

Onay, C. Z. & Kıyılıoğlu, L. (2021). Dijital oyunlarda kadın ve erkek temsilinin toplumsal cinsiyet işaretleri bağlamında değerlendirilmesi. *Uludađ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakóltesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(41), 955-993.

DOI: 10.21550/sosbilder.866001
Araştırma Makalesi / Research Article

DİJİTAL OYUNLARDA KADIN VE ERKEK TEMSİLİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET İŐARETLERİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Ceren Zeliha ONAY*
Levent KIYILIOĞLU**


Gönderim Tarihi / Sending Date: 21 Ocak / January 2021


Kabul Tarihi / Acceptance Date: 23 Nisan / April 2021

ÖZET

Toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde güçlü etkileri olan etmenlerden biri de medyadır. Medyada yer alan içerikler Albert Bandura'nın sosyal öğrenme kuramına göre değerlendirildiğinde medyanın gözleme yoluyla bireylerin düşünce, tutum ve davranışlarını etkileyebildiği görölmektedir. Dünya genelinde milyonlarca kullanıcıya sahip olan ve Türkiye'de özellikle çocuklar ve gençler olmak üzere geniş bir kullanıcı kitlesi bulunan dijital oyunlar oyuncularını farklı şekillerde etkileyebilmektedir. Bu çalışmada öğrenmede etkili olan etmenlerden dijital oyunlar toplumsal cinsiyet işaretleri bağlamında incelenmiştir. Çalışma kapsamında dünya genelinde 2019 yılının en çok satan oyunlarından Grand Theft Auto V, FIFA 20, Minecraft: PlayStation 4 Edition, Call of Duty: Modern Warfare, Tom Clancy's Rainbow Six: Siege ve NBA 2K19 örneklem olarak seçilerek içerik ve betimsel analiz yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Sonuç olarak oyunların genel itibariyle toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yinelediği ve desteklediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: toplumsal cinsiyet işaretleri, kadın, medya psikolojisi, dijital oyunlar, sosyal öğrenme

*  Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kişilerarası İletişim Ana Bilim Dalı, İstanbul / TÜRKİYE, cerenonay96@gmail.com

**  Dr. Öđr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakóltesi Psikoloji Bölümü, Zonguldak / TÜRKİYE, levent.kiylioglu@gmail.com

Uludađ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakóltesi Sosyal Bilimler Dergisi
Uludağ University Faculty of Arts and Sciences Journal of Social Sciences
Cilt: 22 Sayı: 41 / Volume: 22 Issue: 41

Evaluation of Female and Male Representation in Digital Games in the Context of Gender Cues

ABSTRACT

One of the factors that have a strong influence on learning gender roles in the media. When the contents in the media are evaluated according to Albert Bandura's social learning theory, it is seen that the media can affect the thoughts, attitudes, and behaviors of individuals through observation. Digital games with a wide range of users, including children and young people, can affect their players in different ways. In this study, digital games, one of the influential factors in learning, were examined in the context of gender cues. Within the scope of the study, Grand Theft Auto V, FIFA 20, Minecraft: PlayStation 4 Edition, Call of Duty: Modern Warfare, Tom Clancy's Rainbow Six: Siege, and NBA 2K19, which are among the best-selling games of 2019 worldwide, were selected as samples and evaluated using content and descriptive analysis methods. As a result, it has been determined that games generally repeat and support gender inequality.

Key words: *gender cues, women, media psychology, digital games, social learning*

Giriş

Toplumsal cinsiyet kavramı biyolojik cinsiyet kavramından farklı olarak toplumda bireyin cinsiyetinden dolayı beklenen davranış kalıplarını ifade etmektedir. Toplumsal cinsiyet algısı toplumdan topluma ve aynı toplumda da zaman içerisinde değişim gösterebilmektedir. Toplumsal cinsiyet bireyin içinde bulunduğu toplumun kadın ve erkek cinsiyetlerinden beklentilerine göre eşitlikçi ya da eşitsizliği temel alan bir algı şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Toplumsal cinsiyet algısının öğrenilmesinde birçok etmen etkili olabilmekte ancak günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişimi ve bilgi çağında bireylerin teknolojik aletlerle daha fazla etkileşim içinde olması nedeniyle bu etmenler arasından medya güçlü bir etki unsuru olarak öne çıkmaktadır.

Toplumsal cinsiyet algısının öğrenilmesinde dijital oyunların etkisi yadsınamaz düzeydedir. Dijital oyunlar dünya genelinde oldukça geniş bir kullanıcı ağına sahip olup birçok bireyin saatlerini ayırarak vakit geçirmeyi tercih ettiği aktivitelerdendir. Teknolojik gelişmeler ile artık oyunlar oldukça gerçekçi şekilde üretilmekte ve oyuncuların kendilerini oyunun içerisinde hissetmesi sağlanmaktadır. Dijital oyunların birey üzerindeki etkisi araştırmacıların uzun yıllardır dikkatini çekmiş alanlardan birisidir. Bu oyunlar bireylerin öğreniminde etkili olarak düşünce, tutum ve davranış değişikliğine neden olabilmektedir. Buradan hareketle dijital oyunların toplumsal cinsiyet algısının öğrenilmesinde de etkili olduğunu söyleyebilmek mümkündür.

Bu çalışmada oyuncular üzerinde gözlemlene yoluyla öğrenmeyi etkileyen dijital oyunlarda toplumsal cinsiyet algısının nasıl temsil edildiğinin saptanması amaçlanmıştır. Örneklem olarak 2019 yılının en çok satın alınan dijital oyunları olan Grand Theft Auto V, FIFA 20, Minecraft: PlayStation 4 Edition, Call of Duty: Modern Warfare, Tom Clancy's Rainbow Six: Siege ve NBA 2K19 analiz edilmek üzere seçilmiştir. Çalışmada ilk olarak toplumsal cinsiyet kavramı ve öğrenilmesinde etkili olan etmenlere yer verilmiş olup sonraki bölümde dijital oyun kavramı ve öğrenmeye etkisine yönelik değerlendirmeler yapılmıştır.

1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Öğrenilmesinde Etkili Olan Etmenler

Kadın ve erkek arasında doğuştan gelen birtakım biyolojik farklılıklar bulunmakta olup bu farklılıklar da cinsiyet olgusunun ortaya çıkmasında etkili olmuştur. “Türkçede kullanılan ‘cinsiyet’ kelimesini tanımlamak için İngilizcede ‘sex’ ifadesi kullanılmaktadır. Yine İngilizcede ‘gender’ olarak kullanılan ifadenin Türkçedeki en uygun anlamı ‘toplumsal cinsiyet’ olarak görülmüştür” (Çalışır & Okur, 2015: 272). Cinsiyet kavramı Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğünde

“Bireye, üreme işinde ayrı bir rol veren ve erkekle dişiyi ayırt ettiren yaradılış özelliği, eşey, cinslik, seks.” olarak tanımlanmaktadır. Cinslerin ayırt edilmesini sağlayan ve doğuştan gelen biyolojik farklılıklar aynı zamanda cinsiyetler hakkında belirli tutumların da oluşmasında rol oynamıştır. Birçok toplumda erkeklerin fiziksel gücü duygularıyla eşleştirilmiş, kadınların karakter yapısı ise anne olma özellikleri çerçevesinde betimlenmiştir. Cinsiyet farklılıklarını oluşturan biyolojik özellikler her toplumda aynı olmasına rağmen cinsiyetlerden beklenen davranış kalıpları değişiklik gösterebilmektedir. Kadın ve erkeğin sahip olduğu cinsiyetten kaynaklı olarak farklı toplumlarda farklı şekillerde konumlandırılmasını açıklama amacıyla toplumsal cinsiyet kavramı ortaya atılmıştır. Kadın ve erkek arasındaki “gerçek farklılıklar bazı biyolojik özelliklerdir. Diğerleri gerçek farklılıklar değildir, büyük ölçüde kültürden-toplumdan kaynaklanan ya da daha doğru bir deyişle toplumun yarattığı farklılıklardır. Gerçek farklılıklar dendiğinde, doğuştan getirilen, öğrenilmemiş, değiştirilemez ve kalıcı farklılıklar kastedilir” (Dökmen, 2010: 23).

Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet araştırmalarının çoğu biyolojik cinsiyet ile toplumsal cinsiyet kavramlarını tam olarak tanımlamak yerine katılımcının kadın ya da erkek olduğunu belirten bir soruyu araştırmalarına dâhil ederler (Lonergan & Weber, 2020: 425). “Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet terimlerinin önemi, anlamları üzerindeki tartışmalardan kaynaklanır. Kadınlarla erkekler arasındaki biyolojik farklılıklara cinsiyet farklılıkları denir” (Dökmen 2010: 18-24). Toplumsal cinsiyet kavramı ile toplumun kadın ve erkek bireylerden cinsiyetlerine bağlı olarak beklediği davranış kalıpları ifade edilmektedir. Akıcı ve bağlama bağlı olan bu rollerin “kabul edilebilir” ve “kabul edilemez” davranışlar oluşturan sosyal ve bireysel beklentiler kümesi olduğu belirtilmiştir (Martey vd., 2014: 287). Söz konusu beklentiler biyolojik farklılıklara dayandırılarak temellendirilmeye çalışılsa da aslında bu beklentilerin şekillenmesinde biyolojik yapının değil ataerkil

toplum düzeninin etkili olduğuna dair görüş yaygın kabul görmüştür. Biyolojik cinsiyet doğuştan gelen özellikleri kapsarken toplumsal cinsiyet bir toplumda kadın veya erkeğe uygun olarak görülen özelliklere karşılık gelmektedir. Biyolojik cinsiyet tüm toplumlarda aynıdır ancak toplumsal cinsiyet toplumun beklentilerine göre belirlenmektedir. Biyolojik cinsiyet her kadın ve erkek için geçerlidir, toplumsal cinsiyet ise toplumdan topluma ve kültürden kültüre, zaman içerisinde aynı toplumda bile değişiklik gösterebilmektedir (AÇEV, 2015: 13, Bronfenbrenner, 1994'ten). "Toplumsal uyumun devamlılığını sağlamak adına her kadın ve erkek, kendisine biçilmiş ve yine kendisinden beklenen davranış modellerini yerine getirerek, kendisinden bekleneni yapmakla yükümlüdür" (Çalışır & Kılıçaslan, 2017: 128). Bireylere toplumsal cinsiyet üzerinden dayatılan roller nedeniyle davranışlar kısıtlanmakta, kadın erkek eşitsizliği baş göstermektedir.

Bir toplumun toplumsal cinsiyet algısında bu toplumun sahip olduğu kültüre ait izleri bulmak mümkündür. Kültürün de etkisiyle oluşturulan bu algıda kadınlar kadar erkekler aleyhine de kalıp yargılar mevcuttur. Türkiye dâhil olmak üzere genellikle ataerkinin hâkim olduğu toplumlarda kadınlardan evlerine bağlı, hayatlarındaki erkek otoritelerin sözünü dinleyen anneler olmaları beklenmektedir. Kadınlar duygusal ve zayıf bireyler olarak konumlandırılmak istenmekte, erkek otoritesine boyun eğmeleri sağlanmaya çalışılmaktadır. Yeşilçam sinemasına kadar dayanan medya içerikleri ile de bu durum desteklenmektedir. "Yeşilçam Sineması'nda "kötü kadın" imgesi ideal olmayan özellikleri taşıyanlara yönelik kullanılmaktadır. Cinselliğini ön plana çıkaran, ev kadını olmanın niteliklerini taşımayan, anne olmayı reddeden, açık giyinen, alkol tüketen kadın genellikle ideal olmayan kadını resmetmektedir. Aynı zamanda filmlerle kötü kadın imgesi yaratılarak ideal davranışları sergileyecek bir kadın prototipinin oluşturulması amaçlanmaktadır" (Baş, 2019: 5). Film ve diziler ile hedef kitleye yansıtılan bu temsiller zamanla toplumsal cinsiyet algısını etkilemiştir. Aynı algının var olduğu

toplumlarda erkekler ise güçlü olmak, evin ve ailenin sorumluluğunu üstlenmek, duygularını dışarıya belli etmemek gibi özelliklerle konumlandırılmaktadır. Dolayısıyla bireyin biyolojik cinsiyeti nedeniyle karakteristik özelliklerinden yaşam boyu yapacağı tercihlere kadar çoğu davranış toplumdaki cinsiyet algısı tarafından önceden biçimlendirilmiştir. Bunun yanında beklentilere bağlı olarak kadın ve erkeklerin özgürlük alanları da farklılaşmakta, erkek gençliğinden itibaren daha özgür bir şekilde yetiştirilmektedir. Bu duruma en açık örnek evlilik öncesi cinsel özgürlüğü verebiliriz. Erkeklerle evlilik öncesinde cinsel özgürlük tanınırken kadınlara daha sınırlı bir özgürlük tanınmakta ya da hiç tanınmamaktadır. “Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin etkisiyle cinsellik Türkiye gibi toplumlarda kadın için evlilikle bağdaştırılırken, erkek için beklenen ve alkışlanan bir etkinlik haline gelmektedir. Ayrıca kadına yüklenen “aile namusu”nu koruma rolü her türlü cinsel ilişkide de kadının suçlanmasına neden olmaktadır” (Şimşek, 2011: 123). Bu durum ilişkilerde çifte standart oluşturmaktadır.

Bireylerin yaşamında oldukça önemli bir etkisi bulunan meslek seçiminde dahi toplumsal cinsiyet algısının etkilerini görmek mümkündür. Fiziksel güç ve analitik düşünme yeteneği gerektiren meslekler erkeklerle, el becerisi ve insan ilişkileri ile ilgili olan duygusal zekâ gerektiren meslekler kadınlarla özdeşleştirilmiştir. Buna göre, tamircilik, bilgisayar mühendisliği, pilotluk gibi meslekleri erkeklerin yapması, tasarımcılık, hosteslik, temizlik, hemşirelik veya bakıcılık gibi meslekleri kadınların yapması uygun görülürken aksî durumlar ise yadırganmaktadır. Toplumsal cinsiyet algısının dayattığı yargılara uymayan bireyler eleştirilerek, kınanarak veya dışlanarak topluma uydurulmaya çalışılmaktadır. Farklı olana yönelik psikolojik baskının yoğun şekilde hissedildiği toplumsal cinsiyet algısında bireylere ideal bir kadının ve erkeğin sahip olması gereken özellikler yaşam boyu dayatılmaktadır. Bu dayatma çocukluk yıllarında başlayarak bireylerin karakter gelişimi sürecinde etkili olmaktadır. Henüz anne karnındaki

bebeğin cinsiyetinin öğrenilmesiyle birlikte bebeğe alınan kıyafetlerin renkleri ve oyuncakları bile toplumsal cinsiyet algısıyla seçilmektedir. Kız çocuklarının oyuncak arabalarla ya da erkek çocukların oyuncak bebeklerle oynamasının halk arasında olağandışı bir durum olarak görülmesinin nedeni de toplumsal cinsiyet algısında yer alan kodlardır. Bir çalışmada (Sakallı & Türkoğlu, 2019: 68) “erkek ev işi yapmaz” “çocuğa anne bakar” öğretilerine karşın ev işi yapmak ve çocuğuyla sosyal rolünün gerektirdiğinden fazla ilgilenmek isteyen bir erkeğin ikilem yaşayabileceği değerlendirilmiştir.

Toplumsal cinsiyet algısının öğrenilme süreci aile içerisinde başlamaktadır. Bu süreç dışarıda oyun oynayan çocuğun arkadaşları ile arasındaki etkileşim ve okul hayatına başlaması ile devam etmektedir. Bireylerin cinsiyet rollerini ilk olarak çocukluk dönemlerinde ailelerinin davranışlarını izleyerek öğrendiklerini söyleyebilmek mümkündür. Sosyalleşme sürecinde aileden öğrenilen bilgiler pekiştirilip daha kalıcı hale gelebilir ya da yeni bir bilgi ile değiştirilebilir. Çocukken öğrenilen toplumsal cinsiyet, çevre, medya ve işyerinin etkisiyle pekiştirilir. Ülkedeki sağlık sistemi, politikalar, adalet sistemi ve kültürel değerler de toplumsal cinsiyet algısının pekiştirilmesinde rol oynamakta olup aynı zamanda bu algının toplumsal bir nitelik kazanmasında etkilidir (AÇEV, 2015: 13, Bronferbrenner, 1994'ten). İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin de etkisiyle medya, çocukluk döneminde toplumsal cinsiyetin öğrenilmesinde neredeyse aile kadar etkili olmaya başlamıştır. Küçük yaşlardan itibaren maruz kalınan televizyon, internet gibi medya araçlarında yer alan içerikler toplumsal cinsiyet algısının şekillenmesinde etkili olan önemli unsurlardandır. Medya içerikleri, üretildikleri toplumdan bağımsız olmamakla birlikte toplumu da yönlendirme gücüne sahiptir. Medyanın sahip olduğu bilgilendirme, eğitim, toplumsallaştırma, kamuoyu oluşturma gibi işlevlerinin de vasıtasıyla bu yönlendirme süreci ilerlemektedir. Medyada yer alan içeriklerle toplumsal cinsiyet algısına uygun olan cinsiyet rolleri

öğrenilerek pekiştirilmekte, cinsiyet rolleri arasında bir eşitsizlik hâkim ise medya yoluyla bu eşitsizlik yayılmaktadır. Türk medyası üzerine yapılan çalışmalarda haber içeriklerinde, reklamlarda, dizilerde, filmlerde, çizgi filmlerde ve video klipler ile şarkı sözlerinde dahi toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin var olduğu belirlenmiştir. Yumlu'ya göre (2014: 153) “kadının yeri, kocasının yanındır”, “elinin hamuruyla erkek işine karşıma” gibi geleneksel ve folklorik söylemlerde de karşılığını bulabileceğimiz toplumsal cinsiyet kalıpları, sinema filmlerinden televizyon dizilerine ve haber metinlerine kadar birçok medya ürününde karşımıza çıkmaktadır. Medya metinlerinde yinelenen toplumsal cinsiyet temsilleriyle birlikte, kadın ve erkeğin toplumsal rolleriyle ilgili eşitsizlikler onaylandığı gibi tekrar tekrar üretilmekte ve meşruluk kazandırılmaktadır. “Medya içeriklerinde “kadınlar korunması gereken, pasif, fedakâr, bakireliği kutsal, anne ya da arzu nesnesi bireyler olarak gösterilmekte olup erkekler ise genellikle güçlü, otoriter, namusun koruyucusu, evin reisi ya da cesur karakter olarak gösterilmektedir” (Onay & Artsın, 2020: 244). Çalışmaların ortak noktası kadınların erkeğe oranla pasif sunumu, kadın bedeninin metalaştırılması, kadınlar ev işleri ve çocuklardan sorumlu şekilde betimlenmesi, kadına şiddetin çeşitli bahanelerin yer aldığı söylemler yoluyla meşrulaştırılma çabası ile ilgili sonuçlara ulaşılmış olmasıdır. Gelişen teknolojik imkânların beraberinde getirdiği yeni medya platformlarında da hedef kitlenin katılımının sağlanmasıyla bazı istisnalar bulunsa da söz konusu eşitlikten uzak tutum devam etmektedir.

Günümüzde milyonlarca bireyin çevrimiçi ortamlardan ya da satın alma yoluyla dâhil olarak oynadığı dijital oyunlar da toplumsal cinsiyet bakımından analiz edilmesi gereken alanlardan biridir. Yeni dijital teknoloji patlaması, bireylerin davranışları, özellikle de kadınların davranışları üzerinde sosyal ve kültürel kısıtlamalar yaratmış olsa da erkeksi güce meydan okumak için bu kısıtlamalardan kurtulmanın potansiyel bir yolu olarak görülmektedir (Chen, 2016: 525). Dijital

oyunlar küresel alanda etkisini göstermekte ve Türkiye’de de birçok kişi tarafından kolayca ulaşılarak oynanmaktadır.

1.1. Dijital Oyun Kavramı ve Öğrenmeye Etkisi

Dijital oyun kavramı ile bilgisayar, cep telefonu gibi teknolojik aletler aracılığıyla oynanabilen oyunlar ifade edilmektedir. Çeşitli platformlardan oynanabilen bu oyunların çocuklardan yetişkinlere kadar oldukça geniş bir kullanıcı kitlesi bulunmaktadır. Dijital oyunlar çevrimiçi olarak, satışa sunulurken, çoklu katılıma izin veren ya da tek kullanıcı gibi değişik şekillerde hedef kitleye sunulmaktadır. Oyuncuların keyifli vakit geçirmek amacıyla oynadığı dijital oyunlarda oynama süresi kimi zaman uzun saatleri bulabilmektedir. “1983 yılı dijital oyunların patladığı zaman olmuştur. Pacman, MarioBrothers, Street Fighter, Mortal Combat gibi oyunlar 80 ve 90’lı yıllarda çok popüler olmuş ve milyon dolarlık bir endüstri haline gelmiştir” (Bozkurt, 2014: 6). Dijital oyun sektörünün giderek büyümesi ve teknolojik imkânların da sağladığı yenilikler ile oyunlar daha gerçekçi hazırlanarak oyuncular oyunun içine çekilmeye çalışılmaktadır. Artırılmış gerçekliğin sağlanabilmesi için tasarlanan bazı büyük bütçeli oyunlarda oyun karakteri olarak gerçek oyuncular kullanılmakta ve bilgisayar ortamında bu kişilerin görüntüleri oyun karakterine dönüştürülmektedir. “Dijital oyunlarda fiziksel uygulamalarla ve bir araç kullanarak gerçekleştirilen oyun ortamı, görsel bir sisteme dayalı olarak kullanıcıların da katılımıyla gerçekleşen bir ortama dönüşmektedir. Bu dönüşümle birlikte bireyler de kendilerini bu ortamın içine aktarmakta ve yeni yaşam alanları üretmektedir. Bu yaşam alanları oyun içerisindeki kişilere bazı görev ve sorumluluklar yüklemekte, oyuncular bu görevleri yerine getirme sürecinde kendilerini adeta sanal ortamda yeniden keşfetmektedir” (Büyükbaykal & Cansabuncu, 2020: 4).

Dijital oyunlar farklı kategorilere ayrılmakta olup bu kategorileri “aksiyon, macera, rol yapma oyunu, simülasyon ve strateji” (Bozkurt,

2014: 6) şeklinde gruplandırabilmek mümkündür. Dijital oyunlar özellikle çocuk ve gençlerde bağımlılık yaratabilmeleri nedeniyle eleştirilmekte, oynanan oyunlarda olumsuz örnek teşkil edebilecek görüntülere maruz kalan bireylerin bunlardan etkilendiği ve psikolojik kimliğini başrol oyuncularıyla tanımlamaya başlayabileceği belirtilmektedir (Zhong & Yao, 2013). Şiddet içerikli bir dijital oyunun saatlerce oynanması çocuklar ve gençler üzerinde olumsuz etki yaratabilmekte, şiddetin bireylerin zihninde normalleşmesine neden olabilmektedir (Açıkgöz & Yalman, 2018). Dijital oyunların bireylerin algısını etkilediğinin keşfedilmesi ile dezavantajları avantaja dönüştürme yönünde çalışmalar başlamıştır. Dijital oyunlardan özellikle çocukların eğitimi sürecinde yararlanılabileceği ve öğrenimlerinin desteklenebileceği tezine dayanan çalışmalar da oyunların bireylerin algısını etkileme gücünü destekler niteliktedir. Genel kanının aksine yalnızca çocuklar tarafından değil yetişkinler tarafından da oynanan oyunları denetleyen Türkiye’de herhangi bir kurumun bulunmaması nedeniyle dijital oyun sektörü içerisinde bireylerin algısı üzerinde olumsuz etkileri olabilecek birçok oyun bulunmaktadır. Söz konusu dijital oyunlar bilgisayar üzerinden çevrimiçi olarak, çeşitli platformlardan satın alınarak temin edilebilmektedir.

Bireylerin tutumları ve davranışları doğuştan gelmemekte zaman içerisinde öğrenilmektedir. Öğrenim sürecinin nasıl gerçekleştiğini açıklama amacıyla yapılan çalışmalar doğrultusunda konuyla ilgili farklı kuramlar ortaya çıkmıştır. Kuramları bilişsel yaklaşım ile davranışçı yaklaşım şeklinde iki ana kategoriye ayırabilmek mümkündür. “Bilişsel yaklaşıma göre öğrenme, uyarıcı-tepki ilişkisinden ziyade zihinsel süreçleri de içine alan kompleks bir süreçtir” (Yıldız, 2014: 149). Piaget ve Bruner’in öncüleri kabul edilebileceği bu yaklaşımda öğrenme içsel, zihinsel bir süreç olarak kabul edilerek öğrenme sürecinin açıklanmasında zihinsel aktivitelerin üzerinde durulmaktadır. “Davranışçı kuramcılarının öncüleri olan Pavlov, Thorndike, Watson ve

Skinner genel olarak öğrenmeyi uyarıcı ve tepki arasındaki ilişki bağlamında açıklamaya çalışmışlardır. Davranışçı öğrenme kuramları öğrenmeyi açıklarken zihinsel süreçler yerine gözlenebilen davranışlardaki değişikliklere odaklanır” (Yıldız, 2014: 149).

Albert Bandura ise davranışçı yaklaşımları geliştirirken bilişsel süreçlerin de göz ardı edilmemesi gerektiğini düşünerek sosyal öğrenme kuramını ortaya atmıştır. Bandura, bireylerin öğrenim sürecinde gözlemlenmenin etkisi üzerinde durmuştur. İnsanlar doğuştan gelen davranış repertuarlarıyla donatılmazlar. Yeni davranış kalıpları doğrudan deneyim veya gözlem yoluyla öğrenilir (Bandura, 1977). “Bandura’ya göre gözleyerek öğrenme, sadece bir kişinin diğer kişilerin etkinliklerini basit olarak taklit etmesi değil, çevredeki olayları bilişsel olarak işlemeyle kazanılan bilgidir” (Yılmaz, 2020). Sosyal öğrenme kuramına göre modellerin gözlemlenmesi yoluyla tutum ve davranışlar oluşmakta olup bu sadece taklit içeren bir olay değildir. Modelin davranışı ceza almasına neden olacak türden bir davranışsa eğer birey bu davranışı yapmaması gerektiğini de öğrenmektedir. Ancak birey davranışı dolayısıyla ödüllendirildiğinde bu davranışın doğruluğu da bireyin algısında pekişmektedir. Dijital oyunlar için bu durum özellikle çocuklar ve genç yaştaki bireylerin oyundaki karakteri ile özdeşleşmesi, o karakteri model alması üzerinden değerlendirilebilir.

“Dijital oyunlar mekanik sınırlamalara bağlı değildir, bu yüzden evrenin bilinen fizik kurallarıyla çalışmamaktadır. Analog / mekanik sınırlamalardan bağımsız çalışan bilgisayar oyunlarındaki imajlar, gerçek yaşamdaki nesnelerin temsilleridir” (Büyükbaykal & Cansabuncu, 2020: 6). Dijital oyunlarda oyuncular karakterlere yön verirken oyunun hikâyesi doğrultusunda ilerlemektedirler. Dolayısıyla oyunu kazanmaya, oyunda bölüm geçmeye yarayan davranışlar bir süre sonra oyuncuların davranış ve tutumları üzerinde etkili olmaktadır. Bu etkinin yaş, geçmiş deneyimler, maruz kalma sıklığı gibi değişkenlere bağlı olarak değişebileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Çocuklar,

yetişkinlere göre neyin doğru, neyin yanlış olduğu bilincine hâkim olamadığı için, çocukların medyada yer alan içeriklerden etkilenmesi de daha kolay olmaktadır (Çalışır vd., 2019: 278). Yapılan araştırmalarda gençlerde de “şiddet içeren bilgisayar oyunları oynamanın kişilerin düşmancıl durumlarında ve saldırgan davranışlarında artışa neden olduğu bildirilmiştir” (Gümüş vd., 2015, Arriaga vd., 2006’dan). Gelişen teknoloji ile oyunlardaki gerçekçiliğin artmış olması da sosyal öğrenmenin daha etkili olmasını sağlamaktadır. “Şiddet içerikli oyun oynayan öğrencilerin hem kendi hayatlarında hem de sosyal yaşamda şiddet olgusunu daha normal karşıladıklarını söylenebilir” (Yılmaz, 2019: 626). Bu bağlamda dijital oyunlarda yer alan şiddet içerikleri özellikle çocuklar ve gençlerde şiddetin normalleştirilmesine neden olabileceği gibi toplumsal cinsiyet algısının öğrenilmesini veya pekiştirilmesini sağlayabilecek içerikler de tutum ve davranışları yönlendirebilecek güçtedir. Dijital oyunlardaki kadın ve erkek karakterler, oyunun hikâyesi içindeki konuları gibi konularda bir eşitsizliğin bulunması cinsiyet eşitsizliğinin öğrenilmesi ve pekiştirilmesine neden olması kuvvetle muhtemeldir. Oyunlardaki kadın ve erkek arasındaki eşitsizliğe birkaç örnek vermek gerekir ise Türkiye’de yapılan bir çalışmada bilgisayar oyunlarında kadının nasıl konumlandırıldığı, Warrior of Nemesis oyun görselleri üzerinden ortaya koyulmaya çalışılmış olup “erkekliğin olumlanan, kadınlığın ise olumsuzlanan bir pozisyonda sunulduğu sonucuna ulaşılmıştır” (Dündar, 2015: 17). Bir diğer çalışmada ise dijital oyunlarda tasvir edilen kadınların çoğunun cinselliğinin ön plana çıkarıldığı değerlendirilmiştir (Green & McNeese, 2008).

2. Araştırmanın Metodolojisi

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma toplumsal cinsiyet ile dijital oyunlar arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yapılmış olup örneklem olarak da 2019 yılında

Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri pazarlarında en çok satılan oyunlar (Özbaş, 2020) seçilerek dijital oyunlarda toplumsal cinsiyet algısının nasıl temsil edildiğinin saptanması amaçlanmıştır. Bu amaçla oyunların tanıtıcı materyallerinden olan afişler ve fragmanlar analiz edilmiştir. Çalışmada dijital oyunlarda tespit edilecek olan toplumsal cinsiyet eşitsizliği, kadın-erkek ilişkilerini daha nesnel bir şekilde anlayıp değerlendirmeyi kolaylaştıracaktır. Araştırmada 2019 yılındaki en çok satılan oyunlar analiz edildiğinden güncellik bakımından alandaki diğer çalışmalardan ayrılmaktadır. Çalışmada alandaki benzer çalışmalara oranla daha fazla oyun afişi ve fragmanı analiz edilerek literatüre katkı sağlanmaktadır.

Alanyazında dijital oyunlar konusunda oyun bağımlılığı, dijital oyunların psikolojik sağlığa etkileri ve dijital oyunlar ile şiddet yönelimi arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmalar yoğunluktadır. Bunların yanında dijital oyunların çocuklarda ve gençlerde öğrenmeye etkilerine yönelik de çalışmalar vardır. Bu çalışma Albert Bandura'nın sosyal öğrenme kuramından hareketle toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde ve kadını dezavantajlı konuma koyan mevcut toplumsal cinsiyet algısının pekiştirilmesinde dijital oyunların etkisini inceleyerek alanyazına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Alanyazında dijital oyunları toplumsal cinsiyet eşitliği çerçevesinde inceleyen çalışmaların sınırlı sayıda olması nedeniyle bu çalışmanın alandaki çeşitliliğe katkıda bulunacağı düşünülmüştür. Çalışmanın örnekleminin 2019 yılında en çok oynanan oyunlardan oluşması çalışmaya güncellik ve kapsamlılık katmakta, bu yönleriyle de alandaki benzer araştırmalardan ayrılmaktadır.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleri kullanılarak oluşturulan kategoriler bağlamında dijital oyunlar üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır. Oyunların tanıtıcı materyallerinden olan

afişleri ve fragmanları toplumsal cinsiyet algısı bağlamında ele alınarak analiz edilmiştir. Bu kategoriler çalışmada ele alınan bütün oyunlarla ilgili olarak oyun tanıtımında ön planda olan cinsiyetin belirlenmesi, ana karakterin cinsiyetinin ne olduğunu, kadın karakterin oyun içerisinde aktif şekilde mi yoksa oyundaki olaylarda etkisiz kalarak arka planda pasif bir konumda mı temsil edildiği ve oyun genelinde hangi cinsiyetin daha yoğun yer aldığı belirtilmesi şeklinde oluşturulmuştur.

Betimsel analiz yönteminde “amaç görüşme ve gözlem sonucu elde edilen verilerin düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuya sunulmasıdır. Veriler daha önceden belirlenmiş temalara göre sınıflandırılır, özetlenir ve yorumlanır. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır” (Karataş, 2015: 73, 74, Yıldırım & Şimşek, 2008’den).

2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmada evren olarak dijital oyunlar seçilmiştir. Ancak bütün dijital oyunlar analize tabi tutulamayacağından ve çalışmada güncellik önem taşıdığından 2019 yılında en çok satan oyunlar listesindeki 6 oyun örneklem olarak seçilmiştir (Polat, 2020).

Playstation Avrupa ülkeleri pazarından en çok satan ilk 5 oyun olan Grand Theft Auto V, FIFA 20, Minecraft: PlayStation 4 Edition, Call of Duty: Modern Warfare ve Tom Clancy’s Rainbow Six: Siege örneklem olarak seçilmiş, bu oyunlara bütünsellik sağlama amacıyla EU pazarından farklı olarak Amerika Birleşik Devletleri pazarında en çok satılan oyunlar listesinde bulunan NBA2K19 ve NBA2K20 isimli oyunlardan daha üst sırada bulunan NBAK19 oyunu da eklenerek örneklem oluşturulmuştur.

2.4. Araştırma Soruları ve Hipotez

Çalışma kapsamında araştırma soruları ve hipotez şu şekilde belirlenmiştir:

Soru 1: Dijital oyunlarda kadın karakterler mi yoksa erkek karakterler mi daha fazla yer almaktadır?

Soru 2: Dijital oyunlarda kadın karakterler nasıl temsil edilmektedir?

Soru 3: Dijital oyunlarda erkek karakterler nasıl temsil edilmektedir?

Soru 4: Dijital oyunlarda kadın ve erkek karakterler eşitlik bakımından nasıl temsil edilmektedir?

Hipotez: Dijital oyunlarda toplumsal cinsiyet eşitsizliği algısı yinelenmektedir.

3. Bulgular

Çalışmanın bulgular kısmında daha önceden belirlenmiş olan oyun tanıtımında ön planda olan cinsiyet, ana karakterin cinsiyeti, kadın karakterlerin temsili ve hangi cinsiyet daha yoğun kriterlerine göre oyunlar incelenmiş olup bulgular “Oyun Tanıtımında Ön Planda Olan Cinsiyet ve Oyun İçerisinde Yer Alan Karakterlerin Cinsiyetleri ve Konumları” şeklinde iki ana başlık altında analiz edilmiştir.

3.1. Oyun Tanıtımında Ön Planda Olan Cinsiyet

3.1.1. Grand Theft Auto V

Grand Theft Auto V isimli oyun 2013 yılında piyasaya sürülmüş olup GTA V veya GTA 5 ismiyle de bilinmektedir. Oyun Grand Theft Auto isimli oyun serisinin beşinci oyunu olup aksiyon ve macera tarzında bir oyundur. 2013 yılında çıkan oyun daha sonra çeşitli güncellemelerle 2014 ve 2015 senelerinde yeniden piyasaya sürülmüştür. Ayrıca oyun

2017 yılında açıklanan rapora göre 75 milyon satış rakamına ulaşarak Amerika'nın gelmiş geçmiş en çok kazanan ve satan oyunu olmuştur (Canpolat, 2017). Oyunda 18 yaş sınırı bulunmaktadır.

Görsel 1: Grand Theft Auto V Oyun Afişi (2020)



Oyunun konusu Playstore isimli oyun sitesinde “Bir hırsız, emekli olmuş bir banka soyguncusu ve bir psikopat, kendilerini suç dünyasının, ABD hükümetinin ve eğlence endüstrisinin en korkutucu ve hastalıklı yanlarına sarmalanmış olarak bulurlar. Hiç kimseye, en azından birbirlerine, güvenemeyecekleri bu acımasız şehirde hayatta kalmak için çok sayıda suç işlemleri gerekmektedir” (Playstore, 2020) şeklinde belirtilmektedir.

Oyunun tanıtıcı materyallerinden olan Görsel 1’deki afişi incelendiğinde erkek karakterlerin yoğunlukta olduğu ve genel olarak şiddetle betimlendiği görülmektedir. Oyun içerisinde kullanılacak araçlara da afişte yer verilmiş ancak bu araçları kullanan kişilerin cinsiyeti net olarak gösterilmemiştir. Buna rağmen afişte erkek karakter ön plandadır. Afişte net olarak gösterilen tek kadın karakter ise ideal

kadın algısına uydurulmuş sarışın, makyajlı bir şekilde gösterilmekte, elinde de son model bir cep telefonu tutmaktadır.

Oyunun diğer tanıtıcı materyallerinden olan fragmanı (Grand Theft Auto V: The Official Trailer, 2013) incelendiğinde ise genel olarak erkek karakterlerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Fragmanda bir grup erkeğin yasal bir iş olarak tabir ettikleri şiddet içerikli araba çalma, polisten kaçma, silahlı soygun gibi olaylar gösterilmektedir. Fragmanın sonuna doğru oyunun afişinde de gösterilen ve fragmanda psikopat olarak hitap edilen erkek karakteri azarlayan bir kadın karakter görülmekte, bunun dışında fragman boyunca başka bir kadın karakter gösterilmemektedir. “GTA 5 gibi dijital oyunların en önemli hedef kitesini oluşturan çocuklar da oyunlar aracılığı ile toplum tarafından onaylanmayan ve ayıplanan davranışlara sorgulanmadan ve utanç duymadan rahatlıkla dâhil olabilmektedirler” (Açıkgöz & Yalman, 2018: 177).

3.1.2. FIFA 20

FIFA 20 isimli oyun FIFA oyun serisine dâhil olarak 2019 yılında piyasaya sürülmüş bir futbol oyunudur. Spor türündeki oyun EA isimli oyun platformunda “Şampiyonluk mücadelelerinden kümede kalma mücadelelerine kadar, bu sezon tanık olacağımız çok şey var. FIFA 20 Şimdiye Dek Sezonun Takımı ile 2019/20’deki en iyi oyuncularını kutlayarak Dünyanın Oyununun geri dönüşüne hazırlanın” (EA, 2020) şeklinde tanıtılmaktadır.

Görsel 2: FIFA 20 Oyun Afişi (2020)



Oyunun tanıtıcı materyallerinden olan ve oyun kapağında da yer alan Görsel 2’de Real Madrid kulübünde forma giymekte olan futbolcu Eden Hazard’ın görseli bulunmaktadır. Oyunun farklı afişlerinde de yine erkek futbolcular kullanılmıştır.

FIFA 20’nin resmi tanıtım videosunda oyun görüntüleri ile gerçek kişilerle çekilmiş görüntüler iç içe geçmiş şekildedir. 2019 yılında yayınlanan tanıtım (FIFA 2020 Resmi Tanıtım Videosu VOLTA Futbolu, 2019) videosu yeşil kısa saçlı bir kadının kafasının arkasında yer alan halı saha görüntüsüyle başlamaktadır. Video boyunca oyun dâhilinde ve gerçek kişilerle çekilmiş görüntülerde erkek ve kadın karakterler bir arada futbol oynarken gösterilmektedir. Ancak oyunda özellikle yeşil sahada geçen profesyonel olarak nitelendirilebilecek futbol maçlarında erkek karakterlerin ön plana çıkarıldığı görülmektedir.

3.1.3. Minecraft Playstation 4 Edition

Minecraft Playstation 4 Edition aynı zamanda Minecraft PS4 Edition olarak da bilinen oyunun ilk sürümü 2009 yılında çıkan Minecraft oyun serisine dâhil olan hayatta kalma teması üzerine kurulu

bir strateji/macera oyunudur. Playstation isimli oyun sitesinde oyunun hikâyesi şu şekilde açıklanmaktadır:

“Minecraft: PlayStation 4 Edition’da maceranız hayal gücünüzle başlar. Blokları kırın, onları yerleştirin ve istediğiniz her şeyi yapın. Belki ne kadar derine kazacağınızı görmek istersiniz? Ya da belki de gece canavarları görünmeden önce bir sığınak inşa edersiniz? Basit evlerden görkemli kalelere, mütevazı fikirlerden en hırslı planlara kadar nasıl oynayacağınız tamamen size bağlı. Cesur olun, meraklı olun ve yaratıcı olun. Basit bir tekneden koca bir şehre kadar istediğiniz her şeyi yaratın. Tek başınıza veya en fazla yedi PlayStation Network arkadaşınızla birlikte oynayın.” (Playstation, 2020)

Minecraft Playstation 4 Edition’ın tanıtıcı materyallerinden olan ve oyun kapağında da yer alan Görsel 3’teki afişinde bloklar arasında kılıcıyla ilerleyen bir erkek karakter görülmektedir.

Görsel 3: Minecraft Playstation 4 Edition Oyun Afişi (2020)



Oyunun 2014 yılında yayınlanan fragmanında (Minecraft Announcement Trailer E3 2014 PS4, 2014) bloklarla inşa edilmiş şehir ve orman gibi yapılar ile oyuncuların karakterleri arasındaki mücadeleler gösterilmektedir. Oyun herhangi bir ana karakterin hikâyesi üzerinden

oluşturulmadığı ve her oyuncuya kendi karakterini seçme imkânı verdiği için fragmanda da bu açıdan karakter çeşitliliğine rastlanmakta olup belirli bir cinsiyetin ön plana çıkarılmadığını söylemek mümkündür.

3.1.4. Call of Duty Modern Warfare

Call of Duty isimli oyun serisine dâhil olan Call of Duty: Modern Warfare oyunu 2019 yılında piyasaya sürülmüş bir nişancılık oyunudur. Oyun kendi orijinal sitesi olan Call of Duty isimli platformda “Gişe rekorları kıran harekâtı oyna, heyecan verici çok oyunculu savaşta yer al, iş birliğine dayalı özel operasyon deneyimlerine katıl ve savaş alanı ile muazzam taraflar arasındaki arenada yerini al” (Call of Duty, 2020) şeklinde tanıtılmaktadır.

Görsel 4: Call of Duty Modern Warfare Oyun Afişi (2020)



Call of Duty: Modern Warfare ‘En İyi Online Çok Oyunculu Oyun’, ‘En İyi Ses Tasarımı’ gibi alanlarda ödülleri bulunmaktadır. Oyunda 18 yaş sınırı bulunmaktadır. Oyunun tanıtıcı materyallerinden olan ve aynı zamanda oyun kapağı olarak da kullanılmış olan Görsel 4’teki afişinde savaş veya çatışma yaşanan bir arka planın önünde silahları ve benzer askeri teçhizatlarıyla duran orta yaşlı bir erkek karakter yer almaktadır.

Call of Duty: Modern Warfare oyununun resmi olarak yayınlanan fragmanları tanıtıcı ve hikâye tanıtımı olarak ikiye ayrılmaktadır. Oyunun tanıtıcı fragmanında (Official Call of Duty: Modern Warfare - Reveal Trailer, 2019) ormanda bir askeri ekip görülmektedir. Ekibin askeri teçhizat içerisinde olduğundan cinsiyetleri hakkında çıkarımda bulunmak zor olsa da ilk gösterilen karakter erkektir ve fragman boyunca erkek karakterler çoğunluktadır. Ayrıca fragmanda duyulan sesler de erkek karakterlere aittir. Oyunun hikâye tanıtımının yapıldığı fragmanın (Official Call of Duty: Modern Warfare-StoryTrailer, 2019) başında bir kadın ve erkek karakter arasındaki iç savaş ile ilgili diyaloga yer verilmekte olup devamında benzer bir diyalogun farklı bir kadın ve erkek karakter arasında geçtiği görülmektedir. Hikâye tanıtımına bakıldığında erkek karakterler çoğunlukta olsa da hikâye içerisinde aktif görünen üç kadın karakter de bulunmaktadır.

2011 yılında Norveç saldırıları olarak bilinen terör eylemini gerçekleştiren “Breivik kendi saldırısını yapmadan önce bu oyunla alıştırmalar yaptığını söylemiştir” (Tosun & Erol, 2020: 630). Bu açıklama oyunun önceki bir sürümü ile ilgili olsa da dijital oyunların bireyler üzerindeki etkilerine örnek teşkil etmektedir.

3.1.5. Tom Clancy’s Rainbow Six: Siege

Tom Clancy’s Rainbow Six isimli oyun serisinin ilk oyunu 1998 yılında aynı adlı romandan uyarlanarak oluşturulup piyasaya sürülmüştür. Sezonlar şeklinde güncellenen oyunun Tom Clancy’s

Rainbow Six: Siege isimli oyunu ise 2015 yılında satışa çıkmıştır. Oyunun konuları her yeni çıkan sezonda değişmekte olup temelde terörist birimleri ortadan kaldırma üzerine kurulu bir nişancılık oyunudur. Oyunda 18 yaş sınırı bulunmaktadır.

Görsel 5: Tom Clancy's Rainbow Six: Siege Oyun Afişi (2020)



Tom Clancy's Rainbow Six: Siege oyununun tanıtıcı materyallerinden olan ve aynı zamanda kapağında da kullanılan Görsel 5 incelendiğinde karakterlerin cinsiyetlerinin giydikleri askeri kıyafetlerden dolayı anlaşılması zorlaşmakta ancak afişte iki erkek ve bir kadın karakterin varlığı görülebilmektedir.

Oyunun fragmanında (Tom Clancy's Rainbow Six: Siege Official-Operator Gameplay Trailer UK, 2015) tıpkı afişte olduğu askeri kıyafetler giymiş karakterler bulunmakta ve operasyon sürecine dair rehine kurtarma gibi görüntülerden kesitler sunulmaktadır. Fragmandaki karakterlerin cinsiyetlerine yönelik net bir çıkarım yapmak zor olsa da ekipte yer alan karakterlerden en az birinin kadın olduğu görülebilmekte

olup fragmanda arka plandaki seslerde de erkek karakterlerin yanı sıra kadın karakterin de sesi duyulabilmektedir.

3.1.6. NBA 2K19

NBA 2K oyun serisinde yer alan NBA 2K19 isimli oyun 2018 yılında piyasaya sürülmüş basketbol simülasyonu niteliğinde olan bir spor oyunudur. Oyun Playstore isimli oyun platformunda “NBA 2K, sınıfının en iyisi olan grafikler ve oynanıştan, çığır açan oyun modlarına, insanı içine çeken, “Neighborhood” açık dünyasına, spor oyunlarının yapabileceklerini 20 sene boyunca yeniden tanımlayışını kutluyor. NBA 2K19 oyunculuğu gerçek hayattaki basketbol heyecanına ve kültürüne bir adım daha yaklaştırırken sınırları zorlamaya devam ediyor” (Playstore, 2020) ifadesiyle tanıtılmaktadır.

Görsel 6: NBA 2K19 Oyun Afışı (2020)



Oyunun kapak görseli olarak kullanılan ve oyunla ilgili en sık karşılaşılan Görsel 6’da NBA takımlarından olan Milwaukee Bucks’ın oyuncularından Yannis Adetokunbo yer almaktadır. NBA 2K19

oyununun farklı afişlerinde de ünlü basketbolcu erkeklerin görselleri kullanılmaktadır.

Oyundan görüntüler içeren tanıtıcı fragmanında (NBA 2K19 Official Gameplay Trailer, 2018) basketbol oynayan NBA karakterlerine yer verilmekte olup hiçbir sahnede kadın karakter gösterilmemiştir. Oyun için hazırlanan LeBron James'in rol aldığı "Come For The Crown" yani "Taç İçin Gel" başlıklı tanıtım filminde (NBA 2K19 "Come For The Crown" Official Trailer LeBron James, 2018) ise şehrin farklı kısımlarından LeBron James'in olduğu basketbol sahasına koşan kadın ve erkekler görülmektedir. Tanıtım filminin temasına uygun olarak tacı almak yani oyunu kazanmak için koşan kişiler arasında bir kadın da bulunmakta olup genel gösterilen kişiler erkektir.

3.2. Oyun İçerisinde Yer Alan Karakterlerin Cinsiyetleri ve Temsilleri

2019 yılında en çok satılan oyunlardan ilk sırada yer alan Grand Theft Auto V ya da kısaca GTA V olarak adlandırılan oyunda ana karakter ve yan karakterler erkektir. Oyunun hikâyesi bu karakterlerin işledikleri suçlar üzerine kuruludur. Oyunda içerisindeki kadın karakterler pasif konumdadır ve oyunun gidişatına etki edebilir konumda değildirler. Bunun yanı sıra kadın karakterler toplumsal cinsiyet algısının olumsuz kalıplarını pekiştirecek şekilde temsil edilmektedir. Grand Theft Auto V oyununda kadın karakterler zayıflamak ve ideal beden algısına uyma amacıyla arka planda çimenlerde spor yapar şekilde tasvir edilmektedir. Kadın karakterler genelde şort ve bikini giymiş şekilde dolaşmakta olup kadın bedeni burada da öne çıkarılmaya çalışılmaktadır. Oyun içerisindeki erkek karakterler sıklıkla eşleri ya da sevgilileri konumundaki kadın karakterleri aşağılamakta ve onlara hakaret etmektedir. Oyunda bir kadın karakterin başka bir erkek karakter tarafından golf oynamayı öğretmek bahanesiyle taciz edildiği sahneler de bulunmaktadır. Oyunun çevrimiçi oynanan çok oyunculu versiyonunda

ise oyuncular kendi karakterlerini oluşturabilmekte olup kadın karakter de seçebilmektedirler.

Oyun toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yineleyip pekiştiren bir niteliğe sahiptir. Erkek ve kadın arasındaki eşitsizliğin her iki cinsiyet aleyhine de temsillerine sahip olan Grand Theft Auto V adlı oyun en çok kadınların aleyhine olup kadınları aşağılayan bir içeriğe sahiptir.

2019 yılında en çok satılan oyunlardan ikinci sırada yer alan FIFA 20 adlı oyunda farklı modlar bulunmaktadır. Oyun volta futbolu olarak adlandırılan sokak futbolunun oynanabileceği, oyuncunun kariyer oluşturmayı tercih edeceği hikâye temelli ve takım olarak oynanabilecek farklı seçenekleri oyunculara sunmaktadır. Oyunun volta futbolu seçeneğinde oyuncu istediği karakteri seçebilmekte olup kadın ya da erkek olarak oyunu oynamak oyuncunun kendi tercihine kalmış durumdadır. Oyuncu karakterini seçtikten sonra gidip sokakta futbol oynayanların arasına karıştığında takımlarda erkek karakterler ile kadın karakterlerin de olduğu görülmektedir. Takımlardaki kadın sayısı erkek sayısına eşit olmamakla birlikte yine de her takımda iki ya da üç kadın karakter bulunmaktadır. Oyunun kariyer seçeneğinde erkek ya da kadın karakter tercih edilebilmekte olup yine her iki cinsiyetin de yer aldığı karma takımlar bulunmaktadır. FIFA 20 oyununda takım olarak oynama seçeneğinde kadın futbol takımları ya da erkek futbol takımları içerisinden seçim yapılabilenkte aynı zamanda kadın karakterlerin yer aldığı futbol takımları ile erkek karakterlerden oluşan futbol takımları birbirlerine karşı mücadele edebilmektedir. Oyunda kadınlar ligi de bulunmaktadır.

FIFA 20 adlı oyunun toplum içinde özellikle erkek sporu olarak bilinen bir spor türü olan futbolda kadın karakter seçimine izin vermesi, kadın karakterlere oldukça yer vermesi ve kadın karakterleri aktif şekilde oyuna katma imkânı tanınması göz önünde bulundurulduğunda toplumsal

cinsiyet eşitliğinin oluşmasına katkı sağlamakta olup eşitsizlik algısını yinelemeyen bir oyun olduğunu ifade etmek mümkündür.

2019 yılının en çok satılan oyunlarından üçüncü sırada olan Minecraft: PS4 Edition oyununda temel amaç hayatta kalmaktır. Bu nedenle oyuncular ağaç kesip odun toplamakta, kendilerine ev inşa edip gece ortaya çıkan yaratıklardan korunmaya çalışmaktadırlar. Oyuncular istedikleri karakterleri seçebilmekte ve karakterler üzerinde değişiklik yapma imkânına sahip olduğundan oyunda toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yineleyecek herhangi bir unsur bulunmamaktadır.

2019 yılında en çok satılan oyunlardan dördüncü sıradaki Call of Duty: Modern Warfare oyununda erkek karakterler sayıca fazla ve kadın karakterlere göre daha aktif şekilde yer almaktalar. Oyuncunun kontrol ettiği karakterin cinsiyeti erkek olup oyunun hikâyesine uygun şekilde şiddet içerikli eylemlerde bulunmaktadır. Oyunda askeri birlik gibi bir oluşum bulunmakta ve erkek karakterler daha çok gösterilmektedir. Oyunun hikâyesinde ise üç kadın karaktere yer verilmekte olup bu karakterlerden ikisi oyunda aktif bir konumda gösterilmektedir. Oyundaki aktif kadın karakterlerden biri operasyona sonradan dâhil olup son operasyonda kendini feda etmekte, diğer karakter ise operasyonun yürütülmesinden sorumlu bir komutan olarak ekibi yönlendirmektedir. Diğer kadın karakter oyunda aktif gözükmemekte, oyun hikâyesinde nadiren gösterilmekte olan bir başka askerdir. Kadın komutanın iletişim kurduğu ve yardım aldığı karakter bir erkektir ve oyun serisinin en bilinen ismi olarak ana karakterlerden sayılmaktadır.

Oyunda aktif kadın karakterler önemli konumlarda yer alsalar da kadın karakter sayısı erkek karakter sayısından az olup oyuncu kendi oynayacağı karakteri ya da cinsiyeti seçememektir. Oyunun çevrimiçi oynanan çok oyunculu versiyonunda karakter üzerinde kişiselleştirme yapılarak kadın karakter oluşturulabilmektedir. Bu bakımdan Call of Duty: Modern Warfare adlı oyun kadınlara önemli askeri konumlarda yer

vererek eşitlik algısını desteklerken diğer yandan kadın karakter sayısını erkek karakter sayısından çok daha az tutup ana karakterin erkek olarak belirlenmesiyle aynı zamanda eşitsizlik algısını da yineleyen bir oyundur.

2019 yılında en çok satılan beşinci oyun olan Tom Clancy's Rainbow Six: Siege, oyuncularına kendi karakterlerini seçebilme imkânı tanımaktadır. Oyunda birbirinden farklı operatör olarak adlandırılan karakterler arasından oyuncu istediğini seçebilmektedir. Seçilebilecek her karakterin farklı bir ismi ve birbirinden farklı özellikleri bulunmaktadır. Oyunda 40'tan fazla karakter bulunmakta olup seçilebilecek erkek karakter sayısı kadın karakter sayısının iki katından fazladır. Karakterlerin sahip olduğu özelliklere bakıldığında ise erkek karakterlerin genelde fiziksel olarak daha güçlü, savaş silahlarında da kadınların kullandıklarından daha güçlü silahlara sahip oldukları görülmektedir. Askeri operasyonların gerçekleştirildiği oyunda yer alan kadın karakterler genelde güzel, ideal beden algısı tarafından dayatılan fiziksel özelliklere sahip şekilde gösterilmektedir. Erkek karakterlerin ise yaşı, kilosu, boyu çok daha çeşitlidir.

Tom Clancy's Rainbow Six: Siege oyunu kadın karakterlere yer vermesi bakımından eşitlikçi bir oyun olarak nitelendirilebilecek olsa da kadın karakter sayısının azlığı ve kadın karakterlerin birbirlerinden farklı bile olsalar fiziksel özellikleri bakımından tek tiplendirilmiş olması konusunda toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştirmektedir.

2019 yılında en çok satılan oyunlar listesinde olup çalışmada son sırada ele alınan NBA 2K19 adlı basketbol oyununda kadın basketbolculara ya da kadın karakter seçimine yer verilmemektedir. Erkek basketbolcular oyunda aktif konumdadır ve karakter oluşturma kısmında yalnızca erkek karakter oluşturulabilmektedir. Oyunun kendi kariyerini yaratma seçeneklerinden olan kariyer modunda hikâye içerisinde yer alan aktif olarak nitelendirilebilecek tek kadın karakter

spor haberleri yazmakta ve ana karakterin ilgi duyduğu kadın olarak gösterilmektedir. Ana karakter spor yazarı bir kadınla tanıştığında aralarında geçen konuşmada kendisinin erkek olduğunu düşündüğünü ifade ederek kadınların basketbolla ya da spor haberleriyle ilgilenmelerinin tuhaf bir durum olduğunun mesajını vermektedir. Oyundaki diğer kadın karakterler pasif durumda olup maç aralarında gösteri yapan ponpon kızlardan oluşmaktadır.

NBA 2K19 oyunu, kadın karakterlere oldukça az yer vermekte olup kadın karakterler gösterildiğinde bile pasif konumlarda temsil edilmektedirler. Spor haberleri yazarının kadın olması toplumsal cinsiyet bağlamında eşitlikçi bir temsil olsa da oyunda geçen konuşmada bu durumun erkek sporcu tarafından şaşkınlıkla karşılanması eşitsizlikçi tutumun pekiştirilmesine örnek teşkil etmektedir.

Dijital oyunlar bireyin yalnızca eğlence amaçlı vakit geçirdiği platformlar olmayıp aynı zamanda kültürün de inşa edilmesine katkı sağlayan, toplumsal algıyı etkileyebilen platformlardır. Bireylerin toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik algı da dijital oyunlarda yer alan temsillerden etkilenebilmektedir. “Özellikle kitle iletişim araçları ile her gün evimize, odamıza, cep telefonlarımıza, ruhumuza kadar giren bu göstergeler olması istenen düşüncelerin zihinlerimizde yer bulmasını sağlamaktadır. Bunun sonucu ‘ideal kadın’ imgesi, abartılı beden temsilleri, mükemmellik arayışları ve kadının edilgen, ikincil sunumu olarak karşımıza çıkmaktadır” (Kan, 2012: 59).

Oyunların belirlenmiş kategoriler bağlamında değerlendirilmesiyle Tablo 1’deki veriler ortaya çıkmaktadır.

Tablo 1: Oyunların Toplumsal Cinsiyet Bakımından İncelendiği Kategoriler

	Grand Theft Auto V	FIFA 20	Minecraft: PlayStation 4 Edition	Call of Duty: Modern Warfare	Tom Clancy's Rainbow Six: Siege	NBA 2K19
Oyun tanıtımında ön planda olan cinsiyet	Erkek	Erkek	Erkek	Erkek	Erkek	Erkek
Ana karakterin cinsiyeti	Erkek	Oyuncunun seçimi	Oyuncunun seçimi	Erkek	Oyuncunun seçimi	Erkek
Kadın karakterlerin temsili	Pasif	Oyuncunun karakter seçimine bağlı	Oyuncunun karakter seçimine bağlı	Aktif	Oyuncunun karakter seçimine bağlı	Pasif
Hangi cinsiyet daha yoğun	Erkek	Değişebiliyor	Değişebiliyor	Erkek	Erkek	Erkek

Sonuç

Toplumsal cinsiyet algısı aile, mahalle, arkadaşlar, okul, işyeri gibi faktörlerin etkisiyle öğrenilmekte ve pekiştirilmektedir. Ancak günümüzde bu faktörlere ek olarak toplumsal cinsiyet algısının öğrenilmesinde etkili olan bir diğer faktörün medya olduğu görülmektedir. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile henüz küçük yaştan itibaren medya içeriklerine maruz kalınmaktadır. Denetlenmeyen ve zararlı mesajlar ileten içerikler bireylerin kişiliği üzerinde olumsuz etkiler bırakabilmektedir. Bandura'nın sosyal öğrenme kuramının temelindeki düşünceye göre bireyler davranışları

deneyimleme ya da gözlemlene yoluyla öğrenebilmektedirler. Birey gözlemlendiği bir davranışın sonuçlarını hafızasına kaydetmektedir. Olumsuz bir davranışın sonucu olumlu olduğunda ya da söz konusu olumsuz davranış cezalandırılmadığında bu davranışı gözlemleme sıklığı ve sonucunun olumsuz olmaması bireyin bu davranışı normalleştirilmesine sebep olabilmektedir. Birey mutlaka olumsuz davranışı gerçekleştirmek zorunda değildir. Bandura'ya göre gözlemlenen davranış gerçekleştirilmeden de öğrenme gerçekleşebilmektedir. Bu bağlamda medya bireylerin düşünce, tutum ve davranışlarını etkileyen önemli etmenlerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Buradan hareketle medyada yer alan davranışların gözlemlenmesi ile bir davranışın doğru ya da yanlış olduğu öğrenilebilmektedir. Araştırmanın kuramsal kısmında da yapılan çalışmalar doğrultusunda dijital oyunların bireylerin düşünce ve tutumları üzerindeki etkilerine yönelik çalışmalara atıflarda bulunulmuştur. Toplumsal cinsiyet algısı da bu şekilde öğrenilip pekiştirilebilmektedir. Medya içeriklerinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yineleyecek unsurların bulunması, bu içeriğe maruz kalan bireylerin toplumsal cinsiyet eşitsizliğini benimseyerek kadınlar ve erkekler için farklı davranış kalıplarını öğrenmelerine ve bu kalıpları gündelik yaşamlarında kullanmalarına neden olabilmektedir. Böylece kadını toplumsal yaşamda dezavantajlı bir konuma koyan toplumsal cinsiyet kalıplaşmış yargıları değişmeden devam edebilmektedir. Oyunların olay örgüsünde kadın ve erkeğin nasıl temsil edildiği de sosyal öğrenme bağlamında önem taşımaktadır. Kadın karakterlerin oyunlarda pasif bir konumda temsil edilmesi, kurtarılması gereken rehinelere sıklıkla kadınlardan oluşması gibi hususlar bireyin bir süre sonra kadınların güçsüz olduğunu düşünmesine, toplumsal olarak hâlihazırda yaratılmış bu algının pekiştirilmesine neden olabilmektedir. Oyunlarda kadınların metalaştırılması, erkek karakterlerin kahramanca önce çıkması da bu eşitsiz algıyı pekiştirir niteliktedir.

Günümüzde oldukça gelişmiş bir sektör olarak dijital oyunlar dünya genelinde milyonlarca kullanıcı tarafından oynanmaktadır. Bazı oyunlarda yaş sınırı bulunmasına rağmen oyuncuların yaşları tam olarak denetlenememektedir. Bu durum da bazen saatlerce aralıksız oynanan, oyuncuyu teknolojik imkânlar sayesinde oyunun bir parçası haline getiren dijital oyunların çocuklar tarafından da oynanabilmesine neden olmaktadır. Nitekim bir mesaja belli aralıklarla maruz kalan çocuklar ve gençler oyunlardan kolayca etkilenebilmektedirler. Şiddet içerikli oyunlardan etkilenecek çevresine saldırgan davranışlarda bulunan bireylerle ilgili haberler sıklıkla medyada kendine yer bulmaktadır. Şiddeti normalleştiren bu oyunlar gibi toplumsal cinsiyet eşitsizliğini de normalleştiren oyunlar bulunmaktadır. Çalışma kapsamında 2019 yılının en çok satılan oyunlarından Grand Theft Auto V, FIFA 20, Minecraft: PlayStation 4 Edition, Call of Duty: Modern Warfare, Tom Clancy's Rainbow Six: Siege ve NBA 2K19 analiz edilmiş olup incelenen oyunlarda toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yinelenildiği tespit edilmiştir.

Genel olarak incelediğinde oyunlarda erkek karakterlerin kadın karakterlerden daha fazla olduğu görülmektedir. İncelenen oyunların tümünde oyunun tanıtım materyallerinde erkek karakter ön plandadır. Oyundaki ana karakterin cinsiyetine bakıldığında Grand Theft Auto V, Call of Duty: Modern Warfare ve NBA 2K19 oyunlarında ana karakterin erkek olduğu, FIFA 20, Minecraft: Playstation 4 Edition ve Tom Clancy's Rainbow Six: Siege oyunlarında ise ana karakterin cinsiyetinin oyuncunun seçimine bağlı olduğu görülmektedir. İncelenen oyunlarda kadın karakterlerin Grand Theft Auto V ve NBA 2K19 oyunlarında metalaştırıldığı ve pasif biçimde konumlandırıldığı tespit edilmiştir. FIFA 20, Minecraft: Playstation 4 Edition ve Tom Clancy's Rainbow Six: Siege oyunlarında kadın karakterin aktif bir şekilde oyununun içerisinde konumlanması oyuncunun seçimine bağlıdır. Oyuncu isterse kadın karakterle oynamayı tercih edebilmektedir. Call of Duty: Modern Warfare oyununda ise oyunun hikâyesinde erkek karakterler kadar

olmasa da aktif şekilde yer alan kadın karakterler bulunmaktadır. FIFA 20 ve Minecraft: PlayStation 4 Edition dışında geri kalan dört oyunda da erkek karakterlerin kadın karakterlerden daha fazla olduğu görülmektedir. Tom Clancy's Rainbow Six: Siege oyununda karakter seçilebilmekte olup erkek karakter seçeneği kadın karakterlerden çok daha fazladır.

İncelenen oyunlarda toplumsal cinsiyet eşitsizliğini oluşturan temel düşüncelerde olduğu üzere kadınlar pasif ve güçsüz, erkekler aktif ve güçlü şekilde temsil edilmektedir. Ayrıca kadın bedeninin bir cinsel obje gibi temsil edilmesi suretiyle metalaştırıldığı da görülmektedir. Analiz edilen oyunlar genel itibari ile değerlendirildiğinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin hâkim olduğu saptanmıştır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği algısının dijital oyunlarda yinelenmesi bu algının oyunları oynayan bireylerin zihninde pekiştirilmesine neden olmaktadır. Oyunları bitirebilmek için uzun bir süre oynamak gerekmektedir. Oyuncular kimi zaman saatlerce oyunun başından kalkmamaktadır. Uzun süreli oynama, maruz kalma sıklığı ve dijital oyunlarla ilgilenen hedef kitlenin çoğunlukla çocuk ve gençlerden oluşması etkilenmeyi artırmaktadır. Caliendo'nun (2018: 862) da bildirdiği gibi medyanın insanları ve grupları nasıl şekillendiğini daha iyi anlama sürekli iş birliği, konuşma ve gözden geçirme yoluyla ortaya çıkacaktır.

Bilgi Notu

Makale araştırma ve yayın etiğine uygun olarak hazırlanmıştır. Yapılan bu çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir. Yazarlar çalışmaya ortak katkı sağlamıştır. Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

Açıkgöz, F. Y. & Yalman, A. (2018). Dijital oyunların çocukların kişilik ve davranışları üzerinde etkisi: Gta 5 oyunu örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (30), 163-180.

Arriaga, P., Esteves, F., Carnerio, P., Monteiro, M. B. (2006). Violent computer games and their effects on state hostility and physiological arousal. *Aggressive Behavior*, 32(4), 358-371.

Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice - Hall, Inc.

Baş, E. (2019). Türk melodram filmlerinde ideal/kötü kadın imgesi: Bir Demet Menekşe film örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(65), 568-579.

Bozkurt, A. (2014). Homo ludens: dijital oyunlar ve eğitim. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 1-18.

Büyükbaykal, C. I. & Cansabuncu, İ. A. (2020). Türkiye’de yeni medya ortamı ve dijital oyun olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 4(1), 1-9.

Caliendo, S. M. (2018). Grabbing the reins: media and the politics of groups and identity. *Politics, Groups, and Identities*, 6(4), 852-866.

Canpolat, Y. (2017, Kasım 8). GTA 5 satışları 85 milyona ulaştı. <https://tr.ign.com/xbox-one-gaming-hardware/105481/news/gta-5-satislari-85-milyona-ulasti>

Chen, C. (2016). Playing with digital gender identity and cultural value. *Gender, Place & Culture*, 23(4), 521-536.

Call of Duty. (2020, Ağustos 13).

<https://www.callofduty.com/modernwarfare>

Call of Duty Modern Warfare. (2020, Ağustos 13).

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Call_of_Duty:_Modern_Warfare_\(2019_videoyunu\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Call_of_Duty:_Modern_Warfare_(2019_videoyunu))

Çalışır, G. & Çakıcı, F. O. (2015). Toplumsal cinsiyet bağlamında sosyal medyada kurulan benlik inşasının temsili. *Turkish Studies*, 10(10), 267-290.

Çalışır, G. & Kılıçaslan, E. Ç. (2017). Toplumsal cinsiyet bağlamında kadın girişimcilik: TEB KOBİ TV. *Aydın İktisat Fakültesi Dergisi*, 2(1), 124-140.

Çalışır, G., Gonca, U., Ünal, A. M. (2019). Çocukların cinsiyet değişkenine bağlı olarak çizgi film izleme alışkanlıkları üzerine bir araştırma. Ali Murat Kırık (Ed.), *Geleneksel Medyada Çocuk ve İletişim Kitabı* içinde (241-285. ss.), Çizgi Kitabevi Yayınları.

Dökmen, Z. Y. (2010). *Toplumsal cinsiyet-sosyal psikolojik açıklamalar*. Remzi Kitabevi.

Dündar, G. (2015). Dijital oyunlarda toplumsal cinsiyet inşası: Warrior of Nemesis örneği. 3. *Uluslararası İletişim Öğrencileri Sempozyumu*, 26-27 Ekim 2015, İzmir.

EA. (2020, Ağustos 12). <https://www.ea.com/tr-tr/games/fifa/fifa-20/ultimate-team/team-of-the-season-so-far>

Grand Theft Auto V. (2020, Ağustos 12). <https://store.steampowered.com/agecheck/app/271590/>

Grand Theft Auto V: The Official Trailer. (2013, Ağustos 29) <https://www.youtube.com/watch/hvoD7ehZPcM>

Green, M. E. & McNeese, M. N. (2008). Factors that predict digital game play. *The Howard Journal of Communications*, 19(3), 258-272.

Gümüş, A. B., Şıpkın, S., Tuna, A., Keskin, G. (2015). Üniversite öğrencilerinde problemlerli internet kullanımı, şiddet eğilimi ve bazı demografik değişkenler arasındaki ilişki. *TAF Prev Med Bull*, 14(6), 460-467.

FIFA 20. (2020, Ağustos 12). <https://www.gamesatis.com/fifa-20>

FIFA 20 Resmi Tanıtım Videosu - VOLTA Futbolu. (2019, Haziran 8).

<https://www.youtube.com/watch?v=9E4HMgh7ZsE>

Kan, D. (2012). Yeni medya aracı bilgisayar oyunlarında toplumsal cinsiyetin inşası. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2(4), 52-60.

Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.

Lonergan, C. & Weber R. (2020). Reconceptualizing physical sex as a continuum: Are there sex differences in video game preference? *Mass Communication and Society*, 23(3), 421-451.

Minecraft Announcement Trailer E3 2014 PS4. (2014, Haziran 10).

<https://www.youtube.com/watch?v=5QYaQw0cQYI>

Minecraft Playstation 4 Edition. (2020, Ağustos 13).

<https://www.konsolumdigital.com/magaza/minecraft-playstation4-editionps4/>

Martey, R. M., Stromer-Galley, J., Banks, J., Wu, J., Consalvo, M. (2014). The strategic female: gender-switching and player behavior in online games. *Information, Communication & Society*, 17(3), 286-300.

NBA 2K19 - Official Gameplay Trailer. (2018, Ağustos 7).

https://www.youtube.com/watch?v=S6i_E0QP0ko

NBA 2K19 - Come For The Crown Official Trailer LeBron James. (2018, Eylül 6). <https://www.youtube.com/watch?v=HmJvyP2byo0>

NBA 2K19. (2020, Ağustos 13).

<https://www.fanatical.com/tr/game/nba-2k19>

Official Call of Duty: Modern Warfare - Reveal Trailer. (2019, Mayıs 30). <https://www.youtube.com/watch?v=bH1IHCirCGI>

Official Call of Duty: Modern Warfare - Story Trailer. (2019, Eylül 24). <https://www.youtube.com/watch?v=zu3wZ- IKrM>

Onay, C. Z. & Artsın, U. (2020). Şiddet pornografisi ve medya. T. Akdal (Ed.), *Multidisipliner Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları Kitabı* içinde (235-258. ss.), Literatürk Academia.

Özbaş, G. (2020, Ocak 11). Sony, PlayStation'ın ABD ve Avrupa'da 2019'un en çok satan oyunlarını açıkladı. <https://paratic.com/sony-playstation-abd-avrupa-2019-en-cok-satan-oyunlari/>

Playstation. (2020, Ağustos 13). <https://www.playstation.com/tr-tr/games/minecraft-ps4/>

Playstore. (2020, Ağustos 12). <https://www.playstore.com/urun/grand-theft-auto-v>

Playstore. (2020, Ağustos 13). <https://www.playstore.com/urun/nba-2k19>

Polat, Y. C. (2020, Ocak 11). PlayStation Store 2019 en çok satan oyunlar açıklandı. <https://shiftdelete.net/playstation-store-2019-en-cok-satan-oyunlari-aciklandi>

Sakallı, N. & Türkoğlu B. (2019). Erkek olmak ya da olmamak: sosyal psikolojik açıdan erkeksilik/erkeklik çalışmaları. *Türk Psikoloji Yazıları*, 22(44), 52-76.

Şimşek, H. (2011). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin kadın üreme sağlığına etkisi: Türkiye örneği. *DEÜ Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(2), 119-126.

Tom Clancy's Rainbow Six: Siege. (2020, Ağustos 13). <https://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=1796251919>

Tom Clancy's Rainbow Six Siege Official - Operator Gameplay Trailer [UK]. (2015, Mart 30). https://www.youtube.com/watch?v=IG9PuYxh_q0

Tosun, O. B. & Erol, D. D. (2020). Yeni Zelanda cami saldırısını katilin gözünden izlemek.

https://www.academia.edu/44796909/YEN%C4%B0_ZELANDA_CAMI_SALDIRISINI_KATILANIN_GUZUNDEN_IZLEMEK

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

Yıldız, Z. (2014). Sosyal bilişsel öğrenme kuramı ve din öğretimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 33(1), 47-161.

Yılmaz, B. M. (2019). Bilgisayar oyunlarındaki şiddet öğesinin üniversite öğrencilerinin tutumlarına yönelik etkisi: İnönü Üniversitesi örneği. *Selçuk İletişim*, 12(2), 604-629.

Yılmaz, M. (2020, Haziran 15). Sosyal öğrenme kuramı. https://d1wqtxs1xzle7.cloudfront.net/37195073/OGRENME_PSIKOLOJISI-_SOSYAL_OGRENME_KURAMI.pdf?1428010330=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DOGRENME_PSIKOLOJISI-_SOSYAL_OGRENME_KURA.pdf&Expires=1592256832&Signature=TA7ZCSk30y1Ir61Icqlsr54ec

Yumlu, K. (2014). Toplumsal cinsiyet ve medya. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (21), 151-155.

Zhong, Z. & Yao, M. Z. (2013). Gaming motivations, avatar-self identification and symptoms of online game addiction. *Asian Journal of Communication*, 23(5), 555-573.

EXTENDED ABSTRACT

Unlike the concept of biological sex, the concept of gender expresses the behavioral patterns expected from the individual in society due to their gender. Gender can emerge as an egalitarian or inequality-based perception. Although many factors can be effective in learning gender perception, today media stands out as a powerful influence among these factors.

The effect of digital games on learning gender perception is undeniable. With technological developments, games are now produced in a very realistic way and players feel themselves in the game. Digital games, which can cause individuals to change their thoughts, attitudes, and behaviors, are also effective in learning gender perception.

This study aimed to determine how gender perception is represented in digital games that affect learning through observation on players. As a sample, the most purchased digital games of 2019, Grand Theft Auto V, FIFA 20, Minecraft: PlayStation 4 Edition, Call of Duty: Modern Warfare, Tom Clancy's Rainbow Six: Siege, and NBA 2K19 were selected to be analyzed. The gender inequality that will be detected in digital games in the study will make it easier to understand and evaluate male-female relationships more objectively. The findings of the study were analyzed under two main headings: "The Gender in the Foreground in Game Promotion and the Gender and Position of the Characters in the Game".

In general, it is seen that the male characters in the games are more than the female characters. In all the games examined, the male character is in the foreground in the trailer materials of the game. Looking at the gender of the main character in the game, it is seen that the main character in Grand Theft Auto V, Call of Duty: Modern Warfare and NBA 2K19 games are male, while in FIFA 20, Minecraft: Playstation 4 Edition, and Tom Clancy's Rainbow Six: Siege, the gender of the main character depends on the player's choice. It has been determined that female characters in the games are commodified and passively positioned in Grand Theft Auto V and NBA 2K19 games. In FIFA 20, Minecraft: Playstation 4 Edition, and Tom Clancy's Rainbow Six: Siege, the active positioning of the female character in the game depends on the player's choice. The actor can choose to play with the female character if he wants. In Call of Duty: Modern Warfare, there are female characters who are actively involved in the story of the game, although not as much as the male characters. Apart from FIFA 20 and Minecraft: PlayStation 4 Edition, it is seen that there are more male characters than female characters in the remaining four games. In Tom Clancy's Rainbow Six:

Siege, characters can be selected, and the male character option is much more than female characters.

Women are passive and weak; men are actively and strongly represented in the games analyzed, as in the basic ideas that constitute gender inequality. It is also seen that the female body is commodified by representing it as a sexual object. When the analyzed games are evaluated in general, it is determined that gender inequality prevails.