

T.C.
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
TÜRKÇE EĞİTİMİ BİLİM DALI

**ÇİZGİ FİLMLERDE VE ÇOCUK
DERGİLERİNDEKİ DENEYİM VE
SÖYLEMLERİN POSTMODERNİST
ÖGELER AÇISINDAN İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Merve KAŞKAYA

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Nur Hümeysra ÖZDEMİR EREN

Erzincan/2021

TEZ BİLDİRİMİ

"Çizgi Filmlerde ve Çocuk Dergilerindeki Deneyim ve Söylemlerin Postmodernist Ögeler Açısından İncelenmesi" isimli **"Yüksek Lisans"** tezim tarafımda intihal programı ile incelenmiştir. Buna göre tezimde bilimsel etik ihlali ve intihal olarak nitelendirilebilecek herhangi bir durum olmadığını taahhüt ederim.

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir biçimde elde edildiğini; aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi beyan ederim.

Merve KAŞKAYA

ÇİZGİ FİLMLERDE VE ÇOCUK DERGİLERİNDEKİ DENEYİM VE SÖYLEMLERİN POSTMODERNİST ÖGELER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Merve KAŞKAYA

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Ana Bilim Dalı

Türkçe Eğitimi Bilim Dalı Tez, Aralık 2021

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Nur Hümeysra ÖZDEMİR EREN

ÖZET

Postmodernizm, uzun yıllardan beri neredeyse her alanda kendini göstermiş bir akımdır. Çocuk medyasında da bu akımın izlerine rastlamak mümkündür. Bu çalışmanın amacı, postmodernizmin çocuk medyasında hangi unsurlar üzerinden verildiğini tespit etmektir. Çalışmada “TRT Çocuk ve minikaGO kanallarında yayınlanan çizgi filmlere postmodern unsurlar nasıl yansımıştır?” ve “Kafa Çocuk ve Bilim, Bilim ve Çocuk, minikaÇOCUK, minikaGO dergilerinde ve TRT Çocuk Dergisi’nde postmodern unsurlar nasıl ele alınmıştır?” sorularına cevap aranmıştır. Araştırmada doküman analizi deseni kullanılmıştır. Veriler, postmodernizmin görsel ve işitsel mesajlarını ortaya koyacak bir gözlem formu aracılığıyla toplanmıştır. Araştırılan çizgi filmler ve dergiler, postmodern unsurlar başlığı altında betimsel olarak incelenmiştir. Araştırma verileri toplanırken literatür taramasından elde edilen kategoriler kullanılmıştır. Araştırmanın bulgularından elde edilen sonuçlara göre postmodernizmin çizgi filmlere teknoloji, tüketim, şiddet, nostalji, pastiş, zaman ve parodi; dergilere ise tüketim, teknoloji, nostalji ve zaman unsurlarıyla yansıdığı görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Postmodernizm, çocuk medyası, medya okuryazarlığı.

**EXAMINATION OF EXPERIENCE AND DISCOURSE IN CARTOONS AND
CHILDREN'S MAGAZINES IN TERMS OF POSTMODERNIST
ELEMENTS**

Merve KAŞKAYA

**Erzincan Binali Yıldırım University
Institute of Social Sciences
Turkish and Social Sciences Education Department
Department of Turkish Education Thesis, December 2021**

Thesis Supervisor: Dr. Lecturer Nur Hümeýra ÖZDEMİR EREN

ABSTRACT

Postmodernism is a movement that has come in sight in almost every aspect of life for many years. It is also possible to come across the traces of this movement in children's media. The aim of this research is to identify through which elements postmodernism is being transferred in children's media. In the research, the answers to the questions of "How are postmodern elements reflected in the cartoons broadcast on TRT Çocuk and minikaGO channels?" and "How has postmodernism been approached in the magazines of Kafa Çocuk ve Bilim, Bilim ve Çocuk, minikaÇOCUK and minikaGO?" were sought. During the research, document analysis pattern was used. The data were gathered via an observation form that would reveal the visual and auditory messages of postmodernism. In the analysis of cartoons and magazines, descriptive research was applied under the title of postmodern elements. The categories that had been determined via literature review was used in the data acquisition process of the analysis. According to the results obtained from the research, it was monitored that postmodernism's effects on the cartoons were via the elements of technology, consumption, violence, nostalgia, pastiche, time and parody; and its effects on the magazines were via the elements of consumption, technology, nostalgia and time.

Key Words: Postmodernism, children's media, media literacy.

ÖN SÖZ

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan postmodernizmin, günümüzde ulaşmadığı alan kalmamıştır. Sinemadan, edebiyata; dergilerden reklamlara her türlü medyatik araçta postmodernizmin izlerine rastlamak mümkündür.

Çocuklar; son yıllarda televizyon, gazete, dergi ve internet yayınları başta olmak üzere birçok kitle iletişim aracıyla iç içe yaşamaya başlamıştır. Bu araçlar içerisinden bilhassa çizgi filmler ve çocuk dergileri, çocuklar için ayrı bir önem arz etmektedir. Çocuklar, çizgi film izleyerek çeşitli şeyler öğrenmekte ve keyifli vakit geçirmektedir. Bununla beraber dergi okuyarak dil becerilerini geliştirmekte, kelime hazinelerini artırmakta ve faydalı bilgiler öğrenmektedir. Tüm bunlardan hareketle çalışmada, çizgi filmlerde ve çocuk dergilerinde postmodern unsurların nasıl sunulduğunu tespit etmek amaçlanmıştır.

Araştırmanın birinci bölümünde problem durumu, araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve tanımları belirtilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde; sanat akımları, klasisizm, romantizm, realizm, natüralizm, modernizm, postmodernizm ve postmodernizmle ilgili temel konular, çizgi film, çocuk dergiciliği ve medya okuryazarlığı ile ilgili kuramsal bir çerçeve oluşturulmuştur.

Üçüncü bölümde; araştırma deseni, incelenen dokümanlar, veri toplama ve analiz etme süreci, geçerlik ve güvenilirlikten oluşan yöntem bulunmaktadır.

Dördüncü bölümde, araştırma probleminin ve alt problemlerinin incelendiği bulgular ve yorumlar yer almaktadır.

Çalışma beşinci bölümde, bulgulardan hareketle varılan sonuçlar ve konuyla ilgili önerilere yer verilerek sonlandırılmıştır.

TEŞEKKÜR METNİ

Hayatım boyunca desteklerini esirgemeyen, her zaman arkamda duran anneme, babama ve kardeşime; yüksek lisans yapmak konusunda beni teşvik edip cesaretlendiren, her daim yanımda olduğunu hissettiren ablam Hülya KAŞKAYA DURAK'a;

Yüksek lisans sürecinin her aşamasında desteklerini, sabrını ve içtenliğini bir an olsun esirgemeyen, bilgileriyle bana yol gösteren, tez konumu belirlemem ve yürütmemde yardımcı olan değerli hocam ve tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Nur Hümeysra ÖZDEMİR EREN'e teşekkürlerimi sunuyorum.

Merve KAŞKAYA

İÇİNDEKİLER

TEZ BİLDİRİMİ	I
ÖZET	II
ABSTRACT.....	III
ÖN SÖZ	IV
TEŞEKKÜR METNİ.....	V
İÇİNDEKİLER	VI
KISALTMALAR CETVELİ	IX
TABLolar DİZİNİ	XIII
GÖRSELLER DİZİNİ	XIV
BİRİNCİ BÖLÜM	1
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı	2
1.3. Araştırmanın Önemi.....	2
1.4. Araştırmanın Kapsamı	3
1.5. Tanımlar	3
İKİNCİ BÖLÜM.....	4
2. KURAMSAL ÇERÇEVE	4
2.1. Sanat Akımları	4
2.1.1. Klasisizm	4
2.1.2. Romantizm.....	5
2.1.3. Realizm.	6
2.1.4. Natüralizm	7
2.1.5. Modernizm.....	7
2.1.6. Postmodernizm	8
2.1.6.1. Tüketim.....	10
2.1.6.2. Teknoloji.....	13
2.1.6.3. Şiddet ve Cinsellik	14

2.1.6.4. Üstkurmaca	16
2.1.6.5. Metinlerarasılık	16
2.1.6.6. Pastiş.....	17
2.1.6.7. Parodi.....	18
2.1.6.8. Nostalji.....	19
2.1.6.9. Zaman... ..	20
2.1.6.10. Postmodern Karakterler	21
2.1.6.11. Postmodernizm ve Medya	22
2.2. Çizgi Film.....	23
2.3. Dergi.....	25
2.3.1. Tanzimat Dergiciliği	25
2.3.2. Türkiye’de Çocuk Dergiciliği	25
2.4. Medya Okuryazarlığı Yaklaşımları.....	27
2.4.1. Korumacı Yaklaşım	29
2.4.2. Eleştirel Yaklaşım.....	30
2.4.3. Aşılamacı Yaklaşım.....	31
2.4.4. Güçlendirmeci Yaklaşım	31
2.4.5. Çözümlemeci Yaklaşım.....	32
2.4.6. Ticari Medya (Ana Akım) Yaklaşımı	32
2.5. İlgili Araştırmalar.....	33
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	35
3. YÖNTEM.....	35
3.1. Araştırma Deseni.....	35
3.2. İncelenen Dokümanlar	35
3.3. Verilerin Toplanması	38
3.4. Verilerin Analizi.....	39
3.5. Geçerlik ve Güvenirlik	39
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	41
4. BULGULAR ve YORUMLAR.....	41
4.1. Araştırmanın Birinci Alt Problemine Yönelik Bulgu ve Yorumlar	41
4.1.1. Teknoloji Söylemine Ait Bulgular	42

4.1.2.	Tüketim Söylemine Ait Bulgular	45
4.1.3.	Şiddet Söylemine Ait Bulgular.....	47
4.1.4.	Pastiş Söylemine Ait Bulgular.....	48
4.1.5.	Nostalji Söylemine Ait Bulgular	51
4.1.6.	Zaman Söylemine Ait Bulgular.....	52
4.1.7.	Parodi Söylemine Ait Bulgular	54
4.2.	Araştırmanın İkinci Alt Problemine Yönelik Bulgu ve Yorumlar.....	55
4.2.1.	Tüketim Söylemine Ait Bulgular.....	55
4.2.2.	Teknoloji Söylemine Ait Bulgular.....	58
4.2.3.	Nostalji Söylemine Ait Bulgular.....	60
4.2.4.	Zaman Söylemine Ait Bulgular	61
BEŞİNCİ BÖLÜM.....		63
5. TARTIŞMA VE SONUÇ		63
KAYNAKÇA.....		69
İNCELENEN BÖLÜMLER		81
İNCELENEN SAYILAR.....		83
EKLER		84

KISALTMALAR CETVELİ

T	: Tobot
BR	: Ben ve Robotum
TC	: Transformers Cybervese
SB	: Sonic Boom
KK	: Kratt Kardeşler
E	: Emiray
RT	: Rafadan Tayfa
EA	: Elif ve Arkadaşları
A	: Aslan
P	: Pırıl
T1/1	: Tobot 1.Sezon 1.Bölüm
T1/6	: Tobot 1.Sezon 6.Bölüm
T1/12	: Tobot 1.Sezon 12.Bölüm
T2/17	: Tobot 2.Sezon 17.Bölüm
T2/24	: Tobot 2.Sezon 24.Bölüm
BR1	: Ben ve Robotum 1.Bölüm
BR2	: Ben ve Robotum 2.Bölüm
BR3	: Ben ve Robotum 3.Bölüm
BR4	: Ben ve Robotum 4.Bölüm
BR5	: Ben ve Robotum 5.Bölüm
TC1	: Transformers Cybervese 1.Bölüm
TC5	: Transformers Cybervese 5.Bölüm
TC8	: Transformers Cybervese 8.Bölüm
TC11	: Transformers Cybervese 11.Bölüm
TC12	: Transformers Cybervese 12.Bölüm
SB1/1	: Sonic Boom 1.Sezon 1.Bölüm
SB2/1	: Sonic Boom 2.Sezon 1.Bölüm
SB2/9	: Sonic Boom 2.Sezon 9.Bölüm
SB2/14	: Sonic Boom 2.Sezon 14.Bölüm

SB2/25	: Sonic Boom 2.Sezon 25.Bölüm
KK3/3	: Kratt Kardeşler 3.Sezon 3.Bölüm
KK3/13	: Kratt Kardeşler 3.Sezon 13.Bölüm
KK4/6	: Kratt Kardeşler 4.Sezon 6.Bölüm
KK4/14	: Kratt Kardeşler 4.Sezon 14.Bölüm
KK5/4	: Kratt Kardeşler 5.Sezon 4.Bölüm
E1	: Emiray 1.Bölüm
E2	: Emiray 2.Bölüm
E12	: Emiray 12.Bölüm
E33	: Emiray 33.Bölüm
E39	: Emiray 39.Bölüm
RT1	: Rafadan Tayfa 1.Bölüm
RT10	: Rafadan Tayfa 1.Bölüm
RT21	: Rafadan Tayfa 21.Bölüm
RT34	: Rafadan Tayfa 34.Bölüm
RT82	: Rafadan Tayfa 82.Bölüm
EA1	: Elif ve Arkadaşları 1.Bölüm
EA9	: Elif ve Arkadaşları 9.Bölüm
EA15	: Elif ve Arkadaşları 15.Bölüm
EA21	: Elif ve Arkadaşları 21.Bölüm
EA33	: Elif ve Arkadaşları 33.Bölüm
A/E	: Aslan Eldiven Bölümü
A/YT	: Aslan Yem Teleferiği Bölümü
A/KK	: Aslan Kar Küreyici Bölümü
A/HÇS	: Aslan Hava Çok Sıcak Bölümü
A/BF	: Aslan Bisiklet Festivali Bölümü
P1	: Pırıl 1.Bölüm
P6	: Pırıl 6.Bölüm
P9	: Pırıl 9.Bölüm
P16	: Pırıl 16.Bölüm
P25	: Pırıl 25.Bölüm

KÇB	: Kafa Çocuk ve Bilim
MG	: minikaGO
BÇ	: Bilim Çocuk
TÇ	: TRT Çocuk Dergisi
MÇ	: minikaÇOCUK
KÇB1	: Kafa Çocuk ve Bilim 1.Sayı
KÇB3	: Kafa Çocuk ve Bilim 3.Sayı
KÇB9	: Kafa Çocuk ve Bilim 9.Sayı
KÇB11	: Kafa Çocuk ve Bilim 11.Sayı
KÇB14	: Kafa Çocuk ve Bilim 14.Sayı
BÇ258	: Bilim Çocuk 258.Sayı
BÇ260	: Bilim Çocuk 260.Sayı
BÇ263	: Bilim Çocuk 263.Sayı
BÇ265	: Bilim Çocuk 265.Sayı
BÇ273	: Bilim Çocuk 273.Sayı
TÇ100	: TRT Çocuk Dergisi 100.Sayı
TÇ105	: TRT Çocuk Dergisi 105.Sayı
TÇ118	: TRT Çocuk Dergisi 118.Sayı
TÇ122	: TRT Çocuk Dergisi 122.Sayı
TÇ123	: TRT Çocuk Dergisi 123.Sayı
MÇ31	: minikaÇOCUK 31.Sayı
MÇ35	: minikaÇOCUK 35.Sayı
MÇ37	: minikaÇOCUK 37.Sayı
MÇ41	: minikaÇOCUK 41.Sayı
MÇ45	: minikaÇOCUK 45.Sayı
MG35	: minikaGO 35.Sayı
MG36	: minikaGO 36.Sayı
MG39	: minikaGO 39.Sayı
MG42	: minikaGO 42.Sayı
MG47	: minikaGO 47.Sayı
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı

RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
vb.	: ve benzeri
vs.	: vesaire



TABLÖLAR DİZİNİ

		Sayfa No
Tablo 1	2018 yılı Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı'nın öğrenme alanları, ünite adları ve süreleri.	28
Tablo 2	minikaGO kanalında izlenen çizgi filmler, bu çizgi filmlerin bölümleri, süreleri, kısaltmaları ve özetleri.	36
Tablo 3	TRT Çocuk kanalında izlenen çizgi filmler, bu çizgi filmlerin bölümleri, süreleri, kısaltmaları ve özetleri.	36
Tablo 4	Kafa Çocuk ve Bilim, Bilim Çocuk, minikaGO, minikaÇOCUK dergilerinin ve TRT Çocuk Dergisi'nin incelenen sayıları, yayımlanma tarihleri ve kısaltmaları.	37
Tablo 5	Çizgi filmler için gözlem formu	38
Tablo 6	Çocuk dergileri için gözlem formu	39
Tablo 7	minikaGO ve TRT Çocuk kanallarında yer alan postmodern söylemler.	41
Tablo 8	Çocuk dergilerinde yer alan postmodern söylemler.	55

GÖRSELLER DİZİNİ

		Sayfa No
Görsel 1-2-3	Çizgi filmlerden pastiş görüntüleri.	49
Görsel 4-5	Çizgi filmlerden pastiş görüntüleri.	50
Görsel 6-7	Çizgi filmlerden pastiş görüntüleri.	50
Görsel 8-9	Çizgi filmlerden zaman ile ilgili görüntüler.	53
Görsel 10	Çizgi filmlerden zaman ile ilgili görüntüler.	54
Görsel 11	Çizgi filmlerden parodi ile ilgili görüntüler.	54
Görsel 12-13	Dergilerden tüketim ile ilgili resimler.	57
Görsel 14	Dergilerden teknoloji ile ilgili resimler.	58
Görsel 15	Dergilerden nostalji ile ilgili resimler.	61

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ

1.1. Problem Durumu

Postmodernizm; kültür, sanat ve mimari alanında olduğu gibi medya alanında da varlığını güçlü bir şekilde sürdürmektedir. İngiliz ressam Chapman'ın 1870'li (Orkunoglu, 2007) yıllarda sanat literatürüne kazandırdığı bu terim yüzyılı aşkın bir süredir kullanılagelmiştir. Bugün medyayı büyük ölçüde şekillendiren postmodernizm J. Baudrillard'a göre yeni bir çağ başlatan kitle iletişim çağında büyük bir söze sahiptir ve tüketim kültürünü desteklemektedir (Yıldız, 2005). Çocuk medyası da postmodernizmin izlerinin yansıdığı önemli bir alandır. Çizgi filmler, animasyon filmler, çocuk dergileri, kitaplar ve daha birçok araç üzerinden verilen postmodern iletiler, çocuklar tarafından doğrudan belleğe alınmaktadır.

Çizgi filmler, çocuk medyasının en güçlü araçlarından biridir. Günlerinin büyük bir kısmını çizgi film seyreterek geçiren çocuklar, bu filmlerden olumlu ve olumsuz yönde etkilenmektedir. Çocuklar, çizgi filmlerden kimi zaman dostluk, saygı ve sevgi gibi değerleri kazanırken kimi zaman da şiddeti, tüketimi ve olumsuz davranışları öğrenir. Aynı zamanda izledikleri bu filmlerdeki karakterleri kendilerine rol model alırlar. Onların davranışlarına, konuşmalarına hatta giyimlerine öykünürler. Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramı'nda bahsettiği gibi yapılan her hareket veya söylenen her söz, çocuğun bir sonraki gelişim evresini etkiler. Çizgi filmler, çocuklar üzerinde etkisi yüksek olan görsel ve işitsel araçlardan biridir. Bu filmleri izlerken dış dünyadan kopan çocuklar, çizgi filmlerin sezdirmeden yerleştirdiği imgeleri ve verdiği mesajları fark etmeden zihinlerinde tutar.

Dergiler; yediden yetmişe, çocuk ve yaşlı her insanın severek okuduğu yazılı medya araçlarından biridir. Tanzimat Dönemi ile insanların hayatına giren dergiler, o yıllardan beri etkileyiciliğini korumaktadır. Günümüzde yaşa, cinsiyete, mesleğe, zevke göre değişen türlü türlü dergi bulunmaktadır. Çocuklar için yayımlanan dergilerin sayısı da bir hayli fazladır. Bu dergiler; renk renk sayfaları, eğlenceli

etkinlikleri, faydalı bilgileri ve canlı görselleriyle çocukların ilgi odağı olmaktadır. Dergi okuyan çocuklar, kaliteli zaman geçirirken bir yandan da eğlenerek yeni bilgiler öğrenmektedir. Fakat çizgi filmler gibi dergilerin de onu okuyan çocuğa fark ettirmeden sayfa aralarına, iç-dış kapağa ve metinlerin kenarlarına yerleştirdiği unsurlar bulunmaktadır.

Günümüzde postmodernizmin medyaya yansıdığı bilinmesine rağmen bu yansımaların nasıl ve ne şekilde olduğu net değildir. Bu nedenle çalışmada, çizgi filmler ve çocuk dergileri incelenerek postmodernizmin nasıl yansıdığı saptanmaya çalışılmıştır. Daha önce çizgi filmlerde ve çocuk dergilerinde postmodernizm üzerine sınırlı araştırma yapılması ise çalışma konusunun belirlenmesinde etkili olmuştur.

1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, çalışma grubuna dâhil edilen çizgi film ve çocuk dergilerindeki deneyim ve söylemlerin postmodernist ögeler açısından incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. TRT Çocuk ve minikaGO kanallarında yayınlanan çizgi filmlere postmodernist ögeler nasıl yansımıştır?
2. Kafa Çocuk ve Bilim, Bilim ve Çocuk, minikaÇOCUK, minikaGO dergilerinde ve TRT Çocuk Dergisi'nde postmodernist ögeler nasıl ele alınmıştır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Çocuk medyası, günümüzde üzerine devamlı araştırma ve inceleme yapılması gereken bir araçtır. Sinema, çizgi film, animasyon, dergi, kitap, internet yayınları, videolar vb. artık çocukların çok küçük yaşlarda tanıştığı medyalardır. Özellikle görsel ve işitsel medya araçlarından çizgi filmler, basılı medya araçlarından da çocuk dergileri, çocuklar için büyük önem arz etmektedir. Her iki medya aracı da çocukları etkileyen, onlara çeşitli yönlerden öğreti sunan birer iletişim ağıdır.

70-80 yıllık bir mazisi olan postmodernizm, günümüzde her alanda etkisini hissettirmektedir. Bu akımın izlerine, çocuk medyası da dâhil olmak üzere her türlü

kitle iletişim aracında rastlamak mümkündür. Postmodernizmin, hangi medya aracında nasıl sunulduğu, incelenmesi gereken önemli bir konudur. Bilhassa çocuk medyası, üzerinde itina ile durulması lazım olan araçların başında gelir.

Çalışma, çizgi filmlerdeki ve çocuk dergilerindeki deneyim ve söylemleri postmodernist ögeler açısından değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Literatür tarandığında çizgi filmler ve çocuk dergilerinde postmodernizm konulu araştırmaların sınırlı olması bu çalışmayı önemli kılmıştır.

1.4. Araştırmanın Kapsamı

Çalışma, minikaGO kanalında yayınlanan Sonic Boom, Transformers Cyberverse, Tobot, Ben ve Robotum, Kratt Kardeşler; TRT Çocuk kanalında yayımlanan Emiray, Pırıl, Aslan, Rafadan Tayfa, Elif ve Arkadaşları çizgi filmlerinin her birinden beşer bölümle sınırlı tutulmuştur.

Çalışma, minikaGO, minikaÇOCUK, Bilim Çocuk, Kafa Çocuk ve Bilim dergilerinin ve TRT Çocuk Dergisi'nin her birinden beşer sayı ile sınırlıdır.

1.5. Tanımlar

Çizgi Film: Çizgi film, resimlerin veya nesnelerin canlı ve hareketli oldukları hissini uyandıracak şekilde düzenlenmesidir (Şenler, 2005).

Çocuk Dergisi: Çocuklar için belirli aralıklarla yayımlanan, içerisinde hikâyeler, masallar, fıkralar, bilmeceler ve bulmacalar bulunan kitle iletişim aracıdır (Gezmen, 2019).

İKİNCİ BÖLÜM

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sanat Akımları

Edebiyat ve sanat dünyasındaki zıt görüşler, yeni fikirler ve özgün olma isteği akımların doğmasında etkili olmuştur. Bu akımlar, sanatta ve edebiyattaki değişimin ve yenileşmenin habercisidir. Akımlar yalnızca edebiyatı kapsamaz. Edebiyat alanında doğan bu akımların heykel, resim, müzik, sinema ve mimarî gibi alanları da etkilediğini söylemek gerekir.

Akımlar, yazar ve şairlerin biçem, içerik, toplumsal endişeler, sanat ve felsefe gibi konulardaki ortak fikirlerine dayanan eğilimler veya hareket topluluğudur (Akyıldız, 2018). Bu hareket genellikle bir bildirge ile ortaya konur ve yayımlanır. Çetişli'ye (2014) göre akımları anlamak için oluştukları ortamın sosyal, kültürel ve siyasi zeminini; hayat felsefesini; Tanrı, varlık ve tabiat anlayışlarını bilmek gerekir.

Her akım, kendinden önceki akıma göre yeni bir kültürel, estetik ve felsefi perspektife sahiptir (Çetişli, 2014). Aynı zamanda akımlar genellikle kendinden önceki akıma tepki olarak ortaya çıkar. Örneğin, realizm romantizme karşı olarak gelişen bir akımdır. Akımlar çoğunlukla katı ilkeler etrafında oluşmaz (Akyıldız, 2018).

Akımların başlangıç ve bitiş tarihleri hakkında kesin olarak konuşmak zordur (Çetişli, 2014). Ancak bu başlangıç ve bitiş tarihlerinden kastedilen genellikle hareketin doğduğu ve geliştiği dönemlerdir (Akyıldız, 2018).

2.1.1. Klasisizm

Klasisizm akımı, 17. yüzyılda Fransa'da ortaya çıkmıştır. Bu dönemde Fransa'da yaşanan iç karışıklık son bulmuş, derebeylik ve sert kilise kuralları kırılmış ve monarşi güçlenmiştir. Savaşlardan, düzensizlikten ve kargaşadan bıkmış olan halk, olumsuzluklara karşı bir tepki oluşturmuştur (Vivli, 2020). Bu durum da klasisizm akımının doğmasında önemli bir rol oynamıştır.

Klasisizm akımı, Roma ve Antik Yunan sanatını tarihsel süreç içerisinde ele alan bir yaklaşım biçimidir (Ünlü & Eliri, 2020). Klasik eserler, ilk çağ yapıtlarının konularına yeni bir ifade biçimi verir (Safa, 2007). Antik dönem eserlerin geniş bir kitle tarafından ilgiyle okunması, Rönesans sonrasında Orta Çağ baskısı ve yasaklarına gösterilen bir tür tepkidir (Kefeli, 2020).

Klasisizm, akıllı ve sağduyuyu esas alır. Bu akıma göre akıl, yanılmaz, şaşmaz, aldanmaz ve kişiyi her zaman doğru olana götürür (Çetişli, 2014). Çünkü hayal dünyası kişiden kişiye değişkenlik gösterirken akıl, tüm insanlarda aynıdır (Kefeli, 2020).

Klasikler, değişmeyen ve hep aynı kalan aklın kontrolünde, geçici görüşler altında hep aynı kalan tabiatı yansıtmayı amaçlar (Kefeli, 2020). Kökleri Aristoteles'e kadar uzanan klasisizm akımı, daha çok soylulara hitap eder (Ünlü & Eliri, 2020). “Sanat sanat içindir.” anlayışını benimseyen bu akımın öncüleri arasında Boileau, Moliere, Descartes, Pascal ve Montaigne yer alır.

2.1.2. Romantizm

Romantizm, 18. yüzyılın sonlarına doğru klasisizme tepki olarak ortaya çıkmış bir akımdır. Bu akımın ortaya çıkmasında Fransız İhtilali'nin önemli bir rolü vardır. Romantizmde; klasisizmin kuralcılığına, düzenine ve akılcılığına karşı bir duruş bulunur. Klasisizmin kısıtlayan kuralcılığı ve katı akılcı tutumuna karşı romantizmde hürriyet, eşitlik, istek, arzu, hayal, tabiat ve onun güzelliklerini tanıma isteği bulunmaktadır (Çetişli, 2014). Romantizmin poetikası ve tematik yapısı büyük oranda devrimlerden ve sosyal değişimlerden kaynaklanmaktadır (Kefeli, 2020).

Romantizm kelimesini bugünkü anlamıyla kullanan ilk kişi Jean Jacques Rousseau'dur (Vivli, 2020). V. Hugo'nun Cromwell adlı tiyatro eserinin ön sözünde klasisizm akımına karşı çıkılmış ve klasiklere karşı zafer elde edilmiştir. Hugo, Goethe, Schiller, Lamartine ve Shakespeare'in romantizmin öncülerinden olduğu bilinmektedir.

Romantizm; bireyin iç dünyasını, hayal gücünü ve coşkusunu ortaya çıkarmaktadır (Göktepe, 2020). Safa (2007) romantizmi, taşkın heyecan sanatı olarak tanımlamaktadır. Romantikler, kendi çağına ve halka dönmüşlerdir (Aydın, 2012). Hüzün, keder ve melankoli romantiklere mahsus unsurlardır (Vivli, 2020). Romantizm, sıra dışı olanla ilgilenir (Olçay, 2008). Akli olana, sert kurallara, fazla aydınlığa ve yavanlaşmaya isyan romantiklerin prensibidir (Safa, 2007). Ayrıca bu akımda intihar bir kurtuluş yolu olarak görülür.

Romantizmde duygu, akıldan daha üstündür (Vivli, 2020). Yalnızlık, acı çekme, geçmişe ve anılara sığınma romantizme özgü niteliklerdir (Olçay, 2008). Hayali dünyalar inşa ederek bu ortamlara sığınma isteği romantik eserlerin önemli özelliklerindendir (Kefeli, 2020). Safa'ya (2007) göre romantizm, aklın sınırları içinde sıkılan insan ruhunun bir bakıma rüya âlemine kanat açma özlemidir. Kısaca romantizm, bireyselliğe dönük ve bireyi esas alan bir akımdır.

2.1.3. Realizm

Realizm, diğer bir adıyla gerçekçilik, 19. yüzyılda Fransa'da kendini gösteren bir akımdır. Romantizmin klasisizme tepki olarak doğması gibi realizm de romantizme bir başkaldırı niteliğindedir. Realizm, devrin kaygılarını dile getiren, sıradan insanların hayatlarından kesitler veren bir akım olarak tanımlanır (Kefeli, 2020).

Kefeli'ye (2007) göre Fransız İhtilali ve sanayileşme ile birlikte makine uygarlığı ve ekonomik ihtiyaçlar maddi değerleri ön plana çıkarmıştır. Bu durum da realistlerin gerçeği tüm çıplaklığıyla öznellik katmadan aksettirmesinde etkili olmuştur. Realistler eserlerinde, romantikler gibi hayali olanlara ve olağanüstü tesadüflere yer vermez (Çetişli, 2014). Çünkü bu eserlerde aksiyon unsuru olabildiğince alt seviyede tutulur (Vivli, 2020).

Realist sanatçının temel ilkesi, hayale kapılmamak ve gerçekten ayrılmamaktır (Çetişli, 2014). Çirkinlikler, yalanlar, kötülükler yaşamın görmezden gelinmez parçalarıdır (Vivli, 2020). Realistler, toplumun her katmanında yaşayan insanı, güzeli, çirkinini, aristokratı, köylüyü ön yargısız bir şekilde tasvir etmişlerdir (Çetişli,

2014). Ayrıca toplumu olduğu gibi, idealize etmeden tarafsız bir yaklaşımla betimlemişlerdir (Kefeli, 2020).

2.1.4. Natüralizm

Doğalcılık anlamına gelen natüralizm, 19. yüzyılın ikinci yarısında Fransa’da doğmuştur. Natüralizm terimi ilk olarak 1886’da Emile Zola tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Soylu Bozdağ, 2013). Bu terim, doğa veya doğaya ait anlamına gelen Latincedeki natura kelimesinden türetilmiştir (Bayraktar, 2018)

Natüralizm akımı, realizmle aynı dönemde ortaya çıkıp gelişmiştir. Safa (2007) natüralizmi, realizmin sistemli bir şekilde devamı olarak tanımlamaktadır. Bu iki akım birbiriyle benzerlik gösterse de natüralizm ile realizmin ayrıldığı noktalar bulunmaktadır. Çünkü natüralizm, insanı ahlak veya zekâsına göre değil, bireysel özellikleriyle ele almaktadır (Hacızade, 2018).

Natüralistler, sanat toplum içindir ilkesi ile ilerleyerek sanatın bir yarar sağlaması gerektiğine inanmaktadır (Çetişli, 2014). Natüralist eserler; çirkin sahnelere, dünyaya ve insana dair olumsuzluklara yer vermektedir (Vivli, 2020). Bu eserlerde gözlem ve belgelere dayanma ilkesi benimsenmektedir (Kefeli, 2020). Nesnellik, bilimsellik ve deneyselliğin ön planda tutulduğu bu akımın önemli temsilcileri arasında Zola, Maupassant, Daudet, Hauptmann ve Goncourt Kardeşler bulunmaktadır.

2.1.5. Modernizm

Modernizm, 18.yüzyılda Rönesans ile ortaya çıkmış bir akımdır (Hatipler, 2017). Bu akım, 1890’dan 1940’a kadar süren bir deneysel sanat ve yüksek kültür dönemine dikkat çeker (Laughey, 2010). Aynı zamanda sanatlarda 19. yüzyılın sonunda görülen bir paradigma değişimi olarak kabul edilir (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014). Modernite, 19. yüzyılın sonu ile 20. yüzyılın başında edebiyatta en parlak örneklerini vermiş, ülkemizde de Cumhuriyet Dönemi ile kendini gösterip 1950’lerde kimliğini bulmuştur (Gümüş, 2019).

Modernist akım, sanatçı ve aydınlardan meydana gelen seçkin bir grubu kutsayarak bireyselliği kapitalizm temelli kitle kültüründen korumaya çalışmıştır (Laughey, 2010). Aynı zamanda modernizm; aklın egemenliğini, bilimsel ve evrensel gerçekleri, rasyonelliği, mantığı ve pozitivizmi savunmuştur (Vivli, 2020). Bu akım; bilimi, kent yaşamını, demokrasiyi ve toplumsal kimlikleri ön planda tutmaktadır (Hatipler, 2019).

2.1.6. Postmodernizm

Postmodern terimi, post ön eki ve modern sözcüklerinin birleşiminden oluşmuştur. Post ‘den sonra, modern de çağdaş anlamına gelmektedir. Yani postmodern, modern dönemden sonrası demektir. Postmodern kelimesi, ilk kez 1870 yılında İngiliz ressam J.Watkins Chapman tarafından kullanılmıştır (Orkunoğlu, 2007). İkinci Dünya Savaşı sonrasında sanatçılar ve eleştirmenler içinde kendini gösteren postmodernizm, 1970’li yıllarda Avrupalı kuramcılar tarafından ileriye sürülmüştür (Sarup, 1995). Bununla beraber postmodernizm, 1990’lardan sonra daha net bir şekilde kendini göstermiştir. II. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan katliamlar, silah yarışının yarattığı nükleer tehdit, Sanayi Devrimi ile ortaya çıkan gelişmelere duyulan inancın yok olması postmodern düşüncenin gelişmesini etkilemiştir (Kefeli, 2020).

Postmodernizm; gizemli geçmişler, belirsiz gelecekler, medya okuryazarlığı, medya tüketiciliği, küreselleşme, teknolojik gelişme ve daha birçok olgu ile alâkalıdır. (Laughey, 2010). Bu akım, anlamsız görülen şeylere dahi değer veren, çok kıymetli kabul edilenleri de değersizleştiren bir anlayıştır (Timur, 2017). Aynı zamanda postmodernizm, moderniteye hâkim olan benlik, akıl, cemaat, toplum, tarih ve değerler kavramlarını yeniden düşündüren bir akımdır (Hollinger, 2005). Çünkü postmodernizmde, insanın kendi dışında hiçbir şeyi bilemeyeceği hatta kendisini bile tam anlamıyla bilemeyeceği düşünülür (Kefeli, 2020). Kısaca belirsizlik hâkimdir.

Postmodernizm, modernizme tepki olarak ortaya çıkan ve kuralsızlığı savunan bir düşünce şeklidir (Orkunoğlu, 2007). Postmodernizm, modernizmle bir hesaplaşma demek olduğu için içerisinde modernizm karşıtlığını da barındırır

(Jameson, Lyotard, Habermas & Zekâ, 1990). Kısaca postmodernizm, modern sonrası dönem anlamını taşımaktadır (Erdemir, 2009). Bununla birlikte postmodernizm akımı, modernizmin ayrılmaz bir parçasıdır (Lyotard, 1997). Bu akım, gösterilmeyenin de var olduğunu daha iyi sezdirmek için çaba gösterendir (Jameson, Lyotard, Habermas & Zekâ, 1990). Postmodern anlayış kalıplara ve sabit fikirliliklere yer vermediği için modernizmi eleştirmiştir (Kırbaçoğlu Kılıç & Bayram, 2014). Çünkü postmodernizm, kuralsızlığın evreni olarak kabul gören bir akımdır (Karaduman, 2010). Ayrıca postmodernizm; kuralları reddeden, önemsemeyen, onlarla alay eden hatta kendilerinin ileri sürdüğü görüşleri de kimi zaman aşağılayan bir bilinmezliktir (Timur, 2017). Aynı zamanda postmodernizm, “her şey olsun” felsefesi ile ilerleyen bir akımdır.

Postmodern kültür; gösterişli imgelerle, içerikten ziyade üslupla, birinci şahıs anlatılarından öte anonimlikle, konudan çok araçla, dayanıklılıktan daha çok tek kullanımlıkla, geçmiş ve geleneklerden öte bugünle ilgilenir (Laughey, 2010). Bununla birlikte postmodernizmde, gerçekliğin imgelere dönüşümü ve zamanın sürekli bir şimdiler dizisine parçalanması söz konusudur (Sarup, 1995).

Mcrobbie’ye (2013) göre postmodernizm, diğer entelektüel kategorilerin birçoğuna kıyasla, çeşitli dağarcıklara daha hızlı girmiş; sanat tarihinden politik kurama, gençlik dergilerinden, albüm kapaklarına ve Vogue’nin özel moda sayfalarına çabucak yayılmıştır. Ayrıca postmodernizm; sinemada, mimaride, popüler müzikte ve görsel sanatlarda yeni bir ilerlemeyi betimlemektedir (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014). Elbette bu dönem, gelişen teknoloji ve bilim sayesinde görselliğin el üstünde tutulduğu bir dönemdir. Hele ki sinema; şiddet, kargaşa ve parçalanmışlığın aktarımında diğer sanatların çok önüne geçmiştir (Bayraktaroğlu & Uğur, 2011).

1980’lerden sonra toplumsal yapıdaki derin altüst oluşla beraber, kültür alanlarındaki kayma ve çöküntü ile edebiyattaki popüler olana tapış, postmodernizmin ülkemizdeki verimli toprağını oluşturmuştur (Gümüş, 2019).

Orkunoğlu (2007), postmodernizmin ele aldığı temaları, altı ana konu altında toplamıştır:

- Postmodernizm, evrenselliği ve bütünselliği reddeder,
- Nedenselliği kabul etmez,
- Bilgi teorisini sorgular,
- Göreceliği dogmatikleştirmeye çalışır,
- Dilin nesnel gerçekliği yansıtamayacağını ortaya atar.

Postmodern sanatçı, kurallar ile yönetilemez (Jameson, Lyotard, Habermas & Zekâ, 1990). Çünkü postmodern sanatçı, kaidesiz çalışır (Lyotard, 1997). Postmodernizmi benimseyen sanatçıdan geleneksel bir tutum beklemek yerine olağan dışı bir tavır beklemek daha doğrudur (Özsevgeç, 2017). Ayrıca postmodernistler; cinsellik, dil, etniklik, özne ve kültürcülük gibi yeni olgulara parmak basmışlardır (Orkunoğlu, 2007). Gümüş'e (2019) göre ise postmodernistler; yaratma eylemini, bireylik savaşımını değersizleştirir, yazar ile okuru aynı yerde görür, okuru yüceltir, yazınsal olanla popüler ve mekanik biçimde üretileni aynı kefeye koyar.

Literatür tarandığında postmodernizm üzerine yapılan çalışmalarda tüketim (Sokolova, 2011; Köse, 2019), pastiş (Gürel & Alem, 2010; Koçak, 2012; Köker, 2017; Çon, 2018), parodi (Çon, 2019; Fırat, 2019), nostalji (Güzel & Okan, 2016; Çon, 2019; Özkent, 2020) ve zaman (Çon, 2019) unsurlarının ortaya çıktığı görülmektedir.

2.1.6.1. Tüketim

Tüketim, ilk çağlardan beri insanların meylettiği bir olgudur. İnsanlar, üretmek için tüketmek, tüketmek için de üretmek zorundadır. İnsanlar artık ihtiyacı olmadığı halde gereksiz eşyalar almakta, lükse özenmekte, kullan at eşyalara rağbet gösterip fast food adı verilen hazır yiyeceklere yönelmektedir. Örneğin eskiden köfte, pide, lahmacun gibi yiyecekler tüketilirken şimdi hamburger, pizza, waffle gibi popüler Batı yemekleri tercih edilmektedir. Bireyler tüm bunları çoğu zaman bir gruba mensup olmak için yapmaktadır. Tüketicinin bu denli gelişmesindeki en büyük etkenlerden biri ise şüphesiz medyadır.

Tüketim, yüksek sınıfta olmayan kişilerin arzularının tüketime yönlendirilmesi sonucunda 19. yüzyılda kendini göstermeye başlamıştır (Köse, 2019). Geçmiş yıllarda tüketim, daha ziyade zorunlu ihtiyaçların giderilmesine dönük bir etkinlikken şimdi zorunlu tüketimin ötesinde imgesel ve psikolojik yönüyle var olmaktadır (Azizağaoğlu & Altunışık, 2012). Başka bir deyişle tüketim, bir statü belirleyici haline gelmiştir. Bununla birlikte alışveriş için gidilen mekânlar, tüketmeye yönelik sosyalleşme yerleri olmuşlardır (Demirel & Yegen, 2015).

Günümüzde tüketicilerin satın alma düşüncelerini, postmodernizmin etkilediği görülmüştür (Azizağaoğlu & Altunışık, 2012). Postmodernizm dönemimde tüketim, bireyleri yaşamın öznesi olmaktan çıkarmıştır (Hatipler, 2017).

Postmodernizmde üretim kavramı, önemini tüketime bırakmıştır (Özoran, 2017). Çünkü bu akım, medya ve popüler kültürle beraber yeni bir tüketim algısı meydana getirmiştir (Hatipler, 2017). Birey, postmodern evrende gereksinimi olsun veya olmasın tüketme ihtiyacı duymakta ve bu şekilde kendisini rahatlatıp sisteme uyum sağlamış hissetmektedir (Demirel & Yegen, 2015). Bir bakıma tüketim, nesnelerin tüketimi yerine markaların ve imajların tüketimi biçiminde şekil değiştirmiştir (Gedik, 2016).

Postmodern dönemde tüketimin baskın öğeleri; sahip olunan eşyaların, fiziksel gereksinimleri karşılamaktan ziyade, saygınlık yansıtıcı ve statü belirleyici olmasıdır. (Hatipler, 2017). Aslında bireyin tükettikleri, sahip olmak istediği bazı nitelikler hakkında bilgiler verebilmektedir (Demirel ve Yegen, 2015). Çünkü tüketim sadece bireylerin ihtiyaçlarını karşılanmasına dönük bir etkinlik değil, beraberinde bireylerin statülerini belirleyen bir faaliyet alanıdır (Sarı, 2019). Bu yüzden tüketim, ihtiyaçtan ziyade itibar artıcı bir aktivite haline gelmektedir.

Postmodernizmle beraber hayatın birçok alanında hazır yiyecek tarzı bir tüketimin yaygınlaştığını ve bu süreçte popülizm, moda, medya ve kitle iletişim araçları gibi etkenlerin önemli olduğunu söylemek mümkündür (Kırılmaz ve Ayparçası, 2016). Uçuk ve Buyruk'a (2020) göre Türk mutfak kültüründe yer alan kahvenin, geleneksel haliyle değil de kahve pazarlayan sektör devleri tarafından

küresel ölçekte sunulması, postmodernizmin mutfak kültürünü de etkilediğini gösterir.

Postmodern dönemde tüketim, sadece maddi kaynaklar için geçerli değildir. Lyotard'a (1997) göre bilgi de pazarlanmak üzere üretiliyor, üretimde faydalanılmak için tüketiliyor ve tüketilmeye devam edecektir. Bununla beraber tüketim bu noktaya gelirken postmodern oluşumların yanı sıra popüler kültür ve medyayı kullanmıştır (Hatipler, 2017). Medya, tüketimi kızıştırarak yeni yığınların meydana gelmesine sebep olmuştur (Kırılmaz ve Ayparçası, 2016).

Gümüş'e (2019) göre postmodernizmle birlikte edebiyat da popüler kültür nesneleri haline gelmiştir. Özellikle ucuz kitap yayıncılığı, kitabı yaratıcı bir emek olmaktan çıkarıp bir mala dönüştürmektedir. Son zamanlarda insanlar, yediği içtiği kadar okuduğu –hatta çoğu zaman okumadığı- kitabı da sosyal medyadan paylaşmaktadır. Bunu da yine kimlik ve statü belirleyici bir durum olarak görmektedirler. Bu durumun artan sosyal medya kullanımı ile doğrudan bağlantısı bulunduğu tahmin edilmektedir. We Are Social 2021 Türkiye Raporu'na göre Türkiye'de sosyal medya kullananların sayısı Ocak 2021'de toplam nüfusun % 70,8'ine denktir.

Yayınevleri de edebiyatı bir pazar alanı olarak görmeye başlamış ve kitap basma sayılarını gittikçe artırmışlardır. Gümüş'e (2019) göre yayınevlerinin yayımlandığı kitapların çeşidi bir yılda 6-7 binden 35 bine ulaşmıştır. Sinema sektöründeysen hâkim olan egemen güçlerin, bireyleri tüketime teşvik edebilmek için popüler kültür unsurlarını ekranlara yansıtarak ellerinde bulundurdıkları pazarları genişletmeyi amaçladıkları aşîkârdır (Köse, 2019).

Tüketim kültürünün bu denli gelişmesindeki sebeplerden biri de reklamlardır. Reklamlar, ürünlerin tanıtımı ve satışının artması için uzun yıllardır kullanılan medya aracıdır. Bununla beraber reklamlar, devamlı olarak ihtiyaç yaratarak izleyicileri bu ihtiyaçları gidermeye mecbur bırakmaktadır (Özoran, 2017). Bilhassa televizyonlarda gösterilen reklamların etkisiyle bireyler; nelerin gereksinim, nelerin lüks olduğunu önemsemeden tüketme yoluna girer. (Kırılmaz & Ayparçası, 2016). Tüketiciler, aldıkları ürünlerin sahip olduğu fiziksel ve işlevsel niteliklerin yanında

onların barındırdığı ve taşıdığı imajlara daha fazla önem vermeye başlamışlardır (Sarı, 2019). Bunda da reklamların payı büyüktür. Çünkü reklamlar, sloganik ve etkileyici cümlelerle, müzik ve renklerin de etkisiyle birlikte bireyleri harekete geçirip tüketme isteğini tetikleyen bir olgudur (Kırılmaz & Ayparçası, 2016).

Özoran'a (2017) göre reklamlar, ürünlerden ziyade duygu veya düşünceleri satmaktadır. Postmodernizm, reklam ve yaşam tarzı ile tüketiciyi aldatmakta bununla birlikte kültürün saf işçisi konumundan alıp günlük alışverişlerin zevk sahibi konumuna taşımaktadır (Mcrobbie, 2013). Bu reklamlar bazen çizgi filmlerin bir bölümüne, şiddet içeren bir video oyununa, spor yayınına, içecek reklamına bazen de haftalık magazin dergisinin bir sayısına yerleştirilmektedir (Jolls & Thoman, 2008).

2.1.6.2.Teknoloji

Teknoloji, günümüzde insan hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Yaşamın birçok alanında insanlara kolaylık sağlayan, hizmet eden, bilgiye ulaşmayı ve haberleşmeyi kolaylaştıran teknoloji, tüm dünyada hızla gelişmeye devam etmektedir. Modern dönemden postmodern döneme geçerken belirleyici olan unsur, teknolojidir (Kaypak, 2013). Bilgi çağında yaşanan en önemli gelişme, bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişip yayılmasıdır (Hatipler, 2017). Teknoloji, sanal ve etkileşimli yeni gerçeklikler üretirken postmodernizm bu tür gerçekliklerin kavranabileceği ve anlaşılabilmesi için bir çerçeve sağlar (Venkatesh, 1996).

Popüler kültürün yayılması, teknoloji ve kitle iletişim araçları kullanımı sayesinde hız kazanmıştır (Hatipler, 2020). Bununla beraber bilgisayar ve medya teknolojilerinin, yeni bilgi şekillerinin ortaya çıkması ile oluşan toplumsal ekonomik sistemin, postmodern bir oluşum ürettiği söylenmektedir (Kaypak, 2013). Kitle iletişim araçları da postmodern dönemde büyük bir rol üstlenmektedir. Özellikle televizyon, postmodernizmin belirttiği olguları insanlara ulaştıran ve insanların vaktini tüketen en önemli araçtır. Aytekin'e (2014) göre televizyonun insanlardan isteği şudur: "İzleyici, ürettiklerini tüketmeli, cam ekranın önünde mümkün olduğu kadar çok kalmalıdır".

Teknolojinin insan hayatına kattığı önemli araçlardan biri de şüphesiz ki robotlardır. Postmodernizmde; robotlar otomasyonu sağlar, bilgisayar ve yan ürünlerinin üretimi yeni iş alanları yaratır, veri tabanları ve uzman sistemler bilgi ekonomisini ortaya çıkarır, internet çılgınlığı sanallık ve tüketim için yeni kanallar oluşturur (Conlon, 2002). Postmodernizm ile beraber robotlar, ileri endüstriyel kültürde temel konular ve çelişkilerle yüzleşen sanatçıların ifadesi hâlinde (Işıktan, 2019). Ayrıca bu dönemde makineler olduklarından daha da küçük hâle getirilir ve ticarileştirilir (Sarup, 1995). Postmodernizmde üretim, iletişim ile ulaşım teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler beraberinde tüketim ürünlerinin nicelik ve çeşitlilik açısından çoğalmasını sağlamaktadır. (Özoran, 2017). Bu şekilde ürünler, daha fazla kişi tarafından hızlı bir şekilde ulaşılır hale gelmektedir.

Postmodernizm çevresinde teknolojinin en büyük desteğinin sosyal medya olduğu inkâr edilemez (Uçuk & Buyruk, 2020). Çünkü insanlar artık tükettiklerini, başkalarıyla sosyal medya üzerinden paylaşma ihtiyacı duymaktadır. Yirmi birinci yüzyıl insanları kimi zaman yediği yemeği, kullandığı kozmetik ürünleri; kimi zaman da taktığı gözlüğü ve saati sosyal medyadan paylaşma gereksinimi hisseder. Çünkü bunlar, onlar için bir kimlik ve statü belirleyici olarak görünür.

Televizyon, video oyunları, internet, müzik, radyo, gazeteler ve dergiler göz önüne alındığında, 50-60 sene önce yaşamış olan insanların karşı karşıya kaldığı medya mesajları ile günümüz bireylerinin bir günde karşılaştığı görülmektedir (Jolls & Thoman, 2008). Akıllı telefon, tablet, bilgisayar ve sosyal medyanın da popülerleşmesiyle maruz kalınan mesaj sayısı da artmıştır. Bu mesajlar da bireyleri tüketime itmektedir. Dolayısıyla tüketim ve teknoloji arasında doğru orantı vardır. Teknoloji geliştikçe tüketim ihtiyacı da artmaktadır.

2.1.6.3. Şiddet ve Cinsellik

Postmodernizmin ortaya çıkmasıyla beraber medyada cinsellik ve şiddet açık bir şekilde boy göstermeye başlamıştır. Karadoğan'a (2005) göre sanatsal olarak postmodernizmle ilişkilendirilen özellikler arasında pornografi ve cinselliğin sanatsal üretimlerde temsil edilmesi görülmektedir.

Modern ve geleneksel toplumlarda belli idealler etrafında tutkuyla, yaşama isteğiyle, belli bir fikre bağlılığıyla rasyonel bir temele dayalı olan şiddet, postmodern toplumda cinsellik ile beraber metalaşmış, bir göstergeye ve imgeye dönüşmüştür (Kurdaş, 2019). Modernizmde pornografi dışlanırken; postmodernizmde, çift cinsiyetlilik ve pornografi önemszenmiştir (Timur, 2017). Ayrıca postmodernizmle birlikte fotoğraf sanatında da çıplak beden kullanımı artmıştır (Tatar, 2012).

Postmodern filmlerin en belirgin izlerinden biri şiddet ve cinselliğe yer vermesidir. Hatta gösterilmesi zor olan sahneler (vahşilik, cinsel şiddet, sado-mazoşist törenler ve çürüme) seyirciye açıkça sunulur (Kurdaş, 2019). Şiddet, çoğu zaman farklı biçimlerde izleyiciye sunulmaktadır. Çünkü farklı türlerde sunulan şiddet gösteriminin, seyircinin ilgisini artırmakla beraber şiddetin toplumdaki yansımalarını ve etkilerini de değiştirme gücü vardır (Balabanlar, 2020). Zaten postmodern yönetmenler, cinsellik ve şiddet gibi unsurların hayatın önde gelen olguları olduğunu ifade eder ve bu yüzden sanatta da kullanılabileceğini belirtir (Erdemir, 2009).

Günümüzde şiddet, birçok medya aracında bol miktarda bulunmaktadır. Şiddet, sinemada bazen görsel ve işitsel şekilde bazen yalnızca işitsel bazen de sadece görsel olarak yer almaktadır. Şiddet sahnesinde gelen bir çığlık sesi ya da silah sesi işitsele, şiddete uğramış birinin sadece görüntüsünün verilmesi şiddetin görsel şekline örnektir (Balabanlar, 2020).

Şiddet ve cinsellik, postmodern çağın hem korktuğu hem de hızla içine itildiği kendini ifade etme şeklidir (Kurdaş, 2019). Postmodern filmlerin de ele aldıkları ve temsil ettikleri olaylar arasında çoğunlukla vahşi ve mazoşist bir cinsellik, geleneksel aile değerlerinin parodisi, bastırılmış homoseksüel ilişki ve arzular öne çıkmaktadır (Karadoğan, 2005).

Postmodern felsefede cinsiyet, cinsellik gibi kimliklere ve bu kimliklerin mücadelelerine vurgu yapılır (Karaduman, 2010). Postmodern toplum daha geniş cinsel kurallara doğru ilerlemektedir (Inglehart, 2000).

2.1.6.4. Üstkurmaca

Üstkurmaca, postmodern göstergelerin en önemli öğelerinden biridir. Bu öge postmodern metinleri geleneksel metinlerden ayırır. Temelde üstkurmaca yöntemi, gerçekliğin yitimi fikrinden beslenir (Güngör, 2017). Üstkurmaca, metnin bir kurmaca olduğunu izleyicisine sezdirme yöntemidir (Çon, 2019). Benzer şekilde bu yöntem, bir eserde var olan kurmacanın gerçek olmadığını ve o kurmacanın da içinde başka bir kurmaca bulundurduğunu belirten bir postmodern anlatıdır (Aydoğdu, 2017).

Öyküleme, üstkurmaca düzleminde hazırlanır ve hayat, kurmaca bir anlatım olarak verilir (Gürel & Alem, 2010). Üstkurmaca oluşturmanın yolu ise gerçek ile kurmacayı harmanlamaktan, eserin yazılışını eserde anlatmaktan ve okuyucuya yönelmekten geçmektedir (Güven, 2020). Aynı zamanda üstkurmada yazar, kendi kurguladığı metnin içine gerçek bir varlık olarak kendisini de dâhil eder (Vivli, 2020).

Aydoğdu'ya (2017) göre üstkurmaya şöyle sınıflandırmak mümkündür:

- Bir roman ya da öykü yazan bir yazardan bahseden kurmaca,
- Yazarın eserinde devamlı okuruyla konuşması veya tartışması,
- Kendi içinde başka bir romanı anlatan bir roman,
- Bir öykü veya romanda yazarın kahramanlardan istediklerinin yapılması.

2.1.6.5. Metinlerarasılık

Metinlerarasılık sadece postmodernizmde görülmeyen ancak bu dönemde daha çok kullanılan bir kavramdır. Aynı zamanda metinlerarasılık, temel kurgu unsuru olan üstkurmaya alt başlığı olarak kabul edilebilmektedir (Sazyek, 2002).

Metinlerarasılık, metnin ayrı bir metinle bağlantılı olması veya farklı bir metinle mana kazanması olarak ifade edilmektedir (İspir & Kaya, 2011). Bu tür metinlerin içerikleri, birbirinin içinde geçen hikâyelerden oluşmaktadır (Işıksalan, 2007)

Postmodernizme metinlerarasılık bağlamında bakıldığında hiçbir yazar ve yazdığı eser özel değildir (Vivli, 2020). Yazar, yeni bir metin oluştururken yazısında, bilinçli veya bilinçsiz şekilde geçmiş metinlerden bahseder (Özot, 2014). İlk bakışta böyle bir durum yoksa bile bazı bölümler kolajlanmıştır veya herhangi bir metne dair göndermeler yapılmıştır (Güven, 2020).

Metinlerarasılık kavramına sinema ve televizyon gibi araçlarda da rastlamak mümkündür. Kavramı sinemaya uyarlayarak çekilen filmlerin kimi sahnelerinin üzerinden zaman geçtikten sonra tekrardan, farklı amaçlarla üretilmesi 'filmlerarasılık' olarak isimlendirilebilir (Bayraktaroğlu & Uğur, 2011).

Postmodern yazar, metinlerarasılığı geliştirmek için kolay, montaj, parodi ve pastiş gibi bazı tekniklerden faydalanır (Vivli, 2020). Pastiche ve parodi, bir metnin postmodern olarak kabul edilmesindeki en önemli ölçütlerdendir (Gürel & Alem, 2010).

2.1.6.6. Pastiche

Pastiche, postmodernizmden önceki eserlerde yaygın olarak kullanılan bir teknik değildir. Çünkü pastiche, bir esere ya da sanatçıya öykünme işidir. Endüstri sonrası dünyada bireysellik giderek yok olurken ve bireysellikler kendilerini tekrarlayarak aynılaşıırken özgün biçim arayışı da anlamını kaybetmiştir (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014). Bu durum da pastiche'i ortaya çıkarmıştır.

Bireysel öznenin yok olması, bunun sonucunda da kişisel üslubun giderek varlığını kaybetmesi, pastiche adı verilen evrensel bir uygulama olarak adlandırılabilir (Jameson, Lyotard, Habermas & Zekâ, 1990). Bir başka deyişle pastiche, bir sanatçının dil ve anlatım özelliklerini esas alarak onu hatırlatan, andıran yeni bir çıktı meydana getirmektir (Gürel & Alem, 2010). Pastiche, eskiden beri bazen sadece öykünme ile sınırlı kalmış, bazen saklanmış bazen de bir yöntemle dönüştürülerek savunulmuştur (Gümüş, 2019)

Bir metin, yeni bir metne dönüştürülürken diğerine duyulan saygı ile benzerini yapmak ve etki yaratmak amaçlanır (Bayraktaroğlu & Uğur, 2011). Pastiche, ölü bir dilde konuşma ve kendine özgü bir maskenin taklididir fakat bu taklidi alay etme

amacı olmadan gülmekten uzak bir Şekilde uygular (Jameson, Lyotard, Habermas & Zekâ, 1990). Bununla beraber diğer eserlerin imgelerini kullanırken onları tekrarlar ve daha canlı bir tesir bırakmayı amaçlar (Karadoğan, 2005). Çünkü postmodernizm, ayağa düşeni kaldırıp sanata dönüştürmeye çabalar ve ucuz olanı değerli olanla aynı rafa koyar (Gümüş, 2019).

Postmodern roman yazarları, pastişi geleneksel olana sırt çevirmenin yollarından biri olarak görüp öykünmeden tamamen farklı bir anlatım tekniği olarak göstermektedir (Gümüş, 2019). Çetişli'ye (2014) göre ise pastiş, taklit edilen esere gönderme yaparak ve onun başarısının gölgesine sığınarak bir gerçeği ifade etme isteğidir.

Hem pop müzikte hem de popüler pembe dizilerde pastiş, baskın bir motiftir (Mcrobbie, 2013). Pastiş, bazen nostaljik bir tutumla geçmişten bir şeyler katmak için kullanılırken bazen de yeni bir eser ortaya koymak maksadıyla tercih edilir (İspir & Kaya, 2011). Postmodernizmle birlikte fotoğrafik üretimin de orijinalliğinin yıkılmış, sanatın sadece yinelemeye dayalı bir etkinlik olabileceği görüşü egemen olmuştur (Şahin, 2013).

Postmodern sinema eskiyle yeniyi bir arada yaşatmış, herhangi bir rahatsızlık hissetmeden farklı üsluplardan ve öykülerden faydalanmıştır (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014). Ayrıca başka metinlerden alınan parçalar, yeni oluşturulan eserlerde genellikle derin manası düşünülmeden, yüzeysel biçimde yer almıştır (Çon, 2019). Hatta Özot'a (2014) göre bazı yazarlar, metinlerini hazırlarken başka başka türlerin söyleyiş biçimlerini öyle bir uygulamıştır ki okuyucu, o metni okurken biçemi örnek alınan anlatının içine girer.

2.1.6.7. Parodi

Parodi; bir sanatçıyı ya da sanat eserini alaya almak, taklit etmek veya eleştirmek için kullanılan bir tekniktir. Sözcük anlamı olarak Yunanca para (karşı) ve ôdiê (ezgi) kelimelerinin birleşiminden oluşan parodi, ilk defa Aristoteles'in metinlerinde tanımlanmıştır (Fırat, 2019). Parodi, postmodernizmin en tipik özelliklerindendir (Meerbergen, 2012). Postmodernizmin esas yöntemi sanatsal

geçmiş parodisidir (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014). Bu yöntem, içinde bir eğlendirme amacı taşır ve alaycı söyleme sahiptir (Bayraktaroğlu & Uğur, 2011). Kısaca parodi, daha önce yapılan bir eserin komik bir anlam oluşturmaya için farklı bir metinle birleştirilmesidir (Fırat, 2019).

Postmodern yazarlar, kendilerinden önceki eserleri alt metinler olarak kullanmayı, onlardan kendi yarattıkları kurmaca içinde faydalanmayı, bazen onlara öykünmeyi, bir adım sonra da parodisini yapmayı bir yaratma işi olarak görmektedir (Gümüş, 2019) Sanatçı, öykündüğü metni ana konu bağlamında dönüştürmekte ve kendi eserine uygulamaktadır (Sazyek, 2002). Oluşturulan yeni metinde amaç, örnek alınan metnin eğlence malzemesine dönüştürülmesidir (Özot, 2014).

Pastişin aksine parodi, hâlâ yaşayan ve etki gösteren tarzları değersizleştirmeyi ve onlarla dalga geçmeyi hedeflemektedir (Karadoğan, 2005). Parodi; karşıdakini eleştirmek ve iğnelemek için de kullanılmaktadır (Fırat, 2019). Yazar, bir metninden yeni bir metin oluşturmak için yararlanır fakat bu defa örneksediği metnin birçok özelliği ile dalga geçer (Özot, 2014). Çünkü Çetişli'ye (2014) göre postmodern sanatçı, modern dünyanın olumsuzlukları, karmaşası ve yanlışlıkları karşısında kötümser bir vaziyet almak yerine, onu belli ölçüde kabul eden ama önemsemeyen ve onunla alay eden tutum sergiler.

2.1.6.8. Nostalji

Nostalji, geçmişe duyulan özlemdir. Geçmişe sığınma hissi, eskiyi arama duygusu nostaljiyi doğurur. Nostalji filmi ise postmodern biçimin sinemaya uygulanışında anahtar kelimedir (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014). Özellikle bir süredir artış gösteren tarihi televizyon dizileri, izleyici üzerinde simgesel bir nostalji hissi uyandırmaktadır (Öztürk, 2015). Nostalji filmi, genelde postmodernist eğilimlerle uyum içinde, geçmişin imgelerini ve taklitlerini üretme arayışı içindedir (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014).

Her geçen gün daha fazla teknolojik gelişmeye tanık olan postmodern bireyler için sosyal medyanın olmadığı yakın geçmişin, samimi ve sıcak ilişkilerden

oluşan hatıralarına sığınma arzusu nostaljiyi, farklı bir seçenek olarak göstermektedir (Güzel & Okan, 2016).

Postmodernizmde geçmişe duyulan özlemi ve ticari kazanımları artırmak adına nostaljik duygulara hitap edilir (Çon, 2019). Araştırmalara göre son yıllarda ikinci el plak, gramofon, pikap satışlarının arttığını görülmektedir (Öztürk, 2015). Çünkü postmodernizmde tüketici, eski günleri özlemle anmakta ve duyularını harekete geçiren her detaydan hoşlanmaktadır. (Öztürk, 2015).

Günümüzde bireylere nostalji algısı oluşturması için mekan, tarih, sembol ya da simgeler sosyal medya gibi internet ağlarında yayınlanan reklamlarda sunulmaktadır (Güzel & Okan, 2016). Çünkü çocukluğunda ya da geçmişinde özlem duyduğu herhangi bir metinle tekrar karşılaşan izleyicinin yeni metni sevmesi daha kolay olmaktadır (Çon, 2019). Mcrobbie (2013) giyim kuşam yönünden de retro stili denen geçmişe dönüş stiline yöneliş olduğunu belirtir. Hatta tasarımcılığın ölümünden bahseder. Bir başka deyişle yeni şeyler üretip tasarlamak yerine eskiden tutulmuş olan motif ve tarzları tekrar canlandırmaya çalışan kolaycı kişilerden söz eder.

2.1.6.9. Zaman

Postmodernizmde kendine özgü bir zaman algısı vardır. Bu algı eski ve yeninin bir arada olması demektir. Yani zaman; geçmişi ve geleceği sonsuz bir şimdide yaşayan şizofrenik bir algı oluşturacak biçimde kurulur (Çon, 2019). Geçmişle geleceğin, şimdiki zaman içinde erimesi söz konusudur (Erdemir, 2009). Postmodern eserlerde, geçmişe gidilip gelinir, gelecek anda yaşanır, sınırlar aşılır, ölümler diriltir, doğmamış olanla konuşulur ve gerçekte var olmayan karakterlerle ahbap olunur (Aşkaroğlu, 2015)

Postmodern metinlerde zaman sıçramaları kasıtlı bir biçimde yapılır ve iç monolog, geriye dönüş ve ileriye gidiş yöntemleri kullanılır (Aslan, 2019). Bu metinlerde tarihî olanla şimdiki zaman bir aradadır yani zaman kavramı geçersizdir (Orkunoğlu, 2007). Çünkü postmodern metinde zaman parçalıdır ve karakterler bir

geçmişte, bir şimdiki zamanda ve bazen de her ikisinde tasvir edilir (Aşkaroğlu, 2015).

Postmodern sanatçılar, güncel olanın tartışılması ve fikir geliştirilmesi yerine, zaman algılarını kırarak, fantastik öğelere yer vererek, tarihi olayları yeniden kurgulayarak farklı ihtimallerin varlığına dikkat çeker (Aşkaroğlu, 2015). Postmodern film ise geçmişe yönelmeyi pastiş öğelerle yansıtırken geçmiş de şimdiki zamana taşıyarak ele alır (İspir & Kaya, 2011).

2.1.6.10. Postmodern Karakterler

Postmodern filmlere ve romanlara bakıldığında karakterlerin alışlagelmişin dışında özelliklere sahip tipler olduğu görülmektedir. Çünkü postmodernizmle birlikte insan kavramı sıradanlaşır ve belirsizleşir (Vivli, 2020). Örneğin postmodern filmler, izleyiciye geleneksel bir karakter sunmamakta, herkesin etrafında görebileceği, taklit etmeyeceği ve özdeşleşemeyeceği kahramanlara yer vermektedir (Erdemir, 2009). Bu filmlerin kahramanları çoğunlukla alt ve orta sınıfı temsil etmektedir (Karadoğan, 2005). Postmodernizmde karakterler, topluma örnek olacak nitelikte ve öğretici kişiler değildir (Özot, 2014). Hatta postmodern kahramanlar, zayıflıklarının vurgulanması için filmlerde gerçek anlamda çırılçıplak gösterilir (Erdemir, 2009).

Postmodern erkek kahramanlar, zayıf ve güçsüz görünmelerinin yanı sıra yanlarında silah da bulundurlar. Erkekliklerini kanıtlamak veya kendilerini korumak için silahlarını ellerinde tutarlar (Erdemir, 2009). Bununla beraber tarihi şahsiyetler bile kişiliklerinin sıradan yanlarıyla, gündelik hayatlarındaki acizlikleriyle ve zayıflıklarıyla sunulur (Özot, 2014). Postmodern kahramanların yardımcıları genellikle sevdikleri kadınlardır (Erdemir, 2009).

Postmodern karakterler, belli bir kalıp (iyi, kötü, bilgin, cahil, dürüst vb.) içerisinde değerlendirilemeyecek kişiliklerdir (Özot, 2014). Çünkü başta kötü olan bir karakterin sonrasında iyilik yaptığı veya iyi bir karakterin daha sonradan hırsızlık yaptığı görülebilir.

Erdemir'e (2009) göre geleneksel sinemada güçlü erkek imajı, postmodern sinemada varlığını yitirmiş, kahramanlar daha esnek ve yumuşak olmaya başlamıştır. Ayrıca Mcrobbie (2013) feminist bir postmodernizme doğru ilerlendiğini belirtmiştir.

2.1.6.11. Postmodernizm ve Medya

Medya, çağımızda sahip olunan en önemli iletişim aracıdır. Bu araç, hiç şüphe edilmeyecek bir biçimde ve insan davranışları üzerinde etki yaratacak bir güç konumundadır (Jolls & Thoman, 2008). Postman'a (1984) göre yeni medyanın zorlu egemenliğine tabi olunan bir çağda yaşıyoruz. Postmodernizmin merkez dinamiği de medyadır. (Kurdaş, 2019). Bu akım, televizyon dünyasına ve sinemaya ancak 1980'lerde ulaştı (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014).

Postmodernizm, ülkemizde toplumsal ayrımları ortadan kaldıran bütüncül bir sistem kavrayışının, gücünü gittikçe artıran medyanın, popüler kültürün piyasayla kurduğu özdeşlikler içinde aynı türden bir kültür yaratma çabasının ürünü olmuştur (Gümüş, 2019). Postmodern sinema ise yaratıcı yönetmen istememekle beraber eleştiri yapanı da istemiyor. Sadece izleyen ve dikizleyen birbirinden kopuk insanlara hitap etmeyi amaçlıyor (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014).

Gümüş'e (2019) göre medyanın ve popüler kültürün postmodernist zamanda bazı davranışları şu şekildedir:

Medyanın edebiyatı keşfi, ünlü yazar merakı, piyasanın yayıncıları ve yazarları içine çeken göz kamaştırıcı anaforu, genç yazarların dikensiz yollardan yürünebileceği yanılgısı, düşünme üretimindeki kısırlık, bir çift kelamı kutsal söz sanan yetersizlik, paranın eleştiriye bile yoldan çıkaran iktidar tutkusu, edebiyatımızın postmodern zamanlarının kült davranışlarıdır.

Postmodern bireyler, sürekli film ya da televizyon seyreder (Büyükdüvenci ve Öztürk, 2014). Çünkü televizyon, yaşamın içinde, yaşamsa televizyonun içinde çözülmektedir (Sarup, 1995). Aytekin'e (2014) göre televizyon, modern bir sirk gibi her gece hedef kitlesini etkilemek için hazırdır ve sırası geldiğinde şovunu yapmaktadır.

Postmodern sinemada vahşet, kan, ölüm, cinsellik, çift cinsiyetlilik, erkek ve kadın rollerinin yer değiştirmesi gibi normalde olağandışı görülen durumlar, sinema diliyle sıradanlaştırılmıştır (Öztürk, 2019). Modern sinemanın kendisine konu edildiği büyük ya da küçük evrensel olan ve bireyi ilgilendiren sorunlar, postmodern dünyada anlamını yitirmiş, hikâyeler küçüldükçe küçülmüştür (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014). Bununla birlikte postmodern sinema, sunulmaz olanı sunmanın yeni yollarını arar ve nostaljiye kaçmak için emniyetli bölgeler bulmaya çalışır (Sarup, 1995).

Yaratıcı yönetmenlerin bir tek adı kalmış, yalnızca şimdiki zamanı yaşayan insanlar yaratılmış, geçmiş hikâyelerden, eski türlerden ve filmlerden alıntılar yapılmış, tüketim en üst seviyeye çıkarılmış ve arzular metalaşmıştır (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014). Postmodern eserlerde tüm gerçekler yok olmuş, kuralları reddeden ve eskiyi eleştiren bir bakış açısı türemiştir (Özsevgeç, 2017).

Postmodernizm sinemaya şu özellikleriyle yansımaktadır:

- Nostalji,
- Geçmişe duyulan tutucu özlem,
- Cinsellik ve arzunun metalaşması, pornografi,
- Gerçek ve onun yeniden temsiliyle ilgilenme,
- Tüketim,
- Yoğun coşkusal yaşantılar (Büyükdüvenci & Öztürk, 2014).

Klasik bir filmde, içerik olay sırasına göre işlenirken ve sadece tek bir son bulunurken postmodern filmler belirsiz bitebilir ve birden fazla son da sunulabilir (Özsevgeç, 2017). Ayrıca bu filmlerin, izleyiciyi çoğunlukla şaşırtıcı bir dolaysızlıkla birlikte filmin içine soktuğu, bu olduktan sonra izleyicinin içine çekildiği ve gerçekliğin kendisini bir oyun olarak açığa vurduğundan bahsedilir (Sarup, 1995).

2.2. Çizgi Film

Teknolojinin güçlenmesiyle beraber televizyon, bilgisayar, tablet ve telefon gibi araçlar insan yaşamında önemli bir yere sahip olmuştur. Yetişkinler kadar

çocukların hatta bebeklerin bile ayak uydurduğu bu teknoloji devrinde, ekran karşısında geçirilen zaman gün geçtikçe artmıştır. Televizyonda ve internet ortamında yayınlanan çizgi filmler, animasyon filmler çocukların dikkatini çeken önemli medyatik unsurlardır.

Çocuklar, çizgi film izleyerek hem keyifli vakit geçirir hem de hayata dair bir şeyler öğrenir. Çizgi filmler, eğlenceli ve renkli bir seyir sunmakla beraber hayal gücüne sınır koymamaları sebebiyle çocukların beğenisini kazanır (Gürel & Alem, 2010).

Çizgi film, çok sayıda ve birbirinden farklı çizimlerin arka arkaya sıralanarak hareketli bir hale getirilmesidir. Çizgi filmler, canlı oyuncuların ziyade sanatçılara ve animatörlere dayanır (Yoon & Malecki, 2009). Farklı grafik ve ifadelerle oluşturulan öyküler, fotoğraf ve sinema teknolojisi ile bir araya gelir ve animatörün illüzyonu gerçekleştiren bir sihirbaz olduğu izlenimini uyandırır (Kaba, 2014). Kısa bir çizgi film yapmak için dijital sistemler kullanılsa bile, çok emek ve zamana ihtiyaç duyulmaktadır (Akören, 2018). Whitehead (2012) 15 saniyelik bir hareket için 8 saat harcadığını belirterek çizgi film yapmanın ne kadar emek istediğini dile getirmektedir.

Çocuklar, izlediği çizgi filmlerdeki karakterleri kendilerine rol model alır. Sokolova (2011) yaptığı çalışmada, çocukların “Ben örümcek adamım, maskem var!”, “Ben Wolt’um, herkesi kurtarıyorum!” gibi sözlerle çizgi film karakterlerinin rollerini üstlendiğini belirtir. Çünkü çizgi film, kültürel etkilemleri ve etkilenmeleri içeren bir sanattır (Kaba, 2014). Ancak modern animasyon çalışmaları, çocuk kültürü ürünlerinin; gaddarlığın, şiddetin, yaşam için tehlikeli olabilecek davranışların sergilendiği kitlesel “yetişkin kültürü” ürünleri ile ortaya koyulduğunu göstermektedir (Leontyeva, 2019).

Çizgi filmlerde yer alan birçok figür ve ileti çoğu zaman çocukları tüketim yönünden de etkilemektedir. Sokolova’nın (2011) çalışmasına göre çizgi filmler çocukların oyuncak seçimini etkilemektedir. Örneğin, bir Disney çizgi filmi yalnızca sinemalarda oynatılacak bir film değil, aynı zamanda filmdeki karakterlerin oyuncaklarını, çantalarını, giysilerini, oyunlarını içerisine alacak önemli bir reklam ve satış kampanyasıdır (Jolls & Thoman, 2008).

2.3. Dergi

Dergiler, belirli aralıklarla yayımlanan sanat, bilim, ekonomi, edebiyat vb. konuları içeren süreli yayınlardır. Dergicilik, ülkemize 19. yüzyıldan sonra gelmiştir. İlk gazetenin yayımlanmasından sonra dergicilik faaliyetleri de ülkemizde hız kazanmaya başlamıştır.

2.3.1. Tanzimat Dergiciliği

Edebiyatımızda bilinen ilk Türkçe dergi, 1849-1851 seneleri arasında yirmi sekiz sayı olarak yayımlanan Vaka-i Tıbbiye'dir (Gönenç, 2007). 1860 yılının sonralarına doğru peş peşe askeri, tıp, kadın, çocuk, eğitim, ekonomi, mizahi ve fikir gibi alanlarda dergiler görülmüştür (Demir, 2016).

Resimli ilk Türk dergisi ise Mustafa Refik'in 1862'de çıkardığı ve yalnızca üç sayı yayımlanan Mirat dergisi olmuştur (Gönenç, 2007). 1864-1922 yılları arasında yayımlanan ve askeri konularda inceleme ve haritalar içeren Ceride-i Askeriye, dönemin diğer dergilerine göre en uzun soluklusu olarak nitelendirilebilir (Peltekoğlu, 1995).

Münif Paşa'nın kurduğu Cemiyet-i İlmiyeyi Osmaniye derneğinin yayın organı olan tarih, coğrafya, fizik, kimya, felsefe ve toplumbilim konularına yer veren Mecmua-i Fünun dergisi, 1869 yılında kapanmıştır (Gönenç, 2007).

2.3.2. Türkiye'de Çocuk Dergiciliği

Çocuk dergileri, medyanın kapsama alanının hızla arttığı çağımızda, çocuklar için oldukça önemli yer tutan bir araçtır. Bu dergilerde çocuklar için faydalı öğrenmeler sağlayan metinler, bulmacalar, bilmeceler, resimler ve etkinlikler yer alır. Dergiler, çocuklar için keyifli vakit geçirmelerinin yanı sıra onlara yeni bilgiler öğrenme imkânı da sunar. Bunun için de çocuklara hitap eden, çocukların yaş düzeyine uygun nitelikli dergiler seçilmesi önemlidir.

Çocuklar, dergiler sayesinde hoş vakit geçirerek yeni şeyler öğrenir, dil becerisi de kazanarak yaratıcı ve yapıcı etkinliklerde yer alabilir. (Gezmen, 2019). Bununla beraber dergiler; çocukların, kelime hazinelerini geliştiren kitle iletişim araçlarından biridir. Ayrıca çocukların karakterlerinin şekillenmesinde de dergilerde

yer alan karakterlerin payının olduğu söylenmektedir (Yakar & Yılmaz, 2015). Zaten çocuk dergileri; eğitim, ahlâk edindirme ve toplumsallaşmaya katkı sağlamaya destek vermeyi hedeflemekte bununla beraber eğlendirme işlevini de gerçekleştirmeye çalışmaktadır (Gezmen, 2019).

Ülkemizde, çocuklar için dergi hazırlanması girişimlerine Tanzimat'tan sonra ancak başlanmıştır. Bu dönem çocuk dergilerinin çıkış amacı, çocukları eğitim ve ahlâkî yönden geliştirmek olduğu kadar çocukların okul derslerine de yardımcı olmaktır. Bu yüzden çocuk dergileri ya okulların tatil olduğu cuma günleri ya da perşembe günleri çıkmıştır (Yaşar, 2001). Çocukların ilgileri ve okuma düzeyleri göz önüne alınarak onlara ilişkin metinlerin hazırlanması eylemlerine Tanzimat'tan sonra ancak başlanmıştır (Yiğitbaşı, 2014).

1869 yılında bir gazete eki olarak yayımlanan Mümeyyiz, ülkemizdeki ilk çocuk dergisidir. Mümeyyiz; çocuk eğitimi üzerinde ağırlık gösteren, eğitim ve öğretim metinlerini içeren, genellikle sekiz sayfa olarak yayımlanan ve Türk basın tarihinin ilk çocuk dergisi olarak değerlendirilen bir dergidir (Şimşek, 2001). Çocukların ilgisini çekmek için her sayısı farklı kâğıtlara basılmıştır ve çoğunlukla dört sayfadan oluşmaktadır (Küçük, 2010).

Etfal, 1875 yılında yayımlanan ve sayfalarında görsel kullanımına yer veren ilk resimli çocuk dergisidir (Gezmen, 2019). 1876 yılında Mehmet Şemseddin tarafından on üç sayı yayımlanabilen Arkadaş dergisi, batılı tarz çocuk dergilerinin başında yer alır (Şimşek, 2001).

1897 başlarında Ahmet Mithat tarafından yayınlanmaya başlayan Çocuklara Rehber dergisi, yüz altmış altı sayı ile Osmanlı dönemi çocuk dergileri içerisinde en uzun süreli ikinci dergi olma niteliğine sahiptir (Şimşek, 2001). Çocuk Bahçesi (1904), Arkadaş (1909) ve Musavver Küçük Osmanlı (1909) dönemin bir başka önemli dergilerindendir (Şimşek, 2014).

Cumhuriyet dönemi, harf inkılâbıyla beraber kısa süreli yayınlar yapan çocuk dergilerinin nitelik ve nicelik yönünden geliştiği bir dönem olmuştur (Oruç & Ateş, 2019). Cumhuriyetin ilk yıllarında, Haftalık Resimli Gazetemiz (1924), Sevimli Mecmua (1925), Çocuk Dünyası (1926) ve Çocuk Yıldızı (1927) adlı dergiler yayın hayatına başlamıştır (Şimşek, 2014).

2.4. Medya Okuryazarlığı Yaklaşımları

Medya; insanları fiziksel, psikolojik ve sosyal anlamda etkilemektedir. Bireyler, çoğu zaman medya araçları karşısında savunmasız bir şekilde olup medyanın her türlü mesajını sorgulamadan kabul etmektedir. Christ ve Potter'a (1998) göre medya, kültürlere nüfuz etmekte ve insanları bilgi ile doldurmaktadır. Bunun önünde geçmek ve medyadan zarar görmeden faydalanabilmek için medya okuryazarı olmak gerekmektedir.

Medya okuryazarlığı; 1932'de ABD'de, 1970'lerden sonra ise Avusturya, İngiltere, Japonya, Fransa, İsviçre, Kanada ve İtalya'da da gelişim göstermiş, 1980'li yıllardan itibaren de bağımsız bir araştırma sahası olarak görülmüş ve değer kazanmıştır (Potter, 2005).

Medya okuryazarlığı radyo, televizyon, gazete gibi araçların görsel/işitsel/basılı mesajlarına erişip onları eleştirel bir gözle değerlendirmek anlamına gelmektedir. Gündüz Kalan'a (2010) göre medya okuryazarlığı eğitimi, bireye cevapları bulmaktan ziyade doğru soruları sormayı öğretir. Aslında medya okuryazarlığı, medya iletilerini yorumlamak ve bu iletilerden anlamlar yaratmak için eleştirel düşünme becerilerini geliştirme ve kullanma yetisidir (Naiditch, 2013).

Medya okuryazarlığı eğitiminin amacı, çocuklar başta olmak üzere bireylerin kurgu ile gerçeği birbirinden ayırması, karşısına çıkan içerikleri değerlendirmesi ve medya içeriklerini eleştirel bir şekilde izleme donanımları kazandırmaktır. (Karaboğa, 2017). Bununla beraber medya okuryazarlığı, birden fazla düşünce arasında ilişki kurmayı, uygun sorular yöneltmeyi, hataları fark etmeyi ve cevap bulmayı öğrenmek gibi üst düzey düşünme becerilerini kullanan problemler oluşturmayı içerir (Thoman & Jolls, 2004).

Medya okuryazarlığı hem beceriye hem de sorgulamaya dayalıdır (Naiditch, 2013). Çünkü medya okuryazarlığı, sorgulama ilkesiyle karakterize edilir. Yani görülen, seyredilen ya da okunan her şey hakkında önemli sorular sormayı öğrenmek demektir (Thoman & Jolls, 2004). Medya okuryazarlığı eğitimi; bilgi, kimlik, kültür

ve güç kavramlarına vurgu yapar, bu fikirleri öğrenme ve öğretme bağlamında konumlandırır (Hobbs & Jensen, 2009).

Dünya genelinde olduğu gibi ülkemizde de medya okuryazarlığı eğitimlerine verilen önem artmıştır. 2006 yılında RTÜK ile MEB Talim ve Terbiye Kurulu arasında “Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İşbirliği Protokolü” imzalanmıştır (Altun, 2014).

Medya okuryazarlığı, ilköğretimden itibaren okullarda ders olarak okutulmaya başlamıştır. Çünkü bireylerin mesajları seçme, ayıklama ve anlamlandırma becerisinin oluşturulmasında medya okuryazarlığı çalışmalarının büyük bir etkisi vardır (Gündüz Kalan, 2010).

Tablo 1. Aşağıda 2018 yılı Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı’nın öğrenme alanları, ünite adları ve sürelerine yer verilmiştir:

Öğrenme Alanı No	Öğrenme Alanı	Kazanım Sayısı	Süre/Ders Saati	Oran %
1	Birey, Toplum ve Medya	4	15	21
2	Katılım Ortamı Olarak Medya	4	15	21
3	Bilgi Kaynağı Olarak Medya	4	15	21
4	Eğlence Kaynağı Olarak Medya	4	14	19
5	İkna Aracı Olarak Medya	4	13	18
Genel Toplam		20	72	100

Medya okuryazarlığı çalışmalarının artması medya okuryazarlığı yaklaşımlarının doğmasında önemli rol oynamıştır.

2.4.1. Korumacı Yaklaşım

Medya, çocukları ve yetişkinleri aynı sembolik dünyaya yerleştirir. En hayati bilgilere, seks, şiddet, sapıklık ve ölüm gibi sırlara, yaşa veya eğitime bakılmaksızın herkes erişebilir (Postman, 1987). Bu yüzden özellikle çocukların medyadan zarar görmemesi için korunması amaçlanmaktadır. Korumacı yaklaşım, bireyleri medyada bulunan zararlı mesajlardan uzaklaştırmak için yasak koyma, uyarma ve kötüleme gibi tutucu kabul edilen koruma yöntemlerini benimseyen bir yaklaşımdır (Gündüz Kalan, 2010). Bu yaklaşım; çocuk, genç ve yetişkinlerin ahlaki, sosyal ve kültürel açıdan uygun görülmeyen medya iletilerinden korunmasına yöneliktir (Karaboğa, 2017). Mendoza'ya (2009) göre korumacı yaklaşım, medyanın gençler ve sağlık üzerindeki olumsuz etkisini azaltmaya ve zararlı mesajlara karşı koymaya odaklanır.

Kıran'a (2020) göre korumacı yaklaşım, medyanın şeytan gibi görüldüğünü bu yüzden de çocukların medyadan uzaklaştırılarak korunacağını varsaymaktadır. Ebeveynlere göre özellikle televizyon karşısında savunmasız olan çocuklar, her türlü tehdide açık haldedir. Dolayısıyla ebeveynler, çocuklarına çocuk kanallarını izleterek onları koruma yoluna gitmektedir (Gündüz Kalan, 2010).

Medya okuryazarlığı eğitiminde, RTÜK ve MEB'in işbirliği ile seçmeli olarak "Medya Okuryazarlığı" dersi konmasından bu yana muhafazakâr bir kültür politikasının, toplumu özellikle de çocuk ve gençleri medyanın zararlı etkilerinden koruma amacının olduğu görülmektedir (Sarı, 2015). Hobbs'a (2011) göre medya çalışmalarında yalnızca sosyal bilimler literatürüne bakıldığında korumacı bir odağın hâkim olduğu ortaya çıkar. Bununla birlikte mercek; retorik, İngilizce ve teknoloji eğitimi, film çalışmaları ve diğer alanların disiplin ortamındaki çalışmaları içerecek biçimde genişletildiğinde, çoğunun korumacı medya okuryazarlığını reddettiği görülür. Çünkü korumacı yaklaşım, gençleri çarpıcı biçimde değişen medya ortamına hazırlamaz (Buckingham,1998).

Ülkemize bakıldığında RTÜK'ün korumacı bir yaklaşım benimsediği görülür. RTÜK'ün akıllı işaretler uygulaması; çocuk ve gençleri olumsuz yayınlardan uzak tutmak için "şiddet ve korku, cinsellik ve olumsuz örnek oluşturabilecek

davranışları” içeren programlara karşı onları uyarmayı hedeflemesi, korumacı yaklaşıma sahip olduğunun göstergelerinden biridir (Sarı, 2015). Ayrıca RTÜK ve MEB’in işbirliği ile hazırlanan İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu’nda (2006) yer alan “Bireyler, var olan gerçeklik ile medyada sunulan gerçeklik arasındaki farkı ne kadar erken yaşta öğrenip idrak etmeye başlarsa, medyanın üzerlerindeki olumsuz etkilerini de o ölçüde azaltabileceklerdir.” ifadesi de bu yaklaşımı benimsediğine işaret etmektedir.

2.4.2. Eleştirel Yaklaşım

Medya okuryazarlığı, bireylerin medya metinlerindeki iletileri doğrudan almak yerine zihin süzgecinden geçirmesini hedeflemektedir. Kellner ve Share’e (2005) medya okuryazarlığının, kültürel çalışmalar ve eleştirel pedagoji arasındaki bağlantıları keşfetmek için ırk, cinsiyet, sınıf ve güç temalarını ele alan çok yönlü bir yaklaşım kullandığını belirtir. Eleştirel yaklaşım sayesinde kişiler, medya içeriklerinin gerçeklikten ayrıldığını yani kurgu olduğunu ve ticari kaygılar taşıdığını fark eder (Kıran, 2020). Bu yaklaşımda medya içeriklerinin kimin çıkarlarına hizmet ettiği ve medya mesajında kimin güç ve etki uyguladığı incelenir (Robertson & Hughes, 2011). Eleştirel medya okuryazarı olan bireyler sadece mesajları tüketmeyi değil, aynı zamanda dil, grafik tasarım, görüntü, etkileşim ve ses kullanarak iletileri analiz etmeyi ve oluşturmayı içeren beceriye sahiptir (Hobbs, Cabral, Ebrahimi, Yoon & Al-Humaidan, 2011).

Eleştirel medya okuryazarı olan birey, hangi programı ne amaçla izlediğini beraberinde programda ne gibi mesajlar verildiğini fark eder (Kıran, 2020). Bununla beraber birey, yaşadığı hayatın neden böyle olduğunu sorgular ve soruşturur (Binark & Gencel Bek, 2010). Türkçe Dersi Öğretim Programı’nda (2019) yer alan “*Medya metinlerinin amacını ve kaynağını sorgulamaları sağlanır.*” kazanımı, öğrencilerin eleştirel medya yaklaşımı konusunda bilinçlendirilmesinin önemini gösterir.

Eleştirel medya okuryazarlığı, medya şifrelerini ve geleneklerini çözümleme yeteneklerini geliştirmeyi, başat değerlere eleştiri yapma becerilerini ve medya metinlerinde yer alan anlam ve iletileri yorumlama yetkinliğini içerir (Kellner &

Share, 2005). Robertson ve Hughes'e (2011) göre tüketici odaklı bir kültürün arazisinde gezinebilmek için eleştirel medya okuryazarlığı gereklidir. Bunun için de bireylerin bilişsel, duyuşsal, estetik ve ahlaki beceri ve bilgiye sahip olması gerekmektedir (Potter, 2005).

2.4.3. Aşılamacı Yaklaşım

Aşılamacı yaklaşım, medyanın mikrop gibi görülen olumsuz içeriğine karşı bir miktar zararlı içeriği inceleyerek tıpkı aşı gibi bağışıklık ve farkındalık kazanılacağını varsaymaktadır (Bostancı, 2019). Medyanın bu biçimde ele alınması aşılamacı yaklaşımdan korumacı yaklaşıma doğru geçilmesine de neden olmuştur (Çalışır & Sönmez, 2020). Aşılamacı yaklaşımda öğretmenler, öğrencileri medyanın zararlı etkileri olduğu varsayılan şeylere karşı aşılama veya korumaya çalışır (Buckingham, 1998).

Aşılamacı yaklaşım bireylerde ters etkiye neden olabildiği için zamanla önemini yitirmiştir. Çünkü çocuk veya gençlere, olumsuz medya mesajları daha da ilgi çekici gelebilir. Hatta bireylere aklında olmayanı, aklına düşürmek gibi bir etkide bulunması da söz konusudur (Kıran, 2020).

2.4.4. Güçlendirmeci Yaklaşım

Güçlendirmeci yaklaşım, medyaya zıt olan yaklaşımların aksine, medya okuryazarlığı bilincinin medya ile birlikte oluşturulması gerektiğini kabul eden bir yaklaşımdır (Bostancı, 2019). Bu yaklaşıma göre olumsuz medya iletilerinden kaçınmak yerine medya mesajlarının hazırlanma aşamaları, etkileri ve sonuçlarının kavranması bireyi, medyaya karşı güçlendirmektedir (Çalışır & Sönmez, 2020). Büyük medya şirketlerinin ürettiği profesyonel medya mesajları karşısında son derece zayıf kalan bireyi güçlendirmek, zararlı içeriğin etkisini azaltacaktır (Bostancı, 2019). Güçlendirme için bireye, kuramsal bilgilerle eğitim verilmesi ve medya metinlerini üretmesi göz önünde tutulmaktadır (Çalışır & Sönmez, 2020)

Bostancı (2019) güçlendirme sürecinin temel unsurlarını şöyle açıklamaktadır:

- Anne baba ilgisi,

- Öncelikle anne ve babanın, sonra da çocuğun bilgilendirilmesi,
- Çocuğun kendisine ve etrafına olan sorumluluk bilincinin geliştirilmesi,
- Çocuğun, zararları ve kazanımları fark edip ayırt edebilme yeteneğinin artırılması.

2.4.5. Çözümlemeci Yaklaşım

Medya okuryazarlığı, kişinin belirli bir ortamın dilini anlamasını ifade eder. Yani görüntü ve sesin görsel-işitsel dillerini iyi çözümlemek gerektiğini içerir (Buckingham, Willett & Pini, 2011). Çözümlemeci yaklaşım, medya mesajlarının çözümlenerek içeriğin tekrar üretilmesi ve kendini ifade etme sürecidir (Çalışır & Sönmez, 2020). Bu yaklaşımda medya iletilerini doğru anlayan, bu iletileri bilinçli bir biçimde çözümleyen ve değerlendirme yapan bireyler yetiştirmek hedeflenmektedir (Kurt & Kürüm, 2010). Çözümlemeci yaklaşımda medya içeriklerinin üretim süreçlerini anlamak için medya mesajları, bileşenlerine ayrılarak incelenir (Bostancı, 2019). Medya okuryazarlığı eğitiminde çözümlemeye yardımcı olacak kavramların bilinmesi, beraberinde medya ile olan etkileşimin ömür boyu sürmesi gerektirdiğinin bilincinde olunmalıdır (Çalışır & Sönmez, 2020).

Bostancı (2019) çözümlemeci yaklaşımla medya içeriği incelemeyi marula benzetir. Çünkü medya mesajı şekil, içerik, teknik ve estetik yönlerle birlikte incelenir. Tarihsel arka plan, öngörüler ve nedensellik bağıyla ele alınır. Böylece marul gibi kat kat mesajın içine indikçe daha iyi anlaşılır.

2.4.6. Ticari Medya (Ana Akım) Yaklaşımı

Yeni medya kâr elde etmeyi birincil amaç olarak görmekte ve kendi çıkarlarını gözeterik toplumsal rolleri hiçe saymaktadır. Özgür haber yapamayan ve daha çok siyasi ve ekonomik bir politika izleyen ana akım medya, halkın sorunlarını da görmezden gelerek güçlüden yana durmaktadır. Bu akımda halk, yalnızca şiddet söz konusuysa geleneksel medyada haber olabilmekte, bunun dışında ana akım medyada sesini duyuramamaktadır (Akveran, 2018). Çünkü medya, gerçeği doğru biçimde yansıttığını ifade ederken esasen belli bir görüşün veya kişinin bakış açısından olayları aktarmaktadır (Kefeli, 2020). Liberalist kapitalist pazar ekonomisinin şartları

içerisinde işleyen medya sektörüne bakıldığında çok sayıda kanal ve medya metni var gibi dursa da ürünler incelendiğinde içerikteki benzerlikler ve gündeme getirilen konuların ortaklığı dikkat çeker (Binark & Bek, 2010). Bununla beraber yeni medyaya göre yedi yaşındaki çocuklar bile tüketici olarak konumlandırılmaktadır (Özonur & Özalpman, 2009). Yeni medya; cep telefonu, bilgisayar, kamera, televizyon gibi dijital iletişim araçlarına işaret eder (Laughey, 2010). Bu da tüketim ile teknoloji arasında önemli bir bağ olduğunu gösterir.

2.5. İlgili Araştırmalar

Postmodernizm üzerine yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Örneğin Koçak'ın (2012) çalışmasına göre filmlerde kullanılan nostalji ve pastiş gibi unsurların varlığı, bu filmlerin postmodern olarak gösterilmesindeki temel özelliklerdendir. Benzer şekilde Köker'in (2017) Otel Transilvanya I-II üzerine yaptığı çalışmada metinlerarasılığa bağlı olarak ortaya çıkan çok kültürlülük/seslilik; kolaj, parodi, pastiş vb. postmodern unsurların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka animasyon filmi üzerine yapılan çalışmada Shrek'te metinlerarasılık, nostalji, pastiş ve parodi gibi birçok postmodern öge saptanmıştır (Çon, 2018). Gürel ve Alem'in (2010) Simpsonlar adlı çizgi film üzerine yaptığı çalışmada da metinlerarasılık ve pastiş tespit edilmiştir. Yazılı medya araçlarına bakılacak olursa Kafamda Bir Tuhaflık romanında, üstkurmaca unsuruna rastlandığı belirlenmiştir (Yaprak, Kıymaz & Sermisakçı, 2015). Benzer şekilde Karabulut ve Sarıtaş'ın (2018) Galiz Kahraman romanı üzerine yaptığı çalışmada metinlerarası ilişkiler, fantastik unsurlar ve ironik dil olduğu ve bu açılardan postmodern yapıya uygun olduğu ifade edilmiştir.

Postmodernizme tüketim açısından bakıldığında modern çizgi film endüstrisinin, çizgi film ve animasyon karakterlerinden oyuncak ve aksesuar üretmeye başladığı ortaya çıkmıştır (Sokolova, 2011). Benzer şekilde Köse (2019) Truman Show ve Dövüş Kulübü üzerine yaptığı çalışmasında, bu filmlerdeki reklamlar ve söylemlerin bireyi tüketime ittiğini tespit etmiştir. Iyorsa (2018) da medyanın, tüketicinin satın alma kararını etkilediğini belirtmiştir. Bir diğer çalışmada Hürriyet gazetesinin televizyon reklamlarında modernden postmoderne doğru bir

kayış olduğu görölmüştür (Özoran, 2017). Özdem ve Geçit'in (2013) çalışmasında ise reklamların pek çoğunda postmodern özelliklerin görüldüğü sonucuna varılmıştır.

Aulina ve Hanifa'nın (2021) Jacqueline Woodson'ın romanları üzerine yaptığı çalışmasında parodi ve ironinin sık kullanıldığı sonucuna ulaşmıştır. Çon'un (2019) çalışmasında ise Batman filminin, Aslan Kral animasyon filmine yapılmış bir parodi olduğu neticesine ulaşmıştır.

Güzel ve Okan'a (2016) göre reklamlarda yer alan nostalji unsurları yetişkinlerle beraber gençleri de kendine doğru çekmektedir. Çon'a (2019) göre yüzyıllar öncesi metinlere ait Kont Drakula, Frankenstein, Mumya, Kurt adam gibi karakterleri bir otelde toplayan Hotel Transylvania serisi; Robin Hood, Peter Pan, Üç Küçük Fare, Pinokyo gibi kahramanları bir araya getiren Shrek serisi nostaljik kaygı ile çekilmiş filmlerdir. Özkent'e (2020) göre ise Netflix, nostalji ve metinlerarasılıkla bir anlatı evreni kurmaktadır. Cantone, Cova ve Testa (2020) da yaptığı çalışmasında nostalji ve pastiş öğelerinin varlığından söz etmektedir. Benzer şekilde Pineiro'ya (2020) göre Bayan Osmond filminde de pastiş unsuruna rastlanmaktadır. Çon (2019) Hotel Transilvanya üzerine yaptığı çalışmasında 1800'lü yıllara dayanan karakterlerin, akıllı telefon kullanıp uçağa binerek zamana da ayak uydurduğunu söyler.

Postmodernizmin şiddet yönünden medyaya yansması ile ilgili araştırmalara bakıldığında Tarantino'nun filmlerinde şiddet öğelerine rastlanmıştır (Barker, 2021). Benzer şekilde John Wick film serisinin de şiddet unsurunu barındırdığı tespit edilmiştir (Balabanlar, 2020). Ghosh (2020) ise çizgi filmlerde verilen şiddetin çocuklarda saldırganlığa yol açtığını söylemiştir. Kara (2007) da Narnia Günlükleri ve Harry Potter kitaplarının şiddeti yücelttiğini; oyuncak, aksesuar ve çikolatalarla dünya çapında bir sanayi oluşturduğunu belirtmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Deseni

Çalışma, bir veri toplama tekniğinin yanı sıra araştırma deseni olarak da kullanılan (Bowen, 2009; Mogalakwe, 2006; Yıldırım&Şimşek, 2018) doküman analiziyle desenlenmiştir. Doküman analizi araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgiler içeren yazılı materyallerin analizini kapsar. Bu desende yazılı kaynakların yanı sıra fotoğraf, video, film gibi görsel materyallerden de yararlanılabilir (Yıldırım & Şimşek, 2018). Bu çalışmada çocuk kanallarındaki çizgi filmler ve çocuklar için yayımlanan dergilerdeki postmodern öğeler incelendiği için doküman analizi deseni kullanılmıştır.

3.2. İncelenen Dokümanlar

Çalışmanın dokümanlarını çocuk kanallarında yayınlanan çizgi filmler ve çocuklar için yayımlanan dergiler oluşturmaktadır. Çocuk kanalları seçilirken Temmuz 2020 reyting sonuçlarına göre ilk 50'ye giren çocuk kanalları göz önünde tutulmuştur. Bu kanallardan TRT Çocuk ve minikaGO kanalı olmak üzere iki kanal seçilmiştir. Bu kanallardan çizgi film seçilirken gün içinde yayınlanma sıklığı en fazla olan çizgi filmler dikkate alınmıştır. Her kanaldan beşer çizgi film incelenmiştir. Her çizgi filmin beş bölümünden sonra verilerin tekrar etmeye başladığı görüldüğünden veri doygunluğuna ulaşıldığına karar verilmiştir.

Araştırmanın dokümanlarını oluşturan dergiler seçilirken dergilerin, basım sayılarının çokluğu, incelenen çocuk kanalına ait olması, bağımsız bir kurum ya da kuruluşun dergisi olması, toplamda yayımlanan dergi sayısının ve takip sayısının çokluğu dikkate alınarak seçilmiştir. Ayrıca dergilerin sosyal medya hesapları da kontrol edilmiştir. Kafa Çocuk ve Bilim dergisinin 38 bin, Bilim Çocuk dergisinin 32 bin, TRT Çocuk dergisinin 22 bin, minikaÇOCUK dergisinin 5 bin ve minikaGO dergisinin 2 bin takipçisi vardır. İncelenen dergiler, 2019 ve 2020 yıllarında yayımlanan sayılarından random olarak seçilmiştir.

Aşağıda araştırmanın dokümanlarını oluşturan minikaGO çizgi filmlerinin bilgileri verilmiştir.

Tablo 2. minikaGO kanalında izlenen çizgi filmler, bu çizgi filmlerin bölümleri, süreleri, kısaltmaları ve özetleri

Çizgi Film	Bölüm	Süre	Kısaltması	Özet
Tobot	1.Sezon 1.Bölüm	21.14	T1/1	Kory ve Ryan'ın babası bir bilim insanıdır ve oğulları için Tobot adı verilen bir araba üretmiştir. Bu araba robota dönüşüp kendisinden istenen her şeyi yeni getirir. Kory ve Ryan da Tobot X ve Tobot Y ile kötülere karşı mücadele eder.
	1.Sezon 6.Bölüm	22.03	T1/6	
	1.Sezon 12.Bölüm	21.43	T1/12	
	2.Sezon 17.Bölüm	19.24	T2/17	
	2.Sezon 24.Bölüm	21.03	T2/24	
Ben ve Robotum	1.Bölüm	12.21	BR1	Eugene bir robot okulunda öğrencidir. En yakın arkadaşı kendi ürettiği robot Chip'tir. Robot okulunda robotlarla ilgili bilgiler öğrenirken arkadaşlarıyla birlikte çeşitli maceralar yaşar.
	2.Bölüm	11.58	BR2	
	3.Bölüm	12.13	BR3	
	4.Bölüm	12.20	BR4	
	5.Bölüm	11.11	BR5	
Tranformers Cyberverse	1.Bölüm	10.47	TC1	Hafızasını kaybetmiş olan Bumblebee robota dönüşebilen bir arabadır. Windblade ise robota dönüşebilen bir uçaktır. Windblade ve Bumblebee, Decepticon'lara karşı mücadele eder.
	5.Bölüm	10.56	TC5	
	8.Bölüm	10.47	TC8	
	11.Bölüm	10.47	TC11	
	12.Bölüm	10.47	TC12	
Sonic Boom	1.Sezon 1.Bölüm	11.08	SB1/1	Sonic, Tails, Amy,Knuckles ve Sticks'in Dr. Eggman'e karşı güçlerini birleştirir. Dr. Eggman'ın kurduğu tüm tuzaklardan kurtulup her zaman galip olurlar.
	2.Sezon 1.Bölüm	11.08	SB2/1	
	2.Sezon 9.Bölüm	11.08	SB2/9	
	2.Sezon 14.Bölüm	10.32	SB2/14	
	2.Sezon 25.Bölüm	10.49	SB2/25	
Kratt Kardeşler	3. Sezon 3.Bölüm	21.21	KK3/3	Kardeş olan Chris ve Martin'in, hayvanların doğal yaşamına inip yaptıkları gözlemleri anlatır. Aviva, Koki ve Jimmy adındaki bilim insanları da onlara ağırlıklı olarak teknolojik anlamda yardım eder.
	3.Sezon 13.Bölüm	21.21	KK3/13	
	4. Sezon 6.Bölüm	21.21	KK4/6	
	4.Sezon 14.Bölüm	21.21	KK4/14	
	5. Sezon 4. Bölüm	21.21	KK5/4	

Aşağıda araştırmanın dokümanlarını oluşturan TRT Çocuk çizgi filmlerinin bilgileri verilmiştir.

Tablo 3. TRT Çocuk kanalında izlenen çizgi filmler, bu çizgi filmlerin bölümleri, süreleri, kısaltmaları ve özetleri

Çizgi Film	Bölüm	Süre	Kısaltması	Özet
Emiray	1.Bölüm	15.55	E1	Emiray, yaz tatili için Konya'ya, amcasının yanına gider. Amcası kütüphane görevlisidir. Bu kütüphanede saklı kalması gereken bir kitap ve bu kitabın peşinde olan kötü insanlar vardır. Emiray bir gün bu kitabı bulur ve macera böyle başlar.
	2.Bölüm	14.26	E2	
	12.Bölüm	14.22	E12	
	33.Bölüm	14.22	E33	
	39.Bölüm	12.44	E39	

Rafadan Tayfa	1.Bölüm	13.45	RT1	Hayri, Kamil, Akın ve Mert adındaki dört arkadaş İstanbul’da yaşar. Bu dört arkadaşın başından her hafta yeni ve eğlenceli olaylar geçer.
	10.Bölüm	12.41	RT10	
	21.Bölüm	15.13	RT21	
	34.Bölüm	16.03	RT34	
	82.Bölüm	14.34	RT82	
Elif ve Arkadaşları	1.Bölüm	11.34	EA1	Elif anaokuluna gittiği ilk gün çok heyecanlı ve isteksizdir. Ancak okulunu ve arkadaşlarını görünce bu isteksizliği gider ve artık okuldan dönmek istemez. Arkadaşlarıyla türlü oyunlar oynar.
	9.Bölüm	11.26	EA9	
	15.Bölüm	10.43	EA15	
	21.Bölüm	11.17	EA21	
	33.Bölüm	13.10	EA33	
Aslan	Eldiven	11.36	A/E	Aslan icat yapmayı, yeni şeyler üretmeyi çok sever. Dedesi de ona bu konuda her zaman destekçi olur. Aslan ve arkadaşları her hafta yeni bir buluş yapar ve çok eğlenirler.
	Yem Teleferiği	15.10	A/YT	
	Kar Küreyici	10.59	A/KK	
	Hava Çok Sıcak	13.23	A/HÇS	
	Bisiklet Festivali	11.04	A/BF	
Pırıl	1.Bölüm	13.47	P1	Pırıl, çok meraklı ve öğrenmeyi seven bir kızdır. Arkadaşları ile birlikte okulda yeni şeyler öğrenir ve bunu gerçek hayatta da uygular.
	6. Bölüm	15.11	P6	
	9. Bölüm	14.08	P9	
	16. Bölüm	16.24	P16	
	25. Bölüm	12.59	P25	

Aşağıda araştırmanın dokümanlarını oluşturan çocuk dergilerine ait bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 4. Kafa Çocuk ve Bilim, Bilim Çocuk, minikaGO, minikaÇOCUK dergilerinin ve TRT Çocuk Dergisi’nin yayımlanma tarihleri, incelenen sayıları ve kısaltmaları

Dergi	Yayımlanma Tarihi	Sayı	Kısaltması
Kafa Çocuk ve Bilim	Ekim 2019	1	KÇB1
	Aralık 2019	3	KÇB3
	Haziran 2020	9	KÇB9
	Ağustos 2020	11	KÇB11
	Kasım 2020	14	KÇB14
Bilim Çocuk	Haziran 2019	258	BÇ258
	Ağustos 2019	260	BÇ260
	Kasım 2019	263	BÇ263
	Ocak 2020	265	BÇ265
	Eylül 2020	273	BÇ273
TRT Çocuk	Ocak 2019	100	TÇ100
	Haziran 2019	105	TÇ105
	Temmuz 2020	118	TÇ118
	Kasım 2020	122	TÇ122
	Aralık 2020	123	TÇ123
minikaÇOCUK	Temmuz 2019	31	MÇ31
	Kasım 2019	35	MÇ35
	Ocak 2020	37	MÇ37
	Mayıs 2020	41	MÇ41
	Eylül 2020	45	MÇ45
minikaGO	Kasım 2019	35	MG35
	Aralık 2019	36	MG36
	Mart 2020	39	MG39

Haziran 2020	42	MG42
Kasım 2020	47	MG47

3.3. Verilerin Toplanması

Çalışma için veri toplamak amacıyla belirlenen çizgi filmler, araştırmacı tarafından kanalların internet sitesi üzerinden veya farklı sitelerden seyredilmiştir. Bu çizgi filmler öncelikle izlenmiş ardından postmodern söylemler göz önünde tutularak tekrar izlenmiş ve kodlanmıştır. İletilerin gözden kaçması durumunu engellemek için çizgi filmler, farklı zamanlarda üç kez daha izlenmiştir.

Her çizgi film için postmodernizm öğelerini ortaya çıkaracak boyutların olduğu bir gözlem formu oluşturulmuştur. Bu form, postmodernizm özelliklerinin görsel ve işitsel açıdan incelenmesine olanak tanıyacak şekilde hazırlanmıştır.

Tablo 5. Çizgi filmler için gözlem formu

Kanal	Çizgi Film/Bölüm	Karakter	Dakika	Görsel/İşitsel Kod	Kategori

bkz. EK-1

Seçilen çocuk dergileri, dergilerin kendi sitelerinden veya kitapçılardan tedarik edilmiştir. Bu dergiler araştırmacı tarafından detaylıca incelenmiştir. Her dergi için postmodernizm öğelerinin yazılı ve görsel açıdan incelenmesine olanak sağlayacak şekilde bir kontrol listesi oluşturulmuştur.

Tablo 6. Çocuk dergileri için gözlem formu

Dergi Adı ve Sayısı	Sayfa	Görsel/ Yazılı İleti	Kategori

bkz. EK-2

3.4. Verilerin Analizi

İzlenen çizgi filmler ve dergiler postmodern unsurlar başlığı altında betimsel olarak incelenmiştir. Araştırma verileri toplanırken literatür taramasından elde edilen kategoriler kullanılmıştır. Bu veriler, postmodern söylemlerin görsel/işitsel ve yazılı/görsel açıdan ortaya çıkaran gözlem formuna kaydedilmiştir. Gözlem formunda çizgi filmlerle ilgili olan veriler, araştırma amacı doğrultusunda “teknoloji, tüketim, şiddet, nostalji, pastiş, zaman ve parodi” olarak kodlanmıştır. Çalışmanın bulgular ve yorumlar kısmında postmodern söylemlerin geçtiği iletilerle beraber parantez içlerinde dakika ve saniye de verilmiştir. Gözlem formunda dergilerle ilgili olan verilerse araştırma amacı doğrultusunda “tüketim, teknoloji, nostalji ve zaman” olarak kodlanmıştır. Postmodernizmin önemli göstergelerinden olan cinsellik ve üstkurmacaya incelenen çizgi film ve dergilerde rastlanmadığı için bu kategoriler araştırmaya dâhil edilmemiştir.

3.5. Geçerlik ve Güvenirlik

Geçerliğin sağlanması için alınan önleme göre araştırmanın dokümanları olan çizgi filmlerden her birinin ileriki sezon bölümleri incelenmiş; dergilerin de en son sayılarına bakılmış ve araştırmacı tarafından ayrıca kodlanmıştır. Yapılan bu işlemde sonra ortaya çıkan kodların, araştırmanın bulgularıyla örtüştüğü görülmüştür. Bu durum, dış geçerlik açısından değerlendirildiğinde araştırma sonucunun tekrar edilebilir olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan incelenen

dokümanlardan elde edilen verilerin doyum noktasına gelene dek analiz edilmesiyle iç geçerliğin sağlanması hedeflemiştir. Bu bağlamda çizgi filmlerin ve dergilerin verilerinin tekrar etmeye başladığı görüldüğünden veri doygunluğuna ulaşıldığına karar verilmiştir.

Çalışmanın güvenilirliğini sağlamak için araştırmacı tarafından yapılan ön kodlama, alan uzmanınca incelenmiştir. Alan uzmanının görüşleri sonucunda eksik veya hatalı olduğu tespit edilen kodlar, çizgi filmler ve dergiler yeniden ele alınarak düzenlenmiş ve alan uzmanının görüşüne tekrar sunulmuştur. Güvenirliğin sağlanması için uygulanan formüle göre (Miles & Huberman, 2016) araştırmacı ve alan uzmanı arasındaki görüş birliğinin %80'in üzerinde ve güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda incelenen dokümanlardan sık sık alıntı yapılarak da güvenirlığın artırılması hedeflenmiştir. Doğrudan alıntılar nitel araştırmalardaki ham verilerin temel kaynağıdır (Patton, 2014).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR ve YORUMLAR

4.1. Araştırmanın Birinci Alt Problemine Yönelik Bulgu ve Yorumlar

Araştırmanın bu bölümünde çalışmanın birinci alt problemi olan “TRT ÇOCUK ve minikaGO kanallarında yayınlanan çizgi filmlere postmodern unsurlar nasıl yansımıştır?” sorusuna yanıt aranmıştır.

Tablo 7’te minikaGO ve TRT Çocuk kanallarında yer alan postmodern söylemler gösterilmiştir.

Tablo 7. minikaGO ve TRT Çocuk kanallarında yer alan postmodern söylemler

		Teknoloji	Tüketim	Şiddet	Pastiş	Nostalji	Zaman	Parodi
minikaGO	T1/1	+	+	-	+	-	-	-
	T1/6	+	-	+	+	-	-	-
	T1/12	+	-	+	+	-	-	-
	T2/17	+	+	+	+	-	-	-
	T2/24	+	+	-	+	-	-	-
	BR1	+	-	+	-	-	-	-
	BR2.	+	+	-	-	-	-	-
	BR3	+	+	+	-	-	-	-
	BR4	+	-	+	-	-	-	-
	BR5	+	-	-	-	-	-	-
	TC1	+	-	+	+	-	-	-
	TC5	+	+	+	+	-	-	-
	TC8	+	-	+	+	-	-	-
	TC11	+	-	+	+	-	-	-
	TC12	+	-	+	+	-	-	-
	SB1/1	+	-	+	-	+	+	-
	SB2/1	+	+	+	-	+	+	-
	SB2/9	+	-	-	-	+	+	-
	SB2/14	+	+	+	-	+	+	-
	SB2/25	+	+	+	-	+	+	-
TRT ÇOCUK	KK3/3	+	-	-	+	-	-	-
	KK3/13	+	-	-	+	-	-	-
	KK4/6	+	-	-	+	-	-	-
	KK4/14	+	-	-	+	-	-	-
	KK5/4	+	+	-	+	-	-	-
	RT1	-	-	-	-	+	-	+
	RT10	-	-	-	+	+	-	-
	RT21	-	-	-	-	+	-	-
	RT34	-	+	-	-	+	-	-
	RT82	-	-	-	-	+	-	-
	E1	+	-	-	-	+	+	-
	E2	-	-	-	-	+	+	-
	E12	-	-	-	-	-	+	-
	E33	+	-	-	-	+	+	-
	E39	+	+	-	-	-	+	-
	P1	-	-	-	-	-	-	-
	P6	+	-	-	-	-	-	-

P9	+	+	-	-	-	-	-
P16	+	+	-	-	-	-	-
P25	-	+	-	-	-	-	-
EA1	+	+	-	-	+	-	-
EA9	-	+	-	-	-	-	-
EA15	-	+	-	-	-	-	-
EA21	-	+	-	-	-	-	-
EA33	-	+	-	-	-	-	-
A/E	-	-	-	-	+	+	-
A/YT	+	-	-	-	+	+	-
A/KK	+	-	-	-	+	+	-
A/HÇS	-	-	-	-	+	+	-
A/BF	-	-	-	-	+	+	-

4.1.1. Teknoloji Söylemine Ait Bulgular

İncelenen çizgi filmlerde ortaya çıkan postmodern unsurlar; teknoloji, tüketim, şiddet, pastiş, nostalji, zaman ve parodi olarak kodlanmıştır. Bu kodlar içinde yer alan teknoloji ile incelenen her çizgi filmde karşılaşılmıştır. Özellikle minikaGO kanalında yer alan çizgi filmlerde, insan hayatının bir parçası olmaya başlamış robotlar, uzay araçları, uçan arabalar, her türlü icadın yapılabileceği laboratuvarlar, görüntülü konuşmada son noktaya gelmiş telefonlar gibi türlü ileri teknolojiye sahip araç bulunmaktadır. Bu kanalda yer alan neredeyse her çizgi filmde robotlar bulunmaktadır. Robotlar, çoğunlukla insanlara günlük hayatta yardım ederken, kötülerle savaşırken ve bazen de insanlarla arkadaşlık ederken izleyici karşısına çıkmaktadır. Örnelemek gerekirse Tobot çizgi filminde arabalar, insanların emri ile robota dönüşüp onların isteğini gerçekleştirmektedir. Tobot 1/24'te (14.02) yangın çıktığı sırada Tobot R robota dönüşür ve alevlerin arasına dalarak yangını söndürmeye gider. Benzer şekilde bir robot okulunda geçen Ben ve Robotum çizgi filminde okulun her alanında robotlar, insanların hizmetinde yer almaktadır. Hatta başkahramanın en yakın arkadaşı, Chip adındaki bir robottur. Söz gelimi BR2'de (08.22) kütüphanede her yer dağıldıktan sonra robot güvenlikler hızlıca gelip olaya müdahale eder. Yine BR3'te (07.28) görevli bir robot "*Haşereler etkisiz hale getiriliyor.*" diyerek parmağından böcek ilacı püskürtür. Benzer şekilde T1/1'de (16.20) Tobot X adındaki robot, "*Analiz ediliyor. Fren arızası ve kırık direksiyon dişlisi. Motor anormalliği tespit edildi.*" diyerek frenleri tutmayan araç sürücüsünü kurtarır. Sonic Boom çizgi filminde de Dr. Eggman karakterinin konuşan yardımcı robotları, oy sandığı robotu, ateş atan robotu, karınca, akrep ve uğurböceği

görünümlü sayısız robotu vardır. Bu robotların hiçbiri de Dr. Eggman'ın sözünden çıkmaz. TRT Çocuk kanalında ise robot unsuruyla sadece Emiray çizgi filminin bir bölümünde karşılaşılmaktadır. Örnelemek gerekirse E33'te (03.28) küçük bir topa benzeyen robot *“Merhaba ben Nebu, nasıl yardımcı olabilirim?”* diyerek insanlara yardımcı olur.

minikaGO kanalında yer alan çizgi filmlerde teknoloji son derece ileride gösterilirken TRT Çocuk kanalındaki teknoloji, en fazla günümüzdeki kadardır. Söz gelimi Aslan/KK'de (06.44) Aslan, cebinden çıkardığı uzaktan kumanda ile dron kullanır. Bununla birlikte TRT Çocuk çizgi filmlerinin çoğunda son model bilgisayarlar ve tabletler bulunmaktadır. Örneğin A/YT'de (04.59), Pırıl/9'da (01.54) ve Emiray/39'da (0.59). Tüm bunların aksine minikaGO kanalı çizgi filmleri tam bir teknoloji yuvasıdır. Örnelemek gerekirse Transformers Cyberverse 1'de (0.50) Bumblebee adlı araba çok uzak bir mesafeden karşıya atlar ve o sırada da robota dönüşür. Yine aynı çizgi filmde başta uçak olarak görünen karakterin sonrasında robota dönüşebilen bir kadın olduğu ortaya çıkar. TC çizgi filminde teknoloji o kadar ileridedir ki artık bir kapı ile farklı gezegenlere bile ulaşım sağlanabilir. Son teknolojinin en iyi örneklerinden olan TC5'te (0.55) sadece bir kablo ile Bumblebee'nin zihnine girip anılarına bakabilirler.

Uçan arabalar ve uzay araçları çoğu zaman teknolojinin geldiği son nokta gibi görünür. SB2/1'de (08.48) Dr. Eggman uçan aracıyla Sonic'i kovalar. TC8'de de (04.19) Windblade adlı robotun uçağa dönüşebildiği halde bir uzay gemisinde yolculuk yaptığı görülür. Benzer şekilde Kratt Kardeşler 5/4'te (20.49) karakterlerin, kaplumbağa görünümünde dev bir uçan gemiye sahip oldukları dikkat çeker. Ayrıca yine KK3/3'te (16.56) kahramanların uçan motosiklete de sahip oldukları da görülür. Yine aynı çizgi filmde Aviva *“Kuzeye roketle uçmaya ne dersiniz?”* der ve uçan araçtan roketle çıkar. Farklı olarak BR3'te (03.34) öğrenciler uçmak için araba veya uçaktan değil uçan kaykaydan yararlanmaktadır. Benzer şekilde SB1/1'de (07.03) de Sonic ve arkadaşları uçan kaykaylarla yarış yapmaktadır.

İncelenen çizgi filmlerde görüntülü konuşmanın da yine çok ileri bir seviyeye gittiği göze çarpmaktadır. Birçok çizgi filmde karakterlerin kol saatlerinden, arabalarından ve tabletlerinden bir anda karşı tarafın görüntüsü çıkmaktadır.

Örnelemek gerekirse KK 3/3'te (04.23) Chris elindeki cihazla ekip arkadaşlarını görüntülü olarak arar. Ekip de onu dev bir ekrandan izler ve onunla konuşur. Yine aynı çizgi filmin 4/6 bölümünde (05.12) Martin'in göğsünden bir görüntü çıkar ve projeksiyon gibi karşılına yansır. Benzer şekilde T1/12'de (15.57) Rayn'ın saatinden babasının hologramı çıkar ve onlarla konuşur. TC12'de (00.11) ise robotlardan biri kolundan çıkan bir mekanizma ile başka bir robot ile konuşmaya başlar. Kahramanlar kollarındaki saatleri görüntülü konuşma dışında başka amaçlar için de kullanır. Söz gelimi T 1/6'da (11.19) çocuklar kollarındaki saatler aracılığıyla robotlarının nerelerinden darbe alabildiğini görebilir. Benzer şekilde KK5/4'te (7.41) Chris, kolundaki aleti yılanın yarasına tutar ve onun hayati fonksiyonlarını inceler. TC çizgi filmindeki robotlar ise birçok işini kollarından çıkan mekanizmalarla halletmektedir. Örneğin kollarından harita çıkar, başka robotların sinyallerini tespit edebilirler ya da imdat çağrısı alabilir. Buna karşın TRT Çocuk'ta görüntülü konuşma olarak nitelendirilebilecek tek veri P çizgi filminden elde edilmiştir. Söz gelimi P16'da (13.34) Efe, apartmanlarındaki görüntülü diyafonu tuşlar.

Teknolojik unsurların oldukça fazla olduğu minikaGO çizgi filmlerinde dikkat çeken bir başka nokta da kahramanların son derece gelişmiş laboratuvarlara sahip olmasıdır. Örneğin KK çizgi filminde kahramanların icat, analiz, test, ışınlama yapıp görüntülü konuştukları büyük ve son derece teknolojik bir laboratuvarları bulunmaktadır. Bu laboratuvarlarda ihtiyaçları olan her şey mevcut olmakla birlikte kullanılan dev ekranlar genellikle dokunmatiktir. BR çizgi filmi zaten bir robot okulunda geçtiği için okuldaki sınıflar bile ileri teknolojidir. Her öğrencinin önünde laptop bulunur ve öğrenciler sınavlara da bu bilgisayardan girerler. Laboratuvarlara giden kapılar kartla açılır, içeride robot yapmak için gerekli her türlü araç gereç bulunur. Benzer şekilde SB çizgi filminde de Dr. Eggman karakteri ileri teknoloji bir laboratuvara sahiptir. T'de de robot mühendisi olan baba karakterinin garajında, robot yapmak için gerekli tüm malzemelerin ve dev ekranların olduğu görülür ve baba, burada robotlar icat eder.

İncelenen çizgi filmlerde tespit edilen bir başka teknolojik unsur, karakterlerin bir anda başka bir şeye dönüşebilmeleridir. Örnelemek gerekirse TC ve T çizgi filmlerinde arabalar ve uçaklar robotlara dönüşebilmektedir. Bir başka şekilde KK'de

karakterler, uygun yazılımlarla istedikleri hayvanların görünümüne bürünüp onların özelliklerini sergileyebilmektedir. Söz gelimi KK5/4'te (14.09) Aviva karakteri *"Hayvan güç elbiselerine kral kobra yükseltmesi yapabilirim."* sözleriyle istedikleri zaman hayvana dönüşmelerini sağlayan kıyafetlere güncelleme yapabileceğini belirtir.

4.1.2. Tüketim Söylemine Ait Bulgular

Çizgi filmlerde, postmodernizmin en büyük göstergelerinden biri olan tüketim unsuru ile karşılaşmıştır. Bu unsurlar minikaGO çizgi filmlerinde, TRT Çocuk çizgi filmlerine göre daha fazla yer almıştır. İncelenen çizgi filmlerdeki tüketim göstergeleri hamburger, sandviç ve kutu içecekler başta olmak üzere hazır yiyecekler; reklamlar; kullanan at eşyalar veya gereksiz eşya kullanımı başlıkları altında birleşmiştir. Kutu içecek tüketiminden başlamak gerekirse T2/24'te (18.35) Bay Fuse'un bir kafede hazır muzlu süt içmesine dikkat çekilir ve özellikle o sahnede kamera muzlu süt kutusuna yaklaştırılır. T2/17'de (15.45) ise Dolly'nin teneke meyve suyu içtiği görülür. Yine aynı çizgi filmde 1/1 (02.09) birbiriyle şakalaşan çocukların, teneke kolaları çalkalayıp birbirlerine püskürttüğü görülür. Benzer şekilde BR3'te Chip içecek otomatından bir kutu içecek almaya çalışır. SB2/14'te de (09.54) Sonic ve arkadaşlarının önünde kutu içecekler vardır. TRT Çocuk kanalında yer alan E39'da (05.08) çocukların masasında hazır meyve suyu bulunur. İncelenen kanalların çizgi filmlerinde, hamburger ve sandviç başta olmak üzere hazır yiyeceklerle gösterilen rağbet de oldukça fazladır. Örneğin T2/24'te (04.18) Kory, yeni açılan bir mekânda nugget yemeye gider. Yine aynı bölümde (10.58) Dolly *"Anlaşılan Fuse'dan yemeklere haftada 3 günden fazla gidiyorlar."* diyerek bir noktada çocukların, hazır yiyeceklerle bağımlılık gösterdiğini ifade eder. SB2/25'te Sonic'in çalıştığı yer aşırı derecede mehbürger (hamburgere verdikleri isim) siparişi almaya başlar, neredeyse siparişlere yetişemeyecek duruma gelirler. Aynı bölümde (06.19) yer alan *"O yiyecekleri evlerinden çıkmak istemeyen insanlara teslim et Sonic."* sözleri, tüketimin geldiği son hali gözler önüne sunar. İnsanlar evde olmalarına rağmen dışarıdan hazır yemek sipariş etmeye başlar. Sonic, siparişleri o kadar hızlı teslim eder ki patronu ona *"Başardığın şahane işi ödüllendirmek için*

fazladan sana 10 tane sosisli veriyorum.” der. Yani aldığı ödül bile hazır yemek olur. P16’da (04.45) ise bakkalın önünde duran dondurma tezgâhı ve bakkalda yer alan bütün abur cuburlar görünür.

Tüketim unsuruna reklam yönünden bakılacak olursa T2/24’te (04.56) Fuse’den Yemekler mekânında her 10 saniyede bir “Fuse’den Yemekler” sloganı verilir ve her çocuk mutlu bir şekilde yemeğini yer. T2/17’de (04.27) Dolly’nin annesi *“Bu da ne? Fuse’den yemeklerin 200. şubesinin büyük açılışı mı?”* der ve bu açılışa yüzlerce insan gelir. Yeni şubenin açılışının büyük bir reklamı yapılmış olur. Aynı zamanda çocuklardan birinin *“Evet sanki etrafımızı sarıyorlar.”* sözleriyle hazır yemek sektörünün ne kadar hızlı büyüdüğü gösterilmiş olur. Hatta SB2/25, reklamın tüketim üzerindeki etkisini açık bir şekilde gösteren bir bölümdür. Örneğin *“Merhaba arkadaşlar mehbürger şimdi en fazla 30 dakikada eve teslim ediyor. Geç gelirse bedava. Hadi hemen gelin buraya.”* diye bir reklam çıkar ve bunun üzerine herkes telefonlarına sarılıp sipariş verir. Bu reklamları izleyen Dr. Eggman de *“Bu çöpü istemiyorum artık mehbürger istiyorum.”* der ve reklamların insanların tüketme yönündeki algılarını kolaylıkla değiştirebileceğini gözler önüne serer. TC5’te (02.40) ise Bumblebee yanlışlıkla bir tuşa basar ve önüne *“Bu hafta sonu sizin yanınızdayız, indirim başladı. Kesiyor, parçalıyor ve yemeğinizi tamamlıyor.”* diye sloganlar atan bir reklam çıkar. Bumblebee büyülenmiş bir şekilde reklamı izlemeye başlar, gözlerini reklamdan çekemez.

Aslında tüketim sektörünün bu denli gelişmesinde reklamların payının büyük olduğunu T2/24’te (11.58) Bay Fuse şu sözlerle iyi bir şekilde anlatır:

“Önce bütün çocuklara yemeğimizi yedirdik. Sonra Fuse’den yemeklerin lunaparkını yaptık. Makarna kaydırakları, makarna merdivenleri hatta makarna havuzları yaptık. Sonra bir müzik dâhisine en akılda kalıcı jingleyi yazdırdık. Bütün çocukların aklında kaldı.”

Medya endüstrisi, tüketicinin ihtiyaçlarını bilmesinin yanı sıra yeni ihtiyaçlar da yaratmaya başlamıştır. Pipetler, plastik araç gereçler, karton bardaklar vs. çizgi filmlerde yer almıştır. Söz gelimi SB2/1’de (0.50) kahramanların arkasında karton bardaklar görünüyor. Yine SB2/14’te (09.54) Sonic ve arkadaşlarının önünde kutu içecekler ve pipetler bulunuyor. TB1/1’de (11.41) ise Kory, *“Bak gördün mü temiz*

çatala kimin ihtiyacı var ki.” diyerek çataları yıkamak yerine evde bulunan kullan at çubuklarla yemek yiyor.

Tüketim çılgınlığının hızla yaydığı bir diğer durum, insanların ihtiyaçları olmadığı halde bir şeyler alma gereksinimi duymasıdır. Çizgi filmlerde de bir çocuğun oyuncacı olduğu halde odasının sayısız oyuncakla dolu olduğu göze çarpan ilk durumlardandır. Örneğin EA çizgi filmi bir anaokulunda yaşanan olayları konu alır. Bu anaokulunda her çeşit ve her renk sayısız oyuncak bulunur. Oyuncak fırın, bebek, araba, top, pandalı sandalye, legolar, oyuncak at, uzay mekiği oyuncakları vs. sayısız oyuncak vardır. T1/1’de (17.16) ise *“Yakında herkes eski arabasını Brong motorun yeni ve güvenli araçlarıyla değiştirecek.”* sözleri, insanların ihtiyacı olmadığı halde yeni bir şeyler almaya gereksinim duyacağını belirtir. T2/17’de (14.12) de bir robot, *“Ama sonradan satın alabileceğimiz şeyleri düşünün. Uzaktan kumandalı atıştırma tepsi mesela. Tamamen atıştırmalıktan yapılmış bir atıştırmalık tepsi alabiliriz.”* der ve gelen hediyeleri satarak tamamen gereksiz ve ihtiyaç dışı bir şeyi almak ister. Yani tüketim artık zaruri bir ihtiyaçtan çıkıp keyfi bir durum haline gelir.

4.1.3. Şiddet Söylemine Ait Bulgular

Postmodern unsurların önemli göstergelerinden biri olan şiddete, TRT Çocuk kanalı çizgi filmlerinde rastlanmamıştır. Bununla beraber minikaGO kanalında incelenen çizgi filmlerinin hemen hepsinde şiddet ögesinin varlığı açıkça görülmüştür. Şiddet, kimi zaman yumruk ve tekme atarak, kimi zaman ateş edip füzeler yollayarak kimi zaman da bir şeyleri kesip parçalayarak verilmiştir. Söz gelimi T1/12’de (09.00) Diluc, robotlarına *“Çıkarın onu koca bir el feneri gibi yansın, istediği her şeyi patlatsın!”* der ve robotları Titan’a füze gibi mermiler yollar. Benzer şekilde TC11’de (09.34) Decepticonlar uçağın içinde Windblade’e ateş açar. SB2/1’de (02.40) de aynı şekilde arı robotlar Sonic’e ateş eder.

Şiddetin yumruklarla, tekmeyle veya çelme ile gösterildiği bölümler de mevcuttur. Örneğin T1/6’da (18.07) düşman robotlar, Titan’a yumruk atar ve sonra onu kaldırıp yere atar. Benzer şekilde TC1’de de kötü robotlar, Windblade’e yumruk atıp onu yere düşürür. Aynı bölümde düşman robotlar, *“Seni paramparça edeceğiz*

Otobot!” diyerek Winblade’in boğazına sarılır ve bir tekme ile onu uçurumdan aşağı atar. SB2/25’te (08.56) de Sonic, bahçedeki bütün robotlarla dövüşür. Onları tek yumrukla ezer, robotlardan duman çıkar. Birçoğunu da patlatır ve paramparça eder. Bir diğer çizgi film olan BR4’te (10.50) Wins, robotuna martıyı göstererek “*Hadi gagasına vur!*” diye emir verir. Daha sonra Wins, verdiği emri yerine getiremeyen robotuna tekme atar. Bir başka örnek teşkil eden SB2/1’de (09.34) Sonic, Yakar Bot’un kolunu keser ve kesilen koldan kan fışkırmasına benzer şekilde lavlar fışkırır. Farklı olarak BR1’de (08.06) bir robotun insana şiddet uyguladığı görülür. Temizlik robotu, Josef’e çelme takıp onu düşürür ve Josef’in burnu kanar, yüzü kıpkırmızı olur. Bununla beraber TC12’de ise (06.05) Decepticonlar, Bumblebee ve Windblade’yi konuşturmak için onlara elektrik verir ve açık bir şekilde işkence edildiği gösterilir. Tüm bunlar minikaGO kanalı çizgi filmlerinde şiddetin çocuklara açık bir şekilde sunulduğunu gösterir.

4.1.4. Pastiş Söylemine Ait Bulgular

İncelenen çizgi filmlerde postmodernizmin önemli yansımalarından biri olan pastiş ögesiyle de karşılaşmıştır. Bu öğeler, RT hariç yalnızca minikaGO çizgi filmlerinde tespit edilmiştir. **Görsel 1.** ve **Görsel 3.e** bakıldığında anlaşılabileceği üzere T çizgi filminde meşhur Transformers film serisinden esinlendiği dikkat çekmiştir. Her iki filmde de arabalar, robotlara dönüşebilmektedir. Aynı şekilde **Görsel 2.**deki TC’de de bir Transformers benzerliği görülmüştür. Zaten çizgi filmin adı da Transformers Cyberverse’dür ve çizgi filmde, esas film serisindeki Bumblebee’nin başından geçenler anlatılmaktadır.



Görsel 1. Transformers film serisinden bir kare.



Görsel 2. Transformers Cyberverse çizgi filmi afişi.



Görsel 3. Tobot çizgi filminden bir kare.

İncelenen çizgi filmlerde TRT Çocuk kanalından yalnızca RT çizgi filminde pastişe rastlanmıştır. Söz gelimi RT10'da (10.45) Mert ve arkadaşları telsiz ile karşılıklı görev oyunu oynamaktadır. O sırada telsize farklı bir ses karışır ve çocuklar bu sesi araştırmaya başlar. Telsize karışan bu farklı ses olayı, Hababam Sınıfı Uyanıyor (01.06.26) adlı filmde örneksenmiş bir sahnedir. Bu filmde İnek Şaban, Güdük Necmi ve Boncuk yanlarına aldıkları bir telsizle bilgi yarışmasına katılır. Telsizin diğer ucunda bulunan arkadaşlarının yardımıyla soruları cevaplandıran ekibin telsizine bir anda polis konuşmaları girer ve ortalık karışır. İşte RT10'daki sahne de bu filmde öykünerek hazırlanmıştır.

Ünlü Matrix film serisinde, başkarakterin sırt üstü eğilerek ağır çekimde mermilerden kaçtığı bir sahne vardır. T1/12'de (09.09) Titan, düşman robotlardan gelen mermilerden -**Görsel 4 ve 5**'te görüldüğü gibi- Matrix film sahnesine benzer bir şekilde ağır çekimde kaçır.



Görsel 4. Matrix'in meşhur mermilerden kaçış sahnesi.



Görsel 5. Titan'ın sırt üstü zıplayarak mermilerden kaçtığı sahne.

İncelenen çizgi filmlerde tespit edilen son pastiş örneği KK çizgi filminde yer almaktadır. Aslında bu çizgi film, 1999-2001 tarihleri arasında yayınlanan Zaboomafoo adlı televizyon programını sunan kardeşlerin hayatını konu alır. Bu kardeşler, o dönemin ünlü belgesel sunucularıdır. KK çizgi filmi de hayvanları araştıran iki kardeşin (Chris ve Martin Kratt) başından geçen olayları anlatır. Zaten KK çizgi filminin yapımcılığını ve senaristliğini de Kratt Kardeşler yapmaktadır. **Görsel 6** ve **Görsel 7**'de görüldüğü gibi, Zaboomafoo programında da çizgi filmde de Martin mavi, Chris yeşil renk giymektedir.



Görsel 6. Zaboomafoo programı sunucuları Martin (solda) ve Chris Kratt (sağda).



Görsel 7. KK çizgi filminde yer alan Chris (solda) ve Martin Kratt (sağda).

4.1.5. Nostalji Söylemine Ait Bulgular

Postmodern göstergelerden biri olan nostalji, incelenen iki kanalın çizgi filmlerinde de bulunmaktadır. TRT Çocuk'ta neredeyse her çizgi film geçmişten izler taşır. Nostalji bazen arkada görünen eski bir radyo, bazen sokaklarda bulunan tahta elektrik direkleri, bazen de bir gramofonla ince ince işlenir. Söz gelimi AE'de (08.37) eski model, ayakların pedala basması ile çalışan bir dikiş makinesi yer alır. Aynı şekilde RT34'te (04.27) Sevim de o eski dikiş makinesi ile bir şeyler diker. Yine bu bölümde Sevim, günümüzde artık kullanılmayan deri ve kocaman bavullardan taşır.

İncelenen çizgi filmlerde yer alan eski dönem radyo, televizyon ve telefonlardan bahsetmek gerekirse AE'de (10.13) Aslan'ın dedesinin ayakkabı dükkânında, eski bir radyo olduğu görülür. Benzer şekilde RT10'da (10.45) sokağa, elinde eski bir radyo ile radyo tiyatrosu dinleyen bir adam gelir. Radyonun nostaljik olması kadar radyo tiyatrosu dinlenmesi de oldukça nostaljiktir. Her iki kanalın çizgi filmlerinde çoğu zaman son model LCD televizyonlar gösterilirken bazen de 1990'lardan kalma televizyonlar geri planda izleyiciye sunulur. Örneğin RT34'te (04.33) arkada çok çok eski, kocaman, ağır, kumandası bile olmayan kare biçimli televizyonlardan gösterilir. Benzer şekilde SB2/25'te (00.26) kahramanlar, eski model küçük tüplü televizyonlarda belgesel izler. Yine SB2/1'de (06.08) hırsızların soygun yaparken tüplü, antenli televizyonlardan da çaldıkları görülür. AYT'ye (10.53) bakılacak olursa arkada, eskiden kullanılan çevirmeli ev telefonlarından vardır. Aynı şekilde RT34'te (08.48) de çevirmeli telefonlardan bulunduğu dikkat çeker.

Nostalji; sokaklarda, apartmanlarda ya da evin odalarında da izleyici karşısına çıkmaktadır. Söz gelimi RT çizgi filmindeki mahalle, bakkal, apartmanlar vb. tam bir nostalji örneğidir. Örneğin RT1'de (01.48) ve ABF'de (01.10) sokaklarda hâlâ elektrik direkleri ve elektrik telleri olduğu görülür. Ayrıca evlerin çatılarında televizyonun ilk çıktığı zamanlarda kullanılan telli antenlerden bulunur. Aynı şekilde A çizgi filminin girişinde gösterilen apartmanın çatısında da telli antenlerin olduğu görülür. İlaveten ABF'de (01.04) evlerin balkonunda şu anda kullanılmayan çanak antenler yer alır. RT ve A çizgi filmlerinin ikisinde de bulunan ortak nostaljik

ögelere de balkonlardır. Bu çizgi filmlerdeki evlerin balkonu, geçmiş yıllarda daha çok görülen demir parmaklıklı balkonlardandır. Hatta bazı evlerde bu parmaklıklar, eskiden olduğu gibi branda ile sarılmıştır. Ayrıca yine RT çizgi filminde yer alan Kamil'in babasının bakkalı, izleyen kişide 1980'leri yıllar hissini uyandırmaktadır. Örneğin bu dükkânda, demir kilolar yardımıyla kullanılan tartı, yerde büyük bir çuvalın içinde bulunan pirinç, yuvarlak cam kâseler içinde şekerler vb. bulunmaktadır.

E1'de (08.25) Emiray'ın amcasının odasında bir gramofon olduğu görülür. Benzer şekilde E33'te (05.02) de kötü karakterin odasında gramofon bulunur. RT21'de (05.52) ise çocuklar, mikrofonlu ve kasetli eski tip ses kayıt cihazı kullanır. Yine RT34'te (08.26) Mert'in arkasında teyp olduğu görülür. Hemen köşede de arkasında torbası olan elektrikli süpürgelerden vardır.

minikaGO kanalında incelenen çizgi filmlerden sadece SB'de nostaljik öğelere rastlanılmıştır. Bu çizgi filmde her türlü teknolojik alet bulunmasına rağmen çevre nostaljiktir. Örneğin SB2/1'de (0.50) etrafta su kuyuları vardır; evler de ilk çağlarda kullanılan evlere benzemektedir. Yine SB2/9'da (08.57) eskiden kullanılan dondurma tezgâhlarından bulunur. Karakterlerin giysileri de oldukça nostaljiktir. Özellikle Tails adlı pilot kedi, eski tip tayyarelerden kullanır ve eski devir pilot kıyafetleri giyer.

İncelenen çizgi filmlerde nostalji, bazen de efektlerle ya da müziklerle kendini gösterir. Mesela RT10'da (11.30) çocuklar, gün içinde yaşadığı olayları hatırlar ve bu olaylar eskiden kullanılan film ruloları efekti ile izleyiciye gösterilir. E çizgi filminde kullanılan jenerik ve arka fondaki müzikler de oldukça nostaljiktir. Müzikler izleyicide Osmanlı dönemi havası uyandırmaktadır.

4.1.6. Zaman Söylemine Ait Bulgular

Postmodernizmde zaman kavramı, kaygan bir zemine oturtulmuştur. Kahramanlar kendi zamanında yaşarken bir anda geleceğe gidebilir. Bazen de eskiden kullanılan eşyalarla son teknoloji aletlerin aynı anda verilmesiyle zaman kavramı netliğini yitirir. İncelenen çizgi filmlerden birçoğunda da bu durum görülmektedir. Yani karakterler geçmiş zamanda yaşarken bir yandan da teknolojik

aletler kullanıp çağa ayak uydurmaktadır. Örnelemek gerekirse **Görsel 8**'de olduğu gibi SB çizgi filminde çevrede eski dönem evleri, su kuyuları bulunmaktadır ve karakterler eski dönem kıyafetleri giymektedir. Bununla beraber **Görsel 9**'daki gibi çizgi filmde robotlar, uçan arabalar, kameralar, televizyonlar gibi her türlü teknolojik alet de yer almaktadır. SB çizgi filmi geçmiş zaman ve şimdiki zaman arasında gidip gelmektedir.



Görsel 8. Arkada su kuyusu ve eski dönem evleri görüntüyor.



Görsel 9. Dr. Eggman uçan arabasında robotlar ile Sonic'e saldırıyor.

A çizgi filmi de zaman yönünden iç içe geçmiş durumdadır. Nostalji başlığında bahsedildiği gibi çizgi filmde, geçmişe ait öğeler sıkça kullanılmaktadır. Ayrıca sokaklar, okul, apartmanlar da hep geçmiş zamanı hatırlatır. Ancak AKK'de (06.44) Mehmet, günümüze ait teknolojilerden kullanarak cebinden çıkardığı uzaktan kumanda ile dron kullanır.

E, geçmiş ile şimdiki zaman arasında gidip gelen bir çizgi filmidir. Ama buradaki zaman diğer çizgi filmlerdekinden biraz daha farklıdır. Çizgi filmde Emiray, bulduğu bir kitap yüzünden geçmiş zamana gider. Film günümüzde başlamışken bir anda geçmiş zamana gider ve orada devam eder. Bazen de geçmiş zamandan günümüze gelir.



Görsel 10. Emiray 2. bölümde geçmiş zamana gider.

4.1.7. Parodi Söylemine Ait Bulgular

Postmodern göstergelerin en önemli öğelerinden biri olan parodi ile minikaGO kanalı çizgi filmlerinde karşılaşılmamıştır. Parodiye sadece TRT Çocuk kanalında yer alan RT çizgi filminin bir bölümünde rastlanmıştır. RT1’de (09.50) Mert, anahtarı alabilmek için ağacın altında oturup düşünmektedir. O sırada Hayri ve Kamil ağaçta elma yerken **Görsel 11**’de olduğu gibi Mert’in kafasına elma düşürür. Bu durum Newton’un yer çekimini bulması olayına yapılmış bir göndermedir. Bilindiği gibi Newton, elma ağacının altında otururken kafasına elma düşer ve bu sayede yerçekimini keşfeder.



Görsel 11. Mert’in kafasına ağaçtan elma düşer.

4.2. Araştırmanın İkinci Alt Problemine Yönelik Bulgu ve Yorumlar

Araştırmanın bu bölümünde çalışmanın ikinci alt problemi olan “Kafa Çocuk ve Bilim, Bilim ve Çocuk, minikaÇOCUK, minikaGO dergilerinde ve TRT Çocuk Dergisi’nde postmodern unsurlar nasıl ele alınmıştır?” sorusuna yanıt aranmıştır.

Aşağıdaki tabloda çocuk dergilerinde yer alan postmodern söylemler gösterilmiştir.

Tablo 8. Çocuk dergilerinde yer alan postmodern söylemler

		Tüketim	Teknoloji	Nostalji	Zaman
minika ÇOCUK	MÇ31	+	-	+	-
	MÇ35	+	+	-	-
	MÇ37	+	-	-	-
	MÇ41	+	-	-	-
	MÇ45	+	+	-	-
TRT ÇOCUK	TÇ100	+	+	-	+
	TÇ105	+	+	+	+
	TÇ118	+	+	+	+
	TÇ122	+	+	+	+
	TÇ123	+	+	+	+
minikaGO	MG35	+	+	+	-
	MG36	+	+	+	-
	MG39	+	+	+	+
	MG42	+	+	+	-
	MG47	+	+	+	-
Bilim Çocuk	BÇ258	+	+	-	+
	BÇ260	+	+	-	+
	BÇ263	+	+	-	+
	BÇ265	+	+	-	+
	BÇ273	+	+	+	+
Kafa Çocuk ve Bilim	KÇB1	+	+	+	-
	KÇB3	+	+	-	+
	KÇB9	+	+	-	+
	KÇB11	+	+	-	+
	KÇB14	+	+	-	-

4.2.1. Tüketim Söylemine Ait Bulgular

İncelenen dergilerde postmodern unsurlardan biri olan tüketim unsuruna rastlanmıştır. Neredeyse her dergide mevcut tüketim unsuru reklamlar, kullan at ürünler, hazır yiyecekler ve oyuncaklar üzerinden verilmiştir. Reklamlar, tüm dergilerde bulunan bir tüketim unsurudur. Dergilerin kimi zaman iç kapağında, kimi

zaman arka kapağında kimi zaman da sayfalar arasında verilen reklamlar, okuyucu tüketime itmektedir. Özellikle minikaGO ve minikaÇOCUK dergilerinin içerisinde sık sık reklamlara yer verildiği görülmektedir. Söz gelimi MÇ45'te oyuncak bebek reklamı, online alışveriş sitesi; MÇ41'de dergi; MÇ35'te sinema filmi, kitapçı tanıtımı gibi sayısız reklam bulunmaktadır. Benzer şekilde MG35, MG36 MG47'de de kitapçı, dergi; MG39'da özel okul, tarif kitabı reklamına sıkça yer verilmektedir. Bununla beraber TRT ÇOCUK Dergisi'nde, Bilim Çocuk ve Kafa Çocuk ve Bilim dergilerinde de sayfalar arasında ve iç kapaklarda sürekli reklamlar kullanılmakta ve bu durum da okuyucuyu tüketime sevk etmektedir. Örneğin TÇ her sayısında kendi televizyon kanalının ve kendi dergisinin reklamını yapmaktadır. Bununla beraber TÇ105/118/122/123'te kitap; TÇ118'de sinema filmi reklamına yer verilmektedir. BÇ dergilerinde ise her sayıda TÜBİTAK'a ait yayınların reklamı yapılmaktadır. Örneklere bakılacak olursa BÇ258'de *"Eğlenerek keşfediyorum. Yıllık abonelik 72₺ yerine sadece 50₺"* diyerek BÇ dergisi reklamı verilmiştir. Yine her sayıda TÜBİTAK POPÜLER BİLİM KİTAPLARI reklamına rastlanılmıştır. KÇB dergisinde ise benzer şekilde KÇB1'de sinema salonu, sinema filmi, tiyatro oyunu; KÇB3'te banka; KÇB9/14'te kitap; KÇB14'te de özel okul reklamlarına yer verilmiştir.

Tüketim söylemleri, çocuk dergilerinde oyuncaklar üzerinden de verilmeye devam etmektedir. Söz gelimi MÇ dergisinin incelenen dört sayısı hayvanlar üzerine, bir sayısı da polislik mesleği üzerinedir. Bu sayılarda tanıtılan hayvanlarla ve polislikle ilgili oyuncaklar, dergilerin sayfalarında mevcuttur. Örnekleme gerekirse MÇ45 pandalar üzerine bir sayıdır. Sayfa 5'te *"Bu ay minikaÇOCUK dergisi olarak çocukların çok sevdiği ve en çok önem verdiği oyuncakları arasında yer alan pandaları tanıtıyoruz."* diyerek çocukların dikkatlerinin panda oyuncaklar üzerine çekilmesi sağlanmıştır. Zaten **Görsel 12/13**'te görüldüğü gibi ilerleyen sayfalarda pandalı tişört, su şişesi, balon, çanta gibi eşyalar kullanan çocuklar resmedilmiştir. Yine aynı sayıda geçen *"Her gece dalmadan önce uykuma, sımsıkı sarılıyorum yumuşacık pandama"* sözleri dergiyi okuyan çocuklarda panda oyuncakı alma ihtiyacı hissettirecektir. Benzer şekilde kaplumbağalar üzerine olan MÇ35'te (34) kaplumbağa baskılı tişörtler, çantalar, kaplumbağa maskeleri var. Polislik mesleği

üzerine olan MÇ28’de (18) ise polis arabası ve oyuncak polisle oynayan çocuklar resmedilmiştir. Benzer şekilde uçuş tarihi üzerine olan TÇ105’in Uzay Kaşifi Gökay metninde, annesi Gökay’a Astro-Adam oyuncağı alır. KÇB3’ün Zihni Abi’nin Uzay Yolu metninde de aynı şekilde uzay oyuncaklarına, oyuncak astronotlara ve roketlere yer verilmiştir. Oyun temalı KÇB9’da (26) ise oyuncak ayı, oyuncak robot, oyuncak polis ve oyuncak müzisyen resimlerine rastlanmıştır.



Görsel 12. MÇ45’te yer alan pandalı eşyalar.



Görsel 13. MÇ45’te yer alan pandalı oyuncaklar.

İncelenen dergilerde rastlanan bir başka tüketim unsuru ise kullan at ürünlerdir. KÇB1’de (23) kullan at sektörünün durumu şu sözlerle ifade edilir: *Dünyadaki canlılar, günlük yaşantılarında plastikten yapılmış birçok eşya kullanıyor. Ancak bu eşyaların önemli bir bölümü bir kez kullanıldıktan sonra çöpe gidiyor.* Pipetler de günümüzde bir hayli yaygınlaşan kullan at eşyalardır ve dergilerde izlerine rastlamak mümkündür. Örneğin MÇ41’de (31) pipetle su içen bir çocuk resminin olduğu görülmüştür. Benzer şekilde MÇ35’te (33) de içinde pipet olan bir içecek resmedilmiştir. TÇ123’te (5) ise çocuklardan biri “*Tıpkı pipetle fırlattığımız kâğıt parçası gibi*” demiştir ve bu konuşmanın yanında pipete üfleyen bir kız çocuğuna yer verilmiştir. Benzer şekilde BÇ260’ta (39) elinde kutu içecek ve pipet olan bir erkek çocuğu resminin olduğu dikkat çekmiştir.

Postmodernizmle birlikte insan hayatına giren bir diğer tüketim göstergesi hazır yiyeceklerdir. İncelenen dergilerde hamburger, sandviç, patates kızartması ve

kutu içecek gibi hazır yiyecek/içecekler de okuyucuya sunulmaktadır. Mesela MG35'te (21) *“Bir hamburger yeme yarişması yapsaydı T-rex açık ara birinciydi.”* konuşmaları yer almaktadır ve bu konuşmanın yanında hamburger yiyen bir dinazor resmi verilmektedir. Yine aynı sayıda (30) Hamburgerci Kedi metninde *“Kasaya gittim ve ‘Benim için bir patates kızartması, kedi için de bir hamburger istiyorum’ dedim.”* diyalogu bulunmakta ve yine metnin yanında hamburger yiyen ocuk ve kedi resmi gsterilmektedir. Benzer şekilde MG36'da (26) her sayıda bulunan Tostlu Test isimli bölümde sandviç yiyen bir ocuk resmi bulunmaktadır. Zaten bölümün adı da hazır yiyeceklerden birinin adını taşıtmaktadır. İncelenen dergilerde dikkat çeken bir başka hazır yiyecek de çubuk dondurmalarıdır. Eskiden klahta satılan dondurmalar, yerini pakette ve ubuklu olarak sunulan dondurmalara bırakmıştır. Dondurmaların ambalajı ve çubukları yine kullan at ürün olmakta ve bu dondurmalar artık hızlı yiyecek sektörünün içine çoktan girmiştir Söz gelimi M37'de (33) boyama etkinliğinde çubuk dondurma, kutu içecek resmi yer almaktadır. Yine M31'de (33) de çubuk dondurma ve lolipop resmi görülmektedir.

4.2.2. Teknoloji Söylemine Ait Bulgular

Neredeyse her dergide yer alan teknoloji söylemleri robot, uzay, roket, yapay zekâ, ev ürünleri vb. şekilde okuyucu karşısına çıkmaktadır. Bu dergilerde en sık rastlanan teknolojik unsurlardan biri robotlardır. Örneğin MG42'de



(9) *“Arabalar, fabrikalar, uaklar, bilgisayarlar ve* **Görsel 14.** B263'te tablo yapan bir robot resmi.

robotlar arttıkça azalıyor çiçekler, kuşlar, ırmaklar, ağaçlar...” hayvanların ağzından verilen bu sözler, postmodern çağdaki teknolojinin olumsuz izlerini gözler önüne sermektedir. Benzer şekilde B263'te (23) *“Yapay zekâ hakkında insanları endişelendiren bir diğer konuya insanların yaptığı işi bir bilgisayar ya da robota*

kaptırmak.” sözleri yer almakta ve metnin yanında **Görsel 14**.te görüldüğü gibi Mona Lisa tablosu çizen bir robot resmi bulunmaktadır. Olumlu yönden bakılacak olursa KÇB1’de (8) Dişleri Temizleyen Robot metninde “*Bir grup araştırmacı dişleri temizleyen çok küçük boyutlu robotlar geliştirdi.*” sözlerinin yanında diş temizleyen bir robot resmi görülmektedir. KÇB1’de (14) “*Uzay aracının robot kolu asteroidin yüzeyinden örnek alıyor.*” sözleri geçmekte ve bu anın fotoğrafı yer almaktadır. Aynı şekilde TÇ100’de (2) “**ÇİN’DE ROBOTLAR ROBOT ÜRETECEK.**” başlığı ile ilgili bir paragraf bulunmaktadır. MG36’da (21) “*Çin ve Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkelerde bulunan bazı lokantalarda insanlara hizmet eden tasarımlar var. Yazılımı ve kodlaması yapılan robotik kollar sayesinde yemekler pişiriliyor.*” yer alan bu sözler, robotların insan hayatını kolaylaştırdığını göstermektedir. Benzer şekilde BÇ263’te (55) önlük giyip evi süpüren bir robot resmi bulunmaktadır. Bazı dergilerin, okuyucuda robotlara karşı bir ilgi uyandırdığı tespit edilmiştir. Örnek verilecek olursa TÇ105’in (27) Marifetli Parmaklar bölümünde robot çizmeyi öğreten bir etkinlik yer almıştır. MG35’in (40) Ben Olsam köşesinde çocukların, “*Ultra taşıt robotu, sporbot, yarası robot, yemekopter...*” tasarlamak istedikleri görülmüştür.

İncelenen dergilerde dikkat çeken bir diğer teknolojik unsur uzay ve uzay araçlarıdır. Astronot giysileri, roketler, füzeler, uydu vb. dergilerde sıkça yer almaktadır. Örneğin KÇB1’de (27) uzay aracında uyuyan bir astronot fotoğrafının yanında “*Çoğu astronot ayakta duruyormuş gibi uyur.*” sözleri geçmektedir. BÇ265’te (22) ise “*Astronotlar Soyuz adı verilen uzay araçlarıyla bu uzay istasyonuna gidebiliyor.*” sözlerinin geçtiği metinde Soyuz kapsülünün ve astronotların fotoğrafı bulunmaktadır. MG39’un teması Uzayda Yaşam’dır. Dolayısıyla bu sayıda uzay ve uzay araçları ile ilgili bolca metin ve görsel bulunmaktadır. Örneklemek gerekirse (16) uzay araçlarının ve uzay giysilerinin tanıtımı yapıp detaylı fotoğraflar gösterilmiştir. Benzer şekilde KÇB3’ün teması da Sonunda Uzay İstasyonuna Geldik’tir. Bu sayıda (24) roketin, kalkıştan istasyona kenetlenme anına kadar olan süreci resimlenmiş ve açıklanmıştır. Yine aynı sayıda (16) uzay giysilerinin bölümleri tanıtılmıştır. TÇ dergisinin incelenen sayılarında Uzay Kâşifi Gökay adlı bir bölüm olduğu görülmüştür. TÇ105’in (5) bu bölümünde

“Dünya’nın ayrıntılı haritalarını bulutların veya karanlığın içinden yapmak için kullanılan uzaydaki radarlardan yardım alacağım.” sözleri yer almıştır.

Telefon, bilgisayar, mikrofon, kulaklık neredeyse her evde olan teknolojik aletlerdir. Bu aletler dergilere de bazen görsellerle bazen de metinlerle yansımaktadır. Örneğin MG35’te (35) bilgisayar başında olan bir kanguru resmi yer almaktadır. Benzer şekilde TÇ118’de (36) tablet, dizüstü bilgisayar ve telefon resimleri bulunmaktadır. Yine BÇ265’te (45) oyuncaklarıyla oynayan çocukların arkasında laptop görünmektedir. KÇB14’te (38) de tabletle oynayan bir çocuk fotoğrafı verilmektedir. Telefon üzerinden verilen örneklerle bakıldığında MÇ35’te (18) elinde telefon, kulağında kulaklık olan bir kaplumbağa resmi vardır. Benzer şekilde MG35’te (33) elinde telefonla güneş tutulmasını çeken bir insan resmi bulunmaktadır. TÇ118’de (5) *“Berkay kullanmadığımız bu ağ kamerasını da sana verecek. Böylelikle sen köydeyken istediğin zaman cep telefonundaki bir uygulama üzerinden evindeki kameraya bağlayıp Benekli’yi izleyebilirsin.”* sözleri geçmektedir. MG36’da (35) geçen şu sözler teknolojinin insanları nasıl ele geçirdiğini ifade etmektedir: *“İnternette dolaşımdan kendimi kaybettim acaba burada mıyım?”*. Mobil aletlerden örnek olarak ise MÇ28’de (10) Türkiye Polis Radyosunu gösteren resimde mikrofon ve radyo ekipmanları verilebilir. TÇ’nin incelenen sayılarında Keçe’nin yol haritası adlı bölüm yer almakta ve bu bölümde elinde mikrofon olan bir keçi şehirleri tanıtmaktadır. Benzer şekilde MÇ42’de (13) bilgisayar başında oturan kaplumbağaların etrafında mikrofon ve kulaklık yer almaktadır. Yine MÇ35’te (27) kulağında kulaklık olan bir dinozor resmi görülmektedir.

4.2.3. Nostalji Söylemine Ait Bulgular

Nostalji, incelenen dergilerde bazen eskiden kullanılan eşyalarla bazen de eski tip araçlarla kendine yer bulmuştur. Eskiden kullanılan eşyalardan örnek vermek gerekirse MÇ31’de (9) tatile giden balinanın elinde geçmiş yıllarda kullanılan kare şeklindeki tahta valizlerden vardır. Benzer şekilde TÇ123’te (38) karnabaharın elinde de aynı valizden bulunuyor. Eskiden kullanılan televizyon, oyun konsolu, yazıcı gibi eşyalara bakılacak olursa TÇ118’de (37) günümüzde bulunmayan kare,

büyük ve ahşap görünümlü televizyonlardan mevcut. Yine TÇ122’de (17) antenli, küçük kutu gibi eski model bir televizyon görünüyor. TÇ118’de (47) de eski model bir yazıcı resmi yer alıyor. KÇB9’da (23) ise jetonla çalışan oyun kabinleri ve eski televizyonlara bağlanan oyun konsolları bulunuyor.

İncelenen dergilerde eski model araçların yer aldığı görülmüştür. En çok da eski model, tayyare olarak adlandırılan uçaklar tespit edilmiştir. Örnelemek gerekirse TÇ105’te (17) sayfanın altında tayyare resmi bulunmuştur. Benzer şekilde **Görsel 15**.te görüldüğü gibi BÇ273’te (15) haritanın üzerinde tayyare ile uçan bir insan resmedilmiştir.



Görsel 15. BÇ273’te eski tip bir tayyare resmi.

KÇB1’de (36) de eski model bir tayyare resmi yer almıştır. Dergilerde yer alan bir başka nostaljik araç ise Vosvos’tur. MG dergisinin incelenen tüm sayılarında yer alan Uçan Vosvos metninde, eski model bir Vosvos’un bulunduğu görülmüştür. Tüm bu eski araçlar, nostalji ögesinin varlığını okuyucuya hissettirmektedir.

Dergilerde dikkat çeken bir başka nostaljik unsur ise eski tarz kıyafetlerdir. Örneğin, BÇ263’te (16) eski nesil insanların giydiği kıyafetlerle davul, zurna çalan iki kişi vardır. TÇ105’te (22) ise “Mutlu Bayramlar” yazılı olan sayfada eski tip giyinmiş bir nine ve onun elini öpen yine eski tip giyinmiş bir kız çocuğu var. Burada eski bayramların güzelliğine de gönderme yapıp nostalji ögesi tekrar vurgulanmıştır.

4.2.4. Zaman Söylemine Ait Bulgular

Postmodernizmde geçmiş zaman ile şimdiki zaman iç içedir. Bir tarafta şimdiki zamanla ilgili teknolojik unsurlar verilirken diğer tarafta geçmişle bağlantı kurulur. Söz gelimi TÇ100’de (38) “Sağlıklı Besleniyorum” adlı bölümde baharatlarla ilgili bilgi verilirken başında kavukla Osmanlı Dönemi’nde yaşamış bir şahıs baharat

döverken resmedilmiştir. Benzer şekilde TÇ112’de (12) “Nasrettin Hoca’yla Zamanda Yolculuk” bölümünde Nasrettin Hoca geçmişte yaşanan zorlukları anlatırken günümüzdeki kolaylıklardan şöyle bahsetmiş: *“Marketten çıkıp kıyafet dükkânına gittik. Bizim zamanımızdaki gibi kumaş alıp giysi dikmek yok tabii.”*. MG39’da (20) ise Ay’a gitmiş astronotların uzayda eski tip bir çadır kurduklarının resmi yer almıştır. KÇB3’te (36) de yukarıda Ay’da yer alan bir uzay aracı varken aşağıdaki resimde Ay’ı işaret eden ilk insanların resminin olduğu görülmüştür. Şimdiki zamanla geçmişin iç içe olduğu bir diğer örnek ise KÇB11’deki (43) “Kara Karga Tatilde” metninde bulunmuştur. Bu metinde Sunay Akın ile karganın bir hayali resmedilmiş ve resimde Sunay Akın’ın bir Kızılderili ile gezdiği görülmüştür.

İncelenen dergilerde bir yandan geçmiş ile ilgili resimler verilirken bir yandan günümüze ait resimlerin bir arada verilmesi dikkat çekmiştir. Örneğin BÇ265’te (17) de bir tarafta 1944 yılındaki bir askerin resmi, bir tarafta Sezar’ın resmi, bir tarafta da bir süvari resmi olduğu görülmüştür. Yine BÇ260’ta (10) da eski model fotoğraf makineleri ile yeni makineler bir arada verilmiştir. Benzer şekilde TÇ123’te (4) bir tarafta Hezarfen Ahmet Çelebi’nin uçuş anı gösterilirken bir tarafta da bir uçak gösterilmiştir. Yine aynı sayıda (33) “El-Cezeri” bölümünde yanda robotla gezen bir kız çocuğu resmedilmiştir.

Postmodernizmin önemli göstergelerinden biri olan zaman kavramı, bazen de eski şahsiyetlerin tanıtılmasıyla dergilere yansıtılmıştır. Söz gelimi TÇ Dergisi’nin incelenen sayılarında Evliya Çelebi, Nasrettin Hoca ve El-Cezeri bölümü bulunmaktadır. Bu bölümlerde eski kıyafetlerle ve eşyalarla birlikte bu şahsiyetlerle ilgili öyküler çizgi romanlaştırılmıştır. Mesela TÇ100’de (32) Evliya Çelebi’nin seyahatlerinden bahsedilen bir bölüm vardır. TÇ122’de (12) Nasrettin Hoca bölümü ve TÇ118’de (32) El-Cezeri bölümü yer almaktadır. Benzer şekilde BÇ dergisinin her sayısında yer alan Simit ve Peynir’le Bilim İnsanı Öyküleri bölümünde, eski zamanda yaşamış bilim insanları tanıtılmaktadır. Dolayısıyla eski giysiler ve nostaljik eşyalar bu bölümde de sıkça bulunmaktadır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmadan elde edilen bulgular ışığında çizgi filmlerde ve dergilerde karşılaşılan postmodern unsurlardan biri teknolojidir. Her iki medyada da robotlar, ileri teknoloji araba ve telefonlar, astronotlar, uzay araçları vb. pek çok teknolojik unsur bulunmaktadır. Bu da postmodernizmin varlığının en büyük göstergelerinden biridir. Çizgi filmlerde yer alan postmodern söylemlere bakıldığında minikaGO kanalındaki çizgi filmlerin her bölümünde net bir şekilde görülen postmodernizme, TRT Çocuk çizgi filmlerinde daha az rastlanmaktadır. Çünkü TRT Çocuk çizgi filmlerinde verilen çevre, insan özellikleri, kullanılan müzikler daha çok geçmişe dönüktür. Bu yüzden gelişmiş teknolojiye bu kanalın çizgi filmlerinde oldukça az denk gelinir. Tam tersine minikaGO kanalı çizgi filmlerinin her bölümünde son teknoloji araçlar, gelişmiş laboratuvarlar, icat yapan bilim insanları ve robotlarla karşılaşmıştır. Bu kanalın çizgi filmlerinde robotlar, insan yaşamının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş; uçan arabalardan faydalanılır olmuş ve hayatı kolaylaştıracak her türlü teknolojik alet, karakterler tarafından kullanılmıştır. Çizgi filmlerde gözlenen teknoloji unsurları, benzer şekilde çocuk dergilerinde de ortaya çıkmıştır. İncelenen tüm dergilerde teknolojinin izlerine rastlamak mümkündür. Tıpkı çizgi filmlerde olduğu gibi dergilerde de ileri teknoloji aletler, robotlar, telefon ve bilgisayarlara yer verilmiştir. Bunun beraberinde dergilerde, uzay ve astronotlara ayrıca önem verildiği de dikkat çekmiştir. Teknolojinin çizgi filmlere ve dergilere bu denli hızlı yerleşmesinin sonucunda tüketim de çabucak çocuk medyasında kendine yer bulmuştur.

Tüketim, postmodernizmin en büyük göstergelerinden biridir. Kullan at ürünlere, reklamlara, hazır yiyeceklere, ihtiyaç olmamasına rağmen tüketilen eşya kullanımına çizgi filmlerde ve çocuk dergilerinde rastlanmıştır. Teknoloji söyleminde olduğu gibi tüketimde de minikaGO kanalı çizgi filmleri, TRT Çocuk kanalı çizgi filmlerine göre daha çok tüketim unsuru bulundurur. minikaGO’da yer alan tüm çizgi filmlerde tüketim unsurlarına rastlamak mümkündür. Kimi zaman

hamburger gibi hazır yiyeceklerle, kimi zaman pipet ve karton bardak gibi kullan at ürünlerle, kimi zaman da ansızın çıkan reklamlarla tüketim işlenmiştir. TRT Çocuk da benzer şekilde bu özellikleri taşımaktadır. İçerisinde tüketim barındırmayan çizgi filmler yalnızca A ve E'dir. Çocuk dergilerinden söz etmek gerekirse tüketim, dergilerde yer alan postmodern unsurların başında yer alır. Bunun nedeni tüm dergilerin sayfa aralarında ya da kapaklarında reklamlara yer verilmesidir. Özellikle minikaGO ve minikaÇOCUK dergileri, diğer dergilere göre daha fazla reklama yer vermektedir. Bu açıdan bakıldığında çalışma, Özoran (2017) ve Özdem ve Geçit'in (2013) araştırmalarıyla paralellik göstermektedir. Bunun dışında çizgi filmlerle benzer olarak dergilerde de pipet, karton bardak, pet şişe gibi kullan at ürünler; hamburger, sandviç, çubuk dondurma gibi hazır yiyeceklerle karşılaşılır. Aynı zamanda Jolls ve Thoman (2008) ve Sokolova'nın (2011) söylediği gibi dergilerde ve çizgi filmlerde yer alan karakterlerin oyuncaklarının, aksesuarlarının, giysilerinin, kalemliklerinin vb. üretilip satışının yapıldığı da bir gerçektir.

Çizgi filmlerde ve çocuk dergilerinde rastlanan ortak postmodern unsurlardan biri de nostaljidir. Reklamlarda, dizi ve filmlerde de nostalji ögesine rastlamak mümkündür (Cantone, Cova & Testa, 2020; Çon, 2019; Güzel & Okan, 2016; Özkent, 2010). Nostalji unsuru, incelenen iki medyada da izleyicinin/okuyucunun karşısına çıkmıştır. Çizgi filmlerden bahsetmek gerekirse nostalji, TRT Çocuk'un, minikaGO'dan daha fazla postmodern unsur bulundurduğu nadir öğelerden biridir. TRT Çocuk kanalında yer alan çizgi filmler daha çok eski yılları, geçmiş dönem insanlarını anımsatan şekildedir. Çocukların mahallede eski oyunları oynaması, komşuluğun devam etmesi; günümüzde kullanılmayan eşyaların hâlâ evlerde ve iş yerlerinde bulunması nostalji ögesinin varlığını ispat eder. Hatta çizgi filmlerin müziği bile geçmişi hatırlatır. minikaGO'da yer alan çizgi filmlerden sadece SB'de nostaljiye rastlanmaktadır. Bu çizgi filmde ileri teknoloji unsurlar olduğu kadar nostaljiye de yer verilmiştir. Örneğin bir yanda uçan arabalar varken bir yanda antenli küçük televizyonlar vardır. Benzer şekilde dergilerde de nostalji ögesi bulunmaktadır. TRT Çocuk Dergisi ve minikaGO dergisinin her sayısında nostalji unsuruna rastlanılırken diğer dergilerin sadece bir sayısında nostalji ögesi bulunmaktadır.

Postmodernizmin belirgin özelliklerinden biri de zaman kavramının belirsiz olmasıdır. İncelenen dergi ve çizgi filmlerde de iç içe geçmiş zaman kavramına sıkça rastlanmaktadır. Nostalji ögesinde olduğu gibi zaman kavramı da TRT Çocuk'ta, minikaGO'ya göre daha çok bulunmaktadır. TRT Çocuk kanalında E ve A; minikaGO'da ise sadece SB çizgi filminde iç içe geçmiş zaman söz konusudur. Söz gelimi A'da çevirmeli eski telefonlardan varken bir sonraki sahnede dron kullanan çocuklar görülmektedir. Bu da geçmiş zaman ile şimdiki zamanın bir arada kullanılmasına örnektir. Benzer şekilde dergilerde de zaman unsurunun var olduğu görülmektedir. minikaÇOCUK hariç diğer dergilerde zaman ögesinin varlığından söz edilmektedir. Bu dergilerde zaman kavramı bazen geçmişte yaşamış şahsiyetlerin üzerinden bazen de eski ve modern araçların bir arada kullanılmasıyla verilmektedir.

Çizgi filmlerde rastlanan postmodern söylemlerden bir diğeri de pastıştır. Pastiş, bir sanat eserinin, bir filmin veya bir karakterin öykünerek benzerinin yapılmasıdır. Birçok medya aracında da pastişin izlerine rastlanmak mümkündür (Çon, 2018; Gürel & Alem, 2010; Koçak, 2012; Köker, 2017). minikaGO kanalında yer alan T, TC ve KK çizgi filmleri başlı başına bir pastiş örneğidir. T ve TC ünlü Transformers filmlerinden yapılmış bir pastişken; KK, Zaboomafoo adlı belgeselin ve sunucularının hayatının taklidi şeklinde yapılmıştır. TRT Çocuk'ta, RT'nin bir bölümü hariç pastişe rastlanmamıştır.

Postmodern medyada karşılaşılan bir diğer öge ise şiddettir. Bu öge çocuk medyasına da yansımaktadır. Yapılan birçok çalışma, çizgi filmlerde ve çocuklara hitap eden filmlerde şiddet öğelerinin var olduğunu ortaya koymaktadır (Balabanlar, 2020; Barker, 2021; Ghosh, 2020; Kara, 2007). Özellikle minikaGO'da KK hariç tüm çizgi filmlerde şiddet ögesiyle sıkça karşılaşılmaktadır. Şiddet kimi zaman yumruk yumruğa dövüşen robotlar kimi zaman birbirine ateş eden insanlar üzerinden izleyiciye açık bir şekilde verilmektedir. minikaGO kanalının aksine TRT Çocuk çizgi filmleri, şiddet ögesine yer vermemektedir. Benzer şekilde incelenen dergilerde de şiddet ögesi bulunmamaktadır.

İncelenen çizgi filmlerde karşılaşılan öğelerden biri de parodidir. Parodi ile görsel veya basılı medya araçlarında karşılaşmak mümkündür (Aulina & Hanifa,

2021; Con, 2019). Ünlü bir eserin veya olayın alaya alınmasıyla yapılan parodi ögesiyle sadece RT’de karşılaşmıştır.

Araştırmanın sonuçlarına göre postmodern söylemler, yerli ve yabancı yapımlar açısından değişiklik göstermektedir. Yabancı çizgi filmlerde yer alan postmodern unsurların, yerli çizgi filmlerde bulunan unsurlardan fazla olduğu tespit edilmiştir. TRT Çocuk’ta yer alan çizgi filmlerde; teknoloji daha geride, tüketim az ve olaylar şiddetten uzak bir biçimde verilmiştir. Beraberinde geçmişe dönüş ve nostaljiye olan özlem de bir hayli fazladır. minikaGO kanalında yayınlanan çizgi filmlere bakıldığında teknoloji, tüketim ve şiddet unsuruyla fazlaca karşılaşmıştır. Bu kanalda teknoloji ve çağa ayak uydurmuş çizgi filmler yer almakla beraber zaman ve nostalji öğelerine TRT Çocuk’a göre daha az rastlanmıştır. Yerli yapımlarda nostalji, pastiş ve zamanın sıkça kullanılması bu yapımların özgün olmadığını göstermektedir. Çünkü izleyeni geçmişe götüren, anıları hatırlatan, zaten herkes tarafından bilinen ve sevilen öğelerin çizgi filmlerde kullanılması bir bakıma kolay kaçmak demektir. TRT Çocuk çizgi filmleri daha geleneksel, postmodernizmden uzak ve hayal gücünü desteklemeyen nitelikteyken minikaGO çizgi filmleri; çağın gerektirdiği konuları işleyen, postmodern öğeler barındıran ve hayal gücünü geliştiren formattadır. Dergilere bakıldığında ise çizgi filmlerden farklı olarak postmodern öğelerin, yerli ve yabancı kaynaklar açısından değişiklik göstermediği dikkat çekmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgulardan hareketle TRT Çocuk’un, korumacı medya yaklaşımını benimsediği söylenebilir. Adı geçen kanal; çocukları şiddet, cinsellik, tüketim gibi iletilerden uzak tutarak onları korumayı amaçlamaktadır. Çocuklara nostaljik bir dünya izletip geçmişteki saf ve temiz toplum imajını kaybetmeyi reddetmekte ve hayatın gerçeklerinden uzak, tozpembe bir yaşam sunmaktadır. Zaten Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı’nda (2018) yer alan *“Millî kültürün korunabilmesi için kendi değerleriyle örülmüş ve bu değerleri taşıyan (ulusal sinema ürünleri, yerli TV dizileri, yerel folklorik ürünler, yerel mutfak, geleneksel oyunlar, masallarımız, yerel zanaat ve el işleri gibi) ürünler ortaya konması ve bunların yayılması hem ulusal hem de uluslararası bir ülkü olarak*

değerlendirilebilir.” maddesi bu durumu destekler niteliktedir. Benzer şekilde TRT Çocuk kanalındaki çizgi filmler de bu nitelikleri barındırdığı için içerisinde yer alan postmodern söylemler, minikaGO kanalına göre daha seyrekler. Bununla beraber tüketim açısından bakıldığında RTÜK’ün Görsel İşitsel Medyada Ticari İletişim Mevzuatı ve Uygulamaları’nda çocuk programlarında ürün yerleştirmeye izin verilmeyeceğine dair bir madde yer alır. Zaten bu bağlamda TRT Çocuk kanalına bakıldığında çıkan reklamların kanala ait dergi veya çocuklara hitap eden oyunlarla ilgili görülür. Bu da kanalın, ana akımı tüketim bağlamında desteklemediğini ve korumacı olduğunu gösterir.

minikaGO kanalı; minikaÇOCUK, minikaGO, Bilim ve Çocuk, Kafa Çocuk ve Bilim dergileri ve TRT Çocuk Dergisi’nin ise ana akım medya yaklaşımını benimsediği söylenebilir. Adı geçen medya araçları daha çok ekonomik bir politika izlemekte ve kâr elde etmeyi birincil amaç olarak görmektedir. Bu medya araçları, çok küçük yaştaki çocukları bile birer tüketici olarak kabul etmektedir. Bugün dünyada en çok kabul gören medya okuryazarlığı yaklaşımlarından olan ana akım yaklaşımına göre söz konusu medya araçlarında postmodern öğelere yer verilmesi doğal bir sonuçtur.

Çocuk medyasında tüketimin yoğun olarak sunulması, çocuklarda daha fazla tüketme isteği uyandıracaktır. Zaten tüketim toplumunda doğmuş olan çocukların, çizgi filmlerde ve dergilerde de bu denli yoğun tüketim söylemiyle karşı karşıya kalması doğru değildir. Buna karşın insan hayatında neredeyse başrol edinmiş olan teknolojik gereçlere özellikle yerli yapımlarda az yer verilmesi ise bir eksikliktir. Hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmiş teknolojiden kaçınmak mümkün olmadığı için çizgi filmlerde ve dergilerde teknolojik unsurların yeterince yer almaması çağı yakalayamamış yapımların ortaya çıktığının göstergesidir. Her ne kadar postmodernizmin doğasında yer alsın da pastiş, zaman ve parodi öğelerinin fazla kullanılması ise yaratıcılığın ve özgünlüğün kaybolmasına yol açmakta ve bu öğeleri kullanan yayın ve yapımların taklitçi olmasına neden olmaktadır. Ayrıca çocuk medyasında şiddet öğelerine sıkça ve ayan beyan yer vermek kadar hiç yer vermemek de yanlıştır. Çünkü bu, çocukları masum ve temiz bir dünyaya

hazırlamak, gerçek dünyayı sahte bir şekilde sunmak demektir. Bu gibi unsurlar, çocuklar için bir filtreden geçirilerek çizgi film ve dergilerde az miktarda kendine yer bulabilir. Söz gelimi akran zorbalığına maruz bırakılan bir çocuğun hisleri medyada konu edilebilir.

Sonuç olarak postmodernizmin ocuk medyasında da varlığını sürdürdüğü ortaya çıkmıştır. Postmodern söylemler, çizgi filmlerde ve dergilerde benzer unsurlar üzerinden verilmiştir. Postmodernizm izgi filmlere teknoloji, tüketim, şiddet, nostalji, pastış, zaman ve parodi; dergilere tüketim, teknoloji, nostalji ve zaman olarak yansımıştır.

Postmodernizm, tüm dünyayı etkisi altına almış bir akımdır ve bu akımdan kaçmak mümkün değildir. Dizi, reklam, haber gibi pek çok medya kaynağında postmodern unsurları gören çocuklara, postmodernizmden uzak medya kaynakları hazırlamak çocuklarda çatışmaya yol açacaktır. Bu yüzden ocuk medyasında bulunan postmodern unsurların beslendiği tüm kaynaklara yer vermek yerine bu unsurları eleyerek ve sadeleştirerek vermek daha doğru olacaktır.

Araştırmanın sonuçlarından yola çıkarak çocuklara hitap eden medyalarda çocukları dış dünyaya hazırlamakta yetersiz olan korumacı yaklaşımın izlerinin azaltılması gerektiği söylenmelidir. Diğer yandan özgün ve yaratıcı yapımların ortaya konarak çocukların hayal gücünün desteklenmesi için pastış ve nostalji ögelerinin kararında kullanılmasına dikkat edilmelidir. Beraberinde tüketim ve şiddet gibi unsurlar verilirken aşırıya kaılmamasına zen gösterilmelidir.

Öğretmenler, eleştirel yaklaşımı benimseyerek ğrencilerinin bilinç kazanmaları konusunda onlara bakış açısı kazandırmalıdır. Velilerin de bu konuda bilgi sahibi olması için eğitici seminerler düzenlenmelidir.

KAYNAKÇA

- AKÖREN, A.N. (2018). Çizgi film ve animasyon eğitiminde son eğilimler. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim*, (2).
- AKVERAN, S. (2018). Ana akım medya alternatif medya ihtiyacı ve etik. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 1(1), 10-31.
- AKYILDIZ, H.B. (2018). *Batı edebiyatında akımlar 1*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- ALPAY, M. (1980). Türk çocuk edebiyatı. *Güney Doğu Araştırmaları Dergisi*, 8(9), 167-175.
- ALTUN, A. (2014). Medya okuryazarlığı eğitimine yönelik Türkçe yayınlar: bir bibliyografya denemesi. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, 4(9), 5-15.
- ASLAN, H. (2019). *Mehmet Eroğlu'nun romanlarında postmodern unsurlar*. Ordu Üniversitesi, yayımlanmamış yüksek lisans tezi.
- AULINA, W., & HANİFA, S. (2021). Irony and parody in jacqueline woodson's harbor me: a postmodernism study. *Prosodi*, 15(1), 44-50.
- AYDOĞDU, Y. (2017). Postmodern anlatıda bir imkân olarak üstkurmaca (metafiction) ve murathan mungan öykülerine yansımaları. *Journal of International Social Research*, 10(52).
- AYTEKİN, M. (2014). Postmodern bir kitle iletişim aracı olarak televizyon. *Atatürk İletişim Dergisi*, (7), 127-142.
- AZİZAĞAOĞLU, A., & ALTUNIŞIK, R. (2012). Postmodernizm, sembolik tüketim ve marka. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 33-50.
- BALABANLAR, A. (2020). Sinemada şiddet olgusu bağlamında "John Wick". *Kurgu*, 28(1), 244-255.
- BARKER, J. (2021). Quentin Tarantino's cartoon violence. *Animation*, 16(1-2), 51-63.

- BAYRAKTAR, G. (2018). Natüralizmin Alman edebiyatına etkisi. *Uluslararası Toplumsal Bilimler Dergisi*, 2(1), 23-32.
- BAYRAKTAROĞLU, A. & UĞUR, U. (2011). Postmodern sinemada filmlerarasılık bağlamında pastiş ve parodi. *Art-e Sanat Dergisi*, 4(7), 1-20.
- BİNARK, M. & BEK, M.G. (2010). *Eleştirel medya okuryazarlığı. Kuramsal yaklaşımlar ve uygulamalar*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- BOSTANCI, M. (2019). Medya okuryazarlığı. *Ankara: Nobel Yayınevi*.
- BOZDAĞ, Ö. S. (2013). İffet'te Emile Zola ve naturalizm etkisi. *Folklor/Edebiyat*, 19(76), 233-239.
- BOWEN, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative research journal*, 9(2), 27-40.
- BUCKINGHAM, D. (1998). Media education in the UK: moving beyond protectionism. *Journal of communication*, 48(1), 33-43.
- BUCKINGHAM, D., WILLETT, R. & PİNİ, M. (2011). Learning video: the making of media literacy. in home truths?: video production and domestic life (pp. 107–141). *University of Michigan Press*.
- BÜYÜKDÜVENCİ, S. & ÖZTÜRK, S.R. (2014). *Postmodernizm ve Sinema*. Ankara: Dipnot Yayınevi.
- CANTONE, L., COVA, B., & TESTA, P. (2020). Nostalgia and pastiche in the post-postmodern zeitgeist: The 'postcar' from Italy. *Marketing Theory*, 20(4), 481-500.
- CHRİST, W. G. & POTTER, W. J. (1998). Media literacy, media education, and the academy. *Journal of communication*, 48(1), 5-15.
- CONLON, T. (2002). Bilgi teknolojisi, eğitim ve postmodernizm. çev.: E. Zereyak ve E. Genç, *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 1(2), 269-278.
- ÇALIŞIR, G. & SÖNMEZ, G. (2020). Bir Olgubilim Çalışması: İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Medyaya ve Medya Okuryazarlığına Bakış Açılarının

- Belirlenmesi. *The Journal of International Scientific Researches*, 5(2), 128-142.
- ÇETİŞLİ, İ. (2014). *Bat edebiyatında edebi akımlar*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- ÇON, G. B. (2018). Animasyon sinemasında postmodern anlatı: Shrek filmi analizi. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 1(1), 81-100.
- ÇON, G. B. (2019). *Animasyon sinemasında postmodern anlatı: Shrek ve Ralph Breaks the Internet örnekleri*. Ankara Hacı Bayram Üniversitesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- DEMİR, K. (2016). Osmanlı'da dergiciliğin doğuşu ve gelişimi (1849-1923). *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9, 71-112.
- DEMİREL, S. & YEGEN, C. (2015). Tüketim, postmodernizm ve kapitalizm örgüsü. *Ankara Üniversitesi İLEF Dergisi*, 2(1), 115-138.
- ERDEMİR, F. (2009). Postmodern sinemada kahramanın dönüşümü. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (35), 21-40.
- FIRAT, T. E. (2019). Postmodern bağlamda parodi, ironi ve Absürd'ün Zaytung örneğinde yeniden üretimine ilişkin bir içerik analizi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(2), 426-438.
- GEDİK, E. (2016). Bir tüketim kültürü ürünü olarak anti-kahraman erkek imajları. *ViraVerita E-Dergi*, (4), 37-58.
- GEZMEN, B. (2019). Bir eğitim aracı olarak çocuk dergileri: "Mavi Kırılma" çocuk dergisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 59-80.
- GHOSH, S. (2020). Study of overt aggression & moral judgement in relation to age among cartoon & non-cartoon watcher students. *A Global Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(3).
- GÖKTEPE, M. (2020). Romantizm sanat akımı ve sanatçıları üzerine bir değerlendirme. *Journal of arts*, 3(1), 45-66.

- GÖNENÇ, A. Y. (2007). Türkiye'de dergiciliğin tarihsel gelişimi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (29).
- GÖRSEL1. <https://kayiprihtim.com/haberler/sinema/yeni-transformers-vizyon-tarihi/>
- GÖRSEL2. <https://apkpure.com/tr/the-amazing-battle-of-tobot/com.blownsystem.amazingbattletobot>
- GÖRSEL3. <https://www.minikago.com.tr/programlar/transformers-cyberverse>
- GÖRSEL4. <https://www.yeniakit.com.tr/haber/yagitaydan-matrix-karari-192240.html>
- GÖRSEL5. <https://www.youtube.com/watch?v=JRoGK8ee8xw> ekran görüntüsü.
- GÖRSEL6. <https://elcomercio.pe/tvmas/series/zoboomafoo-jovian-famoso-lemur-serie-murio-300347-noticia/>
- GÖRSEL7. <https://www.minikago.com.tr/programlar/kratt-kardesler>
- GÖRSEL8. <https://www.youtube.com/watch?v=qVsSdb5VdV0> ekran görüntüsü.
- GÖRSEL9. https://www.youtube.com/watch?v=Y18tN_tF3ec ekran görüntüsü.
- GÖRSEL10. <https://www.trtcocuk.net.tr/video/emiray-1> ekran görüntüsü.
- GÖRSEL11. <https://www.trtcocuk.net.tr/video/rafadan-tayfa-1> ekran görüntüsü.
- GÖRSEL12. minikaÇOCUK: Sayı: 45, Eylül, 2020, (s.7).
- GÖRSEL13. minikaÇOCUK: Sayı: 45, Eylül, 2020, (s.26).
- GÖRSEL14. Bilim Çocuk: Sayı: 263, Kasım, 2019, (s.23).
- GÖRSEL15. Bilim Çocuk: Sayı: 273, Kasım, 2019, (s.17)
- GÜMÜŞ, S. (2019). *Modernizm ve postmodernizm*. İstanbul: Can Yayınları
- GÜNGÖR, M. (2017). Oyun ve üstkurmaca bağlamında bir animasyon okuma denemesi: wreck-it ralph. *Hikmet-akademik edebiyat dergisi (Online)*, 195-204.

- GÜREL, E., & ALEM, J. (2010). Postmodern bir durum komedisi üzerine içerik analizi: simpsonlar. *Journal of International Social Research*, 3(10).
- GÜVEN, E. B. (2020). Romanda postmodern öğeler. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (19), 378-386.
- GÜZEL, E. & OKAN, E. Y. (2016). Nostaljiye genç bakış: nostalji içerikli reklamların postmodern bireyler üzerindeki etkisi. *Business and Economics Research Journal*, 7(3), 137.
- HATİPLER, M. (2017). Postmodernizm, tüketim, popüler kültür ve medya. *Bilgi*, 19(1).
- HATİPLER, M. (2019). Modernizm ve post-modernizm arasında sosyal politika. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 4(2), 410-424.
- HOBBS, R., & JENSEN, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of media literacy education*, 1(1), 1.
- HOBBS, R. (2011). The state of media literacy: a response to Potter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(3), 419-430.
- HOBBS, R., CABRAL, N., EBRAHİMİ, A., YOON, J. & AL-HUMAİDAN, R. (2011). Field-based teacher education in elementary media literacy as a means to promote global understanding. *Action in Teacher Education*, 33(2), 144-156.
- HOLLİNGER, R. (2005). *Postmodernizm ve sosyal bilimler. Tematik bir yaklaşım*. İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- INGLEHART, R. (2000). Globalization and postmodern values. *Washington Quarterly*, 23(1), 215-228.
- IŞIKSALAN, N. (2007). Postmodern öğretisi ve bir postmodern roman çözümlemesi: kara kitap/Orhan Pamuk. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 7(2).
- IŞIKTAN, F. (2019). Çağdaş seramik sanatında ifade aracı olarak robot/robotikler. *International Social Sciences Studies Journal*, 5(30), 595-600.

- IYORZA, S. (2018). The media consumer theories and emergent constructs in post-post modern advertising in Nigeria. *Theatre and Media in the Third Millenium*.
- İSPİR, N. & KAYA, Z. (2011). Sinemada postmodern arayışlar. *Atatürk iletişim dergisi*, (2), 81-99.
- JAMESON, F., LYOTARD, J. F., HABERMAS, J. & ZEKÂ, N. (1994). *Postmodernizm*. İstanbul: Kıyı Yayınları.
- JOLLS, T. & THOMAN, E. (2008). *21.Yüzyıl okuryazarlığı*. (Çev. Cevat Elma ve Alper Kesten) Ankara: Ekinoks Yayınları.
- KABA, F. (2014). Çizgi filmlerde grafik ifade ve konu açısından kültürel etkiler: Türk çizgi film örnekleri. *Selçuk iletişim*, 8(3), 163-181.
- KALAN, Ö. G. (2010). Medya okuryazarlığı ve okul öncesi çocuk: ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinci üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(39), 59-73.
- KARA, Ş. (2007). Fantastik çocuk kitaplarında uzamın imgesel işlevi ve şiddet. *Cankaya University Journal of Arts and Sciences*, 1(7), 61-72.
- KARABOĞA, M. T. (2017). Eleştirel bakış açısıyla medya okuryazarlığı eğitimi. In *Mediterranean International Congress on Social Sciences*, 10-13.
- KARABULUT, M. S. U. & SARITAŞ, A. G. U. (2018). Postmodern bir roman incelemesi: galiz kahraman. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5, 20, 1-12.
- KARADENİZ, C. (2017). Postmodern müzede kadın. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1).
- KARADOĞAN, A. (2005). Postmodern sinema mı film mi?. *İletişim Araştırmaları*, 3(1-2), 133-160.
- KARADUMAN, S. (2010). Modernizmden postmodernizme kimliğin yapısal dönüşümü. *Journal of Yaşar University*, 5(17), 2886-2899.

- KAYPAK, Ş. (2013). Modernizmden postmodernizme değişen kentleşme. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 2(4), 80-95.
- KEFELİ, E. (2020). *Batı edebiyatında akımlar*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- KELLNER, D. & SHARE, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the cultural politics of education*, 26(3), 369-386.
- KIRAN, Ö. (2020). Temel yaklaşımlar açısından medya okuryazarlığı eğitimi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(3), 233-248.
- KIRBAŞOĞLU KILIÇ, L. & BAYRAM, B. (2014). Postmodernizm ve eğitim. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 3(1), 368-376.
- KIRILMAZ, H. & AYPARÇASI, F. (2016). Modernizm ve postmodernizm süreçlerinin tüketim kültürüne yansımaları. *İnsan ve İnsan*, 3(8).
- KOZLU, D. (2009). Modernizm sonrası postmodern hareket içinde kadının yeri. *Art-e Sanat Dergisi*, 2(3), 1-15.
- KÖKER, S. (2017). Postmodernizmin çocuk animasyon filmlerine tesiri bağlamında otel transilvanya I-II örneği. *Türk ve İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(10).
- KÖSE, S. (2019). Postmodern filmlerde popüler kültür ve tüketim kültürü: Dövüş Kulübü ve Truman Show. *Selçuk Üniversitesi. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*.
- KURDAŞ, M. Ç. (2019). Postmodern şiddet ve sinema. *Journal of Social Sciences/Sosyal Bilimler Dergisi*, 33.
- KURT, A. & KÜRÜM, D. (2010). Medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişki: Kavramsal bir bakış. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 20-34.

- KÜÇÜK, S. (2010). İlk Türkçe çocuk dergileri ve “çocuklara mahsus gazete”. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (24), 221-257.
- LAUGHEY, D. (2010). *Medya Çalışmaları*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- LEONTYEVA, T. V. (2019). Family values in the animated content of internet space. *Contemporary Problems of Social Work*, 5(1), 76-83.
- LYOTARD, J.F. (1997). *Postmodern durum*.(çev. Ahmet Çiğdem). Ankara: Vadi Yayınları.
- MCROBBİE, A. (2013). *Postmodernizm ve popüler kültür*. (çev. Almila Özdek.) İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
- MEB. (2018). *Medya okuryazarlığı dersi öğretim programı*.
- MEB. (2019). *Türkçe dersi öğretim programı*.
- MEB. & RTÜK. (2006). *İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programı ve kılavuzu*.
- MEERBERGEN, S. V. (2012). Play, parody, intertextuality and interaction: Postmodern Flemish picture books as semiotic playgrounds. *Nordic Journal of ChildLit Aesthetics*, 3(1), 20075.
- MENDOZA, K. (2009). Surveying parental mediation: Connections, challenges and questions for media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 3.
- MILES, M. B. & HUBERMAN, A. M. (2016). *Nitel veri analizi. 2. Baskı*. Ankara: Pegem Akademi.
- MOGALAKWE, M. (2006). The use of documentary research methods in social research. *African Sociological Review/Revue Africaine De Sociologie*, 10(1), 221-230.
- NAİDİTCH, F. (2013). A media literate approach to developing diversity education. *Journal of Media Literacy Education*, 5(1), 6.

- OLCAY, T. (2008). 19. yy. Rus edebiyatında romantizm üzerine. *Atatürk Üniversitesi Kâzım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (17), 367-381.
- ORKUNOĞLU, Y. (2007). *Nietzsche ve postmodernizmin gerçek yüzü*. İstanbul: Ceylan Yayınları.
- ORUÇ, Ş. & ATEŞ, H. (2019). Ders materyali olarak trt çocuk dergisinin sosyal bilgiler programı açısından incelenmesi. *Uluslararası Ders Kitapları ve Eğitim Materyalleri Dergisi*, 2(1), 76-103.
- ÖZDEM, Ö. O. & GEÇİT, E. (2013). Postmodern sanat akımları ve reklamlara yansımaları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36), 152-164.
- ÖZKENT, Y. (2020). Postmodernizmi Netflix'ten seyretmek: metinlerarasılıktan nostaljiye stranger things. *Moment Dergi*, 7(2), 314-333.
- ÖZONUR, D. & ÖZALPMAN, D. (2009). Türkiye'de medya okuryazarlığı projesi üzerine bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*, (15), 195-212.
- ÖZORAN, B. A. (2017). Modernite ve postmodernite kavramları çerçevesinde reklamlar: hürriyet gazetesi örneği. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(19), 2261-2286.
- ÖZSEVGİ, Y. (2017). Postmodernizm üzerine. *Journal of International Social Research*, 10(54), 135-142.
- ÖZTÜRK, M. H. (2019). *Bir kitle iletişim aracı olarak sinema ve postmodern sinema ile algı yönetimi*. Marmara Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- ÖZTÜRK, T. A. (2015). Postmodernizmin zaman algısı: “Müzikte nostalji modası”. *Medeniyet Sanat Dergisi*, 1(1), 31-41.
- PATTON, M.Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- PELTEKOĞLU, F. (1995). Dergiciliğin gelişimi ve Türkiye'de kadın dergileri. *Marmara İletişim Dergisi*, 9(9), 113-140.

- PİÑEİRO, A. (2020). Postmodern pastiche: John Banville/pastiche pós-moderno tarafından Bayan Osmond örneği: O Caso de Mrs. Osmond, John Banville de. *ABEI Dergisi*, 22 (1), 121-134.
- POSTMAN, N. (1984). Social science as theology. *ETC: A Review of General Semantics*, 41(1), 22-32.
- POSTMAN, N. (1987). The blurring of childhood and the media. *Religious Education*, 82(2), 293-295.
- POTTER, W.J. (2005). Media literacy: 3rd Edition. Sage Publications. (çev. A.D.Yazgan) Thousand Oaks. U.S.
- ROBERTSON, L., & HUGHES, J. M. (2011). Investigating preservice teachers' understandings of critical media literacy. *Language and Literacy*, 13(2), 37-53.
- SAFA, P. (2007). *Edebi akımlar ve fikir cereyanları*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- SARI, B. (2019). Modernizmden postmodernizme tüketimin evrimi ve ekonomi politliğini anlamak. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 554-568.
- SARI, E. (2015). Türkiye'de medya okuryazarlığı eğitimi ve nefret söylemi. *İletişim: araştırmaları*, 13(2), 33-66.
- SARUP, M. (1995). *Post-yapısalcılık ve postmodernizm*. (çev: A. B. Güçlü). Ankara: Ark Yayınevi.
- SAZYEK, H. (2002). Türk romanında postmodernist yöntemler ve yönelimler. *Hece Dergisi*, 493-509.
- SOKOLOVA, M. V. (2011). Modern cartoon characters in children play and toys. *Psychological Science And Education*, 2, 49-54.
- SOMUNCUOĞLU ÖZOT, G. (2014). Postmodern roman: kurgu, dil ve kişiler kadrosu. *Turkish Studies*, 9(6), 973-987.
- ŞAHİN, D. (2013). Postmodernizm ve fotoğraf. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(46), 255-263.

- ŞİMŞEK, H. (2001). XIX. Yüzyıl çocuk dergiciliği ve eğitsel işlevleri üzerine. *Milli Eğitim Dergisi*, 151, 1-9.
- ŞİMŞEK, T. (2014). Çocuk edebiyatı tarihine ön söz. *Türk Dili Dergisi*, 7(756), 15-58.
- TATAR, O. (2012). *Postmodern süreçte fotoğraf sanatında çıplak beden kullanımı*. DEÜ Güzel Sanatlar Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- THOMAN, E., & JOLLS, T. (2004). Media literacy—a national priority for a changing world. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 18-29.
- TİMUR, K. (2017). Kural tanımayan bir ideoloji: postmodernizm. *Hikmet-akademik edebiyat dergisi*, 1-9.
- UÇUK, C. & BUYRUK L. (2020). Postmodernizmin Türk mutfak kültürüne etkileri üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 4(2), 270-286.
- ÜNLÜ, R. & ELİRİ, I. (2020). Resim sanatında gerçekçi temsili; klasisizm, oryantalizm ve fotorealizm akımlarının ortak yönleri. *International Journal of Social, Political and Economic Research*, 7(4), 1010-1022.
- VENKATESH, A. (1996). New visions of information technology and postmodernism: Implications for advertising and marketing communications. In *The information superhighway and private households*, Physica-Verlag HD, 319-337.
- VİVLİ, O. (2020). *Batı edebiyatında akımlar*. Ankara: Günce Yayınları
- WHITEAD, M. (2012). *Animasyon filmler*. (çev. A Turuskan). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- YAKAR, Y. M. & YILMAZ, O. (2015). Beyazbulut Dergisi'nde yer alan kurgusal metinlerdeki karakterlerin çatışmaları çözme biçimleri. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 57-66.

- YAPRAK, T., KIYMAZ, M. S. & SERMİSAKÇI, E. (2015). Postmodernizm, Orhan Pamuk'un postmodern romanları ve kafamda bir tuhafılık. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(10), 651-685.
- YAŞAR, Ş. (2001). *İlk çocuk dergilerinden mümeyiz*. Marmara Üniversitesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- YILDIRIM, A. & ŞİMŞEK H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YILDIZ, H. (2005). Postmodernizm nedir? *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 153-166.
- YİĞİTBAŞI, K. G. (2014). Türkiye'de çocuk dergiciliği: Trt çocuk dergisi örneği.
- YOON, H. & MALECKİ, E. J. (2010). Cartoon planet: worlds of production and global production networks in the animation industry. *Industrial and Corporate Change*, 19(1), 239-271.

İNCELENEN BÖLÜMLER

<https://www.trtcocuk.net.tr/video/emiray-1>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/emiray-2>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/emiray-12>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/emiray-33>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/emiray-39>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/rafadan-tayfa-1>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/rafadan-tayfa-10>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/rafadan-tayfa-21>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/rafadan-tayfa-34>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/rafadan-tayfa-82>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/elif-ve-arkadaslari-1>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/elif-ve-arkadaslari-9>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/elif-ve-arkadaslari-15>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/elif-ve-arkadaslari-21>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/elif-ve-arkadaslari-33>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/aslan-1>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/aslan-29>
<https://www.youtube.com/watch?v=zYu8s7P-tu0>
<https://www.youtube.com/watch?v=4MvtEDfNQYY>
<https://www.youtube.com/watch?v=EdhEw63YhLg>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/piril-1>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/piril-6>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/piril-9>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/piril-16>
<https://www.trtcocuk.net.tr/video/piril-25>
<https://www.minikago.com.tr/webtv/tobot/bolum/tobot-1sezon-1bolum>
<https://www.youtube.com/watch?v=JRoGK8ee8xw>
<https://www.youtube.com/watch?v=kxAhByiMot8>

<https://www.youtube.com/watch?v=cz-GmzR3iso>
https://www.youtube.com/watch?v=H9_XXDIDmE
<https://www.minikago.com.tr/webtv/ben-ve-robotum/bolum/ben-ve-robotum-1-bolum>
<https://www.minikago.com.tr/webtv/ben-ve-robotum/bolum/ben-ve-robotum-2-bolum>
<https://www.minikago.com.tr/webtv/ben-ve-robotum/bolum/ben-ve-robotum-3-bolum>
<https://www.minikago.com.tr/webtv/ben-ve-robotum/bolum/ben-ve-robotum-4-bolum>
<https://www.minikago.com.tr/webtv/ben-ve-robotum/bolum/ben-ve-robotum-5-bolum>
<https://www.youtube.com/watch?v=IWQAZGoNUTY>
<https://www.youtube.com/watch?v=bS0u2x884cY>
<https://www.youtube.com/watch?v=m6yQQ37epLI>
<https://www.youtube.com/watch?v=KaBBcGpVf0Q>
<https://www.youtube.com/watch?v=HykUVuOgTb8>
<https://www.minikago.com.tr/webtv/sonic-boom/bolum/sonic-boom-1-bolum>
<https://www.youtube.com/watch?v=GHggYv6oAoA>
<https://www.youtube.com/watch?v=qVsSDb5VdV0>
https://www.youtube.com/watch?v=Y18tN_tF3ec
<https://www.youtube.com/watch?v=ExcvbxRrQxI>
<https://www.minikago.com.tr/webtv/kratt-kardesler/bolum/kratt-kardesler-3sezon-3bolum>
<https://www.youtube.com/watch?v=7WDAuf9ZOQQ>
<https://www.youtube.com/watch?v=Sk1Bx32a2Q0>
<https://www.youtube.com/watch?v=dxfb967qzsg>
<https://www.youtube.com/watch?v=9WCmykAcTE>

İNCELENEN SAYILAR

Bilim Çocuk: Sayı: 258, Haziran, 2019.
Bilim Çocuk: Sayı: 260, Ağustos, 2019.
Bilim Çocuk: Sayı: 263, Kasım, 2019.
Bilim Çocuk: Sayı: 265, Ocak, 2020.
Bilim Çocuk: Sayı: 273, Eylül, 2020.
minikaÇOCUK: Sayı: 31, Temmuz, 2019.
minikaÇOCUK: Sayı: 35, Kasım, 2019.
minikaÇOCUK: Sayı: 37, Ocak, 2020.
minikaÇOCUK: Sayı: 41, Mayıs, 2020.
minikaÇOCUK: Sayı: 45, Eylül, 2020.
minikaGO: Sayı: 35, Kasım, 2019.
minikaGO: Sayı: 36, Aralık, 2019.
minikaGO: Sayı: 39, Mart, 2020.
minikaGO: Sayı: 42, Haziran, 2020.
minikaGO: Sayı: 47, Kasım, 2020.
Kafa Çocuk ve Bilim: Sayı: 1, Ekim, 2019.
Kafa Çocuk ve Bilim: Sayı: 11, Ağustos, 2020.
Kafa Çocuk ve Bilim: Sayı: 14, Kasım, 2020.
Kafa Çocuk ve Bilim: Sayı: 3, Aralık, 2019.
Kafa Çocuk ve Bilim: Sayı: 9, Haziran, 2020.
TRT Çocuk Dergisi: Sayı: 100, Ocak, 2019.
TRT Çocuk Dergisi: Sayı: 105, Haziran, 2019.
TRT Çocuk Dergisi: Sayı: 118, Temmuz, 2020.
TRT Çocuk Dergisi: Sayı: 122, Kasım, 2020.
TRT Çocuk Dergisi: Sayı: 123, Aralık, 2020.

EKLER

EK-1 Sonic Boom çizgi filminin 2.sezon 25.bölümüne ait veriler

Çizgi Film	Karakter	Dakika	İşitsel Kod	Görsel Kod	Kategori
Sonic Boom 2.sezon 25. Bölüm	-	0.26		Eski model küçük tüplü televizyondan belgesel izliyorlar.	Nostalji
	-	0.33	Tvde bir reklam çıkar. <i>Merhaba arkadaşlar mehburger şimdi en fazla 30 dkde eve teslim ediyor. Geç gelirse bedava. Hadi hemen gelin buraya. Onlar da hemen sipariş ediyor.</i>		Tüketim
	-	2.02		Robot garson mehburgeri hazırlar.	Teknoloji
	Sonic	2.10		Sonic işinin karşılığı olarak sosisli sandviç alır.	Tüketim
	-	2.16		Sürekli mehburger siparişi alırlar.	Tüketim
	Dr. Eggman	3.44	Turşulu sandviçlerim nerede?		Tüketim
	Sonic	3.57	Sonic reklama çıkar. <i>Mehburger en fazla 3 dkde teslim ediyor. Geç gelirse bedava.</i>		Tüketim
	Dr. Eggman	4.06	<i>Bu çöpü istemiyorum artık mehburger istiyorum.</i>	Reklamı izleyen Eggman mehburger ister.	Tüketim
	Knuckles	6.19	<i>O yiyecekleri evler İnden çıkmak istemeyen insanlara teslim et Sonic.</i>		Tüketim
	Dr. Eggman	7.45		Eggman Yakar Bot'a ateş eder. Bot ortadan ikiye ayrılır. Bot'tan dumanlar çıkar.	Şiddet

EK-2 Bilim ve Çocuk dergisinin 260.sayısına ait veriler

Dergi Adı/Sayısı	Sayfa	Görsel/Yazılı İleti	Kategori
Bilim ve Çocuk 260.Sayı	İç kapak	<i>Eğlenerek keşfediyorum. Yıllık abonelik 72tl yerine sadece 50 TL.</i>	Tüketim
	5	<i>Astronotlar Yapay Deriyle İyileşebilecek</i>	Teknoloji
	6	<i>Hubble Uzay Teleskobu 'yla yapılan gözlemler sonucunda atmosferinden magnezyum ve demir yayan bir ötegezegen keşfedildi.</i>	Teknoloji
	8-9	Simit ve Peynir'le Bilim İnsanı Öyküleri köşesinde eski bilim insanları tanıtılıyor. Eski resimler, nostaljik eşyalar vs. oluyor.	Zaman
	10	Yeni model bir fotoğraf makinesi fotoğrafı bulunuyor.	Teknoloji
	11	Eski fotoğraf makinesi ile yeni modeller aynı sayfada verilmiş.	Zaman
	12-13	Havadan ve su altından foto çeken iki kişinin fotoğrafı var. Yanlarında hava fotoğrafçılığı ve su altı fotoğrafçılığı hakkında bilgi verilmiş.	Teknoloji
	17	Foto-bombalama yöntemi tanıtılırken bu yöntemin ilk örneği olan fotoğrafa yer verilmiş. Aşağıda son dönem foto-bombalama örnekleri var.	Zaman
	24	<i>TÜBİTAK POPÜLER BİLİM KİTAPLARI</i> reklamı	Tüketim
	34	Teleskopla gökyüzünü seyreden iki çocuk resmi	Teknoloji
	35	Teleskopla gökyüzünü seyreden iki adamın fotoğrafı	Teknoloji
	38-39	Teleskopla gökyüzünü izleyen bir sürü insanın resmi	Teknoloji
	39	Elinde kutu içecek ve pipet olan bir adam resmi	Tüketim
	44-45	Ay'a Nasıl Gidilir metninde roketin parçaları tanıtılmış. <i>Yakıtları bittiğinde ilk iki yakıt taşıyıcı roketten sırasıyla ayrıldı.</i>	Teknoloji
	45	Aşağıda Ay'a çıkmış iki astronot resmi var.	Teknoloji
	56	Kitap tanıtımı	Tüketim
	Arka iç kapak	Bilim Her Yaşta Bizimle	Tüketim