

# L

# EGO Oyuncaklarında Toplumsal Cinsiyet Temsili

**Tonguç İbrahim Sezen\***

*İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi*

## **Özet**

Bu çalışma, LEGO şirketinin 2012 yılında piyasaya sürdüğü *Friends* serisinin kız çocuklara olumsuz toplumsal cinsiyet modelleri önerdiğine yönelik eleştirilerden yola çıkarak LEGO oyuncaklarının toplumsal cinsiyet temsili ve prosedürel temsil bağlamlarında sahip oldukları potansiyelleri incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda öncelikle oyuncağın toplumsal cinsiyet oluşturmadaki rolüne dair oyuncak araştırmaları, oyun çalışmaları ve oyuncak tasarımı alanlarındaki literatürden yararlanılmış ve bunu LEGO şirketinin ürünlerindeki kadın karakterlerin tarihsel dönüşümüne dair bir inceleme takip etmiştir. Ardından dijital medya ve dijital oyun araştırmaları kökenli bir kavram olan prosedürel okuryazarlık kavramından yararlanılarak LEGO oyuncaklarının kültürel prosedürleri temsil etmedeki sınırlılıkları ve *Friends* serisinin bu açıdan sunduğu yeni olasılıklar tartışılmış ve bunların toplumsal cinsiyet temsili konulu eleştirilerle olan ilişkisi sorgulanmıştır.

## **Anahtar Kelimeler**

LEGO, Prosedürel Okuryazarlık, Toplumsal Cinsiyet, Oyuncak, İnşa Oyunağı, Kimlik, Oyun, Prosedürel Temsil

\* tongucs@hotmail.com

## Giriş

LEGO® firması yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren geliştirdiği oyuncaklarla hem ticari anlamda başarı kazanmış hem de ürünleri tıpkı Coca Cola veya İsviçre Çakısı gibi çağdaş kapitalist Batı kültürünün simgelerinden birine dönüşmüştür. Öte yandan LEGO oyuncakları çocukların gelişimine olumlu etkileri ile övgü toplamaktadır: Başta Seymour Papert'in işbirliği ile geliştirilen (Greene 2010, 80) ve çocuklara mühendislik ve bilgisayar bilimleri alanlarında uygulamalı deneyimler kazanma imkanı sunan *Mindstorms* serisi olmak üzere, bugün çeşitli LEGO ürünleri sınıf içi eğitimde kullanılmaktadır (The LEGO Group [TLG] 2011). 1998 yılından bu yana her yıl düzenlenen LEGO robot tasarım yarışması *FIRST LEGO League*'e ise bugüne kadar 9 ila 14 yaşları arasında 140.000'den fazla öğrenci katılmıştır (Baichtal ve Meno 2011, 252).

Eğitim alanındaki bu başarıya ek olarak artık kültürel birer ikona dönüşmüş olan "LEGO Tuğlaları" (*LEGO Bricks*) ve "LEGO Minifigürleri" (*LEGO Minifigures*) veya Türkiye LEGO hayran toplulukları arasında yaygın olarak kullanılan isimleri ile "LEGO adamlar" popüler medyada yer almanın yanında Nathan Sawaya gibi sanatçılar tarafından da kullanılarak dünyanın önemli müzelerinde yer bulmaktadırlar (Baichtal & Meno 2011). Her yıl dünyanın farklı ülkelerinde yapılan LEGO hayran toplantılarına çocuklar yanında "Yetişkin LEGO Hayranları" (*Adult Fans of LEGO* veya *AFOL*) da katılmakta, bu hayranlar İnternet üzerinde kurdukları "LEGO Kullanıcı Grupları" (*LEGO User Groups* veya *LUGs*) ile iletişim içinde kalmaya devam etmekte, tasarımlarını ve hobilerini paylaşmaktadır (Baichtal ve Meno 2011). 1990'ların sonu ve 2000'lerin ilk yarısında mali sıkıntılar yaşayan şirket bugün ticari anlamda yeniden yakaladığı başarının yanında müşterileri ile kurduğu yaratıcı ve karşılıklı güvene dayalı ilişki nedeni ile de önemli bir üne sahiptir. 2010 yılında Avrupa'nın en itibarlı markası seçilen LEGO (Wieners 2011), hayranlarını tasarım sürecine dahil etmekte. onların ürünlere yönelik yorumlarını ve beklentilerini dile getirebilecekleri bir yapı içinde faaliyetlerini sürdürmekte ve LEGO cemaatinin yaratıcılığını desteklemektedir (Greene 2010).

Tüm bu başarısına ve müşterileri ile olan olumlu ilişkisine karşın LEGO firması 2012 yılının başında çeşitli çevrelerden olumsuz tepkiler almıştır. Bu tepkilerin odağında yıl başında piyasaya sürülen "*Friends*" serisi yer almaktadır. Aileler, iş çevreleri ve kadın hakları savunucuları yanında LEGO hayran toplulukları içinde de etkileri gözlenen bu tepki ve yarattığı tartışmanın kaynağı *Friends* serisinin toplumsal cinsiyet temsili noktasında olumsuz bir örnek oluşturduğu düşüncesidir. Eleştiri sahipleri aşağıda da görüleceği üzere setlerdeki kadın karakterlerin erkek egemen bir tüketim toplumu içinde hem ekonomik hem de sosyal anlamda ikincil şekilde konumlandırıldığını savunmaktadırlar. Peki ama geleneksel olarak hem erkek hem de kız çocukları aynı ürünlerle hedefleyen (Orenstein 2011), oyuncaklarının cinsiyet ayrımı yapmadan ders müfredatına entegre edilebilmesi için çalışan bir marka nasıl olup da böyle bir tepki ile karşılaşmıştır? Bu sorunun cevabını anlamak için oyuncakların toplumsal rollerin oluşumunda oynadıkları role bakmak gerekir.

Roger Caillois'e göre (2006) oyun aktivitesi güdültülü, düzensiz ve içten gelen çocuksu oyunları ifade eden "*paidia*" ile oyuncunun oyunun kurallarına kendini uydurduğu oyunları ifade eden "*ludus*" arasında sıralanabilecek farklı derecelerde eylemleri ifade eder ve insan daima *paidia*'yı *ludus*'a dönüştürme eğilimindedir. Katie Salen ve Eric

## Toplumsal Rollerin Oluşumunda Oyuncağın Yeri

Zimmerman (2004, 83) bu iki uç arasındaki ilişkiyi, “oyun oynama” (*play*) ve “oyun” (*game*) kavramları üzerinden iki farklı olası ilişki boyutu ile yeniden yorumlarlar. Oyun oynama oyunları kapsayabilir; zira daha serbest olan ve *paidia*'ya yakın görülebilecek oyun oynama süreci içinde kurallara bağlı ve *ludus*'a yakın oyun etkinliğini barındırabilir. Diğer taraftan tasarım bağlamında oyun oynama etkinliğinin oyun içinde de özel bir süreç olarak konumlandırılması da mümkündür. Bu bağlamda Cailois'e göre (2006) kurallar, oyun oynama ve kültür, oyun fenomeninin üç farklı veçhesini ifade eder. Bu durum şöyle de açıklanabilir: Kurallar oyunun formel özellikleri olarak belli kalıpları empoze eder. Kültür aynı anda hem bu kalıpların anlamlandırılmasına yardımcı olur hem de kendi kuralları ile ikincil bir formel yapı oluşturur. Oyun oynama ise bu iki formel yapı karşısında oyunun serbest alanını oluşturur. Bu üç kavram arasındaki ilişki oyunun farklı aşamalarında ve yapı taşlarında gözlemlenebilir. Bu ilişkiyi yansıtan önemli başlıklardan biri de oyuncaklardır.

Nebi Özdebir'in (2006, 131) de vurguladığı üzere aralarındaki ayrım geçici ve daha çok akademik nitelikte de olsa “oyuncak”, “oyun araç-gereçleri ve donatıları” yanında farklı bir kategoriyi ifade eder. Oyun araç-gereçleri belli bir oyunun kurallarına göre oynanabilmesi için gerekli nesnelere ifade eder. Bunlar bir dal parçası veya farklı amaçlarla kullanılmaya uygun plastik bir top gibi görece belirsiz nitelikte veya çok amaçlı olabilirler. Önemli olan oyunun kuralları içinde üstlendikleri rollerdir. Öte yandan çocuğun oyun oynaması için özel üretilen nesnelere olan oyuncaklar Metin And'ın (2002, 138) da belirttiği üzere farklı oynama şekillerine hizmet edebilirler. Belli bir amaç için üretilmişler ise; örneğin belli sayıda ve özel şekillerde olmaları gereken satranç taşları gibi oyunun kuralları ile doğrudan ilişki içindedirler. Yapıları bir çemberde olduğu gibi özellikle belli tür oyunların oynanmasına izin verebilir. Dahası, oyuncaklar başka çocuklarla belli oyunlar içinde oynanabilecekleri ve oyun araç-gerecine dönüşebilecekleri gibi; tek bir çocuk tarafından tek başına ve oyun oynama etkinliği içinde de yer bulabilirler. Oyuncak ve oyun araç gereci arasındaki ayrım oyuncunun kültürel kodları anlamlandırması sürecini de etkiler. Örneğin, farklı şekillerde boyanmış minyatür arabalar birer oyuncak olarak tek başına bunlarla oynayan bir çocuk için itfaiye veya polis arabası olarak toplumsal ve kültürel bir anlam taşırlar; ancak, bir yokuştan aşağıya bırakarak arabalarını yarıştıran bir grup çocuk için arabaların hız ve dengeleri, üzerlerindeki boyadan daha önemlidir. Kuralların öne çıktığı bu kapalı dünyada gerçek dünyanın kültürel kodları önemlerini yitirirler.

Oyuncaklar tarihinin erken dönemlerinden beri insanlık kültürünün bir parçasıdır. Eski Mısır'daki ahşap bebek ve timsahlar; Pers İmparatorluğu'nda oynanan hareketli hayvan modelleri ve Antik Roma'daki minyatür araba ve toplar akla gelen ilk örnekler olarak sayılabilirler (Özdemir 2006, 129–130). Bu ilk örneklerden başlayarak ister oyun ister oyun oynama amaçlı üretilmiş olsunlar oyuncakların temel işlevi, Demet Öngen'in (1991, 1 - 8) de belirttiği üzere, çocuğun hayal dünyasında yarattığı fantezileri somutlaştırmasına yardımcı olmaktır. Bu bağlamda Greg Costikyan (2006, 194) oyunların hedefleri – ve bunların içinde buldukları kuralları – olmasına karşın oyuncakların en önemli özelliklerinin interaktif olmaları olduğunu vurgular. Yani denilebilir ki oyuncaklar top örneğinde olduğu gibi materyal sınırları içinde farklı işlevler üstlenebilir olmalıdırlar. Öte

yandan bir oyuncuğun oyun veya oyun oynama sırasında üstlenebileceği rollerin sınırlarını belirleyen tek unsur materyal özellikleri değildir. Cailois'in oyun fenomeninin üç farklı veçhesinden biri olarak gördüğü kültür de önemli bir belirleyicidir. Ahşap bir timsah oyun oynama süreci içinde çocuk tarafından farklı şekillerde anlamlandırılabilir; ancak bu süreçte temsil ettiği şeyin yani gerçek bir timsahın özelliklerini taklit etmede kullanılması çok daha yüksek bir olasılıktır.

Maaik Lauwaert (2009, 39-41) özellikle Batı'da sanayi devriminin gerçekleşmesinin ardından oyuncakların toplumsal ve kültürel anlamda şekillendirici rollerinin artmaya başladığının altını çizer. Oyuncaklar üretildikleri günün toplumunu ve onun değerlerini aktarır, yansıtır ve öne çıkarırlar. Böylece aynı anda hem toplumu hem de bireyi şekillendirirler. Lauwaert (2009, 39) sanayi devrimi sonrasında oyunculara yüklenen en önemli amaçlardan birinin çocuklara toplumsal cinsiyet rollerinin aktarılması olduğunu vurgular. Yaşanan kentleşme, orta ve üst sınıfların çocuklarını tehlikeli görülen sokaklardan almış ve ev ortamının içine yerleştirmiştir. Bu süreçte oyuncaklar çocukları bu güvenli ortamda dünyaya ve gelecekte üstlenecekleri rollere hazırlama görevini üstlenmeye başlarlar. Yetişkin olarak evden ayrılmaları ve iş hayatı içinde aktif rol üstlenmeleri beklenen erkek çocuklar için minyatür köprüler, fabrikalar ve askeri temalı oyuncaklar üretilir. Takım ruhunu ve rekabeti vurgulayan bu oyuncaklardaki önemli temalardan biri de karşılaşmaları olası geleceğe yönelik teknolojik harikalar. Öte yandan kız çocuklarına yönelik beklentiler farklıdır. Onlar için iyi bir ev hanımı ve anne olmalarına yardımcı olacağı varsayılan oyuncaklar üretilir. Bunlar teknolojiden yararlanan geleceğin ev hayatını temsil ederler. Kız çocukların oyuncakları ev hayatına yönelik nesnelere yanında onlara belli davranış kalıplarını da aktarmayı hedefler. Henry Jenkins (2006, 336-337) dönemin porselen bebeklerinin baş ve ellerinin nezaketle özdeşleştirilebilecek belli hareketleri gerçekleştirebilecek şekilde yapıldıklarının aktarır; ancak bunun çocukların onları kendi kimlikleri doğrultusunda şekillendirmeye çalışmalarına engel olmadığını da altını çizer: Kesilen saçlar ve zorlanan bedenler sadece çağdaş plastik bebeklere özgü deneyimler değildir. Yani denilebilir ki çocuklar oyuncaklarını bireysel istekleri doğrultusunda "fabrika çıkışı" kimliklerinden sıyrarak şekillendirmeye çalışmaktadırlar. Bu bireyselleştirme çabası ise "avatar" kavramı bağlamında değerlendirilebilir.

Avatar kavramı dijital oyun çalışmalarında kullanılan bir kavramdır ve dijital oyunlarda oyuncu tarafından kontrol edilen karakteri ifade eder. Oyuncunun komutlarına göre hareket eden avatar bir anlamda onun oyun dünyasındaki yansımasıdır. Oyuncu bu dünyayı onun aracılığı ile deneyimler. Kavramı çocuğun fiziksel dünyada oyuncakları ile oynaması bağlamında ele aldığımızda ise oyuncuların birer avatar olarak kullanılabildiklerini görürüz. Bu oyun biçiminde çocuk minyatür boyutlarda bir oyuncuğu kendisini yine minyatür boyutlarda oyuncaklardan oluşan ve kendi hayal gücü ile genişleyerek can bulan bir oyun evrenine yansıtmak için kullanmaktadır.

Bu oyun biçiminin ihtiyaçlarını karşılamak üzere tasarlanan oyuncakların en önemli örnekleri ise "oyuncak bebekler" (*dolls*) ve "bebek evleri" (*dollhouses*) olarak görülebilir. Bunlarla oynayan çocuk, oyuncak bebekleri, kendisini bebek evinin zengin dünyasına yansıtmak için kullanır. Böylece çocuk avatari aracılığı ile yetişkinlerce kullanılan

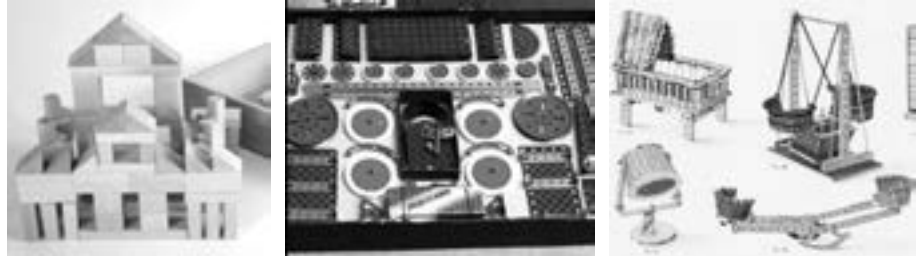
nesneleri ve gözlemediği sosyal rolleri hayal gücü ile farklı biçimlerde kurgulayarak zihinsel boyutta keşfetme olanağı bulur. Öte yandan tarihsel açıdan bebek evleri gerçek hayatta kolaylıkla elde edilemeyen eşyaların ve girilemeyen mekanların minyatür versiyonları ile tablolar yaratılan oyuncaklardı ve kırılğan yapıları nedeni ile oynanmaktan çok bakılmak için üretilirdi (Stewart 1993, 61-62). Daha dayanıklı malzemelerle ve daha detaylı bir biçimde tasarlanarak üretilen çağdaş oyuncak bebekler ise tablo oluşturma hazzının oyunsal haz ile yer değiştirmesine olanak sağladılar. Oyuncak bebek denince akla gelen ilk isimlerden olan ve 1959 yılında piyasaya sürülen “Barbie” için alınan ilk patentlerin bebeğin gerçekçi beden hareketleri gerçekleştirebilmesine yönelik olması bu bağlamda şaşırtıcı değildir (Oppenheimer 1999, 14). Oyuncak bebekler kız çocukları hedefleyen oyuncaklar olarak görülebilirler ve pazarlama stratejileri açısından bu doğru bir saptamadır. Paralel bir biçimde Cross, (1997, 67-73) oyuncak bebeklerle oynamanın kişilerarası ilişkiler kurmaya, anlatsal deneyimler oluşturmaya, yetişkinliği ve ebeveynliği öğrenmeye, iyi arkadaşlar olmanın yanında aynı zamanda iyi tüketiciler de olmaya odaklandığını savunur. Bunlar aşağıda da görüleceği üzere sanayi devrimi sonrasında kız çocuklara yönelik olarak geliştirilen oyuncak deneyiminin yansımalarıdır. Ancak tek tek markaların ötesinde çağdaş oyuncak dünyasında “oyuncak bebekle oynama” deneyiminin tek bir cinsiyeti hedeflediğini söylemek de yerinde olmaz. 1964 tarihinde piyasaya sürülen askeri temalı “G.I. Joe” oyuncakları temelde Barbie benzeri birer oyuncak bebeklerdir. Sivil hayatın ve evsel yaşantının yerini silahlar almış da olsa çocuk açısından oyunun formel özellikleri aynıdır. İki ürün arasındaki fark oyuncağın yapısal özelliklerinden ve sunduğu oyunsal deneyimden değil dayattığı toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklanmaktadır. Bu cinsiyetçi anlayışa dayalı olarak piyasaya çıktığı yıllarda geliştirilen pazarlama stratejisinin de vurguladığı üzere G.I. Joe bir oyuncak bebek markası değil “aksiyon-figürü” (*action-figure*) markasıdır (Ruditis 2009, 7).

Sanayi devrimi sonrasında oyuncaklar aracılığı ile gerçekleştirilmeye çalışılan şekillendirme çabalarının çocuklar üzerindeki etkisi ve çocukların oyuncak seçiminde cinsiyetin rolü çağdaş bilimsel çalışmaların da ilgi alanlarından biridir. Orenstein’in (2011) aktardığına göre gerek primatlarla yapılan deneyler gerekse de çocuklar üzerine yapılan gözlem çalışmaları cinsiyetin oyun oynama pratiklerini etkilediğini ve farklı cinsiyetlerdeki çocukların oyuncaklardan beklentilerinin farklılaştığını göstermektedir. Ancak Orenstein çevresel faktörlerin bu sonuç üzerindeki etkilerinin de göz ardı edilmemesi gerektiğini savunur. Cherney vd. (2003) tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda bu görüşü destekler; buna göre 18 – 47 ay arası kız çocuklarının öncelikle seçtikleri oyuncaklar stereotipik olarak kızlara yönelik pazarlananlar değil cinsiyetçi kodlar içermeyen oyuncaklardır. Orenstein’in (2011) aktardığı bir diğer araştırmaya göre ise 3 yaşındaki 5000 çocuk üzerinde yapılan bir çalışma, abileri olan kızların mekansal yetilerinin ablaları olan kız ve oğlanlara göre daha yüksek olduğunu göstermiştir. Yani çevresel faktörler çocuğun zihinsel yapısı ve sonuç olarak oyuncak seçimi üzerinde etki sahibidir. Bu bağlamda Orenstein erken yaşta çocuklara biçilen rollerin davranış kalıplarını şekillendirdiğini, eğitimin ve çevrenin etkilerinin doğal sürece dönüştüğünü savunur. Ona göre cinsiyetler-arası ortak oyun ortamları yaratılması temel hedef olarak görülmelidir. Bu bağlamda

## İnşa Oyuncakları ve LEGO

oyuncak bebekler ve aksiyon figürleri arasındaki cinsiyetçi pazarlama temelli yapay ayırım tam da Orenstein'in aşılmasını tavsiye ettiği türden bir toplumsal cinsiyet dayatma mekanizmasıdır.

Lauwaert (2009) çocuklarda toplumsal kimlik oluşumunda oyuncakların oynadıkları role yönelik en iyi örneklerden birinin çeşitli şekillerde bir araya getirilerek farklı objeler oluşturmaya yarayan "İNŞA oyuncakları" (*construction toys*) olduğunu savunur. Bu oyuncakların günümüze ulaşan ilk örnekleri 18. Yüzyıl'ın ikinci yarısında üretilmeye başlanan ahşap bloklardır. İnşa oyuncaklarının çocuklar üzerindeki eğitici etkisine yazıları ve oyuncak tasarımları ile ilk dikkat çeken isim ise 1782 – 1852 yılları arasında yaşamış olan Alman eğitimci Friedrich Fröbel'dir. Fröbel'in birbirine bağlanmayan ahşap blokları ilk nesil inşa oyuncaklarının öncüleri olarak görülebilirler. Bunları teknolojik gelişmelerle birlikte 20. Yüzyıl'ın başlarında gittikçe rafineleşen ikinci nesil inşa oyuncakları takip eder, ancak bu iki tür varlıklarını birlikte sürdürürler. *Meccano* şirketinin ürünleri gibi metal inşa oyuncakları ikinci neslin örneklerinin başlıcalarındandır. Bu oyuncaklar inşa süreci yanında tasarımı da oyun deneyiminin merkezine almaya başlarlar; parçaların farklı şekillerde bir araya gelebilmesi önemli özelliklerden biri olarak görülür. Ancak bu süreç pazarlama noktasında yapılan cinsiyetçi seçimlerle gölgelenir. Pek çok firma ilk nesil özelliklere sahip "İNŞA setleri"ni iki cinsiyete de uygun oyuncaklar olarak pazarlarken ikinci nesil özelliklere sahip "tasarım setleri"ni öncelikle erkek çocukları hedefleyen oyuncaklar olarak pazarlanmaya başlar. *Stabila* gibi kimi firmaların "erkeksi" metal parçaları "kadımsı" ahşap ve hasır parçalarla bir araya getiren setleri ise söz konusu pazarlama stratejileri içinde dengeli bir yol arayışını temsil eder ve her iki cinsiyeti de hedeflerler (Lauwaert 2009).



Resim 1. Fröbel inşa blokları, Meccano tasarım seti, stabila setleri.

Bu gün inşa oyuncakları sektörünün en önemli temsilcisi olarak kabul edilebilecek olan LEGO şirketi 1930'larda Danimarka'da kurulur. Önceleri ahşap oyuncaklar üreten şirket 1949 yılında plastik inşa tuğlaları üretmeye başlar. Bu tuğlalar 1958 yılında halen kullanılan şekillerini alırlar, ve ünlü LEGO tuğlaları ortaya çıkar. Birbirine geçen ve bir tüp sistemi sayesinde bir arada duran bu tuğlalar çocuklara geniş bir tasarım özgürlüğü sağlarlar. Bu özgürlük tüp sistemine eklenebilen farklı parçaların da üretimi ile artar. Binalar yanında farklı araç ve nesnelere de oluşturulması imkanı ortaya çıkar (Lauwaert 2009).



Resim 2. Bir LEGO tuğlası ve tümüyle bu tuğlalardan oluşan bir LEGO seti.

1974 yılına dek çocuklar, insan figürleri de dahil, yapmak istedikleri her türlü nesneyi LEGO tuğlaları ve bunlarla birleşebildikleri sınırlı sayıdaki diğer parçaları kullanarak inşa ederler. Kimi zaman detayların yansıtılmamasına yol açan bu durum tuğlalara eklenen saç, baş ve kol parçalarının piyasaya çıkması ile değişir. Çocuklar bu parçalarını kullanarak oyunlarına farklı yaş ve cinsiyetlerde karakterler ekleyebilirler. *Building Set with People* adı verilen bu seri her iki cinsiyeti hedeflemekte ancak bazı setler diğerlerine göre daha net cinsiyet kodları içermektedir; kovboylar veya bebeğini emziren anne setleri gibi. 70'li yıllar aynı zamanda kız çocuklara yönelik ilk LEGO serisinin de piyasaya sürüldüğü yıllardır. *Homemaker* serisi ev mobilyaları üzerine kuruludur. Bu seri 1974 öncesinde içinde bebekler olmayan bir bebek evi inşa etme deneyimini temsil ederken 1974'te çıkan insan bedeni parçaları ile içinde karakterler de barındırmaya başlar. Bu parçaların LEGO tuğlalarına göre boyutları sonucunda bu seri detaylı evsel mekanlar oluşturulmasına olanak sağlar. İleriki yıllarda karakterler ve inşa edilen mekan arasındaki detay ilişkisi LEGO ürünleri açısından önem taşıyan bir konu olacaktır.



Resim 3. Bir LEGO Homemaker seti.

### LEGO Minifigürleri ve Toplumsal Cinsiyet Temsili

Vücut parçaları çocuklara oyunlarına karakterler ekleme imkanı sağlasa da bacak ve gövdelerinin LEGO tuğlalarından yapılmaları nedeni ile ancak sınırlı bir oyunsal deneyime izin verebiliyorlardı. Büyük oranda sabit olan bu LEGO karakterler daha çok geleneksel bebek evi mantığı ile gerçekleşen bir oyun anlayışının yansımaları olarak kabul edilebilirlerdi. Tablolar oluşturmak oynamaktan çok daha kolaydı, zira karakterleri oturtup kaldırmak için yeniden bacaklar inşa edilmeliydi. Yani kesintisiz bir rol yapma ve minyatür versiyonu üzerinden dünyanın keşif deneyimini gerçekleştirmek gücü. Barbie veya G.I. Joe setlerinin sunduğu oyuncak bebek/aksiyon figürü deneyimi ve buna bağlı karakterlerin avatar olarak kullanılması olgusu bu setlerde kolaylıkla elde edilemiyordu.

1978 yılında piyasaya sürülen LEGO minifigürleri bu sorunu ortadan kaldırır. LEGO tuğlaları gibi modüler tasarlanmış olan LEGO minifigürlerinin başları, başlık veya saçları, elleri, kolları, kask ve bacakları takılıp çıkarılabilmekte; baş, el, kol ve bacakları hareket edebilmekte ve belirli parçaları LEGO tuğlalarına monte edilebilmektedir. Sarı gülen yüzleri ve köşeli bedenleri ile LEGO minifigürleri temel olarak herhangi bir cinsiyet ibaresi taşımazlar. Cinsiyetsiz birer ütöpik insan figürü olarak görülebilecek bu oyuncakları cinsel olarak birbirinden ayırmanın kesin fiziksel bir yolu yoktur. Bu bağlamda değerlendirilebilecek tek farklı fiziksel özellik uzun ve kısa saç parçalarıdır ki bunlar da toplumdan topluma değişen değer yargıları nedeni ile kesin bir gösterge oluşturamazlar. Ancak yine de uzun saçlı LEGO karakterlerinin feminen bir görüntüsü olduğu kabul edilirse LEGO firmasının ilk LEGO minifigürlerinin piyasaya çıktığı yıl ilk “LEGO kadınları” da piyasaya sürdüğü söylenebilir. Dahası bu kadınlar erkek meslektaşları ile birlikte zor mesleklerde çalışan karakterler şeklinde konumlandırılmışlardır.



Resim 4. 1978 tarihli ilk LEGO kadınları içeren setlerden biri.



LEGO tuğlarının ve LEGO mini figürlerinin tasarımlarının tamamlanması ile LEGO şirketinin sunduğu temel oyunsal deneyim genel olarak belirginleşir: Çocuklar tuğları kullanarak LEGO mini figürlerinin içinde var olabilecekleri dünyalar yaratacaklar ve onların bu dünyadaki yaşamlarını kontrol edeceklerdir. 1978 ve 1988 yılları arası uzun saç parçaları ve kimi zaman LEGO mini figürlerinin gövdelerine basılan kolye veya takım elbise resimleri gibi görecelik gösteren özellikler yanında LEGO dünyası büyük oranda cinsiyetsizdir veya çocuğun oyuncakların cinsiyetlerine karar vermesine imkan sağlar niteliktedir. Bu dönemde LEGO şirketi LEGO mini figürleri içeren farklı seriler piyasaya sürer. Bu seriler tematik olarak üç ana başlık içinde sınıflandırılabilir: Kent yaşamı, uzay yolculuğu ve krallık serisi. Uzay yolculuğu setlerindeki LEGO mini figürlerinin tümü uzay giysili olarak tasarlanmıştır ve herhangi bir cinsiyet farklılığı içermezler. Krallık serisi silahlar ve kalelere odaklanan bir seridir ve içerdiği LEGO mini figürlerinin büyük bölümü üniformalıdır. Geleneksel erkek çocuk savaş oyuncakları ile benzerlik taşıyan bu seride çok az sayıda kadın karakter bulunmaktadır; 1978'den 2012 yılına dek üretilen krallık temalı setlerdeki kadın karakter sayısı toplamda sadece 23'tür. Bu kadınlar genel olarak soylular, köylüler ve cadılar olarak sınıflandırılabilirler. Tema kapsamında farklı yıllarda iki de "savaşçı prenses" figürü üretilir.

LEGO mini figürleri içeren tüm LEGO serileri içinde güncel hayata en yakın olan kent yaşamı konulu setlerdir ve farklı rollerde kadın olarak tanımlanabilecek karakterler içerirler. Dahası bunlar erkeklerle birlikte gündelik hayatta yer alır şekilde sergilenirler. LEGO mini figürlerinin yaklaşık olarak ilk 10 yılına denk gelen 1978 – 1988 döneminde piyasaya sürülen 268 LEGO karakterin 48'i saç parçaları ile kadın olarak tanımlanabilir. Geri kalanların ise cinsiyetlerinin ne olduğuna dair kesin bir karar verilemez. Cinsiyetsiz karakterler çocuğun hayal gücüne göre istenilen şekilde kimliklendirilebilirler (Brickset 2012).

1989 yılında LEGO üç geleneksel serisine yeni bir seri daha ekler: *Pirates*. Korsanlık temalı bu set ilk bakışta krallık setleri ile benzer özellikler taşır. Kalelerin yerini gemiler alsa da odak askeri bir deneyimdir; çakmaklı tüfekler, kılıçlar ve üniformalı LEGO mini figürleri öndedir. Ancak bu seri, karakterlerin gövde ve başlarına basılan ve toplumsal cinsiyet algılarını ortaya koyan resimlerle önceki cinsiyetsiz LEGO serilerinden ayrılır. İlk defa olarak yüzlerinde sakal ve bıyık olan denizciler ve hem göğüs dekoltesi hem de makyajı ile klasik aksiyon kahramanı kadın karakterleri çağrıştıran bir korsan kadın karakteri ortaya çıkar. Bu, LEGO firmasının resim baskısı kullanarak açıkça LEGO mini figürlerine cinsiyet verdiği ilk örnek olacaktır. Dahası, silahşör kadın kahraman imgesinin beden şekli ile çizilen cinsellik imajı ile birleştirilmesi ise, Brown'ın (2011, 43-62) kitle kültürü üzerine çalışmalarında incelediği ve sinema ve televizyonda cinsellik sembolü olarak sömürülen sözde güçlü kadın karakter olgusu ile paralel görülebilir.



Resim 5. 1989 tarihli LEGO Pirates setlerinden erkek ve kadın LEGO minifigürleri.

LEGO korsan serisi 1989 sonrasında uzun süreli üç ana seri yanında LEGO tarafından daha kısa sürelerle çıkarılan serilere örnek olarak gösterilebilir. Büyük oranda belirli bir macera teması etrafına kurulu bu serilerde korsan kadın gibi bir veya birkaç tane özel kadın karakter dışında çoğunluk açıkça erkek olarak tanımlanabilecek karakterlerdedir. Kaşif kadın, futbol hayranı kadın, ve oyuncu kadın, erkek karakterler üzerine kurulu temalarda yer bulan bu nadir kadın figürlerinden bir kaçıdır. Bu serilerde kadın karakterlerin az olması yanında bunları içeren set sayısı da oldukça azdır. Yani bu serileri takip eden çocukların kadın karakterlere ulaşması da oldukça zordur.

Örneğin arkeoloji temalı *Pharaoh's Quest*, dinazorlar temalı *Dino* ve robotlar temalı *Exo Force* serilerinde sadece birer kadın karakter vardır ve bunlar sadece birer sette bulunur. Batık kent temalı *Atlantis* serisinde de tek kadın karakter vardır ancak bu karakter üç ayrı sette yer alır. Vahşi batıyı konu alan *Western* serisinde yine kadın karakter sayısı tektir ancak bunların bulunduğu set sayısı dörde çıkacaktır. Casusluk temalı *Agents* serisinde ise beş kadın karakter on üç setin altısında yer alır. Keşif temalı *Adventures* serisindeki beş kadın karakter ise on beş sette yer bulacaktır. *Adventures* serisindeki toplam set sayısı ise yetmiş üç ve serideki erkek karakter sayısı ise otuzdur.

Erkek çocuklara yönelik aksiyon temalarını içeren LEGO serilerdeki kadın karakter sayısının kimi zaman göreceli olarak yükselmesine karşın bu konuda oldukça geri seriler de vardır. Zaman yolculuğu, madencilik ve dalgalılık temalı altı seride hiç kadın karakter yoktur. Daha da kötüsü ise 1989'a kadar cinsiyetsiz olan uzay serisinin LEGO minifigürlerinin yüzlerinde bıyık ve sakal belirmeye başlamasının ardından gerçekte erkek egemen bir seri olarak tasarlandığının ortaya çıkmasıdır: 1989 yılından sonra açıkça kadın olarak tanımlanan uzay serisi karakterlerinin sayısı bu makalenin yazıldığı tarihe dek sadece dörttür.

Çağdaş sivil hayat içindeki kadının temsili konusunda takip edilmesi gereken kent konulu LEGO setlerinde ise 1989'dan günümüze görsel göstergeler ile belirlenen toplam kadın karakter sayısı yüz otuz dokuzdur ve bu da yaklaşık olarak yılda ortalama altı kadın karaktere denk gelmektedir. Bu 1989 öncesi rakamlarla benzer görünmektedir. Ancak yüz ve gövde baskılarının kesin cinsel kimlikler dayatması nedeni ile bu rakam görüldüğünden daha olumsuz bir durumu yansıtmaktadır. Ayrıca bu sayı, aynı sürede piyasaya sürülen yılda ortalama yaklaşık kırk bir toplamda dokuz yüz doksan sekiz erkek veya cinsiyeti belli olmayan karakter ile karşılaştırıldığında oldukça düşüktür. Dahası LEGO firması tarafından bu süre zarfında bazı yıllar piyasaya hiç kadın karakter sürülmemiştir.

Rakamsal açıdan kent temalı setlerde en çok kadın karakterin piyasaya sunulduğu yıl on dört kadın karakter ile 2010 yılıdır. Bunu on üç kadın karakter ile 1992 ardından da on birer karakter ile 1998 ve 1999 yılları takip eder. Bu dalgalanma içinde LEGO oyuncaklarında kadın temsili açısından önemli köşe taşları da vardır. Kent temasının alt serilerinden biri olarak 1992 ve 1997 yılları arasında piyasaya sürülen *Paradisa* serisi, LEGO firmasının LEGO mini figürleri evrenine kadın karakterler sokmak amacı ile gerçekleştirdiği ilk önemli adımlardan biridir. LEGO kentinin sayfiye yaşantısını konu alan *Paradisa* setleri pembe ağırlıklı renk seçimi ve kadınları sadece tatil alanlarında resmetmesi nedeni ile eleştirilebilir. (Sarkeesian 2012). Dahası basitleştirilmiş inşa deneyimi de kız çocukların LEGO ile oyun deneyimine karşı bir önyargıyı yansıtır niteliktedir: Setler küçük parçaların bir araya gelmesi yerine daha çok büyük parçaların bir araya getirilmesi ile oluşturulmaktadır. İnşa tekniklerinin bu basitliği kızlara yönelik LEGO setlerini değerlendirenler için önemli bir eleştiri noktası olur (Pickett 2012).



Resim 6. Bir LEGO Paradisa seti.

Bu eleştirilere yönelik olumlu bir gelişme 1998 ve 1999 yıllarında piyasaya sürülen yeni kent temalı setler ile aşılır. Bu yıllarda kadın karakterler, daha çok erkekler ile özdeşleştirilen polislik, itfaiyecilik, pilotluk gibi meslekleri icra edecek şekilde setlerde yer bulurlar. Ancak, LEGO mini figürlerindeki kadın temsiline dair olumlu gelişmelere karşın bu dönem LEGO firması için olumsuz gelişmelere de gebebilir.

1990'ların sonu ve 2000'lerin ikinci yarısına denk gelen söz konusu arayış döneminde LEGO firması farklı alanlarda da faaliyet gösterme ve dijital çağa uyum sağlama amacıyla çeşitli yatırımlar gerçekleştirir ancak bunların sonuçsuz kalması ile firma mali krize girer. Transmedya üretimine yönelik başarısız denemeler ve inşa sürecini basitleştirerek oyun deneyimini öne çıkartmayı amaçlayan fakat aynı zamanda üretilen parça sayısını arttıran tasarım stratejileri ters teper (Lauwaert 2009). Bu dönemde LEGO mini figürlerine alternatif olarak şirket kız çocukları oyuncaklarına çekmek amacı ile sırasıyla doğrudan *Playmobil* ve *Barbie* oyuncaklarının LEGO kopyaları olarak görülebilecek *Belville* ve *Scala* serilerini de piyasaya sürer. Çok sayıda detaylı obje içermelerine ve örnek aldıkları markaların kızlara yönelik özelliklerine benzer özellikler taşımalarına karşın bu seriler getirdikleri görece büyük alternatif oyuncak bebek modelleri ve inşa yönünden fazlasıyla zayıf olmaları nedeni ile istenilen etkiyi yaratamazlar; birer LEGO ürünü değilmiş izlenimi oluştururlar (Pickett 2012).

İflasın eşiğine gelen şirket önce tasarımı bir anlatı düzlemi olarak kullanacak belirgin ve temel oyuncak modellerine geri döner (Lauwaert 2009). Ardından erkek çocukları hedefleyen serileri öne çıkaran ve hatta bu anlayışı geliştiren bir üretim stratejisi belirlenir. İnşa yanında çocuklar arası rekabeti öne çıkaran oyunusal yönleri de içeren *Ninjago* gibi agresif seriler bunlardan sayılabilir – bu seride örneğin LEGO mini figürlerinin topaç benzeri mekanizmalar aracılığı ile karşı karşıya gelmelerine olanak sağlanmıştır. *Batman*, *Indiana Jones* ve *Star Wars* gibi yine büyük oranda erkek çocuklara yönelik lisanslı ürünlere odaklanması şirketin hayatta kalma stratejisinin ikinci ayağıdır (Delingpole 2009). Bu anlayışın sonucunda 2001–2007 arasında yılda ortalama ikiye düşen kadın karakter sayısı ancak 2009 sonrasında gerçek anlamda tekrar yükselişe geçecek, bunu söz konusu karakterleri toplumda erkeklerle eşit olarak konumlandıran yeni setler takip edecektir.

Kent temasının alt serilerinden olan *Modular Buildings* serisine ait setler bu anlamda en dikkat çekicidirler. Hem inşa deneyimi hem de kadın-erkek oranı ve bunların niteliği bu seride önemli aşamalar kaydetmiştir. Bu seride kadın ve erkekler kompleks kent yaşamı içinde konumlandırılmaktadırlar. Aksiyon temalı diğer setlere göre kentsel yaşamın sivil düzlemi öne çıkmakta, setlerde belediyeden markete gündelik hayatı konu alan binalar yer bulmaktadır. Böylece çocuklara kadın ve erkeklerin sivil sosyal hayatta eşit bir biçimde yer aldıkları ve avatarları aracılığı ile keşfedebilecekleri minyatür bir dünya sunulmuş olur. Dahası setlerin görece detaylı ve karmaşık inşa süreçleri kent yaşamına dair de kültürel kodlar taşımaktadır.

2010 yılında herhangi bir temaya bağlı olmaksızın farklı tarihi ve kültürel dönemlerden karakterler içeren LEGO mini figürleri koleksiyon serisi *Collectable Minifigures* piyasaya sürülür. Bu çalışmanın yazıldığı dönemde piyasaya çıkmış olan yedi *Collectable Minifigures* alt serisi içinde seksen erkek ile robotlar ve mitolojik varlıklar gibi yedi cinsiyetsiz karakterin yanında yirmi beş kadın karakter de yer alır. Bunlar aralarında veterinerlik, şarkıcılık, cerrahlık, cankurtaranlık ve şoförlük de bulunan farklı mesleklere göre konumlandırılırlar. Bir diğer dikkat çekici gelişme ise genellikle kadın temsili düşük olan krallık ve aksiyon setlerinde görülür. Bu setlerde bir süredir yer bulan ağarmış sakallı otoriter erkek karakterlere ek olarak yüz çizgileri ile ileri yaşlarda otoriter kadın karakterler ortaya çıkar. 2009 tarihli kraliçe ve 2011 tarihli bilim kadını karakterleri bunlar arasında sayılabilir.



Resim 7. 2009 yılı sonrasında piyasaya sürülen LEGO kadınlara örnekler.

### LEGO Friends Serisi ve Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları

Tüm bu gelişmelere karşın LEGO firmasının kadın temsiline yönelik en dikkat çeken hamlesi 2007'den bu yana süren *Modular Buildings* veya *Collectable Minifigures* serileri değil, 2012 başında piyasaya sürülen *Friends* serisi olur. Bu seri aynı zamanda LEGO oyuncaklarında toplumsal cinsiyet temsili noktasında da önemli bir tartışma başlatacaktır.

LEGO firması tarafından 2011 yılının son aylarında kamuoyuna açıklanan ve 40 milyon dolarlık bir pazarlama kampanyası eşliğinde 2012 başında piyasaya sürülen *Friends* serisi firmanın yöneticilerince LEGO'nun son 10 yıl içinde yaptığı en önemli stratejik atılımlardan biri olarak tanımlanmaktadır (Wieners 2011). Wieners'in aktardığına göre firma yetkilileri 5 yaş ve üstü kız çocukları hedefleyen *Friends* serisinin yaklaşık 4 yıllık bir araştırma sürecinin sonucunda geliştirildiğini söylemekte ve serinin tasarımında kızların ne ile ve nasıl oynamayı tercih ettiklerine dair soruların önemli rol oynadığını savunmaktadırlar. Firma tarafından yapılan araştırmalar kız çocuklarının LEGO tasarımlarını estetik açıdan zayıf ve detaydan yoksun bulduklarını ortaya koymuştur. LEGO tasarımcıları bu duruma bir çare olarak yeni renkler ve tasarım öğeleri geliştirmişlerdir. Araştırmanın gösterdiği bir diğer önemli sonuç ise kızların setleri inşa süreçleridir. Erkek çocuklar setleri aldıklarında doğrudan firmanın modelini bitirmeyi hedeflerken kız çocukların modeli bitirmeden oynamaya başlayabildiklerini görülmüştür. Firma bu duruma cevap olarak aralıklı olarak inşa edilebilecek tasarımlar geliştirmiş; paketlemede bu ihtiyacı göz önünde tutmuştur.

Serinin dikkat çeken en önemli özelliklerinden biri ise köşeli bir tasarıma sahip LEGO minifigürleri yerine vücut hatları çok daha insanı andırır olan yeni "LEGO Bebekler" (*mini-dolls*) içermesidir. Geleneksel LEGO mini figürlerinden 5mm daha uzun olan bu yeni LEGO bebekler onlarla benzer prensiplerde işlemelerine karşın sadece belli parçaları birbiri ile yer değiştirebilir niteliktedir. LEGO yetkilileri bu yeni tasarımın kız çocukların minyatür oyuncak bebekleri kendilerini yansıttıkları birer avatar olarak görmelerinden kaynaklandığını savunmaktadır (Wieners 2011). Yani LEGO firması kız çocukların köşeli tasarımları nedeni ile LEGO mini figürlerini kendilerine yakın görmediklerini savunmakta ve kızların LEGO ürünlerinde kendilerine benzeyen ve özdeşleşebilecekleri oyuncak karakterler bulamadıklarını söylemektedir. Yeni LEGO bebekler bu gereksinime karşı tasarlanmıştır.



Resim 8. Bir LEGO bebek ve bir LEGO kadın.

si, bir fırın, bir havuz, bir park, bir ağaç evi, bir güzellik salonu, bir veteriner ve bir çekirdek ailenin yaşadığı ev (TLG 2012).

LEGO tasarımcıları daha önce, LEGO mini figürleri içeren bazı serilerde kimi zaman uygulamış oldukları bir stratejiyi kullanarak rol yapma deneyimine dayalı oyun biçimini desteklemek amacı ile bu yeni LEGO bebeklere özel adlar takmış, onlara özel kişilikler oluşturmuş ve her biri için kurmaca birer geçmiş yazmışlardır. Tüm bu tasarım sürecinin sonunda ortaya çıkan setler Heartlake City isimli hayali bir kentte yaşayan beş kız çocuğun hayatını tasvir etmektedir. 2012 yılının ilk yarısında piyasaya sürülen LEGO *Friends* setleri şöyle sıralanabilir: Bir kafe, bir araba, bir arazi aracı, bir tasarım stüdyosu, bir atölye, bir sahne, bir köpek kulübü-



Resim 9. Friends serisinin setlerinden örnekler: Güzellik salonu ve kafe.

*Friends* serisinin kamuoyuna duyurulmasının ardından tepkiler başlar. Bu tepkilerin en önemli kaynaklarından biri 70'den fazla örgütün bir araya gelerek oluşturdukları ve medyada kadının cinsel bir obje olarak konumlandırılmasına karşı çalışan "*Sexualization Protest: Action, Resistance, Knowledge*" veya "SPARK" isimli platform olur. SPARK'ın üzerinde durduğu başlıca konulardan biri yeni LEGO bebeklerdir. İnternet sayfalarında yayınladıkları makalelerle "Barbieleştirme" (*Barbie-fication*) olarak nitelendirdikleri bu dönüşümü protesto ederler (Cole 2011) ve bunların kızları eğitsel etkileri nedeni ile değerli görülen diğer LEGO setlerinden uzaklaştıracağını savunurlar (Shoemaker-Richards 2011). Hatta Feminist medya eleştirmeni Anita Sarkeesian (2012) gibi kimi yorumcular LEGO bebeklerin derhal üretimden kalkmasını talep ederler. Setlerde kullanılan renkler ve

konu aldığını savundukları alışveriş kültürü üzerine kurulu banliyö hayatı ikinci protesto noktasıdır. Açık bir mektup ile LEGO'nun önceki başarısız pazarlama stratejilerinin verdiği zararı kapamak için cinsiyetçi bir stratejiyi benimsediğini ve setleri ile kız çocuklara olumsuz toplumsal roller aşıladığını savunurlar (SPARK 2012).

SPARK'ın eleştirdiği LEGO pazarlama ve reklam stratejilerinin erkek odaklı olması olgusu dikkat çekicidir. 1970'li ve 80'li yıllarda LEGO, reklamlarda erkek ve kız çocukların aileleri ile birlikte oynayabilecekleri oyuncakların markası olarak resmedilmiştir (Sarkeesian 2012). Bu bağlamda *Friends* serisine yönelik eleştiriler içinde gündeme 1980'li yıllarda kullanılan bir LEGO reklamı gelir: Reklamda elinde tam olarak ne olduğu anlaşılamayan renkli bir LEGO yapıtı tutan küçük bir kız görünür. Büyük çocukların gerçekçi modeller yapmayı amaçladıklarını, buna karşın küçük çocukların eğlenmek için bir şeyler inşa ettiklerini açıklayan bir metin ile desteklenen reklamın sloganı “bunun olduğu şey güzel olmaktadır”dır (*What it is is beautiful*) (Brown L.M. 2011).

Takip eden yıllarda LEGO ürünlerinin hedefinin erkek çocuklara kayması ile pazarlama stratejisi aksiyona odaklanır ve kızlar geri plana düşer; reklamlardan kaybolurlar. Aksiyon temalı erkek çocuklara yönelik bu reklamlarda daha önce öne çıkan inşa süreci yine öndedir ancak bunu çatışma ve yıkım temaları takip eder. Kimi setlerin parçaları birbirinden kolayca ayrılarak “yıkılabilir” ve “parçalanabilir” şekilde tasarlanması ile bu pazarlama ve oyunsal tasarım anlayışları bütünleşmiş olur. İnşa sürecine odaklanan aile temalı reklamlar bile LEGO deneyimini bir baba-oğul inşa deneyimi olarak yansıtırlar (Sarkeesian 2012). *Friends* serisinin piyasaya sürülmesi ile ise pazarlama stratejisinde inşa süreci geri plana düşer ve öykü deneyimi öne çıkar; reklamların önerdiği *Friends* deneyimi banliyö hayatı, makyaj ve alışveriş gibi stereotipik olarak kızlara biçilen sosyal cinsiyet rollerini içerir. Bu anlayışa paralel bir biçimde bu reklamlarda erkek çocuklar görülmez. Sarkeesian (2012) LEGO firması tarafından yürütülen bu reklam kampanyalarının diğer pek çok oyuncak firmasının yürüttüğü ana akım anlayışı sürdürdüğünü ve kızlara olumsuz toplumsal rolleri aşılamayı hedeflediğini savunur. Bu bağlamda SPARK ve destekçileri yukarıda söz edilen 1980'li yıllara ait reklam kampanyasına gönderme yaparak “güzel olanı geri getirin” (*bring back the beautiful*) sloganını kullanırlar (Brown L.M. 2011).

2012 Şubat ayında SPARK tarafından yazılan açık mektup 55.000 imza toplar ve LEGO şirketi platform temsilcileri ile görüşmeyi kabul eder (Shoemaker-Richards 2012). 20 Nisan tarihinde gerçekleşen görüşmede SPARK temsilcileri üç ana başlık halinde eleştirilerini sıralarlar: (1) Tüm LEGO serilerinde kadın karakterlerin sayısının artmalıdır. (2) Reklamlarda erkek ve kız çocuklar birlikte görülmeli, bunda temalar arasında farklılık olmamalıdır. (3) *Friends* serisi kapsamında üretilecek yeni setlerde karakterler stereotipik olarak kızlara biçilen rollerin ötesinde rollerde de gösterilmelidir. Toplantıya katılan SPARK temsilcilerinden Shoemaker-Richards (2012) LEGO firmasının eleştirilere açık tavrından memnun olduklarını ve gelecek setlerin tasarımında bunların göz önüne alınacağına inandıklarını söylemiştir.



Resim 10. SPARK platformunun LEGO firmasını eleştirmek için kullandıkları reklam afişi.

cinsiyetlerde LEGO mini figürlerini ve LEGO tuğlalarını bir arada kullanarak resmi tasarımların sınırlarını aşmış ve İncil hikayelerinin çok sayıda kadın ve erkek karakterini farklı bağlamlar için de görselleştirmiştir. Bu örnek LEGO minifigürlerinin farklı cinsiyetlere göre dağılımı, setlerin belli toplumsal cinsiyet rollerini empoze eden tasarımı ve pazarlama stratejileri üzerinden gerçekleştirilen eleştirilerin oyuncağın kendi kültürel temsil potansiyeli karşısında önemsizleşebileceğini ortaya koymaktadır. Ancak *The Brick Testament* temel olarak bir tablolaştırma çalışması niteliğindedir ve LEGO oyuncaklarının sadece inşa alanındaki esnekliğini ortaya koymaktadır. Çocukların oyuncakları avatar olarak kullandıkları oyuncağın deneyim sürecini özellikle benzer oyuncak deneyimleri ile ilişkileri bağlamında değerlendirilebilmek için farklı bir kavramdan, prosedürel temsil kavramından yararlanmak gereklidir.

Ian Bogost (2007) tarafından başta dijital oyunlar olmak üzere genel olarak koda dayalı her türlü dijital yapıyı açıklamak üzere ortaya atılan prosedürel okuryazarlık kavramı bir şeyin gerçekleşmesi sırasında meydana gelen süreçlere odaklanmayı ve bu şeyi anlamlandırmak için önce bu süreçleri kavramaya çalışmayı ifade eder. Prosedürel okuryazarlık dijital oyunların görsel ve anlatsal analizlerin ötesinde işlevsel bağlamında derinlemesine incelenmesini önerir. Yaklaşım ayrıca bizatihi yazılım dilinin toplumsal

Görüldüğü üzere *Friends* serisine - ve hatta aksiyon temalı serilere de - toplumsal cinsiyet temsili bağlamında yöneltilecek eleştirilerin odağında özellikle reklam ve pazarlama kampanyaları yer almakta bunu setlerin tasarımına yönelik eleştiriler takip etmektedir. Peki ama modüler yapısı ile farklı oyuncağın deneyimleri sunma olanağına sahip LEGO ürünlerini bu iki kriterle değerlendirmek ne derece sağlıklıdır? LEGO oyuncakları pazarlama stratejilerinin ve resmi set tasarımlarının ötesinde farklı anlamlar üretmeye ne derece yatkındır? Bu soruya en iyi cevabı LEGO oyuncaklarını tıpkı farklı şekillere sokulabilen heykel çamuru gibi bir tür kültürel temsil aracı olarak kullanan LEGO hayran toplulukları vermektedir. LEGO hayranı Brendan Powell Smith'in (2001) Eski ve Yeni Ahit'i kimi zaman eleştirel bir tonla LEGO oyuncakları kullanarak tablolaştırdığı *The Brick Testament* isimli çalışması bu kültürel temsil potansiyelinin en iyi örneklerinden biri olarak görülebilir. Powell Smith farklı serilerden farklı

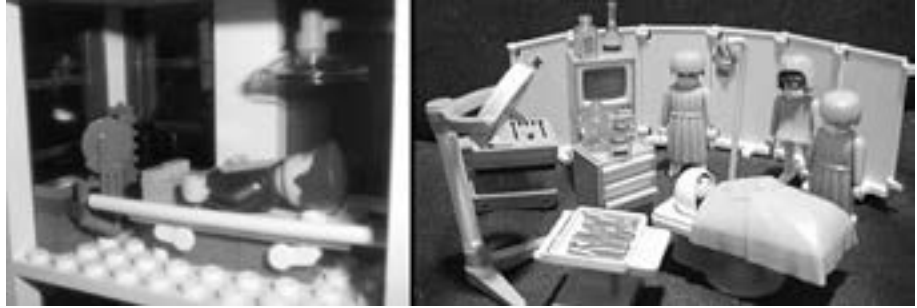
## LEGO ve Prosedürel Temsil



amaçlarla kullanımına odaklanır; sadece yazılım yoluyla oluşturulabilecek mesajları inceler. Bir sistemi oluşturan ve bir arada işleyen prosedürleri tanımlama ve yorumlama anlamına gelen prosedürel okuryazarlık, olayların gerçekleşme süreçlerini eleştirel bir gözle görmeyi sağlar. Prosedürel okuryazar hem maddi varlıkların kendilerine özgü doğalarını hem de bunların altında yatan soyut kuralları görebilir (Bogost 2007). Bogost kavramın kullanım alanının dijital medya ile sınırlı olmadığını sergilemek amacı ile oyuncaklara odaklanır. Gerek firmanın kendi tasarımlarının gerekse de hayranların yıllar içinde oluşturacakları tasarımların da gösterdiği üzere LEGO oyuncakları ile yaratılabilecek dünyaların alabilecekleri şekiller büyük oranda çocukların hayal gücü ile sınırlıdır: Şirketin verdiği rakamlara göre 6 adet 2x4 boyutunda LEGO tuğlası 915 milyondan fazla biçimde bir araya getirilebilir (TLG 2011). Öte yandan Bogost'a (2007, 256) göre bu belli açılardan yanıltıcı bir bakış açıdır. Eleştirisi sadece LEGO firmasına yönelik değil bütün olarak inşa oyuncaklarına yönelik soru işaretleri içerir. Bogost standart olarak üretilen ve önceden belirlenemeyecek şekillerde birbirine eklenebilen parçalardan oluşan ve bu süreçte önceden belirlenemez anlamlar üreten LEGO deneyiminin bir tür prosedürel okuryazarlık geliştirdiğini savunur. Bu bağlamda LEGO oyun süreci fiziksel inşa üzerine kuruludur ve içerdiği prosedürler de bu temele dayalıdır. Ancak Bogost (2007, 256) farklı prosedürleri içerdiğini savunduğu *Playmobil* markasına dikkat çekerek LEGO oyuncaklarının bir zayıflığını ortaya koyar.

LEGO mini figürlerinden daha büyük oyuncak adamları ile *Playmobil* görece çok daha hazır parçalar üzerine kuruludur. Binalar ve araçlar neredeyse hiç bir şekilde farklı olarak inşa edilemezler ve çocuklar bunları – en azından fiziksel olarak - *Playmobil* tasarımcılarının belirlediği şekillerde kullanmak zorundadırlar. Bogost'a göre (2007, 256) *Playmobil* oyuncakları bu yapısal katılıklarına karşın kültürel anlamda yüksek bir yaratıcılığa sahiptirler. Setler *Playmobil* figürlerinin kullanacağı detaylı ve farklı işlevlere sahip nesnelere doludur. Bu yüksek detay *Playmobil*'e LEGO'nun sahip olmadığı bir özellik katmaktadır: Kültürel anlamda derin bir prosedürel içerik. Açıkça tanımlanmış tarihi ve güncel figürler (örneğin bir Moğol veya bir cerrah) belirgin kültürel içeriklere ve bu içeriklerin taşıdığı süreç olasılıklarına (bir Moğol veya cerrahın olası eylemleri ve bunları gerçekleştirirken kullandıkları eylem birimleri ve nesnelere) sahiptirler. Çocuk, bu kültürel olasılık bütününde var olan ve doğrudan insan hayatına dair farklı nesnelere ve onların olası süreçlerini kimi zaman etkin oldukları çevrenin de dışında farklı şekillerde bir araya getirerek onların sahip oldukları kültürel işaretlere dair derin bir anlayış kazanır (Bogost 2007, 256). Bu, LEGO deneyiminin temel parçalarından olan LEGO mini figürleri boyutunda büyük oranda eksik olan bir özelliktir. Çocuk, LEGO mini figürleri için detaylı binalar ve araçlar inşa edebilir ancak bu adamların kullanacağı nesnelere, yani kültürel düzlemde anlamlı süreçleri oluşturacak objelere sınırlıdır. İnşa oyuncakları geleneğinin oyuncak bebek veya savaş oyuncakları geleneği ile birleşme noktasında yer alan LEGO mini figürleri, bu bağlamda, LEGO tarafından üretilen farklı serilerde kimi görece gelişkin temsil özelliklerine kavuşsa da genel olarak oldukça geridir. LEGO şirketi tıpkı inşa bloklarının olduğu gibi LEGO mini figürleri için üretilen gündelik nesnelere de çok amaçlı olmasını hedeflemiştir. Örneğin megafon şeklinde bir parça farklı setlerde bir megafon, silah, yangın hortumu ucu, el feneri, meşale gibi şekillerde

kullanılabilir. Öte yandan bu oyuncakların kültür bağlamında prosedürel temsil potansiyelini gösterilmiştir. Resim 11’de yer alan LEGO ve Playmobil’e ait iki farklı ameliyathane seti LEGO’nun prosedürel temsil alanındaki sorunlarını yansıtır. Playmobil seti mekan ve içindekileri ayrıntılı olarak modellemektedir. LEGO setinde ise tıbbi malzemelerin yerine bir inşaat alanında da yer alabilecek eşyalar vardır ve çocuğun bunları hayal gücü ile uygun bağlamda değerlendirmesi beklenmektedir.



Resim 11. LEGO ve Playmobil tarafından piyasaya sürülen iki ayrı ameliyathane seti.

*Paidia*’yı *ludus*’a dönüştürme eğiliminin de bir tür uzantısı olarak görülebilecek LEGO oyuncaklarına toplumsal kurallar içeren prosedürel kültürel bağlamlar ekleme ihtiyacı doğrultusunda toplumsal cinsiyet önemli bir unsur olabilir. 1989’dan başlayarak LEGO mini figürlerinin yüz ve gövdeleri farklı cinsiyetleri ve kültürel özellikleri yansıtacak şekilde boyanmaya başlanmıştır. Bu durum *Playmobil*’in açıkça tanımlanan karakterler özelliği ile paraleldir. Firmanın erkek çocuklara odaklanması ile ise LEGO oyuncakları daha önce sahip olmadıkları oranda militarist objeler içermeye başladılar: Farklı kültürlere ait çok sayıda kılıç, kalkan, diğer silah ve zırhlar LEGO oyuncaklarına aksiyon figürlerinin sahip olduğuna benzer bir tür askeri prosedürel temsil altyapısı yaratır. İlk serilere hakim Ortaçağ Avrupa askeri geleneğine ait nesnelere yanında artık Antik Mısır, Viking, Ortaçağ Müslüman, feodal Japonya veya Antik Roma gibi farklı kültürlere ait nesnelere de LEGO setlerinde bulunabilmektedir. Benzer bir altyapıyı sivil hayat konulu setlerde bulmaksa *Friends* serisine de mümkün değildir.



Resim 12. LEGO şirketi tarafından üretilen farklı kültürlere ait kılıçlardan bir bölümü.

Başta son yıllarda üretilen ve yukarıda söz edilen iç ve dış yapıları ile son derece detaylı olan *Modular Buildings* serisi olmak üzere sivil temalı yeni serilerin 2000'lerin sonu ve 2010 sonrasında piyasaya sürülmesi bu dengesizliği ortadan kaldıracı etkiler yapmıştır. LEGO tarafından ilk defa net tarihi ve güncel kimlikleri olan LEGO mini figürleri olarak üretilen *Collectable Minifigures* serisi de bu gelişime katıda bulunur. *Collectable Minifigures* setleri tarihin farklı dönemlerinden ve farklı mesleklerden karakterler içerir ve bunlar mesleklerini temsil eden nesnelere taşırlar. Bu serideki obje zenginliği ve kadın karakterler hayranlardan büyük övgü toplayacaktır (Pickett 2012). Tüm bu gelişmeler LEGO şirketinin hem toplumsal hem de prosedürel temsil anlamında olumlu adımlarıdır. Ancak 2012 başında *Friends* serisinin piyasaya sürülmesi ile şirket kamuoyunu karşısında bulur.

*Friends* serisine yönelik tepkilerin odağında yer alan konu başlıkları hem toplumsal cinsiyet temsili hem de prosedürel temsil bağlamında şu şekilde sıralanabilir: (1) LEGO bebekler kız çocukları geleneksel LEGO mini figürleri içeren setlerden uzaklaştırmaktadır. (2) Setler stereotipik olarak kızlara biçilen sosyal cinsiyet rollerini güçlendiren temalar üzerine kuruludur. (3) Pazarlama stratejisi *Friends* serisini diğer serilerden izole etme eğilimindedir. Oyuncakların ve pazarlama stratejilerinin toplumsal rolleri dayatma özellikleri noktasında haklı olan bu gerekçelere karşın *Friends* serisinin prosedürel temsil noktasında olumlu noktaları olduğu da söylenebilir: (1) Setler LEGO şirketinin diğer sivil hayat setlerinde olmayan temaları taşımaktadır. Bunun sonucunda gündelik hayatın çocuk oyunları içine girmesinde önemli bir adım atılmış, aksiyon ile sınırlı deneyim genişletilmeye çalışılmıştır. (2) LEGO mini figürleri ile neredeyse aynı boyutta olan LEGO bebekler için üretilen nesnelere – kalem, çatal-bıçak, termometre vs. – LEGO deneyimini *Playmobil* deneyimine yaklaştırmaktadır. Örneğin bir tıp merkezini konu alan bir *Friends* setinde yer alan ve geleneksel LEGO mini figürleri tarafından da kullanılabilen tıbbi gereçler daha önce LEGO setlerinde var olmayan bir detaya sahiptir. (3) Tasarım açısından setler hem detaylı hem de diğer LEGO ürünleri ile geliştirilmeye veya onları geliştirmek için kullanılmaya açıktırlar. Bu daha önce doğrudan *Playmobil* veya *Barbie* model alınarak geliştirilen setlerde olmayan bir özelliktir ve LEGO deneyiminin temalar arası genişletilebilmesine olanak sağlar.



Resim 13. *Friends* setlerinde yer alan tıbbi gereçler.

LEGO hayranı Olivia Donahue'un (2009) Brickworld 2009 LEGO hayran buluşmasında kızlara yönelik LEGO setleri üzerine yaptığı konuşmada dikkat çektiği şu noktalar prosedürel temsil bakış açısı ile benzerlikler taşır: Kızlara yönelik setler, karakterler ve bunlarla rol yapma deneyimi yaşanabilecek iç mekanlar içermeli, oynanabilirlikleri ve detayları yüksek olmalı, araç ve hayvanlar gibi gerçek hayata

dair öğelere sahip olmalıdır. Bu konuşmadan yaklaşık 3 yıl sonra piyasaya sürülen *Friends* serisinin bu özelliklerin bir bölümünü taşıdığı söylenebilir. Nitekim, 2012 yılında Donahue setlerin beklentilerinin bir bölümünü karşıladığını, LEGO bebeklerin farklı yapılarına karşın LEGO mini figürleri ile benzer boyutta olmaları nedeni ile LEGO deneyiminin bir parçasına dönüştürülebileceklerini söyleyecektir (Pickett 2012). Hayran tabanından gelen bu olumlu tepki yanında Almanya’da gerçekleşen 2012 Toyfair oyuncak fuarında *Friends* serisine ait “*Olivia’s House*” setinin 6-10 yaş arası çocuklar için en iyi oyuncak seçilmesi de serinin tasarım özelliklerinin başarısının bir göstergesi sayılabilir (Toyfair 2012).



Resim 14. *Friends* serisine ait “*Olivia’s House*” seti.

“*Olivia’s House*” seti içyapısı ile evsel yaşamı daha önce LEGO setlerinde sıklıkla görülmeyen bir şekilde modellemesi ile dikkat çekici bir tasarımdır ve sivil ve evsel hayatın prosedürel temsiline yönelik önemli bir potansiyel içerir. LEGO setlerinde nadir görülen klozetinden duş kabinine detaylı banyo mekanı bu tasarım anlayışının en net örneklerindedir. Mutfak eşyaları, yiyecekler, çanta ve kitaplar, tasarım yanında seti prosedürel açıdan *Playmobil* deneyimine yaklaştıran diğer nesnelere öne çıkarlar. Ancak oyuncuğun reklam kampanyasında kullanılan görseller bu potansiyeli gölgelemekte, bu görsellerde baba salonda televizyonun karşısında otururken anne mutfakta yemek yapmakta ve böylece evsel yaşamın detaylı modellenmesi bunu dayatmasa da olumsuz kadın-erkek rolleri yeniden üretilmektedir. Bir evde olması beklenen mutfak ve salon belli eylemlerin gerçekleştirilebileceği özel mekanlardır ve prosedürel temsil bu eylemlerin

işleyişini ortaya koymaya ve deneyimlenmesine olanak sağlamaya çalışır ancak bu eylemleri gerçekleştirenlerin cinsiyetlerine yönelik bir dayatma içermez: Bir evde hem yemek pişirilebilir hem de dinlenilebilir ancak ne yemek yapmak kadınların görevidir, ne de salonda oturmak erkeklerin haklarıdır.

Bu örnekler ışığında diyebiliriz ki tıbbi gereçler ve mutfak eşyaları gibi gündelik hayatı her iki cinsiyetten bireyler için zenginleştiren ve daha önceki LEGO setlerinde bulunmayan detayların LEGO inşa deneyimi ile birlikteliği çocuklara farklı cinsiyetlerden bireylerin bir arada yaşadığı detaylı sivil hayat modelleri oluşturma olanağı sunmaktadır. Ancak prosedürel temsilin her zaman cinsiyetsiz olduğu da söylenemez. *Friends* serisinin ilk setlerinden biri olan güzellik salonu “*Butterfly Beauty Shop*” tüketim kültürü ve bunun kız çocuklara empoze ettiği toplumsal cinsiyet rolleri ile paralel tasarımı ile öne çıkar. Set detaylı makyaj malzemeleri modelleri ile dolu bir alışveriş mekanını modellemektedir ve sonuç olarak önerdiği oyunsal deneyim makyaj ve alışveriş kavramları üzerine kuruludur. Set serinin içerdiği prosedürel detaylarla da stereotipik sosyal cinsiyet rollerini en çok yineleyen seti olarak görülebilir. Öte yandan prosedürel temsilin cinsiyetsiz olmaması her zaman için olumsuz da olmayabilir. Örneğin bir doğumhane seti üretilmesi halinde belli rollerin kadın karakterlerce üstlenilmesi ve sadece onların deneyimleyebileceği süreçlerin modellenmesi son derece doğal olacaktır. Önemli olan tasarımın insan davranışlarını ve kültürü prosedürel olarak modellerken tüketim kültürü ve pazarlama kökenli olumsuz stereotipik anlayışları takip etmemesidir.

## Sonuç

*Friends* serisine yönelik toplumsal tepkilerin haklı kaynağı öncelikle seriye ait setlerin pazarlanma biçimi ve bu stratejinin seriyi izole etme riskidir. Sarkeesian’ın (2012) sorduğu şu soru bu endişeyi ifade eder: Tüm itfaiyeci ve polisler LEGO mini figürleri olarak farklı bir kentte yaşarken LEGO bebeklerin evinde yangın çıkarsa ne olacak? Bu haklı bir sorudur ve *Friends* serisinin ve detaylı tasarım anlayışının sahip olduğu potansiyelin tüm bir LEGO deneyimi içinde etkili olabilmesinin anahtarını içinde taşır. Bu endişe şirketin 1990’larla birlikte kız çocukları büyük oranda dışlayan bir tasarım ve pazarlama anlayışı geliştirmiş olması ile daha da önem kazanmaktadır. Kızlara yönelik izolasyon mu, yoksa ortaklaşa zengin bir oyun deneyimi mi sorunsalına yönelik en yerinde yorumlardan biri gazeteci Susana Polo’ya aittir. Polo (2012), yetişkin LEGO hayranlarının *Friends* tasarım anlayışı doğrultusunda yaptıkları uçak ve uzay gemisi gibi yapıtları işaret ederek serinin bu tür setleri içermesinin tepkileri ortadan kaldıracağını savunur. Buna ek olarak LEGO mini figürleri ve LEGO bebekler hayran yapıtlarında bir arada görülmeye başlamıştır. Bu birliktelik pazarlama stratejilerinin olumsuz etkilerinin ortadan kalkabileceğine, oyunsal deneyimin ve çocuk hayal gücünün farklı tasarımlara sahip LEGO karakterlerini zengin bir içerikle bir arada tutabileceğine yönelik olumlu bir işaretidir.

Bunlara ek olarak *Friends* serisi LEGO şirketinin geçirdiği mali krizin ardından son yıllarda geliştirdiği oyuncaklarda kadın temsili prosedürel temsil bağlamında olumlu karakterler ile artırma stratejisinin önemli bir parçası olarak da görülebilir. İçerdiği parçalar ve sunduğu oyun deneyimi ile prosedürel temsil bağlamında LEGO *Friends* serisi bir bütün olarak LEGO evreni içindeki yeri ile olumlu bir adımdır. Daha önce erkek çocuklar odaklı militarist deneyimleri detaylandırmış olan LEGO şirketi *Modular*

*Buildings* veya *Collectable Minifigures* serileri de düşünüldüğünde tüm cinsiyetleri içine alabilecek sivil hayata yönelik detaylı rol yapma deneyimleri sunma noktasında önemli çaba içinde görülmektedir. *Friends* serisi bu çabaya mini figürlerin ve LEGO bebeklerin avatar olarak kullanıldığı oyun biçimine detaylı nesnelere ekleyerek katkıda bulunmaktadır. Bu nesnelere yukarıda görüldüğü üzere bazı setlerde tüketim toplumunun empoze ettiği toplumsal cinsiyet anlayışlarına hizmet etseler de genel olarak pazarlama stratejilerinin oluşturduğu bağlam dışı değerlendirildiklerinde her cinsiyetten çocuğun oyun deneyimini prosedürel olarak zenginleştirme potansiyeline sahiptirler.

*Friends* serisi oyuncak tarihine inşa modeli ile övgüler toplayan LEGO oyuncaklarında sivil hayata yönelik avatar düzeyinde prosedürel deneyimi zenginleştirilmesi ile mi yoksa pazarlama ve tasarım stratejileri aracılığı ile olumsuz toplumsal cinsiyet rollerinin çocuklara empoze edilmesi ile mi geçecektir? Bu sorunun cevabını setlerin piyasaya çıkmasının hemen ardından yazılan bu makale ile vermek güçtür. Kararı zaman ve oyunlarında setlerin sunduğu prosedürel potansiyeli mi yoksa reklamların önerdiği oyun biçimlerini mi öne çıkaracaklarını seçecek olan çocuklar verecektir. Ancak aksiyon odaklı ve hatta militarist temaların yanında (veya bunların yerine) sivil hayatı konu alan, kız ve erkek çocukların bir arada iletişim halinde oynayabilecekleri oyuncaklar üretilmesi hedefi doğrultusunda *Friends* ve prosedürel açıdan zengin diğer LEGO serileri önemli bir potansiyel taşımaktadırlar. Bu potansiyelin değerlendirilmesi ve farklı cinsiyetlerden LEGO mini figürlerinin ve LEGO bebeklerin bir arada tek bir oyun dünyasını detaylı nesnelere içeren ve modüler olarak genişleyen bir mekan olarak paylaşması bu iki tasarımın çocuk zihni içinde farklılıklarının ortadan kalkmasına yol açacağı gibi daha eşitlikçi temsil ve algıların yerleşmesine de katkıda bulunacaktır.

## Kaynakça

- And, M. 2002. *Oyun ve Bugün: Türk Kültüründe Oyun Kavramı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Baichtal, J. ve J. Meno. 2011. *The Cult of LEGO*. San Francisco: No Starch Press.
- Bogost, I. 2007. *Persuasive Games: The Expressive Power of Video Games*. Cambridge: The IT Press.
- Brickset, 2012. Brickset LEGO Set Guide. <http://brickset.com> (1 Nisan 2012).
- Brown, J. 2011. *Dangerous curves: Action heroines, gender, fetishism, and popular culture*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Brown, L. M. 2011. #Liberate LEGO! [http://www.huffingtonpost.com/lyn-mikel-brown/legos-for-girls\\_b\\_1172876.html](http://www.huffingtonpost.com/lyn-mikel-brown/legos-for-girls_b_1172876.html) (1 Nisan 2012)
- Caillois, B. 2006. The Definition of Play: The Classification of Games. In Redeeming the rap music experience. *The Game Design Reader: A Rules of Play Anthology* içinde, der. Katie Salen ve Eric Zimmerman, 122–155. Cambridge: The MIT Press.
- Cherney, I. D., L. Kelly-Vanve, K. G. Glover, A. Ruane, A. ve B. Oliver-Ryalls. 2003. The Effects of Stereotyped Toys and Gender on Play Assessment in Children Aged 18 – 47 Months. <http://www.sparksummit.com/2011/12/20/what-the-minifig-legos-build-the-wrong-message-for-girls> (1 Nisan 2012)

- Cole, S. 2011. What the MiniFig?! Legos Build The Wrong Message For Girls. <http://www.andrews.edu/~rbailey/Chapter%20one/9040385.pdf> (1 Nisan 2012)
- Costikyan, G. 2006. I have no words & I must design. *The Game Design Reader: A Rules of Play Anthology* içinde, der. Katie Salen ve Eric Zimmerman, 192 – 211. Cambridge: The MIT Press.
- Cross, G. 1997. *Kids' stuff: toys and the changing world of American childhood*. Cambridge: Harvard University Press.
- Donahue, O. 2009. *LEGO from a girl's point of view*. Brickworld 2009 konuşması.
- Delingpole, J. 2009. When Lego lost its head - and how this toy story got its happy ending. <http://www.dailymail.co.uk/home/moslive/article-1234465/When-Lego-lost-head--toy-story-got-happy-ending.html> (10 Nisan 2012).
- Eurobricks. 2012. Eurobricks Forums. <http://www.eurobricks.com> (10 Nisan 2012)
- Greene, J. 2010. *Design is how it works: how the smartest companies turn products into icons*. New York: Portfolio Penguin.
- Jenkins, H. 2006. Complete freedom of movement: Video games as gendered play spaces. *The Game Design Reader: A Rules of Play Anthology* içinde, der. Katie Salen ve Eric Zimmerman, 330–365. Cambridge: The MIT Press.
- Lauwaert, M. 2009. *The Place of Play: Toys and Digital Cultures*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- LEGO Group, The [TLG]. 2011. 2011 LEGO Company Profile. <http://www.lego.com> (10 Nisan 2012).
- LEGO Group, The [TLG]. 2011. <http://www.legoeducation.us/> (10 Nisan 2012).
- LEGO Group, The [TLG]. 2012. *2012 Ocak – Haziran Kataloğu*. İstanbul: Adore Oyuncak.
- Nipper M. 2012. LEGO Group commentary on attracting more girls to construction play. <http://aboutus.lego.com/en-us/news-room/2012/january/lego-group-commentary-on-attracting-more-girls-to-construction-play/> (10 Nisan 2012).
- Oppenheimer, J. 2009. *Toy Monster: The Big, Bad World of Mattel*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Orenstein, P. 2011. Should the World of Toys Be Gender-Free? [http://www.nytimes.com/2011/12/30/opinion/does-stripping-gender-from-toys-really-make-sense.html?\\_r=3&src=tp](http://www.nytimes.com/2011/12/30/opinion/does-stripping-gender-from-toys-really-make-sense.html?_r=3&src=tp) (10 Nisan 2012).
- Öngen, D. 1991. *Okulöncesi çağıdaki çocukların oyun konusundaki toplumsal davranış örüntüleri ile oyun materyalleri arasındaki ilişki*. Basılmamış Yüksek Lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara. (Türkçe).
- Özdemir, N. 2006. *Türk Çocuk Oyunları, Cilt-I*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Pickett, D. 2012. The LEGO Gender Gap: A Historical Perspective. <http://thinkingbrickly.blogspot.com/2012/01/lego-gender-gap.html> (10 Nisan 2012)
- Polo, S. 2012. LEGOs for girls: <http://www.themarysue.com/legos-for-girls-a-reprise/> (10 Nisan 2012).
- Powell Smith, B. 2001. The Brick Testament: <http://www.thebricktestament.com/home.html> (10 Nisan 2012).
- Ruditis, P. 2009. *G.I. Joe: The Rise of Cobra – Mission Dossier*. London: Titan Books.
- Salen K., ve E. Zimmerman. 2004. *Rules of Play*. Cambridge: The MIT Press.
- Sarkeesian A. 2012. LEGO & Gender Part 1: Lego Friends. <http://www.feministfrequency.com/2012/01/lego-gender-part-1-lego-friends/> (10 Nisan 2012)
- Sarkeesian A. 2012. LEGO & Gender Part 2: The Boys Club. <http://www.feministfrequency.com/2012/02/lego-gender-part-2-the-boys-club/> (10 Nisan 2012).

- Shoemaker-Richards, B. 2011. LEGO's listening, but they're not quite hearing us. <http://www.sparksummit.com/2011/12/21/3675/> (10 Nisan 2012).
- Shoemaker-Richards, B. 2012. LEGO Agrees to Meeting After 50,000 Denounce Selling Out Girls. <http://news.change.org/stories/lego-agrees-to-meeting-after-50-000-denounce-selling-out-girls> (10 Nisan 2012).
- Shoemaker-Richards, B. 2012. The Meeting: When SPARK Met LEGO. <http://www.sparksummit.com/2012/04/23/the-meeting-when-spark-met-lego/> (1 Mayıs 2012)
- Sexualization Protest: Action, Resistance, Knowledge [SPARK]. 2012. Our letter to LEGO. <http://www.sparksummit.com/2012/01/20/our-letter-to-lego/> (10 Nisan 2012).
- Stewart, S. 1993. *On longing: narratives of the miniature, the gigantic, the souvenir, the collection*. London: Johns Hopkins University Press.
- Toyfair. 2012. Category SchoolKids (6-10 years) Winner. <http://www.toyfair.de/exhibitors/toyaward/winners-2012/schoolkids-6-10-years/?L=1> (10 Nisan 2012).
- Wieners, B. 2011. Lego Is for Girls. <http://www.businessweek.com/printer/magazine/lego-is-for-girls-12142011.html> (10 Nisan 2012)

## **Abstract**

### **Representation of Gender Identities in Lego Toys**

After its release of the toy series *Friends* in 2012, the LEGO Group, which is usually praised for the quality and educational features of its toys, has been criticized by feminist organizations for offering young girls negative social gender models. Inspired by this criticism, this article explores the social gender representation in LEGO brand toys and offers procedural literacy as an alternate perspective on the discussion. In the first session the general role of toys in creation of social gender roles has been discussed through toy studies, game studies and toy design literature. The session is followed by an analysis of the historical transformation of female characters in LEGO brand toys. In the last session the limitations of LEGO brand toys in the representation of cultural procedures and the new possibilities the *Friends* series has created in this regard has been discussed in relation to the critiques on social gender representation.

## **Keywords**

LEGO, Procedural Literacy, Social Gender, Toys, Building Toys, Identity, Game, Procedural Representation



### **Yazar Hakkında**

Tonguç İbrahim Sezen doktorasını İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde tamamladı. Doktora süresince Fulbright burslusuz olarak Georgia Institute of Technology, School of Digital Media bölümünde incelemelerde bulundu ve interaktif anlatı alanında uygulamalı çalışmalar gerçekleştirdi. Çeşitli ulusal ve uluslararası konferanslarda sunumlar ve interaktif anlatı alanında atölye çalışmaları gerçekleştirdi. Sezen'in akademik ilgi alanlarını dijital interaktif anlatılar, dijital oyunlar, transmedya üretimi ve oyuncak çalışmaları oluşturmaktadır.

### **About the Author**

Tonguc Ibrahim Sezen graduated from Istanbul University School of Social Sciences PhD program. During his PhD he visited Georgia Institute of Technology as a Fulbright researcher where he conducted theoretical and practical studies on interactive narratives. He presented papers and gave workshops at various national and international academic conferences. His research interests are digital interactive narratives, digital games, transmedia production, and toy studies.