

22. Kültür endüstrileri bağlamında çocuklara kültür aktarımı için bir kaynak: Ömer Seyfettin hikâyelerinin dijital adaptasyonu

Nilgün TÜRKMEN¹

APA: Türkmen, N. (2023). Kültür endüstrileri bağlamında çocuklara kültür aktarımı için bir kaynak: Ömer Seyfettin hikâyelerinin dijital adaptasyonu. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (35), 356-375. DOI: 10.29000/rumelide.1342117.

Öz

Türk edebiyatının önemli isimlerinden biri olarak kabul edilen Ömer Seyfettin, Türk edebiyatına, diline ve kültürüne değerli hizmetlerde bulunmuştur. Gerek Ömer Seyfettin gerek eserleri gerekse de katkılarının kültürel bellekteki yerini muhafaza için kültürel aktarımla yeni nesillere ulaştırılması önemlidir. Özellikle kültürel aktarım basamağının en altında ancak önemli kademelerinden birinde bulunan çocuklara söz konusu aktarımın yapılabilmesi için çağın imkân ve araçları kullanılmalıdır. Teknoloji ve dijitalleşme ile kültürün yeni varlık alanları bulduğu ve dijital kültür adıyla ayrı bir başlık altında incelendiği bu çağda, Ömer Seyfettin'in yerinin tespiti bu kapsamda önemli görülmektedir. Bu çalışmada dijital kültür araçlarından televizyon ile internet temelli ses ve video uygulamalarında, Google gibi yaygın kullanılan arama motorları ile internet ortamında Ömer Seyfettin hikâyelerinin varlığı araştırılmakta; elde edilen bulgular kültür endüstrileri ve dijital kültür bağlamında ele alınıp değerlendirilmektedir. Bahsedilen kaynaklarda Ömer Seyfettin'in daha çok hikâyeleri ile yer aldığı görülürken bu hikâyelerin ise ağırlıklı olarak çizgi film ve sesli kitap formatında ilgili kitlelere sunulduğu tespit edilmektedir. Çalışmada çizgi film ve sesli kitapların yapıları, bunlara gelen yorumlar, bu ürünlerin izlenme ve dinlenme oranları gibi hususlar dikkate alınarak değerlendirilmelerde bulunmaktadır. Kültür, günümüzün medya, sinema, televizyon ve internet ortamlarında sunulan malzemeler için doğal bir kaynaktır. Bu nedenle çalışmada içerik üreticileri tarafından bu doğal kaynağın bir ekonomik kazanç kapısına nasıl dönüştürüldüğü ve kültür aktarımını bunun nasıl etkilediği de gösterilmek istenmektedir. Ayrıca kültür endüstrileri kapsamında kültür aktarımı açısından çağa ayak uydurarak çocuklara ve gençlere Ömer Seyfettin'i, onun duygu ve düşünce dünyası ile hikâyelerini kültürel aktarımın bir parçası hâline getirerek ulaştırabilmek için neler yapılması gerektiği hakkında tespit ve önerilere de çalışmada yer verilmektedir.

Anahtar kelimeler: Çizgi filmler, kültür endüstrileri, kültür aktarımı, dijital kültür, Ömer Seyfettin.

A resource for cultural transfer to children in the context of cultural industries: Digitalisation of Omer Seyfettin stories

Abstract

Omer Seyfettin, who is accepted as one of the important names of Turkish literature, has made valuable services to Turkish literature, language and culture. In order to preserve the place of Omer Seyfettin and his works in cultural memory, it is important to convey them to new generations through cultural transmission. Especially for children, who are at the lowest but one of the most

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı ABD (Sivas, Türkiye), ngun_turkmen@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6946-305X [Araştırma makalesi, Makale kayıt tarihi: 01.06.2023- kabul tarihi: 20.08.2023; DOI: 10.29000/rumelide.1342117]

important levels of cultural transmission, the opportunities and tools of the age should be used in order to make this transfer. In this age where culture finds new areas of existence with technology and digitalisation and is examined under a separate title called digital culture, determining the place of Omer Seyfettin is considered important in this context. In this study, the existence of Omer Seyfettin stories in television, internet-based audio and video applications, widely used search engines such as Google and internet environment is investigated. The findings obtained are discussed and evaluated in the context of culture industries and digital culture. While it is seen that Omer Seyfettin is mostly included in the mentioned sources with his stories, it is determined that these stories are mainly presented to the relevant audiences in the form of cartoons and audiobooks. In the study, evaluations are made by taking into account issues such as the structures of cartoons and audiobooks, comments on them, viewing and listening rates of these products. Culture is a natural resource for the materials presented in today's media, cinema, television and internet environments. For this reason, the study aims to show how this natural resource is transformed into an economic gain gate by content producers and how this affects cultural transmission. In addition, the study also includes determinations and suggestions about what should be done in order to convey Omer Seyfettin, his world of emotion and thought and his stories to children and young people by making them a part of cultural transfer by keeping up with the age in terms of cultural transfer within the scope of cultural industries.

Keywords: Cartoons, cultural industries, cultural transmission, digital culture, Omer Seyfettin.

Giriş

Türk edebiyatının önemli isimlerinden biri olan Ömer Seyfettin hem şahsiyeti hem edebiyatçı kimliği hem de kaleme aldığı eserleri ile Türk diline, edebiyatına ve kültürüne değerli hizmetlerde bulunmuş bir aydındır. Bu nedenle “kültür milliyetçisi” (Kaya 2020: 261) olarak anılan Ömer Seyfettin’in kültüre, eğitime, dile ve edebiyata katkılarını sürdürebilmek ve ona karşı bir ahde vefa örneği sergileyebilmek için yeni nesillere Ömer Seyfettin’i ve eserlerini tanıtmak önem arz etmektedir. Zira Türk kültürüne hizmet etmiş, katkı sunmuş böylesi isimlere gerek bir teşekkür gerek vefa göstergesi gerekse de saygı nişanesi olarak sergilenecek davranışların temelinde bu tutum yatmaktadır. Ancak söz konusu husus kadar önemli olan bir nokta da bu tanıtımın nasıl yapılması gerektiğidir. Çünkü; kültürel aktarımda doğru araçların ve dozların kullanımı, kültürel olguların varlığını sürdürebilmesini sağlayan temel dinamiklerdendir.

Yukarıda zikredilen düşüncelerin ışığında geçtiğimiz yıllarda vefatının 100. yılı münasebetiyle Ömer Seyfettin adına çeşitli anma etkinlikleri düzenlenmiştir. İlim âleminde ve edebiyat dünyasında Ömer Seyfettin, düşünce dünyası, eserleri, edebiyat tarihimizdeki yeri vb. açılardan çeşitli etkinliklerde alanın uzmanları ve araştırmacıları tarafından konuşulmuş, hatırlatılmış, anlatılmış ve anılmıştır². Ancak tüm bu çalışmalar içerisinde Ömer Seyfettin ve eserlerinden belki de en az nasibini alan genelde çocuklar, özelde ise okul öncesi çağı çocukları olmuştur.

“Ömer Seyfettin bir çocuk edebiyatı yazarı mıdır; değil midir?” sorusu alanın uzmanları tarafından zaman zaman tartışılmıştır (Sinar 2006: 186; Gürel 2009; Bozdoğan 2019; Diri 2019; Kefeli 2019; Neydim 2019; Önal 2019). Araştırmacıların bu konuda farklı görüşleri bulunmaktadır. Ancak soruya verilecek cevap ister menfi ister müspet olsun, Ömer Seyfettin’i ve eserlerini Türk kültürünün bir parçası

² Konuyla ilgili yapılan çalışmalardan bazı örnekler için bkz.: Argunşah ve Demir (2019), Argunşah vd. (2020), Argunşah (2020) ve Durmuş vd. (2021).

olarak çocuklara tanıtmak gerektiği gerçeği değişmeyecektir. Zira kültürel unsurlar, o kültürün sahibi olan halk grubunun sadece belli üyeleri tarafından benimsenerek uzun yıllar yaşatılamaz. Milli kültürün varlığını güçlü bir şekilde devam ettirmesi, ait olduğu halkın geneli tarafından bilinmesi, benimsenmesi ve uygulanması ile doğru orantılıdır. Türkmen (2012: 142)'in ifadeleriyle kültür,

“... varlığını uzun yıllar devam ettirebilmek için kültürel kodlarının 7'den 70'e herkes tarafından bilinip yaşatılmasına muhtaçtır. Bu nedenle kültürel kodlar, küçüklere ve büyüklere farklı araçlarla ve dozlarla verilmelidir.”

Özetle kültürel olgular, içine doğdukları halkın üyelerine yaşlarına, biliş düzeylerine ve sosyo-kültürel konumlarına uygun içerikler ve miktarlarla paylaşılmalıdır. Aksi takdirde bir kültür şoku ya da kültür aktarımında kopukluklar yaşanması kaçınılmazdır. Bunun neticesinde kültürel bağların zayıflaması, unutulması, kültürel unsurların hor/hakir görülmesi, reddedilmesi gibi sonuçlarla karşılaşılması olası bir durumdur. Bu durum ise mevcut kültürün devamlılığında sorunlar yaşanmasına neden olabilir. Nasıl ki eskiden toplumun kültürel belleğinde saklı gelenek, görenek gibi bazı unsurların çocuklara aktarımında daha çok masal; yetişkinlere aktarımında ise halk hikâyesi, destan vb. araçlar kullanılmaktaydı bugün de bunu, çağın getirisi yeni araçlarla yapmak gerekmektedir.

“Dijital çağ” olarak da adlandırılan içinde yaşadığımız yüzyıl, kaynağını internet ve bilgisayar teknolojilerinden alan hızlı bir iletişim çağı olarak anılmaktadır. Bu iletişimde medyanın etkin bir yeri bulunmaktadır. İnsanlık radyodan televizyona, telefondan bilgisayarlara uzanan çok geniş bir medya ağı ile kuşatılmıştır. Bu ağın genişlemesinde internetin büyük katkısı vardır. Sanal bir dünyanın kapılarını aralayan internet ve medya araçları ile artık hemen herkes az ya da çok irtibatlıdır. Dolayısıyla kültürle etkileşim hâlinde bulunan; kültürden beslenen ve zaman zaman da kültürü şekillendiren bir araç olan dijital olguları ve medyayı, kültürel aktarımın vasıtası olarak da görmek gerekmektedir (Özdemir 2008). Zira içinde yaşanan çağ itibarıyla teknoloji, insanın varoluşunu tamamlayan parçalardan biri hâline gelmiştir (Gere 2010: 6). Bu nedenle tüm bu alanlar için içerik oluşturulurken kültürel unsurlardan yararlanmak ihmal edilmemelidir.

Kaynaklarda yer alan tanımlardan yola çıkarak denilebilir ki dijital kültür, insanlığın sözlü ve yazılı kültür ortamlarında yarattığı/ürettiği, yaşattığı ve aktardığı/paylaştığı kültürel mirasını dijitale taşıması; yaratım/üretim, yaşatma ve aktarımı/paylaşımı yeni bir ortamda gerçekleştirmesidir. Dijital kültür, “elektronik kültür ortamı”nın (Ong 2007) bir parçasıdır. Özetle sözlü ve yazılı kültür ortamlarında var olanın değişime ve dönüşüme uğratarak elektronik kültür ortamlarında yeniden üretim sürecine girdiğini söylemek mümkündür (Özdemir 2021: 110). Ekici tarafından dijitalleşme ve teknolojik gelişim alanlarının kendilerini yenilemelerine verdikleri isim olması nedeniyle “güncelleme” biçiminde ifade edilen bu durum, bir anlamda gelenekselin belli ölçüde değişime ve gelişime uğratılması şeklinde açıklanmaktadır (2008: 33-34).

Özdemir, dijital çağ araçlarından ziyade bu araçlarda kullanılan içeriklerin insan hayatına etkilerine dikkat çekmektedir;

“Bilgisayar ve internet, özünde içerik sektörleridir. Asıl olan yapım, aktarım, dağıtım, tüketim araç ve sistemleri değildir. Önemli olan bu sürecin sonucunda ortaya konulan, dağıtılan, paylaşılan, talep edilen/ettirilen içeriktir.” (Özdemir 2012:154).

Yukarıda sözü edilen ifadelerde geçen içeriğin kültürel unsurlarla beslenmesi, dolaylı olarak geleneksel kültüre dikkatlerin yönelmesi ve ilginin artmasını sağlayacaktır. Artan ilgi ise kültürün doğal ortamlarında yaşatılmasına teşvik ve destek sağlayacak itici bir güç potansiyeli taşımaktadır. Bu durum

kültürün üretici/aktarıcı/uygulayıcısı/sahibi olan halk gurubuna etkileri kadar kültürü koruma konusunda etki ve yetki sahibi mercileri de faalleştirmek açısından önemlidir.

Kültürü, çağın şartlarına/imkânlarına göre aktarmak/paylaşmak sadece kültüre yönelik bir hizmet değildir. Sözü edilen aktarım, çağı paylaşan, kültürün içine doğan ve kültürün geleceğinin teminatı olan çocuklar ve gençler için de önemlidir. Onların halkın diğer üyeleri ile ortak kültürel belleğe sahip olmaları açısından onlara bildikleri/tanıdıkları araçlarla da ulaşılmalıdır. Bu aktarımın ilgilendirdiği diğer bir kitle ise yetişkinlerdir. Zira kültürün, yetişkinlerin öğrendikleri yolların dışında yeni yöntemlerle de öğretilmesi gerekmektedir. Bu onların çocuklara ve gençlere karşı sorumluluğu/görevidir. Tüm bunlar nihai olarak çocukların ve gençlerin kültürel özgüveni açısından önemlidir. Açıkçası söz konusu grubun kültürel özgüvenlerini oturtmadan içine doğdukları dünyada öz saygı sahibi bireyler olmayı tam anlamıyla başarmaları zor olacaktır. Kısaca bireyin üretici/aktarıcı/yaşatıcısı olduğu kültürü benimseyip, bu kültüre karşı aidiyet hissetmesine dayalı bir bilinç olarak açıklanabilecek kültürel özgüven için Türkmen şunları söylemektedir:

Kültürel özgüven, bir kişinin kendi kültürüne güvenmesi, kendi kültürel unsurlarını benimseyip kabullenmesi şeklinde açıklanabilir. Nasıl ki bireyin özgüven duygusu, kendisine güvenmesi ve sağlıklı bir benlik duygusuna sahip olması ile doğrudan alakalı ise kültürel özgüven de bunu köklerine karşı beslemesi, aidiyet duygusu hissetmesi açısından özelden birey genelde ise bireyin mensubu olduğu halk ve kültür için son derece önemlidir.³

Kültürün en genç sahiplerine/üyelerine kültürü aktarmak, onlarla kültürel olguları paylaşmak kültürel aktarımın orta ve üst basamağındaki bireylerin asli vazifesidir. Kültürel etkileşimde elbette halk grubunun her üyesi birbiriyle iletişim hâlinindedir. Sanatsal bir iletişim olan kültürün/folklorun (Dan Ben-Amos 1997: 80) bu etkileşimle şekillenmesi kaçınılmazdır. Ancak vermeden almanın mümkün olmadığı gibi önce yeni üyelere kültürel aktarım yapılması, onların ortak bir kültürel belleğe sahip olmaları için onlara yardım edilmesi gerekmektedir. Bunun yollarına Özdemir şu ifadeleriyle işaret etmektedir:

Geleneğin içeriklerinin özgün ve çekici kültür endüstrisi içeriklerine dönüştürülmesi gereklidir. Bu da ancak bilim ve teknolojinin olanaklarından yararlanmakla, yaratıcı bireyleri teşvik etmekle, dahası kültür endüstrilerini/ sektörlerini geliştirmekle mümkün olabilmektedir. (Özdemir 2012: 154).

Özdemir'in belirttiği gibi yaratıcı fikirlerin şekillendirdiği yeni araçlarla devam edilecek kültürel aktarım sonucunda halk grubunun çocuk ve genç kategorisindeki üyelerinin kültürel bellekleri güçlenecektir. Böylece milli kültürün varlığını güçlü ve güvenli bir şekilde sürdürmeye devam etmesinin yolları açılacaktır. Bu yeni araçlardan biri de çizgi filmler/animasyonlardır.

Amaç ve kapsam

Bu çalışmada bugüne kadar Ömer Seyfettin ile hikâyelerinin dijital kültürde nasıl yer aldığı tespiti, dijital kültür araçlarının taranması neticesinde ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Dijital dünyada herhangi bir olay/olgu/durum/kavram vb.'nin işgal ettiği yeri genel hatlarıyla görmek için atılacak adımların başında "Google" gibi arama motorlarında anahtar sözcüklerle konuyla ilgili arama yapmak gelmektedir. Sözü edilen minvalde Ömer Seyfettin hakkında Google'da hem onun ismi hem de

³ Kültürel özgüven kavramı ile ilgili yukarıda zikredilen bilgiler, 15-16 Eylül 2022 tarihlerinde Sivas'ta düzenlenen İbrahim Aslanoğlu Sempozyumunda tarafımızdan sunulan "Müellifi K.D. Olan Türk Masallarının Kültürel Aktarımında Çizgi Filmlerin Kullanımı" başlıklı bildiri metninde yer almaktadır. Bildiri kitabı henüz basılmadığı için atıf doğrudan kaynağa yönelik yapılamamaktadır.

hikâyelerinin adı yazılarak aramalar yapılmıştır. Ayrıca video ve ses içerikli sosyal medya paylaşım araçlarından olan Youtube, Dailymotion ile sesli kitap uygulamaları olan KitapDinler ve Storytel'de Ömer Seyfettin hikâyelerinin nasıl yer aldığı ve ne kadar kişiye ulaştığı; bu uygulamaların kullanıcılarının hikâyelerle hikâyelerin uygulamalardaki görüntüsüne dair neler düşündüğü tespit ve tahlil edilmektedir. İlgili platformlardaki içeriklerin niteliği ve niceliğine dair tespit edilen veriler çalışmada paylaşılmaktadır. Kullanıcı düşüncelerinin anlaşılması için video ve sesli kayıtlara yapılan yorumlar, bunların izlenme/görüntülenme oranları ile aldıkları “beğeni/like” ve “beğenmeme/dislike” sayıları değerlendirilmektedir. Ulaşılan sonuçlar, sayısal verileriyle ve değerlendirmelerle çalışmada paylaşılmaktadır. Günümüzün yaygın kullanılan medya araçlarından biri olan televizyonda Ömer Seyfettin ve hikâyeleri ile ilgili olarak çocuklara yönelik ne gibi içeriklerin sunulduğu da araştırılmış ve bunlara çalışmada yer verilmiştir. Çalışmanın temel amaçlarından biri Ömer Seyfettin ile hikâyelerinin dijital kültür ve bu kültürün araçlarıyla yeni nesillere özellikle de çocuklara ve gençlere nasıl aktarılabilceğinin tartışılmasıdır. Bir diğer amaç ise söz konusu aktarım esnasında kültür ekonomileri çerçevesinde kültürel ürünlerin ekonomik kazanca kapı aralamasını sağlamanın mümkün olup olmadığının değerlendirilmesidir.

Kültür endüstrileri, sinema-televizyon ve çizgi filmler

Pozitif bilim uzmanlarınca söylenen yeraltı ve yerüstü kaynaklarımızı işlemememiz sebebiyle zengin bir mirasın fakir bekçileri olduğumuz gerçeği, Oğuz'un da ifade ettiği gibi kültürel miras için de geçerlidir. Ne yazık ki bunun neticesi “*zengin ve bakir bir kültürün fakir bekçileri*” (Oğuz 2009: 91) olmayı doğurmaktadır. Bu durumdan kurtulmak ya da durumu tam tersi bir noktaya taşımak için kültürü bir endüstri olarak görmek gerekmektedir. Zira günümüzde bir şeyin makul ve makbul sayılmasının önündeki önemli kistaslardan biri, maddi değer taşımasıdır. Çağımızın “geçer akçesi” hâline gelen endüstriyel değer, söz konusu “o şey”e bakış menfi ya da müspet anlamda etkilemektedir.

Kültür endüstrisi, Özdemir (2012)'in verdiği bilgilere göre ortaya atıldığı ilk yıllarda kültürü bir meta hâline getirerek tek tipleştirdiği gerekçesiyle eleştirilen bir olgu olmuştur. Konu, uzun bir süre Adorno, Horkheimer ve takipçileri tarafından olumsuz bir anlama sahip olarak değerlendirilmiştir. Ancak 21. yüzyılla birlikte kültür endüstrisine bakış açısı da değişmeye başlamıştır. Başlarda turizm sektöründe olumlu bir yaklaşımla ele alınırken elektronik kültür araçlarının yaygınlaşması, medya çeşitlerinin ve kullanımının artması ile dijitalleşmenin hız kazanması, kültür endüstrisinden bu kanalların da istifade etmesinin önünü açmıştır. Sonraları kavram kültür endüstrisi yerine kültür endüstrileri şeklinde anılır hâle gelmiştir. Artık UNESCO dâhil AB, kültürel mirasın korunması ve yaşatılması konularını kültür endüstrileri ve ekonomileri bağlamında ele almaktadır. Bu durum ülkelerin ekonomik kalkınması açısından da önem arz etmektedir. Zira AB ülkeleri ile ABD, Japonya gibi ülkeler elektronik oyun, reklam, film, anime, dijital platformlar, televizyon, sinema gibi alanlarda kültür endüstrileri aracılığıyla yüksek kazançlar elde etmektedir. Özellikle ABD'nin bu alanlarda, Avrupa'nın ise turizmde piyasayı yönlendiren ve yöneten bir güce ulaşmasında kültür endüstrisini kullanmasının payı büyüktür (Özdemir 2012: 9-19).

Kültür endüstrisi, kaynağını kültürel bellekten almaktadır. Kentlerin somut kültürel mirası, tarihi ve doğal mekânları/yapıları ile kültür turizmi; mutfak gelenekleri ile gastronomi turizmi; müzik, dans vb. ile eğlence turizmi; sözlü kültür ürünleri, tarihi ve kültürel kahramanları gibi kültürel miras unsurları ile sinema/film/dizi vb. sektörleri, kültür endüstrilerinde karşımıza çıkan alanlardandır. Kültürel bellekte var olan unsurlar, sanattan reklamcılığa, mimariden tasarıma, mobilyadan tekstile onlarca sektörde kullanılarak kültür endüstrisinin bir parçasına dönüştürülmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir

ekonomik kalkınma açısından kültür endüstrileri ülkelere önemli bir fırsat sunmaktadır (Özdemir 2012: 17).

Kültürel bellek, “*bir toplumun deneyimleri sonucu ortaya çıkan bilgi*” (Karabulut 2019: 402)lerin saklandığı temel kaynaktır. Kültürel aktarım, bu bilgilerin paylaşılması neticesinde gerçekleşir. Kültürel devamlılık ise kültürel aktarımın halkın ne kadarına çok yönlü ve tekrarlı yapılabildiği ile sıkı sıkıya bağlıdır. Zayıf ve dar kapsamlı aktarımlar ya da aktarımın sadece belli halk gruplarıyla sınırlı kalması, kültürel devamlılığın sürekliliğinde ya da akışında sorunlar yaşanmasına yol açacaktır. Bir süre sonra ise aktarımı yapılmayan kültürel unsurlar halkın kültürel belleğinde unutulma tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır. Ancak, kültürel unsurun doğuşuna kaynaklık eden ihtiyaç, halk yaşantısında var olduğu müddetçe ortadan kalkan ya da aktarımı zayıfladığı için unutulmaya yüz tutan unsurun yerine, tabiat boşluk kabul etmediği için yerli ya da yabancı bir başka unsur gelip yerleşecektir. Zira kültür, bir ihtiyaca binaen ortaya çıktığı (Malinowski 1992) için ihtiyaç var olduğu müddetçe yaşayacaktır. Ancak canlı bir yapı olduğundan (Ekici 2004: 18; Oğuz 2009: 94) içinde bulunulan şartlara göre ihtiyaca cevap olan kültürel unsur, kaçınılmaz olarak her çağda değişime ve dönüşüme uğrayacaktır (Ekici 2008). Bu değişimi ve dönüşümü ihmal etmek, görmezden gelmek veya engellemek, kültüre yarar sağlamayacağı gibi zarar da verir. O nedenle kültürün değişip dönüşmesinden korkmamak, bunun kontrolünü ve takibini elden bırakmamaya çalışmak elzemdir. Gerekliyse bu değişim, kültürel açıdan hayati bir önem sebebiyle dışsal bir müdahale ile başlatılabilir. Vurgulandığı gibi önemli olan bu müdahalenin kontrollü ve planlı yapılmasıdır.

Özelde medya genelde ise sosyal medyayı da içinde barındıran dijital/sanal dünya, sürekli bir devinim hâlinindedir. Bu devinim bir anlamda her alan/konu/olay/olgu vb. ile ilgili yeniliğin medya aracılığıyla aktarılması sayesinde. Bu durum medyanın her daim yeni/taze kalmasını sağlamaktadır. Tabii olarak medya yenilenmek için hem bir kaynak gördüğü kültüre ihtiyaç duymakta hem de kültürü özellikle de sözlü kültürü yenilenen varlığı için bir tehdit olarak görmektedir (Özdemir 2017: 145-146). Söz konusu nedenle bir yandan kültür medyası etkilerken diğer yandan da medya eliyle kültürel hayatta birtakım değişim ve dönüşümler meydana getirilmektedir. Bunların bir kısmı “popüler kültür” adı verilen belirli bir dönem içinde birden ortaya çıkıp hızla yayılan ancak yine ani ve hızlı bir biçimde ortadan kaybolan kültürel olguları oluşturmaktadır. Aynı zamanda bir kısmı da gündelik hayatta ve geleneksel kültürde daha yavaş ama kalıcı değişiklikleri meydana getirmektedir. Günümüzde Özdemir’in ifade ettiği gibi “Bir kültürün yetkinliği onun küresel rakipleri karşısındaki en önemli gücüdür.” (2019: 30) gerçeği, Batılı kültürler karşısında ayakta ve hayatta kalabilmek için kültürü çağın araç ve ortamlarına başarılı bir şekilde taşımak gerekmektedir.

Sosyo-kültürel yaşamda yukarıda sözü edilen değişiklikleri farklı şekillerde görmek mümkündür. Söz konusu alana giren örneklerden birisi de çizgi filmlerdir. Çizgi filmlerin günümüz dünyasında özel olarak da okul öncesi ve ilköğretim çağındaki çocukların günlük hayatlarında önemli bir yeri olduğu hemen herkesin malumu bir bilgidir. Yapılan çeşitli çalışmalarla da bu bilgiyi doğrular veriler ortaya konulmaktadır (Yalçın vd. 2002; Ayrancı vd. 2004; Muratoğlu 2009). Çocuklar için çizgi film izlemenin neredeyse tek yolunun televizyon olduğu dönemlerde araştırmacılar, çocukların zamanlarını büyük oranda ekran karşısında geçirdiğini belirtmektedir (Tekinalp 2003: 304). Artık çocuk için çizgi film izlenecek yegâne kaynak televizyon değildir. İnternet ve internetle bağlantılı bilgisayar, telefon, tablet vb. dijital her aygıt, çocuğun çizgi film izleyebileceği bir araçtır. Bu nedenle çocuklar artık bu araçların adlarına bağlı bir bağımlılıkla değil; “ekran maruziyeti” adıyla araçtan bağımsız bir sürekli pasif izleyiciliğe maruz kalmakla anılmaktadır. Aslında burada değişen adlandırma olmasına rağmen adlandırmanın değişimine neden olan durum, daha vahim bir tabloyu göstermesi açısından önemlidir.

Zira eskiden “ekran maruziyeti”, sadece televizyon ile sınırlandırılabilirken artık ekranların evlerden dışarı taşması ve insanın gittiği her yere taşınabilmesi sebebiyle mekân kısıtlamasından kurtulmuştur. Tabii bu, özelde çocuklar genelde ise insanların çoğunluğu için bir kurtuluşun değil ekrana bağlı olma hususunda yeni ve daha tehlikeli bir esaretin başlangıcı olmuştur.

Toplumunu oluşturan kuşaklar, bugün X, Y, Z ve Alfa kuşağı gibi adlandırmalarla anılmaktadır. Kuşak ayrımında/belirlenmesinde birden fazla amilin etkili olduğu belirtilmektedir (Özdemir 2019: 126-127). Genel olarak ise kuşak ayrımları 25-30 yıllık zamanları kapsamaktadır (Dalkran 2018: 37). Tüm bu adlandırmaları belirleyen hususlar arasında insanların çocukluk döneminde şahit olduğu/tanıdığı ya da çocukluk yıllarına hâkim elektronik araçların da bir yeri olduğu düşünülmektedir. Televizyonun sosyo-kültürel yaşantıda yaygınlaşması, özel televizyon kanallarının kurulma ve yayın çeşitliliğinin başlama tarihleri dikkate alınarak Türkiye’de çizgi filmlerle ilk etkin/yaygın tanışma Y kuşağı döneminde gerçekleşmiş demek yanlış olmasa gerektir. Sonraki kuşak çocuklarında çizgi filmlerle tanışıklık ve çizgi film izleme alışkanlığı artmıştır; Z ve Alfa kuşaklarında bu durum daha ileri bir seviyeye taşınmıştır. Zira artık bu iki kuşak çocukları çok daha küçük yaşlarda, kimileri bebeklikten itibaren çizgi filmlerle hemhâl olmaktadır.

Sinema, televizyon, internet gibi alanlarda yer alan kültür endüstrilerinden biri olan çizgi film/dizi ve animasyon sektöründe kültürel unsurlar yoğun biçimde kullanılmaktadır. Özellikle Hollywood, bu sektörde önemli şirketlerle çok sayıda yapıyı dünya ülkelerine pazarlamaktadır. Pixar, Walt Disney, Dreamworks, Warner Brothers, Cartoon Network gibi şirketler, gerek sinema gerek televizyon gerekse de dijital platformlar için hazırladıkları çizgi film/dizi ve animasyonlarda kültürel unsurları başarıyla kullanmaktadır. Çizgi film/dizi ve animasyonların birer kültür aktarım aracı olarak kullanımının ilk ve başarılı örneklerini de söz konusu şirketlerin yapımları aracılığıyla gözlemek mümkündür. Dünyanın hemen her yerinden milyonlarca çocuk ve yetişkin tarafından izlenen yapımlar, içeriklerindeki öğeleri bu kültürlerle aşına olan/olmayan tüm belleklere işlemektedir. Kendi kültürlerinin tanınırlığının artmasında bu sektörün önemli katkıları bulunmaktadır.

Çizgi film sektörünün önemli ilham kaynakları arasında edebiyat ile birlikte gelenek, görenek, inanış, masal, destan, efsane, müzik, dans gibi kültürel unsurlar yer alır. Konuyla ilgili dünya çizgi film ve animasyon sektöründe çarpıcı örnekler vardır. Bunlar içinde en bilinenler arasında Disney ve Pixar stüdyolarının yapımlarından birkaç örneği zikretmek konuya açıklık getirmeyi sağlayacaktır. Sözü edilen stüdyoların yapımlardan biri olan Avalor Prensesi Elena çizgi filmi, İspanya, Meksika kültürü gibi kültürlerde var olan Dia de Muertos/Dia de los Muertos adıyla anılan -Türkçeye ölüler günü ya da atalar günü şeklinde çevrilen- geleneği bazı bölümlerinde işlemektedir. Bu çizgi filmde, İspanyol kültüründen pek çok öğe içerikte kullanılmaktadır. Coco adlı animasyon sinema filminde ise filmin konusu baştan sona Dia de Muertos/Dia de los Muertos geleneğiyle ilgilidir. Sözü edilen her iki örnek, Türk çocuklarına da ulaşmış, Türk sinemalarında ve televizyonlarında gösterilmiştir. Konunun Türk kültüründen alınma örnekleri de vardır. TRT Çocuk kanalında yayınlanan Dede Korkut Hikâyeleri, Keloğlan gibi çizgi filmlerin esinlendiği yer doğrudan sözlü anlatılardır. Yerli örneklerine göre kendi kategorisinde başarılı denilecek nitelikte olan bu çizgi filmler, maalesef yabancı muadilleriyle yarışma seviyesine gelememiştir.

Memduh Ün’ün “*Kültürümüz yaygın değil ki, filmlerimiz her yerde izleyici bulsun.*” (Özdemir 2008: 173) sözleri, bir yönüyle paradoks içermektedir. Zira bu sözler, kültürü tanıtmak için filmlere, filmleri izlettirmek için kültürün tanınırlığına ihtiyaç vardır, anlayışını akla getirmektedir. Oysa Türkiye ve dünyada izlenen tüm yapımlar, kültürü tanınan milletlere ait değildir. Küreselleşen dünyada egemen kültür Batı menşelidir. Özellikle Avrupa ve ABD kültürlerinin tüm dünyada baskın bir görüntü arz ettiği

herkesin malumudur. Türkiye’de en fazla izlenen sinema, televizyon ve dijital platform yapımları bu ülkelere aittir. Ancak Hint, Kore yapımı filmlerden Türkiye’de beğeniyle izlenen örnekler de vardır. Türk halkı, öncesinde pek fazla bilgi sahibi olmadığı bu halkları ve kültürleri onların film, dizi, çizgi film gibi yapımlarını izledikten sonra detaylı olarak öğrenmiştir.

Sözü edilen konuya örnek teşkil eden yapımlardan biri olarak Kraliyet Dedektifi Mira verilebilir. Çizgi film kültürel unsurları yoğun kullanan yabancı animasyon örneklerindedir. Bir Hint çizgi filmi olan KDM, Hint müzikleri, giyim-kuşam kültürü, mutfak kültürü gibi birçok kültürel unsuru başarılı bir biçimde kullanır. Hint yapımı filmler, Türk televizyonlarında uzun yıllardır gösterilmektedir. Örneğin Kanal 7, Hint dizilerine yayın kuşağında günün belirli saatlerinde hemen her gün yer vermektedir. Bu dizilerin ve filmlerin halk tarafından izlenip beğenildiğini sosyal medya paylaşımlarından anlamak mümkündür. Hindistan’ın para biriminin rupi olduğunu, geleneksel giysilerine sari denildiğini köyde yaşayan insanların bilmeleri şaşırtıcı bir durumdur. Üstelik günlük yaşamda bazen bunları farkına varmadan kullanacak kadar belleklerine işlediklerini görmek mümkündür. Elektrik faturasının tutarını rupi olarak söylemek buna örnek teşkil etmesi için verilebilir. İnstagram’da “gorunmez kaza” adlı hesap bu konuda kendi yaşadığı yer olan Göynücek/Amasya’daki ailesi ve çevresinden çokça örnek paylaşmaktadır. Konuyla ilgili ürettiği içerikler instagramda binlerce kez izlenmekte, beğenilmekte ve yorumlanmaktadır. Bu da sözü edilen durumun benzerini yaşayan insanların azımsanmayacak kadar çok olduğunu göstermektedir. Genellikle kadınlar tarafından izlenen gündüz kuşağındaki bu yapımları ebeveynleri/bakım verenleri nedeniyle izleyen çocuklar da vardır. Hint dizilerine söz konusu nedenle maruz kalan ve sonrasında da KDM’yi izleyen çocuklar, yoğun bir şekilde Hint kültürü unsurlarının bombardımanına tutulmaktadır.

Tüm bunlar bize bu sektörde başarılı bir senaryo, iyi/orijinal bir kurgu, özgün ve çağın teknolojilerini kullanabilmiş yapımlarla geniş kitlelere ulaşılabileceğini gösterir. Bu durumun bir başka örneği ise tüm dünyada en fazla ihraç edilen ve izlenen yabancı diziler sıralamasında Amerikan dizilerinden sonra ikinci sırada Türk dizilerinin gelmesidir⁴. Bu nedenle Türk kültürünü başarılı bir biçimde kullanan televizyon ve sinema yapımları ile bir anlamda hem kültürün reklamı hem de kültür elçiliği yapmak mümkündür. Türk kültürünü özeldir Türk çocuklarına genelde ise dünya çocuklarına aktarmanın en hızlı ve kestirme yollarından biri de çizgi filmler, animasyonlardır. Ancak bunu yaparken bir kültür şoku yaratırcasına yoğun bir içerik kullanmaktan kaçınılmalı; genel kurguya yerinde ve dozunda kültürel içerikleri yerleştirmeye özen göstermelidir.

Kültürel unsurların çizgi filme ve animasyona aktarımı konusunda 1950’li yıllara kadar kayda değer çalışmalar görülmemiştir (Özdemir 2008: 207). Bu alandaki Türk yapımı eserler 21. yüzyıla birlikte büyük bir atılım göstermeye başlamıştır. Özellikle 2007’de Türkiye’nin ilk yerli çocuk kanalının kurulması, konuyla ilgili nitelikli yapımların ortaya çıkarılmasında öncü olmuştur. Akabinde 2008 yılında devlet kanalı olan TRT Çocuk’un yayın hayatına başlaması ile Türk çizgi film sektöründe gerek dönemin çizgi film teknolojilerine nispeten uyum sağlayan gerekse de kültürün çizgi filmlerde kullanılmasına yönelik dikkat çekici ve başarılı ilk örnekleri izleyiciye sunulmuştur.

Türk çocukları, uzun yıllar çizgi film sektöründeki büyük çoğunluğu Batılı ve ABD’li yapımcılara ait çizgi filmlere dolayısıyla bu medeniyetlerin kültürel kodlarına maruz kalmıştır. Ancak özellikle TRT Çocuk’un yayın hayatına girmesinden sonra Türk yapımı ve Türk milletinin kültürel değerlerine içeriğinde bolca

⁴ URL-1.

yer veren üstelik beğeniyle⁵ izlenen çizgi filmler üretilmeye başlanmıştır⁶. Elbette TRT Çocuk kanalının yayın hayatına girmesinden çok önce ortaya konulmuş Türk yapımı çizgi film örnekleri de bulunmaktadır. Ancak bu yapımların geniş kitlelere ulaşma, beğeniyle seyredilme, film tekniği açısından başarılı olma gibi kıstaslar noktasında pek fazla ses getirdiğini söylemek mümkün değildir (Türkmen 2012: 143).

Animasyon ve çizgi filmler sadece çocuklar için üretilen yapımlar değildir. Bazı örneklerinin hedef kitlesi gençler ve yetişkinlerdir. Ancak ister hedef kitlesinde çocuklar olsun isterse olmasın animasyon yapımları, genellikle hedef kitle dışında farklı yaş gruplarından çocuklar da izlemektedir. Aynı durum yetişkinler için de geçerlidir. Hedef kitlesi okul öncesi çağı çocukları bile olsa hemen her yaş grubu çocuk için hazırlanan çizgi filmleri hedef kitle dışındaki çocukların yanı sıra izleyen yetişkinler de mevcuttur. Bunun nedeni bazen yetişkinin çocuğa refakat etmesi bazen çocuğun ne izlediğinden haberdar olma isteği bazen ise sadece kişisel ilgidir. Sebebi her ne olursa olsun, çizgi filmler oldukça geniş kitlelere ulaşan ve kitleleri etkileyen sinema, televizyon ve internet/dijital dünya yapımlarıdır. Bu durumun alanın her geçen gün gelişen/büyüyen bir sektör hâline gelmesinde önemli payı vardır.

Batı kendi kültürel unsurlarını uzun zamandır sinema-televizyon sektöründe işlemektedir. Artık bu konuda belli bir doygunluğa ulaşmış hatta bir tıkanıklık yaşamaya dahi başlamıştır. Sonuçta aynı eserin farklı senaryolarla birkaç kez çizgi filme ya da sinema filmine dönüştürüldüğü görülür. Hollywood sinemasında konuyla ilgili örnekler mevcuttur. Özellikle belli masallar farklı formatlarla birden fazla yapıma ilham olmuştur. Örneğin Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler masalı, doğrudan bu adla bir animasyon film olarak yayınlanmıştır. Masal, geleneksel metnine bağlı kalınarak hazırlanan film, animasyon ve çizgi filmlerin yanı sıra masaldan ilham alınarak tamamen bağımsız bir kurgu ile hazırlanan yapımları da ortaya çıkarmıştır. Pamuk Prenses ve Avcı ile Ayna Ayna filmleri buna örnektir. Benzeri uygulamalar Türk sözlü kültür ürünleri için de yapılabilir. Burada ihmal edilmemesi gereken husus mutlaka orijinal hikâyeye/ürüne sadık kalınan yapımlara öncelik verilmesidir.

Yukarıda sözü edilen konuyla ilgili örneklere Türk televizyon tarihinde de rastlamak mümkündür. Her ne kadar çocuklar için bir yapım olarak üretilmese de bahsedilen hususu içine alan Reşat Nuri Güntekin'in farklı senaryolarla birden fazla kez yayınlanan Çalığışu eseri bu konuda örnek olarak verilebilir. Çalığışu, Türk sinema ve televizyon tarihinde farklı dönemlerde film ya da dizi olarak hazırlanıp sunulan bir eserdir. İlk kez film olarak 1966 yılında beyaz perdeye aktarılan eser, daha sonra 1986 ve 2013 yıllarında Türk televizyonlarında dizi formatına dönüştürülmüştür. Eserin yayınlandığı her dönemde film/dizi formları, kendi içerisinde pek çok farklılığı barındırmaktadır. En eski yapım olan 1966'daki film versiyonu siyah-beyazdır. Ayrıca bu yapım, eserin yazıldığı ve yayımlandığı döneme en yakın çağda hazırlanan örnektir. Bu nedenle olsa gerek romanın konusuna daha fazla sadık kalınmasından oyuncuların kılık kıyafetine, dönemin sosyo-kültürel yaşantısından kullanılan dekor ve aksesuarlara kadar filmdeki hemen her unsur orijinaline daha yakındır/benzerdir. 1986 yapımı dizide ise söz konusu unsurlar orijinaline benzerlik konusunda bir öncekinden daha uzak olmak; çağına göre değişime ve dönüşüme uğramakla birlikte eseri ve yazıldığı dönemi yansıtmaya gayreti kendini göstermektedir. 2013 yılındaki yapıma gelince durum oldukça farklıdır. Burada artık yeni bir yüzyıla ve eserin yazıldığı çağdan diğerlerine göre çok daha uzak ve sosyo-kültürel değişimin yoğun olduğu bir

⁵ Beğeni ifadesini ile kastedilen birden fazla anlam vardır. Bunlardan biri televizyon programlarının beğeni ve izlenme ölçütü olarak görülen "izlenme/rejting oranları" bakımından söz konusu kanalda yayınlanan çizgi filmlerin iyi puanlar alarak "prime time" listelerine girmeleridir. Bir diğeri ise çizgi filmlerin Youtube, Instagram gibi sosyal medya hesaplarında yer alan görsellerinin/videolarının aldıkları izlenme oranları ile beğeni sayıları ve bunlara yapılan olumlu yorumlardır.

⁶ Konuyla ilgili bazı örnek çizgi film incelemeleri için bkz.: Türkmen (2012), Aslan (2015), Ünal (2015), Çolak (2019), Baş ve Halaç (2021) ve Gümüş (2022).

döneme geçilmiştir. Bu yıllarda, daha öncekilerden farklı olarak eserin yazıldığı dönemleri gören çok az insan yaşamakta; o dönemler halk muhayyilesinde duyulan ve öğrenilenlerden ibaret kalmaktadır. Tüm bunlar, aynı eserin 21. yüzyıl uyarlamasında oyuncuların kılık kıyafetinden mekânlara, dönemin sosyo-kültürel hayatından eserin konusuna kadar pek çok hususta ayrı ve orijinalden uzak bir portre ortaya çıkarmaktadır. Zira burada asıl amacın orijinale sadık kalmak değil; bir edebiyat eserinin hem televizyon izleyicisi ile buluşturulması hem de onların yapımı beğenip izlemesini sağlamak olduğu düşünülmektedir. Bu iki amaç için de çağa göre eserin yeniden yorumlanarak televizyona aktarıldığı ortadır.⁷ Benzeri bir uygulamanın Ömer Seyfettin hikâyeleri için yapılması üzerinde tartışılabilir bir husustur. Senaryo için edebiyatı bir saha gibi görüp uzun yıllardır kullanan televizyonda (Uzuner vd. 2014: 151) bunun neticesi, yüksek izlenme oranlı yapımlarla alınmaktadır. Örnekleri arasında edebi eserlerden/romanlardan uyarlanan *Aşk-ı Memnu*, *Yaprak Dökümü*, *Fatih Harbiye*, *Huzur Sokağı*, *Kırmızı Oda*, *Masumlar Apartmanı*, vb. diziler, yayımlandıkları dönemde ve sonrasında çokça izlenmiş, yüksek reytingli, sosyal medyada en çok konuşulan konular arasında yer almış yapımlar sıralanabilir. Elbette bu konuda başarılı bir ürün ortaya çıkarılması için iyi düşünülmüş ve üzerinde iyi çalışılmış bir proje hazırlanmalıdır. Projenin başarılı olmasında yaratıcı senaryo metinlerinin oluşturulmamasının önemli payı vardır (Bildirici 2019: 536). Sözü edilen nedenlerle proje bir ekip işi olarak görülüp içinde edebiyatçısından halkbilimcisine, mimarından çocuk gelişimcisine geniş bir kadroya yer verilmelidir.

Kültürel aktarım için kültürün doğal yapısında kısmi değişiklik yapan örnekler yine Batı'da karşımıza çıkmaktadır. Bir Disney yapımı olan *Esrarengiz Kasaba*'da "Yaz Cadılar Bayramı" bölümünde Cadılar Bayramı, yazın ortasında kutlanır. Ritüelistik zamanı 31 Ekim yani sonbahardır. Yazın kutlanan bayramda bayramın olmazsa olmaz ritüellerinden bal kabağında oyma suratlar, bunlarla şeker toplama, yerini yazın meyvesi karpuzdan oyma suratlara bırakır. Bir başka örnek *Fineans ve Förb*'dür. Olayların yaz mevsiminde geçmesi sebebiyle bu çizgi filmde, "Fineans ve Förb'ün Ailece Noel'i" adlı bölümde yazın ortasında Noel kutlaması yapılmaktadır. Sözü edilen örneklerde kültürel unsurlar, bu unsurların geleneksel formunda bazı değişiklikler yapılarak izleyiciye ulaştırılmaktadır.

Geleneği, değiştirip dönüştürmekten hatta eleştirmekten korkmayan ve kültür endüstrisinin bir parçası hâline getiren başka yapımlar da vardır. Sözü edilen örnekler arasında animasyon, çizgi film sektörü dışından olan *Padman* ve *Toilet* adlı Bollywood yapımı filmler de yer alır. Her iki film de Hindistan'da belli konulardaki geleneksel uygulamaların sorgulanıp değiştirilmesini konu edinmektedir. *Padman*'de geleneksel Hint kültüründe kadının regl dönemlerindeki geleneksel uygulamalar ve bu uygulamaların değiştirilmesine yönelik yaklaşımlar "yaşanmış bir hayat hikâyesi"nden esinlenilerek işlenmektedir. *Toilet* filminde ise benzer bir yaklaşım yine toplumsal cinsiyette negatif bir ayrımcılığa maruz kalan kadınların temel bir ihtiyaç olan tuvalet kullanımı ile ilgili olarak sinemaya taşınmaktadır. Hindistan gibi inanç, ırk, sınıf bakımından kozmopolit ve katı yapıya sahip muhafazakâr bir toplumda geleneğe yönelik eleştirelin, değişim ve dönüşüme teşvik eden düşüncelerin/hareketlerin filmlere konu edilmesi dikkat çekicidir. Medyada toplumsal ve kültürel anlamda bu filmlerden sonra kadınların hayatını kolaylaştıran olumlu etkiler, filmlerin yayımlandığı dönemde Türk medyasında dahi haberlere konu olmuştur. Elbette bu tarz örneklerin toplumsal ve kültürel etkileri her yönüyle detaylı araştırmalara muhtaçtır.

⁷ Elbette adı geçen yapımlarda izlenen yolun, bahsedilen farklılaşmaların, değişim ve dönüşümlerin söz konusu eser özelinde ne kadar doğru olduğu, neler kazandırdığı ya da kaybettiği tartışılabilir. Burada gerek esere gerek kültüre faydalı ve de zararlı unsurlar bulunmaktadır. Ancak çalışmamın konusu ile doğrudan alakalı olmadığı, ana konudan uzaklaşılmasına neden olacağı kaygısı ve konu, ayrı bir çalışma ortaya çıkaracak nitelikte olduğu için bu konuda ayrıntıya girilmemektedir.

Hedef kitlesi çocuklar olmayan hatta çocukların izlemesinde onların fiziksel ve zihinsel gelişimlerine uygun olmaması sebebiyle birtakım sakıncalar barındıran yukarıda adı geçen filmler, çocuklar tarafından da izlenmektedir. Bu izlenme bazen ebeveyn/bakım veren kontrolünde veya ebeveyn/bakım verenle birlikte bazense onlardan habersiz/izinsiz gerçekleşmektedir. O nedenle burada bu örnek filmlerden bahsedilmekte; doğrudan hedef kitlesi çocuklar olan çizgi filmlerin nasıl olması gerektiği konusu bu örneklerle açıklanmaya çalışılmaktadır.

Çizgi filmler, sosyal hayattan dinî hayata, kültürel hayattan eğitim hayatına pek çok farklı alanda kullanılabilir/faydalanılabilecek yapısal ve işlevsel özellikleri bünyesinde taşımaktadır. Bu nedenle çizgi filmler hakkında yapılmış onlarca çalışma bulunmaktadır. Bir çizgi filmin hitap ettiği hedef kitlenin yanı sıra oldukça geniş bir örtülü kitle de barındırması, içeriğinde birçok konuya dair veriyi harmanlayabilmesi gibi özellikleri çizgi filmlerin disiplinler arası ortak çalışmalara ya da farklı disiplinlerin müstakil yaklaşımına müsait yapıda olmasını sağlamaktadır. Çizgi filmler, içeriğe saklanan mesajları bazen homojen bazense heterojen bir biçimde izleyici kitlesine sunabilmektedir. Yani çizgi filmlerde istenirse tek bir izlek, arzu edilirse birden fazla izlek belirlenebilir. Bu izlekler bazen iç içe geçmiş bir şekilde bazense birbirine değdirilmeden izleyiciye sunulabilir. Bu yapıyı belirleme özgürlüğü, çizgi filmleri hazırlayacak ekibin konuyla ilgili avantajlarından biridir. O nedenle çizgi filmler, sadece bir kurgu olaylar bütününden ibaret görülmemektedir. Söz konusu avantajları sebebiyle özde çizgi filmler genelde ise dijital çağın araçlarından faydalanılması konusunda bir örnek de Türk edebiyatının ve kültürünün daha ziyade hikâyeciliğiyle bilinen ismi Ömer Seyfettin'dir.

Dijital/sanal dünyada Ömer Seyfettin hikâyeleri

Türk edebiyatının önemli hikâye yazarlarından biri olarak anılan Ömer Seyfettin, kaleme aldığı hikâyeleriyle hem yaşadığı dönemin sosyal hayatına hem de çeşitli yönlerden Türk kültürüne ayna tutmaktadır. Ömer Seyfettin eserlerinde halk edebiyatı ve halkbiliminden pek çok unsura yer vermektedir (Duymaz 2020: 28). O, Türk kültüründe, sözlü anlatılarda ve halk muhayyilesinde yer edinmiş; kültürel bellekte muhafaza edilerek nesilden nesile aktarılmış epik kahramanı, hikâyelerinde “modern zamanların kahramanı” olarak yaşatmaktadır (Sağlık 2021: 81). Ömer Seyfettin, çocuklara Türk ruhu/kimliği/ırfanı/insanını vb. anlatmak/göstermek; Türk edebiyatı ve milli duyuş tarzını öğretmek için (Çetindaş 2019; Karabulut 2019; Sağlık 2021) faydalanılabilecek kaynaklardan biridir.

Ömer Seyfettin'in eserlerinde kullandığı dil, yaşadığı dönemdeki yazı dili dikkate alındığında “oldukça sade bir Türkçedir.” demek mümkündür. Hatta onun Türk diline olan katkıları nedeniyle o, Türk dili için bir devrim insanı olarak da anılmaktadır (Ercilasun 2020: 10) Savunduğu dilde sadeleştirme düşüncesi ve bunu kendi eserlerinde uygulaması sayesinde onun hikâyeleri, azımsanmayacak bir çoğunluk tarafından, 21. yüzyıl başlarında dâhi orijinal metinlerinden okunup rahatlıkla anlaşılabilir. Ancak bu durumun herkes için geçerli olduğu da söylenemez. Günümüzde özellikle gençlerin ve çocukların Ömer Seyfettin hikâyelerini orijinal metinlerinden okuyup bütünüyle anlamaları zordur. Zira hikâyelerde geçen kelimeler içerisinde cetbecet (Teke Tek'te) (Polat 2011: 618), revnakî-i hava, pür-kesel, baîd, nâyâb (Tavuklar'da) (Polat 2011: 141), hayalât-ı servet, nâ-muayyen sürat-i fevka't-tasvvur (Tuğra'da) (Polat 2011: 143) gibi günümüz Türkçesinde kullanımdan düşmüş ya da anlam kaymasına, daralmasına uğramış sözcük bulunmaktadır. Bu nedenle hikâyeler ilk ve orta öğretim öğrencilerinin anlayabilmesi için sadeleştirilerek de yayınlanmaktadır. Çocuğun bilişsel ve zihinsel gelişimi düşünüldüğünde yapılması gereken de budur (Diri 2019: 706).

Dil konusunda yapılan değişiklikler ile hikâyeleri her ne kadar sadeleştirilmiş metinlerden okuyarak anlamak mümkün olsa da hikâyelerde geçen bazı nesne, kavram vb. unsurların bugün kullanılmaması da hikâyelerin anlaşılmasını zorlaştırabilmektedir. Örneğin, Kaşağı hikâyesinde geçen, olaylar ve bu olaylarda yer alan bazı eşyalar, günümüzde pek çok çocuğun yabancı olduğu bir dünyaya aittir. Şehir hayatına vakıf, internet ve sanal dünya içerisinde hayatının önemli bir kısmını geçiren çocuklara köy hayatı da bu hayata dair çoğu unsur da yabancı gelmektedir. Ancak çocuklarımız ve gençlerimiz hem Ömer Seyfettin gibi bir değerden hem onun kaleminin başarı ürünü olan hikâyelerinden hem de hikâyelerde anlatılan kültürel unsurlardan haberdar olmalıdır. Kuşaklar arası iletişim açısından bu önemlidir. 21. yüzyıl içinde doğan çocukların büyük çoğunluğu kaşağı ve tımarı bilmese de onların anne ve babaları tam tersi oranda bilir ya da bunlar ile ne kastedildiğini anlayabilir. Kaşağı ile ilgili anısı olan ve bunu çocuğuna/torununa aktarmak isteyen bir ebeveyn çocuğa ulaşmakta zorluk çeker. Çocuğun, anlamadığı, bilmediği bir unsurla ilgili bir anıyı dinlemek istememesi olası ve doğaldır. Zira kültürel devamlık için bu tür kültürel iletişim ve etkileşimler önem arz etmektedir. Oysa çocuk, yaşadığı çevrede ya da bir çizgi filmde onu görmüş olsa kaşağı hakkında anlatılanlara daha fazla kulak kesilecektir. Burada kaşağı sadece basit bir örnektir. Elbette çok daha farklı konularda örnekler için burada söylediklerimiz genellenebilir.

Ömer Seyfettin hikâyelerinin çizgi filme dönüştürülmesi, dijital kültüre uyarlanması fikri, hikâyelerin okunmasını savunmadığımız anlamına gelmez. Elbette okumak ile alınan haz ve kazanılanlar izlemekle/dinlemekle kıyaslanamayacak orandadır. Her şeyden önce bilindiği gibi “Okumak zihnin oksijenidir.” Asıl ifade edilmek istenen çocukların okuma yazma öğrenmeden önce ya da okuma eylemine alıştırlıncaya kadar Ömer Seyfettin’i tanımaları ya da tanışıklığı farklı pekiştiricilerle güçlendirmeleri gerektiğidir. Hikâyeler ilk, orta ve liselerle dengi okullardaki öğrencilere eğitim-öğretim hayatının belirli kademelerinde, öğrencilerin zihinsel, ruhsal ve psikolojik gelişimleri dikkate alınarak farklı biçimlerde sunulmalıdır. Örneğin dördüncü sınıfta okuyan bir öğrencinin kelime dağarcığı, soyut algılama yetisi, okuma alışkanlıkları, dikkat/odaklanma süresi vb. hususlar göz önünde bulundurularak Ömer Seyfettin hikâyelerinden bu özellikleri en doğru yansıtacak olanları seçilebilir ve bu hikâyeler, yaş grubuna uygun yapılmış sadeleştirme ile ilgili kitleye sunulabilir. Lise kademesindeki öğrencilerin ise hikâyelerin orijinal metinlerini anlamaları daha rahat olacağı için orijinal metinler o yaş grubundan itibaren öğrencilerine okutulmaya başlanabilir.

Yukarıda bahsedilen hususla ilgili olarak burada önemli olan bir diğer nokta ise konunun süreklilik arz etmesidir. Zira bu süreç eğer bir nesle uygulanır bir sonraki nesil için terkedilirse nesiller arasında da bir kopukluk yaşanacaktır. Örneğin hemen herkesin ilkokul dörtte okuduğu bir Ömer Seyfettin hikâyesi olması ya da aynı hikâyeyi okuması, kuşaklar arasındaki ortaklıklardan birini oluşturacaktır. Bu ortaklığın aradaki duygusal ve kültürel bağların güçlenmesi hususunda da katkıda bulunması mümkündür. Tüm bunlara ek olarak dijital kültürde Ömer Seyfettin ve hikâyelerinin yer alması ortaklıkları pekiştirmeye ve arttırmaya katkı sunacaktır. Ömer Seyfettin ve hikâyelerinin dijital dünyadaki yeri konuyla ilgili yapılması gerekenler ve yapılabilecekler hakkında fikir verir mahiyettedir.

Google’a Ömer Seyfettin anahtar sözcüklerini yazarak bir tarama yapıldığında 92.400⁸ videolu veri sonucu çıkmaktadır. Bu sayı “genel⁹” arama için 1.780.000’e yükselmektedir. Ömer Seyfettin’in her hikâyesi için ayrı ayrı arama yapıldığında ortaya farklı sayıda veriler çıkmaktadır. Ancak Ömer Seyfettin hikâyeleri içinde yüksek veri sayısı Perili Köşk hikâyesine aittir. Hikâyenin 259.000 “genel”, 21.800 “video” kaydı vardır. Kaşağı için 182.000 “genel”, 12.600 “video”; Pembe İncili Kaftan 181.000 “genel”,

8 Veriler, 30.05.2023 tarihli Google arama motoru taramalarına dayanmaktadır.

9 “Genel” ile kastedilen Google arama motorunun bu başlık altında sunduğu video, görsel, yazılı vb. toplam verilerdir.

6.410 “video”; Yüksek Ökçeler 58.700 “genel”, 3.680 “video” verisine sahiptir. Tüm hikâyeleri içinde en fazla veri yukarıdaki hikâyelerde karşımıza çıkmaktadır. Bunda söz konusu hikâyelerin çizgi film olarak yayınlanmasının payı olduğu düşünülmektedir. Çıkan sonuçların içinde Ömer Seyfettin hikâyelerinden uyarlanmış film, dizi film, çizgi film ve sesli kitap videoları yer almaktadır. Az sayıda olmak beraber Ömer Seyfettin’in hayatı hakkında bilgiler veren belgesel mahiyetinde kayıtlar da mevcuttur. Veri yekûnu, Türk hikâyeciliğinde nitelik ve nicelik olarak önemli bir yeri bulunan Ömer Seyfettin için yeterli değildir. Ancak dijital dünyada ve kültürde Ömer Seyfettin görünürlüğü/bilinirliği açısından bir fikir verecek mahiyettedir. Tüm bu veriler ışığında denilebilir ki Ömer Seyfettin, dijital kültür içerisinde de varlığını kabul ettirmiş ve kendi kimliği ile var olabilmeyi başarmıştır. Yapılması gerekenler, bu alanda onu daha geniş kitlelere duyurmak ve daha fazla görünür hâle getirerek yeni nesillere onu ve hikâyelerini bir kültürel değer olarak aktarabilmektir.

İnternet tabanlı arama motoru Google; Youtube, Dailymotion gibi sosyal medya uygulamaları; sesli kitap uygulamaları ve televizyon yayınları üzerinde yapılan taramalar sonucunda elde edilen verilere göre Ömer Seyfettin, dijital ortamlarda ağırlıklı olarak hikâyelerinden uyarlanmış filmler, çizgi filmler; sesli hikâyeler ve hakkında bilgi veren belgesel niteliğindeki kısa filmlerle adından çokça söz ettirmektedir. Bunların yapısal ve işlevsel özellikleri ile elde edilen veriler şunlardan oluşmaktadır:

Ömer Seyfettin’in çizgi film/animasyon olarak yayınlanan hikâyelerinden biri “Perili Köşk”tür¹⁰. Yaklaşık 14 dakika süren çizgi Film, TRT Çocuk kanalında yayınlanmıştır. Tek bölümlük bir animasyon olan film, çizgi film teknikleri açısından eski teknoloji ile yapılmıştır. Günümüzdeki örnekleri ile kıyaslandığında basit ve yalın bir görüntü arz etmektedir. Kurgu, hikâyeye sadık kalmış, dil günümüz çocukları için sadeleştirilmiştir. Çizgi filmde karakterlerin kılık kıyafeti, evler, mimari, sosyal yaşam, kullanılan eşyalar vb. genel hatlarıyla hikâyenin yazıldığı/olayların yaşandığı dönem özelliklerini yansıtır (Uzuner vd. 2014:). Çizgi filmin sonunda Sermet Bey, “Gözümüz kulağımızdan giren yalanları görür. Siz hayatta hiçbir zaman duyduğunuz bir şeyin gerçeğini araştırıp öğrenmeden inanmayın.” dedikten sonra Mevlana’nın “Kulak eğer gerçeği anlarsa gözdür.” sözü ile küssadan hisse verir. Çizgi film bu sözlerle sona erer. Çizgi filmde orijinal hikâyeden farklı olan hususlar arasında örnekteki gibi bazı diyalog ve monologlar yer alır. de çizgi filmde budur.

Perili Köşk çizgi filmi, Youtube’da 980 beğeni ve 142 bin izlenme sayısına sahiptir. Çizgi filme 93 tane de yorum yapılmıştır. Yorumların genelinde filmin beğenildiğinden, ağırlıklı olarak ise hikâyenin beğenildiğinden bahsedilmektedir. Yorumlardan anlaşıldığı kadarıyla animasyon hem yetişkinler hem de çocuklar tarafından izlenmiştir. Çocuklarıyla birlikte izleyen ebeveynler de vardır. Hatta bazıları okulda veya ödev olarak izlediklerini söylemektedir. Çizgi filmi izleyip hikâyeyi merak ederek okuyanların olduğu da yorumlardan anlaşılmaktadır. Hikâyeyi okuyup filmi de izleyenler, genel olarak çizgi filmin hikâyeye aynı olduğunu belirtmektedir.

Perili Köşk’ün animasyon filmi dışında seslendirme formunda yayınlanmış görselleri de vardır. Bu tarz yapımlarda görselde hikâyenin canlandırıldığı ancak arkadan tek bir kişiye ait ses tarafından hikâye metninin okunduğunu görülmektedir. Bu tarz seslendirme videolarının izlenme sayısı Youtube’da 1.2 bin ile 130 bin arasında değişmektedir. Bu hikâye için en yüksek izlenme, beğeni ve yorum, hikâyenin TRT Çocuk’ta yayınlanmış çizgi film versiyonuna aittir.

Pembe İncili Kaftan, yaklaşık 18 dakika sürmektedir. TRT Çocuk'ta yayınlanan çizgi filmin Youtube'ta 22 bin izlenme sayısı vardır. Filme 32 yorum yapılmış ve film, 292 adet beğeni almıştır¹¹. Beğenmeyen bulunmamaktadır. Yorumlarda bazıları hikâyeyi okumak istemediği için çizgi filmi izlediğini belirtmektedir. Bu istendik bir durum değildir. Ancak bunun önüne geçmenin yolu hikâyeyi çizgi filme aktarmamak değil; çocuklara kitap okuma alışkanlığını kazandırmak olmalıdır.

Çizgi film genel anlamda hikâye kurgusuna sadıktır. Hikâye kahramanları, kullanılan eşyalar, sosyal çevre vb., olayların geçtiği dönemi yansıtabilecek niteliktedir. Çizgi filmde Muhsin Çelebi, devletin verdiği elçilik görevini yerine getirmek için yola çıkmak üzere iken orijinal hikâyede karısı ve çocuklarını bir akrabasına emanet eder. Ancak çizgi filmde bu kişi erkek kardeşi olmuştur. Bu tarz değişiklikler hikâyenin ana kurgusunu bozmayacak tarzdadır. Ancak Muhsin Çelebi, ailesi ile vedalaşırken kardeşine “Çocuklarım önce sana sonra Allah'a emanet.” der. Bu sözler, kalıplaşmış bir veda ifadesidir. Lakin burada yanlış kullanılmıştır. “Önce Allah'a sonra sana emanet.” şeklinde olması gerekir. Zira bu bir kalıptır ve mantıksal bir anlam bütünlüğe sahiptir. Daha güçlü olana önce emanet edilir. Önce zayıf ve aciz olana emanet mantık dışıdır. Sözü değiştirmek hem kalıp ifadeye hem de onun mantıksal yapısına zarar verir. Örneğin “Ölümü gösterip sıtmaya razı e(tmek)” dilir ancak sıtmayı gösterip ölüme razı edilmez. Ölüm bir sondur, dünyada yaşam ondan öteye gidemez. Dolayısıyla ters söylem mantık dışıdır. Böylesi ufak gibi görülen ama önemli sayılması gereken hataların olmaması, kültürü iyi bilen ve titiz bir ekibin çalışmaları ile mümkündür.

Atasözleri ve deyimler çocuklara mutlaka bağlamı içerisinde öğretilmelidir (Türkmen 2012: 152). Yani atasözü ve deyim doğru yerde doğru anlamı ile kullanılarak çocuklara öğretilir. Aksi takdirde ya atasözü ve deyim yanlış öğrenilmesi ya da yanlış anlamda hatta tam tersi bir mana içeriğinde kullanılması söz konusudur. Bu nedenle çocuk, atasözleri ve deyimleri bağlamı içerisinde duya duya öğrenecektir. Tam da bu noktada çizgi filmlerden istifade edilebilir. Ömer Seyfettin Hikâyeleri, atasözleri (Hirik 2020: 273-279) ve deyimler açısından çokça örnek barındırmaktadır. Hikâyeler çizgi filme aktarılırken bu konuda dikkatli olmak ve çizgi filmin kurgu bağlamını atasözüne yer verecek şekilde düzenlemek önemlidir.

Yüksek Ökçeler, Ömer Seyfettin'in çizgi filme uyarlanan bir diğer hikâyesidir. Youtube'da¹² 25 bin kez izlenmiştir. 122 beğeni almıştır. Beğenmeyen yoktur. 12 yorum yapılmıştır. Çizgi filmde genel hatlarıyla orijinal hikâyeye sadık kalmıştır. Ufak değişiklikler bu çizgi filmde de vardır. Örneğin orijinal hikâyede Gülter, Hatice Hanım'ın evlathğı iken çizgi filmde öz kızı olarak verilir. Bu durum başlangıçta önemli değilmiş gibi görülebilir. Ancak yüksek topuklu terliklerini çıkaran Hatice Hanım, gerçekleri öğrendikten sonra bir zarfa koyduğu tazminat mahiyetindeki paraları hizmetlilerine vererek onları evden uzaklaştırır. Bu sırada kızına da aynı zarftan uzatır ve onu da evden çıkarır. Sözü edilen sahneyi izleyen çocuklar, bu durum karşısında şaşırabilir. Bir hataları neticesinde yuvalarından atılacaklarını düşünebilir. Pedagojik açıdan sakıncalar barındıran bu tür hataların da çizgi filmler de olmaması gerekir. Ancak karakterlerin kılık kıyafetleri, sosyo-kültürel çevre, araçlar, eşyalar vb., hikâyenin kaleme alındığı ya da olayların yaşandığı dönemi değil; çizgi filmin hazırlandığı çağı yansıtmaktadır.

Ömer Seyfettin'in hikâyelerinden internet ortamı için uyarlanan ve arka fonda seslendirici tarafından okunan metne görüntüde hareketli bir animasyonun eşlik ettiği örnekler bulunmaktadır. Görsel formatla desteklenerek seslendirilen Youtube hikâyeleri şunlardır: Forsa, Müjde, Üç Nasihat, İlk Namaz, Kaşığı, Keramet, Pembe İncili Kaftan, Çakmak, And, Falaka, Diyet, Piç, Kütük, Beynamaz,

¹¹ URL-3.

¹² URL-4.

Kurbağa Duası, Ferman, Zeytin Ekmek, İlk Cinayet, Bir Çocuk Aleko, Pireler, Rüşvet, Bahar ve Kelebekler, Yalnız Efe, Tavuklar, Başımı Vermeyen Şehit, Topuz, Gizli Mabet, Tuğra, Tos, Miras, Forsa, Ashab-ı Keyfimiz, Küçük, Apandisit, Kesik Bıyık, Ezeli Bir Roman, Yemin, Lokanta Esrarı, Yüz Akı, Vire, Mermer Tezgâh, Hürriyet Gecesi, Aşk Dalgası, Nadan, Herkesin İçtiği Su, At, Keramet, Bomba, Bit, Bir Temiz Havlu Uğruna, Tütün, Dama Taşları, Sivrisinek, Teselli, Büyücü, Beyaz Lale, Külâh, Acaba Ne İdi, Keramet, Nasıl Kurtarmış, Kıskaçlık, Aşk ve Ayak Parmakları, Binecek Şey, Antiseptik, Herkesin İçtiği Su, Korkunç Bir Ceza, Uzun Ömür, Yuf Borusu Seni Bekliyor, Çanakkale'den Sonra, Tuhaf Bir Zulüm, Havyar, Niçin Zengin Olmamış, Eleğimsağma, Şefkate İman, Ferman, Bir Kayışın Tesiri, İlk Düşen Ak, Kızılelma. Radyo tiyatrosu formunda Efruz Bey hikâyesine ait bir video kaydı da yine Youtube da mevcuttur.

Yukarıdaki hikâyelerden Diyet (1-2-3), görsel açıdan çocuklar için uygun olmayan şiddet içeriğine sahiptir. Forsa, Müjde, Üç Nasihat, İlk Namaz, Kaşağı, Keramet, Pembe İncili Kaftan, Çakmak, And, Falaka, Diyet 1-2-3 hikâyelerinde görsel, hareketli bir şekilde akarken hikâye bir kişi tarafından seslendirilmektedir. Bu hikâyelerde görsel, hikâye konusu ile uyumludur. Ancak normal bir çizgi film gibi akmamaktadır. Diğer hikâyelerde ise seslendirme sabit görselli bir görüntü ile yapılmaktadır. Bu görsel Ömer Seyfettin'in fotoğrafı ya da hikâye kitabının resmidir.

Söz konusu yapıdaki hikâyelerin izlenme oranları, çizgi filmlere göre oldukça düşüktür. Bu kategorideki en fazla izlenme/dinlenme oranına sahip hikâyelerden biri olan İlk Namaz hikâyesi,¹³ animasyon görselli bir video kayıdır. Video, sesli hikâye formatında yer almaktadır. Videoda hikâye içeriği ile ilgili çizgi görseller yavaş yavaş akmaktadır. Ancak görsellerin tamamı hareketsizdir. Video, dijital sesli bir kitap formatında hazırlanmıştır. Hikâye, bir kitaptan okunuyormuş edasıyla seslendirilmektedir. Okunan metin, videoda da gösterilmektedir. Okuma-yazma bilen çocuklar, videoyu izlerken hem hikâyeyi dinleyebilir hem de metni okuyabilirler. Henüz okuma yazma bilmeyen çocuklar ise dinleyerek ve görsellere odaklanarak hikâyeyi öğrenebilirler. Ancak söz konusu tekniğin çocuklar için ne kadar cezbedici olduğu tartışılabilir. Ayrıca okuyanın sesindeki tekdüzeliğin videonun izlenme oranını nasıl etkilediği de göz ardı edilmemelidir. İzlenme sayısı 10.254 olan bu videoyu, 179 kişi beğenirken 10 kişi ise beğenmediğini belirtmiştir. Videonun konulmasının amacı, çocuklara abdest alma, namaz kılma gibi dini olguları sevdirmek olarak belirtilmektedir.

Ömer Seyfettin'in Youtube'taki seslendirilmiş hikâyeleri, genellikle bu işi profesyonelce yapan kişilerin elinden/dilinden çıkmamıştır. O nedenle videoyu izleyenler, seslendirmenin hikâyeye kendilerini vermelerini engellediği, seslendirmeyi beğenmedikleri yönünde yorumlar yapmıştır. Hikâyelerin seslendirilmesi konusunda başarılı örnekler veren sesli kitap uygulamaları mevcuttur. Burada bu işi meslek olarak ya da profesyonel biçimde icra eden kişiler tarafından seslendirmeler yapılmaktadır. Dolayısıyla ortaya çıkan sonuç daha tatmin edici ve başarılıdır.

Storytel adlı sesli kitap uygulamasında Ömer Seyfettin'in seslendirilmiş çok sayıda öyküsü bulunmaktadır. Yüksek Ökçeler, Perili Köşk, Beyaz Lale, Falaka, Pembe İncili Kaftan, Diyet, Forsa, Yalnız Efe (kısaltılmış metin ve tam metin olarak ayrı ayrı), Bahar ve Kelebekler, Kaşağı, Bomba, Ferman bu platformda yer alan Ömer Seyfettin hikâyeleridir. Hikâyeleri dinleyenlerin yorumlarına bakıldığında genellikle beğeni içeren ifadeler dikkat çekmektedir. Sebiel Selvi adlı kullanıcı, Diyet hikâyesine yaptığı yorumda Ömer Seyfettin hikâyeleri ile ilk kez bu vesileyle tanıştığını ve çok etkilendiğini ifade etmektedir. Yorumlar arasında Ömer Seyfettin'in "fazla abartıldığını" düşünenler de vardır. Ancak bu konuda neden böyle düşünüldüğüne dair açıklama yapılmamaktadır. Ömer Seyfettin'in

¹³ URL-5.

tüm hikâyelerini dinlemek isteyen kullanıcı mesajları yanı sıra, Primo Türk Çocuğu gibi, özel olarak dinlemek istediği hikâyenin ismini verenler de vardır. Kullanıcıların mesajlarını “keyifli, eğitici, düşündüren, sürükleyici, motive edici, hüznü, ürkütücü, akıllara durgunluk veren” gibi emoji ifadeleri ile puanladıkları görölmektedir. Mesajlardan biri 6 yaşında olduğunu iddia eden Alya adlı bir çocuğa aittir. Ahmet Alan adlı kullanıcının hesabından yazan Alya, Kaşığı’yı çok beğendiğini ifade etmektedir. Perili Köşk, Kaşığı, Ferman, Falaka, Forsa gibi hikâye etiketleri içerisinde 6-9 yaş ibaresi yer almaktadır. Bu etiket özellikle sadeleştirilmiş metinlerin seslendirmesinde kullanılmaktadır.

Sesli kitap uygulamalarıyla ilgili yapılan eleştiriler içerisinde seslendirme konusu başı çekmektedir. Kitapları seslendiren isimlerin sesi, vurgu ve tonlaması, dinleyiciler için önem arz etmektedir. Bu nedenle seslendirmeyi bu konuda eğitim almış sanatçıların yapması kitapların daha geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlayacaktır. Aynı bilgiler Ömer Seyfettin hikâyeleri için de geçerlidir.

Ömer Seyfettin hikâyelerinin sesli kitap formatı, her yaşta çocuğun bu hikâyeleri öğrenmesi için uygun bir araç olmayabilir. Zira çocuk, hikâyeyi sesli olarak dinlerken bir taraftan da etrafındaki çeldiricilere gözünü kaydıracaktır. Bu durum, çocuk için dikkatin dağılması anlamına gelir. Zira çocukların bilişsel gelişimi henüz tamamlanmadığı için çeldiriciler karşısında dikkatinin daha kolay dağılması kuvvetle muhtemeldir. Dikkat dağımlıklığı ise öğrenmeyi zorlaştırmaktadır (Posner ve Petersen 1990). Bu nedenle bu platformlar, lise ve üniversite öğrencileri gibi belli zihin olgunluğuna ulaşmış 14+ yaş için daha uygundur. Ancak seslendirilmiş hikâyelere yapılan yorumlardan okul öncesi çağı ya da ilkokul çağındaki çocukların da bu hikâyeleri dinleyip keyif aldığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla Ömer Seyfettin hikâyeleri sesli kitap formatında orijinal hâliyle ya da sadeleştirilmiş metinleriyle bu platformlarda seslendirilebilir.

Ömer Seyfettin’in bütün hikâyeleri için çocukların ruh ve akıl gelişimine uygundur demek mümkün değildir. Efruz Bey gibi bazı hikâyelerin gerek konu gerekse de barındırdığı mesajlar açısından çocuklarca anlaşılması zordur. Beyaz Lale, Başını Vermeyen Şehir, Diyet gibi hikâyelerinde ise bazı yaş grubu çocukları için travma oluşturabilecek öğeler (Neydim 2019: 674) ve şiddet unsurları yer alır. Bu tür hikâyeler ise hedef kitesinde gençlerin ve yetişkinlerin olduğu animasyon filmlere ya da sinema filmlerine dönüştürülebilir.

Sonuç ve öneriler

Türk edebiyatının önemli parçalarından biri olan Ömer Seyfettin ve hikâyeleri, aynı zaman da Türk kültürünü temsil etmektedir. Gerek onun ve eserlerinin gerekse barındırdıkları kültürel değerlerin yeni nesillere aktarılması için dijital kültürde Ömer Seyfettin ve hikâyelerinin görünürlüğünü arttırmak gerekmektedir. Özellikle çocuklara ve gençlere yönelik kültür aktarımında dijital kültür çağının gerekliliklerine göre hareket etmek ve bu çağın araçlarından faydalanmak önem arz etmektedir. Hâl-i hazırda Ömer Seyfettin ve hikâyeleri, dijital kültür içerisinde mevcuttur. Ancak bu mevcudiyet oldukça sınırlı ve gerektiğinden uzak bir nitelikte görölmektedir. Oysa günümüzde ekonomik bir kazanç kapısı haline gelen sosyal medya ve televizyon için içerik üretmek, yeni bir mesleğe dönüşmektedir. Dolayısıyla bu platformlara nitelikli ve özgün ürünler sunmak önemlidir. Söz konusu ürünler için ise kültür bâkir bir alan olarak durmaktadır. Bu bâkir alanlardan birisi de Ömer Seyfettin ve hikâyeleridir.

Türk çizgi film ve anime senaristleri için Ömer Seyfettin muazzam bir kaynak olarak ortada durmaktadır. Çocuk, genç ve yetişkinlerin gerek Ömer Seyfettin’i gerek Ömer Seyfettin’in hikâyeciliğini gerek hikâyelerinde yer alan tarihi gerekse de hikâyelerin ait olduğu/içine doğduğu ya da hikâyelere

konu edilen kültürü daha yakından tanınması için Ömer Seyfettin hikâyelerinin dijital platformlarda ve medyada görünürlüğünün artması bir gereklikten öte kültürel aktarımın sürekliliği için ihtiyaç olarak da görülmelidir.

Hikâyelerin çizgi filme uyarlanması/dönüştürülmesi ile çocuklara sadece Ömer Seyfettin ve hikâyeleri aktarılmakla kalınmayacaktır. Aynı zamanda hem bu hikâyelerin yaşandığı ve yazıldığı dönemdeki kültür hem de genel anlamda mutfak, halk mimarisi, giyim kuşam, atasözleri ve deyimler gibi sosyo-kültürel hayatın çok boyutlu yönleri/konuları kültür taşıyıcılığının en alt basamağındaki çocuklarla paylaşılacaktır. Kültürü yaşanan çağa adapte ederek aktarmak, paylaşmak ve yaşatmak gerekmektedir. Zira kültür durağan bir olgu değildir.

Edebi eserleri filme uyarlarken dikkat edilmesi gereken en önemli unsur, esere ve eserin ait olduğu kültüre yönelik olumsuz bir etki ortaya çıkmasına zemin hazırlamamaktır. Başarılı yapımlar ile bu konuda tam tersi bir tablo ortaya çıkarmak da mümkündür. Bir ekip işi olarak görülmesi gereken filme aktarma işlemi için ilk etapta iyi bir senaryoya ihtiyaç vardır. Ömer Seyfettin hikâyelerinin filme uyarlanmış örneklerinde bazı hikâyelerin birden fazla kez, farklı isimler ve yapımcılarca kameraya alındığı görülür. Ancak burada karşılaşılan sorunların başında aynı öykülerin benzer yorumlarla filme aktarılması gelir. Güçlü hikâyeciliği ile Türk kültürüne çok sayıda hikâye miras bırakan Ömer Seyfettin'in bu mirasının dijital kültürdeki mevcudu değerlendirildiğinde bugüne kadar olması gerektiği gibi kullanılmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla özgün ve iyi tasarlanmış senaryolarla bu konuda başarılı örnekler ortaya konulması mümkündür. Ayrıca Sevilen çizgi filmler içerisinde kahramanlar, Ömer Seyfettin hikâyelerini birbirine anlatabilir. Hikâyeler hakkında konuşabilir ya da hikâyeleri belli ölçüde canlandırabilirler. Örneğin TRT Çocuk kanalının beğenilen ve yüksek izlenme oranına sahip çizgi filmlerinden Rafadan Tayfa gibi bir yapımda sözünü ettiğimiz doğrultuda içerik ve bölümler hazırlanabilir. Bu durum bu karakterleri seven ve onları kendine örnek alan çocukların Ömer Seyfettin'i ve hikâyelerini merak edip araştırmasına vesile olacaktır.

Ömer Seyfettin ile başlanarak Türk edebiyatına, diline, kültürüne değerli ve önemli katkıları olan isimlerin 100. yıl vefat/doğum yıl dönümleri gibi özel etkinliklerde çocuklara bu simaları anlatmak için de faaliyetler yapılmalıdır. Onlar için animasyon/çizgi film formatında yapımlar, özellikle bu tarz günlerde yayınlanabilir. Gençleri ve çocukları yaratıcı düşünmeye sevk etmek ve onların fikirlerinden istifade etmek için hikâye, şiir vb. yarışmaların yanı sıra film/animasyon tasarımı, senaryo yazarlığı gibi yarışmalar da düzenlenmelidir. Böylece hem yaratıcı fikirler keşfedilir hem gençlerin ilgi ve dikkatleri kültürel alanlara yöneltilir hem de kültür endüstrisi alanında yeni ürünler ortaya çıkarılır.

Sesli kitap platformlarından Storytel ücretli bir uygulamadır. Uygulamaya ücretli üye olunduktan sonra içeriklerden her yönüyle faydalanmak mümkün olmaktadır. Buradaki seslendirmelerin çoğu bu işin uzmanı sanatçılar tarafından yapılmaktadır. Profesyonellik gereği seslendirme sanatçılarına ücret ödendiği düşünülebilir. Gerek platforma üyeliğin ücretli olması gerek sanatçılara ödenen telif ve hizmet ücreti gerekse bu platformların aldıkları/alacakları reklam ücretleri, sektör için önemli ekonomik kalemlerdir. Benzer bir durum Youtube için de geçerlidir. Youtube'ta izlenen videolar, alınan beğeniler, videoyu yükleyen kişiye platformun ödediği ücret ve reklam gelirleri sayesinde kayda değer kazançlar sağlamaktadır. Sözü edilen maddi kazanımlar için sunulan içeriğin özgün ve nitelikli olması beklenmektedir. Ömer Seyfettin ve hikâyelerinin mevcut varlığı, muadilleri çizgi filmler ve seslendirmeler düşünüldüğünde arzu edilenin uzağında bir görüntü sergilemektedir. Oysa hikâyeler, bahsedilen kapsamda kullanılabilir potansiyeli yüksek ürünlerdir. Hikâyelerden ilham alınarak

hazırlanacak çizgi filmler ve seslendirmeler sayesinde hem sürdürülebilir ekonomik kalkınma için fırsatlar hem de kültürel aktarım için yeni bir araç yaratmak mümkündür.

İbn-i Rüşd'e atfedilen "Yumurta dıştan bir güçle kırılırsa yaşam son bulur. İçten bir güçle kırılırsa yaşam başlar; Zira sahih dönüşümler hep içten gelir." sözü, genel itibariyle doğrudur. Ancak bazı durumlarda yaşamın devam edebilmesi amacıyla dışarıdan müdahale zaruret hâsıl eder. Sezaryen doğumlar bunun bir tezahürüdür. Böylesi bir durumda müdahale dışarıdan olmaz ve akışa seyirci kalınırsa yaşamın tamamen sona ermesi kuvvetle muhtemeldir. Oysa müdahale ile bazı olumsuzluklara rağmen yaşamın devamı için tablo tersine dönmektedir. Bu durum kültür açısından da böyledir.

Elbette kültürü değiştirip dönüştürürken oldukça dikkatli davranmak gerekmektedir. Söz konusu değişim ve dönüşüm ile kastedilen içeriden gelmeyip dışarıdan müdahale ile gerçekleştirilendir. Zira bu durumda kültürel unsur, aslından uzaklaştırma, yozlaştırma, tanıtmak isterken ona yabancılaştırma riski her zaman bulunmaktadır. Risk, kültürel unsurun yaşatmaya çalışırken ona ya tamamen ya da kısmen zarar vermekle veya kültürel özgüveni sarsmakla ilgilidir. Söz konusu riskin temelinde dönüştürülen ya da değiştirilen kültürel unsur ile kültürün yanlış aktarımı hususu yer alır. Ancak işin içerisinde risk bulunması, gerçekleştirilmesi hâlinde elde edilecek kazanımları ortadan kaldırmaz. Risk var diye elbette bir konu/durum/olgu vb.'den uzak durulması da düşünülemez. Aksi takdirde hayatta riskin olduğu her şeyden kaçınmak gerekmektedir. Burada doğru olan yaklaşım, riskleri bilerek ve öngörerek hazırlıklı olmak, riski ortadan kaldırmak mümkün değilse en aza indirmeye çalışarak gerekli adımları atmaktır. Çizgi filmleri, Türk kültürünü aktarım aracı olarak kullanmamayı seçmek, başkalarının da bundan uzak durmasını sağlamaz/sağlamamaktadır. Bu gerçeği bilerek Türk kültürünün emanetçileri, taşıyıcı ve gelecekteki aktarıncıları olan çocuklara çizgi filmler aracılığıyla farklı kültürlerin Türk kültürünün yerine ikame etmek amacıyla öğretilmesine yahut onların kendi kültürlerini başkalarının gözüyle yanlış, hatta kimi zaman düşmanca izlemelerine göz yumulmamalı/kayıtsız kalınmamalıdır. Bunun yerine Türk edebiyatı, tarihi ve kültürünü çocuklara aktarmak için bir araç olarak çizgi filmler ivedilikle, aktif, doğru bir biçimde ve daha fazla kullanılmaya başlanmalıdır.

Kaynakça

- Argunşah, Hülya ve Ayşe Demir. (edt.) (2019). "Hikâyenin Türkçe Sesi Ömer Seyfettin", *Hece*, Özel Sayı 37, Sayı 265.
- Argunşah, Hülya, Abdullah Şengül ve Murat Gür. (edt.) (2020). *Sonsuza Uzanan Ses: Ömer Seyfettin*, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Argunşah, Hülya. (edt.) (2020). *Ömer Seyfettin*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Aslan, Erkan. (2015). "Keloğlan Animasyon Filmi Örneğinde Kültürel Animasyon ve Kültür Ekonomisi", *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Ayrancı, Ünal, Nedime Köşgeroğlu ve Yasemin Günay (2004). Televizyonda Çocukların En Çok Seyrettikleri Saatlerde Gösterilen Filmlerdeki Şiddet Düzeyi, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 5 (3), 133-140.
- Baş, Seval Yeşim ve Hicran Hanım Halaç. (2021). Rafadan Tayfa 2: Göbeklitepe Animasyon Filminin Kültürel Ögeler ve Göbeklitepe Arkeolojik Alanına İlişkin Unsurlar Bağlamında Değerlendirilmesi, *Neuşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11 (2), 911-927.
- Ben-Amos, Dan. (1997). Şartlar ve Çevre İçinde Folklorun Bir Tanımına Doğru, (çev.: M. Ekici), *Milli Folklor*, 33: 74-87.
- Bildirici, Hatice. (2019). Ömer Seyfettin Öykülerinin Film Uyarlamaları, *Hece*, Özel Sayı 37, S.: 265, 531-538.

- Bozdoğan, Ahmet. (2019). Büyüklere Yazıp Küçüklere Okutabilmek, *Hece*, Özel Sayı 37, S.: 265, 707-709.
- Çetindaş, Dilek. (2019). Ömer Seyfettin’de Folklorun Kültür ve İdeoloji Unsuru Olarak Kullanımı, *Hece*, Özel Sayı 37, S.: 265, 407-425.
- Çolak, Azra. (2019). “Popüler Kültür Bağlamında Çizgi Filmlerin Kültür Aktarımındaki Yeri: “İstanbul Muhafızları” İncelemesi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Dalkıran, Ömer. (2017). “Ağ Kuşağının Bilgi Davranışları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Diri, Semih. (2019). Edebiyat Klasiklerinin Çocuk Edebiyatı İçin Hazırlanması Hususunda Bir Örnek: Ömer Seyfettin’in Kaşığı, *Hece*, Özel Sayı 37, S.: 265, 702-706.
- Durmuş, Mitat, Dinçer Atay ve Azer Yavuz (edt.) (2021). *Çağın Kurgulayan Yazar Ömer Seyfettin*, Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Duymaz, Ali. (2020). Ömer Seyfettin’in Bir Öyküsü Üzerine: “Ali Yoz’un Kavağı” Mı “Kurumuş Ağaçlar” Mı?, *Türk Dili*, S.: 828, 28-35.
- Ekici, Metin. (2004). *Halkbilgisi (Folklor) Derleme ve İnceleme Yöntemleri*, Ankara: Geleneksel Yayınları.
- Ekici, Metin. (2008). Geleneksel Kültürü Güncellemek Üzerine Bir Değerlendirme, *Milli Folklor*, C.: 20, S.: 80, 33-38.
- Ercilasun, Ahmet B. (2020). Ömer Seyfettin ve Türk Dili, *Türk Dili*, S.: 828, 10-14.
- Gere, Charlie. (2010). Some Thoughts on Dijital Culture, *Digithum*, S.: 12, 3-7.
- Gümüş, Şule. (2022). Somut Olamayan Kültürel Mirasın Elektronik Kültür Ortamında Aktarımı: Kukuli Müziklerinde Kültürel Unsurlar, *RumeliDe Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, S.: 26, 492-505.
- Gürel, Zeki. (2009). Ömer Seyfettin Çocuk Edebiyatçısı mı?, *Türk Yurdu*, C.: 29, S.: 259, 58-61.
- Hirik, Erkan. (2020). Ömer Seyfettin’in Hikayelerinde Atasözlerinin Yapısal ve İşlevsel Açından Kullanımı, *Sonsuza Uzanan Ses: Ömer Seyfettin*, (edt.: H. Argunşah, A. Şengül ve M. Gür), 265-280.
- Karabulut, Mustafa. (2019). Kültürel Bellek Bağlamında Ömer Seyfettin Hikâyeleri, *Hece*, Özel Sayı 37, S.: 265, 402-406.
- Kaya, Muharrem. (2020). Ömer Seyfettin Hikâyelerinde Halk Kültürü Unsurlarının Kullanılması Üzerine Tespitler, *Ömer Seyfettin*, (edt.: H. Argunşah), Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 261-272.
- Kefeli, Ayşe Faruk. (2019). Ömer Seyfettin Çocuk Edebiyatı Yazarı mıdır?, *Hece*, Özel Sayı 37, S.: 265, 713.
- Malinowski, Bronislaw. (1992). *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*, (çev.: S. Özkal), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Muratoğlu, Bahar. (2009). “Sosyal Sapıklığın Medyadaki Temsilinin Çizgi Filmler Üzerinden İncelenmesi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Neydim, Necdet. (2019). Ömer Seyfettin Öykülerinde Sosyopsikolojik, Sosyopolitik Yansımalar Ömer Seyfettin Çocuk Edebiyatı Yazarı Olabilir mi?, *Hece*, Özel Sayı 37, S.: 265, 661-674.
- Oğuz, M. Öcal. (2009). *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?*, Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Ong, Walter J. (2007). *Sözlü ve Yazılı Kültür Sözüün Teknolojileşmesi*, (çev.: S. P. Banon), İstanbul: Metis Yayınları.
- Önal, Şüheda. (2019). Ömer Seyfettin Çocuk Edebiyatçısı Sayılabilir mi?, *Hece*, Özel Sayı 37, S.: 265, 719-720.

- Özdemir, Mehmet. (2019). Kültürün Dönüşümü ve Dijitalleşme, *Dijital Kültür*, (edt.: M. Özdemir), İstanbul: Arı Sanat Yayınevi, 17-50.
- Özdemir, Mehmet. (2021). Kültür Mühendisliği Bağlamında Halkbilimi ve Dijitalleşme, *Dijital Kültür* 3, (edt.: U. Durmaz), İstanbul: Arı Sanat Yayınevi, 85-111.
- Özdemir, Nebi. (2008). *Medya Kültür ve Edebiyat*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- Özdemir, Nebi. (2012). *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi*, Ankara: Hacettepe Yayınları.
- Özdemir, Nebi. (2017). *Kültür Bilimi ve Yönetimi*, Ankara: Grafiker Yayınları.
- Özdemir, Nebi. (2019). Kuşaklararasılık ve Kültürel Değişme, *Çocuk ve Medeniyet*, 2019/1, 125-149.
- Polat, Nâzım Hikmet. (2011). *Ömer Seyfettin Bütün Hikâyeleri*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Posner, Michael I. ve Steven E. Petersen. (1990). The Attention System of the Human Brain, *Annual Review of Neuroscience*, C. 13, 25-42,
- Sağlık, Şaban. (2021). 'Pembe İncili Kaftan' ve 'Yalnız Efe' Hikayeleri Örneğinde Ömer Seyfettin'in 'Epikten Etiğe Evrilen' Hikaye Kahramanları, *Çağını Kurgulayan Yazar*, (edt.: M. Durmuş, D. Atay ve A. Yavuz), Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Sınar, Alev. (2006). Türkiye'de Çocuk Edebiyatı Çalışmaları, *Türkiyat Araştırmaları Literatür Dergisi*, 7 (4), 175-225.
- Tekinalp, Şermin. (2003). *Radyo ve Televizyon: Camera Obscura'dan Synopticon'a*, İstanbul: Der Yayınları.
- Türkmen, Nilgün. (2012). Çizgi filmlerin Kültür Aktarımındaki Rolü ve Pepee, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 36 (2), 139-158.
- Uzuner, Zehra, Serap Uzuner Yurt ve Elif Aktaş. (2014). Çocuk Edebiyatı Ürünlerinin Televizyona Uyarlanması ve Bir Örneklem: TRT Çocuk Kanalında Ömer Seyfettin Hikâyeleri, *I. Uluslararası Çocuk ve Gençlik Edebiyatı Sempozyumu Bildirileri 24-25 Ekim 2014 Maltepe-İstanbul*, 150-155.
- Ünal, Beyza. (2015). "Kültürün Yeniden Üretimi Bağlamında Halk Edebiyatı Metinlerinin Kullanımı: TRT Çocuk Keloğlan Dizisi Örneği", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Fatih Üniversitesi.
- Yalçın, Songül, Belma Tuğrul, Nazire Naçar ve Murat Tuncer. (2002). Factors That Affect Television Viewing Time in Preschool, Primary School Children, *Pediatrcis International*, 44 (6), 622-627.

İnternet kaynakları

- URL-1: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/abdden-sonra-en-fazla-dizi-ihrac-eden-ulke-turkiye/1641524#> (Erişim tarihi 26.05.2023).
- URL-2: <https://www.youtube.com/watch?v=kXTJWUz-6lI> (Erişim tarihi 16.05.2023).
- URL-3: <https://www.youtube.com/watch?v=wTlDekp3HnE> (Erişim Tarihi 16.05.2023).
- URL-4: <https://www.youtube.com/watch?v=cTrrmGyv99Q> (Erişim tarihi 16.05.2023).
- URL-5: <https://www.youtube.com/watch?v=j1zHw6lTuZM> (14.10.2021).