



INTERNATIONAL

JOURNAL of HUMAN STUDIES

ULUSLARARASI İNSAN ÇALIŞMALARI DERGİSİ

ISSN: 2636-8641

Cilt/VOLUME 3

Sayı/ISSUE 5

Yıl/YEAR: 2020

Gönderim: 25-04-2020 – Kabul: 18-05-2020

**Women in Digital Game Sector in the
Context of Production and Labor**

**Üretim ve Emek Ekseninde
Dijital Oyun Sektöründe
Kadın**

Aysel ÇETİNKAYA¹

Abstract

Today, digital games are becoming the focus of increasing interest and discourse based on diversity and participation. All over the world economically handled production, labor and labor in the game industry growing day by day. It is still at low levels. The use of high-level production in this sector is becoming clearer than working in industrial management positions such as marketing and non-development roles, which are less technical than used in areas such as game experiences or mechanics. Especially in a conservative production culture, it is important to examine the options of digital gaming and to discuss the reasons for the lack of women in production.

This study appears in the digital games industry chose to play female figures in Turkey aims to

Öz

Günümüzde dijital oyunlar, çeşitlilik ve katılım konusuna ilişkin giderek artan bir ilginin ve söylemin odak noktası haline gelmiştir. Tüm dünyada hacmi ekonomik olarak günden güne büyüyen oyun sektöründe üretim, işgücü ve emek ele alınması gereken önemli konular arasında yer almaktadır. Ancak bilinmektedir ki dijital oyun üretimindeki kadın katılımı hala oldukça düşük seviyededir. Dijital oyun sektöründe çalışan kadınların, içerik üretimi, oyun deneyim, kodlama, seviye tasarlama veya mekanik gibi alanlardan ziyade sıklıkla daha az teknik olan pazarlama ve beşeri ilişkileri içeren alanlarda faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bu sebeple, muhafazakar bir üretim kültürü içinde gelişen dijital oyun sektörünü kadın üreticiler gözünden değerlendirmek ve üretimdeki kadın

¹ Aysel Çetinkaya, Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Gazetecilik Bölümü, aysel.cetinkaya@kocaeli.edu.tr, Orcid: 0000-0003-2526-323X

put culture and debate the challenges and the emergence of gaps and contradictions in the making. Therefore purposive sampling to select on the basis of and actively involved in the women's game developers with the operasyonu women in the industry and options obtained on the labor locus of production in Turkey in the game industry, will help to shed light on the future direction of the existing and planned work.

Keywords: Digital game, gender, production, labor, women.

azlığının sebeplerini tartışmak önem kazanmaktadır.

Bu çalışma, Türkiye'deki dijital oyun sektöründeki görünür kadın figürler aracılığıyla oyun kültürü ve yapımındaki boşluklar ve çelişkilerin ortaya koyduğu zorlukları tartışmayı amaçlamaktadır. Bu sebeple amaçlı örneklem esasına göre seçilen ve Türkiye'de oyun sektörü içinde aktif olarak yer alan kadın oyun geliştiricilerle yarı yapılandırılmış soru formu üzerinden görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Sektördeki kadın istihdamına ve üretimdeki emek sürecine dair elde edilen veriler, var olan ve planlanan çalışmaların geleceğine ışık tutulmasına yardımcı olmayı amaç edinmektedir.

Keywords: Dijital oyun, toplumsal cinsiyet, üretim, emek, kadın.

Giriş

Dijital oyun sektörü dünyada ve Türkiye'de hızla büyüyen sektörler arasında yer almaktadır. Günden güne genişleyen sektör hacmi, bu alandaki üretim, emek ve işgücü süreçlerini incelemeyi gerekli kılmaktadır. Hollywood filmlerinin yerini artık dijital oyunlar almış, gelirleri sinema endüstrisini ikiye katlamış, katma değeri yüksek ve istihdam açısından da cazip bir sektör haline gelmiştir.

Newzoo tarafından yayınlanan Global Oyun Pazarı Raporu'na (2019) göre dünyadaki oyun pazarının büyüklüğü yaklaşık 140 milyar Dolar olarak tespit edilmiştir. Dünyada oyun pazarı hacmi en büyük üç ülke; 36,5 milyar Dolar ile Çin, 35,5 milyar Dolar ile Amerika Birleşik Devletleri ve 18,6 milyar Dolar ile Japonya'dır (<https://newzoo.com/insights/rankings/top-10-countries-by-game-revenues/>). Türkiye'de oyun pazarı büyüklüğünün 2018 itibariyle 1 milyar Dolara aştığı ifade edilmektedir (<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/turk-oyun-pazari-1-milyar-dolari-asti-40874521>). Gamedevmap sitesine göre dünya genelinde 5980 şirket oyun sektöründe faaliyet göstermektedir. Bu şirketlerin 44'ü Türkiye'de yer almaktadır (Gamedevmap 2.0, 2020). Hacmi bu denli büyük rakamlarla ifade edilen sektördeki üretimi dinamize eden işgücü yapısının incelenmesi önem kazanmaktadır.

Yaratıcı endüstriler arasında yer alan oyun sektöründe işgücündeki cinsiyet eşitsizliği göze çarpmaktadır. Erkek egemen bir sektör olan oyun sektöründe kadınların istihdam oranları oldukça düşüktür. Deneysel temelli ve teorik açıdan zengin araştırmanın kapsayıcılığına, dijital oyun donanımındaki yeniliklere, yazılımdaki gelişmeler ve kadın oyuncuların farklı yaş aralıklarındaki sayısının artışına rağmen (Entertainment Software Association, 2012) dijital oyun üretimindeki kadın katılımı hala oldukça düşük seviyelerdedir.

2014-2017 yılları arasında oyun geliştiricilerin cinsiyete göre dünya çapında dağılımına bakıldığında cinsiyet dağılımının, ortalama yüzde 74 erkek, yüzde 22 kadın ve %4 transseksüel/çift cinsiyetli şeklinde gerçekleştiği görülmektedir (<https://www.statista.com/statistics/453634/game-developer-gender-distribution-worldwide/>). Oyun geliştirici olarak çalışan kadınların Batılı gelişmiş ülkelerde bile oranı yüzde 20 civarındadır. Örneğin Sheffield Üniversitesi tarafından İngiltere'deki oyun geliştiricilerin cinsiyet dağılımlarını ele alan araştırmada kadın işgücünün yüzde 28 olduğu görülmüştür (MacDonald, 2020). İsveç Oyun Endüstrisi tarafından yayınlanan Oyun Geliştiricileri İndeksi 2019 raporuna göre ise İsveç'teki oyun geliştiricilerinin yüzde 21'nin kadınlardan oluştuğu ortaya koyulmuştur (Game Developer Index, 2019). Birleşik Krallık'ta yapılan bir diğer araştırmaya göre ise, video oyun endüstrisinde çalışanların sadece yüzde 14'ü kadındır. Bu kadın çalışanların yüzde 40'ına, ayrımcılığa maruz kaldıklarını düşünüp düşünmedikleri sorulmuş ve bunların neredeyse yarısı evet yanıtı vermiştir. Katılımcıların üçte biri, cinsiyetlerine bağlı olarak taciz edildiğini veya zorbalığa uğradığını belirtmiştir (Ramanan, 2017).

Ankara Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan Dijital Oyun Sektörü Raporu'na (2016) göre ise Ankara'daki oyun geliştiricilerinin yalnızca yüzde 2'si kadındır (http://www.ankaraka.org.tr/tr/%20dijital-oyun-sektoru-raporu_3414.html). Rakamlar oyun sektöründeki erkek egemen yapıyı gözler önüne sermesi açısından oldukça nettir. Bilhassa Türkiye'deki rakamlar, kadın oyun geliştiricilerin bu alanda azınlıkta olduğunu göstermektedir. Bu durumda neden kadınların bu alana yönelmediği ve sektör içerisinde daha fazla rol oynamadığının sorgulanması önem kazanmaktadır.

Dünyada ve Türkiye'de yürütülen kimi organizasyonlarla oyun sektöründe kadın istihdamının artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Bu organizasyonlardan en önemlisi Women in Games (WIG) oluşumdur. Dijital oyun endüstrisine daha fazla kadını dahil etme amacıyla hareket eden WIG, dünya çapında ve ülkeler bazında akademi ve oyun endüstrisi arasındaki işbirliklerine dayanarak faaliyetlerini yürütmektedir. 2009 yılında Women in Games Jobs adı altında kurulan kuruluş 32 farklı ülkedeki temsilcilikleriyle faaliyet göstermektedir. Oyun endüstrisinde cinsiyet ayrımcılığının önüne geçmeyi, tam fırsat eşitliği sunmayı, kadınların bu alanda da potansiyellerini kullanmalarını amaçlamaktadır (<http://www.womeningames.org/about/>).

Ülkeler nezdinde kimi amaçsal farklılıklara rağmen, kadınlara yönelik WIG ve girişimcilik projeleri daha çeşitli oyun tasarımcılarını görünür kılmak ve onların gelişimini desteklemek konusundaki çabaları paydasında birleşmektedirler. "Herkes oyun yapabilir" düşüncesiyle hareket eden

WIG kuruluşları, cinsiyete olan bariz vurguya rağmen, projelerinin bir çoğunu “feminist” olarak adlandırmamaktadırlar.

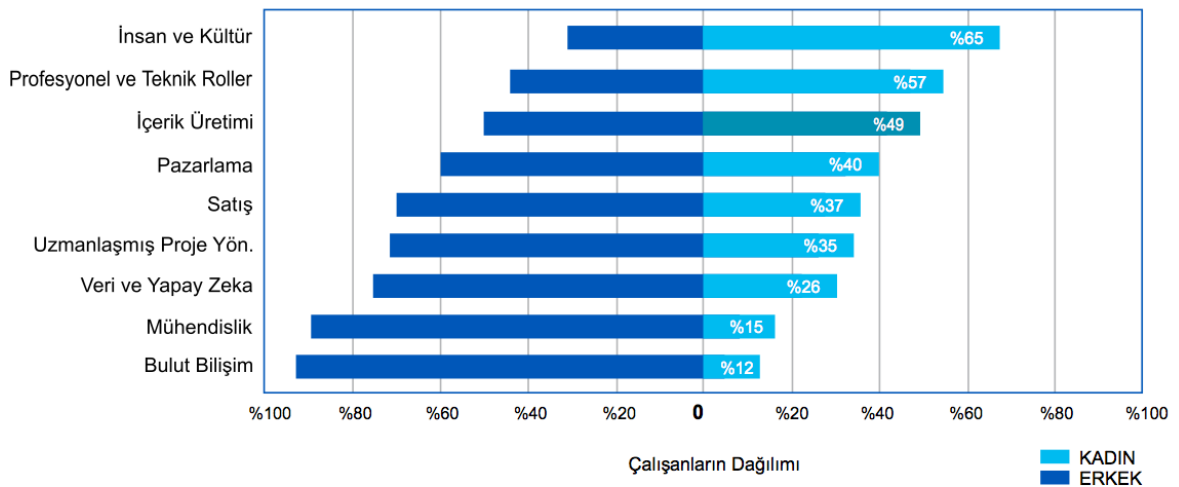
Türkiye’de de OYUNDER (Oyun Tasarımcıları, Geliştiricileri, Yapım ve Yayımcıları Derneği) çatısı altında Simay Dinç tarafından kurulan Women in Games Türkiye, oyun sektöründeki kadın profesyonelleri ve bu sektörde yer almayı hedefleyen kadın girişimcileri bir araya getirmektedir. Women in Games Türkiye’nin hedefi: “Kadınların oyun sektöründe izleyici olarak değil yenilikçi ve yaratıcı fikirleriyle yer almasını sağlamaktır” şeklinde açıklanmaktadır (<http://www.oyunder.org/women-in-games/>).

Dünyada ve Türkiye’de bu tür organizasyonların faaliyetlerine rağmen kadınların oyun sektöründe geliştirici olarak istihdama katılma oranları çok düşüktür. Bu çalışmada oyun sektöründe faaliyet gösteren kadınların bu durumu nasıl değerlendirdikleri, yarı yapılandırılmış soru formu üzerinden görüşme yapılarak tespit edilmeye çalışılmış ve betimsel bir analiz çerçevesinde sunulmuştur.

1. Kadın İşgücü ve Oyun Endüstrisinde Cinsiyet

Dünya ekonomik forumu tarafından 2006 yılından bu yana yapılan Küresel Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Raporu’na (2020) göre, ortalama olarak yetişkin kadınların sadece yüzde 55’i işgücü piyasasındadır. Bu oran erkeklerde ise yüzde 78 civarındadır. Kadınlar, eğitim kazanımlarının nispeten yüksek olduğu ülkelerde bile en dinamik ve talep edilen mesleklerde engellerle karşılaşmaktadır. LinkedIn platformundaki verilere göre, kadınlar en yüksek istihdam büyüme oranına sahip sekiz mikro kümenin altısında yetersiz temsil edilmektedir. Bu alanlar, insan ve kültür, içerik üretimi, pazarlama, satış, uzmanlaşmış proje yöneticiliği, veri ve yapay zeka, mühendislik ve bulut bilişim alanlarıdır (The Global Gender Gap Report, 2020).

Şekil 1. Kadın ve erkeklerin profesyonel iş kollarındaki dağılımı



Özellikle, LinkedIn tarafından tanımlanan üç teknik sınır rolü kümesinde, kadın çalışanlar veri ve yapay zeka rollerindeki çalışanların yaklaşık yüzde 26'sını, Mühendislik rollerindeki çalışanların yüzde 15'ini ve bulut bilişim rollerindeki çalışanların yüzde 12'sini oluşturmaktadır. Pazarlama, satış ve ürün geliştirmedeki roller cinsiyet paritesine daha yakındır, kadınlar işgücünün sırasıyla yüzde 40, yüzde 37 ve yüzde 35'ini oluşturmaktadır. Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Raporu'nda (2020) ayrıca, bu profesyonel kümelerle uyumayan oldukça farklı beceri setlerine sahip meslekler de analiz edilmiştir. Bunlar da önemli cinsiyet farklılıkları göstermektedir. Örneğin, kadınlar otomasyon mühendislerinin yüzde 12'sini, Android geliştiricilerinin yüzde 13'ünü, robotik mühendislerinin yüzde 18'ini ve siber güvenlik uzmanlarının yüzde 19'unu oluşturmaktadır. Bu veriler, kadınların teknik beceri gereken işlerde yumuşak beceri gerektiren işlere göre daha az etkin olduğunu göstermektedir.

Faulkner (2001), cinsiyetin teknolojiyi etkilediği iki ayırt edici durum olduğunu öne sürmektedir. Bunlardan ilki, belirli teknolojilerin kim tarafından ve nasıl kullanılması gerektiğini reçete eden ve 'teknolojide cinsiyet' olarak adlandırılan belirgin cinsiyet varsayımlarıdır (Faulkner 2001: 83). İkincisi, cinsiyet ile teknoloji arasındaki sembolik ilişkiyi ifade eden ve kadınların erkeksi olarak algılanan bilgi işlem teknolojilerinden çekindikleri anlamına gelen 'teknolojinin cinsiyeti'dir. Mühendislik mesleği ile ilgili olarak, Faulkner (2007) mühendislik kimlikleri içinde erkeklerin 'teknik' ve kadınların 'sosyal' olarak görüldüğünü bulmuştur. Faulkner, mühendislik mesleğinde, kimlik çağrışımının daha heterojen bir yapıda olmasının teşvik edilmesinin gerektiği sonucuna varmıştır.

Dijital oyunlar üretim sürecinde kimi yazılımsal ve donanımsal araçları kapsamaktadır. Grafik tasarımdan yapay zekaya kadar birçok teknik detayı içinde barındıran dijital oyunlar, kadın-erkek dağılımının dengesiz olduğu iş alanlarının arasında yer almaktadır. Batı ülkelerindeki bilgisayar bilimleri genellikle 'erkeksi' olarak nitelendirilir/karakterize edilir (Wajcman 2000; Clegg ve Trayhurn 2000; Natale 2002; Wilson 2003) ve kısmen bu imaj kadınları bu alanda çalışmaktan vazgeçirmektedir (Clegg ve Trayhurn 2000; Wilson 2003). James ve Cardador'a (2007) göre kadınların teknoloji ve bilim hakkındaki bilişleri ve inançları erkeklerden daha olumsuzdur, bu da istihdam konusunda ilgisizliğe neden olmaktadır.

Kelan'a (2007) göre kadınlar kendilerini teknolojiden uzaklaştırma eğilimindeyken erkekler kendilerine uygun gördükleri teknolojiye yönelmekte ve bu durum doğal olarak "cinsiyetleşme" olarak işlev görmektedir. Eril teknolojiden uzaklık, cinsiyetin inşası olarak kabul edilmektedir.

Oyun sektörü genelinde yapılan demografik araştırmaların yetersizliği, oyun geliştiricilerin sayısı hakkında yaklaşık rakamlar vermeyi mümkün kılmaktadır. Kadınların bu alandaki işgücüne katılımlarını belirlemek için geçmişte yapılan kimi araştırmalara bakmak da gerekmektedir. Julie Prescott ve Jan Bogg'un bağımsız araştırmasına göre (2011); video oyun endüstrisindeki işler bazında ayrımcılık olup, oyun endüstrisi işgücünde kadın katılımının 2011 yılında yüzde 4-6,9 civarında olduğu görülmektedir.

Shirinian Game Developer Magazin (yılda bir düzenlenen Game Developers Konferansı'nın resmi yayını) için hazırladığı "10 yıllık Maaş Araştırmaları" (2012) raporunda, endüstrideki kadın

çalışanların en yüksek oranının koca bir yüzde 10 ile 2005 ve 2010 yılları arasında olduğuna işaret etmektedir. Bu endüstrideki üst düzey kadınların içerik üretimi, oyun deneyimleri veya mekanik gibi alanlardan ziyade sıklıkla daha az teknik olan pazarlama gibi alanlarda idari pozisyonlarda bulunduğu ve son derece düşük sayıda bir kadının da kodlama ve seviye tasarlama alanlarında çalıştığı görülmektedir (Shirinian, 2012).

Aynı zamanda Uluslararası Game Developer Association'ın 2005'teki son araştırması ana içerik yaratımı, sanat, tasarım, ses ve programlama rollerinin ciddi ölçüde erkekler tarafından üstlenildiğini göstermektedir. Oyun tüketimi açısından kadın ve erkek arasında neredeyse eşit bir dağılım söz konusuken üretim sahasında işgücü oluşumu son derece homojen kalmaya devam etmektedir (Nick Dyer-Witthof ve Greig de Peuter, 2009).

Üretim bağlamında göze çarpan bu cinsiyet eşitsizliği hem akademik çalışmalarda (Jenson ve de Castell, 2011) hem de oyun tasarımı çalışmaları topluluklarında (Anna Anthropy 2012) dijital oyun işgücünde yeniden yapılandırmaya gidilmesi sonucuna çağrı yapmaktadır. Kendin-Yap (DIY) oyun tasarımı ve özellikle kendi kendine öğrenilmiş programlama, bilgisayar okuryazarlığındaki boşluklara hitap etmesi açısından daha büyük fırsatlar sunan araçlar olarak görülmektedir (Kafai ve Pepler, 2011). Kafai ve Pepler'a göre, daha fazla kadın katılımı teknoloji esaslı alanlarda kadınların yetenek geliştirmelerine olanak sağlayarak programlama lokalinin maskülen 'geek' kültürünü yenmeyi sağlayabilir.

Oyun tasarımının profesyonel ve pragmatik anlamda faydalı olduğu söylenebilir. Çünkü oyun tasarımı, grafik, ürün tasarımı, kodlama, animasyon, yazma gibi spesifik içerik alanlarının yanı sıra interaktif ve ses tasarımı gibi birtakım pratikleri içermektedir. Yeni yeni oluşmaya başlayan bağımsız oyun tasarımı çalışmalarında dikkat, dijital oyun tasarımının demokratikleştirilmesinin (Westcott, 2013) yanı sıra bu tasarımın tartışmasına yoğunlaşmaktadır (Adamkiewicz, 2012). Bu tartışmalar resmi oyun tasarımı eğitiminde (örneğin okullar) kadınların göze batan yokluğunu vurgulamakta, fakat aynı zamanda teknik bilgi ve kodlamada yeterliliğin oyun yapımında başarılı bir kariyer için çok önemli olduğunu öne sürmektedir. Buradan anlaşılan o ki DIY oyun tasarımında bilinen, Twine ve GameMaker gibi basit ve erişilebilir araçlar oyun tasarımı konusunda amatörce uğraşmak ve teknik olmayan yeteneklerin (örneğin tasarım, sanat, ses, yazı) geliştirilmesi için uygun ancak resmi bir eğitimin yerine geçebilecek nitelikte değildir.

Türkiye'de dijital oyun eğitimleri lisans düzeyinde verilmeye başlanmıştır. Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi'ndeki verilere göre, yedi üniversitede lisans düzeyinde dijital oyun tasarımı bölümleri bulunmaktadır. Bu üniversitelerden sadece biri devlet üniversitesi olup, diğerleri vakıf üniversitesidir. Dijital oyun tasarımı bölümleri Bahçeşehir Üniversitesi ve İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde iletişim fakülteleri bünyesinde; Beykent Üniversitesi ve Bayburt Üniversite'sinde uygulamalı bilimler fakülteleri bünyesinde; Beykoz Üniversite'si, İstinye Üniversite'si ve İstinye Üniversitesi'nde ise sanat ve tasarım, güzel sanatlar fakülteleri bünyesinde bulunmaktadır (<https://istatistik.yok.gov.tr/>). YÖK 2018 verilerine göre Bahçeşehir Üniversitesi'nde dijital oyun tasarımı bölümünde ücretli, yarı burslu ve burslu okuyan öğrencilerin cinsiyet dağılımı kadın 27, erkek 153; Beykoz Üniversitesi'nde dijital oyun

tasarımı bölümünde burslu ve yüzde 50-75 burslu okuyan öğrencilerin cinsiyet dağılımı kadın 6, erkek 53; Bilgi Üniversitesi'nde dijital oyun tasarımı bölümünde burslu ve yüzde 50 burslu okuyan öğrencilerin cinsiyet dağılımı kadın 16, erkek 100'dür (<https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=18004>). Rakamlar açıkça dijital oyun tasarımı eğitiminde de kadın ile erkek arasında uçurumun olduğunu göstermektedir. Bu sorun hiç şüphesiz sektöre giren kadınların sayısını da etkilemektedir. Fakat oyun sektöründe istihdam edilen işgücünün doğrudan dijital oyun tasarımı bölümünden mezun olmadığı görülmektedir. Grafik tasarım, bilgisayar, yazılım, elektrik-elektronik mühendislikleri, programlama, animasyon gibi programlardan mezun olanlar da sektörde yer almaktadır. Bu bölümlerdeki rakamlar da dahil edildiğinde kadın erkek sayısı arasındaki farkın bir nebze olsun kapanacağı fakat bunun makası önemli ölçüde daraltmayacağı öngörülebilir.

2. Araştırmanın Amacı, Örnekleme ve Yöntemi

Bu çalışma, Türkiye'deki dijital oyun sektöründeki görünür kadın figürler aracılığıyla oyun kültürü ve yapımındaki boşluklar ve çelişkilerin ortaya koyduğu zorlukları tartışmayı amaçlamaktadır.

Türkiye'de oyun sektörünün mutfağında kadın çalışan olmanın zorluklarını tartışmak üzere; İstanbul, Ankara ve İzmir'deki farklı firmalarda rol alan kadın oyun geliştiricilerle yarı yapılandırılmış soru formu üzerinden 1- 20 Şubat tarihleri arasında e-posta kanalıyla görüşmeler yapılmıştır.

Çalışmanın evrenini Türkiye'de faaliyet gösteren dijital oyun şirketlerinde çalışan tüm kadınlar oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme ise amaçlı örnekleme tekniğiyle belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme, araştırmanın kendi hedefi doğrultusunda evrenden seçim yaparak örnekleme belirlemesidir. Amaçlı örnekleme tekniğinde, örnekleme seçilen kişilerin ya da objelerin araştırmacının amaçlarına en uygun yanıt verebilecek nitelikte olması önem taşımaktadır (Aziz, 2008: 55). Araştırmanın örnekleme, dijital oyun endüstrisine ve ekonomisine yön verdiği düşünülen, dijital oyun firmalarında çalışan, mesleğini aktif olarak icra eden, mesleğin geçmişi ve bugünü konusunda deneyim sahibi olan kadın oyun geliştiricilerdir. Araştırmada katılımcıların isteği doğrultusunda gerçek isimleri kullanılmamış olup, katılımcılar kodlamalarla (Katılımcı 1 kısaltılarak "K1") ifade edilmiştir.

Elde edilen veriler araştırmanın soruları bağlamında betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmada veri analiz tekniği olarak araçsal durum çalışması kullanılmıştır. Durum çalışması; araştırmacının gerçek yaşam, güncel sınırlı bir sistem (bir durum) ya da belli bir zaman içerisindeki çoklu sınırlandırılmış sistemler (durumlar) hakkında çoklu bilgi kaynakları (örneğin gözlemler, mülakatlar, görsel-işitsel materyaller ve dokümanlar ve raporlar) aracılığıyla detaylı ve derinlemesine bilgi topladığı, bir durum betimlemesi ya da durum temaları ortaya koyduğu nitel bir yaklaşımdır (Creswell, 2013: 97). Alternatif olarak, durum çalışmasının amacı belli bir konuyu, problemi veya meseleyi ve problemi en iyi şekilde anlamak için seçilmiş durum veya durumları anlamak olabilir. Bu araçsal bir durum olarak adlandırılır (Stake, 1995'den aktaran Creswell, 2013: 98). Örneğin bu çalışmadaki görünen durum dijital oyun sektöründeki az sayıda kadın oyun geliştiriciyen, görünenin

ardındaki/anlaşılması amaçlanan ise kadınların bu durumu nasıl değerlendirdiğidir. Araçsal durum çalışması; görünenin ardındaki asıl olayı ya da genellemeyi anlamaya ve yeniden yorumlamaya yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda çalışmada, görüşmelerden elde edilen verilerin benzer ve farklı yanları ayrıştırılarak kodlanmış, görüşme soruları ve kodlar yardımıyla ana temalar belirlenerek buldular üç başlık altında sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcı profili

Katılımcı	Görevi	Oyun Sektöründeki Faaliyet Yılı	Mezun Olduğu Bölüm	Mesleği/Hobisi
K1	Oyun Geliştirici	2	Bilgisayar Programcılığı	Mesleği
K2	Yazılım Mühendisi-Oyun Geliştirici	6	Bilgisayar Mühendisliği	Mesleği
K3	Oyun Geliştirici	3	Bilgisayar Mühendisi	Mesleği
K4	Unity 3D Oyun Geliştirici	10	Elektrik-Elektronik Mühendisliği	Mesleği
K5	Oyun Tasarımcısı	10	Resim Öğretmenliği	Mesleği
K6	2D/3D Oyun Geliştirici	2	Grafik Tasarım	Mesleği
K7	Oyun Geliştirici	2	Bilgisayar Mühendisliği	Mesleği
K8	Oyun Geliştirici	4	Bilgisayar Mühendisliği	Mesleği

Araştırmaya katılanların hepsinin yüksek eğitim derecesine sahip olduğu görülmüştür. Oyun tasarımı alanında çalışan kişilerin belli bir eğitim seviyesine sahip olduğu yapılan araştırmalarla da desteklenmiştir. Oyun tasarımcılarının yüzde 93'ü lisans veya yüksek lisans mezunudur. Buradan hareketle oyun tasarılmanın yüksek ve teknik eğitim gerektirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Oyun tasarımcıların çoğu yazılım konusunda eğitim görmüş kesimden oluşmaktadır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016).

3. Araştırmanın Bulguları

Ekonomik olarak hacmi her geçen gün büyüyen oyun sektöründe çalışan kadınların oyun geliştirici olarak iş yaşamında aktif rol almalarındaki en büyük etkenin dijital oyunlara duyulan ilgi ve üniversitede alınan eğitim olduğu görülmektedir. Kadınlar bu sektöre kendi istekleriyle girmekte ve kadına biçilen geleneksel mesleki rollerin dışında da bulunma isteği ağır basmaktadır.

3.1. Kadınların oyun sektörüne yönelmelerindeki etkenler: İlgi ve eğitim

Yapılan araştırmada kadınların oyun sektörüne yönelmelerinin dijital oyunlara duyulan ilgi ve alınan eğitimle yakından bağlantılı olduğu görülmüştür. Küçük yaşta başlanan dijital oyun oynama edimi ilerleyen yaşlarda oyun sektöründe çalışma motivasyonuna dönüşmüştür. Dijital oyunların üretimine teknik beceri kazandıran bilgisayar mühendisliği/programcılığı, elektrik-elektronik mühendisliği, resim ve grafik tasarım gibi üniversite bölümlerinin, kadınların oyun sektörüne girmelerine aracılık ettiği görülmüştür.

Lise ve üniversite de yazılım okuduğunu ve kendisini yazılım okumaya iten sebebin de küçükken oynadığı oyunların nasıl yapıldığını merak etmesi olduğunu söyleyen K1 oyun sektöründe işe başlamasını şu şekilde anlatmaktadır: “*Eski bir bilgisayarda oyun oynamak çok zor olduğu için lisede yazılım okumaya karar verdim. Birçok farklı alan (web/ android / windows app) da deneme yaptıktan sonra bana eğlenceli gelen şeyden neden devam etmiyorum diye düşünüp tamamen oyuna yöneldim. Üniversiteden sonrada bu sektörde ise başladım.*” (K1)

Üniversitede resim öğretmenliği okuyan K5 ise oyun sektörüne girme serüvenini şöyle ifade etmektedir: “*2008 de oyun sektöründe çalışmaya başladım. Türkiye’de çok fazla yaygın değildi o yıllarda. Resim mezunu biri olarak illustrationlar yapıyordum. O yüzden ajanslarda grafik tasarımcı olarak çalışmak değil de, oyun sektöründe Illustartor olarak çalışmanın kendime daha yakın olduğunu düşündüm.*” (K5)

Oyun sektörüne girmek istemesinin sebebini çocukluğundaki ilgi ile bağdaştıran K6 ise süreci şu şekilde anlatmaktadır: “*Çocukluğumdan beri abimle bilgisayar oyunlarına aşinayız. Yaklaşık Windows98 kullandığından beri. Bu süreç beni sadece oyun oynamaya değil aynı zamanda oyun yapmayı da merak etmeye itti. Yani her ne kadar mobil oyun sektöründe bulunsam da benim çıkış noktam bilgisayar oyunları olmuştü.*” (K6)

Görüşmecilerden de K8 de sektöre yönelmesinin sebebini küçük yaşlardan itibaren oyuna duyduğu ilgi ile açıklıyor: “*Küçük yaşlardan itibaren aktif bir oyuncu olarak, kendi oyunumu yaratabilme hayalim vardı. Bu konudaki asıl bilincimi üniversite yıllarında, 2. sınıfta bir öğrenci iken bir etkinlik vasıtası ile kazandım diyebilirim.*”

Bilgisayar oyunlarının çocukluğunun ayrılmaz bir parçası olduğunu ve oyun oynamayı sevdiğini ifade eden K3, aldığı eğitimin de bu alana yönelmedeki etkisinden şöyle bahsetmektedir: “*2014-2015 yıllarında Bilgisayar Mühendisliği lisans tezimi satranç oyunu ile ilgili seçmiştim, bu tez sayesinde sektöre adım atmış oldum. Çocukluğumdan beri oyun oynamayı severdim, üniversitede aldığım bazı dersler kapsamında basit oyunlar geliştirdim, Maria tarzı platform oyunu, mobilde oynanabilen Bir Kelime Bir İşlem oyunu ve lisans tezim olarak*

geliştirdiğim mobil satranç oyunu. Bu süreçten sonra mezun olunca oyun geliştiricisi olmak istediğime karar verdim.” (K3)

Oyun sektörünün gelecek vaat ettiğinin, eğlenceli, yaratıcı ve dinamik olduğunun düşünülmesi de kadınların oyun sektörüne yönelmelerinin diğer sebepleri arasındadır. *“Bir bilgisayar mühendisi olarak en keyif alarak yapabileceğim, en dinamik ve en yaratıcı sektörlerden birisi olduğu için oyun sektörüne yöneldim. Oyun geliştirmenin eğlenceli ve yaratıcı yanına ek olarak, bilgisayar mühendisliği açısından sunduğu “challenge’lar” oyun geliştirmeye yönelmemi sağladı.”* (K2)

Kendini sürekli geliştirebileceği, hayallerini gerçekleştirebileceği, hobisini işe dönüştürebileceği bir alan olduğu için oyun sektöründe çalışmayı tercih ettiğini belirten K4 süreci; *“Üniversite yıllarımda alan dışı olarak aldığım 2 saatlik yazılım dersinin, okul hayatım boyunca aldığım en keyifli ders/konu olduğumu fark ettim. Okul dışındaki vakitlerimde hobi olarak C++ ile ufak çaplı oyunlar üzerinde denemeler yaptım. Daha önce de bahsettiğim gibi, her gün gelişebileceğim ve hayal gücümü hayata geçirmek üzerine ilerleyebileceğim bir alan olması beni çok cezbetmişti?”* şeklinde anlatmaktadır. Gelişime açık olduğu ve trendlerin takip edildiği sürece tatmin edici maaşların elde edilebileceğini ifade eden K7 ise oyun sektörüne girmesini şu şekilde ifade etmektedir: *“Ama esas faktör seçtiğim alanda sıkılmadan, eğlenerek çalışabilmek istememdi. Ve bu isteğimi karşılayan tek alan oyun sektörüydü.”* (K7)

3.2. Kadınlar: “Oyun üretiminde zorlanmıyoruz”

Araştırma kapsamında kadınların oyun üretiminde zorlanıp zorlanmadıkları sorulmuş, kadınların programlama gibi iş süreçleri de dahil olmak üzere oyun üretiminde zorlanmadıkları görülmüştür.

Oyun oynamayı sevmenin ve oyun sektöründe isteyerek çalışmanın oyun üretimini de olumlu yönde etkileyeceğini aktaran K3 durumu şöyle açıklamaktadır: *“Türkiye’de oyun geliştirilmeye 2005-2010 yıllarında başlandı diyebiliriz. Yani 10-15 yıllık çok yeni bir sektör, oyun oynamayı seven erkeklerin bu sektörde öncü konumunda olması çok da beklenmeyen bir durum değil aslında. Türkiye’de sektör büyümeye başladıkça kadınların sayısı da gün geçtikçe artıyor ama son olarak şunu da belirtmek istiyorum oyun geliştirmek sevmeden yapılacak bir iş değil ve bu sevgi de genelde çocukluktan oynayarak kazanılıyor. Oyun eğlence sektöründe geliştikçe, artık bunun içinde büyüyen kız çocuklarının zamanla sektörüne girip daha fazla üretime katkı sağlayacaklarını düşünüyorum.”* (K3). Benzer bir şekilde görüş belirten K5 de durumu şu şekilde özetlemektedir: *“Oyun oynamayı seven bir kadınsa zorlanacağımı düşünmüyorum.”* (K5)

Oyun üretiminin cinsiyetleşmiş bir temele oturtulmaması gerektiğini ifade eden K4’ün soruya verdiği yanıt şöyledir: *“Kadın ve erkek beyninin farklı çalıştığı alanlar olduğunu hepimiz bilmekteyiz. Fakat oyun üretiminde karşılaşılan zorlukların cinsiyet ayrımı ile yapılması çok sağlıklı bir analiz olmaz düşüncesindeyim. Bu tamamen genel olarak tüm sektörlerde olduğu gibi istek, azim ve bakış açısı ile alakalı yaşanabilecek zorluklar olan bir durumdur.”* (K4). Üretimi zorlaştıranın kendi düşünce tarzından kaynaklandığını söyleyen K1, K4’ün

yaklaşımını destekleyen bir görüş sunmuştur: “Benim en büyük problemim çok detaylı düşünmek. Örneğin bir karakterin engeli aşana kadar geçeceği algoritmayı çok detaylı düşünür basit düşünemem.” (K1)

Oyun üretiminde zorlanmadığını aksine gündelik ve basit oyunlarda kadın bakış açısının daha önemli olduğunu vurgulayan K7 ise durumu şu şekilde ifade etmektedir “Aksine benim çalıştığım alan olan Hyper Casual oyun türünde oyuncu profili açısından kadın oyunculara hitap eden oyunlarda kadınlar daha başarılı oluyor. Bu nedenle bir kadın bakış açısıyla geliştirilen bu oyunların başarılı olma şansının yüksek olduğunu düşünüyorum.” (K7)

Oyun sektöründe sayı olarak kadınların görünürlüğü aslında hiç de yabana atılacak boyutta olmadığını söylemekle sözlerine başlayan K8, oyun sektöründe kadınların daha çok tasarım gibi sanatsal ve içerik alanında çalıştığını belirtmektedir. Sözlerini şu şekilde sürdürmektedir: “Üzücü olan bir nokta da var: Yazılım tarafında çok fazla kadın meslektaşlarımın olmaması. Bunun çeşitli nedenleri olduğunu söyleyebilirim. Önemli nedenlerden bir tanesi Türkiye’de diğer yazılım sektörlerine göre oyun sektörünün aslında çok da gelişmiş olması ve üniversitelerde (güncel durumlar ile bu süreç iyileştirilse de) oyun sektörünün görünürlüğünden çok fazla bahsedilmemesi ve iş bulma olasılığımızın bunlara bağlı olarak daha dar olması olabilir. Zaman eksenli olarak ise düşünüldüğünde ben tabloya daha optimist olarak bakıyorum ve zamanla bu aradaki uçurumun daha da kapanacağına inanıyorum.”

Reklam ve prodüksiyon benzeri yaratıcı endüstrilerde olduğu gibi oyun sektöründe de çalışma saatlerinin zaman zaman belirsiz olması, özellikle işin teslim zamanı yaklaştıkça çalışma saatlerinin artmasının kadınların özel yaşamlarını olumsuz etkileyip etkilemediği sorulmuş araştırmaya katılanlar neredeyse yarı yarıya bu konuda görüş beyan etmişlerdir. Olumsuz etkileneceğini ifade edenler de bunun aile yaşamı ve çocukla ilintili olduğunu aktarmıştır.

Ofisteki herkesin aynı çalışma saatlerine uymak zorunda olduğunu belirten K1 bunun cinsiyetle alakalı bir durum olmadığını ifade etmektedir: “Neden bir kadın bundan olumsuz etkilesin ki. Bence bu cinsiyete değil çalışma sorumluluğuna bağlı” (K1). Ev ve iş arasındaki mesafe ile ailenin konuya yaklaşımının çalışma saatlerindeki düzensizliğe bakış açısını olumlu yönde etkilediğini belirten K2: “Benim için hayır. Ben ev yaşantımı isimin çevresinde kurduğum için de böyle düşünüyorum olabilirim, ev ile iş yerim çok yakın. Ayrıca ailem her zaman bir anda işim çıkabileceğinin farkında ve anlayış gösteriyor.” şeklinde soruyu yanıtlamaktadır. Proje teslim tarihi yaklaştıkça iş yoğunluğunun artabileceğini bunun da anlayışla karşılanabileceğini söyleyen K5’in ise görüşü şu yöndedir: “Eğer memur olarak çalışma kafasında değilseniz esnek çalışma şartları sizi rahatsız etmez. Tam tersi sabah işe daha geç başlanıyor akşam normal saate çıkılıyor. Proje yayınlama zamanında biraz durumlar değişiyor oda göz ardı edilebilir oluyor.” (K5)

Esnek çalışma saatlerine olumsuz açıdan yaklaşmayan K8 ise aksine oyun sektörünün belli bir bilinç düzeyine sahip kişilerden oluştuğunu ve işin doğasında bulunan eğlence sebebiyle de en rahat çalışma ortamlarından birini sunduğunu belirtmektedir: “Ben burada çalışma saatlerinin esnek olmasını çok fazla negatif bir süreç içinde yaşamadım açıkçası. Bazı deadline yetişmediği durumda ‘mobbing’ olmadığı ve sürecin iyi

² Çok fazla uzmanlık ve dikkat gerektirmeyen, sürekliliğe ihtiyaç duymayan, kısa sürede üretilebilip tüketilebilen, çoğunlukla mobil telefonlarda oynanan oyunlar.

yönlendirildiği durumlarda (gereğinden fazla iş yükü yüklememek) mesaiye kalınmanın bir sakıncasını görmüyorum. Aslında oyun sektörü bence, belirli görüşteki insanların bulunduğu, biraz daha sanatın önemli görüldüğü ve işe sanat olarak bakıldığı bir ortam olarak en rahat çalışma ortamını sunan ve çalışanını serbest bırakan, çalışanı çok bunaltmamaya yönelik bir sektör. Tabii ki istisnalar vardır ve belki de örnekler de çoktur; ama benim genel olarak karşılaştığım durum bahsettiğime daha yakın.”

Özel hayata saygı bağlamında konuyu değerlendiren K4 durumu şu şekilde ifade etmektedir: “Esnek çalışma saatleri mantığının biraz çarpıtıldığı dönemdeyiz. Gerçekten gerekli olması durumunda bu sektörde yer alan kişiler olarak biz bu durumu çoğunlukla itiraz etmeden projeyi sahiplenerek çalıştık, çalışıyoruz. Kadın-erkek ayrımı yapmaksızın severek yapılan bir iş bile olsa özel hayat alanından bu kadar alınmaması gerekir. Mesai saatlerini aktif ve verimli bir şekilde kullanmaktan uzaklaştırıp, kendimize sosyal ve özel alan bırakmadan uzun süre bu tempoda çalışmak herkesi etkileyen bir durumdur.” (K4)

Aile yaşamıyla ve ailenin bu konuya bakış açısıyla durumu dile getiren katılımcıların görüşleri ise şu yöndedir: “Esnek çalışma saatleri her sektörde kadınları olumsuz etkileyebilir. Çünkü ev hayatında her zaman bir eş ve annesiniz.” (K3). “Sektörde Game Developer ya da Game Artist pozisyonlarında çalışıyorsanız bu yoğun mesai yapmanız gerektiği anlamına geliyor. Mesai bitiminde iş üç saat uzayacaksa o üç saatin üçünü de dolu dolu çalışarak geçirmeniz gerekmektedir. Bu nedenle iş-sosyal hayat dengesini kurmada yardımcı olacak ve anlayış gösterecek aile bireylerine sahip olmayan kadınların sektördeki faaliyetleri olumsuz etkilenebilir.” (K7)

3.3. Oyun sektöründe cinsiyetçiliği kabulleniş ve meşrulaştırma sorunsalı

Yapılan araştırma kapsamında kadın katılımcılara oyun sektörünün eril bir yapıda olmasının çalışma hayatını nasıl etkilediği sorulmuş; kadınların erkek egemen yapıyı kabullendikleri, buna göre durumu erkeklerin kendilerine “kibar” davrandıkları yönünde meşrulaştırmaya çalıştıkları ve eril yapıya uyum sağlayarak savunma mekanizması geliştirdikleri görülmüştür.

Oyun sektöründeki erkek egemen yapının kadınların çalışma hayatına nasıl yansıdığı konusunda olumlu ve olumsuz bakış açıları ortaya koyulmuştur. Kadınların eril yapı içerisinde feminenliklerini sindirmek zorunda kalabileceğini ifade eden K2 konuya olan yaklaşımını şu sözlerle açıklamaktadır: “Oyun sektöründe özellikle ‘production’ yapan ekipler erkek egemen. Bu noktada ne yazık ki bütün toplumda hakim olan zararlı eril davranışların ve/veya kabullenişlerin tezahür ettiğini görüyoruz. Erkek-erkeğe daha iyi anlaşıldığı düşüncesi, erkeklerin birbirini ‘bro-culture’ konusunda daha da radikalleştirmesine sebep oluyor. Sosyalleşilen zamanlarda ortama giren kadınlara da ‘party boomer’ gözüyle bakıldığını söylemek bence yanlış olmaz. İş yapılan zamanlarda ise ‘mansplaining’ ve ‘hepeat’ gibi davranışların bilerek ya da bilmeyerek tezahür ettiğini görebiliriz. Bu da kadınları ister istemez dışlayan, rahat hissettirmeyen, işgücüne yaptığı katkıdan yüzde 100 verim alınmayan bir iş hayatına sebep oluyor. Bu noktada kadınlar kendi feminenliğinden feragat ederek yahut gerçek düşüncesini dillendirmeyerek ya da erkeklerle ortama uyum sağlamak zorunda bırakılıyor. Bu da bir cinsiyetin kendi gibi var olamaması demek ki bu çok vahim.” (K2)

Bilgi iletişim teknolojileri alanında çalışan kadınların kendi cinsiyet kimlikleriyle ve birlikte çalıştıkları erkeklerin zorbalıklarıyla başa çıkabilmek için stratejiler geliştirmeleri gerektiği öne sürülmektedir (Newell, 2002). Bu perspektiften bakıldığında cinsiyet eşitsizlikleri ile sonuçlanan



konuları ele alanlar iş yerlerinden ziyade erkek egemen çevreye ayak uydurmak zorunda kalan kadınlardır. Erkek egemen bir sektörde duruma başa çıkmak için ortaya konan bir strateji, kadınların cinsiyet kimliklerini görünmez kılmasıdır (Griffiths, Moore ve Richardson 2007). Kadınların azınlıkta oldukları sektörlerde saldırı ve baskı karşısında savunmasız kaldığına işaret eden Kram ve Hampton (1998); çalışma yaşamında kadın varlığının azalmasının, kadının görünürlüğünün artıracığını ve onu savunmasız bırakacağını öne sürmekte ve bu sorunu “Görünürlük savunmasızlığı sarmalı” (visibility vulnerability spiral) kavramı ile tanımlamaktadır. Kadınlar bir endüstride veya işyerinde yetersiz temsil edildiğinde, sinsi ama güçlü dinamikler yetersiz temsil edilen grubu zayıflatmak için çalışabilir. Bu dinamikler kadınların performansının sürekli gözetim altında olmasına neden olurken, çoğunluk kültürüne asimile etme baskısı da üretir.

Sektördeki cinsiyetleşmiş yapının istenmiş bir durum olmaktan ziyade sektörün gelişim sürecindeki taleplerin/ilginin çoğunluğunu erkeklerin oluşturması üzerine böyle bir hal aldığını ifade eden K4, cinsiyetine dair olumsuz bir tavırla karşılaştığında o ekibin içinde yer almayarak tepkisini göstereceğini ifade etmiştir: “*Çalışırken cinsiyetim yerine ekip olarak yapabileceklerimize odaklandım hep, bu yüzden kalabalık ekiplerde tek kadın ya da azınlık olmam rahatsız eden bir durum olmadı. Karşımdaki insanlarda bunu hissettiğimde aynı bakış açısına sahip olmayan kişiler ile bir ekip sinerjisi oluşturabileceğini düşünmediğim için o ekibin bir parçası olmadım.*” (K4)

Çalıştığı ekipteki az sayıdaki kadından biri olduğunu söyleyen K7, çalıştığı iş yerinde olumsuz bir tavırla karşılaşmadığını ifade etmektedir: “*Bugüne kadar işe girdiğim firmaların ya da dahil olduğum ekiplerin hep ilk kadın üyesi ben oldum. Benden önceki durum hakkında bir bilgim yok ancak ben dahil olduktan sonra çalışma ortamındaki ilişkiler ya da çalışma tanımlarında herhangi bir olumsuzluk gözlemlemedim. İş başlangıcında genel söylem, ekibe bir kadının dahil olmasının ekibe bir düzen ve ciddiyet katacağına inandıkları yönündeydi.*” (K7)

Benzer bir şekilde K8 de çalışma hayatında cinsiyet eşitsizliğiyle büyük oranda karşılaşmadığını fakat, mesleğe ilk başladığı yıllarda olumsuz bir muamele gördüğünü aktarmaktadır. Oyun sektöründe karşılaştığı çalışanların cinsiyet eşitliği konusunda nispeten daha bilinçli bir kesim olduğunu düşünen K8 şu şekilde görüş belirtmekte ve yaşadığı olumsuz bir deneyimi aktarmaktadır: “*Ben oyun sektöründe sadece bu eşitsizlikle çok karşılaşmadım; bir önceki şirketimde CEO bir kadındı mesela ve kadın çalışmaları çok fazla yürütmüş, kadınları destekleyen, eril zihniyetten uzak, güçlü bir profil sergiliyordu. Hatta şu anki çalıştığım şirkette de kadın bir çalışan aramıza her katıldığında, kadın görünürlüğünü destekleyici konuşmalar geçmekte ve desteklenmekte. Ama tabii ki ben tek tük karşılaştım da, işgücünün cinsiyetleşmiş olması diğer sektörlerde de sık karşılaştığımız bir sorun. Hatta 5-6 yıl öncesinde bir iş mülakatında çok irite edici, aşağılayıcı bir tutumla karşılaştığımı söyleyebilirim. Yeni deneyim elde etmeye çalıştığım bir dönemdi ve kendimi geliştirmek adına bir iş arıyordum. İsmi vermediğim özel bir şirkette iş görüşmesine katıldım. Karşımdaki kişi bir erkekti, aslında bir kadın da olabilirdi. Çünkü eril zihniyetin her iki cinsiyette de bol bol örnekleri hem mesleki hem özel hayatımda karşılaştığım kadarıyla mevcut. Gayet toy, iş öğrenmeye çok istekli, kendimi geliştirmeye çalıştığım bir evre idi. Başlarda iyi başlayan teknik mülakat sonrasında karşımdaki kişi kişisel, çirkin görüşlerini benimle paylaştı. “hevesli olanları çok gördük, arkandaki odada bir tane bayan arkadaş çalışıyordu. 1 hafta sonra hevesi kaçtı, işi bıraktı.*”

Genelde siz bayanlar bevesinizi alınca bırakıyorsunuz, eminim sen de başlarsan öyle olacaksındır". Bu benim ilk karşılaştığım ve şok içinde olduğum bi deneyimdi. Elbette ki bu şekilde bi zihniyete sahip biri ile (önemli bir pozisyonda olan) çalışmayı asla istemedim.”

Oyun sektörünün cinsiyetleşmiş olmadığını düşünen katılımcı soruyu şu şekilde yanıtlamıştır: “Genel olarak çalıştığımız insanlar vizyoner ve açık görüşlü oluyor. Yaptığımız işe bakılıyor çalışma tanımlarını belirlerken.” (K5)

Kadın olması sebebiyle aşağılayıcı bir söyleme maruz kalsa da bunu cinsiyetçi bir yaklaşım olarak görmeyen katılımcı ise oyun sektöründeki eril yapının kabullenişinin bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır: “Bazı konularda "sen kadınsın bu kadar detaylı düşünmene gerek yok" yorumunu birkaç kez alsam da genele vurduğum da çalışma arkadaşlarımdan cinsiyetçi bir yaklaşım görmedim.” (K1). Benzer bir şekilde yapılan cinsiyetçi şakaların toplumun kültürüyle bağdaştırılarak meşrulaştırılmaya çalışıldığı görülmektedir: “Yer yer cinsiyetçi şakalar duymak mümkün. Ben bunun daha çok coğrafyamızın kültürüne dayandığını düşünüyorum.” (K6). Bir diğer cevapta ise “kadınlık” bir avantaj olarak görülmektedir: “Yazılım ekibinde kadın çok az oluyor. Tasarımda tam tersi kadın çoğunluğu fazla. Şirket genelinde kadın sayısı az tabii ki. Fakat bu durum bence daha iyi oluyor. İş yaparken daha kibar ve öncelikli davranmalarına sebep oluyor.” (K5)

Katılımcılara oyun sektöründe fırsat eşitliği olup olmadığı yönünde soru yöneltilmiş, farklı yanıtlar alınmasına rağmen fırsat eşitliğinden bahsedilebileceğinin söyleyenlerin ağırlıklı olduğu görülmüştür. Katılımcıların beşi fırsat eşitliğinden bahsedilebileceğini söylerken, ikisi bahsedilemeyeceğini ifade etmiştir. Olumlu olan bakış açılarından biri şu şekildedir: “Çok rahatlıkla bahsedilebilir diyebilirim. Uzun süredir oyun sektöründe aktif olarak yer alan bir kadın olarak, cinsiyet ayrımlığının erkekler tarafından oluşturulduğu algısının yaratılmasının çok yanlış olduğunu düşünüyorum. Özellikle son yıllarda öncelik olarak biz kadınlara istihdam sağlanmak istendiğini açıkça görüyorum.” (K4). Sektördeki erkek egemen yapının erkekler tarafından oluşturulmadığı aksine kadınların bu alanda daha çok olmasının arzulandığı ifade edilmektedir.

Fırsat eşitliği olmadığını savunan bir katılımcının ise görüşü şu şekildedir: “Her ne kadar evet demek istesem de maalesef hayır. Her sektörde olduğu gibi bu sektörde de kadınların yeterliliği erkeklere göre haksız yere daha çok sorgulanıyor. Tamam erkeklerden oluşan takımlar yeni bir eleman gerektiğinde bilerek ya da bilmeyerek ayrımcılık yapıyor ve elinde 'bro-culture'ı kaybetmek istemiyor. Yükselirken erkeklerin kadınlara göre daha çabuk unvan aldığı da benim gözlemlerim arasında.” (K2)

Fırsat eşitliğinin şirketin vizyonundan kaynakladığını ifade eden katılımcının görüşü ise şu yöndedir: “Cinsiyet açısından bakarsak kurumsallaşmak isteyen firmalar bünyelerine kadın çalışan almayı tercih ediyor. Çünkü bir kadının bulunduğu ortamda herkes kendine çeki düzen vermek zorunda kalıyor. Fakat bazı firmalar ise kadın çalışan alıp "erkek muhabbetini" bozmak istemiyor. Fırsat eşitliği tamamen firmanın vizyonunun ne kadar dar ya da geniş olduğuna bağlı. Dar vizyon üzerine kurulu bir çalışma alanında eşitlik bekleyemeyiz.” (K6)

Sonuç

Dijital oyun sektörü son yıllarda tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de gelişme göstererek gelir anlamında büyük bir hacme ulaşmıştır. Fakat birçok yaratıcı sektörde olduğu gibi dijital oyun sektöründe erkek egemen bir yapı söz konusudur. Türkiye’de hemen her alanda olduğu gibi oyun sektöründe de erkek egemen bir yapının olduğunu toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bu alanda da etkin bir şekilde var olduğunu söylemek mümkündür.

Yapılan görüşmeler sonucunda bu sektöre yönelen kadınların alanla ilişkili üniversite bölümlerinden (yazılım, bilgisayar, tasarım gibi) mezun oldukları görülmüştür. Oyun üretimine teknik bir alt yapı ve beceri sağlayan bölümlerde okuyan kadınların, oyun sektörüne yöneldikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca eğitimin yanında oyun sektöründe çalışma isteğine sebep olan içsel motivasyon öğelerinin, oyun oynamayı sevmeye, oyunu hobi haline getirme ve oyuna ilgi olduğu görülmüştür.

Görüşme yapılan kadınların hepsi mesleği yarı zamanlı ya da ek iş olarak değil, ana meslekleri olarak icra etmektedirler. Toplum kodlarına uygun meslekler (doktor, avukat, öğretmen vb) dışında küresel kültürü ve dünyayı temsil eden dijital oyun sektörüne yönelen kadınların oyun geliştirme işini ciddiye aldıkları ve bu işten gelir elde ettikleri görülmektedir.

Kadınların dijital oyun üretimi konusunda işin yapılışı ve sürecin devam ettirilmesi konusunda zorlanmadıkları yapılan araştırmayla ortaya koyulmaktadır. Kadınlar için, oyun oynamayı sevmeye ve oyun geliştirmeye teknik beceri sağlayacak bir eğitimden geçme, oyun üretimini kolay hale getirmektedir.

Yaratıcı endüstrilerin (reklam, sinema, tv) beraberinde getirdiği düzensiz çalışma saatlerinin (başlangıcı-bitişi net olmayan) dijital oyun sektöründe de yaygın olması, mesleğin tercih edilmesinde olumsuzluk olarak karşımıza çıkmamaktadır. Fakat kimi zaman düzensiz çalışma saatlerinin kadın açısından aile yaşamını olumsuz etkileyebileceği de ifade edilmektedir.

Yapılan araştırmada işgücünün dağılımı açısından cinsiyetler arasında bir dengesizlik olduğu katılımcılar tarafından bilinmekte fakat bu durumun çalışma koşullarını olumsuz anlamda etkilemediği savunulmaktadır. Hatta bunun bir kabulleniş olarak tezahür ettiği söylenebilir. Bazı katılımcıların durumu erkeklerin kendilerine “kibar” davrandıkları yönünde meşrulaştırmaya çalıştıkları ve eril yapıya uyum sağlayarak savunma mekanizması geliştirdikleri görülmüştür. Bu kabulleniş, meşrulaştırma ve savunma mekanizması geliştirme hiç kuşkusuz erkek egemen yapının bir sonucudur.

Dijital oyun sektöründe nicel olarak kadın ve erkek çalışanlar arasındaki uçurumun sebebinin bir göstergesi de hiç kuşkusuz üniversitelerin dijital oyun tasarımı bölümündeki kadınların da azlığıdır. Kadınların bu alanda eğitim almayı neden tercih etmedikleri, toplumdaki geleneksel meslek rollerinin bölüm tercihlerinde etkili olup olmadığı sorgulanması gereken hususlardır. Women in Games gibi oluşumların lise ve üniversitelerle olan iş birliğini artırıp, daha fazla kadının dijital oyun sektörüne yönlendirilmesi konusunda aktif hareket etmesi kadınların bu alandaki yoğunluğuna katkı sağlayacaktır. Gelecek dönemde, oyun sektöründeki eril yapının oyun tasarımına nasıl yansıdığı, oyunların içindeki

cinsiyetçi kalıpların erkek egemen bir sektörün sonucu mu olduğu gibi sorular ışığında yapılacak çalışmalar, oyun sektöründeki kadın istihdamının önemine değinen çalışmalar arasında yer alabilir.

Kaynakça

- Adamkiewicz, A. (2012). No, You Can't Make Video Games. *Gamasutra*. 2 Şubat 2020 tarihinde http://www.gamasutra.com/blogs/AleksanderAdamkiewicz/20120703/173489/No_You_Cant_Make_Video_Games.php adresinden alınmıştır.
- Ankara Kalkınma Ajansı Dijital Oyun Sektörü Raporu. (2016). 5 Mart 2020 tarihinde http://www.ankaraka.org.tr/tr/%20dijital-oyun-sektoru-raporu_3414.html adresinden alınmıştır.
- Anthropy, A. (2012). *Rise of the videogame zinesters*. New York, NY: Seven Stories Press.
- Aziz, A. (2008). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri*. Ankara: Nobel.
- Clegg, S. & Trayhurn, D. (2000). Gender and computing: Not the same old problem. *British Educational Research Journal*, 26(1), pp.75-89.
- Creswell, J. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri*. (Çev. M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Dyer-Witheyford, N. & De Peuter, G. (2009). *Games of empire: global capitalism and video games*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Entertainment Software Association. (2012). "Essential Facts about the Computer and Video Game Industry." 10 Şubat 2020 tarihinde http://www.theesa.com/facts/pdfs/esa_ef_2012.pdf adresinden alınmıştır.
- Faulkner, W. (2001). The technology question in feminism: A view from feminist technology studies. *Women's Studies International Forum*, 24(1), pp. 79-95.
- Faulkner, W. (2007). Nuts and bolts and people: Gender-troubled engineering identities. *Social Studies of Science*, 37(3), pp.331-356.
- Game Developer Gender Distribution Worldwide. (2019). 15 Şubat 2020. Tarihinde <https://www.statista.com/statistics/453634/game-developer-gender-distribution-worldwide/> adresinden alınmıştır.
- Game Developer Indeks. 2019. Erişim Tarihi: 03.01.2020. https://static1.squarespace.com/static/5a61edb7a803bb7a65252b2d/t/5db812f3df1a2166b947a58a/1572344586626/GDI19_web.pdf
- Gamedevmap 2.0. (2020). 10 Mart 2020 tarihinde <https://www.gamedevmap.com/index.php> adresinden alınmıştır.
- Griffiths, M., Moore, K. & Richardson, H. (2007). Celebrating heterogeneity?: A survey of female ICT professionals in England. *Information, Communication and Society*, 10(3), pp. 338-357.
- Hürriyet. (2018). Türk Oyun Pazarı 1 Milyar Doları Aştı. 3 Mart 2020 tarihinde <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/turk-oyun-pazari-1-milyar-dolari-asti-40874521> adresinden alınmıştır.

- Jenson, J. & De Castell, S. (2011). God trick, good trick, bad trick, new trick: Reassembling the production line. Wagner, B. & Grausgruber, W. (Eds.) *Tricky women: Women in animation*, Marburg, Germany: Schuren Verlag, 145–158.
- Kafai, Y. B. & Pepler, K. (2011). Youth, technology, and DIY: Developing participatory competencies in creative media production. *Review of Research in Education*, 35 (1), pp. 89 – 119.
- Kelan, E. K. (2007). “Tools and Toys: communicating gendered positions towards technology. *Information, Communication and Society*, 10(3), pp. 358-383.
- Kram, K. E., & Hampton, M. (1998). When women lead: The visibility - vulnerability spiral. Klein, E., Gabelnick, F. & Herr, P. (Eds.) *The psychodynamics of leadership*, Madison: Psychosocial Press.
- MacDonald, K. (2020). *Not so white, male and straight: the video games industry is changing* 10 Mart 2020 tarihinde <https://www.theguardian.com/games/2020/feb/19/video-games-industry-diversity-women-people-of-colour> adresinden alınmıştır.
- Natale, M. J. (2002). The effect of a male-orientated computer gaming culture on careers in the computer industry, *Computers and Society*, 32 (2), pp. 24-31.
- Newell, S (2002). *Creating the healthy organisations: Well-being, diversity and ethics at work*. London: Cengage Learning
- Newzoo Global Oyun Pazarı Raporu. 2019. Erişim Tarihi: 5 Ocak 2020 tarihinde <https://newzoo.com/insights/rankings/top-10-countries-by-game-revenues>, adresinden alınmıştır.
- Oyunder. 5 Şubat 2020 tarihinde <http://www.oyunder.org/women-in-games/> adresinden alınmıştır.
- Prescott, J. & Bogg, J. (2011). Segregation in a male dominated industry: Women working in the computer games industry. *Internation Journal of Gender, Science and Tecnology*, 3(1), pp. 205-227.
- Ramanan, C. (2017). *The video game industry has a diversity problem—but it can be fixed*. 5 Mart 2020 tarihinde <https://www.theguardian.com/technology/2017/mar/15/video-game-industry-diversity-problem-women-non-white-people> adresinden alınmıştır.
- Shirinian, A. (2012). Ten years of salary surveys: An aggregate analysis of game developers’ salaries from 2001–2010. *Game Developer Magazine*, 19 (2).
- The Global Gender Gap Report. 2020. 12. Şubat 2020 tarihinde http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf adresinden alınmıştır.
- Wajcman, J. (2000). Reflections on gender and technology studies: In what state is the art?. *Social Studies of Science*, vol. 30(3), pp. 447--464.
- Westcott, E. (2013). Independent game development as craft. Loading. . . *Journal of the Canadian Game Studies Association*, 7 (11), pp. 78–91.

Wilson, F. (2003). Can compute, won't compute: Women's participation in the culture of computing. *New Technology, Work and Employment*, 18(2), pp. 127-142.

Women in Games. 5 Şubat 2020 tarihinde <http://www.womeningames.org/about> adresinden alınmıştır.

YÖK Atlas, 13 Mart 2020 tarihinde <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=18004> adresinden alınmıştır.

Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi. 13 Mart 2020. <https://istatistik.yok.gov.tr/> adresinden alınmıştır.