldığı ortamda ve farklı açılardan anlamayı amaç edinmektedir. Bu durum insanın anlaşılmasının fen bilimlerinden farklı olarak ele alınan değişkenlere göre algılanması ve fen bilimlerin alanında kullanılan geleneksel yöntemlerden farklı olarak ele alınmasının gerekliliğini kabul etmektedir. Sosyal bilimlerde konunun esnek ve bütüncül bir yaklaşım ile araştırılması ve katılımcıların deneyim ve gözlemlerinin ayrıntılı olarak incelenmesi gerekmektedir.<sup>9</sup> Bu bakış açısından hareketle farklı disiplinler bakış açılarıyla nitel araştırmaya katkıda bulunmaktadır.

Nitel araştırmanın sosyal bilimlerde kullanılması ve geliştirilmesi araştırmalara farklı bakış açıları kazandırmıştır. Dünyayı algılama biçimi bu yöntemin araştırmalara dahil edilmesi ve geliştirilmesiyle birlikte dönüşüm geçirmiştir. Nitel araştırma sosyoloji, felsefe, antropoloji, dilbilim gibi pek çok alan tarafından geliştirilmektedir.

<sup>9</sup> Yıldırım Ali, Şimşek Hasan, Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin yayınevi, Ankara, 11. Baskı, s.40

Nitel araştırma farklı birçok disipline ait kuramsal çerçeveyi içinde barındıran bir yapıya sahip olması temelinden hareketle bir şemsiye olarak kabul edilmektedir; kültür analizi, durumsal araştırma, yorumlayıcı araştırma, kuram geliştirme, içerik analizi, betimsel araştırma gibi kavramları tanımının altında toplamaktadır. Tüm bunları temel alarak, nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi temel verilen kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilmektedir.<sup>10</sup>

Nitel Araştırma yönteminin analiz süreçlerinden biri olan içerik analizi, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmak<sup>11</sup> olarak özetlenebilmektedir. Kavramların belirlenmesi, konuyu analiz edebilecek soruların sorulmasında önem taşımaktadır. Bu nedenle araştırma verilerinin kavramlar ile ifade edilmesi ve düzenlenmesi içerik analizinin önemli bir adımı olarak ifade edilebilmektedir. Bu bağlamda kavramlar ve temalar elde edilen araştırma verileri bağlamında ele alarak yorumlanmaktadır.

Modern ve postmodern dönemin en önemli toplumsallaşma araçlarından bir olan dijital oyunlar çocuktan yetişkine kadar geniş bir kitleye hitap etmektedir. Dijital yerli olan çocukların dijital oyunları sıklıkla oynadıkları bu alanda yapılan çalışmalardan anlaşılmaktadır. Bu oyunlar aracılığıyla çeşitli uyaranlara maruz kalan çocuk, toplumun toplumsal cinsiyete yönelik kodlarını yeniden üretebilmektedir. Tez kapsamında nitel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Dijital platformlarda 4-6 yaş sınırı belirlenen oyunlarda içerik analizi yöntemi kullanılarak üretim kodları tespit edilmeye çalışılmaktadır.

Dijital oyunlar türsel kategoriye ayrılmaktadır. Alan bakımından incelendiğinde bu platformlarda yer alan oyunların video tabanlı, bilgisayar tabanlı ve taşınabilir tabanlı olarak kategorize edildiği görülmektedir.<sup>12</sup>

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması<sup>13</sup> verilerine göre 2020 yılında Türkiye'deki hanelerin %99,4'ünde cep telefonu, 36,4'ünde taşınabilir bilgisayar bulunmaktadır. Çocukların ebeveynlerine ait

---

<sup>10</sup> Yıldırım Ali, Şimşek Hasan, Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin yayınevi, Ankara, 11. Baskı, s.41

<sup>11</sup> A.g.e., s.242

<sup>12</sup> Yengin Deniz, Dijital Oyunlarda Şiddet, Beta Yayınları, 2012, İstanbul, s. 121

<sup>13</sup> www.tuik.gov.tr

bu teknolojik cihazlar üzerinden daha çok oyun oynadıkları görülmektedir. Bu tez çalışması kapsamında TÜİK'in bu araştırmasında elde edilen cep telefonu kullanım verileri baz alarak taşınabilir alanlı oyunların analizi tercih edilmiştir.

Ayrıca dijital oyunlar teknik ve donanımsal bakımdan konsol, bilgisayar, mobil, çevrimiçi ve sosyal oyun olarak türlerine ayrılmaktadır. Araştırma kapsamına dijital oyunların türsel kategorizasyonuna göre bir tür olan mobil oyunlar dahil edilmiştir. İkinci bir belirleyici nitelik olarak mobil cihaz uygulama indirme platformlarında yer alan dijital mobil oyunlar popüler ücretsiz oyun kategorisinde yer alan ilk 100 oyun sıralamasında 4+ için sunulan oyunlar arasından belirlenmiştir. Bu temelde araştırma kapsamına dahil edilen hedef yaş grubu ve hedef konuyu içeren oyunlara içerik analizi uygulanmıştır.

Araştırmaya temel çıkış noktasını oluşturan toplumsal cinsiyet rolleri ve beden algısının oyunlarda nasıl inşa edildiğini saptamak amacıyla mobil oyunların içerik analizinde uygulanacak sorular kategorize edilmiştir. Oyunun fragmanı, tanıtım yazısı ve resimleri, oyunun içeriği bu sorular üzerinden analiz edilmektedir.

1. Oyunun teması; hikâye kurgusu nasıl inşa edilmiştir?
2. Oyunun anlatısında yer alan teknik kodların içeriğe katkısı nasıl sağlanmaktadır?
  - a)Oyunun görsel içeriği nasıl kurgulanmıştır?
    - a.1. Oyundaki renk kodları nelerdir?
    - a.2. Oyunda yer alan açılar ve planlar nasıl tasarlanmıştır?
  - b)Oyunun işitsel kurgusu (efektler, müzik ve işitsel öğeler) oyunun içeriğine nasıl bir anlam katmaktadır?
- 3.Dijital oyun anlatısında kurgulanan oyun karakterleri toplumsal cinsiyet normlarını nasıl yansıtmaktadır?
  - a. Toplumsal gündelik hayata dair iş bölümü nasıl kodlanmıştır?
  - b. Dijital oyunlarda karakterlerde cinsiyete dayalı mesleki iş bölümü nasıl temsil edilmektedir?
  - c. Oyunun karakterinin beden inşası nasıl yer almaktadır?

Belirlenen sorular teknik içerik analizi ve toplumsal cinsiyet temelli analiz olmak üzere iki başlıkta incelenmek üzere ikiye bölünmüştür. 1 ve 2. sorular teknik analiz amacıyla "Araştırma Kapsamına Dahil edilen Mobil Oyunların Analizi" başlığı



altında, 3 ve 4. sorular ise toplumsal cinsiyet temelli analiz amacıyla “Mobil Oyunlar aracılığıyla toplumsal cinsiyet rolleri ve beden algısının üretimi” başlığı altında incelenmektedir. Analiz sonucunda elde edilen veriler ve sonuçlar ile toplumsal alanda genel olarak kabul edilen toplumsal cinsiyet rolleri ve beden kodları karşılaştırılarak dijital oyunların toplumsal cinsiyet rollerine ve beden algısına ilişkin kodların üretim sürecindeki payı ortaya konulmaktadır.

#### **4.3.Araştırmanın Sınırlılıkları**

Dijital oyunlar türsel ve çeşitlilik bakımından ele alındığında oyun sayısının çok olması nedeniyle, türsel ve çeşit olarak kategorize edilmiştir. Elde edilen kategori sonucunda yapılan araştırmalar baz alınarak en çok tercih edilen mobil cihazlar ve cihazların uygulama indirme mağazaları üzerinden oyunlar alt kategorilere ayrılmıştır. Mobil cihazlarda bulunan App Store ve Play Store üzerinden “popüler ücretsiz oyun kategorisi” tercih edilerek “4-7 yaş grubuna” uygun olarak belirtilen oyunlar araştırmaya dahil edilmiştir. Oyunların toplumsal cinsiyete ilişkin oyunlar olmasına özen gösterilmiştir. Bu kapsamda üst ve alt kategoriler, hedef yaş grubu ve araştırmanın amacına uygun olan ilk 100 oyun içinden 10 oyun araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

#### **4.4.Araştırmanın Evreni ve Örneklem**

Araştırma evrenini dijital oyunlar oluşturmaktadır. Dijital oyunlar türlerine ve çeşitlerine göre kategorilere ayrılarak bu kategoriler içinden mobil oyunlar araştırmaya alınmıştır. Alt kategori olarak popüler ücretsiz oyunlar evren olarak belirlenmiştir.

Kategorilere ayrılarak tercih edilen mobil popüler ücretsiz oyunlar uygulama indirme mağazasındaki indirilme sırasına göre hedef yaş grubu olan 4-7 yaş ve toplumsal cinsiyet temelli oyunlar olarak belirlenerek amaca uygun örneklem oluşturulmuştur. Haziran 2021 tarihinde popüler ücretsiz oyun sıralamasında ilk 100 oyun arasında 4 oyun beden görünümü üzerinden kurgulanmaktadır. Bunlardan 2’si 4+ yaş için uygun olarak sunulmaktadır. 6 adet savaş oyunu ve 1 adet futbol, 1 adet araba park etme oyunu bulunmaktadır. Savaş oyunları hedef yaş grubu için uygun sunulmamakta fakat futbol ve araba oyunu hedef yaş grubu olan 4-7 yaş için uygun olarak sunulmaktadır.

Araştırma örneklemini dijital oyunların bir türü olan mobil oyunlar oluşturmaktadır. Örneklem grubu belirlenirken iki temel kriter sınırlayıcı nitelik

oluşturmaktadır. İlk kriter oyunun hedeflediği ve oyunun başında belirttiği yaş grubu ikinci kriter ise oyunlardaki toplumsal cinsiyete y6nelik belirlemelerdir. Bu bağlamda 100 oyun arasından amaca y6nelik olarak belirlenen oyunlar 6rneklem grubuna dahil edilmiştir.



## II. BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı

Toplumsal cinsiyet, üreme organlarının varlığına göre belirlenen cinsiyet kavramıyla temellendirilmektedir. Bu iki kavramı birlikte değerlendirmek toplumsal cinsiyet yaklaşımını, rollerini ve bireyler arasındaki ilişkinin şekillendirilmesinin anlaşılabilirliği için önem taşımaktadır. Birey, doğduğu cinsiyet üzerinden toplum içinde konumlandırılmaktadır. Cinsiyet, interseks bireyler istisna olarak kategorilendirilmektedir. Kadın ya da erkek olma durumu toplumsal düzen içerisinde cinsiyeti temel alan toplumsal normlar ile biçimlendirilmektedir.

Beauvoir “Kadın doğulmaz, kadın olunur” sözüyle bireyin cinsiyeti üzerinden toplumun ona yüklediği iş bölümü, beden görünümü, davranış, meslek seçimi, yaşam alanı, yaşam hakkı gibi konuları işaret ederek “toplumsal kadın/erkek” kavramlarına dikkat çekmektedir. Eril düzen içinde birey cinsiyetinden bağımsız değildir, bir anlamda toplumsal olarak belirlenen çerçevenin içinde kalmak zorunda bırakılmaktadır. Toplumsal cinsiyet kavramı bu bağlamdan yola çıkarak oluşmuştur.

Toplumsal cinsiyet kavramı, ilk olarak birinci dalga feminist hareket tarafından ortaya atılmıştır. Kavram, ne olduğu belirsiz psikolojik ayrımı somutlaştırırken “biyoloji kaderdir” inancına da meydan okumaya yönelik bir proje olarak ortaya çıkmıştır. Iris Marion Young, toplumsal cinsiyet kavramının çıkışını “Kadınlara daha çok fırsat verilmesini savunmak için, her iki cinsiyetin kapasite ve eğilimlerini kavramsallaştırma biçimlerine ihtiyaç vardı; fakat bu kavramsallaştırma davranışı, mizacı ve başarıyı biyolojik ve doğal açıklamalardan uzak tutmalıydı”<sup>14</sup> olarak açıklamaktadır. Toplumsal cinsiyet kavramı, biyolojik farklılıkları da gözeterek toplumsal haklar bakımından eşit olmanın yolunu temellendirmektedir. Bireyin hayattan beklentileri ve davranış örüntüleri biyolojisinden bağımsız toplumsal bir koşulun sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Toplumda eşitlik talebiyle ortaya çıkan toplumsal cinsiyet kavramı bireyin toplumsallaşma sürecinde cinsiyetine atfedilen rolleri, davranış örüntülerini ve ilişkileri düzenleyen mekanizmayı ortaya koymaktadır.

---

<sup>14</sup> Young Iris Marion, Yaşanan Bedene Karşı Toplumsal Cinsiyet: Toplumsal Yapı ve Öznellik Üzerine Düşünceler, Cogito sayı 58, 2009, sy.40

Butler, toplumsal cinsiyeti bir norm olarak değerlendirmekte: toplumsal fail tarafından bedenlenen norm, pratikler ve eylemlerin tanınmasına izin vermek olarak tanımlamaktadır. Bu durum toplumsal kodlar dayatmakta ve toplumsal alanda görünür olana dair parametrelerini tanımlamaktadır. Butler “Toplumsal cinsiyet, eril ve dişilin, toplumsal cinsiyetin varsaydığı hormonal, kromozomal, ruhsal ve performatif ara formlarla birlikte üretilmesi ve normalleştirilmesinin gerçekleştirildiği aygıttır”<sup>15</sup> olarak ifade etmektedir. Micheal Foucault da toplumsal cinsiyetin bir tür özne yaratma disiplini olduğunu ve aktif bir biçimde bireyi inşa ettiğini iletmektedir. Claude Levi-Strauss, üremeyi garanti altına almayı hedefleyen ve belli başlı cinsel bağları yasaklamak üzere kadın ve erkeğin toplumsal olarak konumlandırıldığını ileri sürmektedir. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet; cinselliği düzenleyen, üreten, yasaklayan ve belli cinsel ilişkileri belirleyen, çerçeveleyen bir yapı olarak ifade edilebilmektedir. Catharine A. Mackinnon, toplumsal cinsiyeti heteroseksüel hiyerarşik yapının inşa ettiğini ve bu yapı ile kadınların erkeklere tabi kılındığını söylemektedir. Toplumsal cinsiyet, cinsellikten yola çıkarak kadın ve erkek arasında belirgin bir şekilde cinsiyetler arası eşitsizlik olarak kendini belli etmektedir. Dünyaya gelen her birey cinsiyeti üzerinden değerlendirilmekte ve taşıdığı cinsiyetin heteroseksüeli olarak kabul edilmektedir. Kadınlar içinde buldukları toplumsal yapıyla ilintili olarak toplumsal cinsiyet düzenine tabi kılınırken, erkekler de kendi hemcinsleri aracılığıyla bu eril hiyerarşik yapıya dahil edilmektedirler. Tina Chanter, “toplumsal cinsiyetin her zaman yaşayan, jestlerle kendini belli eden, bedensel, kültürle harmanlanmış ve tarihsel olarak inşa edilen bir yapıda” olduğunu belirtmektedir.<sup>16</sup> Chanter’in bu söyleminden yola çıkarak toplumsal cinsiyetin, toplumsal yapı içinde yeniden üretildiğini ve çeşitli kodlar aracılığıyla varlığını sürdürdüğünü, kuşaklar arası aktarıldığını söylemek mümkündür.

---

<sup>15</sup> Judith B., Toplumsal Cinsiyet Düzenlemeleri, Cogito Feminizm, sayı 58, 2009, s. 75

<sup>16</sup> Chanter Tina, çev. M. Erguvan, Toplumsal Cinsiyet, Folkitap, Mayıs 2019, Ankara, s. 14

## 2. Toplumsal Cinsiyet Roller ve Cinsiyete Dayalı İş Bölümü

Gündelik hayat pratikleri kadın ve erkek rolleri cinsiyete dayalı iş bölümü üzerinden inşa edilmektedir. Butler, toplumsal cinsiyet normları içindeki kadın ve erkek rollerini/tiplerini/davranışlarını performatif kavramı ile açıklamaktadır: “Edimler, bedensel hareketler ve arzu bir iç nüveye töz etkisini üretir, ama bunu beden yüzeyinde, kimliğin düzenleyici ilkesine işaret etse de onu asla açıktan göstermeyen imleyici yoklukların oyunu vasıtasıyla üretir. Bu tür edim, bedensel hareket ve icralar genellikle performatiftirler, yani dışavuruyormuş gibi yaptıkları öz veya kimlik aslında bedensel işaretler ve diğer söylemsel yollarla üretilen ve sürdürülen üretimlerdir”<sup>17</sup>. Heteronormatif düzenin bu üretimler ile toplumu bir tür “taklitçilik” ile kurguladığını söylemek mümkündür. Toplumsal cinsiyet aksiyonunun tekrar edilen bir performans gerektirdiğini vurgulayan Butler, bedensel stiline indirgediği toplumsal cinsiyeti kasıtlı ve performatif bir edim olarak dile getirmektedir.

Cinsiyete dayalı iş bölümü, kadın ve erkeğin toplumsal kodlarıyla belirlenmektedir. Kadın, kodları gereği ev içi düzeni sağlayan erkek ise evi geçindiren konumuna yerleştirilmektedir, bu konum gereği bireyin toplumsal yaşam alanı kısıtlanmakta, çerçevelenmektedir. Toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünde kadına, özel alanın sorumluluğu verilerek; bakım hizmetleri, temizlik, yemek gibi aktivitelerden ve bebeğin bakımından sorumlu tutulmaktadır. Post modern dönem ile birlikte özel alan sorumluluğunu da üstlenen erkeklerin sayısı, kadın ve erkeğe toplumsal alanda atfedilen geleneksel iş bölümünü benimseyenlerin varlığına rağmen artış göstermektedir. Toplumsal resim birçok alanda erkeğin ve kadının yapacağı işleri, çalışacağı meslekleri, gezeceği yerleri, giyeceği kıyafetleri, beden görünümünü belirlemektedir. Cinsiyete dayalı iş bölümü kadınların yerini özel alan ile sınırlandırarak, esas sorumluluğunun aile ve ev ile ilgili olduğuna dair yargıyı keskinleştirmektedir. Kadının önceliği özel alanla ilişkilendirildiğinden eril söylem içerisinde üretim alanında bulunması gerekli görülmemektedir. Böyle bir durumda kadının özel alan emeği de asıl sorumluluk çerçevesine dayandırarak karşılıksız bırakılmaktadır. Özellikle İkinci Dünya savaşından sonra erkeklerin savaşta olması ya da çalışabilecek durumda olmaması nedeniyle kadınlar üretime dahil edilmiştir. Bu dönemden sonra kadına kamusal alanda yer

<sup>17</sup> Butler Judith, çev. Ertür Başak, Cinsiyet Belası, İstanbul Mayıs 2008, s.224

açılmış ve pek çok kadın ikili emek sarf ederek hem özel alanda hem de kamusal alanda aktif hale gelmiştir. Kadının önceliği özel alan olarak görüldüğünden istihdam alanı işverenler tarafından daraltılmaktadır; daha çok izin hakkına sahip olması bakımından (doğum izni, süt izni ve ev içi sorumlulukları nedeniyle doğabilecek izinler gibi) kadın çalışan tercih edilmemektedir. Kadınlar özel alan sorumlulukları ve kamusal alanındaki sorumlulukları arasında sıkışmaktadır. Kadına “bakım emeği” karşılığında verilen destekler özel alan sorumluluklarını beslemektedir. Kadının, doğurganlık yetisi bakım emeğini kadının görevi haline getirmektedir. Bu durum çoğu zaman kadının hayatını kısıtlamakta ve kadını tek bir alanla sınırlandırabilmektedir. Kadın çalışma hayatı içerisinde toplumun kadınla ilişkilendirdiği öğretmenlik, hemşirelik gibi mesleklere yönlendirilirken erkek için meslek seçimi daha geniş bırakılmaktadır. Erkeklerin kadınlara atfedilmiş meslekleri seçmeleri büyük bir probleme yol açmazken, kadınların, erkeklere atfedilmiş meslekleri seçtiğinde maskülenleştirildikleri veya bu alanlarda iş bulmalarının zorlaştığı görülmektedir. Eril söylem içerisinde evin geçim sorumluluğu erkeklere atfedildiğinden, kadınların emeğin evin geçimine ilişkin katkı olarak görülmektedir. Bu yargı pek çok iş sahasında istihdam ve insan kaynakları politikalarını oluşturmaktadır. Kadın toplumsal hayatta olduğu gibi kamusal alanda da belli hiyerarşik çerçeve içine konumlanmaktadır.

Kadın, toplumsallaşma süreci ile birlikte aile içinde toplumsal rolleri benimsemekte ve bu rollerin gerekliliklerini yerine getirmektedir. Bu doğrultuda kadının, toplumsal konumunun en belirgin olduğu yerin aile kurumu olduğu ifade edilebilmektedir. Kadının doğum yapabilme yetisine sahip olması kadını kutsallaştırırken bir yandan da sınırlamaktadır. Kadınlar, kendilerine dayatılan toplumsal yapıya uygun kadın rolünü üstlenmektedirler.

Beauvoir eril düzende kadının, çizilen alanda yaşamaya mahkûm edilmiş ve aşkınlık tarafı ketlenmiş, engellenmiş bir varlık olduğunu belirtmektedir. Kadının, varlığını erkeğe ve çocuklara adanmaya zorlandığını vurgulamaktadır. Kadın içinde bulunduğu toplumsal yapıya bağlı olarak doğduğu andan itibaren bu amaç çerçevesinde yetiştirilmektedir. Cinsiyetli beden, kız çocuk olma, genç kız olma, kadın olma, olgunluk, yaşlılık gibi süreçler toplumsal cinsiyet sayesinde kadın tarafından

yaşanılmakta ve anlam kazanmaktadır.<sup>18</sup> Bu süreç beklentileri içselleştirerek, kendini bu şekilde eğiten, erkeğe ve çocuğa adayan kadın durumunu “zorlama” olarak görmeyebilmektedir. Kadının “doğa”sı gereği naif olduğu, evin içinde kalması gerektiği, erkeğin koruması altında olması gerektiği gibi fikirlere kapılarak, toplumsallaşma sürecinin getirisi, bazı toplumsal yapılar içinde “kader” olarak konumlandırılmaktadır. Erkek “doğa”sı gereği sert, kaba, güçlü, kamusal alanda yer alması gereken, “akıllı” bir varlıkken, kadın aksine duygusal, narin, kamusal alanda var olamayacağı için ev içi alanda varlığını gösteren bir konuma sokulmaktadır. Beauvoir “İkinci Cinsiyet” adlı eserinde; erkek “özne” kadın ise mutlak “başka” olma durumuna dikkat çekerek kadınlar için “ikinci cins” kavramını kullanmaktadır. Kadınlar doğası gereği olduğu söylenerek hiyerarşik toplumsal yapıda başka, öteki konumuna yerleştirilmektedir.

Biyolojik duruma yönelik atıfların yanı sıra kadının doğasının tarihsel süreç içerisinde ikincil olduğuna dair atıflardan da bahsedilmektedir. Annelik hakkı ve medeniyet kadınlara atfedilirken, “vahşi” ve “kaba” olma durumu erkeğe avlanma görevi üzerinden atfedilmektedir. Beauvoir tarih öncesi verilerden yola çıkarak ilk dönemlerde toplumsal düzen içerisinde kadınların yük taşıma ve savaşta da görev alma konusunda aktif olduklarını ancak doğurganlık döneminde olan kadının bu durumun onun gücünü azaltan bir yük olarak görülmesi nedeniyle korunmaya ihtiyaç duyan bir hale geldiklerini söylemektedir. Ona göre “kadının üzerindeki en büyük lanet, savaş seferlerinden dışlanmış olması”<sup>19</sup> toplumsal hiyerarşide kadını alt konuma itmiştir. Beauvoir savaş seferleri nedeniyle kendi yaşamını tehlikeye atan ve öldüren cinsiyete toplumsal hiyerarşide üstünlük tanındığını ifade etmiştir. Tarihöncesinde oluşan cinsiyete dayalı hiyerarşiye duyulan inanç erkeği “koruyan”, “üreten”, “özgür ruh” olarak konumlandırılmaktadır. R. W. Connell, insanın alet yapma döneminden gelen kalınlarda cinsiyet ilişkilerini vurgulayan bir veriye rastlanmadığını, bir kanıt olmadığını belirterek bir tahminden ibaret olduğunu belirtmektedir.<sup>20</sup> Bu tahmin sonucunda oluşan toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin modern çağlarda farklı formlara

<sup>18</sup> De Beauvoir Simone, çev. Savran Gülnur, İkinci Cinsiyet Olgular ve Efsaneler, KoçKam, Ekim 2019, İstanbul, s. 14

<sup>19</sup> A.g.e. s.92

<sup>20</sup> Connell R.W., çev. Soydemir Cem, Toplumsal Cinsiyet ve İktidar, Ayrıntı Yayınları, Mart 2017, İstanbul,

bürünse de özellikle gündelik hayatta belirginliğini korumakta olduğu söylenebilmektedir. Kültür aktarımı ve toplumsallaşma süreci çocuğu bu tarihöncesi dönemde kabul edilen hiyerarşiye uygun olarak yönlendirmektedir. Feminizm, toplumsal cinsiyete dayalı hiyerarşiye karşı çıkarak kadının hem kamusal alanda hem de özel alanda erkekle eşit konumda bulunması ve eşit haklara sahip olmasının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Kültür aktarımıyla gelen bu eşitsiz yapının, kültür kodlarının değiştirilerek gerçekleşeceğini ileri sürmektedir.

Kültürel feminizm, cinsiyete dayalı iş bölümünde özellikle aile yapısı içinde görerek, deneyimleyerek ve bu kodları benimseyerek büyümüş ebeveynlerin çocuklarının da bu döngü içinde büyüdüğünü söylemektedir. Aile yapısı eril yapıya dayanan çocuk toplumsal cinsiyet rollerini bu şekilde benimsemektedir. Dolayısıyla bu duruma kız çocuklar açısından bakıldığında Freudyen bakış açısıyla hemcinsini örnek olarak toplum tarafından kabul edilebilen kadın olmanın gerektirdiği rolleri benimsemekte ve aynı zamanda toplumsal cinsiyet rollerini içselleştirmiş olan ebeveynler tarafından bu yöndeki rolleri içselleştirmeleri beklenmektedir.

Bandura'nın sosyal öğrenme kuramı da çocuğun görerek ve deneyimleyerek aile yapısında, ilerleyen yaşlarda okul eğitim sisteminde ve maruz kaldığı diğer uyaranlar tarafından bu rolleri benimsediğini, pekiştirdiğini işaret etmektedir. Özellikle geleneksel kültürel yapısı ve kültür aktarımı yoğun olan ülkelerde cinsiyete dayalı toplumsallaşma ajanlarının yoğunluğu ve yapısı bireyin doğumundan ölümüne kadar olan süreçte oldukça etkili olmaktadır. Bandura gündelik hayatta çocuğun sayısız kez toplumsal cinsiyet rollerini izleme fırsatı olduğunu belirtmektedir. Çocuk farklı cinsiyetlerden arkadaş edinebilmesine rağmen aynı cinsiyetten olan rol modellerini benimsemeye yatkın olduğundan, bu arkadaş grupları içinde toplumsal cinsiyet rollerine daha fazla dikkat ederek davranışlarını buna göre değiştirmekte ve şekillendirmektedir. Bussey ve Bandura'nın 1992'de yaptıkları araştırma<sup>21</sup> sonucu çocukların 4 yaşından itibaren toplumsal cinsiyet dışı davranışları onaylamamaya başladığını ve bu yönde davranış geliştirdiklerini ortaya koymuştur. Bu araştırmadan da yola çıkarak sosyal öğrenme modeli ile çocukların toplumsal cinsiyete dayalı rollerini, ilişki kurma biçimlerini,

---

<sup>21</sup> Miller Patricia H., çev. Zeynep Gültekin, Gelişim Psikolojisi Kuramları, İmge Kitabevi, Ankara, Nisan 2017, s. 217



beden görünümelerini ve karşı cinsi algılayış biçimlerini oluşturduklarını söylemek mümkündür. Çocukların gözlemlerini sembollere dönüştürme ve birleştirme yetisi ile sembolleri kullanmaya başlamaları sonucunda semboller imgelere dönüşmekte ve pekişmektedir. Çocuğun bir davranış ve bir imge ile sık karşılaşması belleğinde tekrarını arttırarak bunların pekişmesini ve bellekte depolanmasını arttırmaktadır. Gündelik hayatın pek çok alanında toplumsal cinsiyete dayalı kodları gören çocuk bu kodları belleğine depolamaktadır. Kültürel feminizmin ve sosyal öğrenme modelinin temelinde çocuğun toplumsal sistem içinde rolleri öğrendiğini ve bir süre sonra bu sistemin yeniden üreticisi halini aldığını işaret ettikleri söylenebilmektedir.

### **3. İdeal Bedenin Yeniden İnşası**

Cinsiyet üzerinden konumlanan toplumsal cinsiyetin en belirgin ve ilk göstergesi bedendir. Birey, toplumsallaşma sürecinde gündelik hayatını idame ettirirken medya gibi çeşitli araçların kullanımıyla maruz kaldığı toplumsal cinsiyet rollerine ve bu rollerin gereklerini yerine getirmeye farkında olarak veya olmayarak ikna edilmektedir. Birey, özellikle de modern ve postmodern toplumların en önemli tüketicisi konumuna getirilen kadın, bedenini cinsel olarak inşa etmekte ve kontrol altında tutmaktadır.

Antik düşünürlerden itibaren beden ve ruh birbirinden ayrılmıştır. Beden, ruhun hapisanesi gibi imgelenirken aynı zamanda kirli, günahkâr ve dünyevi olarak alçaltılmıştır. Butler “Beden süreduran, hiçbir şeyi imlenemeyen, daha doğrusu cismani bir boşluğu imleyen maddedir, düşmüşlük halidir: aldanmadır, günahdır, cehennemin ve ebedi dişiliğin ön uyarısı niteliğindeki eğretilmeler bütünüdür.”<sup>22</sup> olarak ifade etmektedir. Beden-ruh ikiliği toplumsal cinsiyetin oluşmasında etkili olmuştur. Ancak Butler, beden sınırlarının çizilmesinde şeyleştirilmiş tarihten çok toplumsal alanın varlığına vurgu yapmaktadır: “İşaretlendirmeye sebep olan şey, dağınık ve etkin yapılandırılmasıyla toplumsal alandır.”<sup>23</sup> Beden ile toplumsal cinsiyet ilişkilendirilirken toplumun sınırları beden görünümünü belirlemektedir. Cinsiyete dayandırılan söylemler toplumsal cinsiyetin meşrulaştırıcısı veya doğallaştırma aracı olarak ifade edilebilmektedir. Serpil Sancar, “insan bedeni, toplumsal ilişkilerin üzerine farklı

---

<sup>22</sup> Butler Judith, çev. Ertür Başak, Cinsiyet Belası, İstanbul Mayıs 2008, s.215

<sup>23</sup> A.g.e, s.217

anlamlar yazdığı sembolik bir mekân, üzerinde sosyal belirlenimlerin kök saldığı bir zemindir; işaretlenmekte, boyanmakta ve farklı anlamlara işaret etmek üzere kodlanmaktadır”<sup>24</sup> demektir. Eril iktidar, kadın ve erkek bedeni imgelerini farklı kültürler ve bölgesel değişkenlerin de etkisiyle farklı erkeklikler ve kadınlıklar olarak inşa etmektedir. Kadın bedeni erkek için metalaşırken, modern/post-modern toplumlarda erkek bedeni de metalaşmaktadır. Metalaşma sürecindeki rıza kavramı önemli bir yere sahiptir. Eril düzen içinde “beden, beğenilerin maddileşmiş formu”<sup>25</sup> olması bakımından birey bedeninin inşa sürecine gönüllüdür, bu sürece rızası olarak dahil olmaktadır; beden bir çeşit cazibeye ve karizmaya dönüştürülmektedir.

Beden, Türk Dil Kurumu<sup>26</sup> tarafından “canlı varlıkların maddi bölümü, vücut” olarak tanımlanmaktadır. Klasik felsefe insanın ruh ve bedeni anlamaya yönelik çabaları sırasında bedeni ruhun taşıyıcısı, ruhun hapisanesi olarak belirtmektedir. Aklın önem kazandığı aydınlanma düşüncesi bedeni tamamen nesnelleştirerek bireyi yani akli özne olarak kurgulamaktadır. Bu kurguya göre beden engellenmekte, akıl ise özgür bırakılmaktadır. 17. yüzyıldan itibaren bu kurgu yerini “ruh”un var olmak için bedene ihtiyacı olduğunu ve ikisinin ayrılmaz birer bütün olduğu görüşüne bırakılmaktadır. Bu görüş ile beden bir anlamda görünmez olmaktan çıkıp, görünür bir konuma taşınmaktadır.

Beden multidisiplinel alanlarda çalışılan bir konu olmakla birlikte toplum tarafından üretilen çerçevelere bağlı olarak bağlı olarak diyet, estetik cerrahi, vücut geliştirmeye yönelik olarak yapılan spor ve cinsellik gibi yönlendirmelerle sınırlandırılmaktadır. Beden bu sınırlandırmalarla birlikte seyredilen nesne ve ruhun vitrini halini almaktadır. Birey, özne olabilmek ve toplumda varlığını belirginleştirmek için bedenini göstermeye/süslemeye ihtiyaç duyar hale getirilmektedir. Bedenen güçsüz olmak artık sağlıklı olma ya da olmama durumuyla değil, güzel olma durumuyla doğru orantılı olarak ilerlemeye başlamıştır. Beden ne kadar güzel bir görünüme sahipse toplum bireyi o kadar kabul etmektedir. Beden, bu bağlamda bir projeye dönüşmüştür.

---

<sup>24</sup> Sancar Serpil, Erkeklik İmkansız İktidar, Metis Yayınları, Kasım 2016, s. 195

<sup>25</sup> Türk H. Bahadır, Eril Tahakkümü Yeniden Düşünmek: Erkeklik Çalışmaları İçin Bir İmkan Olarak Pierre Bourdieu, s. 8

<sup>26</sup> www.tdk.gov.tr

Postmodernizmle birlikte erkek bedeninin de görsel bir imge halini aldığını yadsımadan kadın bedeninin “dişillığın özü” olarak cinsel bir obje olduğunu söylemek mümkündür. Kadın bedeni bakılan, seyredilen olarak toplumsal düzen içinde konumlandırılmaktadır. Bu nedenle dişili olan güzel, seksi olmalı imajı yaratılmaktadır. Toplum, kadını adeta bir heykel gibi görmek istemektedir; tanrıça, melek gibi insan üstü, insan dışı fiziksel özellikler yüklenerek seyir aracı haline getirilmektedir. Kadına özgü olan hamilelik sürecinde zayıf ve formda olmak, hamileliğin hemen sonrasında zayıf ve eski haline kavuşmak sağlıklı olmaktan daha önemli bir hale getirilmektedir. Medyada ve yeni medyada doğumdan hemen sonra nasıl kilo verileceğine ilişkin çeşitli reklamlara ya da bloglara rastlamak mümkündür. Sokakta ve medyada, hatta yeni medyada doğum yapmasına rağmen ideal kilosu bozulmayan, fiziksel olarak yıpranma yaşamayan kadınları görmek kadını bedeni üzerinden sorgulamaya ve bu yönde bir değişime yöneltmektedir.

Kadın, bedenini “arzu edilen” konuma sokmaya çeşitli uyarılar ile ikna edilmektedir. Başta diziler olmak üzere medya, sosyal medya ve hatta günlük yaşam rutininde yer alan karşılaşılan alanlarda bireyler üzerinden “ideal kadın bedeni” çizilmekte ve çizilmiş kadın bedenine maruz bırakılmaktadır. Her gün bu görüntüye maruz kalan kadın, ideal görünüşe kavuşmak istemekte, eril hegemonyanın egemen olduğu toplumda bu şekilde kabul göreceğini düşünmektedir. Bu yönlendirme, hiç de bedeni tanımak amacıyla değil, daha çok fetişist ve gösterişsel bir mantıkla bedenin parlatılması, mükemmelleştirilmesi ve işlevsel nesne olarak dışarıya açmak amacıyla bedenin kontrol altına alınmasına yönelik telkinidir. Bedenin keşfedilmesi ve sevilmesine yönelik akımlar, “yeniden sahip çıkılan” beden algısı oluşturmaktadır. Fakat kapitalist amaçlara bağlı olarak beden zaten bir yatırım olarak konumlanmaktadır. İnceoğlu “beden bir kültür varlığı gibi çekip çevrilir, düzenlenir, sayısız toplumsal statü göstergelerinden biri olarak güdümlenir”<sup>27</sup> diyerek toplumsal düzenin işaret ettiği bedeni ifade etmektedir. Bedene yönelik yatırımlar, kadınların kendilerine yönelik bir sevgisi gibi gösterilse de aslında kadını toplum/kapitalist sistem için var etmektedir. Toplum kadına çeşitli toplumsallaşma araçları aracılığıyla ve uyarılarla bir nevi “kendisi için yapması” gerekenler listesi dayatmaktadır. Bir anlamda birey bedeninden

<sup>27</sup> İnceoğlu Y., Kar A., Kadın ve Bedeni, Ayrıntı Yayınları, 2016, İstanbul, s. 78

sorumlu kılınmakta ve ona iyi bakmak, onunla ilgilenmek ve onu “seyredilen/arzu edilen” bir nesne haline dönüştürmek zorunda bırakılmaktadır.

Toplum bireye toplumun kabullerine göre güzel olmayı dayatmaktadır. Çocukluktan itibaren önce toplumdaki yansımada sonra da aynada kendini beğenmeye odaklanmaktadır. Özellikle dizilerde zayıf, uzun bacaklı, iri ve idealleştirilmiş göğüs yapısına sahip, uyurken, ağlarken bile makyajı bozulmayan, ojeleri çıkmayan, her zaman gülümseyen kadınlar görülmektedir. Medya ve sosyal medya da görülen doğum yapmasına rağmen hiç kilo almamış mankenler, influencer ve bloggerlar; her daim bakımlı olma yollarını anlatan dergiler ve internet siteleri bir anlamda kadına nasıl daha iyi bir vitrin olacağını anlatmaktadır. Bu nedenle, güzellik kadın için bir inanç sistemi, halini almaktadır. Kadın bedeni bireysel kimliğin inşa edilmesinde ve gösterilmesinde bir obje halini almıştır. Bedeni şekillendirmek, estetik açıdan kusurlu beden parçalarından plastik cerrahi ile kurtulmak, moda olan görünüme ulaşmak için giyinmek bireysel kimlik inşası halini almaktadır. Mankenlerin ideal beden referansı olarak alındığı toplumda, “zayıf beden” tutkusu ortaya çıkmakta ve bu tutku ölümlerle sonuçlanabilmektedir. Tüm bu tüketim hareketi kadının özgürleşmesi için yapıldığı izlenimi verse de aslında eril hegemonyanın bir parçasıdır ve kadını bu güzellik kültürünün mahkûmu haline getirmektedir. 2006 yılında yayınlanmaya başlayan ve sonra benzerleri de çekilen Çirkin Betty isimli televizyon dizisi kadının yerel toplumun güzellik kodlarına göre çirkin olmasının sosyal olarak dışlanma ve sevilme nedeni olarak göstermekte ve “çirkin olan herkes yok olmalı” mesajını vermektedir. Betty toplumsal kodların kabul ettiği doğrultuda güzelleştikten sonra sosyal kabulü artmış, özellikle karşı cins tarafından onaylanmaya ve hemcinsleri tarafından rakip olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Mutluluğun anahtarı gibi sunulan; sevdiği kişi tarafından sevilme, iş yerinde yükselmek gibi gündelik olaylar toplumun gözünde güzel olduktan sonra gerçekleşmektedir. Cihan Ertan kültür endüstrisi aracılığıyla üretilen kültürel ürünlerin pek çoğunun beden üzerinde görünürlük kazanma ve bireysel kimliği inşa etme, benlik algısı oluşturma ve sınıfsal olarak konumlanma gibi konularda olanak sağladığını iletmektedir.<sup>28</sup> Kültür endüstrisi kadının toplumsal kodların

---

<sup>28</sup> Ertan Cihan, Dövmeli Bedenler Bir Beden Sosyolojisi Kitabı, Phoenix Yayınevi, Ağustos 2017, Ankara, s. 80

yönlendirdiği şekilde arzulanan, sevilen ve kamusal ve özel yaşamda başarılı olan bir kadın olarak tanımlanabilmesi için ürünler ve hizmetler sunmaktadır. Modadan kozmetiğe, estetikten spor alanına kadar kadının sağlıklı, genç, fit olarak kabul edilen güzelliğe ulaşabilmesi için pek çok yöntem bulunmaktadır. Medya ve yeni medyada bedeninden memnun olmak ve bedenini sevmek “mutluluğun” temel anahtarı gibi resmedilmektedir. Kadınlar genellikle makyajsızken ya da kötü olduğunu kodladıkları şekilde giyindiklerinde kendilerini çıplak ya da güçsüzleşmiş hissettiklerini söylemektedir.<sup>29</sup> Popüler söylemin işaret ettiği “ideal kadın” görüntüsüne kavuşmak için kadınlar para ve zaman harcamakta ve fiziksel acı çekmektedir. İdeal olarak gösterilen bu güzellik anlayışı, özellikle parlak saçlar, renkli gözler, idealleştirilen beden algısına yönelik ince ve yuvarlak hatlara sahip beden görünümü Barbie bebeklerle özdeşleşmiştir. Pek çok davaya konu olan, şiddetle karşı çıkılan ve pek çok kız çocuğunun en sevdiği oyuncak olan Barbie Bebekler ilk ideal kadın bedeni olarak gösterilmektedir. Pek çok kadın Barbie bebeklere benzemek için estetik amaçlı ameliyat olmuştur.



Görsel 1. ABD, Ohio'da yaşayan Nannette Hammond'ın eski görüntüsü (solda), yeni görüntüsü ise oldukça farklı (sağda). (Hürriyet-Kelebek 2016)

“Bedenlerini yeniden keşfetme umuduyla” kozmetik mağazalarına, butiklere, estetik merkezlerine, masaj salonlarına ve diyetisyenlere adayan kadınlara sıklıkla rastlanılmaktadır. Beden ve nesnenin teorik denklikleri “satın al; kendinle barışık ol” sihirli formülüne olanak tanımaktadır. Bu “psikofonksiyonelliğin kendi ekonomik ve ideolojik anlamını kazandığı nokta; vücut satar, güzellik satar, erotizm satar”<sup>30</sup> olarak ifade edilmektedir. Dove'un The Real Truth About Beauty: Revisited araştırma

<sup>29</sup> İnceoğlu Y., Kar A., Kadın ve Bedeni, Ayrıntı Yayınları, 2016, İstanbul, s. 77

<sup>30</sup> A.g.e., s. 97

sonuçlarına göre tüm dünyada kadınların sadece %4'ü kendisini güzel bulmaktadır. Bu durum medya, sosyal medya ve sokakta maruz kalınan kabul edilen kodlara göre güzel, genç, sağlıklı ve seksi olan kadınların onaylanma mekanizmasının bir sonucu olarak görülmektedir. Kadınlara yönelik olmayan bir ürünün reklamında bile ideal kabul edilen güzellikteki kadınların kullanılması, dizilerde erkeklerin daha genç ve daha güzel kadınları eş ya da sevgili olarak tercih etmesi kadınların, özgüvenini sarsmakta ve kendi iç muhasebesinde başka kadınlar ile kendini kıyaslamasına neden olmaktadır. Kadın ancak, 2004 yılında yayınlanan “Kadın İsterse” adlı dizide olduğu gibi çeşitli acılar çektikten sonra görünüşünü değiştirerek erkeği “kazanabilmektedir”.

Toplumsal güzellik kodları obje haline getirilen bedenin fiziksel olarak zayıf olmasını diyetle sağlamaktadır. Bu amaçla detoks, spor, sauna gibi yollar sunmaktadır. Modern ve postmodernizmin yaygın hastalıklardan biri olan anaroksiya, kendilerini hiçbir zaman yeterince zayıf hissetmediklerini için kadınların ölümüne diyetle devam ettikleri sonucunu ortaya koymaktadır. Henriette Hömke, Almanya güzellik yarışmasına 2006 yılında katılmış bir kadındır. Yeterince zayıf olmadığına inanarak diyet yapmaya başlamış ve diyet sonucunda hayatını kaybetmiştir. 2021 yılında Seren Serengil, zayıflamak için bir dizi ameliyat geçirdiğini ve sağlığının geri dönüşüme biçimde zarar gördüğünü açıklamıştır. Bunun gibi örnekler çoğaltılabilmektedir.

Tüketim toplumu, kadına fit görünmek, makyaj gibi modayı da dayatmaktadır. Moda sektörü hızla değişen kıyafetleri, ayakkabıları kadınlara sunmaktadır. Kadın, bakımlı ve güzel görünmek için gardırobunu sürekli değiştirerek modanın hızına yetişmeye çalışmaktadır. Kadın, düzenli olarak bakım merkezlerine ve alış-veriş mağazalarına gitmekte ve hizmet satın almaktadır. Kadın, “çirkin kadın yoktur bakımsız kadın vardır” reklam sloganından yola çıkarak ve maruz kaldığı “ideal bedenler” ile ekonomik yetersizlik arasında sıkışmakta ve bu sistemine ayak uydurmaya çalışmaktadır.

Kadının “arzulanır beden” haline getirilmesi aynı zamanda sosyal beden kavramını çağrıştırmaktadır. Sosyal medyanın da etkisiyle, bireyler tüketim ürünleri ve beden görünüşleri aracılığıyla kendilerini ve kurguladıkları ideal hayatlarını diğerlerine sunmaktadır. Sosyal medya bir sahne görevi görerek bireyin sunma davranışına zemin oluşturmaktadır. Bu nedenle birey her an sahnedeymiş düşüncesiyle rakiplerinden bir

adım önde olmak ve daha güzel görünmek için her zaman hazır tutmaktadır. Bedenin görünür kılınması bireysel kimliğin sunulması olarak da okunabilmektedir. Connell, “kullanıldığı biçimiyle beden, ben olan beden, anlamlar vermektense almakta olan toplumsal bir bedendir”<sup>31</sup> demektedir. Bu söylem üzerinden toplumun verdiği anlamlar üzerinden var olan ve bu anlamları anlamayı kabul eden, buna ikna olan beden olarak ifade etmek mümkündür. Bordieu’nün işaret ettiği rıza kavramı bu noktada önemini göstermektedir. Kadın, bakılan olmak için rıza sahibidir; bedenini toplumsal kadın bedeni normlarına sokmak için rızası vardır.

Tüm bunların yanı sıra kadın bakımlı olmaya çalışırken aynı zamanda eril hegemonya kadının üzerinde egemenlik kurmak istemektedir. Kadın, özgürleşmek adına sadece bedenine odaklanırken kadın olmak kimliğini bunun üzerinden oluşturmaktadır. Tüketim bu bağlamda bireyin özgürlüğünden ziyade esareti halini almaktadır. Foucault, tüketimin şekillendirdiği toplumları “hapseden toplumlar” olarak değerlendirmektedir. Tüketim malları, bireyin statüsünü belirlemektedir. Birey ne kadar tükettiği ile doğru orantılı olarak toplumsal statüde üst basamaklara yerleşmektedir. Çirkin Betty örneğinde olduğu gibi fiziki kodlara göre çirkin kadın görünmezken yine fiziki olarak güzelleşince toplumun gözünde konum olarak yükselmektedir. Güzel kadın toplumun, hayatının gözdesi olarak görülmektedir. Bedenin ince olması, kadının makyajlı olması, moda olan kıyafetlerin giymesi tüketim toplumunun güzel olma şartı olarak sunulmaktadır. Toplum, moda sektörü ile tek tipleşmektedir. Bedenin yükselişi ile birlikte mükemmel tek tip beden görünüşleri meydana çıkmıştır. Tek tipleşmiş tüketim toplumundaki tezat nokta ise iki kadının aynı kıyafeti giyerek bir ortamda bulunmasıdır. Her kadının farklı bir ürün olarak fakat ideal görünümün dışına çıkmayarak tüketim toplumunun içinde yer alması istenmektedir.

Kadın, mükemmel görünmeye teşvik edilmenin yanı sıra bedeninin kontrolünün eril hegemonyada kalması amacıyla özgürlükleri bakımından da sınırlandırılmaya çalışılmaktadır. Kadın toplum içinde özne olarak değil “beden” olarak varlığını sürdürmektedir. Bedenin sahibinin erk olarak gösterilmesi; medya ve toplum içinde var olan ideal kadın figürlerinin varlığı ile kadın bedenini erke hizmet etmek üzere

---

<sup>31</sup> Connell R.W., çev. Soydemir Cem, Toplumsal Cinsiyet ve İktidar, Ayrıntı Yayınları, Mart 2017, İstanbul, s. 132

kurgulanmakta ve yönlendirilmektedir. Kadın ise, tüm bu sanal dünyanın içinde ideal olana yönlendirilerek odaklandığı noktaya ulaşmak için çaba sarf etmeye gönüllü hale gelmektedir. Kadın, bedeninin güzel kalabilmesi adına yine bedenini kontrol altına alarak “doğum kontrol” yöntemlerini uygulamakta ya da hamilelik ve sonrası süreçte yine bedeni kontrol ederek güzellik standartları içerisinde kalmaya çalışmaktadır. Eril düzen tarafından beden ve kimlik kontrol altında tutulmaya çalışılmaktadır. Bu da “güzellik kültürleri” adı altında kadın farkında olmadan, kadın ikna edilerek ve beden olarak inşa edilerek gerçekleşmektedir.

Erkek bedeninin de tüketim objesi haline gelmesiyle birlikte, bakımlı, seksi, güçlü gibi erkeklikler ön plana çıkarılmaktadır. Özellikle kaslı beden görünümüne sahip erkek “güçlü erkek” formunun göstergesi olarak kabul edilmektedir. 2011 yılında bir markanın bisküvi ürünlerin pazarlanmasında kullanılan erkeklik modeli bu dönüşümün önemli bir örneğidir. “Victoria’s Secret kızları” ile aynı düzlemde oluşturulan bicolata erkekleri güçlü, seksi, “işçi”, kaslı (geniş omuzlar, kaslı kollar ve baklava karın kasları) görünümleri ile beden algısının dönüşümünde rol oynamışlardır. Erkek bedenini estetik açıdan öne çıkarılırken kadın gibi görünmemesi de önemli bir faktör olarak görülmektedir. Bu bağlamdan yola çıkılarak toplumda kadına atfedilen bazı kavramlar ve deyişler dönüştürülmüştür; “kilo sorunu yaşayan erkek diyet yapmamakta, egzersiz yapmaktadır”. “Body building” erkek bedeninde önemli bir yere sahip hale getirilmiştir. Vurgu yapılan kaslı kollara sahip olmanın yolu olarak gösterilen vücut geliştirme genellikle erkeklerin yaptığı bir spor olarak sunulmaktadır. “Erkeksi sporlar” erkeği fit ve kaslı yaparken kadına atfedilen özelliklerden uzaklaştırmaktadır. Eril olarak inşa edilen şeyler düzeni erkek bedeninin gücünü öne çıkararak diğer bedenler üzerinde tahakküm kurmaktadır. Bunun yanı sıra değişen düzen ile birlikte monolojik erkeklikler yerini sosyal ve duygusal ilişkilere daha açık diyalojik masa başı erkeğine bırakmıştır.<sup>32</sup> Sadece bakılan nesne olarak kurgulanan kadınlığın tersine erkeklik bakılan, bakan, sahip olan ve koruyan olarak sunulmaktadır.

Tahakküm başarısı erkeğin kadını fethetmesi üzerinden kurgulanmaktadır. Bakılan, güçlü ve hegemonik bir erkek olmak eril düzende övünülecek bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Erkek ilişkilerde aktif olan ve alanın sahibidir. Bu nedenle beden

<sup>32</sup> Sancar Serpil, Erkeklik İmkansız İktidar, Metis Yayınları, Kasım 2016, s. 250



inşası aktif ve tahakküm altına almayı simgeleyecek şekilde inşa edilmektedir. Dövüş oyunlarında daha çok adam dövmek ya da öldürmek, iyi futbol oynamak ya da sokaklara (görünür olan mekanlara) kurulan boks makinalarında yüksek puan almak erkeğin erkekliğini farklı erkeklere, kadınlara kanıtladığı ve rakibi olan heteroseksüel erkeklere gözdağı verdiği platformlara dönüşmüştür. Erkek, erkeklere ayrılmış alanlara girmeyi reddederse ya da bu alanlarda gücünü/başarısını kanıtlayamazsa toplumun kabul ettiği anlamda onaylanmamaktadır. Erkek ona ayrılan kamusal alanda önce kaslı vücuduyla sonra da gücüyle erkekliğini kanıtlamak için yönlendirilmektedir. Bu bağlamda erkek kamusal alanda statü bakımından daha yukarda kalmakta, doğallaştırılan eril-dişil düzen içinde erkeklik görünümünü yeniden üretmektedir. Toplumsallaşma sürecinde bu durum doğallaştırılmaktadır. Bourdieu bunun dönüşümünün ancak yeniden gelenekleşme ile, toplumsallaşmanın toplumsal cinsiyet ayrımı yok edilerek yeniden yapılandırılmasıyla mümkün olabileceğini söylemektedir.<sup>33</sup>

Kadın ve erkek bedeninin bireye ait olmaktan çok toplumsal düzenin bir parçası olduğu ve topluma ait illegal kuralların yönetiminde olduğunu söylemek mümkündür. Kadın ve erkek medya, sosyal medya ve sanal gerçeklikte sunulan bedene ulaşmak için çabalamak ve görünüme kavuşmak durumunda bırakılmakta, bu konuda ikna edilerek rıza göstermektedir.

#### **4. Oyun Kavramına Bakış**

Oyun, Türk Dil Kurumu Sözlüklerinde “belirli kuralları olan, iyi vakit geçirmeye yarayan eğlence” olarak ifade edilmektedir. Oyun kavramı insanlık tarihi kadar eskidir. Modern dönemde oyun çocuklar için bir deneyimleme aracı olmanın yanı sıra, yetişkinler içinde önemini korumaktadır. Oyun ayrıca eğitim aracı olarak da toplumsal hayatta kendisine yer bulmuştur. Özellikle dijitalleşme ile birlikte oyun oynama yaş kabulleri ortadan kalkarak, oyun herkes için bir ihtiyaç olmaya başlamıştır.

##### **4.1.Oyun Kavramının Tanımlanması**

Oyunun insanlık tarihi kadar eski olduğu; hatta hayvanların da oyun oynadıkları bilinmektedir. Huizinga Homo Ludens adlı yapıtında Homo Faber (yapımcı insan) ve Homo Sapiens (düşünür insan) kavramlarına Homo Ludens (oyuncu insan) kavramını

---

<sup>33</sup> Bourdieu Pierre, çev. Yılmaz Bediz, Eril Tahakküm, Bağlam Yayınevi, İstanbul, Mayıs 2015, s. 22

eklemektedir. Hayvanlar gözlemlendiğinde, oyunun sadece insana özgü olmadığı görülmektedir. Homo Ludens ise oyunu oynamanın ötesinde belli bir mantık çerçevesine yerleştiren ve kuralları oluşturan insan olmak bakımından önem taşımaktadır. Huizinga, oyunun kültürden önce var olduğunu hatta kültür biçimlerinin oluşmasında önemli bir etken olduğunu vurgulamaktadır. Oyun, en genel anlamıyla insanların birlikte ya da tek başlarına boş zamanlarını değerlendirmek, eğlenmek için düzenledikleri, belli kuralları olan ve gönüllü olarak katılım gösterilen etkinliklerdir. Huizinga, “oyun anlam bakımından zengin bir işlev” olduğunu vurgulayarak oynamanın eyleme bağımsız anlam kattığını söylemektedir: “eğer oyuna bir öz yükleyen bu faal ilkeye zihin dersek aşırıya kaçmış oluruz; eğer ona içgüdü dersek hiçbir şey söylememiş oluruz”.<sup>34</sup>

Oyunun kökeni ve temelini fazla yaşam enerjisini atmanın bir yolu, taklit eğilimini tatmin etme, gevşeme ihtiyacını giderme ya da hayata karşı bir hazırlık provası gibi değerlendiren teorilerden de bahsetmek mümkündür. David Elkind, “oyun dünyaya uyum sağlamamızı ve yeni öğrenme yaşantıları yaratmamızı sağlayan gereksinimimizdir”<sup>35</sup> diyerek bu görüşü desteklemektedir. Nutku, ilkel çağlardan beri insanın çevresini tanıma, doğaya ilişkin bilgi sahibi olma, kendinden ötede olana dair merak, korku ve ilgi nedeniyle oyunu kullanmakta olduğunu ileri sürmektedir. Aynı şekilde Huizinga ilkel toplulukların törenlerinde, ayinlerinde basit oyunları kullandıklarını belirtmiştir. Piaget oyunun yeni şeylerin ortaya çıkmasında bir araç olduğunu ifade etmektedir. İnal, “Berne oyunu genellikle tekrarlardan oluşan, anlamı sıg, gizli bir motivasyonla yapılan, tekrar tekrar ortaya çıkan bir işlemler gurubu olarak tanımlarken, aslında oyuna dışarıdan bir anlam atfedilmesinin yanlışlığına değinir”<sup>36</sup> diyerek oyunda çocukların düşünme pratiklerine ve özgürlüğüne dikkat çekmektedir.

Huizinga kavramın tam olarak oyun olarak ifade edilebilmesi için önemli özelliklerinden bahsetmektedir. Oyun, boş zamanlarda gerçekleşen ve isteğe bağlı bir eylem olması gerekmektedir. O, oyunun özgür olmasına vurgu yapmaktadır: “Çocuk ve hayvan oynarlar, çünkü oynamaktan zevk alırlar; işte özgürlükleri tam da bu

---

<sup>34</sup> Huizinga Johan, çev. Kılıçbay Mehmet Ali, Homo Ludens, Ayrıntı Yayınları, 2006, İstanbul, s.17

<sup>35</sup> Elkind David, çev. Erol Öngen Demet, Oyunun Gücü, İmge Kitabevi, Mart 2011, Ankara, s. 17

<sup>36</sup> İnal Kemal, Çocuk Hakları ve Siyaset, Yeni İnsan Yayınevi, Mayıs 2018, İstanbul, s. 141

noktadadır.”<sup>37</sup> Oyun gerçek yaşamdan farklı olan oyun, geçici o olarak kendi dünyasını oluşturarak ve o dünyanın içine girerek yapılmaktadır. Metin And, bu durumu günlük yaşamda bir ara veriş, bir dinlenme, günlük yaşamın süsü gibi olarak tanımlamaktadır.<sup>38</sup> Oyun, kendine özgü yerle ve süreyle sınırlanmaktadır; başlar ve belli bir sürede bitmektedir. Gerilim, önemli bir diğer nitelik olarak görülmektedir; belirsizlik, rastlantıya dayanmaktan çıkarak belli bir sonuca ulaşmak, onu elde etmek için bir çabanın sonucunda ortaya çıkmaktadır. Oyunun en önemli özelliği olarak oyuncuları birbirine yaklaştırması ve sosyal mesafeyi yok etmesi gösterilmektedir. Özellikle oyun oynayan çocuklar gözlemlendiğinde, yeni tanışmalarına rağmen oyun sonunda birbirlerine yakın davrandıkları görülmektedir. Oyunun tüm bu özellikleri ile bütünsel olarak ifade edilmekte ve bu bütünsellik içinde kavranarak ve değerlendirilerek anlaşılması mümkün olmaktadır.

Modernizmle birlikte oyun sadece çocuğa yönelik, çocuk için olmaktan çıkmış ve yetişkinlerin de günlük yaşamlarında yer edinmeye başlamıştır. Fakat çocuklar üzerinden oyunlar değerlendirildiğinde; çocukların oyunu içtenlikle ve oynamaktan zevk aldığı için oynadığı görülmektedir. Kurallardan, oyunun amacından önce zevk almak, eğlenmek gelmektedir. Yetişkinler için oyun bir amaç doğrultusunda gerçekleştirilen kurallı etkinlikler iken, çocuklar sonucun ne olduğuyla pek ilgilenmemektedir. Oyun olduğunun bilincinde olarak oynamaktadır. Huizinga, “hayvanlar oyun oynayabilirler: demek ki sadece mekanik varlıklar olmanın ötesindedir ve insanlar oyun oynuyor, oynadıklarının bilincindedir; demek ki insanlar da sadece akıllı varlıklar olmanın ötesindedir; çünkü oyun irrasyoneldir” çıkarımını yapmaktadır<sup>39</sup>

İnal, geleneksel çocuk oyunlarında açık alanlarda gerçekleşmesi, yetişkin müdahalesinden uzak olunması ve aşırı rekabet içermeyerek tüm çocukların bir arada oynadıkları bir etkinlik olduğuna dikkat çekmektedir. Post modern toplumlarda çocuk oyunları ise, birlikte oynanan oyunlardan bireysel ve kapalı alanlarda oynanan, bir tür iş ya da görev olarak algılanan bir biçim almıştır. Onur oyunların “programlı, yönlendirilmiş, işe dönüştürülmüş bireysel oyunlar, bu değişimler sonucu doğal,

---

<sup>37</sup> Huizinga Johan, Homo Ludens, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2006, s. 25

<sup>38</sup> And Metin, Oyun ve Bugü, Yapı Kredi Yayınları, Şubat 2012, İstanbul, s. 28

<sup>39</sup> Huizinga Johan, Homo Ludens, Ayrıntı Yayınları, 2006, İstanbul, s. 20

toplumsal ve özgür niteliklerini kaybetmiş”<sup>40</sup> olduklarını söylemektedir. Bu dönüşüm, çocuk oyunlarının zihinlerden silinmesine neden olarak Postman’ın “çocukluğun yokoluşu” işaretine bir kanıt olarak gösterilebilmektedir.<sup>41</sup> Dışarıdan güdülenme ile birlikte, özgür seçimden ziyade bir işe dönüştürülmesi ile oyun, özellikle okullarla birlikte bir tür eğitim aracına, bir tür iyileştirme, bireyi değiştirme aracına dönüştürülerek Huizinga’nın vurgu yaptığı niteliklerini kaybetmiş ve yeni bir form almıştır. Özellikle de oyunun irrasyonel oluşu ortadan kaldırılmaktadır. Oyunlar bir tür toplumsal denetim altına alınmaktadır. Bu dönüşüm diğerleriyle oynamanın yerini bir şeylerle oynamaya bırakmıştır; özellikle postmodern toplumlarda tablet, telefon gibi cihazlar aracılığıyla sanal oyunlarla oynamak, akranlarla bir araya gelindiğinde de yine bu sanal platformlar üzerinden oynamak halini almıştır. İnal “dayatma ve zorlama, görev ve iş çerçevesine sokma, aşırı kuralcı olma, rekabet ve kazanma güdüsüne yöneltme gibi yetişkin pratikleri oyunu yozlaştırır çünkü oyun, öncelikle kendine özgü bir yapısı olan ve çocukluğun en doğal biçimlerinden biridir”<sup>42</sup> diyerek yetişkin müdahalesinin oyunu bozduğunu vurgulamaktadır.

Oyun, Antik çağlardan beri süregelen fiziki, sosyal, özgür ve irrasyonel özelliklerini yitirmektedir. Oyunun aracı olan oyuncaklar bile post modern toplumlarda değişime uğramış, oyundan uzaklaşan bir hal almıştır. Oyun, çocuk tarafından kurulma özelliğini yitirerek bir nesneye ve yetişkinler tarafından oluşturulmuş kurallara ihtiyaç duymaktadır. Kentleşme ile birlikte oyun oynayacak açık alanların azalması ile evlere taşınan oyunlar fiziki özelliklerini yitirerek, çocuğun eğitimine katkı verecek etkinliklere dönüştürülmektedir. Bunun yanı sıra oyun, teknolojinin gelişmesi ve sanal oyunların artması ile birlikte tablet, telefon gibi çeşitli araçlarla oynanabilen etkinliklere dönüşmüş ve yetişkinlere de hitap etmeye başlamıştır. Oyun oynamak, post modern toplumlarda çocuğa özgü olmaktan çıkarak yetişkin içinde var olmaya başlamıştır.

#### **4.2.Oyun Kavramının Tarihsel Gelişimi**

Huizinga, oyunun tarihin en eski etkinliklerinden biri olduğunu söylemektedir. Oyun ile ilgili kuramların 19. yüzyıldan itibaren ortaya çıkmaya başladığı söylenebilir.

---

<sup>40</sup> İnal Kemal, Çocuk Hakları ve Siyaset, Yeni İnsan Yayınevi, Mayıs 2018, İstanbul, s. 135

<sup>41</sup> A.g.e. s. 136

<sup>42</sup> İnal Kemal, Çocuk ve Demokrasi, Ayrıntı Yayınları, 2014, İstanbul, s. 136

Oyun ve çocuğun tarihsel gelişim süreci birbirini takip etmektedir. Çocuğun sosyal, kültürel, ekonomik, hatta tarihsel koşullarının oyunu etkilediği kabul edilmektedir.<sup>43</sup>

Arkeolojik bulgular, Eski Yunan ve Roma'da oyun oynamanın hem çocuklar hem de yetişkinler arasında çok yaygın olduğunu göstermektedir.<sup>44</sup> Yapılan araştırmalar sonucunda bu toplumlarda farklı şekillerde oyun ve oyuncaklara rastlanmaktadır. Oynanan oyunlar arkeolojik kazılarda bulunan nesnelere, resimler ve yazıtlar aracılığıyla tespit edilmektedir. Seguin, "Mısır, Yunan ve Roma çocukları da bizim çocuklarımız gibi eğleniyorlardı. Son zamanlarda İran ve Mezopotamya'da yürütülen arkeolojik çalışmalar M.Ö. 3000 tarihindeki oyuncakları ortaya çıkardı. Bunlar, bugün de küçük kız ve oğlan çocuklarının düşünüyü gördüğü oyuncaklara çok benzeyen pişmiş topraktan çingiraklar, tekerlekli hayvanlar ve küçük mobilyalardı" demektedir.<sup>45</sup> Anadolu'da ve Mısır'da yapılan kazılarda çocuklara ait olduğu tahmin edilen mezarlarda topraktan arabalar, bebekler ve deriden yapılmış toplar bulunmuştur. Bu oyuncaklardan en eskisinin Mardin'in Kızıltepe ile Nusaybin İlçesi'nde yapılan kazılarda, pişmiş çamurdan yapılan 7 bin 500 yıllık oyuncak araba olduğu bilinmektedir. Antik Yunan dönemine ait şehir kalıntılarında taşların üzerinde dama, mangala benzeri oyun çizimlerinin bulunduğu görülmektedir. Seguin, "Antik çağda oyuncak yalnızca eğlendirici değildir; bazen nazarlık, muska rolü de oynar. Oyuncakları Tanrıya adamak sevaptır. Roma'da bebeklerin oynadığı oyuncaklar Baküs'e verilirdi. Ama çocuk erinlik çağına ulaşır ulaşmaz, bu armağanlar eğer çocuk Romalı ise Merkür'e, Diana'ya, Yunanlı ise, Zeus'a, Hermes'e ya da Artemis'e verilirdi." diyerek antik çağlarda oyuncağın "kutsal" olarak kabul edildiğini anlatmaktadır.<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> Demirci Nur Ceren, Geçmişten Günümüze; Oyun, Oyuncak ve Çocuk, Y.L. Bitirme Projesi, 2015, İzmir, s. 15

<sup>44</sup> Selvi-Bener Salkım, Antikçağ'da Oyun ve Oyuncaklar, Kitap Yayınevi, Eylül 2013, İstanbul s.II

<sup>45</sup> Onur Bekir, Oyuncaklı Dünya, İmge Kitabevi, Şubat 2010, Ankara s. 53

<sup>46</sup> A.g.e. s. 54



Görsel 2: 7500 yıllık oyuncak araba, haberler.com web adresinden alıntıdır.

Çocukluğun gelişimi, çocuk kültürü ve oyunun tarihsel sürecini birbirinden ayırmak mümkün değildir. Ortaçağ'da çocukluk kavramı yok edilmiştir. Çocuklar, küçük yetişkinler olarak kabul edilerek bu şekilde giydirilmiş, bu şekilde davranışlar sergilemeleri sağlanmıştır. Dolayısıyla çocukların bu dönemde oynadıkları oyunlar da yetişkinlerin oyunları ile benzerlik göstermektedir. Ortaçağ'da Avrupa biraz muhafazakarlaştığı bilinmektedir; bunun etkisi olarak gülmek yasaklanmıştır. Gülmek, eğlenmek gibi davranışların yasak olmasına rağmen çocuk oyunlarının oynandığı Brueghel'in "Çocuk Oyunları" tablosu ile görülmektedir. Sanatçı eserinde 80 oyun tasvir etmektedir. Aynı dönemde özel bebek türleri ortaya çıktığı bilinmektedir. Köylerde ve kentlerde yaşayanlar için basit kil bebekler pazarlarda ve panayırda çok ucuza satılırken, gösterişli giysileriyle şövalye 'Tocken' gibi soylu oyuncaklar da bulunmaktadır.<sup>47</sup> Bu durum Ortaçağ'da oyunun gelişmekte olduğunun göstergesi kabul edilebilmektedir.

<sup>47</sup> Demirarslan Deniz, Kahya Canlı Sinem, Çocuk Oyun Alanlarının Tarihi Gelişimi, Çocuk ve Gelişim Dergisi 2020, cilt 3, sayı 6, s. 64



Görsel 3: Pieter Bruegel'in 'Çocukların Oyunları' isimli tablosu

17. yüzyıl ile birlikte çocuğun yetişkinden ayrı bir birey olduğu fikri yerleşmeye başlamıştır. Bununla birlikte “çocukluk” anlayışı gelişmiştir. Çocuklar için ayrı giyim, eğitim, oyun türleri ortaya çıkmıştır. Fakat çocuğun bu gelişimi oyun kültüründe bir değişime neden olmamıştır.<sup>48</sup> Bu dönemdeki çocukluk algısı çocuğun cahil ve günahkâr olduğuna ve bu nedenle eğitilmesi gerektiğine yönelik inançlara dayanmaktaydı. Bu bağlamda oyun, kötü olmamasına karşın eğitimin karşısında, engelleyicisi gibi yorumlanmaktaydı. Oyunu kötü olarak adlandırmamasına rağmen ancak disiplin ve eğitimi çocuğun gelişiminin merkezine koymaktadır.

18. yüzyılda, Batı’da oyuncak el yapımı olmaktan çıkarılarak sanayi ürünü haline getirilmiştir. Tahta, kâğıt, teneke, kurmal, buharlı, elektrikli ve pilli oyuncakların üretimine başlanmıştır.<sup>49</sup> 19. yüzyıl çocukların yetişkinlerden ayrıştırılmaya başlandığı, sokak oyunlarının ve topluluk oyunlarının çok oynandığı bir dönem olarak ifade edilmektedir. Çocuk, sokakta oyun oynarken kazalar yaşaması sonucunda Amerika Birleşik Devletleri’nde 1880’lerde ilk çocuk oyun alanları kurulmuştur. Çocuk oyun alanlarının kurulumu ile çocuk mahalle, sokak arası gibi alanlardan ziyade kendi oyun alanına sahip olmuştur. Aynı zamanda oyun endüstrisini gelişimi ile birlikte çocuk

<sup>48</sup> Onur Bekir, Türkiye’de Çocukluğun Tarihi, İmge Kitabevi, Haziran 2005, Ankara, s. 35

<sup>49</sup> Demirarslan Deniz, Kahya Canlı Sinem, Çocuk Oyun Alanlarının Tarihi Gelişimi, Çocuk ve Gelişim Dergisi 2020, cilt 3, sayı 6, s. 65

oyuncaklar aracılığıyla yetişkin dünyasını deneyimleme şansını da yitirmemiştir: askerler, silahlar, bebekler, oyuncak bebekler için eşyalar, arabalar, gemiler, köprüler ile çocuk kendi yetişkin dünyasını evinde, oyun alanında kurabilir hale gelmiştir. Bu gelişmeler, oyuncağın ve oyunun yetişkin tarafından denetlenmesini, kontrol edilmesini de beraberinde getirmiştir.

Aldo van Eyck, Amsterdam'da pek çok oyun alanının ortaya çıkmasında rol almış bir mimar olarak boş arazileri çocuklara uygun halde tasarlamıştır. Post modern toplumlarda hala varlığı koruyan kaydırak ve salıncak bu dönemde oraya çıkmıştır. Çocukların yaratıcılığını geliştirecek, içten gelen enerjilerini yararlı bir şekilde kullanabilecekleri, yeni oyunlar kurabilecekleri, hoplama, zıplama, tırmanma gibi etkinlikleri yapabilecekleri park elemanları; kum havuzları, basamaklar, demir tırmanma ekipmanlarını kullanmıştır.<sup>50</sup> Bu ekipmanların post modern toplumların çocuk oyun alanlarında da varlığı sürdürdüğü, oyun alanlarının kapalı alanlara da uyarlandığı görülmektedir.

20. yüzyıl çocuğun birey olarak kabul edildiği, çocuğun yetiştirilmesinde aile başta olmak üzere çevrenin etkili olduğu görüşü önem kazanmıştır. Çocuk yetiştirmede duyguların ikinci plana atılmasıyla birlikte oyun da eğitim sürecinin bir aracı haline gelmiştir. Montessori'nin araştırmaları ile birlikte eğitime yönelik oyunlar ve oyunlar tasarlanarak üretilmiştir. Oyun, çocuğun toplumsallaşması için gerekli görülmeye başlanmış ve işlevsellik kazanmıştır. Oyunlara yetişkin müdahalesi bu dönemden sonra yoğun olarak görülmektedir. Toplumsal yaşamın bir öğreticisi olarak kabul edilen oyun yetişkin denetiminde ve onun dünyasının yansıtıcısı olarak konumlandırılmaktadır. Oyun ile çocuk toplumsallaşma sürecine aktif katılım göstermektedir. Onur, oyunun toplumsallaşma sürecine katkısını James'den alıntı yaparak "Çocuklar gelecek kimliklerini şimdiki zamana dönüştürerek kendi geleceklerinin imgeleriyle oynarlar; çocuklar gelecek kimliklerini şimdiki toplumsal ilişkilerini denetlemek ve tartışmak için kullanırlar"<sup>51</sup> diyerek açıklamaktadır. Sutton ve Smith 20. yüzyıl sonrası oyunlarını "idealleştirilmiş oyun" kavramı ile özetlemektedir. Oyunlar pek çok işlev kazanarak

---

<sup>50</sup> A.g.e. s.67

<sup>51</sup> A.g.e. s. 37



eğitici, eğlendirici, eşitlikçi, çocuklar için iyi olan ve hak kavramı ile özdeşleştirilen bir etkinlik haline gelmiştir.

Çocuğun anılarından oyun ve oyuncuğun tarihi hakkında bilgiler elde edilebilmektedir. Oyun ve oyuncak kültürü konusunda anılar iki önemli noktayı ortaya çıkarmaktadır: Birincisi, geçmişte çocuk oyunlarının ve oyuncaklarının doğayla bütünleşmiş olması ama yakın zamanlara geldikçe bu bütünlüğün korunmasıdır. İkincisi, özellikle yoksulluk nedeniyle oyunun ve oyuncuğun kısıtlanmasıdır.<sup>52</sup> Modernleşme ile birlikte temel değişim, oyunun açık alan etkinliklerinden kapalı alan etkinliğine ve oyuncuğun sanayi ürününe dönüşmesidir. Bu dönüşüm ile birlikte oyun ve oyuncak tüketim endüstrisinin bir ürünü haline almıştır. Tüketim kültürünün önemli bir tüketicisi haline getirilen çocuk edilgen ve evinde kalarak oynayacağı oyuncaklar ve araçlara yönlendirilmektedir. Onur, bu durumu toplumsak oyuncudan oyun tüketicisine dönüşüm olarak özetlemektedir. Evinde, bütün risklerden uzak olarak ortaya çıkan çocukluk algısı “korunmuş çocukluk” olarak adlandırılmaktadır. Korunmuş çocuklar gerçek dünyanın sorunlarından uzak tutulmakta, dolayısıyla reel dünyadan ayrıştırılmaktadır. Çocuk evinde, odasında, oyuncakları ve teknolojik aletlerin yardımıyla kendine özgü bir dünyanın yerlisi haline gelmektedir. Onur’un kurumsallaşmış çocukluk adını verdiği, bilinen haliyle proje çocukluk oyunu bir eğitim aracı olarak tanımakta, yetişkinlerin oluşturduğu oyun kurallarını benimsemekte, kendi başına oyun kuramamakta, biriyle değil bir şeyle oynamayı doğallaştırmaktadır.<sup>53</sup> Huizinga’nın oyun için işaret ettiği, gönüllü olarak gerçekleştirme, irrasyonel olma ve özgür olma özelliklerin post modernizmle birlikte kaybolduğu söylenebilmektedir. Telefon, bilgisayar, tablet gibi cihazların özelliklerinin artması, atari ile başlayan konsol oyunlarının gelişmesi ile birlikte oyunlar fiziki olmaktan çıkıp dijitalleşmiştir. Erken çocukluk dönemine kadar çocukların oyuncaklarla da oynadığı gözlenirse de 2-3 yaşlarından itibaren çocukların sanal oyunlara hakim olduğu ve değişen sürelerle de olsa bu oyunları oynadıkları bilinmektedir.

---

<sup>52</sup> Demirci Nur Ceren, Geçmişten Günümüze; Oyun, Oyuncak ve Çocuk, Y.L. Bitirme Projesi, 2015, İzmir, s. 19

<sup>53</sup> Postman Neil, çev. İnal Kemal, Çocukluğun Yokluğu, İmge Kitabevi

## 5. Dijital Oyun Kavramına Bakış

Oyunlardaki karakterler, geleneksel anlatılardaki karakterlerden farklı olarak fonksiyonel olarak bir son için hareket etmektedir. Eskelinen'e göre zaman şeması ve olayların nedenselliği, oyuncunun rolü ve doğası dijital oyunları geleneksel alıntılardan ayırmaktadır. Oyuncu geleneksel anlatıda olduğu gibi durağan ve yorumlayıcı rolünden aktif bir role geçmektedir. Dijital oyunların içinde anlatı öğeleri bulunurken; dijital medya, yazılım, donanım, platform gibi faktörlerin varlığıyla farklılaşmaktadır.

### 5.1. Dijital Oyun Kavramının Tanımlanması

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte oyun oynama pratiklerinde birtakım değişimlerin meydana geldiği görülmektedir. Dijital ortam üzerinden oyun oynama alışkanlıkları, geleneksel oyun olarak ifade edilen oyun anlayışıyla benzerlikler taşımakla birlikte bazı açılardan farklılıklar da göstermektedir. Tarihsel süreç içerisinde elektronik alanlarda oyun oynanmasının 20. yüzyılın ikinci yarısına rastladığı kabul edilmektedir.

Dijital oyunlar; çeşitli simülasyonlar, göstergeler, sembol ve simgeler üzerinden oynanmakta ve bu araçlarla oyuncuya hitap etmektedir. Dijital oyun; yeni iletişim ortamının dijitallik, etkileşimlilik, sanallık, değişkenlik, modülerlik özelliklerini barındıran ve bu özellikleri oyun oynama edimine katan bireysel bir iletişim ortamı olmaktadır.<sup>54</sup>

Haug, dijital oyunları meta değeri için üretilen; kullanım değeri için değil, satış değeri için, kültür endüstrisinin bir ürünü olarak ortaya koymaktadır. Oyun, tasarım teknikleri, teknolojik uygulamalar ve sosyal medyanın da içine dahil edildiği dijital medya pazarlama etkinliklerinden biri olarak görülmektedir. Kerr, dijital oyunların 1980'lerin ortasından itibaren bilgisayar oyunları, video oyunları, elektronik oyunlar olarak tanımlanabildiğini söylemektedir.<sup>55</sup> 2000'li yılların ortalarında bu tanıma atari, bilgisayar, konsol ve mobil oyunların tüm türleri eklenmiştir. Huizinga'nın belirttiği gibi oyuna anlam katan unsur oynamaktır, dolayısıyla her oyunun bir anlam taşıdığını

<sup>54</sup> Ilgaz Büyükbaykal Ceyda, Abay Cansabuncu İnci, Türkiye'de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu, Yeni Medya Elektronik Dergi eJNM, Ocak 2020, Volume 4 issue 1, p 1-9, s. 3

<sup>55</sup> Binark Mutlu, Bayraktutan Sütcü Günseli, Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun, Kalkedon Yayınları, Ekim 2008, İstanbul, s. 42

söylemek mümkündür. Dijital oyunlar, yeni medyanın özelliklerini oyuna dahil etmektedir: bu durum dijital oyunlar ile geleneksel oyunlar arasındaki temel fark olarak ifade edilebilmektedir. Özellikle çevrimiçi oyunlarda tasarlanan gerçek yaşam simülasyonları ve yaşam platformları ile kişi oyuna sadece oyuncu olarak değil, üretici olarak da dahil edilmektedir. Oyuncu, oyuna maddi ve manevi yatırım yaparak iş yapmaktadır; oyunda yükselmek için kodları, çeşitli uzlaşmaları ve hileleri öğrenmek, çevrimiçi cemaatlere katılmak, beta testlere katılmak, yeni karakterler ve haritalar geliştirmek, machinima yapmak gibi.<sup>56</sup> Bu bağlamda oyun ve oyuncu arasında farklı bir bağ kurulduğu görülmektedir.

Geleneksel oyunlarda oyun kurucu oyuncunun kendisiyken dijital oyunlarda oyun profesyonel bir yapılanma ile endüstriyel üretimin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Oyunun geliştirilmesi, kodlanması, pazarlanması, dağıtılması profesyonel yapılanma ile gerçekleştirilmektedir. Dijital oyunlar geleneksel oyunlardan bu doğrultuda tamamen ayrılmakta ve kültürel üretimin dahilindeki meta olarak değer görmektedir. Dijital oyun bu anlamda teknoloji ve işletme örgütlenmesi içinde ortaya çıkmaktadır.

Dijital oyunlar, seyirci ve metin arasındaki etkiyi yeniden tanımlamaktadır. Bu etkileşim, oyunun işlerliği açısından önemli görülmektedir. Bir anlamda düzenleyici mekanizma olarak ifade edilen etkileşim, oyuncuya belli sayıdaki opsiyonlar arasından seçim yapma şansı vermektedir. Bu seçimler aracılığıyla oyuncu, önceden kodlanan oyunu, o oyunun kurallarına uyarak yani tür izleği takip ederek ilerlemekte ve yeni görevler, sorumluluklar almaktadır. Böylece oyuncu oyunun kontrolünü eline almakta ve oyuna yön veren konumuna yerleşmektedir. Oyun içinde hile yapılıp yapılamayacağı durumu yine oyuncunun o oyunu ne kadar oynadığı ve çözdüğü ile bağlantılıdır. Oyuncu, oyunu oynarken kuralları ve görevleri öğrenmek durumundadır. Oyunlarda belli bir hikâye çerçevesinde hedefler konulmakta ve hedeflere ulaşabilmek için görev ve yönlendirmeler ortaya çıkmaktadır. Dijital oyun, bireye modern insanın isteği olan müdahale etme imkanını sunarak buna bağlı zevk vermektedir.

Dijital oyunlar içinde sunulan etkileşim alanı, bir yanıyla yeni bir sosyalleşme alanı da oluşturmaktadır. Oyun karakterleri veya avatarlar aracılığıyla kurgulanan

---

<sup>56</sup> A.g.e. s.47

kişisel profiller, oyuncuya kendilerini istedikleri gibi tanıtmaya ve yeni dünyalar kurmaya olanak tanımaktadır.<sup>57</sup> Dijital oyun platformlarının sosyalleşmenin yeni mekanlarına dönüşmekte olduğunu söylemek mümkündür. Oyundan alınan haz bireysel hazın yanı sıra toplu bir hazzla, kültürel ve ekonomik bir ürüne, pazarlama alanına ve bazı durumlarda zaman zaman bir eğitim aracına da dönüşmektedir.

Toplumsal ilişki kurmanın yeni mekânı olarak tanımlanan dijital oyun içinde belli karakterler ya da avatarlar aracılığıyla profilini oluşturarak kendini tanımlayan oyuncu karşısındaki diğer oyuncularla bir etkileşim halindedir. Bu durum iletişim sürecindeki düz doğrusal çizgiyi dijital ortama taşınmakta ve kişisel ilişkilerin boyutu değişmektedir.

Dijital oyundaki gruplaşmalar ve oyuncuların bu gruplardaki seçim ve davranışları, adeta gerçek hayattaki gruplaşmalara benzer bir yapıda ilerlemektedir.<sup>58</sup> Binark ve Bayraktutan Sütçü dijital oyunda, oyuncuya seçmesi için sunulan kimlikler, görsel ve işitsel ikonografinin temel öğeleri ve metinler arası boyutta oluşan hikâye, olay örgüsü ve diğer oyuncularla etkileşiminin irdelenmesinin önemine dikkat çekmektedir. Bourdieu'dan esinlenerek, "oyuncunun sanal uzamdaki habitus'u gerçek yaşamda oluşan bir dizi yapılandırılmış bilgi dizileri, yargı ve beğeni konumlandırmaları içerisinde gerçekleştiğini"<sup>59</sup> belirtmektedirler. Baym, çevrimiçi ve çevrimdışı oyunlarda oluşturulan sanal kimliklerin kendi aralarında tutarlı olduğunu iletmektedir. Bu veriden yola çıkarak bireylerin söylem pratiklerine, kişiliklerine ve aidiyetlerine dair veriler elde edilebilmektedir. Toplumsal ve kültürel aktarımlar sonucunda, bireyin toplumsallaşma sürecinde kişiliğine kattıkları veriler sanal kimlik yaratırken ortaya çıkmaktadır. Buradan yola çıkılarak bireyin sanal kimliğinin, gerçek yaşamdaki personasının bir yansıması olduğunu söylemek mümkündür.

Dijital oyunlar bireylere istediği karaktere bürünebilme, kahraman olabilme imkânı tanımaktadır. Gerçek ile kurgu iç içe geçmesi ile bireyde zaman hissi kaybolmaktadır. Oyuncuların, özellikle rol yapma oyunlarında, oyunun içine yaşıyor

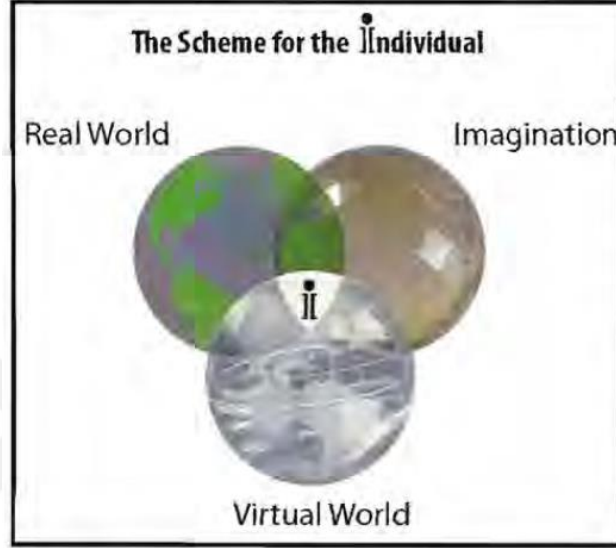
---

<sup>57</sup> Ilgaz Büyükbaykal Ceyda, Abay Cansabuncu İnci, Türkiye'de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu, Yeni Medya Elektronik Dergi eJNM, Ocak 2020, Volume 4 issue 1, p 1-9, s. 4

<sup>58</sup> A.g.e. s.4

<sup>59</sup> Binark Mutlu, Bayraktutan Sütçü Günseli, Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun, Kalkedon Yayınları, Ekim 2008, İstanbul, s. 55

gibi dahil olduklarını söylemek mümkündür. Sanal dünyalar, insanlara gerçek dışı olan ve yeni bir kimlik sunmaktadır. Bu durumu aynı zamanda ekonomik ve sosyal yönden ezilen kişiler için bir kaçış imkânı olarak yorumlamak mümkündür.<sup>60</sup>



Görsel 4, Sütçü C., Akyazı E., Dilmen N. E., Real and Virtual Identities Considered, 4th International Symposium of Interactive Media Design, 2006, s. 150

Jesper Juul (2005)<sup>61</sup> dijital oyunun tanımını yaparken altı özellik üzerinde durmaktadır. Her oyunun türüne göre farklılık gösteren kurallarla döşenmiş bir yapısı vardır. Bu anlamda kural oyuncunun oyun içerisinde uyması gereken çerçeveyi belirlemektedir.

Oyuna yerleştirilen ve açıkça belli olan kurallar oyuncunun hareketlerini kısıtlamayı hedeflemektedir. Değişkenlik, oyunun ölçülebilir sonuçlara sahip olmasını ifade etmektedir. Değer özelliği, oyunun sonucu ile ilişkilendirilmektedir. Oyunun olası sonuçlarının her biri farklı değerlere sahiptir. Sonuçlar oyuncu üzerinde olumlu ya da olumsuz etki değerine sahiptir.

<sup>60</sup> Karahisar Tüba, Türkiye’de Dijital Oyun Sektörünün Durumu, Sakarya Üniversitesi Sanat Tasarım ve Manipülasyon Sempozyum Bildiri Kitabı, Kasım 2013, Sakarya, s. 111

<sup>61</sup> Juul, Jesper, A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players. Cambridge: The MIT Press, 2010

Oyuncunun eforu/gayreti özelliği oyuncunun oyununun potansiyel sonuçlarına ulaşabilmesi ve sonucu değiştirmede etken olabilmesi için çaba sarf etmesini ifade etmektedir. Oyuncunun oyun içinde belli görevleri vardır. Bu görevlerin yerine getirilmesinde rekabet unsuru ortaya çıkarmaktadır.

Oyuncu bağı, oyuncunun sonuca olan etkisi olarak tanımlanmaktadır. Oyuncunun oyunla kurduğu duygusal bağa gönderme yapmaktadır. Bu durum oyun sonucunda kazanın mutlu, kaybedenin mutsuz olması durumu olarak nitelendirilebilir.



















Müzakere edilebilirlik oyunun sonuçlar düşünülmeden oynanması, ilerlemesini sağlayan kurallar doğrultusunda oyuncunun oyun içindeki kararlarına göre sonucun değişkenlik göstermesi olarak ifade edilebilmektedir.

	Oyun	Oyuncu ve Oyun	Oyun ve Oyun Dışı Dünya
Kural			
Değişkenlik			
Değer			
Oyuncu			
Oyuncu Bağı			
Uygulanabilirlik			

Tablo 1, Kaynak; Yengin Deniz, Dijital Oyunlarda Şiddet, Beta Yayınları, 2012, İstanbul, s. 113

Dijital oyunlar, sanal ortamda üretilmiş görseller, anlatılar kullanma ve etkileşim alanı yaratma özellikleri ile ortaya çıkmıştır. Gelişen teknoloji oyunların teknik, işlev ve içeriğini güncellemekte ve geliştirmektedir. Teknolojik ilerlemelerle oyun türleri çeşitlilik kazanmakla birlikte yeni gelişmeler oyuncunun oyun içindeki hareket kabiliyetini arttırmakta, zaman ve mekânda sınırsız ilerleme imkânı olan oyunlar kodlanmaktadır. Genellikle sanal platformlar üzerinden oynanan dijital oyunlar, hızlı ve komplike bir şekilde ilerlemektedir. Oyuncuların oyunda ilerleyebilmek için hızlı hareket etmeleri ve seri karar almaları beklenmektedir. Oyun, oyuncuya kendi kurallarını, mantığını ve yönergesini öğretmektedir. Oyunu öğrenmek için oyundan başka bir eğitime ihtiyaç duyulmamaktadır.

Tennis For Two; Fizikçi Dr. William Higinbotham iş arkadaşlarını eğlendirmek için geliştirdiği ilk grafik özellikli elektronik oyundur. Bu oyun, basit grafik yapısı olan bir tenis kortunda oynamaktadır. Oyun bilgisayara karşı, raketin yönünü belirleyen ve topa vurmak için yerleştirilmiş iki tuş ile oynanmaktadır. Bu oyun, dijital oyunlar için ilk adım olma özelliğini taşımaktadır. Birey bilgisayara karşı oynarken, bilgisayardan da cevap almaktadır.

Console Standards					
 Tandy 1 Stick 1 Button	 Atari 2600 1 Stick 1 Button	 ColecoVision 1 Stick 2 Buttons 1 Number Pad	 Atari 5200 1 Stick 4 Buttons 3 Options 1 Number Pad	 NES 1 D-Pad 2 Buttons 2 Options	 Sega Master System 1 D-Pad 2 Buttons
 Genesis 1 D-Pad 3 Buttons 1 Option	 SNES 1 D-Pad 4 Buttons 2 Shoulders 2 Options	 Sega CD 1 D-Pad 6 Buttons 2 Options	 N64 1 D-Pad 1 Stick 6 Buttons 3 Shoulders 1 Option	 Dreamcast 1 D-Pad 1 Stick 4 Buttons 2 Shoulders 1 Option	 Playstation 2 1 D-Pad 2 Sticks 4 Buttons 4 Shoulders 3 Options
 Gamecube 1 D-Pad 2 Sticks 4 Buttons 3 Shoulders 1 Option	 X-Box Old 1 D-Pad 2 Sticks 6 Buttons 2 Shoulders 2 Options	 X-Box New 1 D-Pad 2 Sticks 6 Buttons 2 Shoulders 2 Options	 X-Box 360 1 D-Pad 2 Sticks 6 Buttons 2 Shoulders 2 Options	 Wii Mote 1 D-Pad 3 Buttons 1 Shoulder 4 Options Motion sensitive Aimed	 Wii Arcade 1 D-Pad 2 Sticks 4 Buttons 4 Shoulders 3 Options

Görsel 5, Juul, Jesper, A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players.

Cambridge: The MIT Press, 2010, s.106

Gelişen bilgisayarlarla birlikte video oyunlarında belirgin bir kalite artışından söz edilmektedir. 60'lı yıllarda televizyona bağlanarak oynamayı sağlayan oyun konsolları üretilmiştir. Televizyon konsollarına ışık tabancası eklenerek, oyun içerisinde hareket eden cisimleri vurabilme özellikleri geliştirilmiştir.

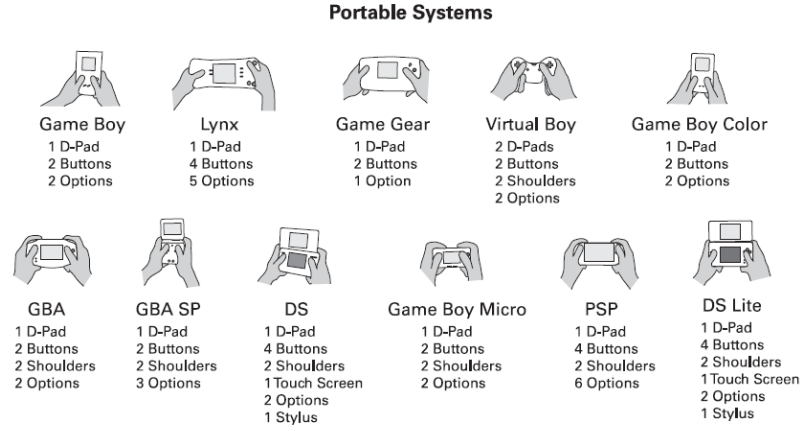
### Specialty Controllers



Görsel 6, Juul, Jesper, A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players. Cambridge: The MIT Press, 2010, s.106

1962’de kodlanan “Spacewar” bireylerin karşılıklı oynanabilmesini sağlayan ilk oyun olma özelliğini taşımaktadır. Bilgisayarda oynama amaçlı modellenmiş oyun, ilk internet ağlarında paylaşılmıştır. 1970’lerde dijital oyunlar gelişerek kategorilere ayrılmış; atari, bilgisayar, elde oynanabilen cihazlar gibi aletlere göre şekillendirilmiştir. Ayrıca, geliştirilen oyunlar ve oyun makineleri ile birlikte jetonlu oyun dönemi başlamıştır. 1971 yılında tasarlanan ‘Galaxy Game’ adlı oyun da ilk jetonlu oyun olarak bilinmektedir. Atari, Amiga, Commodore 64, Sega, Nintendo, Play Station, Wii gibi oyun konsollarının ilki olma özelliğini taşımaktadır.





Görsel 7, Juul, Jesper, A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players.

Cambridge: The MIT Press, 2010, s.107

Bilgisayarın, oyun konsollarının ve oyunların gelişmesi sektörlerin insanlara ulaşmak için farklı alternatifler de düşünmesine neden olmaktadır. Dijital oyun şirketlerin kendilerini göstermek için oyunun bir bölümünde gözükmeleri; marka bilinirliklerini artırmaya yönelik stratejiler olarak görülmektedir. Bu durum dijital oyunun kültür endüstrisi olarak görülmesine neden olmaktadır.

## 5.2 Dijital Oyun Türleri

Dijital oyunlar, teknolojik alt yapı, ekonomik beklenti veya sosyal hedefler doğrultusunda farklı platformlar üzerinde yayınlanmaktadır.<sup>62</sup> Bu platformların belirlenmesindeki ana etmenler oyunların maliyetleri, üretim amacı, türü ve donanımı olarak yer almaktadır.

Dijital Oyunlar belli bir alan üzerinden oynanmaktadır. Yengin, oyunun gerçekleşmesi için gerekli bu ortamları video tabanlı oyunlar, bilgisayar tabanlı oyunlar ve taşınabilir oyunlar kategorileri içinde sınıflandırarak açıklamaktadır:

- Video Tabanlı Oyunlar; Sutton- Smith “video oyununu bugüne kadar inşa edilmiş en karmaşık oyuncak olarak tanımlamakta ve büyük çapta diğer icat edilmiş her oyundan daha fazla tepki veren bir yapı” içerdiğini belirtmektedir. Video oyunları video aygıtı aracılığıyla görsel bir

<sup>62</sup> Ilgaz Büyükbaykal Ceyda, Abay Cansabuncu İnci, Türkiye’de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu, Yeni Medya Elektronik Dergi eJNM, Ocak 2020, Volume 4 issue 1, p 1-9, s. 4

kullanıcı ara yüzü oluşturularak oynanmaktadır ve hayal ürünü olarak ifade edilmektedir. Video tabanlı oyunlar video oyun konsolu olarak da ifade edilebilmektedir. Tarihsel olarak bakıldığında ilk video tabanlı oyunun 1971 yılında geliştirildiği görülmektedir.

- Bilgisayar Tabanlı Oyunlar; bilgisayarın yarattığı yapay alan ve oyuncunun geride bıraktığı alanın sınırı olarak adlandırılmaktadır. Oyunun kurgulandığı sanal gerçeklikte genellikle fiziksel dünyanın sunumunun yansıması görülmektedir. Oyuncu oyunlar aracılığıyla bu sanal gerçekliğe odaklanmakta zorlanmamakta ve sanal dünyanın içine girebilmektedir. Yapay, transfer edilebilen, oyuncunun kontrolünde bir maceraya odaklanılmaktadır.
- Taşınabilir Oyunlar; kişinin yanında bulundurabildiği oyun ortamlarıdır. Cepte taşınabilen sistemlere göre tasarlanan, kodlanan oyunlar taşınabilir oyun olarak kabul görmektedir. Gelişen teknolojik imkanlar doğrultusunda dijital oyunlara yönelik olarak artan ilgi, oyunların taşınabilir ortamlara göre yeniden tasarlanmasına neden olmaktadır.<sup>63</sup>

Oyuncu, gündelik dijital tüketim alışkanlıkları ve sunulan farklı deneyimler doğrultusunda oyun platformunu belirlemektedir. Platformların sınıflandırması, oyunların teknik altyapısına ve donanımsal birikimlerine yönelik olarak yapılmaktadır.

- Konsol Oyunları: Atari ile başlayan Playstation, Xbox, Wii gibi sabit donanım aracılığıyla oynanan; kartuş, CD ya da sanal mağaza aracılığıyla satılan oyunlardır. Yaklaşık 40 kişiye kadar oynanabilmektedir.
- PC Oyunları: İnternet üzerinden belli bir ücret karşılığı ya da ücretsiz olarak oyuncular tarafından bilgisayarlarına yüklenerek oynanabilen oyunlardır. Ayrıca CD üzerine basılarak satışa sunulmaktadır.
- Mobil Oyunlar: Taşınabilir cihazlar; akıllı telefon, tablet bilgisayarlar için geliştirilmiştir. Akıllı cihaz üreticileri çeşitli oyunlar ve uygulamalar

---

<sup>63</sup> Yengin Deniz, Dijital Oyunlarda Şiddet, Beta Yayınları, 2012, İstanbul, s. 121

ile birlikte ürünlerinin satışını arttırmayı amaçlamışlardır. Bu bağlamda konsol ve pc oyunlarının benzerleri mobil cihazlar için tasarlanmıştır.

- Çevrimiçi Oyunlar (Massive Multiple Online-MMO): Strateji, Rol Yapma (role playing) ve macera türlerinde çok popüler olan oyunları kapsamaktadır. Bu oyunlar başı belli ancak sonu belli olmayan, oyuncunun etkileşimi ile herhangi bir zaman sınırlaması olmadan ilerlemektedir. İnternette ücretli veya ücretsiz ulaşılabilen oyunların bazıları karakter, eşya satın alma veya yeni görevler elde etme konusunda belirli bir ekonomiye sahip olmayı gerektirmekte ve oyun içi bölüm geçmeler bu satın alma işlemlerine bağlı olabilmektedir.
- Sosyal Oyunlar: Sosyal ağlar; PC, konsol ve çevrimiçi ortamlar olarak sınıflandırılmaktadır. Bu oyunlar genellikle Facebook, Google plus gibi sosyal medya platformları aracılığıyla oynanmaktadır.<sup>64</sup>

Dijital oyunlar, pek çok çeşitte piyasaya sürülmektedir. Bu çeşitler farklı şekillerde kategorilere ayrılmaktadır. Juul, Herz, Poole, Prensky'nin kategorileri ortak noktalara sahip olsa da bazı farklılarla birlikte oyun türlerini sınıflandırmaktadır. Prensky dijital oyunları sekiz kategoriye ayırarak ele almaktadır:

- Aksiyon Oyunları: Labirent oyunları, nişan oyunları, iz sürme ve araba yarışı gibi oyunların yer aldığı gruptur. Oyuncuların refleksleri, reaksiyon zamanları ve el göz koordinasyonları bu aşamada önem kazanmaktadır. Oyun içinde aksiyon devamlılığı, hikâye ve diyalogdan önce gelmektedir, bu nedenle oyunda hikâye ya da diyalog daha az görülmektedir. Oyunlardaki amaç, oyuncunun heyecan duygusu ile birlikte oyunun akışı içinde sanal evrende kaybolmasını sağlamaktır.
- Macera Oyunları: Oyuncu simülasyondaki nesnelere toplayarak mantık sorularını çözmektedir. Bu oyunlarda genel amaç görevin tamamlanmasıdır. Kökeni 1970'lere kadar dayanmaktadır: atasının metin

---

<sup>64</sup> Ilgaz Büyükbaykal Ceyda, Abay Cansabuncu İnci, Türkiye'de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu, Yeni Medya Elektronik Dergi eJNM, Ocak 2020, Volume 4 issue 1, p 1-9, s. 7

bazlı oyun olan Colossal Cave Adventure olduğu kabul edilmektedir.<sup>65</sup> Oyun esnasında oyuncunun seçimlerine göre oyun metninin ilerleyerek oyunun tamamlandığı türdür. Macera oyunlarında hikâye ve eğlence ön plana çıkartılmakta, grafik, aksiyon gibi öğeler geri planda kalmaktadır. Ancak teknolojik imkanların gelişmesiyle bu tür oyunlarda da grafik özelliklerinin giderek gelişmekte olduğu görülmektedir.

- Dövüş Oyunları: Oyuncunun karakterinin bilgisayar ya da birlikte oynadığı diğer oyuncunun karakteriyle dövüştüğü oyun grubudur. Genel amaç rakiple dövüşüp onu mağlup ederek oyunu kazanmaktır. Bu tür oyunlar ilk olarak atari salonlarında oynanmaya başlanmış, konsolların gelişmesiyle evlere taşınmıştır. İlk dövüş oyunlarında sadece karakterler çeşitlendirilirken, zamanla oyunun geçtiği çevre de aktif hale getirilerek etraftaki malzemelerin de dövüş esnasında kullanılması sağlanmıştır.
- Bulmaca Oyunları: Oyuncu hedefe ulaşmak için oyundaki soruları çözerek ilerlemektedir. Stratejik olarak ya da deneme yanılma yolu sorular çözülebilmektedir. Bu oyunlarda bireye haz veren sorun çözme başarısıdır.
- Rol Yapma Oyunları: Oyunda, karakterin görünüşü ve özellikleri oyuncu tarafından seçilebilmekte; insan, peri ve büyücü gibi karakterlere oyuncu kendi istediği özellikleri de ekleyebilmektedir. Karakter inşasını oyunu cezbedici kılan en temel özellik olarak ifade etmek mümkündür. Oyun, tasarlanan hikâye üzerinden belli kurallara göre oyuncunun kararı ve diyaloglardaki cevaplarına göre değişmekte ve ilerlemektedir. İlk oyunlar yalnızca metin üzerinden ilerlerken, daha sonraki dönemlerde oyunlara görseller eklenerek ve oyunun grafik özellikleri zenginleştirilerek oyunlar üç boyutlu olarak geliştirilmiştir. Rol oynama, ana karakterin gözünden oynanan, yönlendirilen bir hedef ve hedef doğrultusunda gerçekleştirilmesi gereken birtakım görevleri içermektedir. Görevler

---

<sup>65</sup> Akbaş Mustafa Gökçen, Dijital Oyunlarda Hikâye Anlatıcılığı: "God of War" Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Şubat 2019, İstanbul, s. 19

sırasında karakterin sağlığı, fiziksel gücü, savunma yeteneği gibi veriler oyun ekranı içerisinde oyuncuya sunulmaktadır.

- Simülasyon Oyunları: Gerçekliğe en yakın oyun türü olarak tanımlamak mümkündür. Belirli bir amaca yönelik oynanan bir oyun değildir. Bu nedenle sabit anlatı yoktur. Oyuncu elindeki malzemelerle karakterinin yaşamını idame ettirecek mekanlar inşa etmeye, eşyalar bulmaya ve günlük yaşam içerisinde karakterini yönlendirmeye çalışmaktadır. Belli bir hikâye yoktur, oyuncuların oyun sırasında yaptıkları tercihlere göre oyun şekillenmektedir. Detaylar da dahil olmak üzere oyunun yönetimi oyuncuya bırakılmaktadır.
- Spor Oyunları: Video oyunları oyun tarihinin başından beri üretilen ve oynanan bir tür olarak kabul edilmektedir. Spor oyunları birey ya da grup olarak oynanan fiziksel spor aktivitelerinin simüle edilerek, dijital platform üzerinden oynandığı oyun grubudur. Daha çok fiziksel aktiviteler simüle edilse de oyunda stratejiyi de ön plana çıkarmaktadır. Oyuncu, kendi takımlarını kurup, bilgisayardaki ya da birlikte oynadığı oyuncunun rakip takımıyla maçlar yapmaktadır.
- Strateji Oyunları: Strateji oyunları adını, kurallarını koyduğu bilinen Brett Sperry'den almaktadır. Gerçek ve sıra tabanlı strateji oyunları şeklinde iki kategori olarak ele alınmaktadır: Gerçek zamanlı strateji oyunları oyun esnasında oyuncunun hızlı düşünerek karar alıp tepki vermesini gerektirmektedir. Sıra tabanlı strateji oyunları oyuncuya sıra onda olduğu süre boyunca karar verirken düşünmesi için zaman tanımaktadır. Oyuncu hamlesini yaptıktan sonra sıra karşı tarafa geçmektedir. Bu oyunlarda hızdan çok strateji önem kazanmaktadır.

Herz, oyunları aksiyon, dövüş, spor, bilmece, macera, rol yapma, simülasyon ve strateji olarak sınıflandırırken; Poole vurma, yarış, galip gelme, spor, bilmece, platform, rol yapma, tanrı oyunları ve gerçek zamanlı strateji olarak ayırmaktadır.<sup>66</sup> Aphra Kerr, 2006 yılında, Herz ve Poole'un oyun türlerini sınıflandırmalarını aşağıdaki tablo ile karşılaştırmıştır.

<sup>66</sup> Yengin Deniz, Dijital Oyunlarda Şiddet, Beta Yayınları, 2012, İstanbul, s. 115

Herz (1997)	Poole (2000)	Karakteristik İfadeler	Örnekler
Aksiyon	Vurma	Hızlı, Birinci Kişi Bakış Açısı (FPS), Grafik, Çok oyunculu mod, Karakter ve seviye Ayarlama, Hedefler	Spacewar, Half-Life, Doom, Quake, Counter-strike
	Yarış	Grafik, Hız, Güç seviyesi, Hassas simülasyon	Gran Turismo, Project Gotham Racing
Dövüş	Galip Gelme	Karmaşık tuş kombinasyonları, Hareket yakalama, Güç seviyesi	Tekken, Mortal Kombat
Spor	Spor	Aksiyon kombinasyonları, Ün, Gerçeklik	Pong, NBA Inside Drive, Tiger Woods Golf, Pro evolution soccer, Jonah Lomu Rugby
Bilmece	Bilmece	Mantık, Doğru yolu bulma ve devamlılık	Tetris
Macera	Platform	Çoğalan öğeler, Bilmeceler, Güç seviyesi, Engeller	Legend of Zelda, Tomb Raider, Donkey Kong, Prince of Persia, Mario
Rol Yapma	Rol Yapma	İstatistik, Haritalar, Sihir, Karakter detayı	Ultima Online, Legend of Zelda, Ocarina of Time, Shenmue
Simülasyon	Tanrı Oyunları	Gerçeklik	Fight Simülator, SimEarth, Theme Hospital, Roller Coaster Tycoon
Strateji	Gerçek zamanlı strateji oyunları	Oyun oynama ve hedefler, Çok oyunculu, Zaman sınırlı, Mantıksal düşünme	Civilization, Age of Empires, Command and Conquer

Tablo 2, Kaynak; Yengin Deniz, Dijital Oyunlarda Şiddet, Beta Yayınları, 2012, İstanbul, s. 115

Juul kategorileri farklı olarak, dijital oyunları; soyut, ikonik, anlamlı, anlamsız ve aşamalı oyun olarak sınıflandırmaktadır.

- Soyut oyunlar; kendi içinde bütünlük barındırmamaktadır. Oyun kareleri parçalardan oluşmakta ve başka bir şeyi resmetmektedir. Parçalar bazı kurallara göre hareket etmekte fakat bunlar başka bir şeyin yerine geçmemektedir. Tetris, soyut oyun için bir örnektir.
- İkonik Oyunlar; bireysel katılımın simgesellik kazanmasıyla oynanmaktadır. İskambil oyunundaki kalpler buna örnek olarak gösterilmektedir. Yengin, standart kâğıt desteleri kralı anımsatır; kralın diğer krallara bağlantısı çok net değildir ancak muhtemelen her destenin kral ve kraliçesi evlidir. Oyunda dört farklı tip akrabalık ilişkisi söz edilebilir örneği ile ikonik oyunları açıklamaktadır.
- Anlamsız oyunlar; kurgusal bir dünyada; kendisiyle tezat oluşturabilen ve tamamlanmamış kurgu içinde geçen oyun türüdür. Tamamlanmamış kurgusal dünya yapısı oyuncunun boşlukları doldurmasını da engellemektedir. Beer'in Pongo isimli oyunu bu oyun türüne örnek gösterilebilmektedir.
- Anlamlı Oyunlar; her ayrıntısı kodlanmış tanımlı dünyalar içermektedir. Başı sonu belli olmayan, günümüzle bağlantılı olarak tasarlanan oyun türüdür. Macera olarak tanımlanan oyunlar bu oyun türüne girmektedir.
- Aşamalı oyunlar; tasarlanmış özel olaylardan oluşmakta, bölümler geçilerek devam etmektedir. Oyun, sıra ile bir sonraki bölüme geçilerek ya da bölüm bitirilerek tanımlanmaktadır. Süper Mario bu oyun için örnek gösterilebilmektedir.<sup>67</sup>

Bütün bu oyun tanımlamalarından ve kategorisel bazda oyun içi sınıflandırmalardan da anlaşılacağı gibi her oyun hem içeriksel hem de biçimsel yapısına göre farklılaşmakta ve bu farklılıklar oyuncuya farklı deneyimler yaşatarak oyunun oynanmasını sürekli hale getirmektedir.

#### **5.4 Türkiye’de Dijital Oyunlara Genel Bakış**

Türkiye’de kurumsallaşmış dijital oyun sektörünün yeni yeni yapılanmaya başladığı söylenebilmektedir. Yerel oyun üretiminin önem kazanmasıyla birlikte niş

---

<sup>67</sup> A.g.e., s. 116

pazarları hedefleyen küçük yapılarda kurumlardan söz edilebilmektedir. Binark ve Bayraktutan Sütçü 2008 yılında yaptıkları araştırmalarda<sup>68</sup> “oyun tasarımı ve geliştiriminin yüksek maliyetli olması, bu konuda deneyimli iş gücünü gerektirmesi, oyun yazılımı konusunda Türkiye’de kamusal teşvik politikalarının olmaması, oyun geliştirdikten sonra yayın, dağıtım ve pazarlama etkinliklerinin yetersizliği, korsan oyun sorununun süregelmesi, oyun sınıflandırma ve dijital oyuna özgü lisanslama sisteminin olmayışı” oyun endüstrisinin gelişiminin önündeki faktörler olarak ifade etmektedirler. 2020 yılında yaşanan pandemi salgını ile birlikte oyun sektörünün geçmiş yıllara göre daha fazla rağbet gördüğü bilinmektedir. Bu nedenle zaten gelişmekte olan Türkiye Oyun Sektörü de bu süreçte hız kazanmıştır. Türkiye Oyun Sektörü Raporu’nda (YIL) göre oyuncu sayısı, 36.000.000+ olarak, toplam oyuncu hasılatı ise 880.000.000 USD olarak ifade edilmektedir. Dijital oyun sektörü, birçok disiplini içinde barındırmaktadır. Bu nedenle farklı meslek gruplarından bireyler bir arada çalışmaktadır. Sektörün sürekli büyümesiyle birlikte istihdam alanı da artmaktadır.

Dijital oyun tasarımına yönelik çalışmalara üniversiteler tarafından da ilgi gösterilmektedir. Pek çok üniversite Dijital Oyun Tasarımı lisans bölümü açmaktadır. Bunun yanı sıra birkaç üniversitede de yüksek lisans programı olarak Dijital Oyun Tasarımı programına yer verildiği görülmektedir. Lise ve üniversite öğrenci kulüplerinde de bu alanda faaliyet gösteren toplulukların olduğu bilinmektedir. Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nde (ODTÜ) ön kuluçka merkezi ve Teknokent Animasyon Teknolojileri ve Oyun Geliştirme Merkezi 2008 yılında beri faaliyetlerini sürdürmektedir. 2015 yılında Koç Üniversitesi’nde ise Medya ve Görsel Sanatlar Bölümü bünyesinde çalışmalarını Mühendislik Fakültesi ve Psikoloji Bölümü’nün yürüttüğü Design Lab kurulmuştur. Bu laboratuvar da jestlere dayalı ara yüzler, dokunsal his veren kontrol cihazları, artırılmış gerçeklik ve dijital oyunlar üzerinde çalışmalar yapılmaktadır.<sup>69</sup> 2012 yılında kurulan Bahçeşehir Üniversitesi Oyun Laboratuvarı oyun tasarımı, oyun görseline giriş, oyunlarda anlatı alanlarında dersler vermekte; laboratuvar, tasarıma odaklı ar-ge merkezi görev almaktadır. Özyeğin

---

<sup>68</sup> Binark Mutlu, Bayraktutan Sütçü Günseli, Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun, Kalkedon Yayınları, Ekim 2008, İstanbul

<sup>69</sup> Karahisar Tüba, Türkiye’de Dijital Oyun Sektörünün Durumu, Sakarya Üni, 2013, s.112



Üniversitesi ve Bahçeşehir Üniversitesi'nde verilen derslere lise öğrencileri de katılarak kendi oyunlarını tasarlayabilmektedir. Hacettepe ve Kadir Has Üniversiteleri de bu alanda çalışmalar yürütmektedir.

1980'li yıllarda Atari ile birlikte Türkiye dijital oyunlarla tanışmıştır. Oyun konsolunu satın almak bireysel bazda pahalı olduğundan toplu bir şekilde oynanabilmesi için o dönemde Atari Salonlarının açıldığı bilinmektedir. Bu gelişmeyle birlikte dijital oyun sosyalleşme alanının bireyin sosyal hayatına girdiği söylenebilmektedir.

Türkiye yerel oyun geliştirmeye 2000'li yıllarda başlamıştır. Koridor internet üzerinden ücretsiz dağıtılan ilk oyun olarak Türkiye oyun tarihinin köşe taşlarından biridir. Oyun ücretsiz olmasına rağmen kutulara basılı hali ücretli olarak satılmıştır. Pusu ve İstanbul Kıyamet Vakti profesyonel tabanlı ilk yerel tasarım oyunları olarak ifade edilebilmektedir. Oyun tasarım maliyetlerinin yüksek olması sebebiyle oyun sektörünün Türkiye'de gelişiminin yavaş ilerlediğini söylemek mümkündür. Dijital oyun sektörü gelirini kutu satışı, dijital dağıtım ve Free To Play modelleri üzerinden sağlamaktadır.

2011 yılında oyun üreticileri, geliştiriciler, yayıncılar, dağıtımıcılar, lisans şirketleri ile reklam, pazarlama ve faaliyetlerini yürüten kurum ve kuruluşları bir araya toplayan ve daha sağlıklı ve güvenli şekilde büyümesi ve yerli oyun geliştirmenin önünün açılması amacıyla T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı bünyesinde Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu kurulmuştur<sup>70</sup>. Fakat bu federasyon 2013 yılında Bakanlık tarafından kapatılmıştır.

Türkiye'de teknolojik gelişmelerle birlikte dijital oyunlarda gelişme göstermiş ve yetişkinden çocuğa her yaş grubundan bireye olmak üzere tüm toplumda yaygınlaşmıştır. Artan mobil oyun sayıları da bu yayılma sürecinde etkili olmaktadır. 2015'te yayınlanan Ankara Dijital Oyun Sektörü Raporu'na göre Türkiye'de dijital oyun oynayan oyuncu sayısı 21,8 milyondur. Bu Türkiye için önemli bir iç pazar potansiyeli anlamına da gelmektedir. Türkiye'deki genç nüfus oranının yüksek olması

---

<sup>70</sup> Ilgaz Büyükbaykal Ceyda, Abay Cansabuncu İnci, Türkiye'de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu, Yeni Medya Elektronik Dergi eJNM, Ocak 2020, Volume 4 issue 1, p 1-9, s. 8

çevrimiçi konsol oyunları, taşınabilir platform oyunları ve sosyal oyunlara olan ilgiyi arttırmaktadır. Dijital oyunlara yönelik ilginin artışıyla birlikte oyun geliştiricilerinin ve yerli oyunların sayısı da aynı doğrultuda artmaya devam etmektedir.

Türkiye dışında üretilmiş oyunlar Türkçe'ye çevirilip seslendirilerek ve kültürel öğeler dahil edilerek ülke içi oyunculara hitap etmek üzere hazırlanmaktadır. Oyuncuyu rahatsız edebilecek dini ya da politik içerikler kontrol edilmektedir.

2020 Türkiye Oyun Sektörü Raporu'na göre Türkiye'deki yetişkinlerin %79'u mobil oyun oynamaktadır. Bu oyuncuların %50'si erkek, %49'8'i kadın olarak ayrılmaktadır. Oyuncular, %23,9 16-24 yaş arası, %28,5 25-34 yaş arası, %25,3 35-44 yaş arası ve %25,3 45 ve üzeri yaş grubunu kapsamaktadır.

Aynı raporun verilerine göre en çok tercih edilen oyun türlerini Aksiyon-Macera %49,2; Puzzle %46,2; Yarış %45,7; Spor %45,6; Strateji %39,3; Simülasyon %38,3; Kart Oyunları %26,3; Rol yapma %21 olarak sıralamak mümkündür. Sosyal ağlar üzerinden oynanabilen oyunlar Türkiye'deki dijital oyun oyuncuları için tercih edilen bir tür olarak ifade edilebilmektedir. Mobil oyuncuların, günde 4 saatlerini telefon ekranında geçirdikleri bilinmektedir.

<b>Hanelerde bilişim teknolojileri bulunma oranı, 2015-2020</b>						
Proportion of availability of devices in households, 2015-2020						
	YIL / %					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Masaüstü bilgisayar</b> Desktop computer	25,2	22,9	20,3	19,2	17,6	16,7
<b>Taşınabilir bilgisayar (Laptop, Tablet PC)</b> Portable computer (Laptop, Tablet PC)	-	-	-	-	-	-
<b>Taşınabilir bilgisayar (Dizüstü, tablet, netbook vb)</b> Portable computer (Laptop, netbook, tablet)	43,2	-	-	-	-	-
<b>Taşınabilir bilgisayar (Dizüstü, netbook)</b> Portable computer (Laptop, netbook)	-	36,4	36,7	37,9	37,9	36,4
<b>Tablet bilgisayar</b> Tablet computer	-	29,6	29,7	28,4	26,7	22,0

<b>Cep telefonu/ Akıllı telefon</b> Mobile phone (incl. smart phone)	96,8	96,9	97,8	98,7	98,7	99,4
<b>Oyun konsolu</b> Game console	5,3	5,6	5,5	5,6	5,8	5,5
<b>İnternete bağlanabilen TV</b> Smart TV	20,9	24,6	28,5	32,1	37,7	33,8
<b>- Bilgi yoktur.</b> - Denotes magnitude null.						

Tablo 3, TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2004-2020 (2015-2020 yılları arası verileri alıntılanmıştır)

Gündelik oyuncu, boş zamanını değerlendirmek için kolay ve basit oyunları oynayan, düzenli olarak oyun oynamayan kullanıcılar olarak ifade edilmektedir. Oyun meraklısı (Pro-gamer), oyunlarda seçici olması bakımından farklı olarak tanımlanmaktadır. Sıkı oyuncular (Hardcore gamer) için oyun oynamak boş vakitlerini değerlendirmenin ötesinde anlamlı bir aktivite olarak seçtikleri bir oyun türünü sürekli oynamayı tercih etmektedir. Oyun ustası (Game master), MMO tarzı oyunlarda görev alan kutu oyunlarında danışman konumundaki oyuncudur. Oyun uzmanlığı (Game expert) “devasa çevrimiçi oyunlarda oyuncuların tutulmasını sağlama amacıyla birtakım planlamaların yapılması işi, sıkı oyuncuların oyun oynama edimlerini profesyonel bir kariyere dönüştürmeleri ile ortaya çıkan iş, oyun uzmanlığıdır”.<sup>71</sup>

CAMING IN TURKEY - OYUN VE ESPOR AJANSI

## Türk Oyuncularının Karakteristik Özellikleri

01	02	03	04
30 - 40 Yaş Arası Oyuncu	25 - 30 Yaş Arası Oyuncu	18 - 24 Yaş Arası Oyuncu	12 - 18 Yaş Arası Oyuncu
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Çalışıyor, iyi giyimli, 30-40 yaşında ve oyuncu.</li> <li>• Tüm teknolojik araçlara sahiptir; iyi telefon, konsol, PC.</li> <li>• Günlük hayatı daha çok işle geçiyor ve akşamları ailesi ile vakit geçirdikten sonra oyunlar oynuyor.</li> <li>• Zamanı sınırlıdır.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Çalışıyor ve spor giyim tercih ediyor, 25-30 yaş arası ve oyuncu.</li> <li>• Geç uyuyor.</li> <li>• Birçok platformdan oyun oynuyor.</li> <li>• Ana seçimi iyi bir telefon - bilgisayar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Üniversite öğrencisi, spor giyim tercih ediyor, 18-24 yaşları arasında, oyuncu.</li> <li>• Dizüstü bilgisayar kullanıyor.</li> <li>• Müzik dinlemeyi seviyor.</li> <li>• Geç saatlere kadar uyumuyor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12-18 yaşında ve oyuncu.</li> <li>• Liseye / ortaokula gidiyor.</li> <li>• Telefonda oyun oynuyor.</li> <li>• Gündüz okulda ve zamanı kısıtlı.</li> <li>• Erken uyur, gündüz insanı.</li> </ul>

<sup>71</sup> Karahisar Tüba, Türkiye’de Dijital Oyun Sektörünün Durumu, Sakarya Üniversitesi Sanat Tasarım ve Manipülasyon Sempozyum Bildiri Kitabı, Kasım 2013, Sakarya, s. 110

Dijital yerli olarak ifade edilen 2 yaş ve üzeri çocuklarda dahil olmak üzere dijital oyun oynama etkinliğinin yaygın olduğu yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konmaktadır. Gelir durumu, oyun oynanan teknolojik araç, yaş, cinsiyet gibi faktörler değişkenlik gösterse de dijital oyuncuların oldukça fazla sayıda olduğunu söylemek mümkündür. Bebeklikten itibaren sanal dünya ile tanışan çocuklar 3-4 yaşlarına geldiklerinde kimseden yardım almadan dijital oyun oynayabilmekte, hatta cihazlarına bu oyunları indirebilmektedir. Ebeveynler ekran karşısı saatleri kısıtlasa da oynanan oyunlara müdahale etse de çocukların dijital oyun dünyasına dahil oldukları bilinmektedir.

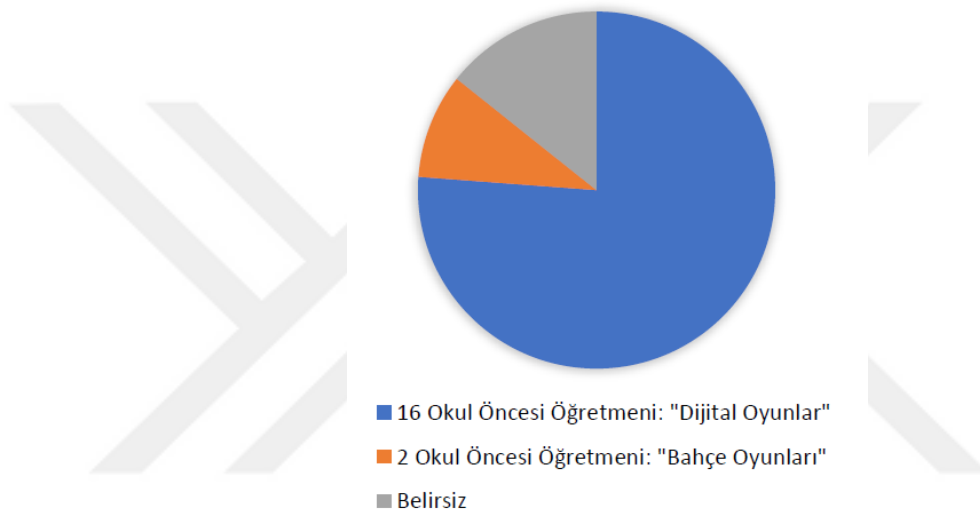
## **6. Çocukların Dijital Oyun Oynama Alışkanlıkları**

Bireyler doğdukları günden itibaren oyunu çeşitli amaçlar için kullanmakta, hayatına dahil etmektedir. Yapılan araştırmalar, erken çocukluk yıllarında oyun oynanmasının bilişsel, fiziksel, sosyal ve duygusal gelişimleri üzerinde olumlu etkilerini çeşitli araştırmalarla ortaya konmaktadır. Bu nedenle oyun çocukların gelişimleri için gerekli ve önemli görülmektedir. Oyunlar teknolojik gelişmeler ve toplumsal değişimlerle birlikte şekil değiştirmiştir. Fiziki oyunlar yerini, kentleşme ile birlikte bireysel oyunlara ve teknolojinin gelişimiyle de dijital oyunlara bırakmıştır.

Çocuklar, kentleşme nedeniyle mobil ya da bilgisayar ekranları üzerinden boş zaman aktivitesi, sosyalleşme alanı gibi pek çok amaçla oyun oynamaktadır. TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması verilerine göre 2020 yılında Türkiye’deki hanelerin %99,4’ünde cep telefonu, 36,4’ünde taşınabilir bilgisayar bulunmaktadır. Çocukların ebeveynlerine ait bu teknolojik cihazlar üzerinden oyun oynadıkları bilinmektedir. Aral ve Doğan Keskin’in 2008 yılında yaptıkları araştırmaya göre “0-6 yaş arası çocuklar cep telefonu, tablet, bilgisayarı en çok çizgi film izlemek ve dijital oyun oynamak için kullanmaktadır.”<sup>72</sup> Aynı araştırmanın bulgularına göre 0-6 yaş arası çocukların %62’si dijital oyun oynamaktadır. TÜİK’in 2013 yılı istatistiklerine göre 6-15 yaş grubu çocukların %79,5 oranında internet kullanımı %66,8 oranında oyun oynama amaçlı cep telefonu kullandıkları belirtilmektedir. Toran’ın 2016 yılındaki

<sup>72</sup> Yiğit Nilüfer, Erken Çocukluk Dönemindeki Çocukların Dijital Oyun Oynama Alışkanlıklarına İlişkin Anne/Baba Görüş ve Uygulamaları, Y. L Bitirme Tezi, Eylül 2019, Samsun s. 11

araştırmasına göre 5 yaş üzeri çocukların dijital oyun oynayabilecekleri bir cihaza sahip oldukları ifade edilmektedir. Çocuklar ortalama 3-4 yaşlarında dijital oyun ile tanışmaktadır. Kırmusaoğlu, çocukların oyun tercihlerine yönelik öğretmenlerle yaptığı araştırmada çocukların bahçe oyunları yerine dijital oyunları tercih ettiklerini ifade etmektedir.<sup>73</sup> Çocuklar geleneksel oyunlara yönlendirildiklerinde bu oyunları oynamayı kabul etmekte fakat bir tercih söz konusu olduğunda dijital oyunları tercih ettikleri görülmektedir.



Grafik 1, Kırmusaoğlu Lara, Okul Öncesi Çocuklarının Dijital Oyunlar ile Dış Mekan Oyunları Arasındaki Tercihleri: Öğretmenlerin Gözlemlerine Yönelik Bir Alan Çalışması, Y.L. Bitirme Tezi, 2020, İstanbul, s. 68

Dijital oyun oynayan çocukların alışkanlıklarına yaş, cinsiyet ve ebeveyn etkisi gibi faktörler etki etmektedir. Akçay ve Özcebe'nin 2012 yılında yaptıkları araştırmanın sonucuna göre 48-59 ay arası çocukların %52 bilgisayar oyunu oynamazken, 60-72 ay arası çocukların %73,1'nin bilgisayar oyunu oynadığı belirtilmektedir.<sup>74</sup> Yaş büyüdükçe oyun oynama alışkanlıklarının da artmakta olduğunu söylenebilmektedir. Bu artışı çocuk üzerinde ebeveyn kontrolünün azalmasına bağlamak mümkündür. Cinsiyet faktörü çocukların oyun oynama alışkanlıklarından çok oyun seçiminde etkili olmaktadır. Oyun üreticilerinin de "kız oyunları" kategorisini ortaya koymaları ile

<sup>73</sup> Kırmusaoğlu Lara, Okul Öncesi Çocuklarının Dijital Oyunlar ile Dış Mekan Oyunları Arasındaki Tercihleri: Öğretmenlerin Gözlemlerine Yönelik Bir Alan Çalışması, Y.L. Bitirme Tezi, 2020, İstanbul, s. 68

<sup>74</sup> Akçay D., Özcebe H., Okul Öncesi Eğitim Alan Çocukların ve Ailelerinin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi

birlikte bu ayrımın netlik kazandığı söylenebilmektedir. Yapılan araştırmalar dijital oyun oynayan ebeveynlerin çocukların oyun oynama alışkanlığı edinmesinin daha kolay olduğunu ortaya koymaktadır. Bandura'nın sosyal öğrenme kuramı da çocuğun gözlemleyerek öğrendiğine vurgu yapmaktadır. Ebeveyninden davranışı gören çocuk bu davranışı yinelemekte ve kazanmaktadır.

Yapılan araştırmalar, çocukların dijital oyunları oyun araçlarının kullanım kolaylığı, ilgi çekici, cazip, eğlenceli ve merak ettirici özelliklerinden nedeniyle tercih ettiğini söylemek mümkündür. Sapsağlam 2018 yılında yaptığı araştırma sonucunda 4-6 yaş grubu çocukların oyun tercihlerini oyuna karşı duydukları ilgi ve istek düzeyi, oyunun eğlendiriciliği, oyuna karşı duyulan merak, oyunun yarattığı alışkanlık ve deneyim faktörlerinin etkilediğini belirtmektedir.

Dijital oyunlar ve fiziksel oyun oynama alışkanlıkları çocuklar arasında karakter, beden, zihin, duygu ve dil gelişiminde seviye farklılıklarına neden olmaktadır. Fiziksel oyunları tercih eden çocukların gelişim düzeyinin, dijital oyun tercihinde bulunan çocukların gelişim düzeyine göre daha ileride olduğu görülmektedir. Ebeveynlerden alınan geri bildirimler doğrultusunda dijital oyun oynadığı süreçte çocukların, çevre ile irtibatını kopardıkları, oyunların sürükleyici şeması nedeniyle yemek yeme gibi temel ihtiyaçlarını unuttukları veya oyunu bırakıp yemek yemeyi reddettikleri, saldırgan davrandıkları ve çocukların uyku düzensizliği bulunduğu bilinmektedir.<sup>75</sup>

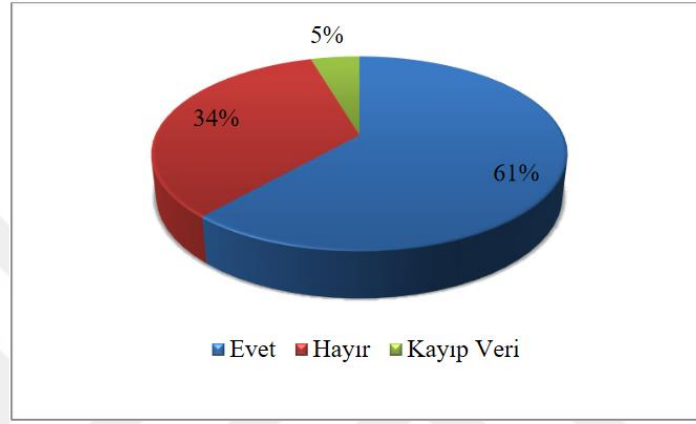
Akçay ve Özcebe'nin 2010-2011 öğretim yılında yaptıkları araştırma bulgularına göre çocuklar ortalama hafta içi 0,53±0,53 saat ve hafta sonu 1,62±1,56 saat bilgisayar oyunu oynamaktadır.<sup>76</sup> Aynı araştırmanın bulgularına göre 48-59 ay arası çocukların, %26,8'inin, 60-72 ay arasındaki çocukların ise %73,1'inin oynadığı tespit edilmiştir. Kız çocukların %31,7'si erkek çocukların %68,3'ü bilgisayar oyunu oynamaktadır.

---

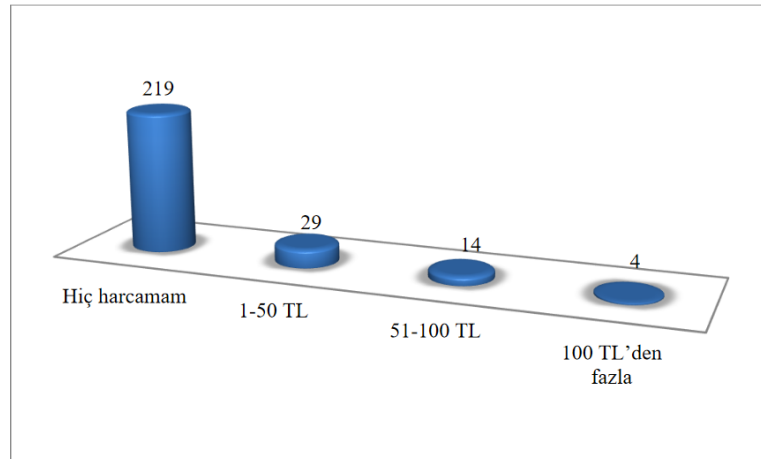
<sup>75</sup> Kırmusaoğlu Lara, Okul Öncesi Çocuklarının Dijital Oyunlar ile Dış Mekan Oyunları Arasındaki Tercihleri: Öğretmenlerin Gözlemlerine Yönelik Bir Alan Çalışması, Y.L. Bitirme Tezi, 2020, İstanbul, s. 87

<sup>76</sup> Akçay Duygu, Özcebe Hilal, Okul Öncesi Eğitim Alan Çocukların ve Ailelerinin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi, Çocuk Dergisi 12(2):66-71, 2012

Talan ve Kalinkara'nın 2019-2020 yılında ortaokul öğrencileri ile yaptıkları araştırmanın<sup>77</sup> bulgularına göre çocukların %61'i dijital oyun oynamaktadır. Aynı araştırmanın bulgularına göre %63 oranında çocukların mobil oyun oynamayı tercih ettikleri görülmektedir. Çocukların %48,3'ü haftada 1-5 saat, %11'inin ise 6-10 saat arasında dijital oyun oynadığı belirlenmiştir. Aynı araştırma, çocukların %82,3'ünün oyunlara ücret ödemeyi tercih etmedikleri ortaya konmaktadır.



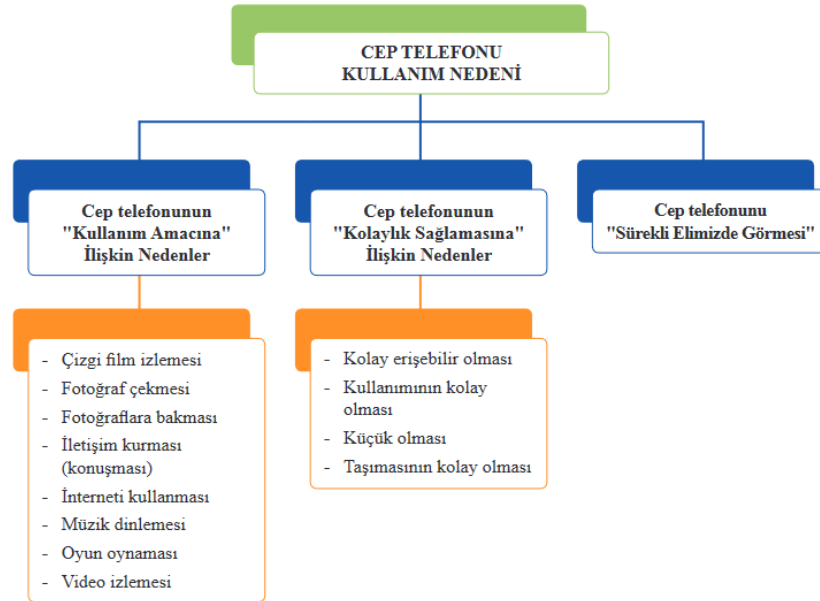
Grafik 2, Oyun Oynama Oranları - Talan Tarık, Kalinkara Yusuf, Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Eğilimlerinin ve Bilgisayar Oyun Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Malatya İli Örneği, Journal of Instructional Technologies & Teacher Education, Vol 9No1 (2020),1-13, s.4



Grafik 3, Oyunlara Ücret Ödeme Oranları - Talan Tarık, Kalinkara Yusuf, Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Eğilimlerinin ve Bilgisayar Oyun Bağımlılık Düzeylerinin

<sup>77</sup> Talan Tarık, Kalinkara Yusuf, Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Eğilimlerinin ve Bilgisayar Oyun Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Malatya İli Örneği, Journal of Instructional Technologies & Teacher Education, Vol 9No1 (2020),1-13

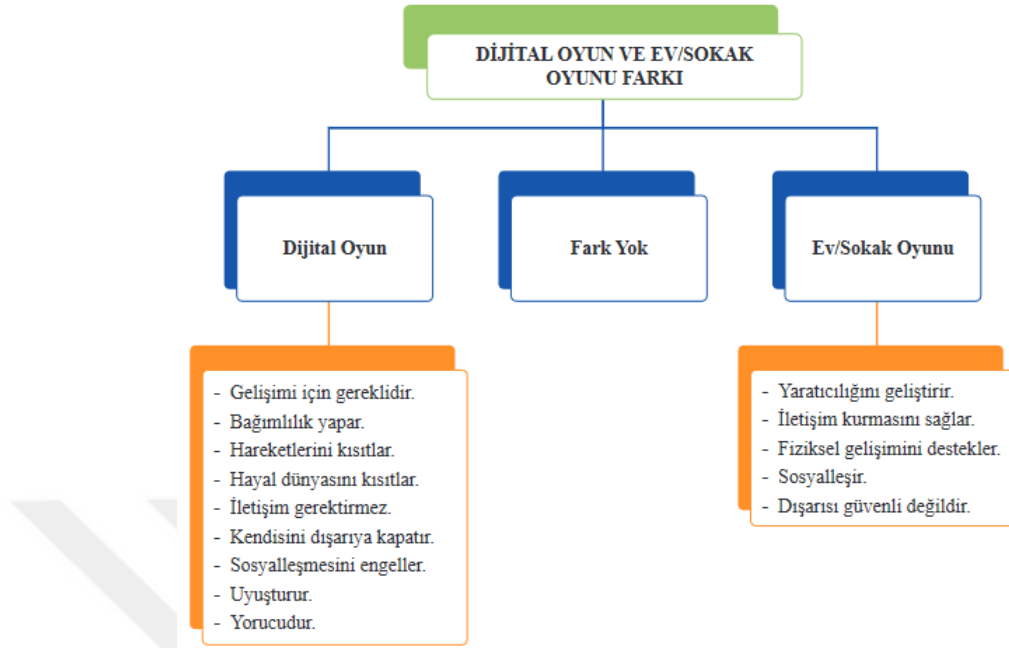
Aral ve Doğan Keskin'in yaptığı 2015 yılında yaptıkları araştırmanın<sup>78</sup> bulgularına göre çocukların %46'sı bilgisayar ve/ya tablet, %43'ünün cep telefonu, %9'unun oyun konsolu, televizyon gibi diğer cihazları kullandığı belirtilmektedir. Aral ve Doğan Keskin'in araştırmasında cep telefonu tercih nedenleri kolaylık sağlaması, yetişkinlerin sürekli kullanıyor olmaları ve kullanım amacı olarak kategorize edilmektedir. Aynı çalışmada ebeveynlerin çocukların dijital oyun oynayarak kısıtlandıkları, uyuştukları, hayal dünyasının zayıfladığı gibi olumsuz etkilerinden bahsettiği görülmektedir.



Görsel 9, Aral Neriman, Doğan Keskin Ayten, Ebeveyn Bakış Açısıyla 0-6 Yaş Döneminde Teknolojik Alet Kullanımının İncelenmesi, Addicta: The Turkish Journal on Addictions, Cilt 5, Sayı 2, 2018, s. 325

<sup>78</sup> Aral Neriman, Doğan Keskin Ayten, Ebeveyn Bakış Açısıyla 0-6 Yaş Döneminde Teknolojik Alet Kullanımının İncelenmesi, Addicta: The Turkish Journal on Addictions, Cilt 5, Sayı 2, 2018, s. 325





Görsel 10, Aral Neriman, Doğan Keskin Ayten, Ebeveyn Bakış Açısıyla 0-6 Yaş Döneminde Teknolojik Alet Kullanımının İncelenmesi, Addicta: The Turkish Journal on Addictions, Cilt 5, Sayı 2, 2018, s. 328

Prensky'nin dijital yerli olarak ifade ettiği teknolojik çağın çocukları; dijital araçların dilini keşfederek, yaparak, yaşayarak öğrenen, çoklu işlemler yapabilen, dikkat süreleri kısa, zihinleri sürekli konudan konuya atlayan, iletişimde ve ilişkilerde sabırsız, anında dönüt isteyen, oyun merkezli yaşayan ve oyun merkezli öğrenen, fantezi dünyası gelişmiş, dijital olarak sosyal çevresi gelişmiş, fiziksel olarak çoğunlukla yalnız, grafik öğelerini metin öğelere tercih eden, dijital araçları kağıda basılı araçlara tercih eden, eğitimden beklentileri yüksek olarak ifade edilmektedir.<sup>79</sup> Bireyin toplumsallaşma süreci teknolojinin ilerlemesi ve dijital yerli olarak tanımlanan çocukların hayatlarında yapılan araştırmalarla da ortaya konduğu şekilde büyük bir yer kaplamaktadır. 0-6 yaş çocuklarının doğduklarından itibaren, her hanede olması ve taşınabilir özellikleri nedeniyle mobil cihazlara ulaşmaları kolaylaşmaktadır. Mobil cihazlara ulaşan çocukların rahatlıkla bu cihazları kullandıkları, uygulamalara girdikleri, okuma yazma bilmemelerine rağmen oyun indirebildikleri, yakınlarını arayabildikleri, çizgi film

<sup>79</sup> Aral Neriman, Doğan Keskin Ayten, Ebeveyn Bakış Açısıyla 0-6 Yaş Döneminde Teknolojik Alet Kullanımının İncelenmesi, Addicta: The Turkish Journal on Addictions, Cilt 5, Sayı 2, 2018, s. 320

seçebildikleri gözlenebilmektedir. Çocukların rahatlıkla kullanabildiği bu uygulamaların ve oyunların çocuğun toplumsallaşma sürecinde etkili olduğu söylenebilmektedir.

### **7. Çocuklara Yönelik Mobil Oyunların Genel Yapısı**

Çocuklara yönelik mobil oyunlar, genel olarak içeriğin canlı renklerle desteklendiği anlatının müzikle daha tempolu ve dikkat çekici hale getirildiği dolayısıyla çocuğun ilgisini çekmeye yönelik eğlence odaklı oyunlar olarak tasarlanmaktadır. Gelişen yüksek çözünürlük özellikleri ile birlikte gerçeğe yakın görseller, kurguyu destekleyen gerçekçi ve uygun eğlenceli sesler, yaş profiline uygun renkler kullanılabilmektedir. Sayan, çocuklar için hazırlanan uygulamaların sahip olması gereken özellikleri; hedeflerin açık ve net olması, grafikleri ve renkli oyun içermesi, tekrar olanağı sağlaması, keşfetmeyi ve problem çözmeye özendirilmesi, çocukların önceki deneyimlerine göre temellendirilmesi, ses ve müzik içermesi olarak belirtmektedir.<sup>80</sup>

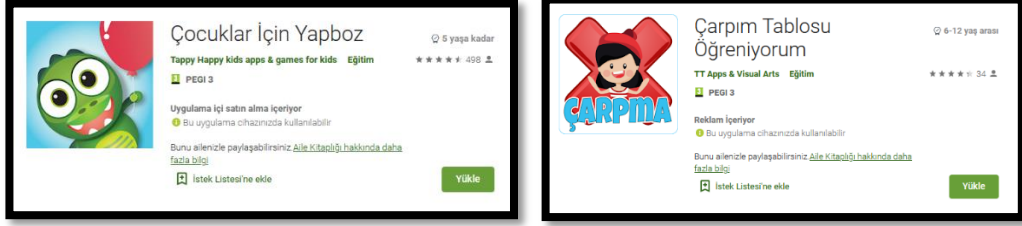
Mobil oyunlar genellikle çocukların eğlenceli vakit geçirmeleri amacıyla tasarlanmaktadır. Mobil oyunlarda yönlendirici kurallar ve belli amaç doğrultusunda ilerlemesi oyunu gerçek hayattan ayırıştırarak sembolik bir durum yarattığını söylemek mümkündür. Çocukların mobil oyunları kontrollü şekilde oynayarak; belirlenen amaçlara ulaşabilmesi için problem çözme becerileri gerektirdiğinden bilişsel gelişime faydası olmaktadır; aksi durumlarda fiziksel ve bilişsel gelişimlerinde risk oluşmaktadır.<sup>81</sup>

2-8 yaş arası çocuklar için eğlence amacının yanı sıra mobil oyunlar arasında eğitsel içerikli uygulamalar bulunduğu bilinmektedir. Bu oyunlar eğitimi hedef almakta; eğlenceyi motive etmek amacıyla bir araç olarak kullanılmaktadır. Kuralların belirlenmiş olması, hikâye kurgusu, çoklu algılama tasarımlarının bu oyunlarda ön planda olduğunu söylemek mümkündür. Eğitici mobil oyun uygulamalarının çocukları vazgeçmesine neden olacak kolaylıkta ya da zorlukta olmaması diğer bir özellik olarak ortaya çıkmaktadır.

---

<sup>80</sup>Akt: Doğan Ayça, Okul Öncesi Özel Eğitim Çocuklarına Yönelik Mobil Uygulamaların Görsel İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi, YL Bitirme Tezi, Işık Üniversitesi, 2018

<sup>81</sup>A.g.e. s. 49



Görsel 11: play store uygulama indirme sayfasından alıntıdır.

## 8. Dijital Oyunlarda Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Temsili ve Beden İnşası

Toplum bireyleri doğumdan hatta gelişen teknoloji ile henüz dünyaya gelmemişken kız ya da erkek olarak cinsiyet bakımından etiketlenmektedir. Etiketlenen birey sosyalleşme sürecinde nesnelere, oyunları, etkinlikleri ve meslekleri cinsiyetlerine uygun olan ve olmayan şekilde ayırmaya başlamaktadır. Toplumsallaşma sürecinde çok fazla cinsiyet temelli uyarana maruz kalan çocuk bu ayrıştırmayı normalize edebilmekte, karakterini buna göre şekillendirebilmektedir.

Modern ve postmodern toplumlarda teknolojinin ilerlemesi, cihazların çoğalması ve ulaşılabilir olması ile birlikte çocukların maruz kaldıkları uyarılar artmıştır. Bir teknolojik cihaza sahip çocuk birçok uygulama aracılığıyla çok fazla uyarana, toplumsallaşma aracına ve üretim sürecine maruz kalmaktadır. Yeni medya uygulamalarında maruz kalınan cinsiyete dayalı iş bölümü, cinsiyet rolleri ve beden görünümleri toplumun idealize etmiş olduğu roller ve beden görünümünden farklı gelişmemektedir. Sokakta görünüm moda akımı ile dijital ortamlardaki moda görünümleri arasında çeşitli benzerlikler olduğu bilinmektedir. Çocukların kız ve erkek cinsiyetine yönelik farklı pazarlama stratejileri ile oyunların cinsiyete dayalı tercihe yönlendirildikleri gözlenmektedir. Oyun indirme mağazalarına girildiğinde kız çocuk başlığı altında ayrı bir kategori olduğu görülmektedir. Bu kategorideki oyunların genelde bebek giydirme, makyaj, zayıflama, bebek bakma gibi oyunlar olduğu da bilinmektedir. Dijital oyunların erken dönemlerinde toplumsal cinsiyetin oyunlarda temsili konusu, henüz çok yeni bir iletişim ortamı olmaları ve deneyimin yeniliği

nedeniyle göz ardı edilmiştir<sup>82</sup>. Provenzo 1991 yılında arcade oyunlarını incelediği çalışmasında bu oyunların %92'sinin hiçbir şekilde kadın rolü içermediğini, kalan %8'lik oranın %6'sının tehlike altında olan kadınlardan oluştuğunu, geriye kalan %2'lik kısımda ise oyun içinde aktif rol oynayan kadınlar olduğunu ortaya koymaktadır.<sup>83</sup> Var olan kadın karakterlerin cinselleştirildiği, cadı ya da pasif rollerde ana karakterin karşılaştığı, kısa süreli iletişime geçtiği gözlenebilmektedir. İlk dijital oyunlardan olan Süper Mario, Pacman gibi oyunlarda kadın, masallarda, dizilerde, filmlerde olduğu gibi “kurtarılmayı bekleyen prenses” konumunda görülmektedir. Erkekler ise aktif, kaslı, kurtarıcı rolündedir. Ana karakter olarak oyunlarda yer alan erkek karakterlerin güçlü oldukları ve beden görünümünde de kaslı yapıda oldukları göze çarpmaktadır. Modern ve postmodern toplumlarında yaygın olan GTA, God of War, Witcher gibi oyunlarda kadın karakterin hayat kadını, bar işletmecisi, ormanda yaşayan bir büyücü ya da savaşçı olarak yan rollerde tasarlanmaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte kadın karakterlerin beden tasarımlarının da cinsiyete dayalı bedenini görsel olarak bir sunum nesnesi haline getirerek oluşturulduğu görülmektedir. Mortal Kombat, İjustice gibi oyunlarda erkek karakterler çeşitli zırhlarla dövüşe katılırken kadın karakterlerin mayo ya da iç çamaşırı benzeri kıyafetlerle dövüştüğü dikkat çekmektedir. Ferdinand de Saussure'ün işaret ettiği ‘gösteren’ ve ‘gösterilen’ iki şey dijital oyunlarda sunulan kadın ve erkek stereotiplerinde varlık bulmaktadır. Dyer, stereotipleri bir sosyal inşa süreci olarak tanımlamaktadır. Stuart Hall ise stereotipleştirmenin farklılıkları indirgediğini, basitleştirdiğini, doğallaştırdığını ve sabitlediğini belirtmektedir.<sup>84</sup> John Berger “gözleyen” ve “gözlenen” olarak, toplumsal cinsiyet kodlarındaki “bakan” ve “bakılan” olmaya dair tanımlamayı yapmaktadır. Laura Mulvey röntgencilik kavramını kullanarak erkek bakışı ve görsel haz kavramlarını, hazzın aktif/eril ve pasif/dişil olarak bölündüğünü söylemektedir. Tüm bu bakılan olma ve bakan olma durumları üzerinden “eril bakışın” dişil üzerine empoze ettiği bir fantezi yarattığını söylemek mümkündür.

---

<sup>82</sup> Terek Ünal Gülin, Batı Uğur, Dijital Oyunlar Kendi Dünyanda Yaşa Bizimkinde Oyna, Derin Yayınları, İstanbul, 2011, s. 65

<sup>83</sup> Arda Ümmü, Kaya Rabia, Çakır Veli Ozan, Serbest Zaman Etkinliği Olarak Dijital Oyunlar ve Toplumsal Cinsiyet, Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Cilt 17, Sayı 38, Haziran 2021, s.5804

<sup>84</sup> A.g.e. s. 71

Dijital oyunlara da yansıyan beden görünümleri de bu fantezinin vücut bulduğu alan olarak tanımlanabilir.



Görsel 12: <https://www.savebutonu.com/dovus-oyunlarinin-en-iyi-kadin-karakterleri-7082> alıntıdır.



Görsel 13: <https://tiergaming.net/> alıntıdır.

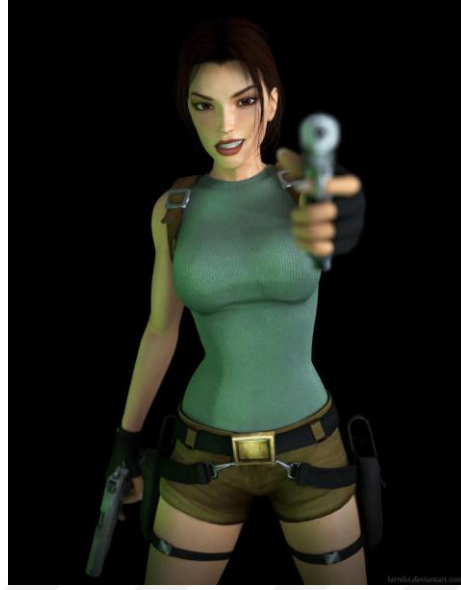
Pacman aldığı tepkilerden sonra kadınların da oyuna dahil olabilmesine yönelik olarak ana karakteri dişil yapmak üzerine çalışmalar yapmıştır. Ms. Pacman toplumun cinsiyet kodlarına uygun olarak tasarlanarak kırmızı ruj, topuklu ayakkabı ve kurdele ile piyasaya sürülmüştür. Ms. Pacman herhangi bir vücuda sahip olmamasına rağmen toplumsal cinsiyet kodlarını yansıtmakta ve meta haline getirilmektedir. Donkey Kong, Dragon's Lair gibi oyunlarda da kadın karakterlerin topuklu ayakkabılı, "seksi" olarak tanımlanan vücut hatlarına ve bunları ön plana çıkarmaya yarayacak kıyafetler giydiği görülmektedir. İki oyunda da kadın karakter kurtarılmayı beklemektedir. Legend of

Zelda kurtarılmayı bekleyen kadın karakter stereotipinden farklılaşarak, kendisini kurtarılmayı tercih etmek ve kurtaracak kişiyi seçmek gibi özelliklerle az da olsa aktif hale getirilmektedir. Oyun ilerledikçe kahraman haline dönüşen Zelda'nın bir süre sonra eril özelliklerinin artış gösterdiği görülmektedir. Bu durumun naiflik, duygusallık, güçsüzlük gibi kadına atfedilen özelliklerle kahraman olunamayacağına dair algıyı yeniden üretmekte olduğu söylenebilmektedir.



Görsel 14: [https://segaretro.org/Ms. Pac-Man](https://segaretro.org/Ms._Pac-Man)

Kadınları da dijital oyunlara dahil edebilmeye yönelik olarak ana kahramanının kadın olarak tasarlandığı Tomb Raider, Lara Croft toplumunda benimsediği kadın stereotipinden farklı görünümü elde etmiştir: kadın güçlü, cesur, çevik ve akıllıdır. Eliyle eşyaları kaldırabilmekte, kırabilmektedir. Erkeklerle atfedilen güç özelliklerine sahip bir kadın karakter tasarlanmıştır. Eril özellikler yüklenmesine rağmen Lara Croft'un beden kodlamasına bakıldığında belirgin göğüsleri ve giyim kodlarıyla karakterin cinselliği ön plana çıkarılmaktadır.



Görsel 15: <https://tr.pinterest.com/pin/761108405747947423/> alıntısıdır.

Dijital oyunların ilk çıktığı günden beri hedeflenen kitle genel olarak 18-35 yaş aralığındaki erkeklerdir. Modern ve postmodern dönem ile birlikte kadın oyuncular da hedeflenmeye başlamıştır. Kadın oyuncuların hedeflenmesi ve oyunlardaki kadın karakterler aracılığıyla ulaşılabilecek erkek oyuncular göz önüne alınarak oyunlardaki kadın karakterlere özen gösterilmeye başlanmıştır. Kadın oyuncuların azlığı pek çok neden dayandırılmaktadır. Öncelikle kadın ana karakter olmaması, ki bu erkek oyuncuların kadın ana karakterle oynamak istememelerine<sup>85</sup> yönelik varsayım sonucunda ortaya çıkmaktadır. Kadınların boş zaman etkinlik seçimlerinin erkeklere oranla kısıtlı olduğu; ev ve çocuk bakımı gibi özel alan sorumluluklarının kadınlara yüklenişi, bakım emeğinde saat sınırlaması olmaması nedeniyle kısıtlı serbest zaman kadınlara oyun oynayacak bir alan bırakmamaktadır. Ekonomik sınırlılık ve teknolojiye erişim olanağının da kız çocuklarının aleyhine eşitsiz olduğu ileri sürülmektedir.<sup>86</sup> Diğer yandan oyun kültürü ve teknoloji geliştikçe kadınların da oyuncu olarak bu kültüre dahil

---

<sup>85</sup> Terek Ünal Gülin, Batı Uğur, Dijital Oyunlar Kendi Dünyanda Yaşa Bizimkinde Oyna, Derin Yayınları, İstanbul, 2011, s. 71

<sup>86</sup> Arda Ümmü, Kaya Rabia, Çakır Veli Ozan, Serbest Zaman Etkinliği Olarak Dijital Oyunlar ve Toplumsal Cinsiyet, Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Cilt 17, Sayı 38, Haziran 2021, s.5805

olmaya başladığı görülmektedir. Kadınları oyun kültürüne dahil olmasıyla birlikte oyun kültürünün değişmeye uğradığı görülmektedir.<sup>87</sup>

ESA'nın 2006 yılında ABD'de yaptığı araştırmanın verilerine göre dijital oyunlara katılan kadınların oranı %38, 2019 yılında ise %46 oranında olduğu görülmektedir. Türkiye Oyun Sektörü Raporu'nun 2019 verilerine göre dijital oyun oynayanların %42,8'ini kadınlar %57,2'sini ise erkekler oluşturmaktadır. Türkiye Oyun Sektörü Raporu'na 2020 yılı verilerine göre ise Türkiye'deki mobil oyuncuların %50,2'si erkek, %49,8'i kadın oyunculardan oluşmaktadır.



Görsel 16: Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2020, s. 19

Kırmusaoğlu yaptığı araştırmada öğretmenlerin 3-6 yaş aralığındaki okul öncesi dönem çocukları oynamakta oldukları dijital oyunlarda duydukları söz ve terimleri, gözlemledikleri karakter ve olayları sınıf ortamına taşıdığını gözlemlediklerini iletmektedir. Aynı araştırma sonuçlarına göre, erkek çocuklar dijital oyunları kız çocuklarına göre daha fazla oynamaktadır. Erkek çocukların şiddet, ölüm, savaş, yarış temalı oyunlarda bulunan karakterleri canlandırdıkları ve bu oyunlarda maruz kaldıkları nesnelere çevrelerindeki nesnelere bağdaştırarak animize ettikleri, duydukları argo kelimeleri kullandıkları, konuşma becerilerinin olumsuz etkilendiği tespit edilmiştir. Kız çocuklar ise dijital ortamda çoğunlukla yemek yapma, bebek giydirme, makyaj yapma gibi oyunları tercih etmekte ve bu oyunlarda var olan “güzel kız” karakterinin özelliklerini giyim tarzını ve saç şeklini taklit ederek yansıtmaktadır. Kırmusaoğlu araştırması sonucunda dijital oyunların içerikleri çocukların idealleştirilmiş toplumsal kadın-erkek cinsel kimlikleri benimsedikleri ve bu kimliklere benzemeye çalıştıkları

<sup>87</sup> Usta Münevver, Aygün Doğuş, Video Oyunları Endüstrisinde Toplumsal Cinsiyet Sorunsalı, Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul, Şubat 2019, s. 39



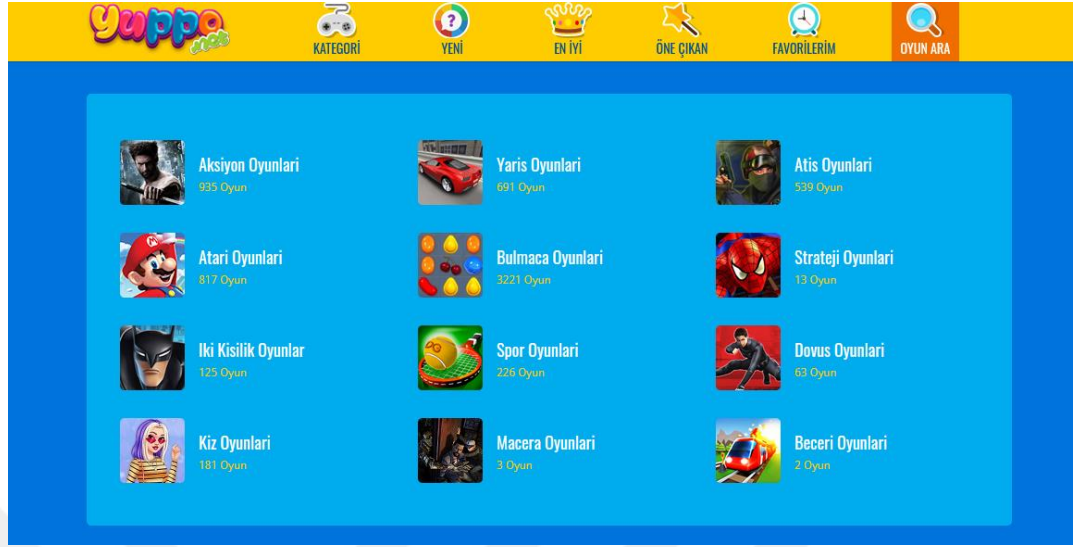
ortaya koymaktadır.<sup>88</sup> Bandura çocukların sosyal öğrenme metodu ile görerek, duyarak öğrendiklerini ileri sürmektedir. Skinner öz denetim ve bağımsızlık gibi istendik davranışlar gibi kıskançlık, kötü çalışma alışkanlıkları gibi istenmeyen davranışların da pekiştireçlerle ortaya çıktığını söylemektedir. Dijital oyunların da çocukların toplumsallaşma sürecinde pekiştireç görevi üstlendiğini söylemek mümkündür.

Kadınların ve kız çocuklarının dijital oyun kültürüne dahil olmaya başladığı yukarıda verilerle birlikte belirtilmektedir. Özellikle kadın oyuncuların cinsiyetçi öğe içeren oyunları “kötü oyun” olarak nitelendirerek bu oyunları oynamayı reddettiği bilinmektedir.<sup>89</sup> Kadınları ve kız çocuklarını oyun kültürüne çekmek için kadın ana karakterlerin bulunduğu, kadınlara yönelik oyunlar kodlanmakta ve piyasaya sürülmektedir. Kız çocuklarına yönelik, sadece kız çocuklarının oynamasına yönelik olarak “pembe oyunlar”, “kız oyunları” ya da “prenses oyunları” kategorilerinin oluşturulduğu görülmektedir. Bu ayrımın toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin dijital oyun sektöründeki belirgin bir göstergesi olduğunu söylemek mümkündür. Uygulamalarda ve çeşitli çevrimiçi oyun sitelerinde erkek oyunları diye bir kategori olmadığı da göze çarpmaktadır. Kız çocukları diğer tüm oyunlardan “dışlanarak”, kendilerine ait belirlenen alanda “oyun oynayabilmektedir.” Bu durum Woolf’in kütüphanelere kadınların girememesi ile ilgili yorumlarını hatırlatmaktadır. Woolf toplumsal yaşam sürecinde içeride ve dışarıda kadınların eril sistem tarafından çizilen sınırlar dahilinde hareket edebildiğine vurgu yapmaktadır.

---

<sup>88</sup> Kırmusaoğlu Lara, Okul Öncesi Çocuklarının Dijital Oyunlar ile Dış Mekan Oyunları Arasındaki Tercihleri: Öğretmenlerin Gözlemlerine Yönelik Bir Alan Çalışması, Y.L. Bitirme Tezi, 2020, İstanbul, s. 87

<sup>89</sup> Usta Münevver, Aygün Doğuş, Video Oyunları Endüstrisinde Toplumsal Cinsiyet Sorunsalı, Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul, Şubat 2019, s. 36



Görsel 17: www.yuppo.net alıntısıdır.

Kız çocuklarına yönelik oyunlar incelendiğinde genellikle makyaj, giydirme, bebek bakımı, yemek yapma gibi oyunların kategoride yer aldığı görülmektedir. Toplumun kadınlara, kız çocuklarına atfettiği pembe/ mor renklerin, simlerin, canlı renklerin görsellerde kullanıldığı görülmektedir. Oyunların genelini güzellik, moda, prenses gibi olma temaları oluşturmaktadır. Prenseler olmak, kız çocuklarına ileride ‘prenseler’ olmak isteyecekleri varsayımından hareket edilerek hem bir kişilik hem de bir yaşam biçimi olarak sunulmaktadır. Oysa, prenseslik diye bir meslek olmadığı gibi, ‘iyi bir prenses olma’ diye bir karakter özelliği de bulunmamaktadır.<sup>90</sup> Barbie fiziksel oyunlarda olduğu kadar dijital oyunlarda da çocukların ilgisini çekmeye devam etmektedir. Hikâyeye kurgusunda kadınların “çirkin” olduğu ve oyuncunun yardımıyla “güzelleşeceği” vurgusu yapılmaktadır. Toplumsal cinsiyet kodlarının atfettiği beden ölçüleri, beden görünümleri çocuklara oynadıkları oyunlar aracılığıyla biçim ve içerik olarak sunulmaktadır.

<sup>90</sup> Akdağ Çilem Tuğba, ‘Tipeez.com’ Örneği Üzerinden Tüketim Kültürü, Toplumsal Cinsiyet ve Disneyleşme, TRT Akademi, Cilt 2, Sayı 4, Temmuz 2017, s. 537



Görsel 18: www.yuppo.net alıntıdır. Görsel 19: Barbie Dreamhouse Adventures oyunundan alıntıdır.



Görsel 20: Project Makeover oyun fragmanından alıntıdır.

Kadın hareketleri ile birlikte toplumsal hayatın pek çok alanında olduğu gibi dijital oyunlarda da kadın karakterlerin dahiliyeti, kadın karakterlerin sunumuna yönelik çeşitli değişiklikler ve gelişmeler meydana gelmiştir. Fakat bu gelişmeler kadınların beden görünülerine yönelik toplumsal kodları yeniden üretmektedir. Ayrıca kadının, özellikle kız çocuklarının toplumsal cinsiyete yönelik iş bölümüne uygun oyunlara yönlendirilmesi, kadın karakterlerin genellikle yan karakter; cadı, savaşçı (ana karakter olan erkek karakter tarafından yenilen, korunan) konumunu pek de değiştirmemektedir. Dijital oyun kültürünün yeni olduğunu fakat hızlı bir ivme ile gelişerek feminizmi kendi dünyasının gerisinde bırakmayı başardığını ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yeniden üreticisi konuma yerleştiğini söylemek bir anlamda mümkündür.

Türkiye’de Bilgi Üniversitesi Çocuk Çalışmaları Birimi (ÇOÇA) “Neden Olmasın” isimli toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik kutu oyunlarını [www.nedenolmasın.org](http://www.nedenolmasın.org) adresine taşıyarak bu oyunun dijital platform üzerinden de oynanabilmesini sağlamaktadır. Bu oyun sınıf içerisinde eğitimcilerin yönlendirilmesiyle oynanabildiği gibi bireysel olarak da oynanabilmektedir. Eğitsel oyun kategorisindeki bu dijital oyun çocuk döneminde yerleşen toplumsal cinsiyet eşitsizliğine yönelik kodları değiştirmeyi amaçlamaktadır.



### **III. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN ANALİZİ**

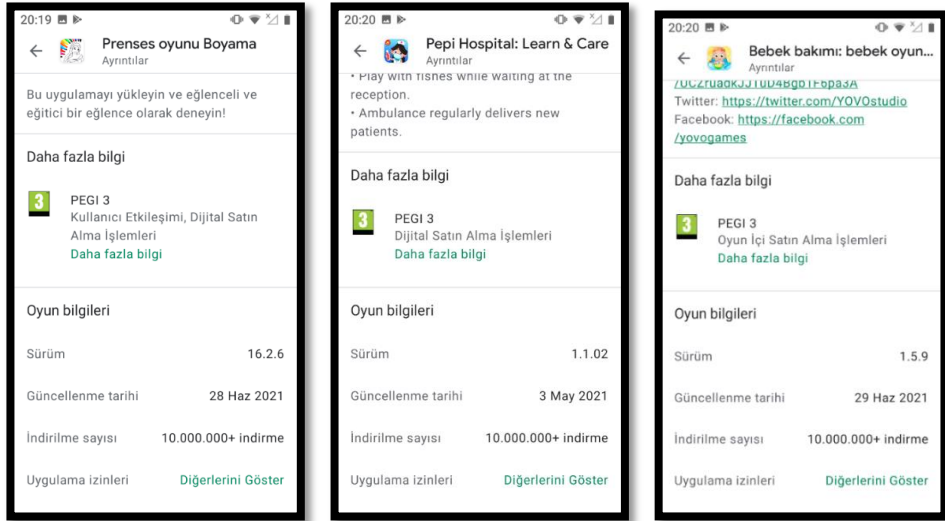
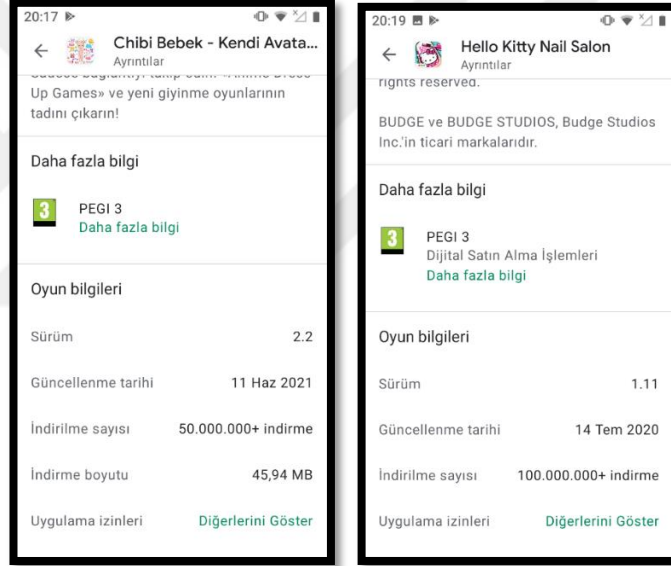
#### **1.Araştırma Kapsamında Örneklem Grubuna Dahil Edilen Mobil Oyunlar**

Tez çalışması kapsamında araştırmanın örneklem grubuna dahil edilecek olan dijital oyunlar ilk aşamada türsel kategorilere ayrılmıştır. Dijital platformlarda yer alan oyunlar bu kategoriler bazında “video tabanlı”, “bilgisayar tabanlı” ve “taşınabilir tabanlı” olarak kategorize edilerek örneklem grubuna alınmıştır. Araştırmaya dahil edilen olan oyunlar Haziran 2021 tarihinde android ve ios işletim sistemine sahip indirme platformlarından; App Store ve Play Store’da yer alan dijital mobil oyunlardan “popüler ücretsiz oyun” kategorisinde yer alan ilk 100 oyun sıralamasından seçilmiştir. Ayrıca yaş sınırı 4+ için belirlenen oyunlar örneklem grubunun belirlenmesinde bir diğer kriter olarak yer almaktadır.

Haziran 2021 tarihinde Play Store’da ilk 100 oyun içerisinde 4+ (4 yaş ve üzeri) olan sıralamada yer alan tüm oyunlar; Bebek Bakımı: Bebek Oyunları, Pepi Hospital: Learn&Care, Prenses Oyunu Boyama ve Chibi Bebek Kendi Avatarınızı Yapın isimli dijital oyunlar araştırma kapsamına alınmıştır. Bebek bakımı: Bebek Oyunları oyunu Yoyo Games tarafından geliştirilmiştir. 24. Sırada yer almaktadır. Sanal dünya üzerindeki bir bebeğin bakımı üzerine olan bu oyun 5 üzerinden 3,9 puana sahip olmakla birlikte oyunun 10.000.000’nin üzerinde indirildiği görülmektedir. Pepi Hospital: Learn and Care oyunu hastanede geçmekte ve popülerlik sıralamasında 43. sırada yer almaktadır. Pepi Play tarafından geliştirilmiştir. Oyun 5 üzerinden 4,3 puana sahiptir, 10.000.000’nin üzerinde kullanıcı tarafından indirilmiştir. Chibi Bebek; kendi avatarınızı yapın oyunu Anime Dress Up Games tarafından geliştirilmiş bir karakter tasarlama oyunudur. Popülerlik sıralamasında 46. sıradadır ve 4,3 puana sahiptir. Oyun 50.000.000 üzerinde indirilmiştir. Coloring Games tarafından geliştirilen Prenses Oyunu Boyama oyunu sanal bir boyama kitabıdır. 5 üzerinden 4,2 puana sahip olup popülerlik sıralamasında 48. sırada yer almaktadır. 10.000.000 üzerinde indirilmiştir. Hello Kity Nail Salon oyunu Budge Studios tarafından geliştirilen tırnak bakım ve boyama oyunudur. Oyun popülerlik sıralamasında 85. Sırada yer almaktadır. 5 üzerinden 4,1 puana sahiptir. 100.000.000 üzerinde indirilmiştir.

Oyunun Adı	Oyunun sıralaması	Oyunun Puanı	Oyunun İndirilme Oranı
Bebek bakımı: Bebek Oyunları	24	3,9	10.000.000+
Pepi Hospital: Learn and Care	43	4,1	10.000.000+
Chibi Bebek; kendi avatarınızı yapın	46	4,3	50.000.000+
Prenses Oyunu Boyama	48	4,2	10.000.000+
Hello Kitty Nail Salon	85	4,1	100.000.000+

Tablo 4: Oyunların Play Store Uygulama İndirme Platformundaki Konumu

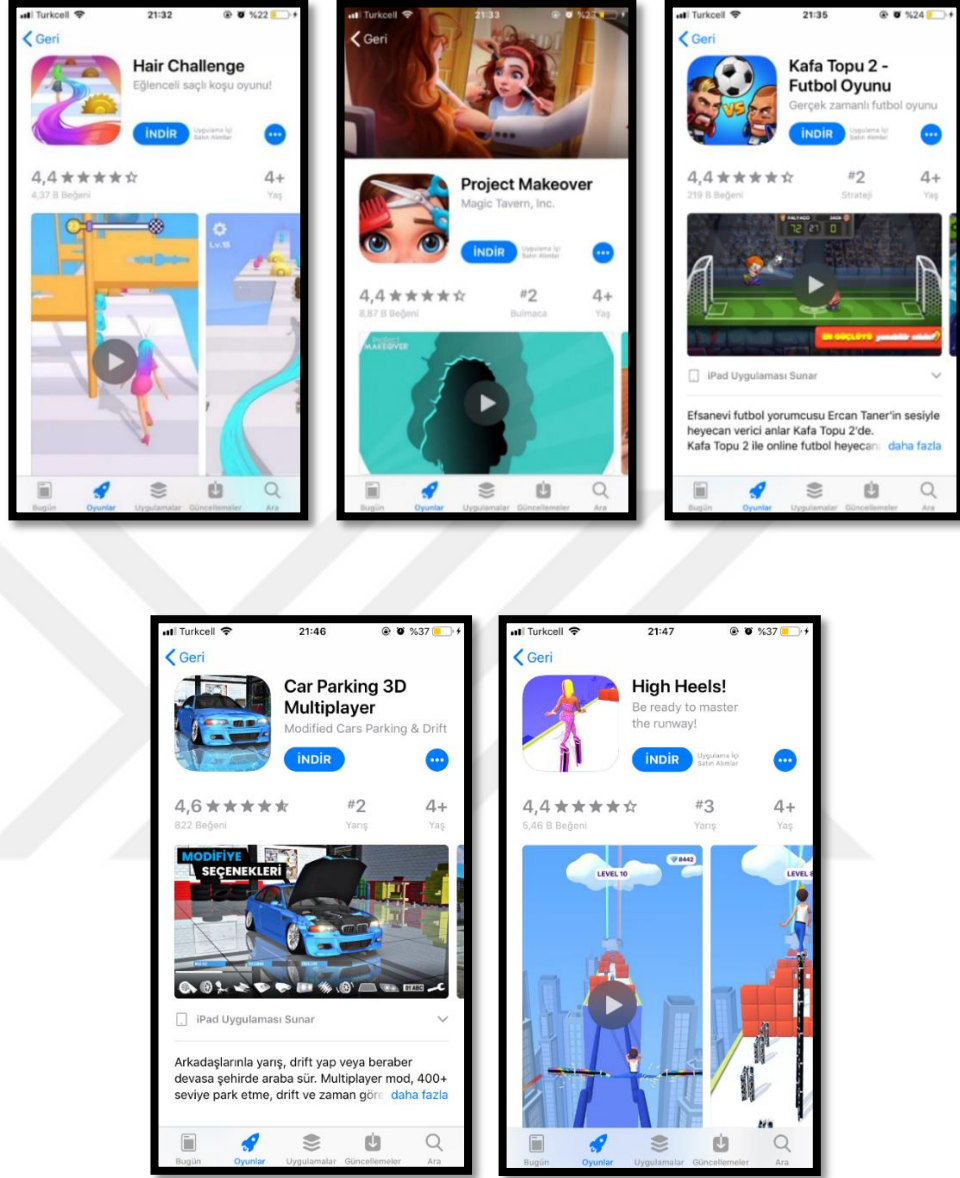


## Görsel 21: Play Store Uygulama İndirme Platformundaki Oyun Tanıtım Ekranları

Haziran 2021 tarihinde App Store'daki ilk 100 oyun içinden 4+ (4 yaş üzeri olan) olan; Hair challenge, Project Makeover, Kafa Topu 2, Car Parking, High Heels seçilmiştir. Rollic Games'in geliştirdiği Hair Challenge popülerlik sıralamasında 12. Sırada yer almaktadır. Saç kesimi ve güzelliği üzerine olan bu oyun 5 üzerinden 4,4 puana sahip olmakla birlikte 4,37 bin beğeni almıştır. Magic Tavern, Inc tarafından geliştirilen Project Makeover popülerlik sıralamasında 14. sırada yer almaktadır. Bireylerin hayallerinin gerçekleştirilmesi üzerine oynanan oyundan 5 üzerinden 4,4 puan almış ve 8,87 bin beğeni almıştır. Kafa Topu 2 oyunu Masomo Limited tarafından geliştirilmiştir. Popülerlik sıralamasında 19. Sırada yer almaktadır. Futbol oyunu olarak oynanmakta ve 5 üzerinden 4,4 puan almış, 219 bin beğeni toplamıştır. Furkan Gül tarafından geliştirilen Car Parking 3D Multiplayer oyunu araç sürme ve park etme üzerine tasarlanmış, popülerlik sıralamasında 20. Sırada yer almaktadır. Oyun 5 üzerinden 4,6 puan almış ve 822 bin beğeni toplamıştır. High Heels 24. popülerlik sıralamasında yer alan bir topuklu ayakkabı oyunudur. Zynga Inc. tarafından geliştirilmiştir. 5 üzerinden 4,4 puan almış ve 5,46 bin beğeni toplamıştır.

Oyunun Adı	Oyunun Sıralaması	Oyunun Puanı	Oyunun Aldığı Beğeni
Hair Challenge	12	4,4	4,37 Bin
Project Makeover	14	4,4	8,87 Bin
Kafa Topu 2	19	4,4	219 Bin
Car Parking 3D Multiplayer	20	4,6	822 Bin
High Heels	24	4,4	5,46 Bin

Tablo 5: Oyunların App Store Uygulama İndirme Platformundaki Konumu



Görsel 22: App Store Uygulama İndirme Platformundaki Oyun Tanıtım Ekranları

Oyunlar seçildikten sonra fragmanları, puan ve beğenileri ve oyunlara yapılan yorumlar analizler esnasında da dikkate alınmıştır.

## 2. Araştırma Kapsamına Dahil Edilen Oyunların Biçimsel ve İçeriksel Analizi

Araştırma kapsamına alınan oyunların biçimsel ve içeriksel analizi yapılırken araştırma sorunsalının ele alındığı ilk bölümde belirtilen sorular cevaplanmaktadır. Sorular şu şekilde yer almaktadır:

1. Oyunun teması; hikâye kurgusu nasıl inşa edilmiştir?

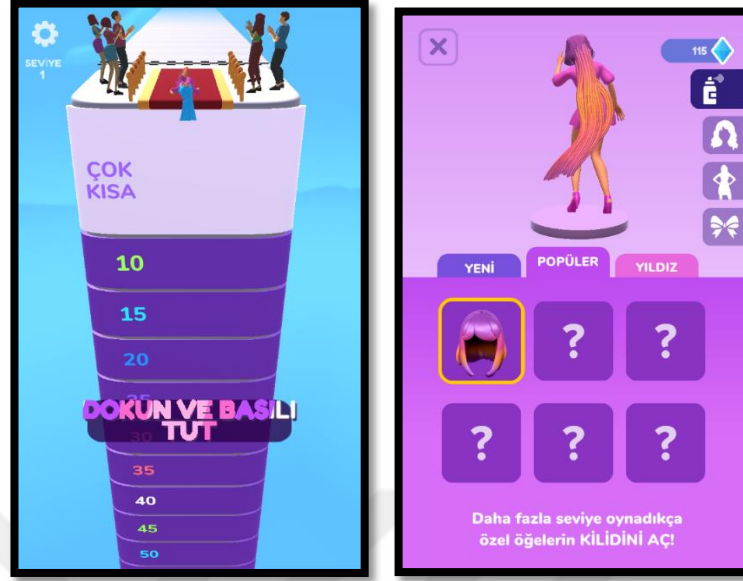


2. Oyunun anlatısında yer alan teknik kodların içeriğe katkısı nasıl sağlanmaktadır?
  - a. Oyunun görsel içeriği nasıl kurgulanmıştır?
    - a.1. Oyundaki renk kodları nelerdir?
    - a.2. Oyunda yer alan açılar ve planlar nasıl tasarlanmıştır?
  - b. Oyunun işitsel kurgusu (efektler, müzik ve işitsel öğeler) oyunun içeriğine nasıl bir anlam katmaktadır?
3. Dijital oyun anlatısında kurgulanan oyun karakterleri toplumsal cinsiyet normlarını nasıl yansıtmaktadır?
  - a. Toplumsal gündelik hayata dair iş bölümü nasıl kodlanmıştır?
  - b. Dijital oyunlarda karakterlerde cinsiyete dayalı mesleki iş bölümü nasıl temsil edilmektedir?

## **2.1. App Store İndirme Mağazasında Yer Alan Oyunlar**

### **2.1.1 Oyun 1: Hair Challenge**

**Oyunun Konusu:** Hair Challenge (saç mücadelesi); bir saç uzatma oyunu olarak nitelendirilebilmektedir. Oyun içerisindeki kurgusal yapıda oyun karakteri bir platform üzerinde yürümekte ve karşısına çıkan perukları toplamaktadır. Oyun içerisinde toplanan peruklara göre oyun karakterinin saçları uzamakta ve renk değiştirmektedir. Oyunda değişik zamanlarda platformda görüntülenen makaslar karakterin karşısına çıkmakta ve karakter bunlardan kaçamadığı durumlarda saç boyu kısalmaktadır. Platform sonunda ise karakter sırtüstü uzanarak saçlarını aşağıya doğru sarkıtmakta ve saç uzunluğu ölçülmektedir. Saç boyunun uzunluğuna göre karakter başarılı ya da başarısız sayılmaktadır. Saç uzunluğu yeterli ölçüye gelmediğinde bu bölüm geçilememektedir. Bölümler geçildiğinde oyuncuya oyunun başında verilen avatara yeni bir özellik yüklenmektedir. Saç rengi, saç uzunluğu, saç modeli gibi özelliklerle bir sonraki bölüme başlamaktadır.



Görsel 23: Hair Challenge Oyun Görselleri 1

**Oyunun Teknik Kod Analizi:** Oyunun teknik kod analizinde oyunun görsel yapısını oluşturan kodlara bakılmaktadır. Bu analiz oyunun görsel ve işitsel kodlar başlığı altında kategorize edilerek oyunun biçimsel olarak nasıl inşa edildiğine dayanmaktadır.

**Oyundaki Görsel Kodlar:** Renk kodları açısından bakıldığında Hair Challenge oyununda mor, bebek mavisi, pembe gibi yumuşak renklerin kullanıldığı görülmektedir. Çocuklara yönelik oyunlarda pembe, mavi gibi renklerin ve renk tonlarının kullanılması aslında çocukların doğdukları andan itibaren toplumsal alanda renkler aracılığıyla çocuklara yüklenen cinsiyet rollerinin bir yansıması olarak da değerlendirilebilmektedir. Bu anlamda bu renklerin ve tonların çocukların, çocukluk dönemi boyunca sık rastladığı bilinen renkler olduğunu söylemek mümkündür.

Oyun geneline beyaz ve gri renk tonlarından oluşan bir platform hakimdir. Beyaz rengin kullanılması hem oyunu oynayacak olan yaş grubunun dikkatinin platform üzerinde daha rahat odaklanmasına, hem de oyunda yer alan engel ve ödüllerin daha rahat algılanmasına olanak sağlamaktadır.

Platformda çeşitli engellerin yer aldığı oyunda oyunu oynayan kişi oyundaki karakterin arkasında onu takip edecek şekilde konumlandırılmaktadır. Oyunun temelinde saç uzatmak ve saçın görselliği hâkim olduğu için bu açının kullanılması

saçın daha net bir şekilde görünmesini sağlamaktadır. Oyunda karakterin hareket düzlemini yönetecek olan kişi oyuncu olduğu için oyun genel planda tüm nesnelere görebilecek şekilde tasarlanmıştır. Ayrıca oyun aksiyona dayalı bir içeriğe sahip olduğu için genel planda tercih edilmektedir. Her oyunun sonunda karakterin saç uzunluğu oyunda başarı kriteri olarak belirlenen saçın uzunluğunu gösterebilecek şekilde plan değiştirilerek karakter kırmızı bir halının üzerinde konumlandırılmaktadır.

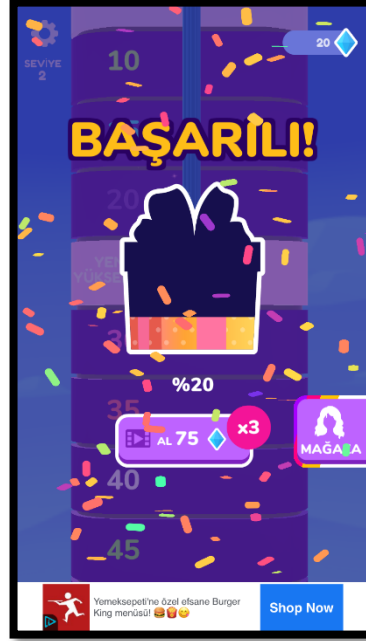
**Oyundaki İşitsel Kodlar:** Oyunda herhangi bir müzik unsurunun kullanılmadığı görülmektedir. Ancak oyunda efekt kullanımına yer verilmektedir. Efektler aracılığıyla bazı detaylar belirginleştirilmeye çalışılmaktadır. Örneğin saçlar makasa denk geldiğinde kesilme sesi ile oyuna bir anlamda gerilim unsuru eklenmektedir. Çünkü oyunda saçın kısılması başarı oranını düşürmektedir. Ayrıca oyun karakteri platform süresinde anahtara denk gelirse bir açılma sesi gelmektedir. Bu durumda karaktere yeni özellikler eklenmesini sağlayacak olan başarılı olmanın efektle desteklenmesine örnek olarak verilebilmektedir. Her bölümde oyunun bitiş aşamasında saç ölçümünde başarılı olunması durumunda da ekranda konfetiler çıkmakta ve başarılı olma durumu görsel efekt kullanımıyla onaylanmaktadır. Oyun sonunda yine kilit açılma sesi duyulmaktadır. Konfetilerden sonra mor bir ekran üzerine büyük harflerle yerleştirilen başarılı yazısı ile oyuncu oyun içerisinde bir anlamda motive edilmektedir. Platform sürecinde de karakterin başarı durumuna göre ara sıra “çok uzun”, “aşırı uzun” “Rapunzel” gibi teşvik edici yazılar kısa süreli olarak ortaya çıkmaktadır.

Oyunun temelinde kurgulanan kadın karakterin dikkat çekici özelliği idealleştirilmiş beden görünümü; beden ölçüleri, giyim ve saç uzunluğu ile ilişkilendirilmektedir. Engeller ve toplanması gereken ödüller (makas ve peruklar) oyun içinde görsel öğe olarak yer almaktadır. Bölüm sonunda platformu tamamlayan kadın karakterin en uzun saç ölçüsüne ulaşarak hedefe vardığı görülmektedir. Platform sonunda karakterin başarısını alkışlayan seyirciyi ya da jüriyi anımsatan oyun karakterleri kısa bir süre oyunda yer almaktadır. Ancak bu karakterler sadece görsel ve motive edici bir unsur olarak konumlandırılmakta karakterlerin oyunun ilerlemesine ilişkin herhangi bir katkısı bulunmamaktadır.

Oyunun fragman tasarımında bakıldığında fragmanın oyun içindeki görseller aracılığıyla yapılandırıldığı görülmektedir. Oyun için farklı bir tanıtım görseli

oluşturulmamıştır. Renkli ve uzun saçlar, aksesuarlar ve oyun içinde yer alan engeller kullanılarak oyunun kısa tanıtım filmi oluşturulmuştur. Bu bağlamda oyunun kız çocuklarının beden inşasına yönelik bir içerikle kodlandığı düşünüldüğünde onların ilgisini çekebilecek uzun ve renkli saç tasarımı üzerinden kurgulanması bilinçli bir tercih olarak ele alınabilmektedir.

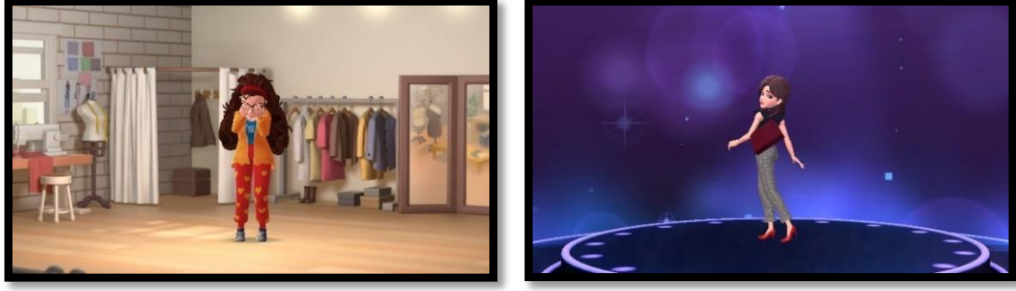
Oyun içinde bazı durumlarda yazı kullanımına yer verilmektedir. Oyuncunun başarılı olduğu kısımlarda başarı yazı ile desteklenmektedir. Dolayısıyla oyunda yazı kullanımı oyuncu için bir motivasyon aracı olarak da değerlendirilebilmektedir. Ancak bu noktada dikkat çeken unsur oyunun hedef kitlesi ile yazı kullanımının örtüşmüyor olmasıdır. Oyun platformunda ara sıra oyuncunun performansına göre ortaya çıkan “Rapunzel”, “çok uzun” gibi yazıları +4 hedef kitlesinin henüz öğrenmemesi nedeniyle okuması mümkün değildir. Dolayısıyla oyun +4 yaş grubu için zorlayıcı olmaktadır. Bu yaş grubunda yer alan çocuklar için yazı ile verilen yönlendirmeler ya da motivasyonların anlaşılması söz konusu değildir. Kasım 2021 tarihinde oyun güncellemeleri ile birlikte kontrol edildiğinde oyun geliştiricisi tarafından yaş sınırının +12 olarak değiştirildiği görülmüştür.



Görsel 24: Hair Challenge Oyun Görselleri 2

### 2.1.2. Oyun 2: Project Makeover

**Oyunun Konusu:** Project Makeover (Proje Değişim), bir imaj değiştirme oyunu olarak ifade edilebilmektedir. Oyuncunun amacı oyunda yer alan farklı karakterlerin görünümünün ve yaşadığı mekânın toplumsal kodlara göre ideal olmayanları oyuncunun oyun içindeki bulmacaları çözerek topladığı puanlarla değiştirmektir. Bu değişimin amacı karakterleri toplumsal normlara uygun olarak “beğenilecek” bir bireyler haline getirmektedir. Oyunda oyun karakterlerinin görünümünün yanı sıra karakterin evi de değiştirilmektedir. Karakterin imajını değiştirecek 4 kişilik bir ekip bulunmaktadır, oyuncu bu ekibin başında yer almaktadır. İmajı değişen karakter bölüm sonunda bir platforma çıkarak alkış almaktadır. Aynı zamanda her bölüm geçişinde oyuncu kendi avatarının imajına da eklemeler yapabilmektedir. Ayrıca oyun içinde bölüm geçildikçe çeşitli dramalar da izlenebilmektedir. Bu dramalar (öyküler) oyunun belli bir hikâyesi olmasını sağlamaktadır. Son yıllarda özellikle dijital platformlarda yer alan birçok oyun türünde bu tür hikâyelerle oyuncu oyuna bağlanmakta ve bu hikâyeler oyuncu için bir merak ögesi olarak da kullanılmaktadır. Bu hikâyeler oyunun sürekli aynı içerik üzerinden kurgulanmasındaki sıkıcılığı ortadan kaldırmak için tercih edilen strateji olarak değerlendirilebilmektedir. Oyun içinde yer alan hikâyelerde belli anlatılar kurgulanmaktadır. hikâyelerin anlatsal olarak farklı içeriklere sahip olduğu ve bölümler arası hikâyelerde olayların devam niteliği taşımadığı görülmektedir. Ancak her bölüm içerisinde yer alan 4 ya da 5 hikâyenin bir sürekliliği bulunmakta bu hikâye tamamlandığında başka bir hikâyeye geçiş yapılmaktadır. Hikâye bölümlerinin kilidinin açabilmesi için bir önceki bölümdeki hikâyelerin tamamının izlenmesi ve oyun bulmacalarında ilerlenmesi gerekmektedir. Oyunun konu ve içerik yapılandırması bakımından TLC televizyon kanalında yayınlanan “10 Günde 10 Yıl Genç” isimli programla da benzerlikler göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında dijital oyunlarla sinema filmleri ve televizyon programları arasındaki bağlantının bu oyunda da yer aldığını söylemek mümkündür.



Görsel 25: Project Makeover Oyun Görselleri 1

**Oyundaki Görsel Kodlar:** Project Makeover (Proje Değişim) oyununda genellikle karakterlerin “kötü” (bakımsız) imaja sahip olduğu sahnelerde koyu renkler hakimdir. Koyu renklerin ve tonlarının kullanılması bir anlamda oyundaki karakterin içinde bulunduğu mutsuzluk halini de görsel olarak desteklemektedir. Oyunda açık ve canlı renk kullanımının karakterin ve içinde bulunduğu mekânın idealleştirilmiş imaj değişimini ve bu doğrultudaki ruh halini inşa ettiği dikkat çekmektedir. Oyuncunun oyunda ilerlemek için bulmaca çözüldüğü bölümlerde kullanılan görsellerin sarı, kırmızı, mavi gibi canlı renklerle donatıldığı görülmektedir. Bu noktada bu tür renk kullanımları hem oyuna olan ilginin artmasına hem de görsel açıdan dikkat çekici bir içeriğe sahip olmasına olanak sağlamaktadır.

Ayrıca oyun içerisinde oyuncunun oyunda verilen seçenekler arasından tercih yaparak tasarladığı mekanlardaki eşyalar ve kullandığı renkler aracılığıyla toplumsal cinsiyete dayalı renk kodlarını bir anlamda yeniden üretildiği görülmektedir.

Oyunun geneli oyun karakteri ile bağlantılı bir odada geçmektedir. Karakter değişimi olduğunda karakterin içinde bulunduğu mekân değişmektedir. Oyuncu odaya dışarıdan bakan bir seyirci konumundadır. Oyunda oyuncu imaj tercihlerini yaparak aktif konuma yerleştirilmesine rağmen oyunda varlığına dair bir ibare görülmemektedir. Oyun karakteri genellikle boy plandan verilmektedir. Karakterin imajında değiştirilen bir unsur olduğunda yakın planda bu değişim gösterilmekte değişim bittikten sonra tekrar boy plana geçiş yapılmaktadır. Yakın plan bu anlamda oyuncunun değişime dahil olması için tercih edilen bir plan olarak nitelendirilebilmektedir. Mekân tasarımlarına ise planlarda herhangi bir değişim yapılmamaktadır.

Oyunun oyuncu için ilgi çekici olması ve monotonluğun engellenmesi açısından başvurduğu bir başka yöntem ise oyun içi konuşmalardır. Bu konuşmalar oyuncunun oyuna dahil olmasını ve merak ögesini canlı tutmasını sağlamaktadır. Karakterin imajında yapılan değişikliklerden sonra ekranın alt kısmında beliren farklı karakterlerle (imaj ekibi, tasarım ekibi) değişime uğrayan karakter arasında konuşma balonları aracılığıyla bir diyalog gerçekleşmektedir. Ayrıca dramaların yer aldığı kısımlarda yine konuşma balonları kullanılarak oyuncunun hikâyeye dışarıdan da olsa katılımı sağlanmaktadır. Bu bağlamda oyun içinde kullanılan konuşma balonları oyunun yapısını aktifleştirmektedir.

Oyunda bulmaca kısmının tamamlanması farklı imajlara sahip karakterler ya da imaja yönelik eşyaların (gözlük, şapka vb.) kullanımıyla desteklenen görsel geçişler aracılığıyla sağlanmaktadır. Arka planda kullanılan renk sabit bırakılarak görsel devamlılık sağlanmakta oyunun ilgi çekiciliğini arttırmak için imajlar ya da eşyalar değişiklik göstermektedir: Bu durum görsel 25 ve 26 da örneklendirilmiştir.



Görsel 26: Project Makeover Oyun Görselleri 2



Görsel 27: Project Makeover Oyun Görselleri 3

**Oyunda Kurgulanan İşitsel Kodlar:** Oyun sözsüz, hareketli ve ritmin baskın olduğu bir müzik ile açılmaktadır. Oyuncu play tuşuna bastıktan sonra fotoğraf makinesinin deklanşör sesinin efektiyle farklı bir hareketli müziğe geçiş yapılmaktadır. Oyun içinde kullanılan müziklerin temposu yüksek hareketli müzikler olduğu

görülmektedir. Müzikler de tıpkı görsel kodlar gibi oyunun yapısını dinamikleştirmekte ve oyunun içeriğine bağlı olarak sanal gösteri dünyasını destekleyen nitelik taşımaktadır. Her bölüm kendi içerisinde müzik ve efekt kullanımına yer vermektedir. Bulmacaların yer aldığı bölümde müzik kullanımının yanı sıra işitsel efektlerinde sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bölüm geçildiğinde müziğin ritmi değişmekte bir kadın sesinden “success” kelimesi duyulmaktadır. Bölüm sonlarında herhangi bir ödül kazanıldığında fotoğraf makinası deklanşör sesi ve alkış sesi gelmektedir. Bu sesler oyuncuyu oyuna teşvik etme işlevine sahiptir. Oyunda oyuncunun motivasyonunu kırıcı ya da oyuncu için kasvetli bir ortam hissi verecek bir ses, efekt ya da müzik kullanılmadığı görülmektedir. Oyunda kullanılan ses ve efektler aracılığıyla bir moda şovu olduğu izlenimi desteklenmektedir.

Aynı zamanda oyunun fragmanına genel olarak bakıldığında işitsel olarak oyunun içindeki müzik ve efektlerden yararlandığı görülmektedir. Fragman açılışında yer alan klaket oyun içerisinde bulunan gösteri dünyasını bir film haline getirerek oyuncuya bir sanal gösteriş alanı yaratmaktadır. Fragmanda oyun içindeki karakterlerin imaj değişimlerini gösteren sahnelere yer verilmektedir. Ayrıca karakterin mimik ve jestler aracılığıyla değişim öncesi ve değişim sonrası duygu durumunu aktaran görseller kullanılmaktadır.

Karakter değişimden önce mutsuz değişimden sonra mutlu resmedilmektedir. Ayrıca bulmaca kısmındaki efektlerin ön plana çıkarıldığı gözlenmektedir. Oyun fragmanında sadece moda içeren bir oyun izlemi verildiği bulmaca kısmı eksik bırakıldığı görülmektedir.

Project Makeover oyunu diyaloglar, motive edici yazılarla desteklenmektedir. Bu durum Hair Challenge isimli oyunda olduğu gibi +4 yaşın henüz okuma yazmayı öğrenememiş olması nedeniyle, hedef kitlenin okuması açısından mümkün görünmemektedir. Oyun Kasım 2021 yılında kontrol edildiğinde hedef kitlenin +4 yaş grubu olarak devam ettiği gözlenmiştir.

### **2.1.3. Oyun 3: Kafa Topu 2**

**Oyunun Konusu:** Kafa Topu 2 bir tür futbol oyunudur. Oyunda sadece 2 oyuncu bulunmaktadır. Bu iki oyuncu küçük bir futbol sahası üzerinde karşılıklı maç yaparak oyunu ilerletmektedir. Oyunda büyük bir saha yerine kalelerin birbirine yakın



olduğu küçük bir saha görünümü kullanılmaktadır. Oyun karakterleri normal vücut yapısının ötesinde sadece kafa ve ayak olarak kurgulanmıştır. Bedenlerinin geri kalan kısmı ekrana görünmemektedir. Oyuncu karşısına gelen tesadüfi bir rakiple karşılıklı oynamaktadır. Oyunun amacı 90 saniye içinde en çok gol sayısına ulaşmaktır.

**Oyundaki Görsel Kodlar:** Kafa Topu 2 oyunu genellikle gri, lacivert gibi koyu tonların hâkim olduğu bir görsel alan üzerinde oynanmaktadır. Oyuncu seçimi, özellik yükleme kısımlarında arka fonda gri ve koyu mavi tonları hakimken maç esnasında lacivert ve saha rengi olarak yeşil kullanılmaktadır. Oyun genellikle gece oynanıyormuş gibi hava yaratılarak görünen saha dışında gece mavisi ve sahaya ışılandırma görseli ile gerçekleşmektedir. Tribünlerde seyirci izlenimi yaratmak amacıyla karakter görselleri kullanılmıştır. Maç esnasında seyirciler yerlerinde zıplama gibi hareketler yapmaktadır.

Oyunda tek bir açı kullanılarak, oyuncu seyirci konumuna yerleştirilmektedir. İki el koordinasyonu gerektiren oyunda oyun karakteri yan profil açısından görülmekte, oyuncu oyun karakterini sağa sola hareket edebilmekte ve zıplatabilmektedir. Oyunda farklı bir hareket opsiyonu ya da açı bulunmamaktadır.

Oyunda karakter seçimi yapılabilmektedir. Karakterin nasıl görüneceği, şapka vb. bir aksesuar kullanıp kullanmayacağı oyuncu tarafından belirlenmektedir. Oyuncu belli seçenekler içinden oyun karakterini ve aksesuarlarını seçebilmektedir. Bölüm geçildikçe, maç yapıldıkça farklı karakterler ya da karakter aksesuarlarının kilitleri açılmakta ve oyuncu tercihlerine bunları ekleyebilmektedir. Ayrıca maç esnasında açılan konuşma balonu aracılığıyla yazı ve emoji kullanılarak oyuncunun tepkilerini yansıtmak mümkün hale getirilmiştir.



Görsel 28: Kafa Topu 2 Oyun Görselleri 1

**Oyundaki İşitsel Kodlar:** Oyun seyirci ses efekti ile açılmaktadır. Oyun açıldıktan sonra davul sesinin baskın olduğu ritmik ve hareketli bir müzik kullanılmaktadır. Spor programlarını ve tribün sesini anımsatan müzik kullanımı görsel açıdan daha basit grafikler içeren oyuna bu anlamda bir hareket kazandırmaktadır. Oyuncu karakter seçimi yaparken, özellik değişikliği sırasında müzik kullanımı devam etmektedir. Maç esnasında ise Futbol Yorumcusu Ercan Taner'in sesi ile maçın anlatımı yer almaktadır. Gerçek dünyadan bir futbol yorumcusunun maçı anlatması oyuncuyu oyuna dahil edebilmek, sanal dünya ile gerçek dünya arasında bir köprü kurmak amacıyla kullanıldığını söylemek mümkündür. Oyuncuya futbol maç izleyicisi izlenimi veren maç anlatımı aynı zamanda oyuncuyu motive etmek amacını da taşımaktadır. Oyuncu kazandığında başarı içeren herhangi bir efekt ya da görsel ekrana gelmemektedir. Maç yorumcusu maç sonu için kısa bir yorum yapmaktadır.

Ayrıca oyun fragmanına bakıldığında oyun esnasından görseller kullanılmakta ve oyun açılışında kullanılan müziğe yer verilmektedir. Görevler, özellikler görsellerinin kullanıldığı fragmanda “en güçlüyü yenebilir misin?” yazısına yer verildiği görülmektedir. Fragman oyunu yansıtacak biçimde ve bir çeşit “maça davet” olarak tasarlandığı gözlenmektedir.

#### **2.1.4. Oyun 4: Car Parking 3D Multiplayer**

**Oyunun Konusu:** Car Parking 3D Multiplayer (Araba Park Etme 3D Çoklu Oyuncu) oyunu bir araba kullanma ve park etme oyunudur. Oyun farklı alanlarda arabayı park etme ve farklı yollarda araba sürme seçenekleri ile oynanmaktadır. Oyun sürüş ve park etme olarak iki seçenektен oluşmaktadır. Bu seçenekler kendi içinde farklı mekân seçenekleri ile ilerlemektedir. Park etme seçeneği seçildiğinde şehirde park etme, dağda park etme gibi farklı mekân seçenekleri bulunmaktadır. Sürüş seçeneğinde ise şehir içi sürüş, dağ sürüşü ya da çölde puan toplama gibi farklı seçeneklerin mevzu olduğu görülmektedir. Oyunun amacı belirtilen park yerine doğru şekilde park edebilmek veya belirtilen parkurdaki puanları toplamaktır. Oyunun başında oyuncu kendi avatarını seçebilmektedir. Ancak avatar oyun süresince görülmemekte, oyun araç görselleri ile oynanmaktadır. Farklı araç seçenekleri oyun bölümleri ilerledikçe açılmakta ve tercih edilebilmektedir.

**Oyundaki Görsel Kodlar:** Oyun genellikle dış mekânda; şehirde, açık alan otoparkında, dağlık arazide, çölde gibi yerlerde geçtiği görülmektedir. Park etme seçeneğinde mekân olarak kapalı otopark alanları da bulunmaktadır. Oyunun, seçilen mekânı tüm açılardan görebilecek şekilde kodlandığı görülmektedir. Araç kullanımı esnasında aracın pozisyonuna göre mekânı farklı açılardan görebilmek mümkündür. Oyunun, oyuncunun aracı arkadan takip edeceği açıdan kodlandığı görülmektedir. Mekân kullanımı olduğu için oyunda kullanılan tek ve belirgin bir renk bulunmamaktadır. Mekâna göre görsel tasarım ve renkler değişmektedir. Bunun oyuncuya dış mekânda araç kullanıyormuş izlenimi vermek amacıyla kullanıldığını söylemek mümkündür. Oyunda oyuncuya sunulan araçların renkleri ise mavi, sarı, kırmızı gibi canlı ve temel renklerden oluşmaktadır. Araçların modelleri de renkleri gibi oyuncu tarafından tercih edilebilmektedir. Bölüm geçildikçe toplanan puanlara göre daha üst model ya da farklı renkteki araçlar oyuncu tarafından tercih edilebilmektedir.



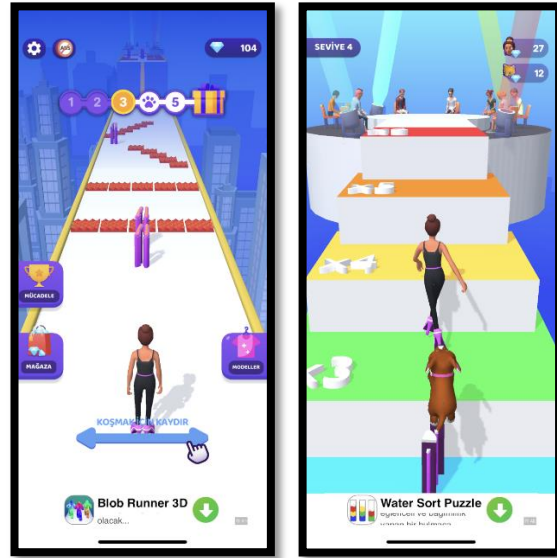
Görsel 29: Car Parking 3D Multiplayer Oyun Görselleri 1

**Oyundaki İşitsel Kodlar:** Oyun sözsüz, hareketli bir müzikle başlamaktadır. Müziğin oyun karakteri seçimi, araç seçimi ve bölüm geçişleri sırasında devam ettiği görülmektedir. Oyun esnasında oyuncunun yönlendirmesine göre gaz, vites, fren ses efektleri duyulmaktadır. Oyunda başarıyı destekleyen, olumlayan ya da olumsuzlayan bir ses efekti bulunmamaktadır. Bölüm bitişi ekranda beliren “tamamlandı” yazısı ile gösterilmekte ve oyuncuyu bir sonraki bölüm için yönlendirmektedir. Oyunda müzik ya da efekt kullanılarak oyuncu motive edilmeye çalışılmamıştır. Oyun görsel anlamda pek çok açı, renk, mekân içermekte ses olarak araba ses efektleri ve müzik kullanılmaktadır. Ayrıca oyuncu oyun esnasında sürüşünü kaydedebilmekte ve sonradan bu kaydı izleyebilmektedir.

Oyun App Store oyun indirme platformuna bakıldığında, tanıtım fragmanına yer vermemekte sadece oyundan alınan görseller ve tanıtım metni ile tanıtılmaktadır. Modifiye seçenekleri ve sürüş için ilerleme gerektiren oyun pek fazla yazıya yer vermemekte ve sesli yönlendirme bulundurmamaktadır.

### 2.1.5. Oyun 5: High Heels

**Oyunun Konusu:** High Heels (Yüksek Topuklar) topuklu ayakkabı giyen kadın karakterin podyumda yürüyerek en yüksek topukla platformu tamamlama yarışmasıdır. Oyun içinde oyun karakteri ilerlerken platforma yerleştirilen topukları toplayarak puan kazanmaktadır. Ancak oyunda topukları kıracak engeller bulunmaktadır. Oyun karakteri beyaz bir platform üzerinde ilerleyerek topuklu ayakkabı ve elmasları toplamakta, engellere takılmamak için çabalamaktadır. Platform sonunda bulunan basamaklar oyun karakterinin topladığı topuk sayısına göre puanını göstermekte ve oyuncunun başarısı bu şekilde belirlenmektedir. Platform sonunda oyun karakterini bekleyen jüriyi anımsatan ve oyunu oynayan kişinin başarısını alkışlayarak olumlayan karakterler bulunmaktadır.



Görsel 30: High Heels Oyun Görselleri 1

**Oyundaki Görsel Kodlar:** High Heels oyununda Hair Challenge oyununda olduğu gibi mor, sarı, beyaz gibi renkler ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. Oyun renk

kullanımı açısından oyunu oynayacak kişinin dikkatini çekecek şekilde kurgulanmıştır. Platform sonunda topuk ölçümü için kullanılan basamakların farklı renklerden oluştuğu görülmektedir. Oyun başlangıcında topuklu ayakkabı tek renkten bölümler ile ilerledikçe ayakkabının da renk değiştiği gözlenmektedir. Aynı zamanda avatara giydirilen toplu ayakkabı abartılı bir görsellik içermektedir. Ayrıca bu ayakkabı arkasında renkli izler bırakmaktadır. Oyun karakteri oyun esnasında bazı yerlerde engelleri aşarken platformda dans etmektedir. Renk değişimlerinin, topuk izlerinin ve dansın oyuncuyu oyuna motive etmek ve oyunu sıradanlıktan kurtarmak amacıyla kullanıldığını söylemek mümkündür. Oyundaki görsel yapılandırma oyuncuyu oyun içindeki monotonluktan kurtararak, kullanılan renkler ve topuk izleri aracılığıyla farklılık ve başarı hissi yaratmaktadır.

Bölüm geçişlerinde ise oyuncu için oluşturulan avatar yeni özellikler kazanmaktadır. Oyuncu “Sevimli”, “Yıldız” ve “Kraliçe” kategorilerinden bir avatar tercih edilebilmektedir. Yıldız kategorisinde ilk açılan avatarın renkli saçlara ve renkli kıyafetlere sahip olduğu görülmektedir. Bu kategori içinde biraz daha “rock star” olarak idealize edilen beden görünümüne yer verildiği görülmektedir. Sevimli kategorisindeki karakter koyu renk saçlara ve kıyafetlere sahiptir. Kraliçe avatarları ise reklam izleyerek tercih edilebilmektedir. Tüm avatarların ortak noktası ise pembe renkli topuklu ayakkabı giymeleridir. Ayakkabı ve avatar aksesuarları da bölüm geçtikçe kazanılmaktadır.

Oyun çeşitli engellerin yer aldığı beyaz renkli bir platform üzerinde geçmektedir. Oyunda oyuncu oyun karakterinin arkasında onu takip edecek şekilde konumlandırılmaktadır. Oyun oyuncunun genel planda tüm nesnelere görebileceği şekilde kodlanmıştır. Oyun esnasında oyuncunun açısı değişmemektedir.

**Oyundaki İşitsel Kodlar:** Oyun müzik eşliğinde başlamakta ve ilerlemektedir. Oyunda hareketli bir müzik kullanılmakta ve değişmemektedir. Ancak platform sırasında oyun karakterinin topladığı elmaslara, topuklara ve geçtiği engellere göre nidalar ya da ses efektleri duyulmaktadır. Bu kodların oyuncunun oyuna dahil olmasına ve ilerlemek için motivasyon oluşumuna yardımcı olduğu düşünülmektedir. Bölüm sonunda başarı sağlandığı takdirde en iyi ödül ekranı çıkmakta konfetilerin yanı sıra bir açılma sesi duyulmaktadır. Oyun karakteri en yüksek topuklu ayakkabıya ulaşırsa

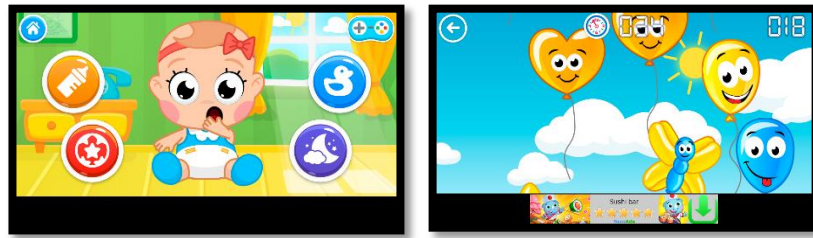
platform üzerindeki seyircilerin alkış sesleri ve sevinç nidaları ile başarı durumu desteklenmektedir.

Oyun fragmanı incelendiğinde fragmanda oyundan kesitler gösterilmekte, oyunda kullanılan müzik duyulmaktadır. Oyunda öne çıkarılan bir özellik bulunmamaktadır. Oyun oyunu yönetmeye yönelik yazılar dışında yazı içermemektedir. Oyunun, App Store indirme mağazasında Kasım 2021 tarihinde kontrol edildiğinde yapılan güncellemelerle birlikte +4 yaş grubundan +12 yaş grubu sınırlamasına getirildiği görülmüştür.

## 2.2. Play Store İndirme Mağazasında Yer Alan Oyunlar

### 2.2.1. Oyun 1: Bebek Bakımı; Bebek Oyunları

**Oyunun Konusu:** Bebek Bakımı; Bebek Oyunları 1996 yılında Japonya’da piyasaya sürülen Sanal Bebek oyununa benzeyen bir oyundur. Oyun bir bebeğin kişisel bakımının yapılmasıyla ilgilidir. Oyunun kurgusu bebek beslemek, uyutmak, banyo yaptırmak ve oyun oynatmak olarak yapılandırılmıştır. Herhangi bir bölüm geçişi mevcut değildir. Bebek acıktım ya da uykum geldi gibi tepkiler vermemektedir. Oyuncu bebeği istediği zaman uyutmakta, yıkamakta ya da beslemektedir. Ayrıca oyunda bebeğin de sanal oyun oynayabileceği bir mobil cihazı bulunmaktadır. Oyunda sanal oyun seçeneği seçilirse bu oyunu oyun karakteri değil oyuncu oynamaktadır.



Görsel 31: Bebek Bakımı; Bebek Oyunları Oyun Görselleri 1

**Oyunun Biçimsel Yapı Analizi:** Oyunun biçimsel yapı analizinde oyunun görsel yapısını oluşturan teknik kodlara bakılmaktadır. Bu analiz oyunun görsel ve işitsel kodlar başlığı altında kategorize edilerek oyunun biçimsel olarak nasıl inşa edildiğine dayanmaktadır.

**Görsel Kodlar:** Oyunda renk kullanımına bakıldığında genellikle sarı, mavi ve tonlarının kullanıldığı görülmektedir. Bölüm geçişleri sarı bir arka plan üzerinde bebeğin emekleyen görseli ile yapılmaktadır. Tek bir açıdan oynanan oyunda açı değişikliği yaşanmamaktadır. Genel planda bebek görseli yer almaktadır. Oyunda mekân kullanımına bakıldığında bebeğin yatak odası, banyo, mutfak ve oturma odası gibi farklı mekân kullanımlarına yer verilmektedir. Mekân tasarımında eşya ve arka plan değişikliği görülse de hareketli nesne bulunmamaktadır. Oyunda hareket algısının sağlanması için banyoda hareket eden oyuncak ördek figürü yer almaktadır. Bebek bakımı yapıldıktan sonra gülerек tepki vermektedir.

Oyunun içindeki sanal oyun bir tür puan toplama oyunu olarak kodlanmıştır. 3 farklı puan toplama oyunu mevcuttur. Bir kuş türlerinden biri ağaçtaki meyveleri ya da yıldızları toplayarak puan kazanmaktadır. Oyunun içindeki sanal oyunda da genellikle sarı, yeşil, mavi gibi tonlar kullanılmış ve dış mekân tasarımı yapılmıştır. Bu durum oyun içindeki sanal oyunla oyunun kendisi arasında bütünsellik sağlamaktadır.

Oyundaki monotonluğun oyuna yerleştirilen sanal oyun aracılığıyla giderilmeye çalışıldığını söylemek mümkündür.

**Oyundaki İşitsel Kodlar:** Oyuna başlangıçtan itibaren hareketli bir müzik eşik etmektedir. Bebeğin bakım esnasında bebeğin kahkahası, nidaları duyulmaktadır. Bebeğin mutluluğunun işitsel olarak desteklenmesi durumunun oyuncu için motivasyon sağlayan bir unsur olarak kullanıldığını ifade etmek mümkündür. Oyun içindeki sanal oyunda da farklı bir müzik kullanılmakta puan toplama ya da zıplama efektleri duyulmaktadır. Bebeğin kişisel bakımının yapıldığı kısımda ise ritmik ve tek düze bir ses yapı yer almaktadır. Ayrıca oyunun müziği çocuk şarkılarında kullanılan hareketli ve ritmik melodileri de anımsatmaktadır.

Play Store Uygulama indirme mağazasında oyuna ait bir fragman bulunmamaktadır. Oyun tanıtımı esnasında oyunun içinden görseller ve tanıtım metninden faydalandığı görülmektedir.

### 2.2.2. Oyun 2: Pepi Hospital: Learn and Care

**Oyunun Konusu:** Oyunda amaç hastalara bakım sağlamak ve hastanenin diğer bölümlerin kilidini açmaktır. Oyun 3 katlı 6 odalı bir hastanede geçmektedir. Oyundaki karakterler köpek, robot, kadın, erkek gibi pek çok farklı türden/cinsten oluşmaktadır.





Görsel 32: Pepi Hospital: Learn And Care Oyun Görselleri 1

**Oyundaki Görsel Kodlar:** Oyunun başında 3 katlı hastane görseli yer almaktadır. Oyuncu kilidi açık olan odalardan birini seçtikten sonra o odanın gerektirdiği hastane bölümü işlerini yapmaya ve hastalara bakmaya başlamaktadır. Hastane bölümüne göre görseller değişmektedir. Oyunun geçtiği alana göre bazen dışı, bazen bekleme odası gibi görsellerle karşılaşmaktadır. Oyun görsel açıdan tek bir planda geçmektedir. Mekanı ve nesnelere içine alacak şekilde tek bir açıdan planlanan oyun, oyuncuya hareket izlenimi kazandırmak için görselin kaydırılarak ilerlemesini sağlayacak şekilde düzenlenmiştir. Bu şekilde oyun karakteri sağa sola gittikçe oda içinde farklı alanlara geçiş sağlayabilmektedir. Oyuncuya karakter seçimi için bir seçenek sunulmamakta ancak oyuncu giyim ve tıbbi malzeme değişikliği yapabilmektedir. Karakterler sabit değildir; bazen robot, bazen animasyon karakteri, bazen hayvan ya da farklı ırklardan, cinsiyetlerden insanlaştırılmış karakterler olarak görülebilmektedir. Bu bakımdan oyunun ayrımcılık konusunda hassas davranarak bir tür ya da cins ya da ırk ayrımına gitmediğini söylemek mümkündür. Oyuncu hem hasta hem doktor karakterini oynayabilmektedir. Oyuncu oyundaki sabit karakterlerden hangisini tercih ederse o karakter oyuncunun o anlık oyun karakteri olmaktadır. Dolayısıyla oyuncunun özdeşim kurabileceği herhangi bir durumla karşılaşmamaktadır.





Görsel 33: Pepi Hospital: Learn And Care Oyun Görselleri 2

**Oyundaki İşitsel Kodlar:** Oyunun ana sayfası hastanenin genel açıdan görünümünün bulunduğu açılış sayfasıdır. Bu bölümde hem arka fonda hareketli, ritmik bir müzik çalmakta hem de yoldan geçen araçların gürültüsü duyulmaktadır. Oyuna ilişkin gerçeklik algısının desteklenmesi için dış mekân seslerinin kullanıldığını söylemek mümkündür. Odalardan biri seçildiğinde müzik ve dış mekân sesleri kesilmektedir. Bu bölümde hastalara müdahale ederken hastaların ve aletlerin sesi duyulmakta; doktor, hasta bakıcı gibi çalışan kadrosunun da konuşmaları duyulmaktadır. Bölüm içinde sağlanan başarıyı destekleyecek ya da teşvik edecek bir ses duyulmamaktadır.

Oyunun Play Store Uygulama İndirme Mağazasındaki fragmanında oyundan görüntüler yer almakta ve oyunda duyulan, müzik ve efektler duyulmaktadır. Fragmanın sonunda ise oyunda yer alan bütün karakterler ekranda belirmektedir. Böylece oyuncu tüm karakterleri bir arada görebilmektedir. Oyun oldukça renkli ve eğlenceli karakter tasarımlarından oluşmaktadır.

### 2.2.3. Oyun 3: Chibi Bebek: Avatarınızı Yapın

**Oyunun Konusu:** Chibi Bebek: Avatarınızı Yapın oyunu bir avatar tasarlama oyunudur. Beden görünümünden, saçına, kıyafetine, gözünün şekli ve rengine oyuncu karar verebilmektedir. Avatar tasarlandıktan sonra konuşma balonları ve emojilerle tepki vermesi sağlanabilmektedir. Farklı mekanlara gitmesi ya da arkadaş edinmesi için farklı uygulamalar indirmek gerekmektedir. Oyunda herhangi bir yarış, strateji ya da bulmaca bulunmayıp tek amacı avatar tasarımı yapmaktır. Avatar sadece insan görünümündedir fakat farklı beden görünümleri, renkleri kullanmak mümkündür.

**Oyundaki Görsel Kodlar:** Oyun beyaz bir arka fon ile açılmaktadır. Fakat ilk avatarın tasarımından sonra oyunun arka planı oyuncu tarafından değiştirilebilmektedir. Avatarın ten rengi, herhangi bir renk sınırlaması olmadan seçilebilmektedir. Örneğin; pembe, mavi, yeşil gibi renkler tercih edilebilmektedir. Aynı durum saç şekli, rengi içinde geçerlidir. Yüz oluştururken, kıyafet ve aksesuar seçerken de pek çok renk ve şekil seçeneği bulunmaktadır. Oyun tamamen oyuncunun seçeceği renklere, desenlere göre ilerlemektedir. Oyuncu isterse arka fona görsel efektler de ekleyebilmektedir. Oyunun görsel tasarımı tamamen oyuncuya bırakılmaktadır.



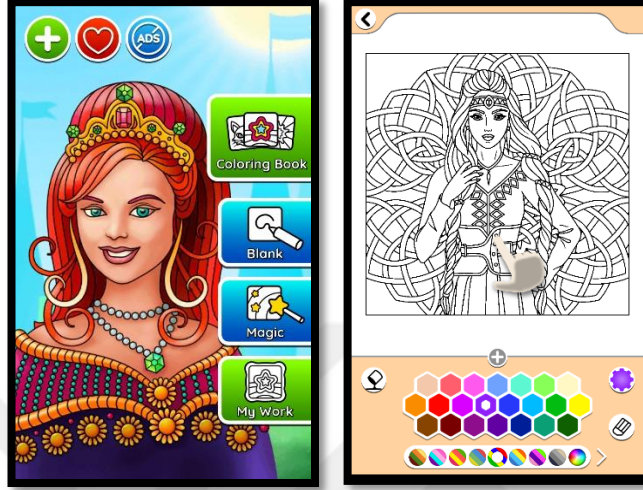
Görsel 34: Chibi Bebek; Avatarınızı Yapın Oyun Görselleri 1

**Oyundaki İşitsel Kodlar:** Oyunun açılışından başlayan ve oyun boyunca devam eden tek bir müzik bulunmaktadır. Sakin, dinlenme müziğine benzeyen bir müzik kullanılmıştır. Onun dışında avatara obje eklenirken minik bir tıklama sesi gelmektedir. Oyun ses kullanımı ve müzik açısından tek düze olarak kodlanmıştır. Oyuncu motive ya da teşvik edilmeye çalışılmamaktadır.

#### 2.2.4. Oyun 4: Prenses Oyunu Boyama

**Oyunun Konusu:** Oyun sanal bir boyama kitabıdır. Coloring Book, Blank, Magic ve My Work seçenekleri bulunmaktadır. Coloring Book seçildiğinde çeşitli boyama sayfaları ekrana gelmektedir. Oyuncu bir resme tıkladığında o görselin farklı sayfaları çıkmaktadır. Bu resimlerden birini tıklayarak oyuncu boyama sayfasını seçebilmektedir. Çıkan boyama sayfasının altında çıkan renk paletinden oyuncu istediği renkleri seçerek istediği bölge üzerine getirerek boyama yapabilmektedir. Silgi seçeneği

de mevcuttur. Amaç çıkan sayfaları boyamaktır. Görseller ise; prensesler, şatolar, hayvanlar, arabalar gibi çizimlerden oluşmaktadır.



Görsel 35: Prenses Oyunu Boyama Oyun Görselleri 1

**Oyundaki Görsel Kodlar:** Oyun açılış ekranında karşılaşılan renkli ekran dışında renkli bir ekranla karşılaşılmamaktadır. Açılıştaki bir gülümseyen gösterişli takı ve giyime sahip bir prenses görseli kullanılmıştır. Prensesin arka planında ise mavi bir gökyüzü görülmektedir. Aynı arka fon boyama sayfası seçimi yapılırken de kullanılmaktadır. Boyama esnasında beyaz bir sayfa üzerinde görsel ve renk paleti bulunmaktadır. Renk paletindeki renkler ise daha yumuşak tonlardan oluşmaktadır. Oyunda tek bir açı vardır ve bu açı değişmemektedir. Çizim görseli genel görünümünden yakın görünüme çekilebilmektedir.

**Oyundaki İşitsel Kodlar:** Oyunda herhangi bir müzik ya da efekt bulunmamaktadır. Oyun tam anlamıyla bir boyama kitabı işlevini gerçekleştirmektedir.

Oyunun Play Store Uygulama İndirme Platformunda fragmanı bulunmamaktadır. Oyuna ait görseller ve tanıtım metni kullanılarak oyunun tanıtımı yapılmaktadır.

### 2.2.5. Oyun 5: Hello Kitty Nail Salon

**Oyunun Konusu:** Hello Kitty Nail Salon tırnak bakım oyunudur. Bu oyunda amaç bakım salonuna gelen müşterilerin tırnaklarına bakım yapıp oje ya da şekillerle renklendirmektir. Bölüm geçişi yoktur. Her seferinde başka bir müşterinin tırnağı dizayn edilerek en güzel görünüm verilmeye çalışılmaktadır. Oyunda strateji ya da yarış bulunmamaktadır.

**Oyunun Biçimsel Yapı Analizi:** Oyunun biçimsel yapı analizinde oyunun görsel yapısını oluşturan teknik kodlara bakılmaktadır. Bu analiz oyunun görsel ve işitsel kodlar başlığı altında kategorize edilerek oyunun biçimsel olarak nasıl inşa edildiğine dayanmaktadır.

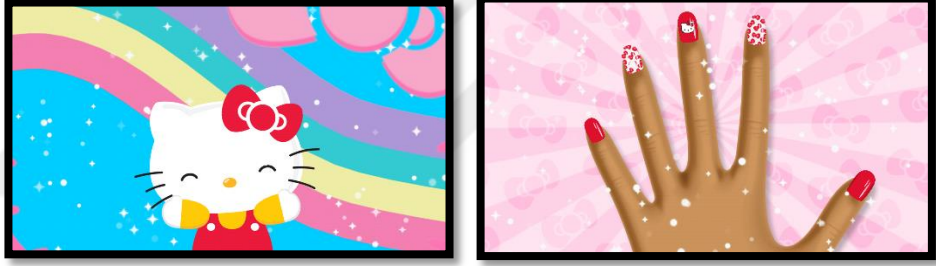
**Oyundaki Görsel Kodlar:** Oyunun açılışında oyuna ait bir fragman izlenmektedir. Salonun sahibi Hello Kitty çizgi karakteri olduğundan oyunda Hello Kitty çizgi karakterinin görseline sıklıkla yer verildiği görülmektedir. Mavi, pembe, sarı gibi canlı renkler ve gökkuşağı görsellerine yer verilmiştir. Başlangıç sayfası görsel ve renk bakımından oldukça kalabalık olmasına rağmen oyun sayfası sade bir görünümdedir. Yakın planda bir el görünmekte ve oyuncu ekranın solunda ve altındaki malzemeleri kullanarak sağ üstte görülen tırnak modelini yapmaya çalışmaktadır. Bu esnada kırmızı, pembe tonlarının daha yoğun kullanıldığı görülmektedir. Boyanan tırnak ekrana yakınlaşmakta, işlem bittikten sonra tek el ekrana gelerek genel görünümüne bakılabilmektedir. Tamamlanan parmakların üzerinde kalp görseli belirlemektedir. Ayrıca boyama sırasında sol üstte beliren Hello Kitty görseldekinden farklı bir boyama yapıldığında terlemekte, üzülmekte aynısı yapıldığında sevinmekte ve üstünde kalpler çıkmaktadır. Sevimli, muhteşem gibi yazılar ekrana gelmektedir. Sağ ve sol el için işlemler tekrarlanmaktadır. Oyuncu el değişimini ekranın sol alt kısmında beliren el görselini tıklayarak değiştirebilmektedir.



Görsel 36: Hello Kitty Nail Salon Oyun Görselleri 1

**Oyundaki İşitsel Kodlar:** Oyun açılışı fragmanla olduğundan hareketli bir müzik duyulmaktadır. Boyama esnasında müzik fragmana nazaran daha sakin olarak değişmektedir. Boyama esnasında çeşitli efektler duyulmaktadır. Tırnak bittiğinde açılma sesine benzer bir ses efekti duyulmaktadır. Tırnak boyamanın aşamalarında da teşvik edici efektler duyulmaktadır. Oyunun tek düzeliği bir anlamda oyun için yerleştirilen ses efektleri ile kırılmakta ve oyun ses ögesi aracılığıyla dikkat çekici hale getirilmektedir. Oyunun görsel olarak yapılandırılan durağan yapısı ses ve efekt unsurlarının kullanımıyla bir anlamda hareketli hale getirilmektedir.

Oyunun, Play Store indirme mağazasında Kasım 2021 tarihinde kontrol edildiğinde yapılan güncellemelerle birlikte +4 yaş grubundan +12 yaş grubu sınırlamasına getirildiği görülmüştür.



Görsel 37: Hello Kitty Nail Salon Oyun Görselleri 2

## 1. Mobil Oyunlar Aracılığıyla Toplumsal Cinsiyet Rollerini ve Beden Algısının Üretimi

Araştırma kapsamına alınan mobil oyunlarda toplumsal cinsiyet rollerini ve beden algısının üretiminin nasıl inşa edildiğine yönelik araştırma sorunsalının ele alındığı ilk bölümde sorular şu şekilde kategorize edilmiştir.

1. Dijital oyun anlatısında kurgulanan oyun karakterleri toplumsal cinsiyet normlarını nasıl yansıtmaktadır?
  - a. Toplumsal gündelik hayata dair iş bölümü nasıl kodlanmıştır?
  - b. Dijital oyunlarda karakterlerde cinsiyete dayalı mesleki iş bölümü nasıl kodlanmaktadır?

2. Oyunun karakterinin beden inşası nasıl kodlanmaktadır?

### 3.1. App Store İndirme Mağazasında Yer Alan Oyunlar

#### 3.1.1. Oyun 1: Hair Challenge

**Oyunda Kurgulanan Toplumsal Cinsiyet Normları;** Saç uzatma yarışı üzerine kurgulanan Hair Challenge oyunu sadece kadın oyun karakteri ile oynanmaktadır. Erkek oyun karakteri bulunmayan oyunda oyuncunun cinsiyet seçme şansı bulunmamaktadır. Oyunun kadına yönelik idealleştirilen saç tasarımı ve toplumsal gündelik hayatta kadın ile eşleştirilen saç görünümlerine yönelik beden inşasına ve davranışına yönelik önyargıları yeniden ürettiğini söylemek mümkündür. Özellikle ana akım medyada yer alan şampuan reklamlarında yer alan saç uzun kadınların çekici ve güzel olduklarına yönelik unsurlara yer verildiği dikkat çekmektedir.

Oyunun, cinsiyet rollerinin yeniden üretildiği bir alan haline gelen geleneksel masal örneklerinden Rapunzel masalı ile benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür. Söz konusu masalda kuleye kapatılan Prenses Rapunzel “beyaz atlı prens” tarafından, uzun saçları sayesinde kurtarılmaktadır. Masalın sonunda Rapunzel, uzun ve güzel saçlarının yardımı ile Prens’in yukarı tırmanmasıyla kurtulmuş ve Prens ile Rapunzel sonsuza dek mutlu yaşamışlardır. Bu son ile uzun saçların idealleştirilmiş güzellik algısı ile, mutlu olmanın ise güzellikle eşleştirildiğini söylemek mümkündür. Masallardan ve medya içeriklerinden aktarılan klasik prenses algısının yarattığı uzun ve güzel saçlara sahip olma durumu bu oyun içerisinde de güzel olma durumu ile özdeşleştirilmektedir. Bu bağlamda saçları en uzun olan karakter en yüksek puanı alarak oyun içinde başarılı olmaktadır. Ayrıca Rapunzel masalında prensesin saçlarını kuleden uzatması ile oyundaki karakterin saçlarını platformdan aşağı sarkıtması arasında da gösterge olarak benzeşme bulunduğunu söylemek mümkündür. Bir anlamda oyunda da “saçı yeterince uzun olan ‘Prenses’ prens tarafından kurtarılacak ve sonsuza dek mutlu yaşayacaktır” mesajının bulunduğunu söylemek mümkündür.

Berger, “kadın olarak doğmak, erkeklerin mülkiyetinde olan özel, çevrelenmiş bir yerde doğmak demektir. Kadınların toplumsal kişilikleri, böylesine sınırlı, böylesine koşullandırılmış bir yerde yaşayabilme ustalıklarından dolayı gelişmiştir”<sup>91</sup> demektedir. Eril düzenin bilinen örnekleri; Uyuyan Güzel’de ve Rapunzel’de de görüldüğü gibi

<sup>91</sup> Berger John, çev. Salman Yurdanur, Görme Biçimleri, Metis Yayınları, Ağustos 2009, İstanbul, s.46

presseslerin kurtarılmayı bekledikleri kulelerdir. Kadınlar, kendileri için sınırlandırılmış alanın dışına sistem tarafından çıkarılmış, örneğin kuleye kapatılmış, ıssız bir ormana terkedilmiş ya da sistemden kendisi bir şekilde kaçabilmiş bile olsa; Pamuk Prenses masalında 7 cücelerin prensese ormanın belirli bölgelerinde dolaşmasının daha güvenli olduğunu söyleyerek onu sınırlandırması gibi eril sistem tarafından sınırlandırılmış bir alanda yaşamlarını sürdürmek zorunda bırakılmaktadır. Kavramsal bölümde de vurgulandığı gibi cinsiyetli beden, kız çocuk olmak, genç kız olmak kavramları çerçevesinde toplumsal cinsiyet normları tarafından sınırlı bir alan içinde yerleştirilmektedir.

Oyun, stratejik bir hamle ya da ilerleme için beceri gerektiren bir oyun olmadığından sadece platform üzerinden yarış barındırdığından toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü ya da herhangi bir iş bölümü içermemektedir. Oyun da daha çok cinsiyete dayalı idealleştirilmiş bedene yönelik imgelere rastlanmaktadır.

**Oyunda Kurgulanan Beden İnşası;** Oyun içerisinde oyun karakterine oyuncu sadece kıyafet, saç rengi, modeli gibi eklemeler yapabilmektedir. Oyun karakterine yalnızca beden üzerinden müdahalelerde bulunabilmektedir. Oyun karakterinin topluma ideal olarak benimsetilen fit, zayıf beden ölçülerine sahip beden görünümü dikkat çekmektedir. Oyun karakteri fiziksel olarak uzun bacaklı, zayıf ve “uzun saçlı” olarak kodlanmıştır. Oyun karakterinin üzerindeki mini elbise, topuklu ayakkabı gibi giyim kodlarıyla beden normlarının yeniden üretildiği ve kadın görünümü olarak idealleştirildiği görünümüdür.

Kadın karakter topuklu ayakkabıları ile koşmakta ve daha uzun saçlı olmak için mücadele etmektedir. İdealleştirilmiş kadın bedeninin topuklu ayakkabı ve uzun saç ile eşleştirildiği önceki bölümlerde belirtilmiştir. İdealleştirilmiş kadın stereotipi topuklu ayakkabı ile rahat hareket edebilen, koşabilen, her koşulda görünümünden ödün vermeyen bir görünümde resmedilmektedir. Kadın bedeninin metalaştırılarak kadının birey olmaktan çok bir bakılan bir nesne oluşuna vurgu yapıldığını söylemek mümkündür.

Oyununun dijital platformda yer alan tanıtım metni; “bu macerada acayip uzun, muhteşem bir saça sahip olacaksın” ve “Saç rengini beğenmedin mi? Ya da bir değişime mi ihtiyacın var? Sorun değil, çünkü bu kuaför podyum. Topuklu ayakkabılarını giy,



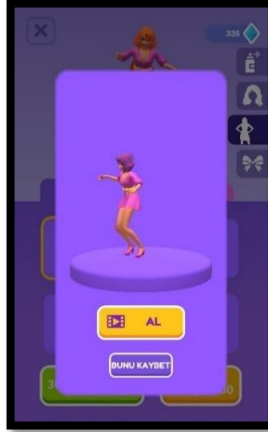
renkli bir saç boyası seç ve çatıda koşmaya başla” ifadelerinin yer aldığı görülmektedir. Bu ifadeler kadının beden inşasına yönelik yönlendirmeleri içermektedir. Medya içeriklerine bakıldığında saç ürünlerine yönelik reklamlarda da saç uzatmanın güç, güzellik, zenginlik ve hatta aşk ile eşleştirildiği dikkat çekmektedir. Reklamlarda genellikle uzun saçlı modellerin kullanıldığı, parlayan, dolgun saçları ile karşı cinsiyetti büyülediği hemcinslerini kışkırttığı mesajlarına yer verildiği görülmektedir. Oyunun tanıtım metninin de bu reklamlarla benzer yönlerinin olduğu söylemek mümkündür.



Görsel 38: www.youtube.com'dan alıntıdır.

Oyunda, oyun karakterinin topladığı puanlar, oyuncunun avatarının beden inşası normlarını yansıtacak şekilde görünmesi için önem taşımaktadır. Oyun karakterinin yanı sıra oyuncu avatari üzerinden de bedene yönelik semboller ve inşa sürecinin devam ettiği görülmektedir. Bölümler geçildikçe, kilitler açılmakta ve avatara yeni saç stilleri, yeni kıyafetler yüklenmektedir. Oyuncu oyunda kendisini temsil eden avatari bu seçenekler arasından istediği görünüme sokabilmektedir. Avatari belli seçenekler arasındaki görünümünden belirlemek, çocuğun gerçek dünyadaki görünümünün de bu şekilde seçeneklerden oluştuğunu düşünmesine ve toplumsal cinsiyet normlarına ilişkin görünümünün yeniden üretilmesine neden olabilmektedir. Bandura'nın sosyal öğrenme kuramında belirttiği gibi çocuk sosyal çevresinden görerek ve yaşayarak öğrenmektedir; oyunlar sayesinde de bu durum yeniden üretilmektedir.





Görsel 39: Hair Challenge Oyun Görseli 3

Kavramsal bölümde de söz edildiği gibi beden görünümünün idealleştirilmiş beden görünümüne yakınlığının bireyin toplumsal kabulünü kolaylaştırdığı, toplumun bu bedene sahip bireyleri daha hızlı kabul ettiğini söylemek mümkündür. Oyunda yer alan jüri üyelerinin oyun karakterinin saç uzunluğu belli bir miktarı geçince alkışlamaları, puana göre konfeti görsellerinin çıkması idealleştirilen toplumsal cinsiyet normlarının bir anlamda desteklendiğini göstermektedir. Toplumsal onaylanma Hair Challenge oyunu için jürinin alkışı ve konfetilerdir. Bu onaylanmayı alan çocuk, günlük hayatta karşılaştığı ideal beden, arzulanan kadın, seyirlik bir obje olmaya dayalı beden inşasına yönelik normları yeniden üretmektedir.

### 3.1.2. Oyun 2: Project Makeover

**Oyunda Kurgulanan Toplumsal Cinsiyet Normları;** Bir imaj değiştirme oyunu olan Project Makeover, bireyin beden inşasının ve yaşadığı yerin görünümünün toplumsal cinsiyet normlarına göre “beğenilecek”, “onaylanan” şekilde değiştirilmesini içermektedir. Oyunda oyun karakterleri ve imaj değişim ekibinde kadın ve erkek cinsiyetlerinin eşit dağıldığı görülmektedir. Cinsiyet ayrımının yapılmadığı oyunda, oyuncu kendi avatarını da kendisi seçebilmektedir.

Oyun ekibinde iki kadın iki erkek karakter bulunduğu görülmektedir. Oyuncu bu karakterleri kontrol edememekte, ekibin bir parçası olarak oyuna katılmaktadır. Kendi avatarını yaratabildiğinden cinsiyetini de seçebilmektedir. Bu karakterler arasındaki iş bölümüne bakıldığında, Derek isimli erkek karakterin mekân tasarımında görev aldığı, Francis isimli pembe saçlı erkek karakterin, kuaför olduğu görülmektedir. Gigi isimli kadın karakter, moda editörü Michelle ise asistandır. Greta Von Deta ise, değişim

merkezinin yöneticisidir. Merkez yöneticisinin kadın olması toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümüne bakıldığında eşitsizliği yıkmış gibi görünse de kadına yönelik meslekler açısından “güzellik merkezi” benzeri bir merkezin yöneticisinin kadın olması toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü bakımından aykırı durmamaktadır. Mekân tasarımının, inşaatının erkek tarafından yapılması cinsiyete dayalı iş bölümünü yansıtırken, Francis isimli erkeğin kuaför olması da erkek kadın kuaförlerinin çok olması ve aslında karaktere “kadına dair bedensel görünüm özellikleri”, pembe saç gibi, yüklenerek hegemonik bir erkeğin değil öteki erkeklik vurgusu yapılarak norm içine alındığını söylemek mümkündür. Moda genellikle kadınlarla ilişkilendirilen bir alan olarak kabul edildiğinden Gigi ve Michelle moda kısmı ile ilgilenmekte, bireylerin beden inşasını onlar gerçekleştirilmektedir.

Oyunda oyun karakterlerinin de değişimleri esnasında bazı mesleklere sahip oldukları görülmektedir. Erkek karakterin tamir atölyesi varken kadın karakterin aşçı ya da öğrenci olarak konumlandırılması da toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünün yeniden üretildiğinin göstergesi olarak kabul edilebilmektedir. Ayrıca kadın karakterlerin özel alanda erkek karakterlerin kamusal alanda resmedildiği de görülmektedir. Erkek karakter bilardo, dart gibi oyunlarla özdeşleştirilirken kadın karakterler ev, kitap, sanat eseri gibi objelerle özdeşleştirilmektedir. Bu bağlamda toplumsal cinsiyete yönelik kodların oyunda da yer aldığı dikkat çekmektedir. Bu açıdan bakıldığında pek çok içerikte yer alan ve kabul edilen kadın naiftir, erkek özgür ruhludur gibi cinsiyet kodları oyun aracılığıyla yeniden üretilmektedir.



Görsel 40: Project Makeover Oyun Görselleri 4



Görsel 41: Project Makeover Oyun Görselleri 5

**Oyunda Kurgulanan Beden İnşası;** Oyun başında oyun karakterlerinin idealleştirilmiş beden normlarına uymayan, bu normlara göre bakımsız ve çirkin olarak tanımlanan beden görünümlerinden mutsuz oldukları göze çarpmaktadır. Oyun esnasında beden görünümü ve mekân görünümü “ideale” göre düzeldikçe karakterlerin de mutlu oldukları görülmektedir; idealleştirilen beden görünümüne yaklaşan karakterlerin olumlu duygu durumu resmedilmektedir. Oyunda idealleştirilen beden görünümü ile toplumsal onay eşleştirmektedir. Oyunda, oyun karakterlerinin toplumsal normlar doğrultusunda arzu edilen birey haline getirilmelerinin, gündelik hayatta bireylerin sıklıkla karşılaştıkları beden ayrımcılığını yeniden ürettiğini söylemek mümkündür. Oyunun toplumsal cinsiyet normlarına dayalı “Erkek yakışıklı, kadın güzel olmalıdır” ifadesini desteklediği söylenebilmektedir. Bu bakımdan eril hegemonyanın bedeni tanımak değil, bedeni dışarıya, seyirlik bir obje olarak sunmak amacıyla bedenin kontrol alınmasına yönelik telkinin yeniden üretildiğini söylemek mümkündür.

Kavramsal bölümde de vurgulandığı gibi beden tam anlamıyla bir projeye dönüştürülmektedir. Sancar’ın Erkeklik İmkânsız İktidar adlı kitabında da ifade ettiği gibi “beden, beğenilerin maddi formu”na dönüştürülmüş ve bu anlamda ilerleyen meslekler, oyunlar ve televizyon programları oluşturulmuştur. İnsanlar daima bakımlı, fit, güzel/yakışıklı, şık beden görünümüne sahip olmalıdır. Teknik kodların analizi sırasında TLC isimli özel TV kanalında yer alan “10 günde 10 yıl genç” isimli programda da bireyler görünümlerinden şikâyet ile gelmekte ve 10 günde toplumsal kabule yönelik olarak beden inşasına dahil olmaktadır. Oyun ile program arasındaki benzerlik oldukça dikkat çekmektedir. Bireylerin kötü kabul edilen bedenleri içerisinde kendilerini güçsüz, görünmez gördükleri toplum içine çıkamadıkları fakat değişimden

sonra güçlü ve görünür oldukları görülmektedir. Project Makeover’da da aynı şekilde karakterler üzgün, kızgın gibi olumsuz duygu durumları ile görülürken değişim sonrası platforma çıktıklarında sosyal kabulün de değiştiği görülmektedir. Mutluluğun anahtarı, bedenin toplumsal ideal normlara göre inşa edilmesi olarak resmedilmektedir. 1999 yılından 2001 yılına kadar gösterimde olan Çirkin Betty dizi örneği ile de benzerlik gösteren oyunun, Connell’in “anlam almakta olan beden” vurgusunu ve obje olarak beden ifadelerini yeniden üretildiğini söylemek mümkündür.



Görsel 42: www.youtube.com’ dan alıntıdır. (TLC 10 Günde 10 Yıl Genç adlı programının 2. Bölüm yayınına ait youtube içeriğidir.)

### 3.1.3. Oyun 3: Kafa Topu 2

**Oyunda Kurgulanan Toplumsal Cinsiyet Normları;** Futbol oyunu olan Kafa Topu 2, kadın ve erkek olmak üzere iki cinsiyete yer vermektedir. Kadının ya da erkeğin puanlamasında cinsiyeti temel alan bir neden yoktur. Oyunun açılışında bir kadın ve bir erkek karakterin kilidi açıktır. Oyuncu bu karakterlerden birini seçebilmektedir. Oyun ilerlediğinde puana göre diğer karakterler de açılmaktadır. Bu karakterlerin özellikleri cinsiyete yönelik olarak sıralanmamaktadır. Kadın ve erkek karakterlerin yanı sıra süper kahraman, hayvan, vampir gibi karakterlere de yer verilmiştir. Bu durumda karakterler arasında cinsiyete dayalı ya da ırka dayalı bir ayırım yapılmadığı görülmektedir. Karakterler için açılan şapka, krampon gibi aksesuarlarda da bir ayırım bulunmadığı her aksesuarı her karakterin kullanabildiği görülmektedir.

Fonda yer alan seyirciler için de aynı durumun geçerli olduğu kadın, erkek ve farklı tipteki karakterlere yer verildiği görülmektedir. Oyunda toplumsal cinsiyete dayalı “kadınlar futbol oynamaz” ya da “futbol erkek işidir” gibi kalıplaşmış normların yer almadığı her iki cinsiyet için de futbolun aynı derecede keyifli, oynanabilir bir oyun olduğuna dair bir ifade de bulunmaktadır. Oyun, oyuncuyu cinsiyet temelli bir spor dalına yönlendirmemektedir. Bu bağlamda oyun toplumsal cinsiyet kodlarını yeniden üretmemektedir.

**Oyunda Kurgulanan Beden İnşası;** Oyunda karakterlerin bedeni bulunmamakta sadece kafa ve ayaktan oluşan bir karakter görseli yer almaktadır. Karakterlerin tümünün yüz hatlarının çizimi köşeli olarak yapılmıştır. Karakterlerin saç rengi, saç tipi, yüzleri değişmektedir. Açılan aksesuarların hepsi tüm karakterler tarafından kullanılabilir. Bu nedenle oyun içinde idealleştirilen bir kadın ya da erkek bedeninin resmedilmediği görülmektedir. Oyun karakterinin aksesuar kullanımı ve hangi karakter ile oynayabileceği oyuncuya bırakılmaktadır. Dolayısıyla oyuncu oyun karakterinin beden inşasını değil aksesuar kullanımını ve tip özelliklerini tercih edebilmektedir.

Oyunda yer alan karakter görsellerinin, karakter aksesuarlarının toplumun ideal beden inşasına yönelik kodlarını yansıtmadığı ve oyuncu için bu kodları yeniden üretmediğini gözlemlenmektedir. Fakat oyunu çevrimiçi oynayan oyuncuların genellikle erkek karakterleri tercih ettikleri dikkat çekmektedir. Bu durumu, oyunun kendi yapısı ile ilgili olmamakla birlikte oyunun genellikle erkek kullanıcılar tarafından tercih edildiğine yönelik bir ifade olarak kabul etmek mümkündür.



The screenshot shows the 'Amatör Ligi 3' (Amateur League 3) game interface. At the top, it displays 'Kalan Zaman: 7 gün 21 saat' (Remaining Time: 7 days 21 hours) and a close button. Below this is a table with columns for 'Puan' (Points), 'Gol' (Goals), 'Asist' (Assists), 'Kart' (Cards), and 'Odu' (Reward). The table lists five players with their IDs and corresponding statistics.

	Puan	Gol	Asist	Kart	Odu
6. player43883337	3	1	0	0	4.000
7. player43883348	3	1	0	0	3.250
8. player43883442	3	1	0	0	3.000
9. keremcorek61	3	1	0	0	2.750
10. player4389013	3	1	0	0	2.500

Görsel 43: Kafa Topu 2 Oyun Görseli 2



### 3.1.4. Oyun 4: Car Parking 3D Multiplayer

**Oyunda Kurgulanan Toplumsal Cinsiyet Normları;** Araba sürme ve park etme oyunu olan Car Parking 3D Multiplayer oyununda kadın ve erkek olmak üzere iki cinsiyette avatar bulunmaktadır. Oyun avatırı başlangıçta oyuncu tarafından cinsiyet, aksesuar olarak belirlenmektedir. Oyun avatırı tek tip olup seçilen cinsiyete göre şekillenmektedir; farklı kadın ya da farklı erkek avatarlar bulunmamakta avatarın saç rengi, göz rengi v.b. seçilememektedir. Oyuncu sadece avatarın cinsiyeti, kıyafeti ve şapka gibi aksesuarlarına karar verebilmektedir. Kadın avatar için etek, elbise gibi kıyafetler bulunmamaktadır. Her iki cinsiyetin kıyafet tarzları ve renkleri birbiriyile benzerlik göstermektedir. Oyun esnasında avatarlar görünmemekte; sadece oyun için seçilen araçlarla oyun sürdürülmektedir. Oyunda toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü ya da gündelik hayat pratiklerine dair bir ayırım görülmektedir. Kadın ve erkek avatar aynı şekilde sürüş özelliklerine sahiptir. Toplumsal gündelik hayatta yer alan “Kadınlar iyi araç kullanmaz” ya da “araç sporları erkeklere aittir” gibi toplumsal cinsiyete dayalı kalıp yargıların oyun tarafından yeniden üretilmediği görülmektedir. Bu nedenle oyunun toplumsal cinsiyet kodlarını yeniden üretmediğini söylemek mümkündür.



Görsel 44: Car Parking 3D Multiplayer Oyun Görselleri 2

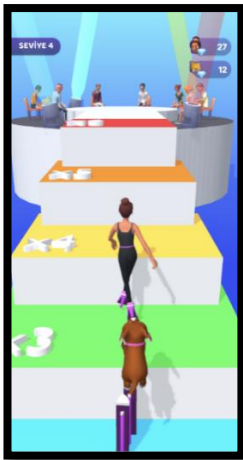
**Oyunda Kurgulanan Beden İnşası;** Car Parking 3D Multiplayer oyununda kadın ve erkek cinsiyetinde tek bir avatar bulunmaktadır. Kadın karakterlerin idealleştirilmiş saç ve beden görünümünde resmedilmediği; saçlarının cinsiyet vurgusundan uzak, sağlık problemi yaşamayacak beden ölçülerinde bireyler olarak kurgulandığı görülmektedir. Kadın karakter ve erkek karakter için kodlanan kıyafetler toplumsal beden inşasının işaret ettiği tarzda değil daha çok spor ve araç kullanımına uygun şekilde tasarlanmıştır. Erkek karakter sağlıklı beden ölçülerine sahip, ancak fit ya

da hegemonik erkeklik çerçevesinde idealize edilen beden inşasını temsil etmeyen bir şekilde kodlanmaktadır.

Oyunda her iki cinsiyet için tek tip görünüm ve kıyafetlerin tasarlanmış olması oyunun toplumsal beden inşasını yeniden üretmeyen bir yapıda olduğunu göstermektedir.

### 3.1.5. Oyun 5: High Heels

**Oyunda Kurgulanan Toplumsal Cinsiyet Normları;** Hair Challenge oyununda olduğu gibi High Heels oyunu da geleneksel masallarla benzeşme göstermektedir. Külkedisi/Sindirella masalında bulunan topuklu ayakkabı ve merdivende düşen ayakkabı sembollerine gönderme yapıldığı söylenebilmektedir. Oyunda en yüksek topuklu ayakkabıyı giymek yüksek puan almanın şartıdır. Oyun esnasında engellerle karşılaşıldığı gibi, platform sonundaki basamakları çıkarken de karakter topuklarını bırakmaktadır; diğer bir deyişle topuk sayısı azalmaktadır. Sindirella, evinde küllerin başında uyuyan bir genç kızken; perinin yardımıyla güzel elbisesi ve camdan topuklu ayakkabısı ile partiye katılarak prensin ilgisini kazanmıştır. Sosyal kabul ve onay, prens tarafından beğenilmek Sindirella'nın idealize edilen beden inşasından sonra gelmektedir. Oyunda da platform sonunda oyun karakterini puanlayan jürinin oyuncunun aldığı puana göre, oyun karakterini alkışlayarak onayladığı görülmektedir. Dolayısıyla High Heels oyununda yüksek puan alan oyuncu hem kadın olarak sosyal kabulü almakta hem de kendisini yüksek topuklarla yürüeyebilen yetişkin bir kadın olarak görmektedir.



Görsel 45: High Heels Oyun Görseli 2



Görsel 46: www.twitter.com 'dan alıntıdır

Oyun sadece bir platform üzerindeki yarış olarak ilerlediğinden oyun karakterinin toplumsal gündelik yaşamı ya da mesleği ile ilgili bilgi görülmemektedir. Tek vasfı topuklu ayakkabı üzerinde yürümek ve puan almak olan oyun karakteri idealize edilen beden görünümüne sahiptir. Bu bakımdan geleneksel bir masal olan Sindirella ve görsel medyada yer alan dizilerdeki toplumsal cinsiyet kodlarının benzerlerinin rastlandığı oyunun gündelik yaşamdaki toplumsal cinsiyete dayalı kodları yeniden ürettiğini söylemek mümkündür.

**Oyunda Kurgulanan Beden İnşası;** Bir tür yüksek topuklu ayakkabı ile yürüme yarışı gibi de ifade etmenin mümkün olduğu oyun, kadının toplumsal cinsiyete dayalı beden inşasında önemli bir parçası olarak ifade edilen topuklu ayakkabının önemini de vurgulamaktadır. “Şeytan Marka Giyer” isimli filminin afişinde de topuklu ayakkabı vurgusu yapılmış ve filmde asistan rolü üstlenen Andrea, beden inşasını toplumun idealleştirdiği yönde değiştirerek kariyer basamaklarını tırmanmaktadır. Sex and The City filminde de topuklu ayakkabılara sıklıkla vurgu yapıldığı, seksi ve kabul gören kadınların ayakkabılara verdiği önemin gösterildiği görülmektedir.

Oyunda bölüm geçildikçe oyuncunun avatarının da görünümü ve özellikleri değişmekte, farklı beden görünümlerindeki kadın tiplerinin kilitleri açılmaktadır. Sevimli, Yıldız ve Kraliçe seçenekleri ile oyuncuya farklı tiplerde kadın tipleri sunulmaktadır. Toplumsal cinsiyete dayalı beden kabulünün örneklerinin bu süreçte de devam ettiği görülmektedir. Platformda yürüyen karakter idealize edilen kadın beden ölçülerine uygun, giyim tarzı olarak ideal görünümleri yansıtan bir biçimde kodlanmıştır. Kadın karakter topukları topladıkça olumluyan ifadeler kullanarak, topuklu ayakkabı ve “kadınsılık”, “dişilik” gibi ifade edilen toplumsal cinsiyete dayalı beden görünümlerine yönelik kabulleri yeniden üretmektedir. Kadının seyirlik bir obje gibi sunulması, bakılan olma motifi üzerinden Berger’in de vurguladığı “kadının seyirci tarafından seyredildiğinin farkında olma” ve seyredilen olmanın yanı sıra kendisini de seyreden olması durumunun yansıması olarak ifade edilebilmektedir. Sanal dünyada kendisinin avatarına sahip olan çocuk, toplumsal cinsiyete dayalı beden inşasının onu yönlendirdiği gibi şimdi ya da gelecekte olmak istediği görünümü pekiştirmekte, oyun aracılığıyla bunu deneyimlemektedir. High Heels isimli oyun toplumsal cinsiyete dayalı



beden inşasını yeniden üretmekte, edebiyatta ve görsel basında gördüğü imajları kopyalayarak yeniden sunmaktadır.



Görsel 47: High Heels Oyun Görselleri 3

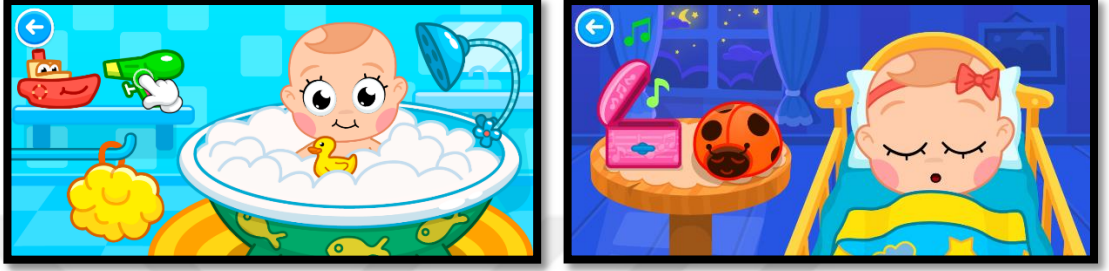
### 3.2. Play Store İndirme Mağazasında Yer Alan Oyunlar

#### 3.2.1. Oyun 1: Bebek Bakımı; Bebek Oyunları

**Oyunda Kurgulanan Toplumsal Cinsiyet Normları;** Bebek bakımı oyununda oyuncunun bir avatarı bulunmamaktadır. Oyun karakteri bebek, oyuncu tarafından seçilememektedir. Oyuncu oyun açıldığı andan itibaren kurdeleli, kirpikleri uzun; genellikle kız çocuk olduğunu belirtmek için kullanılan çizim teknikleri kullanılmış olan bebeğin bakımından sorumludur. Oyunda oyuncunun cinsiyetine yönelik bir ibare bulunmamaktadır. Bebeğin oynadığı oyunlar toplum tarafından unisex/iki cinsiyete de uygun oyunlar ve oyuncaklardır. Bebek için cinsiyete dayalı bir öğrenme ortamı oluşturulmamıştır. Oyunda toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümüne yönelik herhangi bir sembol bulunmamaktadır. Oyun toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünü ve cinsiyet rollerini yeniden üretmemektedir.

**Oyunda Kurgulanan Beden İnşası;** Oyunda, oyuncunun cinsiyetine dair bir belirleyici öge bulunmamaktadır. Ayrıca oyun karakteri bir bebek olduğundan toplumsal bir beden inşasından söz edilememektedir. Oyunda göze çarpan cinsiyete dayalı tek sembolün bebeğin kafasındaki kurdele olduğu ifade edilebilmektedir. Fakat bebeğin üzerindeki kıyafetin toplumsal cinsiyet kodlarına göre genellikle erkek çocuk ile özdeşleştirilen mavi tonunda olmasının kız çocukla özdeşleştirilen kurdele detayı ile

eşitlediğini söylemek mümkündür. Bebeğin cinsiyeti kız olarak resmedilmiş; fakat toplumsal cinsiyet kodları bakımından kız çocuk ile özdeşleştirilen sembollerden genellikle uzak tutulmuştur. Bu bağlamda oyunun toplumsal cinsiyete dayalı beden inşasını yeniden üretmediğini söylemek mümkündür.



Görsel 48: Bebek Bakımı; bebek Oyunları Oyun Görselleri 2

### 3.2.2. Oyun 2: Pepi Hospital: Learn and Care

**Oyunda Kurgulanan Toplumsal Cinsiyet Normları;** Pepi Hospital: Learn and Care oyunu oyun karakterleri tek bir cinsiyete, ırka ya da türe göre tasarlanmamıştır. Dolayısıyla toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünde yerleşmiş olan “kadınlara uygun meslek hemşireliktir”, “doktorlar erkek olur” gibi kalıp yargılar oyunun içinde yer almamaktadır. Örneğin; mor bir uzaylı dişçi, bir robot doktor olabilmektedir. Aynı şekilde kadın ve erkekler de hem doktor hem hasta hem hemşire hem de hasta bakıcı olabilmektedir. Oyunu tek bir cinsiyet, ırk ya da tür üzerinden yorumlamak mümkün değildir. Çocukların bu karakterler üzerinden sosyal öğrenme kuramı bağlamında herkesin her işi yapabileceğine dair görüşlerinin geliştiğini düşüneceği ifade edilebilmektedir. Ancak hastanenin bebek bakım katında sadece kadın karakterlerin bulunduğu dikkat çekmektedir. Eril söylemin egemen olduğu toplumsal yapıda kadın; anne olarak bakım emeğinden sorumlu kılınmaktadır. Kadınların bakım emeği karşılığında destekler alması, medya ve gündelik hayatta karşılaşılan baskılar kadınları bir anlamda bu görevle sınırlandırılmaktadır demek mümkündür. Pepi Hospital oyununda da benzer şekilde bebekler söz konusu olduğu odada sadece kadın oyun karakterlerinin bulunması bu durumu yeniden üretilmektedir. Bu bağlamda toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümüne uygun olarak bakım emeğinin kadınların görevi olarak ifadesinin üretimi olarak ifade etmek mümkündür.

**Oyunda Kurgulanan Beden İnşası;** Oyun belli bir tür ya da cinsiyet üzerinden ilerlememektedir. Ancak karakterlerin temsilinde giyim ve aksesuar kodları üzerinden toplumsal cinsiyete dayalı farklılaştırmalar yer almaktadır. Oyunda kurgulanan kadın karakterlerin saçları uzun ve dikkat çekici renklerde tasarlanmıştır. Kadın karakterler yüzleri makyajlı ve genellikle elbiseli olarak resmedilmektedir. Oyunda farklı türden karakterlerin (hayvan, robot, vb.) erkek olarak temsil edildiği dikkat çekmektedir. Kadınlar, oyun içerisindeki kadın karakterlerin beden görünümlerinin inşasında kullanılan giyim kodları ve saç tasarımları aracılığıyla idealleştirilen beden stereotipine yönlendirilmektedir. Oyunun bu bakımdan kadının beden inşasını yeniden ürettiğini söylemek mümkündür.

Oyun içinde asılı duran farklı kıyafetler tüm oyun karakterlerine giydirilebilmektedir. Oyun içinde farklı renk ve desenlerde olan pantolonlar hem kadın hem erkek karakterlerin giyimine açık olarak yer almaktadır. Oyunun başında oyunun içinde yer alan kadın karakterler etek ve elbise ile resmedilmektedir. Oyuncu oyun içinde kadın karakterlere oyunda asılı duran pantolonları giydirebilmekteyken, elbise ve etek seçimi diğer türler ve cinsiyetler için bir alternatif olarak yer almamaktadır.

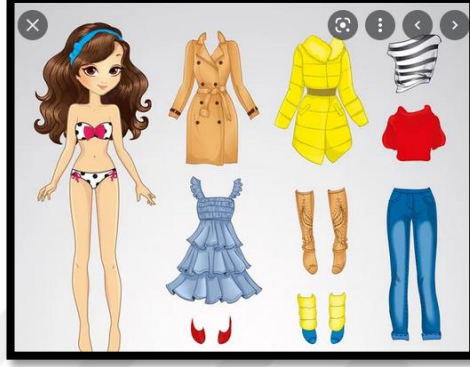


Görsel 49: Pepi Hospital: Learn and Care Oyun Görselleri 3

### 3.2.3. Oyun 3: Chibi Bebek: Avatarımızı Yapın

**Oyunda Kurgulanan Toplumsal Cinsiyet Normları;** 1810 yılında üretilen Avrupa'da 18.Yüzyılda en popüler dönemini yaşayan ve 1990'lı yıllarda Türkiye'de popülerliğini koruyan kâğıt bebek oyuncağına benzeyen Chibi bebek oyununu bir tür sanal kâğıt bebek oyunu olarak ifade etmek mümkündür. Oyunda, oyun karakteri tamamen pasif olarak konumlandırılmıştır. Oyun karakteri resim olarak görülmekte;

oyuncu tarafından beden görünümü değiştirilmektedir. Karaktere dair meslek ya da gündelik hayata dair bir sembol, belirteç bulunmamaktadır. Oyuncu için de cinsiyetini, mesleğini v.b. belirten hiçbir avatara rastlanmamaktadır. Oyun tamamen pasif ve görsele dayalı olarak kurgulandığından toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü ve cinsiyet rollerini yeniden üretmediğini söylemek mümkündür.



Görsel 50: Kağıt Bebek [www.depositphotos.com](http://www.depositphotos.com)'dan



Görsel 51: Chibi Bebek; Avatarınızı Yapın Oyun Görseli 2

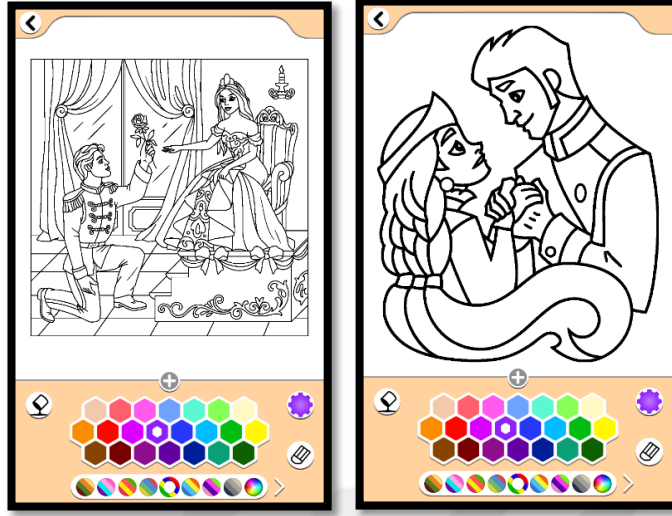
**Oyunda Kurgulanan Beden İnşası;** Oyun tamamen oyuncunun seçimleri ile şekillenmektedir. Oyuncu, karakterinin her cinsiyetten, türden oluşturabilmektedir. Ayrıca oyuncu, oyun tarafından oyun karakterinin saç tasarımı, kıyafet ve aksesuar kullanımında herhangi bir idealleştirilmiş cinsiyet görünümüne zorunlu bırakılmamaktadır. İdealleştirilmiş bir beden ölçüsü, kıyafet ve aksesuar kurgulanmamıştır. Bu bağlamda oyunun idealleştirilmiş beden görünümünü yeniden üretmediği söylenebilmektedir.

#### 3.2.4. Oyun 4: Prenses Oyunu Boyama

**Oyunda Kurgulanan Toplumsal Cinsiyet Normları;** Prenses Boyama oyunu sanal bir boyama kitabıdır. Oyun sabit görsellerden oluşmaktadır. Bu görseller genellikle prenses temalıdır. Prenses karakterleri geleneksel edebiyatın önemli temsilcilerinden olan masal ile birlikte toplumsal kültüre miras kalmıştır. Masalların geneline bakıldığında zaman iktidarı destekleyen, aile ve aşk ilişkilerinde bir kalıbı sağlamlaştırmanın ötesine geçmeyen cinsiyetçi masallar daha yaygınlaşmış ve kemikleşmiştir.<sup>92</sup> Masalların hegemonik gücün bakış açısını temel alarak hikâyenin altında gizli kalmış bir fikri sunduğunu söylemek mümkündür. Masalların tehlikesi bu görünmezlikten gelmektedir. Toplumsallaşma sürecinin en önemli araçlarından biri olan masal, çocukluktan yetişkinliğe kadar ve hatta yetişkinlikte de farklı masalları ya da aynı masalları aracılığıyla zihinde yinelenir. Toplumun kültürel/değer/gelenekleri zihinde bu söylem yeniden üretilmektedir. Kadınların bağımlı, naif, güzel, özel alanın sahibi olarak erkeklerin ise kurtarıcı, mert, cesur, yakışıklı, zengin, kamusal alanın sahibi olarak resmedildiği sıklıkla görülmektedir. Ayrıca masallar aracılığıyla kahramanlık yapan erkek stereotipi idealleştirilmekte, idealleştirilen bu erkek kahraman masalın sonunda prensesi yani kadını kazanmaktadır. Kadın bu söylemde pasifleştirilerek, ödül konumuna yerleştirilmektedir. Bu doğrultuda kadının metalaştırıldığını söylemek mümkündür.

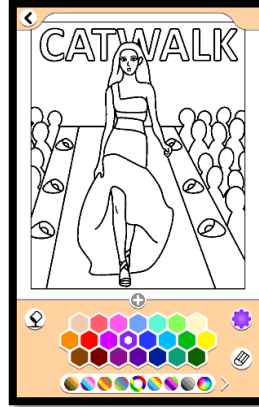
Prenses boyama oyunundaki görsellere bakıldığında, prensesler ve onların en iyi dostları hayvanların görsellerinin çoğunlukla kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca “love” başlığı ile sunulan boyama kitapçığında prenses ve prensin birlikte olduğu, prensin prensese diz çözümlenerek evlenme teklif ettiği sahnelere ait görsellere yer verildiği gözlenmektedir. Bu sahneler gündelik hayatta, medyada ve masallarda çocukların karşısına çıkmaktadır. Oyun, bu görseller ile “prenses olmak”, prensini beklemek ve evlilikten sonra “sonsuz dek mutlu yaşamak” gibi toplumsal cinsiyete dayalı klişeleri yinelemektedir. Dolayısıyla kadının yerinin özel alan olan ev olduğu vurgusunu ve idealleştirilen kadının evli olması gibi toplumsal cinsiyet rollerini yeniden ürettiğini söylemek mümkündür.

<sup>92</sup> Sezer Melek Özlem, Masallar ve Toplumsal Cinsiyet, Evrensel Basım Yayın, Nisan 2014, İstanbul, s. 15



Görsel 52: Prenses Oyunu Boyama Oyun Görselleri 2

**Oyunda Kurgulanan Beden İnşası;** Oyunda prenses temasının kullanılması; kadın ve erkek için toplumsal cinsiyet temelli beden inşasının prenses ya da prens gibi olması gerektiği imajı vermektedir. Prenses gibi bakımlı, fit, tatlı, dünyalar güzeli olmak; prens gibi yakışıklı, karizmatik, uzun boylu görünmek meşrulaştırılmakta ve bir anlamda yeniden üretilmektedir. Masallar aracılığıyla sürekli yinelenen güzellik ve mutluluk bağlantısı, oyundaki görseller aracılığıyla da yinelenmektedir. Oyun içinde kullanılan tüm prenses ve prens görselleri için aynı şeyi söylemek mümkündür. İdealize edilmiş beden ölçüleri, yüz; dolgun dudak, büyük göz, dik burun, uzun saç gibi kodlara oyun içinde sıklıkla rastlanmaktadır. Ayrıca “fashion” bölümünde manken görünümüne sokulmuş prensesler bulunmaktadır. Podyumda yürüyen ya da moda çekiminde bulunan kadın görsellerinde de toplumsal cinsiyet temelli beden inşasının kodları görülmektedir. Seyircilere de yer verilen bu görsellerin önceki bölümlerde de bahsedilen güzellik ve sosyal onay arasındaki bağlantıyı yinelediği ifade edilebilmektedir. Oyun kullanılan görseller aracılığıyla toplumsal cinsiyet temelli beden inşasını yeniden üretmektedir.



Görsel 53: Prenses Oyunu Boyama Oyun Görselleri 3

### 3.2.5. Oyun 5: Hello Kitty Nail Salon

**Oyunda Kurgulanan Toplumsal Cinsiyet Normları;** Hello Kitty Nail Salon oyunu bir tırnak süsleme oyunudur. Oyunda eller, renkler ve desenler bulunmaktadır. Oyunda ağırlıklı olarak toplumsal cinsiyet temelinde kız çocuk ile özdeşleştirilen pembe ve lila gibi renklerin kullanıldığı görülmektedir. Salonun sahibi kadın çizgi karakter olan Hello Kitty olarak resmedilmektedir. Cinsiyete dayalı meslek dağılımının, tırnak bakımı ve tırnak süsleme işi üzerinden kadın çizgi karakter aracılığıyla yinelendiğini söylemek mümkündür. Oyuncunun cinsiyeti ile ilgili bir sembol bulunmamasına rağmen oyunda görülen tek karakterin kadın olması, bu kalıp yargıyı güçlendirir niteliktedir. Oyun görselindeki ellerin kadın ya da erkek eli olduğuna dair bir ifade bulunmamakta; fakat toplumda var olan gelen kadınların elleri ve tırnaklarının boyu, ojesi gibi semboller üzerinden oluşmuş olan kalıp yargıları değiştirecek bir söylem ya da sembol bulunmamaktadır. Oyunun bu bağlamlarda cinsiyete dayalı meslek seçimi; cinsiyete dayalı meslek dağılımını yeniden ürettiğini söylemek mümkündür.

**Oyunda Kurgulanan Beden İnşası;** Oyunda karakter görseli olarak sadece Hello Kitty çizgi karakteri bulunmaktadır. Hello Kitty karakterinin kafasındaki kırmızı kurdele toplumsal cinsiyet kodlarına göre kadın olduğu izlenimini vermektedir. Oyunda kullanılan el görselleri zayıf, fit ve beyaz ellerdir; tırnaklar uzun olarak resmedilmiştir. Bakımlı ve ojeli ellere sahip olmanın önemi vurgulanırken oyunda farklı el tiplerine yer verilmemiştir. Eller daima bakımlı ve güzel olmalı imajı yaratılarak toplumsal beden inşasında önemli yer tutan el bakımı ve idealize edilen el görünümlerinin yinelendiğini



söylemek mümkündür. El bakımı tamamlandığında çıkan yıldızlar ve gülen yüzler bu durumu olumlamaktadır. Oyunda sadece el görseli kullanılmasına rağmen toplumda güzellik normlarına uygun el görünümü üzerinden bir anlamda idealleştirilen beden inşasını yeniden üretildiğini söylemek mümkündür.



Görsel 54: Hello Kitty Nail Salon Oyun Görseli 3

## SONUÇ

Huizinga, kültürün çıkışının temeli olarak işaret ettiği oyun; kültürün yansıması ve pekiştiricisi olduğu düşünülmektedir. Oyunun bir sosyalleşme aracı, bir tür deneyimleme aracı olduğu söylenebilmektedir. Sosyal öğrenme kuramcıları sosyalleşmeyi baş odak olarak göstermektedir. Çocuk sosyalleşmeye başladığı an, o toplumun idealleştirilmiş bireyleri gibi davranmayı öğrenmektedir. Toplumsal cinsiyet rollerinin aktarımı da bu şekilde gerçekleşmektedir. Çocukluk, toplumsal cinsiyete dayalı gözlem fırsatı sunmaktadır. Çocukların toplumsal cinsiyet rollerini taklit etmeye ve oyunlarına dahil etmeye 3-4 yaşlarında başladığı bilinmektedir. Dolayısıyla çocuğun oynadığı dijital oyunlar çocuğun gözlem ve taklit deneyimlerini değiştirip, geliştirebilmektedir.

Teknolojinin gelişimi ve teknoloji kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte dijitalleşme kaçınılmayacak bir gerçeklik olarak ortaya çıkmaktadır. Dijital oyunların yaygınlaşması ile birlikte ortaya çıkan dijital oyun kültürü sosyalleşmenin ve toplumsallaşmanın önemli bir unsuru haline geldiği görülmektedir. Dijitalleşme ile birlikte yeni bir toplumsal kültürün ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Çeşitli kurumlar tarafından e-spor turnuvaları ortaya çıkan bu yeni kültürün bir yansıması



olarak ifade edilebilmektedir. Örneğin; 2020-2021 sezonunda pandemi nedeniyle gerçekleştirilemeyen NBA turnuvası, 2K Games tarafından düzenlenerek; NBA2K 21 dijital oyunu aracılığıyla NBA basketbol oyuncularını ile online olarak gerçekleştirilmiştir.

Sosyal öğrenme kuramına göre çocuk, her gözleminde cinsiyete dayalı iş bölümüne, davranış örüntülerine ve görünümüne rastlanmaktadır. Toplumsal cinsiyet normları ile günlük toplumsal hayatta, ailede ve akran gruplarında çocuk karşılaşmakta, bu normları deneyimlemektedir. Dolayısıyla çocuklara toplumsal cinsiyet normları ve idealleştirilmiş beden algısı erken yaştan itibaren bilinçli ya da bilinçsiz olarak cinsiyet rolleri yüklenmektedir. Dijital oyunları okul öncesi çocukları için idealleştirilmiş beden, cinsiyete dayalı iş bölümü, cinsellik ve cinsiyetler arası ilişkiler gibi kavramların yapılandırıldığı, yeniden ürettiği bir alan görevini üstlendiği görülmektedir.

Modernleşmeyle birlikte teknolojinin geliştiği toplumlarda toplumsallaşma ve sosyal öğrenme modeli araçlarının arttığı görülmektedir. Medya, sosyal medyanın kültürel politikaları yaygınlaştırdığı, yeniden ürettiği bilinmektedir. İdealleştirilen beden görünümü ve cinsiyete dayalı toplumsal gündelik hayat rolleri çocukların sosyal öğrenme sürecinde bir tür referans oluşturmaktadır. Haug'un belirttiği gibi meta değeri için üretilen ve kültür endüstrisinin bir ürünü olarak ortaya konan dijital oyunlar modern çağın toplumsallaşma araçları içinde yer almakta; sanal karakterler de bir anlamda rol model görevi üstlenmektedir. Dijital oyunlar; çeşitli simülasyonlar, göstergeler, sembol ve simgeler kullanarak oyuncuya hitap etmektedir. Oyuncunun bir nevi oynadığı kurguyu gerçekmiş gibi deneyimlemesini sağlamaktadır. Oyun içinde kodlanan beden görünümü ve cinsiyete dayalı gündelik hayat rutinleri idealize edilerek yeniden üretilebilmektedir. Gündelik yaşamda, edebiyatta, medya ve yeni medyada görülen idealleştirilmiş kadın, erkek stereotiplerinin dijital oyunların gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte geliştiği, yeni bir inşa modelinde yinlendiği görülmektedir.

Prensky'nin dijital yerliler olarak adlandırdığı çocukların teknolojik cihaz kullanımının yaygınlığı göz önüne alındığında çocukların sosyal öğrenme sürecinde kendilerine rol model bulacakları yeni alanın ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Bu alanlardan birini dijital oyunlar olarak ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla dijitalleşen dünyanın yerlisi olarak doğan çocuk bu platformda sanal modellerle karşılaşmakta ve

yine sanal dünyanın aracılığıyla örnek aldığı, gözlemlediği modelin davranışlarını ve beden görünümünü yeniden üretilmektedir.

Tez çalışması okul öncesi dönemdeki çocuklarda sanal oyunlar aracılığıyla toplumsal cinsiyet rolleri ve beden algısının üretiminin incelenmesini temel almaktadır. TÜİK'in 2020 yılında yaptığı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması verilerine göre Türkiye'deki hanelerin %99,4'ünde cep telefonu, 36,4'ünde taşınabilir bilgisayar bulunmaktadır. Aynı araştırmanın bulgularına göre 0-6 yaş arası çocukların %62'si dijital oyun oynamaktadır. Toran'ın 2016 yılındaki yaptığı araştırmada da aynı doğrultuda +5 yaş çocukların dijital oyun oynayabilecekleri bir cihaza sahip oldukları ifade edilmektedir. Bu veriler doğrultusunda çalışma kategorize edilerek mobil oyunlar araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırmaya dahil edilen olan oyunlar Haziran 2021 tarihinde android ve ios işletim sistemine sahip indirme platformlarından; App Store ve Play Store'da yer alan dijital mobil oyunlardan "popüler ücretsiz oyun" kategorisinde yer alan ilk 100 oyun sıralamasından seçilmiştir. Ayrıca yaş sınırı 4+ için belirlenen oyunlar örneklem grubunun belirlenmesinde bir diğer kriter olarak yer almaktadır.

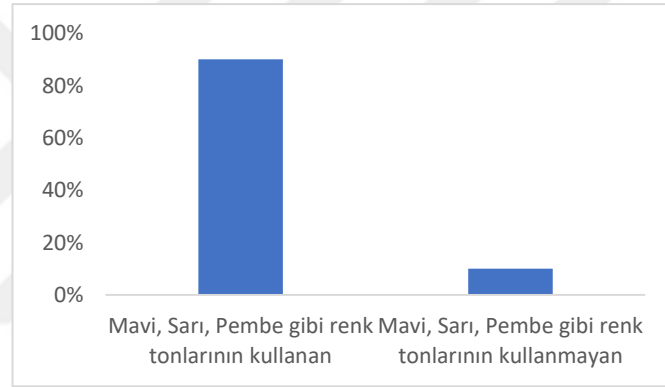
Kültür analizi, durumsal araştırma, yorumlayıcı araştırma, kuram geliştirme, içerik analizi, betimsel araştırma gibi kavramları tanımının altına alan nitel araştırma yönteminin analiz süreçlerinden biri olan içerik analizi yöntem olarak benimsenmiştir.<sup>93</sup>

Haziran 2021 tarihinde Play Store'da ilk 100 oyun içerisinde 4+ (4 yaş ve üzeri) olan sıralamada yer alan oyunlar; Bebek Bakımı: Bebek Oyunları, Pepi Hospital: Learn&Care, Prenses Oyunu Boyama ve Chibi Bebek Kendi Avatarınızı Yapın isimli dijital oyunlar araştırma kapsamına alınmıştır. Haziran 2021 tarihinde App Store'daki ilk 100 oyun içinden 4+ (4 yaş üzeri olan) olan; Hair challenge, Project Makeover, Kafa Topu 2, Car Parking, High Heels isimli dijital oyunlar araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Araştırma kapsamında yer alan oyunların biçimsel ve içeriksel analizi yapılmıştır.

Araştırma kapsamına alınan oyunların biçimsel ve içeriksel analizi yapılırken araştırma sorunsalının ele alındığı ilk bölümde; oyunun teması, oyunun anlatısında yer alan teknik kodlar, oyunun görsel kurgusu ve oyunun işitsel kurgusu analiz edilmiştir.

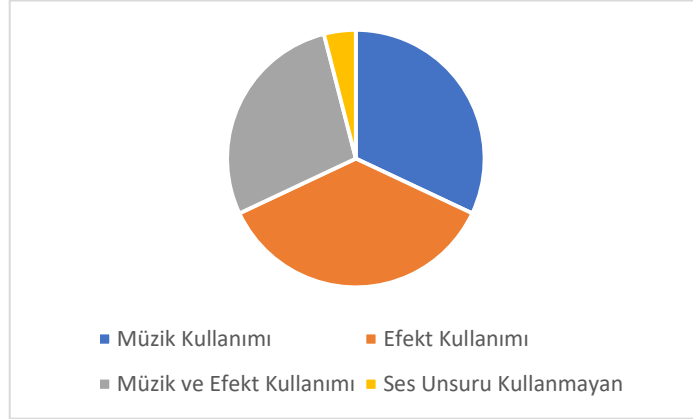
<sup>93</sup> Yıldırım Ali, Şimşek Hasan, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin akademik ve Mesleki Yayınlar, 11. Baskı, Ankara, Mayıs 2018, s. 41

Araştırma kapsamına alınan oyunlardan 9 tanesinde hemen hemen aynı renklerin ve tonlarının tercih ettiği dikkat çekmektedir. Oyunlarda pembe, mavi, sarı, mor renkleri ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. Car Parking isimli mobil oyunda dış mekan tasarımı nedeniyle herhangi bir renk ayrımı yapılmamış ve günlük yaşamda karşılan mekanlara benzer görseller kullanılmaktadır. Dolayısıyla analiz edilen oyunların %90'ında arka fon, açılış ekranı gibi alanlarda aynı renklerin kullanıldığı söylenebilmektedir. Bu renklerin çocukların dikkatini çekmeye, canlı tutmaya yönelik olarak kullanıldığı söylenebilmektedir. Ayrıca oyunlarda motive edici unsur olarak kullanılan görsel efektler de yer almaktadır.



Grafik 4: Araştırma kapsamına alınan oyunlarda görsel kod kullanımı

Araştırma kapsamına alınan oyunlardan 7 tanesinde hareketli, ritmik bir müzik kullanıldığı; 1 tanesinde sakin müzik kullanımına yer verildiği görülmektedir. Oyunlardan 9 tanesinde efektlere de verildiği görülmektedir. Bu oyunlardan sadece 1 tanesinde müzik bulunmayıp sadece efekt bulunduğu söylenebilmektedir. Prenses Boyama oyunda herhangi bir ses kullanılmadığı belirlenmiştir. Araştırma kapsamına alınan mobil oyunlarda teşvik ve motive edici unsur olarak müzik ve efekt kullanımına yer verdiğini söylemek mümkündür.

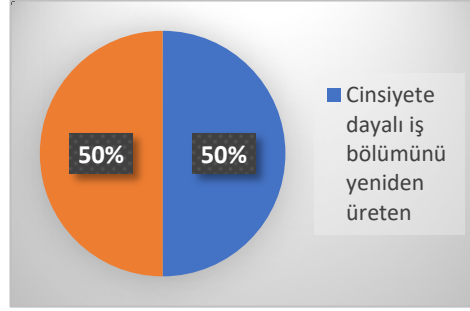


Grafik 5: Araştırma kapsamına alınan oyunlarda işitsel kod kullanımı

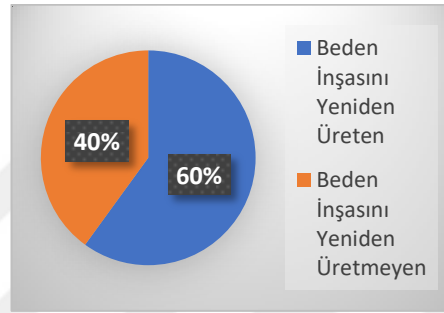
Araştırma kapsamına alınan mobil oyunlarda toplumsal cinsiyet rolleri ve beden algısının üretiminin nasıl inşa edildiğine yönelik araştırma sorunsalının ele alındığı bölümde; dijital oyun anlatısında kurgulanan mobil oyun karakterlerinin toplumsal cinsiyet normlarını nasıl yansıttıkları ve mobil oyunun karakterinin beden inşasının nasıl kodlandığı analiz edilmiştir.

Araştırma kapsamına alınan 10 oyunların 5'inde toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünü yeniden üreten unsurlara rastlanırken; 5'inde bu unsurlara yer verilmediği görülmektedir. Mobil oyunların 6'sında idealleştirilmiş beden inşasına yönelik üretim unsurları görülmekte; 4'ünde bu unsurlara rastlanmamaktadır. Bu bağlamdan yola çıkarak mobil cihazlarda bulunan uygulama indirme mağazalarında yer alan oyunların 4+ yaş grubu için toplumsal cinsiyet rollerini ve beden inşasını yeniden ürettiğini söylemek mümkündür.

Oyunlardan 4'nün konusu beden inşası üzerinden kurgulanmaktadır; Hair Challenge, Project Makeover, High Heels ve Hello Kitty Nail Salon isimli oyunlar bireyin dış görünüşünün idealleştirilen beden inşasını gerçekleştiren kurgu ile kodlanmıştır. Oyunların 4'ü bir iş üzerinden kurgulanmaktadır; kafa topu 2, car parking, Bebek Bakımı ve Pepi Hospital isimli oyunlar bir meslek, bakım emeği ya da spor üzerinden kodlanmıştır. Bu oyunların 2'sinde cinsiyete dayalı iş bölümünü yeniden üretmektedir.



Grafik 6: Araştırma kapsamına alınan oyunlarda cinsiyet rollerinin üretim durumu



Grafik 7: Araştırma kapsamına alınan oyunlarda beden inşası

Genellikle halkın yarattığı, hayale dayanan, sözlü gelenekte yaşayan genellikle insanlar, hayvanlar ile cadı, cin, dev, peri vb. varlıkların başından geçen olağanüstü olayları anlatan edebi tür<sup>94</sup> olarak tanımlanan masal; toplumsal işleyişe etkisi olan, toplum mühendisliğinin önemli araçlarından bir tanesidir. Kültür aktarımıyla gelen bu yapı toplumun kodlarını nesilden nesile aktarmaktadır. Geleneksel masal, cinsiyet rollerinin yeniden üretildiği bir alan haline getirilmiştir. Propp, Masalın Biçimbilimi adlı kitabında masalların işlevlerinin, olay örgülerinin aynı olduğunu sadece kişilerin, mekanların ve durumların farklı olduğunu söylemektedir.<sup>95</sup> Araştırma kapsamına alınan mobil oyunların 3 tanesiyle, High Heels, Hair Challenge, Prenses Boyama, geleneksel masallarla arasındaki benzerlik dikkat çekmektedir. Sosyal öğrenme kuramında çocuğun maruz kaldığı uyarılarla birlikte görerek ve deneyimleyerek rolleri benimsediğini, pekiştirdiğini söylemektedir. Bu bağlamda çocuğun gündelik hayatta,

<sup>94</sup> Türk Dil Kurumu

<sup>95</sup> Akt. Sezer Melek Özlem, Masallar ve Toplumsal Cinsiyet, Evrensel Basım Yayın, Nisan 2014, İstanbul, s.

edebiyatta, medyada ve sosyal medyada sayısız kez toplumsal cinsiyet rollerini izleme ve deneyimleme şansı bulunduğu bilinmektedir. Prenses vurgusunu çocuklarda güzellik kavramının idealleşmesi ve cinsiyete dayalı toplumsal konumlandırılmasında, kadına cinsiyete dayalı karakter özellikleri (naif, pasif gibi) yüklenmesinde önemli bir unsur olarak nitelendirmek mümkündür. Dijital oyunlar aracılığıyla Butler'ın da vurgu yaptığı tekrar eden performans ve taklitçilik ile birlikte çocukların zihinlerinde pekiştiğini ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda geleneksel masallar aracılığıyla çocuğa aktarılan toplumsal cinsiyet kodlarının dijital oyunlara da yansıtılarak ve bu oyunlar aracılığıyla yeniden üretildiğini söylemek mümkündür.

Cinsiyete dayalı iş bölümü, kadın ve erkeğin toplumsal konumlarını, yapabilecekleri işleri sınırlandırmakta, belirlemektedir. Toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünde kadına, özel alanda; bakım hizmetleri, temizlik, yemek gibi aktivitelerden ve bebeğin bakımından sorumlu tutulmaktadır. Erkek kamusal alanda resmedilerek; farklı karakter özellikleri ön plana çıkarılmaktadır. Erkeklerin de eril sistem tarafından sınırlandırıldığı bilinmektedir. Araştırma kapsamına alınan 10 oyundan 5'inde toplumsal cinsiyete dayalı işbölümünün ve cinsiyete dayalı gündelik hayat normlarının yeniden üretildiği görülmektedir. Kadın karakterlerin bakım emeği, sanat gibi işlerle özdeşleştirildiği; erkek karakterlerin motor, bardo gibi aktivitelerle bir araya getirildiği görülmektedir. Yeni medya ve medyada yer alan dizi, film ve reklamlarda da benzer kodlamaların yer aldığı bilinmektedir. Araştırma kapsamına alınana 10 oyundan 5'inde ise cinsiyete dayalı iş bölümü ve gündelik hayattaki toplumsal cinsiyet kodlarına yer verilmediği görülmektedir.

Beden seyirlik nesne olarak inşa edilmektedir. Kadın ve erkek adeta bir heykel, tanrıça, melek gibi insan üstü, insan dışı fiziksel özellikler yüklenerek seyir aracı haline getirilmektedir. Gündelik hayat pratikleri, medya ve yeni medyada yer alan pek çok unsur aracılığıyla birey "arzu edilen" konuma girmek için ikna edilmektedir. Bireyler idealleştirilmiş beden görünümlerine maruz bırakılmaktadır. Bu görüntülere maruz kalan birey, bu ideal görünüme kavuşmak istemekte, toplumda bu şekilde kabul göreceğini düşünmektedir; bedenini bu yönlendirmelere göre en mükemmel haline getirmeye çalışarak bir nesne olarak dışarıya açmak amacına yönelik olarak resmedilmektedir. Araştırma kapsamına alınan 10 oyundan 6'sında beden inşasına

yönelik üretim unsuru yer almaktadır. Oyunlarda yer alan platform, podyum, jüri gibi öğelerin bedeninin onaya sunulmasının ve görsel bir şölene dönüştürülmesinin üretimi bağlamında önemli bir etken olduğunu söylemek mümkündür. Türkiye’de özel kanallarda yayınlanan İşte Benim Stilim, Doya Doya Moda, #birbaşkagüzel gibi moda programlarında da beden görünümü üzerinden jüri ve toplumsal onay bağlamında benzerlik olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamına alınan oyunlarda alkış, kullanılan görsel ve ses efektleri ile bu onay oyuncuya oyun karakteri aracılığıyla yansıtılmaktadır. Bu bağlamda Bourdieu’nun bedenini “beğenilerin maddileşmiş formu” tanımlaması üzerinden bireyin idealleştirilmiş beden inşasına ikna süreci dikkat çekmektedir. Dolayısıyla dijital oyunların idealleştirilmiş beden algısını yeniden ürettiğini söylemek mümkündür.

Pembe oyunların piyasaya sürülmesiyle birlikte kadınların da dijital oyunların tüketicisi haline gelmesi hedeflenmiş, fakat kadınlara yönelik ayrımcılığı yeniden üreten bir durum ortaya çıkmıştır. Toplumda var olan cinsiyet eşitsizliklerinin yeni medya araçları ve dijital oyunlar aracılığıyla yeniden üretildiği pek çok örnekle birlikte ortaya konulabilmektedir.

Feminist hareketlerin de etkisiyle toplumsal cinsiyet rolleri ve idealleştirilmiş beden algısının yıkılmasına yönelik çalışmalar da günlük hayat rutinlerinde, medya ve yeni medya platformlarında yer almaktadır. İdeal beden ayrımcılığına karşı olarak bazı giyim ve kozmetik markaların reklam çalışmalarında farklı beden ölçülerinde ve farklı beden görünümünde kadınların resmedildiği görülmektedir. Ayrıca idealleştirilmiş beden inşasının önemli unsurlarından biri olan Barbie bebek markasının üreticisi Mattel Şirketi’nin 2015 yılında farklı beden ölçülerinde ve görünümünde, cinsiyete dayalı olmayan mesleklerde Barbie bebekler piyasaya sürdüğü bilinmektedir. Mattel’in bu girişimi “Barbie artık bizden biri” sloganıyla duyurulmuştur. Bu gibi toplumsal cinsiyet rolleri ve beden algısının dönüştürülmesine yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Tez çalışmasında yapılan analizler dijital oyunların toplumsal cinsiyet rolleri ve idealleştirilmiş beden algısının yeniden üretildiğini ortaya koymakla birlikte, toplumsal cinsiyete dayalı normlardan uzak oyunların yapılabilirliğini de ortaya koymaktadır.

Connell Toplumsal Cinsiyet ve İktidar adlı kitabında toplumsal cinsiyet ilişkilerinin dönüştürülmesinde iki yol olduğunu söylemektedir. Birincisi toplumsal

cinsiyetin ortadan kaldırılması ikincisi ise yeni temellerle yeniden kurulmasıdır. Birinci yol için bazı uzmanların üreme ile çözülebileceğini söyledikleri bilinmektedir. İkinci yöntem ise bir tür yapı bozumu olarak ifade edilebilmektedir. Erkeklerin bakım emeğine dahil olmasının sağlanması ve aynı doğrultuda kadınların eşit haklarla çalışma yaşamına dahil olması sağlanabilmelidir. Connell'ın vurguladığı gibi bu yeni temellerle yeniden kurulan bir toplumsal cinsiyet ilişkileri ile mümkün olabilecektir.

Modern dönemle birlikte toplumsal cinsiyet eşitsizliğine yönelik önemli yol alındığını söylemek mümkündür. Alınan bu yol, medya, yeni medya ve dijital oyunlarda da varlığını sürdürebilmektedir. Bu tez çalışmasının amacı da bu bağlamdaki verileri ortaya koyarak katkı sağlamaktır.



## KAYNAKÇA

1. Ahioğlu N., Güney N., Popüler Kültür ve Çocuk, Dipnot Yayınları, Ankara, 2007
2. Akbaş Mustafa Gökçen, Dijital Oyunlarda Hikâye Anlatıcılığı: “God of War” Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Şubat 2019, İstanbul
3. Akbulut Yavuz, Çocuk ve Ergenlerde Bilgisayar ve İnternet Kullanımının Gelişimsel Sonuçları, Trakya Üni. Eğt. Fak. Der., 2013
4. Akçay Duygu, Özcebe Hilal, Okul Öncesi Eğitim Alan Çocukların ve Ailelerinin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi, Çocuk Dergisi 12(2):66-71
5. Akdağ Çilem Tuğba, ‘Tipeez.com’ Örneği Üzerinden Tüketim Kültürü, Toplumsal Cinsiyet ve Disneyleşme, TRT Akademi, Cilt 2, Sayı 4, Temmuz 2017
6. And Metin, Oyun ve Búğü, Yapı Kredi Yayınları, Şubat 2012, İstanbul
7. Aral Neriman, Doğan Keskin Ayten, Ebeveyn Bakış Açısıyla 0-6 Yaş Döneminde Teknolojik Alet Kullanımının İncelenmesi, Addicta: The Turkish Journal on Addictions, Cilt 5, Sayı 2, 2018
8. Arda Ümmü, Kaya Rabia, Çakır Veli Ozan, Serbest Zaman Etkinliği Olarak Dijital Oyunlar ve Toplumsal Cinsiyet, Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Cilt 17, Sayı 38, Haziran 2021
9. Baston Barbaros, Dijital Oyunlar; Tasarım Gereksinimleri ve Oyuncu Psikolojisi, Dergipak, Yıl 2015, Cilt 6, Sayı 19, 7 - 21
10. Bateson P., Martin P., çev. Kırgan S., Oyun, Oyunbazlık, Yaratıcılık ve İnovasyon, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2014
11. Bauman Zygmunt, çev. Alagon Yavuz, Bireyselleşmiş Toplum, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2015
12. Berger John, çev. Salman Yurdanur, Görme Biçimleri, Metis Yayınları, İstanbul, Ağustos 2009
13. Binark Mutlu, Bayraktutan Sütcü Günseli, Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun, Kalkedon Yayınları, Ekim 2008, İstanbul
14. Blaise Mindy, Playing It Straight, Routledge, New York, 2005

15. Bourdieu Pierre, çev. Yılmaz Bediz, Eril Tahakküm, Bağlam Yayınevi, İstanbul, Mayıs 2015
16. Butler Judith, çev. Çakırşar C., Talat Z., Bela Bedenler, Pinhan Yayınları, Mart, 2014
17. Butler Judith, çev. Ertür Başak, Cinsiyet Belası, İstanbul, Nisan 2016
18. Cebeci Suat, Bilimsel Araştırma ve Yazma Teknikleri, Alfa Yayınları, İstanbul, Nisan 2010
19. Chanter Tina, çev. M. Erguvan, Toplumsal Cinsiyet, Folkitap, Mayıs 2019, Ankara
20. Cogito, Feminizm, Yapı Kredi Yayınları, Bahar 2009
21. Connell R.W., Çev. Soydemir Cem, Toplumsal Cinsiyet ve İktidar, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, Mart 2017
22. Crane D., çev. Çelik Ö., Moda ve Gündemleri, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2003
23. Çınar Pınar, Resimli Çocuk Kitaplarında Giyimiyle Kadın Karakterler, Ankara University, Journal of Faculty of Educational Sciences, Year: 2015, Vol: 48, No: 1, 1-18
24. Çivitçi Ş., Harmankaya H., 6-16 Yaş arası Obez Çocukların ve Ergenlerin Giysilerde Tercih Ettiği Özellikler, Electronic Journal of Vocational Colleges, Mayıs 2012
25. Davies Brinwyn, Frogs and Snails and Feminist Tales, Hampton Press, Inc., Cresskill, 2002
26. De Beauvoir Simone, çev. Savran Gülnur, İkinci Cinsiyet Olgular ve Efsaneler, KoçKam, Ekim 2019, İstanbul
27. Demirarslan Deniz, Kahya Canlı Sinem, Çocuk Oyun Alanlarının Tarihi Gelişimi, Çocuk ve Gelişim Dergisi 2020, cilt 3, sayı 6
28. Della Porta D., Keating Michael, çev. Sabri Gürses, Sosyal Bilimlerde Yaklaşımlar ve Metodolojiler, Küre Yayınları, İstanbul, 2019
29. Demirci N. Ceren, Geçmişten Günümüze; Oyun, Oyuncak ve Çocuk, Bitirme Projesi, İzmir, Şubat 2015
30. Demirci N. Ceren, Suç ve Çocuk, Yeniden Toplumsallaşma Süreci; Şirinyer Eğitimevi Örneği, Bitirme Tezi, İzmir, Haziran 2010

31. Doğan Ayça, Okul Öncesi Özel Eğitim Çocuklarına Yönelik Mobil Uygulamaların Görsel İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi, YL Bitirme Tezi, Işık Üniversitesi
32. Donovan Josephine, Çev. Bora A., Ağduk Gevrek M., Feminist Teoriler, Sayılan F., İletişim Yayınları, İstanbul, 2016
33. Duverger Maurice, çev. Özen Ozankaya, Toplum Bilimlerinde Araştırma Yöntem ve Teknikleri, Cem Yayınevi, İstanbul, 2014
34. Elkin Frederick, çev. Güngör Nazife, Çocuk ve Toplum Çocuğun Toplumsallaşması, Gündoğan Yayınları, Ankara, Mart 1995
35. Elkind David, Çev. Onur Bekir, Oyunun Gücü, İmge Kitabevi, Mart 2011
36. Emiroğlu Kudret, Gündelik Hayatımızın Tarihi, İş Bankası Yayınları, İstanbul 2014
37. Erbay Ercüment, Çocuk Hakları, Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul, Şubat 2013
38. Erboy Engin, İlköğretim 4. Ve 5. Sınıf öğrencilerinin Bilgisayar Oyun Bağımlılıklarına Etki Eden Faktörler, Bitirme Tezi, Aydın 2010
39. Erdoğan E., Gündoğdu N., Türkiye’de Feminist Yöntem, Metis Yayınevi, Şubat 2020
40. Ertan Cihan, Dövmeli Bedenler Bir Beden Sosyolojisi Kitabı, Phoenix Yayınevi, Ağustos 2017, Ankara
41. Huizinga Johan, çev. Kılıçbay Mehmet Ali, Homo Ludens, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2006
42. Ilgaz Büyükbaykal Ceyda, Abay Cansabuncu İnci, Türkiye’de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu, Yeni Medya Elektronik Dergi eJNM, Ocak 2020, Volume 4 issue 1, p 1-9
43. İçin Akçalı Selda, Çocuk ve Medya, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, Nisan 2014
44. İnal Kemal, Çocuğun Örselenen Dünyası, Sobil Yayınları, Ankara, 2007
45. İnal Kemal, Çocuk ve Demokrasi, Ayrıntı Pedagoji Yayınları, İstanbul, 2014
46. İnal Kemal, Çocuk Hakları ve Siyaset, Yeni İnsan Yayınevi, Mayıs 2018, İstanbul
47. İnceoğlu Y., Kar A., Kadın ve Bedeni, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2016
48. Judith B., Toplumsal Cinsiyet Düzenlemeleri, Cogito Feminizm, sayı 58, 2009
49. Juul, Jesper, A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players. Cambridge: The MIT Press, 2010

50. Kahraman Hasan Bülent, Cinsellik, Görsellik, Pornografi, Agora Kitaplığı, İstanbul, Şubat 2010
51. Kan Deniz, Yeni Medya Aracı Bilgisayar Oyunlarında Toplumsal Cinsiyetin İnşası, 2012
52. Karahisar Tüba, Türkiye’de Dijital Oyun Sektörünün Durumu, Sakarya Üni, 2013
53. Kendirli Tansu, Dijital Oyun Endüstrisi Terminolojisi, Abaküs Yayınları
54. Kırmusaoğlu Lara, Okul Öncesi Çocuklarının Dijital Oyunlar ile Dış Mekan Oyunları Arasındaki Tercihleri: Öğretmenlerin Gözlemlerine Yönelik Bir Alan Çalışması, Y.L. Bitirme Tezi, 2020, İstanbul
55. Madran C., Bozyiğit S., Çocukların Tüketici Olarak Sosyalleşme Süreci, Cag University Journal of Social Sciences, 10(1), June 2013
56. Miller Patricia, Çev. Gültekin Zeynep, Gelişim Psikolojisi Kuramları, İmge Kitabevi, Ankara, Nisan 2017
57. Onur Bekir, Oyuncaklı Dünya, İmge Kitabevi, Şubat 2010, Ankara
58. Onur Bekir, Çocuk, Tarih ve Toplum, İmge Kitabevi, Ankara, Ocak 2007
59. Onur Bekir, Türk Modernleşmesinde Çocuk, İmge Kitabevi, Ankara, 2009
60. Onur Bekir, Türkiye’de Çocukluğun Tarihi, İmge Kitabevi, İstanbul, 2015
61. Palmer Sue, çev. Çağlar Aksoy Özge, Zehirlenen Çocukluk, İletişim Yayınları, İstanbul, 2014
62. Piaget Jean, çev. Yerguz İsmail, Çocuğun Gözüyle Dünya, Dost Yayınları, Ankara, Aralık 2013
63. Postman Neil, çev. İnal Kemal, Çocukluğun Yokluğu, İmge Kitabevi
64. Propp Vladimir, çev. Mehmet Rifat-Sema Rifat, Masalın Biçimbilimi, İş Bankası Yayınları, İstanbul, Temmuz 2018
65. Ritzer George, çev. Payzin Funda, Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek, Ayrıntı Yayınlar, İstanbul 2016
66. Rousseau Jean-Jacques, çev. Avunç Yaşar, Emile, İş Bankası Yayınları, İstanbul, 2014
67. Sancar Serpil, Erkeklik İmkansız İktidar, Metis Yayınları, Kasım 2016, s. 195
68. Selvi-Bener Salkım, Antikçağ’da Oyun ve Oyuncaklar, Kitap Yayınevi, Eylül 2013, İstanbul

69. Sezer Melek Özlem, Masallar ve Toplumsal Cinsiyet, Evrensel Basım Yayın, Nisan 2014, İstanbul
70. Silier Yıldız, Oburluk Çağı Felsefe ve Politik-Psikoloji Denemeleri, Yordam Kitap, İstanbul, Aralık 2014
71. Suits Bernard, çev. Sertabiboğlu Süha, Çekirge Oyun, Yaşam ve Ütopya, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2017
72. Sünbül Olgundeniz Seda, Televizyon Dünyasında Çocuğun Temsili: Televizyon Dizilerinde ve Reklamlarda Çocuk Kimlikleri, Doktora Tezi, İzmir, 2010
73. Şirin Mustafa Ruhi, Gösteri Çağı Çocukları, İz Yayıncılık, İstanbul, 2006
74. Talan Tarık, Kalıncara Yusuf, Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Eğilimlerinin ve Bilgisayar Oyun Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Malatya İli Örneği, Journal of Instructional Technologies & Teacher Education, Vol 9No1 (2020)
75. Terek Ünal Gülin, Batı Uğur, Dijital Oyunlar Kendi Dünyanda Yaşa Bizimkinde Oyna, Derin Yayınları, İstanbul, 2011,
76. Tezcan Mahmut, Çocuk Sosyolojisi, Anı Yayıncılık, Ankara, 2012
77. TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2004-2020
78. Türk Dil Kurumu, sozluk.gov.tr
79. Türk H. Bahadır, Eril Tahakkümü Yeniden Düşünmek: Erkeklik Çalışmaları İçin Bir İmkân Olarak Pierre Bourdieu
80. Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2020
81. Usta Münevver, Aygün Doğuş, Video Oyunları Endüstrisinde Toplumsal Cinsiyet Sorunsalı, Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul, Şubat 2019
82. Vannicopoulou A., çev. Yeşiltuna Dilek, Resimli Çocuk Kitaplarında Kadın Karakterler, Ege Eğitim Dergisi, 2014
83. Yavuzer Haluk, Çocuk ve Suç, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2006
84. Yengin Deniz, Dijital Oyunlarda Şiddet, Beta Yayınları
85. Yıldırım Ali, Şimşek Hasan, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin akademik ve Mesleki Yayınlar, 11. Baskı, Ankara, Mayıs 2018

86. Yiğit Nilüfer, Erken Çocukluk Dönemindeki Çocukların Dijital Oyun Oynama Alışkanlıklarına İlişkin Anne/Baba Görüş ve Uygulamaları, Y. L Bitirme Tezi, Eylül 2019, Samsun
87. Young-Bruhehl Elisabeth, çev.Bora Aksu, Çocuk Düşmanlığı Çocuklara Karşı Önyargıyla Yüzleşme, İletişim Yayınları, İstanbul, 2021
88. Young Iris Marion, Yaşanan Bedene Karşı Toplumsal Cinsiyet: Toplumsal Yapı ve Öznellik Üzerine Düşünceler, Cogito sayı 58, 2009



## TEŞEKKÜR

Öncelikle tez çalışma sürecinde değerli tüm bilgisini benimle paylaşan, zamanını fazlasıyla ayırıp sabırla ve büyük bir ilgiyle destek olan; emeğini, güler yüzünü ve samimiyetini esirgemeyen, akademik ve hayata dair değerli bilgilerinden faydalandığım, faydalanacağım çok sevgili hocam Dr. Öğr. Üyesi Seda Sünbül Olgundeniz'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Kadın Çalışmaları Anabilimdalı'ndaki derslerimi takip etmeme destek olan 2019 yılına kadar profesyonel olarak büyük bir keyifle çalıştığım Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı yönetimi ve çalışma arkadaşlarım Serap Oral Yüceerim'e ve Volkan Var'a teşekkürü borç bilirim.

Tez aşamasında desteklerini esirgemeyen keyifle profesyonel olarak çalıştığım Ege Çağdaş Eğitim Vakfı yönetimi ve çalışma arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Akademik hayatım boyunca desteklerini hep arkamda hissettiğim annem Ferda Köse'ye, teyzem Dilber Köse'ye ve ablam İlknur Köse Yalçıntaş'a, küçük kalbinden kocaman fikirler çıkararak teze büyük katkıları olduğuna inandığım sekiz yaşındaki yeğenim Ada Uygun'a ve bu süreçte teknik ve moral desteği için eşim Erkay Kılıç'a çok teşekkür ederim.

İyi ki varsınız.

## ÖZGEÇMİŞ

Ege Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nden 2010 yılında mezun oldum. 2013 yılında Ege Üniversitesi Psikoloji Anabilim Dalı'nda Sosyal Bilimlerde İnsan Çalışmaları adlı yüksek lisansa başladım ve 2015 yılında bitirdim. 2018 yılında başladığım Ege Üniversitesi Kadın Çalışmaları yüksek lisans programında yer aldım.

2011 yılında Lösemili Çocuklar Sağlık ve Eğitim Vakfı (LÖSEV)'de sosyal hizmetler sorumlusu olarak başladığım profesyonel hayatıma, 2013 yılından 2019 yılına kadar Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nda (TEGV) Eğitim Uzmanı olarak devam ettim. 2 yıl geçici göçmenlerin entegrasyonunda çalıştıktan sonra 2022 yılında Ege Çağdaş Eğitim Vakfı'nda (EÇEV) Eğitim ve Burslar Koordinatörü olarak yer aldığım görevime başladım. Şu an halen EÇEV'deki görevime devam etmekteyim.