

KÜLTÜREL EKME KURAMI BAĞLAMINDA TÜRKİYE ÜRETİMİ ÇİZGİ FİLMLER ve ÇOCUK BİLİNCİNİN İNŞASI

Yrd. Doç. Dr. Esra İ. KELOĞLU İŞLER

ÖZET

Bu çalışmada, Gerbner'in ekme kuramı bağlamında yerli üretim çizgi filmlerde ekilmeye çalışılan sosyo-kültürel değerler ele alınmıştır. Çocuk kanallarında yayınlanan yerli ve yabancı çizgi filmler karşılaştırıldığında, dikkat çekici bir şekilde yerli çizgi filmlerin farklı temalara sahip olduğu görülmektedir. Makalede, seçilen üç yerli yapım çizgi film, *Pepee*, *Canım Kardeşim*, *Biz İkimiz*'in bir aylık zaman zarfı içindeki (Kasım 2013) yayınları incelenmiştir. İzlenen çizgi filmlerin temel fikirlerinin ve temalarının belirlenmesi amacıyla içerik analizi yapılmıştır. Tanımlayıcı seviyede bir analiz yapabilmek için bu yöntem seçilmiştir. "Ne söylendiği ve söylenenin doğasının ne olduğu" üzerinde durulurken Gerbner'in ekme tezi kuramı yaklaşımıyla değerlendirmeler yapılmıştır. Araştırmanın temel varsayımı yerli üretim çizgi filmlerin kültürel inşada önemli bir rol oynadığıdır. Küresel olarak yayınlanan çizgi filmlerde, kültürel inşada, evrensel insani değerlere odaklanmaktadır. Ancak yerli üretim çizgi filmlerde yoğun olarak yerel kültür ekilmeye çalışılmaktadır. Bununla bağlantılı alt varsayım ise, apaçık görünen kültürel aktarımın yanı sıra örtük olarak da mal/ürün satmayı destekleyici promosyonel unsurlarla çocuk bilinci tüketime yönlendirilmesidir. Böylece çizgi filmler aracılığıyla çocuklar sorgulamaksızın tüketici olarak piyasa ilişkileri ile bütünleşmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Türkiye Üretimi Çizgi Filmler, Gerbner: Kültürel Ekme, Tüketim, *Pepee*, *Canım Kardeşim*, *Biz İkimiz*.

GİRİŞ

Çocuğun medyayla ilişkisi üzerine sihirli kutunun ortaya çıkışından bugüne sayısız araştırma yapılarak pek çok söz söylenmiştir. Özellikle etki ve şiddet konuları sıklıkla işlenmesine rağmen, çocuk bilincinin kolayca etki altına alınmasını önlemek, hala *a priori* sorun olarak ortada durmaktadır. Bu sorunu tanımlamak için çok sayıda neden-sonuç ilişkisi kurmak mümkündür. Bu çalışmanın hareket noktası olan sorun, bir ikilemi sorgulayarak ilerlemiştir. Kitle kültürünün entegre parçası olan ebeveyn, bazen bilinçli bazen bilinçsiz olarak televizyonu (ve çizgi film içeriğini) işlevsel bir “dada” olarak kullanmaktadır. Ebeveynler “yapması gereken işleri” yaparken, televizyon, çocukla ilgilenme işini üstlenerek zaman kazandırmaktadır. Aynı zamanda çocuk bilincini *tabula rasa*’ yı işler gibi şekillendirmektedir ve toplumun kurallarını, işleyişini, kültürünü de aktarmaktadır. O halde, çizgi filmlerin çocuklara, içinde bulunduğu kültürel çevrelerin kodlarını açmalarını/çözmelerini sağlayacak bilinçli ve kasıtlı olarak oluşturulmuş referans çerçeveleri sundukları, dolayısıyla çocuk için ilksel bir öğretmen görevi üstlendiği varsayılmıştır. Ancak sorun, bu öğretmenin, bütün diğer kitle iletişim araçları gibi ticari olmasından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda da endüstri ile sıkı bağlar içindedir. Gerbner’in ekme kuramı çocuklara bilinç ekmede hala geçerliliğini korumaktadır: “*İnsanlar, kendi anlattıkları hikayeler üzerinde yükselen bir hayata sahip olan tek türdür. Hikaye anlatma; el hüneriyle, kendisi tarafından yapılmış ama ilhamını topluluktan alan bir süreç olagelmıştır. Günümüzdeyse karmaşık bir üretim ve pazarlama aşamasıyla sonuçlanmaktadır*” (1998:175). Televizyon ve çizgi film içeriğinin çocuklarla ilişkisini betimlemeye yönelik soruları cevaplamaya çalışırken, buna bağlı olarak başka sorular ortaya çıkmaktadır: Henüz öğrendiklerini değerlendirmeye dair referans çerçevelerini geliştirmemiş çocuklara yönelik kültürel bilinç ekme nasıl gerçekleşmektedir? Çocuklara yönelik kültürel bilinç ekme ile ticari pazarlama ve promosyon arasındaki ilişki nedir? En genç tüketici grubu olarak da tanımlanabilecek çocukların, medya tarafından manipüle edilmesi nasıl gerçekleşmektedir?

Çalışmanın öncelikli amacı yerli üretim çizgi filmlerin temalarını inceleyerek inşa edilen kültürel öğeleri tespit etmektir. Bu saptamanın gerçekleştirilebilmesi için içerik analizi yapılarak, yerli üretim çocuk çizgi filmlerinin mesajlarıyla/temalarıyla neleri kültürel olarak yeniden-ürettiği belirlenme yoluna gidilmiştir. Seçilen üç çizgi filmin (*Pepee, Canım Kardeşim, Biz İkimiz,*) ortak özelliği yerli üretim çizgi filmler olmaları, küresel sektörü değil sadece Türkiye çocuklarını hedeflemeleridir. Bu çizgi filmler devlet televizyonunun çocuk kanalının siparişi ile özel şirketlere yaptırılmıştır ve talebi oluşturan şartlara da haizdirler: Şiddet

içermemek, öğretici içerik sunmak, Türkçe'yi iyi kullanmak ve belirlenmiş çocuk yaşındaki hedef kitleye hitap etmek¹.

Çalışma, yerli çizgi filmler konusunda son derece az sayıdaki niceliksel/niteliksel araştırmaların olduğu bir alanda içeriğe ilişkin sorgulamalar sunmasından dolayı önemlidir. Ayrıca, gelecekteki araştırmacılar için de, başka soruları sormaya yol açması ve bu sınırlı çalışılmış alanda akademik bilgi birikimine katkıda bulunması amaçlanmaktadır. Türkiye'de çizgi film üretiminin ilk örnekleri, seksenlerin sonunda kamu kurumlarının teşvikiyle ortaya çıkmıştır (Aktan, 1995). Konuyla ilgili henüz yeterince araştırma birikmemiştir. Çizgi filmler, popüler kültürün taşındığı ve aktarıldığı önemli televizyon içeriklerindedir. Türkiye'deki çizgi film sektörünün gelişmesine bakıldığında, ilk örneklerin, milli kültürü aktarmak üzere tasarlandıkları görülmektedir. Seksenlerde çekingene bir başlangıç yapan Türkiye çizgi film sektörü, kısa bir zaman içinde giderek kültürelleşmiş, paralel olarak da ticari alanını genişletmiştir. Yerel üretim çizgi filmler yoluyla çocuk bilincinin endüstriyel yapıyla hızla bütünleşecek şekilde kültürel ekmeyle karşı karşıya kalmıştır. Güngör'ün de belirttiği gibi *"Halkın popüler kültürü, kendi yaşam pratikleri içerisinde doğmuş ortak paylaşımlı kültürdür. Televizyonun popüler kültürü ise toplumdaki yaygın kültürel göstergeler kullanılmakla birlikte, televizyonun kitlesel ortamında üretilen ve sunulan ticari kültürdür. İnsanların kendi gerçeklikleriyle ilişkisi olmayan yapay bir kültürdür"* (2011: 97). *Pepee* gibi çizgi filmlerde, yeni ve kuvvetli ticari ilişkileri yansıtan bir milli kültür yeniden çevrime sunulmaktadır. İçeriğinde kullanılan dil ve söylemler, halkın kendi yaşamsal pratiklerinden yola çıkarsa da, *status quo* ile kabul edilmiş ve desteklenmiş "kültür"ü yeniden fakat manipüle ederek üretmeyi amaçlar. Baudrillard, kültürün yeniden çevrimi için belirli bir örgütlenme ilkesi dahilinde tüm "kitle" kültürünün yönetildiğini söylemiştir. Buna göre kitle kültürünü içselleştirmiş olan herkes hatta en "kültürlüler" bile bundan muaf değildir ve *"kültür değil kültürel yeniden çevrim hakkına sahiptir"*. Baudrillard, kültürü, kültür varlığı olarak miras yoluyla devralınan ortak eser, düşünce ve gelenekler ve kültürün teorik boyutu olarak ikiye ayırmaktadır (2010:123). Araştırmacılar, genellikle küresel çizgi filmlerin hangi markalarla bağlantılı olduğunu, ticari ve içeriksel bağlantılarını, eğitimsel işlevlerini değerlendirme eğiliminde olmalarına rağmen kültürel olarak üretilip ticari olarak tüketilen çizgi film içeriğinin doğasının genellikle sorgulanmamaktadır. Bu makalede amaçlanan kültürel olarak üretilen içeriksel temaların neler olduğunun sorgulanmasıdır.

Makalenin konusuyla ilgili incelemeler 2 temel gruba ayrılarak incelenmiştir. Birinci grupta kitle kültürüyle ve popüler kültürle ilgili klasik niteliksel/kültürel araştırmalar vardır. Gerbner, Kellner, Mattelard, Dorfman, Erdoğan, Güngör gibi araştırmacılar, kitle kültürünü oluşturan sosyal yapılara tarihsel bakarak değerlendirmeler yapmışlardır. İkinci gruptaki araştırmacılar daha çok birinci grupta-

¹ Bu şartlar yapılan inceleme sonucunda ortaya çıkan ortak noktalar, TRT den alınan bir bilgi değildir.

kilerin ele aldığı konulardaki kitle kültürü, televizyon ve çizgi filmleri piyasa ilişkileri içinde değerlendiren mikro problemlere yoğunlaşmışlardır.

Yazıda incelenen yerel üretim çizgi filmler, kültürel ekme kuramı ve eleştirileri bağlamında değerlendirilmiştir ve orta sınıf bilincine Gerbner'in tarif ettiği şekilde, kabul edilebilir bir "milli" kitle kültürünü ekme faaliyetinin hala geçerli olup olmadığı irdelenmiştir. Güngör'ün aktardığı gibi; "Gerbner'in ekme kuramına göre televizyon aracılığıyla insanlarda birtakım gereksinimler yaratılır ve sonra da bunların karşılanması için onlara birtakım formüller sunulur. Bu da insanların giderek kendi gerçek yaşamlarıyla kurdukları ilişkilerin zayıflaması, gerçek dünyadaki ilişkilerinin yerine televizyonla ilişkiyi koymaları sürecini getirmektedir. Giderek televizyonun simgesel ilişki dünyası, insanların da içerisinde yer almaya eğilimli hale geldikleri bir ilişki ve etkileşim ortamı haline geçer. Yaratılan bu simgesel dünyayı denetlemek ise insanların gerçek dünyasını denetlemekten çok daha kolaydır. Bu simgesel dünya içerisinde birtakım gereksinimler yaratılması, onlara ilişkin doyum formülleri sunulması, insanların gerçek yaşamındaki belirli konulardan, örneğin, çatışma ve uzlaşma ortamlarından uzak tutulmaları özellikle de toplumun egemen güçlerine büyük avantaj sağlar (Gerbner, 1995:144, aktaran Güngör). Yerel çizgi filmlerin incelenmesi sonucunda belirli temaların çocukların öğrenme pratiklerine uygun bir şekilde sık sık tekrar ettiği ve böylece çocuk bilincine hükmetme amacındaki denetimsel bir mekanizmanın varlığı sorgulanmıştır.

Çalışmada analiz yöntemi olarak, niteliksel içerik çözümlemesi kullanılmıştır. *Pepee, Canım Kardeşim, Biz İkimiz* isimli üç yerel üretim çizgi film seçilmiş ve Kasım 2013 ayının kayıtları RTÜK'den sağlanmıştır². Çizgi filmlerin söylemsel analizi yapılarak tekrar eden temalar üzerinde durulmuştur. Söz konusu seriler, birbirini takip etmeyen konulardan oluştuğu için tamamını izlemek gerekli değildir. Tesadüfen alınmış herhangi bir aylık inceleme tematik şemanın ortaya çıkması için yeterli bir örneklem sunmaktadır. Seyredilen çizgi film bölümlerinden parçalar koymak veya çizgi filmleri anlatmak araştırma sorununu ortaya koymak bakımından anlamsızdır, ayrıca metodolojik olarak da uygun değildir. Bunun yerine konuyla ilgili önemli örnekler ele alınarak belirli tekrarlayan temalar üzerinde durulmuştur.

ANALİZ

Çizgi Filmler ve Genel Özellikleri

Pepee, Ayşe Şule Bilgiç Kıraç ve Ali Tufan Kıraç'ın sahibi oldukları Düşyeri Yapım/Çizgi Film Stüdyosu tarafından "Türkiye'nin ilk milli kahramanı olarak"³ sıfatıyla yaratıldı ve 2008 de yayınlanmaya başladı. Okula gitmeyen ufak bir çocuğun

² Çizgi filmlerin kayıtlarını sağlamada RTÜK çalışanı Hasan Göçmen'e verdiği teknik destek için teşekkür ederim.

³ Bu nitelikleme Düşyeri Yapım'ın kendi sitesinden alınmıştır. <http://www.dusyeri.com.tr/index.php?p=studyo>

günlük hayatından kesitler sunmaktadır. *Pepee*, ilaç, tekstil, oyuncak gibi pek çok lisanslı ürüne sahip olması özelliği ve lisans haklarının dünyadaki standartlarla aynı şekilde yönetilmesiyle dikkat çekmektedir. Medyada, “Pepee’nin annesi” olarak anılan Ayşe Şule Bilgiç bir röportajında⁴ hedef kitle olarak 3-6 yaş arası çocukların bulunduğunu ve her zaman bir Türk karakteri yaratmak hayalini taşıdığını söylemiştir. 2009 yılında yayınlanmaya başlayan *Pepee*, 2013 yılının sonuna geldiğinde İspanyol yapımı *Pocoyo*’yu taklit ettiği ileri sürülerek dava edilmiş⁵ ve yeni bölümlerinin çekimi durdurulmuştur. *Pepee*’den farklı olarak *Pocoyo*’da İspanyol kültürün sunumu bulunmamaktadır. Ancak karakterlerde renklerin seçiminden hikayelerin anlatımı ve sunumuna kadar bir esinlenme dikkat çekmektedir.

Canım Kardeşim, Portakal Animasyon şirketi tarafından karikatürist Murat Kürüz öncülüğünde bir ekip tarafından üretilmektedir. Murat Kürüz, *Gırgır*, *Fırt* gibi mizah dergilerinde ve *Sabah* gazetesinde çizmiş bir karikatürist olarak Portakal Animasyon’un web sitesinde⁶ “çizecek doğru dürüst dergi kalmadığı ve televizyonun da artık tat vermediğini” belirterek çizgi filme yönelmeye karar verdiğini anlatmaktadır. *Canım Kardeşim*’in piyasada *Pepee*’ninki gibi lisanslı ürünleri bulunmamaktadır. Çizgi filmin konusu iki kız kardeşin aileleriyle yaşamıdır, bu yaşam herkese tanıdık gelecek biçimde orta sınıf Türkiye ailesine aittir. Bu yapımda da, bilinç/kültür ekme bağlamında, *Pepee*’ye benzer şekilde kültürel öğeler öne çıkmaktadır. Kürüz’ün verdiği röportajda⁷ bu durum açıkça ortadır: “Çizgi filmin çocuklar üzerindeki etkisini tartışmaya gerek yok.(...) TRT Çocuk bu konuda çok hassas. En ufak cümle ve tanımlamaya çok dikkat etmemiz gerekiyor. Bu projeyi oluştururken bir takım temel esaslar üzerinde duruyoruz, amacımız bağımlı yapmak değil, bir yandan onları bilgilendirirken bir yandan da hayal dünyalarında yer etmeye çalışıyoruz. Çocukları eğitirken belli bir takım kriterler var, biz bunlara dikkat ediyoruz ama TRT’nin deneyimli kadroları tarafından da denetleniyor. Ama biz Türk geleneklerine göre hareket ettiğimiz için bu konuda çok dikkatli ve titiziz.” Görüldüğü üzere, çizgi filmin daha üretim süresi sırasında belirlenmiş kodlar bulunmaktadır. Bu kodların, ideal milli ailenin sunumu, şiddet içermemesi, mutlaka okul öncesi temel kavramlar ve milli değerlere ilişkin bir eğitim verilmesi, kültürel değerlerin yeniden çevrimi ve dilin doğru kullanılması olduğu varsayılmaktadır.

Biz İkimiz ise Siyahmartı Reklam ve Animasyon Şirketi tarafından üretilen bir çizgi filmidir. Şirketin TRT çocuk kanalı için ürettiği başka çizgi filmlerde bulunmaktadır. Bu çizgi filmde Arda ve Ceren isimli ikiz kardeşler, arkadaşları kitap

⁴ Bilgiler, <http://www.gundemantalya.com/haber/Pepe-nin-annesi-Ayşe-Sule-Bilgiç-/391771> isimli web sitesinde bulunan Deniz Karabudak’ın röportajından alınmıştır.

⁵ 6 Mayıs 2013 tarihli Milliyet gazetesini. <http://gundem.milliyet.com.tr/pocoyo-pepee-ye-dava-acti/gundem/detay/1704446/default.htm>

⁶ <http://www.portakalanimation.com/#/Hakkimizda>

⁷ Bilgiler <http://banunundunyasi.com/?p=2441> isimli web sitesindeki röportajdan alınmıştır.

ile, harfleri ve matematiği öğrenmektedir. *Biz İkimiz* de, *Canım Kardeşim* gibi kendi lisanslı ürünlerine sahip değildir. Biraz daha büyük çocuk grubunu konu alsa da hedef grup yine okul öncesidir. Bu çizgi film de, diğerleri gibi eğitici olmak eğilimindedir. Yine ilk ikisi gibi Türkiye çocuğunun aile içindeki yaşantısı kültürel öğelerle harmanlanarak sunulmaktadır.

Bu üç çizgi film de, okul öncesi veya okula yeni başlamış çocuklara hitap etmektedir ve “eğitici” olma iddiası kültürel değerleri de ileterek taşımaktadır. Televizyonda yayınlanan, sonrasında dijital olarak sosyal medya paylaşım sitelerinde yer alan bu hikayelerin “ne anlattığı”, neleri normalleştirdiği, neleri dışarıda bıraktığı çok önemlidir. Hitap ettikleri kesim (çocuklar) medyayı eleştirel okuyacak/değerlendirecek bilişsel seviyeye ulaşmadığı için sunulanı, doğrudan kabul ederek içselleştirmektedir. Bu durum yeni bir olgu değildir. İnsana ilişkin hikaye, masal ve efsanelerin sözlü kültürle aktarılması geleneğinde matbaa ile gelen kırılma sonrasında kitle kültürü ve kitlesel hikaye ortaya çıkmıştır. Günümüzde televizyondan anlatılan çocuk hikayeleri de kitleye yönelik oluşturulan kültürel ve sosyal aktarımla uyumsallaşmaktadır. Süreç, sözlü kültürden yazılı kültüre geçişin ardından ironik olarak televizyon yoluyla yeniden sözelleşmesiyle döngüsel bir yapıyı işletmektedir. O halde kısaca merkezileşmiş hikayelerin kültürel ve arka planını bakmak gereklidir.

Merkezileşmiş Hikayelerin Sosyo-Kültürel Arka Planı ve Çizgi Filmler

Grimm kardeşler, A. Andersen gibi *Okur-yazar Cumhuriyeti*⁸ üyelerinin, halk kültürüne ait masalları derleyip yazılı hale getirmesi, çocuk öykülerinin merkezileşmesinde dönüm noktasıydı. Günümüzde çocuklar okuma yazma öğrenmeden önce öyküleri/masalları televizyon yoluyla öğrenmektedir. Dolayısıyla Gerbner’in (1982) televizyona dair “merkezileşmiş hikaye anlatma sistemi” nitelemesi halen geçerliliğini korumaktadır. Hatta hikaye anlatımı yoluyla, çocuk, medya aracılığıyla kitle toplumuna dahil edilmektedir ve bu erken topluma bağlanma için önkoşul merkezileşmiş hikayelerin en kısa sürede öğrenilmesidir. Konuyla ilgili Gerbner’in gerekçesi şu şekildedir: “Hızlı baskı ve kitle ulaşımı yeni bir bilinç biçimi yarattı; Modern kitle toplumu. Modern kitle toplumunu oluşturan halklar, şeylerin nasıl işledikleri, ne oldukları ve ne olabileceklerine dair ortak bir bilinci paylaşan birbirine gevşek bağlarla bağlanmış insan yığınlarıdır. Ancak hiçbir zaman yüz yüze karşılaşmazlar, bu artık mümkün değildir.” (1998:116-117). O halde yerli üretim çizgi filmlerin de halkın popüler kültürel değerlerini iletmesi ve belirli konuları vurgu yapması kitle iletişiminin doğasından kaynaklanan olağan bir durumdur. *Pepee*, *Canım Kardeşim* ve *Biz İkimiz* çizgi filmleri TRT çocuk kanalında yayınlanmaktadır ve okul ön-

⁸ République des lettres, kavramı hakkında daha ayrıntılı bilgi için bkz: Peter Burke, “Bilginin Toplumsal Tarihi”.

cesi olarak tanımlanan yaş grubuna girmektedirler. *Pepee* her gün 07.30 ve 17.20 de yayınlanırken⁹, *Canım Kardeşim* her gün 08.55, 13.10 ve 17.45'te yayınlanmakta¹⁰, *Biz İkimiz*, haftaiçi 10.00 da yayınlanmaktadır¹¹. Dikkat edilirse, yayınlanma saatlerinin frekansı oldukça sıktır. Okul öncesi çocukların uyandıkları saatten yeniden uydukları zamana kadar bütün vakitlerinde yayınları izleyebilmeleri sağlanmıştır. Gerbner'e göre "Çocuklar, hikayelerin kitle tarafından üretildiği evlere doğuyorlar ve bir haftadaki her günde ortalama yedi saat bu hikayelere erişiyorlar. Uyanık kalınan süre ve hatta rüyalar bu hikayelerle dolduruluyor. (...) Öyküler, uzakta öbeklenmiş ve satacak bir şeyleri olan ufak bir topluluktan geliyor. "Devlet" seçilmiş halk hükümetiyle, seçilmiş özel sektör hükümetinden oluşan ikiz bir kurumun bizatihi kendisidir ki, iktidarını ekonomik alanda yürütür. Medya ise onun kültürel koludur"(1998:176).Okul öncesi gruba ait bu yerli üretim çizgi filmlerde, yoğun bir kültürel ekme söz konusudur. Medyada yayınlanan bütün içeriklerde, aynı kültürel ekme olsa bile, çocuk yayınlarında durum, daha belirgin hale gelmektedir. *Pepee*, Türkiye toplumunun folklorik öğelerini, Trakya karşılaşması oynayarak, halay çekerek¹² öğretmekte ve yinelenmektedir. *Pepee*, halaya katılanları tek tek saymaktadır çünkü belirlenmiş kodlara göre programın öğretici olması gerekmektedir. Ya da "davul zurnanın halayın vazgeçilmez müzik aletleri" olduğunu söyleyerek bir kez daha kültürün iletimini çocuğa yönelik gerçekleştirmektedir. Programın yapımcısı ve dış ses karakteri "Şuşu" yu seslendiren Ayşe Şule Bilgiç, katıldığı bir televizyon programında¹³ "ben halk oyunlarını programa koymak istediğimde herkes bana karşı çıktı ama ben yine de koydum" diyerek kültürel öğe ekleme faaliyetini kendisinin icat ettiğini naifçe ileri sürmektedir. Çizgi filmin tutundurulmasını izleyen dönemde Ayşe Şule Bilgiç'in sesine ve şarkı söylemesine ilişkin eleştirilerin¹⁴ ardından *Pepee*'nin yan ürünü *Pepee Şarkılar* programı ortaya çıkmış ve yayın akışında yerini almıştır. Erdoğan'a göre "Çocuk televizyonu da en az diğer kanallar kadar ticaridir, özellikle en çok izlenen içerikler özel firmalar tarafından sipariş edilmiş, izlenme oranı arttıkça kendine ait dergilere, oyuncaklara, kahramanının simgelediği tüm ürünlerin reklamını yapan bir çocuk eğlencesine dönüşmüştür." Sürekli olarak yayınlanan bu program, piyasa ilişkileri ile de dikkat çekicidir. Yayının reklam arasında anlaşmalı markaların ürettiği malların sunumları yoğun olarak yapılmaktadır. Örneğin, bir ilaç firmasının *Pepee*'nin adıyla ürettiği balık yağı, *Pepee*'li dış macunu, *Pepee* resimleri ve adıyla süslenmiş çikolatalı süt... Bu ticarileşmiş sunum sadece Türkiye televizyonuna özgü bir durum değildir. Amerika'da

⁹ <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=25>

¹⁰ <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=87>

¹¹ <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=47>

¹² *Pepee*, Zulu'nun doğumgünü halayı isimli bölüm

¹³ 30.11.2013 tarihinde yayınlanan Enver Aysever "Aykırı Sorular" programında konuk olmuştur.

¹⁴ Ekşi sözlük isimli sosyal paylaşım sitesinde Ayşe Şule bilgiç maddesi altında söz konusu kişinin ses tonuna ilişkin pek çok değerlendirme bulunmaktadır. <https://eksisozluk.com/ayse-sule-bilgic--764918?p=9>

benzer örnekler geçmişte yaşanmıştır. Stauber'ın (1995) örneği hatırlanacak olursa, Ketchum PR halkla ilişkiler şirketinin seksenli yıllarda müşterisi olan CALRAB (Kaliforniya Kuru Üzüm Danışma Kurulu-California Raisin Advisory Board) için yürüttüğü kampanyadakine benzeyen bir uygulanma söz konusudur. Halkla İlişkiler firması çocukların üzüm suyu içmelerini teşvik etmek için "Kaliforniya Danseden Kuru Üzümleri" (California Dancing Raisins) isimli çizgi reklam filminin televizyonda popüler olmasından sonra, çeşitli alışveriş merkezlerinde, dans eden üzümler grubunun gösterilerini düzenlenmiştir. Buna paralel olarak, Pepe'nin de alışveriş merkezlerinde çocuklara halay öğrettiği¹⁵, oyun ve etkinlikler düzenlediği reklam/halkla ilişkiler kampanyaları yapması, duruma somut bir örnektir. Günümüzde, ticari kanallarla yoğun bir rekabet durumunda kalan devlet televizyonunun da, programları özel şirketlere sipariş etmesiyle, çocuk bilincinin kültürel ve sosyal arka planı, ne yazık ki özel şirketlere teslim edilmiştir. Sonuç olarak, Gerbner'in belirttiği gibi "Ticari televizyon halkın elinden etkili bir şekilde soyutlanmıştır. Televizyon, halkın doğrudan katılmasından uzaklaştırılmıştır. Halkın yönetiminden korunmuş ve özel şirketlerin yönetimine bağlanmıştır. Bu yönetimi sağlayan mekanizma reklamdır. Reklam yapan firmalar televizyona müşteri çektiği, teslim ettiği, haber ve eğlence yoluyla öteki hizmetleri gördüğü için para öder." ifadesi halen geçerliliğini korumaktadır. Sungur da televizyonun, ekonomi ve siyasetin işleme için temel bir araç olduğunu söylemiş ve aynı zamanda ürettiği ideolojinin, burjuva ideolojisi olduğuna dikkat çekmiştir (2007). Görüldüğü gibi programları izleyen çocuklar, kitle kültürüyle egemen sosyal ve kültürel ortama yoğun olarak uyumsallaştırılarak aile örgütlü yapısının içinde var olan bireylerdir.

Kültürel Pratiklerin Öğretilmesi ve Pekiştirilmesinde Çizgi Filmleri Kullanmak

Türkiye'de çizgi film üretim süreciyle ilgili tarihsel gelişmelere bakıldığında yoğun bir devlet desteği olduğu görülmektedir. Aynı zamanda ortaya çıkan ilk çizgi filmler, belirli ideolojik sunumların yapılması için tasarlanmıştır¹⁶. TRT çocuk televizyonunda sunulan çizgi filmlerin, ana akım yaklaşım içerdiğinden hareketle, kültürel pratiklerin, özellikle yaşanan çağda popüler olanların öğretildiği ve pekiştirildiği bir izleme ortamı şaşırtıcı değildir. Erdoğan'ın belirttiği gibi, "Gerbner'e göre televizyon seyretme farklı grupların yaşam koşullarıyla ve dünya görüşleriyle farklı fakat uygun bir şekilde ilgilidir. Bu uygun kalıpların en genel olanları "ana akım" olarak isimlendirilir. Ana akım televizyonun ekmeğe çalıştığı genel dünya görüşü ve değerleri

¹⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=ZbF4HJIEopo>, Sakarya'da bir alışveriş merkezinde Pepe kılığında çocuklara *Çayelinden Öteye* şarkısı horon öğretilmesi videosu.

¹⁶ İlk çizgi film örneklerinden 1970 yapımı amentü gemisi, ve Türkiyede çizgifilm tarihi ve animatörler hakkında bilgi için bakınız: <http://cizgilifilm.blogspot.com/search?updated-max=2007-05-31T00:31:00-07:00&max-results=7>

olarak tanımlanır. Televizyon toplumun bütün sektörlerine girer, tekrarlanan ve yaygın kalıplar yoluyla belli bir dünya görüşünü ortaya atar; bu kalıplar organik bir şekilde birbiriyle ilişkili ve içsel olarak uyumludur.” Dolayısıyla, Pocoyo gibi uluslararası çocuk izleyiciyi hedefleyen çizgi filmlerde, evrensel kültürel unsurlar üzerinde durulmaktadır. Onun yerli taklidi *Pepee*’de ise, daha çok yerel kültürel unsurların vurgulanması doğaldır. (*Pepee*’nin jeneriğinde Türkiye bayrağından kayarak sahneye gelmesi ve bayrağın önünde poz vermesi, her kıyafetinde bir nazar boncuğu bulunması gibi).

Çizerler, düşünceleri ve kavramları anlatmak için sembollere ihtiyaç duysa da çizgi filmin içinde söz ile de desteklenen kendine ait bir anlatı sistemi ve dilden bahsetmek mümkündür. Bu dil çocuklara hitap ediyorsa, onların anlayabilecekleri şekilde sembollere dönüştürülmeleri ve anlam ifade etmeleri gereklidir. Hall’un dediği gibi: *Dil anlamları nasıl inşa eder? Dil bunu yapabilir çünkü temsili bir sistem olarak iş görmektedir. Dilde işaretleri ve sembolleri kullanırız – nasıl olursa olsun, yazılı söz, elektronik olarak üretilmiş resim, müzikal notalar, hatta nesnelere bir diğerine fikirlerimizi, tasavvurlarımızı, duygularımızı temsil etmek ya da desteklemek içindirler. Dil, kültürle temsil edilen bilgileri, fikirleri ve duyguların üzerinden aktarıldığı bir medyadır. Dil yoluyla temsil bu nedenle anlamın üretilmesi sürecinde merkezdedir (2001:1).*

Yerel kültürel öğeler, hem çok tanındıktır hem de idealleştirilmiş nitelikleri bakımındır. Demir oranını yükseltmek için pekmez yemesi arzu edilen çocuğa olumlu bir örnek oluşturmak için *Pepee*’nin kahvaltı talebi “pekmez tahinli ekmek” olarak tasarlanmıştır¹⁷. Söz konusu tasarım pekâlâ “Türk çocuğu kahvaltıda pekmez yer” kültürel klişesinin yeniden çevrimi olarak okunabilir. Başka bir bölümde *Pepee*, arkadaşı Şila ile oynarken çeşitli otları gözü bağlıyken koklamaktadır ve sıra reyhan bitkisini koklamaya geldiğinde “dağlar kızı Reyhan, Reyhan” diye şarkı söylemeye başlamaktadır¹⁸. Bu örnekte olduğu gibi, mesajların üretimi, sosyal örneklerin kültürel ve politik iktidarı içermesini de yaratması nedeniyle özel bir önem taşımaktadır. Burada işleyiş, doğru yaratılan mesajların, ortak bilinci yetiştireceği şeklindedir. Kitle iletişimiyle, endüstri devriminin kültürel göstergesi olarak mesajların kitlesel üretimi anlaşılmaktadır. Mesajlara yüklenen sosyal işlevler, mesajların kitlesel üretimi ve sembolik çevresi, sosyal ilişkiler ve iktidarda derin bir dönüşümü temsil etmektedir (Morgan, 1995:104, Akt. Özer: 2005). Elbette kültürel öğelerin medya tarafından iletilmesi sadece Türkiye’ye özgü değildir, hatta normal olmayan bir durum da değildir. UNESCO Türkiye Milli Komitesi, 17 Ekim 2003 tarihli 32. Genel Konferansı’nda Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesini¹⁹ kabul etmiştir. Bu sözleşmede, Somut Olmayan Kültür Mirası şu şekilde tanımlanmıştır: “toplulukların, grupların ve kimi durumlarda birey-

¹⁷ “Pepee ve altı kurbağa” isimli bölümde geçmektedir.

¹⁸ “Pepee’nin minik burnu” isimli bölümde geçmektedir.

¹⁹ <http://www.unesco.org.tr/?page=11:129:5:turkce> UNESCO resmi web sitesindeki bilgilerden derlenmiştir.

lerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar” . Yine aynı sözleşmede bunların aktarılma koşullarına da değinilmiştir: “Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılır ve bu onlara kimlik ve devamlılık duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur. Sözleşme, bu alanlarda beliren mirasın araştırılmasını, derlenmesini, arşiv ve dokümantasyon merkezlerinin oluşturulmasını, müzelerinin kurulmasını, öğretim kurumlarında ders olarak okutulmasını, kitle iletişim araçlarında olumlu kültür değerleri olarak yer verilmesini ve kuşaklar arasında ortaya çıkan kopuklukları giderecek tarzda etkin biçimde değerlendirilmesini, temel amaçlar ve eylem planları arasında görmektedir”. Dolayısıyla devlete ait çocuk kanalında sözleşmenin maddelerine uyum gösterecek şekilde kültürel aktarıma yer sağlanmıştır: “Sözleşmenin 13. maddesi, somut olmayan kültürel mirasın ulusal ölçekte korunmasına işaret ederken, devlet içinde kurumlaşmaların özendirilmesini ve basın yayın organlarında somut olmayan kültürel mirasa belli bir kota ayrılmasını istemektedir. Sözleşmenin 14.maddesi, somut olmayan kültürel mirasın ilkokuldan başlayarak bütün eğitim kurumlarında ders olarak okutulmasını öngörmektedir”.

Yerli üretim çizgi filmlerde sorun, kültürün ve kültürel pratiklerin aktarımı değildir, bu kültürel aktarımdaki temsillerdedir. Temsiller nüfusun geneline yayılacak şekilde herkesi temsil edecek şekilde mi düzenlenmiştir, yoksa belirli bir temsil tipi seçilerek yinelenmekte midir? Yapılan incelemede kültürün temsilinde tek tiplendirilmiş bir sunuma rastlanmıştır. Yanı sıra tek kalıptan çıkmış tiplerin, yoğun biçimde sunulan idealleştirildiği tasarımlar yoğunluktadır ve sürekli kendini tekrar etmektedir.

Çocukluk ve Yetişkinliğe Dair Stereo Tiplerin Kullanılması

Çizgi filmlerdeki hikayelemede çoğunlukla “ideal” bir çocuğun imajı sunmaktadır. Üretimin yetişkinler tarafından yapıldığı düşünüldüğünde bu yadırganacak bir durum değildir. Dorfman ve Mattelard, “*işi gücü, çocuğun ne olduğu ya da ne olması gerektiğini tanımlamak ve ayarlamak olan yetişkinler tarafından icat edilen çizgi filmler*” ifadesini kullanmışlardır. Böylece, yapılan kültürel inşanın, ne denli eski geleneklere veya bilimsel kaynaklara dayanırsa dayansın, gerçekte hikayelerde hiçbir zaman çocuk için hazırlanan geleceği tehlikeye atacak içeriklerin bulunmadığını belirtmektedirler (2006:125). Bu üç çizgi filmde de büyüklerinin sözünden çıkmayan, fazla yaramazlık yapmayan veya yaramazlık yaptığında hemen düzeltmeye çalışan ve çabucak özür dileyen çocuk temsillerinin bulunması da durumu yukarıda sunulan kuramsal anlatımı örneklemektedir. Pepee, kardeşine kendi oyuncaklarıyla oynamamasını söylediğinde ve kardeşinin hareketleriyle

dalga geçtiğinde dış ses (Şuşu) süper ego gibi devreye girerek “kardeşini sevmiyor musun?” diye sorar akabinde diğer karakterler bir olup Pepee’ye oyun oynarlar ve kardeşinden özür dilemesini sağlarlar²⁰.

Seçilen çizgi filmlerde çocuklar çoğunlukla aile ortamında buldukları için anne, baba, büyükanne ve büyükbaba stereo tipleri bulunmaktadır. Anneye ilişkin tipleme bütün çizgi filmlerde, dikkat çekici bir biçimde tekdüzedir. Sürekli olarak ev işi yapan, çocukların temizlik ve bakımından sorumlu, eğer baba kullanıyorsa araba kullanmayan, kek, pasta, börek, yemek pişiren, aile geçindirmeyen ve aile reisi babanın yanında evden sorumlu olan, kariyeri olmayan, olsa bile ne iş yaptığı bilinmeyen ortalama ve sıradan bir kadın tipinin temsili görülmektedir. Evin kedisi, annenin hazırladığı kahvaltı masasını devirdiğinde, dede “hadi çocuklar biz çekilelim de annen rahat temizlesin ortalığı” şeklinde konuşur örneğin²¹. Dede’nin konuşması toplumda anneye biçilen rolü tanımlamaktadır. *Pepee, Canım Kardeşim ve Biz İkimiz*’de anneliğin sunumunda durum değişmemektedir. *Canım Kardeşim*’de bir bölümde baba ve kızları kapıyı çalarlar ama açan olmaz, anahtarla içeri girdiklerinde ise, anne koltuğun üzerinde yorgunluktan uyuyakalmıştır “o kadar yorulmuşum ki, tüm ev, baştan başa sil, süpür derken uyuyuvermişim” der, hafiften özür diler gibi: ailesine kapı açma görevini yerine getirememiştir. Bunu üzerine ailenin iki küçük kızı rol modeli olarak aldıkları annelerine yardım etmek için işlerinin bir bölümünü acemice yapmaya çalışırlar²². Buradaki sorun aslında “anne” temsiliinin yeknesaklığıdır. Yerli üretim çizgi filmlerdeki anneler, sadece ev işi yapan, hiçbir kültürel üretimi olmayan, ailesi dışında sosyal çevresi olmayan, kariyeri olmayan varsa bile önem verilmeyen, hatta işi gidiş ve gelişleri gösterilmeyen, para kazanıp kazanmadıkları bilinmeyen, araba kullanmayan (baba varsa onun kullanması uygun), sürekli olarak çocuklarına yemek pişirip onları besleyen ve yeni çocuklar doğuran kadınlardan oluşmaktadır. Yabancı çizgi filmlerde örneğin Caillou’da anne “çocuklar siz kendiniz oynayın, ben odamda çalışacağım” diyebilmektedir. Ya da yemeği/kahvaltıyı hazırlayan baba olabilmektedir. Acaba kültürel ekme de kasıtlı olarak mı eve kapanmış ve dışarıda üretimi olmayan kadın modeli sunulması tesadüfi midir? Yoksa bilinçli midir? Anne ev işleriyle o kadar meşhurdur ki, ancak ev işlerini çocuklarıyla yaparsa onlarla vakit geçirmiş olur: *Biz İkimiz*’de anne, ikizlerden kız olan Ceren’den bir istekte bulunarak “Canım, ben hamuru çırparken bir yandan sütü dökebilir misin? Minnoşlarıma sütlaç yapıyorum” der. Neden yardım erkek çocuk’tan değil kız çocuktan istenmektedir? Cinsiyetçi rol tanımlaması sürekli tekrar etmektedir²³. Temsillerle ilgili olarak çizgi filmlerin belirli bir anlatım dili geliş-

²⁰ “Pepe kardeşini çok seviyor” isimli bölümde geçmektedir.

²¹ “Pepe dişlerini fırçalıyor” isimli bölümde geçmektedir.

²² Canım kardeşim, “annemize yardım edelim” isimli bölümde geçmektedir.

²³ Biz İkimiz “T” harfinin öğretildiği bölüm. (bu çizgi filmde bölümlerin isimleri bulunmamaktadır alfabeye göre ayırım yapılmıştır.

tirdiği varsayılabilir. Hall'a göre "Kültür, anlamların paylaşılmasıdır. Dil ayrıcalıklı bir araçtır: Dilde şeyler'i algılanır, anlam üretilir ve değiş tokuş edilir. Anlamlar yalnızca dile ortak bir şekilde eriştiğimizde paylaşılır. O halde dil, anlam ve kültürün ortasındadır ve her zaman da kültürel değerler ve anlamların anahtar belleği olarak kabul edilmiştir (2001:1).

Baba tiplmesi ise yine tekdüzedir: Her üç yapımda da babalar sabah çıkıp işe giden, akşam ellerinde hediyelerle gelen, anne iş yaparken çocuklarla oynayan evdeki işlere destek vermeyen, çocukların oyunlarında bir sorun çıkarsa hemen çözen ve halleden, çocuklara bilgi veren babanın tipini üretmektedirler. *Pepee* gibi dizilerde baba yoksa onu büyükbaba temsil etmektedir. *Biz İkimiz'* de ikizler, eski bir karton kutudan uçak yaparlar. Pilot olarak uçmak isterler, ama kardeşlerden biri diğerini uçağın uçmadığını söyleyerek uyarır tam bu sırada işten gelmiş olan baba "uçağın güç kolları eksik ondan uçmuyor" diyerek uçağı kaldırıp uçurmak-tadır²⁴. Patriyarkal aile tipinde muktedir olan, aile içindeki her tür çözümün ken-disinde toplandığı "güçlü" baba temsiline dair, bu üç yapımda da bolca örnek bu-lunmaktadır.

Bir diğer ilginç örnek *Pepee*'nin büyükannesidir (Nine). Nine, genellikle dededen gizliden gizliye mütemadiyen şikayet etmektedir. Konuşurken sıklıkla *maşallah, inşal-lah, vallaha, şemşiye*²⁵, *şükür* gibi dinsel referansalar içeren kelimeler kullanmaktadır. Anne ve baba işe gittikten sonra çocukların emanet edildiği kişidir. Onun da tıpkı an-ne gibi sosyal hayatı yoktur ve kurabiye yapılması gerekiyorsa, annenin yokluğunda vekaleten devreye girmektedir²⁶. Bu nine tipi Türkiye'de geleneksel ailelerde sıklıkla karşılaşılan bir aile büyüğü tipidir. Türkiye aile yapısının nasıl olduğu ile ilgili çok sa-yıda çalışma vardır. Literatürde yaygınlıkla kullanılanlardan milli aileye ilişkin ta-nımlardan son dönemde popüler olanı Orhan Türkdoğan'ın çalışmalarıdır: "*Türk aile sisteminin kader çizgisi üç uygarlık alanı oluşturur. Dünya tarihinde böyle bir aile gelişim sü-rekliliği çok nadir toplumlara nasip olmuştur. İslamiyet öncesi Türk aile yapısı, İslamiyet son-rası ve İslam kimliği içindeki Türk ailesi nihayet Batı uygarlığı alanı doğrultusunda Türk aile biçimlendirmesi olmak üzere sınıflandırılabilir. Bu ve daha sonraki destanlarda görüleceği gibi ailenin bir evrim ürünü olmadığını ana-baba ve çocuklardan ibaret çekirdek ailenin evrenselliği gerçeği hem Sümerlerde hem de Türklerde kanıtlanmış olmaktadır (2002: 585.*" Bu üç ya-pımda da, yukarıdaki tanımlamaya uygun çekirdek ailenin sunumu yapılmaktadır. Toplumun en temel özelliklerinden birisi de birbirine bağlı, her sorun karşısında yar-dım eden aile örgütüdür. Türkdoğan'ın da belirttiği gibi ülkenin toplumsal yapısının en güçlü odak noktasını oluşturan, sosyal yapı dinamiklerinden en önemli kurumu olan aile sistemidir (2002:596). Bu yapı devletin resmi ideolojisi bakımından kabul

²⁴ Biz ikimiz, alfabe "E" sesinin çalışıldığı bölüm.

²⁵ Dili doğru kullanmak ilkesi olsa bile eğer muhafazakar yaşlı bir ebeveyn söz konusu ise hoşgörülü olunabiliyor ve şemsiye şemsiye yerel kullanımıyla yer alıyor.

²⁶ *Pepee*'nin beş sürprizi var, *Pepee* ve altı kurbağa, *pepee* kardeşini çok seviyor, *pepee* mavi arıyor, *bebee*'nin ilk adımları isimli bölümlerde geçmektedir.

edilmiş ve desteklenmiş yapıdır. Dolayısıyla yerel üretim çizgi filmlerde aile kavramının sıklıkla işlenmesi, tanımlanması, idealleştirilmesi yadırganmamakla beraber bilinçli olarak inşa edildiğinin de unutulmaması gerekmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada etki ve şiddet konuları üzerinde durulmaktan bilinçli olarak kaçınılmıştır. Öncelikle, çok da eski bir geçmişe sahip olmayan yerli üretim çizgi filmlerle ilgili sorunlar tespit edilmelidir. Çizgi filmlerde, içerikler şiddetten uzak olarak tasarlanmasına rağmen toplumun kurallarını, işleyişini, kültürünü ve normatif olarak nasıl olması gerektiğini de aktardığı, bunu yaparken popüler siyasal kültüre ve statükoya uyumsallaşmanın da inşa edildiği analiz sırasında ortaya çıkmıştır. Esasen incelenen konunun sorgulanması gereken pek çok yönü bulunmaktadır ama olabildiğince tanımlanan alanda kalmaya gayret gösterilmiştir.

Ne yazık ki, çizgi filmlerin çocuklara, içinde bulunduğu kültürel çevrelerin kodlarını açmalarını/çözmelerini sağlayacak bilinçli ve kasıtlı olarak oluşturulmuş referans çerçevelerinin bazı kuşku özellikler taşıdıkları görülmüştür. Hikayenin anlatılmasında toplumsal roller tanımlanmaktadır. Ancak bu rollerin içine aldıkları kadar dışarıda bıraktıkları da sorundur. Çalışmada, yerli üretim çizgi filmlerin temalarında yoğun olarak aynı kültürel öğelerin tekrarlandığı görülmüştür. Seçilen üç yerel üretim çizgi filmde de (*Pepee, Canım Kardeşim, Biz İkimiz,*) çocuk bilincine tüketim kültürünün ekilmesi işi, uluslararası tanınmış çizgi filmlerden farklı değildir. Markalaşan yerli çizgi filmler, lisanslı ürünlerini satmak için çocukların ticarileşmiş bir çocukluk kültürüne “katılmalarını” beklemektedirler. Zaten küresel pazarda tüm dünya çocuklarına ticarileşmiş çocukluk kültürü, uzun süreden beri sunulmaktaydı. Çocuklar, aile dışında içine girdikleri ilk örgütlü yapıda (okul), televizyon aracılığıyla edindikleri bu ticarileşmiş çocukluk kültürünü bu sefer kendi aralarında yeniden üretmektedirler. Bunun yerel ürünlerle olması ya da dünyaca ünlü ürünlerle olması arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Ancak ebeveynlerin televizyonu işlevsel bir dadı olarak kullanmasıyla ailelerin çocuklarının bilinçlerinin manipüle edilmesine olanak tanımaları söz konusu olmaktadır ki bu bir sorundur.

Çizgi filmlerin popüler kültürü taşıdığı ve aktardığı bu çalışmadaki analizle somutlaşmıştır. Makalede görülmüştür ki yerel üretim çizgi filmlerle orta sınıf bilincine ait ana akımlaştırılmış “milli” kültür, yoğun olarak üretilmektedir. Türkiye’de çizgi film sektörünün seksenlerin sonunda ilk profesyonel ürünlerini vermeye başladığı ve bu ürünlerin çoğunlukla Kültür Bakanlığı, TRT gibi kamu kurumlarının teşvikiyle yapıldığı göz önünde bulundurulacak olursa ortaya çıkan ürünlerde fazlaca yerel, kültürel öğelerin bulunması anlaşılabilir bir durumdur. Ayrıca UNESCO milli komitesi tarafından Somut Olmayan Kültürel Miras’ın aktarılmasında basın ve yayın araçlarının kullanılması ve kullanıma kota ayrılması

gerektiği açıkça belirtilmiştir. Yapılan incelemede devlet televizyonuna ait çocuk kanalında, özel şirketlere yaptırılan, okul öncesi çocuklara yönelik çizgi filmlerde yoğun olarak kültürel değerlerin kullanıldığı görülmüştür. Sorun, kültürel değerlerin bilinçli olarak nüfusun tamamını temsil etmekten yoksun tek tipleştirilmiş olması sorunludur. Ayrıca, çocuk bilincinin “çocuğun gelecekte nasıl bir insan olması gerektiği” normatif varsayımından hareketle manipüle edilmesi sorunludur. Eğer ele alınan çizgi filmlerdeki gibi kadın ve erkek rolleri ev/çocuk doğurmak ve /işe gidip para kazanma olarak tanımlanıyorsa, son derece otokratiktir ve pek çok sonucun yanı sıra, zincirleme olarak bireysel özgürlüklere daha az değer verilmemesi sonucunu da getirebilir.

Dorfman ve Mattelard’ın son kertede önerdikleri şey olan “çizgi filmlerin eleştirel okuması” bu yaş grubu çocuklar için mümkün görünmemektedir. Bu yaş grubunda şekillenen bilinçlerin ise, Türkiye’de ortaöğrenim düzeyinde seçmeli ders olarak verilen “medya-okuryazarlığı” ile eleştirel bir okuma yapıp yapamayacağı, hem nicel hem de nitel olarak araştırılması gereken bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. Sorun, medya okur-yazarlığı dersini alma aşamasına gelene kadar çoktan televizyona entegre olmuş çocuk bilincinin ilgili eleştirel okumayı gerçekleştirip gerçekleştiremeyeceğine ilişkindir.

Son Not:

Yrd. Doç. Dr. Esra İlkay KELOĞLU İŞLER, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.

KAYNAKÇA

- ADA AVM. (2012, 20.09). Pepee çocuklara horon tepmeyi öğretiyor. <http://www.youtube.com/watch?v=ZbF4HJIEopo> 20 Kasım 2013 tarihinde erişilmiştir.
- ATAN, U. (1995). *Animasyonun Kültür Aktarımındaki Yeri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Konya.
- BAUDRILLARD, J. (2010). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı.
- BURKE, P. (2013). *Bilginin Toplumsal Tarihi*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- DORFMAN A., MATTLELARD A. (2006). Introduction: Instructions on How to Become a General in the Disneyland Club. Durham, M. G.& Kellner, D. M. (ed.) içinde: *Media and Cultural Studies Keyworks*. (s.122-129). UK: Blackwell Publishing.
- ERDOĞAN, İ. (1998). Gerbner'in Ekme Tezi ve Anlattığı Öyküler Üzerine bir Değerlendirme. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 1 (2) 149-180.
- GEORGE G. (1998). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication and Society*. 1:3-4, 175-194 Doi: 10.1080/15205436.1998.9677855.
- GERBNER, G. (1995). Cultural Indicators, the Analysis of Mass Mediated Public Message System. İçinde: Boyd-Barrett, O. & Newbold C. *Approaches to Media, A Reader*. (s. 144-153). London, New York,.
- GÜNGÖR, N. (2011). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- HALL, S. (2001). (ed.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, California, New Delhi: Sage Publications.
- <http://gundem.milliyet.com.tr/pocoyo-pepee-ye-dava-acti/gundem/detay/1704446/default.htm> 6 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.cizgilifilm.blogspot.com/search?updated-max=2007-05-31T00:31:00-07:00&max-results=7>. 1 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.dusyeri.com.tr/index.php?p=studyo> 17 Kasım 2013 tarihinde erişildi.
- <http://www.dusyeri.com.tr/index.php?p=studyo>. 1 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.gundemantalya.com/haber/Pepe-nin-annesi-Ayse-Sule-Bilgic-/391771> 5 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir..
- <http://www.portakalanimation.com/#/Hakkimizda>. 6 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=25> 17 Kasım 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=47> 17 Kasım 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=87> 17 Kasım 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.unesco.org.tr/?page=11:129:5:turkce> 1 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <https://eksisozluk.com/ayse-sule-bilgic--764918?p=9> 10 Kasım 2013 tarihinde erişilmiştir.
- MORGAN, M. (1986). Television and Erosion of Regional Diversity. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 30 (2): 123-39.
- MORGAN, M. (1995). The critical Contribution of George Gerbner. John A. Lent. (ed.) *A Different Road to Taken*. içinde. (s.99-117).Westview Press.
- ÖZER, Ö. (2005). Yetiştirme Kuramının Eleştiriler Bağlamında Deđerlendirilmesi. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 8(1) kış.

- STAUBER, J. C., RAPMTON, S. (1995). *Toxic Sludge is Good for you! Lies, Damn Lies and the Public Relations Industry*. Monroe,Maine: Common Courage Press.
- SUNGUR, S. (2007). Marksist Düşünce Sisteminde Kitle Kültürü ve Televizyonda Yayınlanan Çizgi Filmlerin İdeolojik İşlevlerine Bir Bakış. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* sayı: 30.
- TÜRKDOĞAN, O. (2002). *Osmanlı'dan günümüze Türk toplum yapısı*. İstanbul: Çamlıca Yayınları.