YIL / YEAR: 11 CILT / VOLUME: 11 SAYI / ISSUE: 21

GİRESUN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

The Black Sea Journal of Social Sciences

KARADENİZ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

E-ISSN: 2602-3407 SONBAHAR / AUTUMN 2019

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
GİRESUN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GIRESUN UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

KARADENİZ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

THE BLACK SEA JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

KARADENİZ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ YILDA İKİ KEZ YAYINLANAN
(HAZİRAN-ARALIK)
ULUSLARARASI HAKEMLİ BİR DERGİDİR.

THE BLACK SEA JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES IS A PEER REVIEWED INTERNATIONAL JOURNAL PUBLISHED BIANNUALY (JUNE – DECEMBER).

SONBAHAR / AUTUMN 2019

YıL / YEAR: 11

CİLT : 11

SAYI : 21

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Bu sayıda yer alan tüm çalışmalar, araştırma makalesidir.

Türkiye Futbol Federasyonu 2. Liginde Futbol Oynayan Erkek Sporcuların Saldırganlık ve Benlik Saygısı Durumlarının Karşılaştırılması 239
Comparing Male 2nd League TFF-member Soccer Players' Sense of Aggression versus their Sense of Self-Esteem
Kürşad Han DÖNMEZ, Şevki KOLUKISA, Rıdvan TÜRKERİ

Mobil Öğrenme: 2015 – 2019 Çalışmalarına Yönelik Bir İçerik Analizi 251
Mobil Learning: A Content Analysis of Publications from 2015 - 2019
Aycan KAVAKLI, İlker YAKIN

Lise Öğrencilerinin Okul Terki Riskine İlişkin Görüşleri 269
Views of High School Students About Dropout Risks
Rahman ÇAKIR, Canan ÇOLAK

İbrahim Bey Haydaroğlu'nun Dağıstan'daki Din Eğitimi Sürecine Katkıları 287
İbrahim Bey Haydaroğlu's Contributions to the Process of Religious Education in Dagestan
Alim Emin YUSUFOĞLU

İlköğretim Matematik Öğretmen Adaylarının Matematik Eğitim ve Alan Derslerine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi 305
Primary Schooll Mathematıcs Teacher Candidates Mathematıcs Educatıon and Lecture on Specıalızed Field Indentıfıcatıon of Attıtudes
Hasan Hüseyin AKSU, Mücahit KIDIL

Türkçe Öğretmenleri İie Türkçe Öğretmeni Adaylarının Türkçe Ders Kitaplarındaki Metinlerle İlgili Görüşleri 323
Teachers and Prospective Teachers with Texts in Textbooks Related Feedback
Mustafa KAYA, Mehmet Nuri KARDAŞ

Ailede Yaşlı Bakım Rolünü Üstlenen Kadınların Bakıma İlişkin Görüşleri: Giresun İli Örneği 343
Women Assuming Care of the Elderly in the Family and Their Opinions: Example of Giresun Province in Turkey
Gülşah DOĞANAY, Seval GÜVEN

Milletvekili Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri: 24 Haziran Genel Seçimleri Elazığ ve Eskişehir Örneği 359
Social Media Usage Levels of MP Candidates: June 24th General Elections Elazığ and Eskişehir Case
Adem DOĞAN, Gökhan ALPTEKİN

Muhasebe Meslek Adaylarının (Stajyerlerinin) Sorunları ve Beklentileri: Giresun Özelinde Bir Araştırma 377
Issues and Expectations of Candidates (Trainees) in Accounting Profession: A Specific Research for Giresun
Murat ÖZDEMİR

Sağlık Harcamalarının Sağlık Sonuçlarına Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile Analizi 391
Analysis of the Effect of Health Expenditures on Health Outcomes with Structural Equation Model
Mehmet ŞENER, Yakup ASLAN, Vahit YİĞİT

Türkiye'de Çalışan Annenin Sosyal Medyadaki Sosyal Temsilleri 401
Social Representations of Working Mothers in Social Media in Turkey
Gizem KOÇ, Tuğçe BAKIR-DEMİR, Bengi ÖNER-ÖZKAN

Çözüm Odaklılığın Yordayıcı Değişkenleri: Yaşam Doyumu, Stres, Depresyon ve Yılmazlık 423
Factors Associated with Being Solution-Focused: Life Satisfaction, Stress, Depression and Resiliency
Enver SARI, Gizem UYUMAZ, Cahit KAYA

Yaratıcı Endüstriler Bağlamında Türkiye'de Canlandırma Dizi Sektörü ve Bir Uygulama Örneğinde Kültürel Kodların Analizi 439
Animation TV Series Turkey in the Creative Industries Sector in the Context and Analysis of Cultural Codes in the Application Case
Yüksel BALABAN

Konaklama İşletmelerine Yönelik İş İlanlarının İçerik Analizi: Turizm Gazetesi Örneği 461
Content Analysis of Job Advertisements for Hospitality Enterprises Tourism Newspaper Sample
Gözde OĞUZBALABAN

Trabzon ve Çevresinde Kullanılan Peştamal Dokumaları ve Günümüz Tasarımlarında Uygulanması 475
Pestamal Weavings Used in Trabzon and Its Surroundings and Their Application in Contemporary Designs
H. Nurgül BEGİÇ, Ceren ÖZ

Geleneksel Meslekler ve Bir Ustanın Hikâyesi: Giresun'da Demircilik 493
Traditional Professionals and the Story of a Craftsman: Blacksmithing in Giresun
Mehmet ÖZDEMİR

Seyahat Acenteleri Çalışanlarında Duygusal Zekânın Kişisel Gelişim İnisiyatifi Alma Becerisine Etkisinde Psikolojik Şiddetin Aracı Rolü 511
Mediating Role of Psychological Violence in the Effect of Emotional Intelligence on the Purpose of Personal Development Initiative Skills in Employees of Travel Agencies
Ayhan BAYRAM, Ece ZEYBEK YILMAZ

Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi Yazım Kuralları 529

Bu sayıda yer alan tüm çalışmalar, araştırma makalesidir.

Yaratıcı Endüstriler Bağlamında Türkiye'de Canlandırma Dizi Sektörü ve Bir Uygulama Örneğinde Kültürel Kodların Analizi

Yüksel BALABAN*

Öz

Çalışma, canlandırma sektörü ve bu bağlamda ülkemizdeki yaratıcı endüstrileri ele almaktadır. Türkiye' de canlandırma sektörünün gelişimi, başlangıcından günümüze belli başlı gelişmeler doğrultusunda incelenmiştir. Teknolojik gelişmelerin etkisi, TRT çocuk kanalının kurulması gibi faktörler ülkemizde canlandırma sektörünün gelişimini doğrudan etkilemiştir. Çalışmada canlandırma sektörünün genel durumunun incelenmesinin ardından yaratıcı ekonomilere değinilmiştir. Öncelikle yaratıcı ekonomilerin neler olduğu ortaya konulmuştur. Yaratıcı ekonomiler canlandırma sektörünü de kapsayan bir içeriğe sahiptir. Dolayısıyla canlandırma bağlamında bu alandaki gelişmeler incelenmiş, ülkemizdeki ve dünyadaki durum ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın son bölümünde ise ülkemizdeki canlandırma dizilerden "Keloğlan" seçilmiş ve bu canlandırma dizi çalışmanın amacı doğrultusunda analiz edilmiştir. Analiz yönteminde Geert Hofstede'nin kültürel farklılıkları açıkladığı "Soğan Kabuğu Diagramı" modeli temel olarak alınmıştır. Bu analiz doğrultusunda dizideki kültürel kodlar Hofstede'nin belirlediği "değerler", "ritüeller", "kahramanlar", "semboller" başlıkları altında toplanarak incelenmiştir. Çalışamaya konu olan canlandırma dizisinde tespit edilen kültürel kodların her biri yerel kültürel değerler ve evrensel değerler kapsamında incelenmiştir. Çalışmada canlandırma dizisinde yer alan kültürel kodların genelinin canlandırma dizisinin yaratıldığı coğrafyanın kültürüne ait olduğu gözlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Kültürel kodlar, Keloğlan, Yaratıcı Endüstriler.

Animation TV Series Turkey in the Creative Industries Sector in the Context and Analysis of Cultural Codes in the Application Case

Abstract

This study deals with the animation industry and relevant cerative industries in Turkey. The development of animation industries in Turkey has been researched in accordance to main progress from the beginning to present. Factors such as the effects of technological advancement, the establishment of TRT children's channel directly effetcted development of animation industry in our country. Creative industries been mentioned after the analysing of animation industries general circumstance in this study. Firstly, been exposed what creative economies are. Creative economies have content which also covers animation industries. Because of that reasons, improvements of this area had been examined in the context of animation and circumstances of our country and the world is tried to be exposed.

One of the animation television series Keloglan in our country had been selected and been analysed according to study's goal at the last part of the study. In the analysis method, Geert Hofstede's "Onion Model of Culture", which explains cultural differences, is taken as the basis. In line with this analysis, cultural codes in the series were examined under the headings of values, rituals, heroes and symbols determined by Hofstede. Each of the cultural codes identified in the animation series subject to the study been analysed within the context of cultural and global values. In the study, it was observed that the cultural codes in the animation series belong to the culture of the geography where the animation series was created.

Keywords: Cultural codes, Keloglan, Creative industries.

Received/Geliş: 02.07.2019

Accepted/Kabul: 02.10.2019

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, yukselbalaban@istanbul.edu.tr, /0000-0001-7083-9598

(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Canlandırma sanatı başlangıcından günümüze değin farklı aşamalardan geçmiş ve gelişim göstermiş bir sanat dalıdır. Gelişmelerin ve değişiminin gerisinde farklı nedenler bulunuyor olsa da bunlardan başat olanı teknolojik gelişmelerdir. Değişimdeki bu faktörün de etkisiyle canlandırma günümüzde oldukça yaygın bir kullanım alanına sahip hale gelmiştir. Canlandırma, sinema filmlerinden VR uygulamalarına, mimari çalışmalara kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaya başlamıştır. Canlandırma diziler de yarattıkları endüstri itibariyle yine bu anlamda sayılabilecek önemli unsurlardan birini oluşturmaktadır. Günümüzde dünyada ve Türkiye'de özellikle çocuklara yönelik televizyon kanalları aracılığıyla ve farklı video platformlarındaki kanallar aracılığıyla birçok çizgi dizi üretilir hale gelmiştir. Bu üretim süreciyle birlikte oluşan sektör dünya genelinde yaratıcı ekonomiler içinde önemli bir yer tutar hale gelmiştir.

Çalışmada öncelikle Türkiye'de, canlandırma sanatının tarihsel gelişimi genel olarak ele alınmıştır. Bu süreç zarfında üretilen canlandırma filmler sektörün gelişimini belirleyen etkenler doğrultusunda ele alınmıştır. Devamında ise canlandırma sanatını da kapsayan yaratıcı ekonomilere değinilmiştir. Yaratıcı ekonomilerin ülkemizdeki durumu ve başka ülkelerdeki gelişimi karşılaştırma yapılabilecek bir şekilde ele alınmıştır ve yaratıcı ekonomilerin durumunun gelişmiş ülkelerde ve gelişmekte olan ülkelerde birbirinden farklı olduğu görülmüştür.

Çalışmanın analiz bölümünde Anadolu halk masalları içerisinde de yer alan Türk sinemasında çeşitli filmlere konu olan "Keloğlan" masalının TRT Çocuk kanalında yayınlanan canlandırma dizisi ele alınmıştır. Dizide kullanılan kültürel kodlar kültürlerarası çalışmalar alanında kuramsal çalışmalar üreten Geert Hofstede'nin "Soğan Kabuğu Diagramı" modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Bu modelde kültür unsurları "Değerler", "Ritüeller", "Kahramanlar", "Semboller" şeklinde dört tabakaya ayrılmaktadır. Çalışmada örneklem olarak seçilen canlandırma dizisinin her sezonundaki üçer bölüm Geert Hofstede'nin belirlemiş olduğu yaklaşımdaki unsurlar temelinde ele alınarak, canlandırma dizisinde kullanılan kültürel kodlar söz konusu yaklaşım doğrultusunda belirlenmeye çalışılmıştır. Tespit edilen kültürel kodlar ayrıca yerel ve evrensel olarak da sınıflandırılmış ve bu doğrultuda açıklanmıştır. Nicelik yönüyle ele alındığında dizide yerel özellik taşıyan kodların sayısının evrensel kodlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Kodların içinde yerel nitelik taşıyanların ağırlıkta olması dizinin kendi kültüründeki izleyiciye daha çok hitap ettiğinin, hedef kitle konumunda bu grubun olduğunun bir göstergesidir.

Türkiye de Canlandırma Sektörü ve Gelişimi

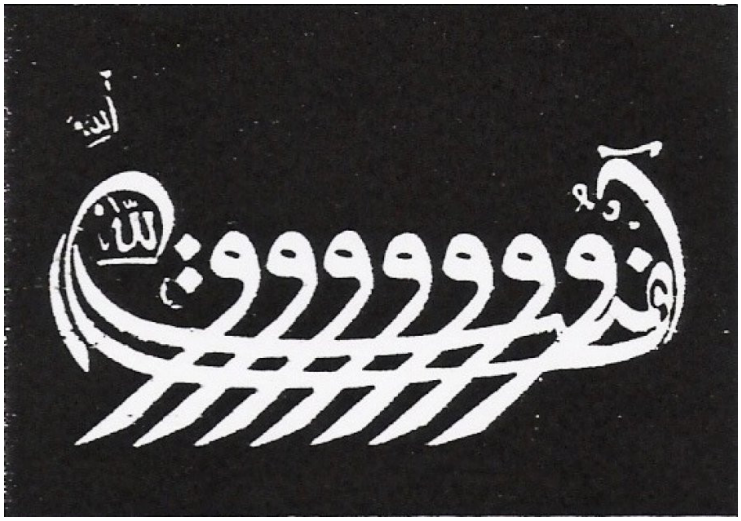
Türkiye'de canlandırma sanatının başlangıcı 1940'lara kadar dayanmaktadır. Bu yıllarda daha çok reklam filmlerinde canlandırmaya dayalı çalışmaların olduğu gözlenmiştir. Yapılan reklam filmleri daha çok sinemalarda filmlerden önce gösterilen çalışmalardır.

Türkiye'de çizgi film sektörü belli bir dönen içerisinde önemsenmeyen (ihmal edilmiş) ya da yalnızca reklamlarda kullanım alanı bulan bir sinema kolu olarak kalmıştır. Daha çok karikatür sanatçılarının gerçekleştirdikleri çizgi reklam filmleri 1955'den öncelerine pek inmez. Farklı nitelikteki resim sanatçılarını gerektiren canlandırma alanının karikatüristlerle başlaması, bir anlamda sinemanın tiyatrocularla başlamasına benzemektedir. Bununla beraber Türkiye'de bu alanı geliştirmeye çalışan girişimcilerden de söz etmek mümkündür (Can, 1996: 16). Türkiye de çizgi filmin bu ilk yıllarında yapılan çalışmalar başlangıç niteliğinde olan çalışmalardır. 1950'li yıllardan itibaren çizgi film çalışmalarının daha kapsamlı bir şekilde ve kurulan ekiplerle birlikte profesyonelce yapılmaya başlandığı görülmektedir.

Bu yıllarda güzel sanatlar öğrencilerinden oluşan 50 kişilik bir ekibin çabalarıyla üretilen "Evvel zaman içinde" filmi, banyo işlemleri için gittiği Amerika da kaybolmuştur. Yaklaşık 7 ile 8 yıl arasında bir süre içerisinde gerçekleştirilen Türk canlandırma sinemasının bu ilk profesyonel ve uzun çizgi filmi hakkında günümüzde birkaç iş kopyası dışında bir şey yoktur. Bu girişim, araştırmacı Turgut Çeviker'e göre Türkiye'de çizgi filmin gelişim sürecini olumsuz etkilemiştir (Kaba, 2002: 3).

Türkiye'de çizgi filmin gelişiminde önemli bir yeri olan başka bir etkende reklam ajanslarıdır. 1950'li ve 1960'lı yıllarda oldukça önemli yer kapsayan çok sayıda reklam ajansının kurulmuş olduğu görülmektedir. Bu ajanslar çizgi filme gönül vermiş çok sayıda sanatçıyı bünyelerinde barındırmışlardır. Sanatçılar bu tür reklam ajanslarından elde ettikleri gelirlerle yeni filmler çekmeye başlamışlardır (Benice, 1985: 5).

1960'lı yılların ardından canlandırma sanatında daha çok bireysel uğraşların sonucunda filmler üretildiği görülmektedir. Reklam filmleri yapılmakla birlikte reklam dışından da canlandırma filmler yapılmıştır. Özellikle yarışmalar canlandırma sanatının hareket kazanmasını sağlamıştır. 1970 yılında Antalya film festivalinde büyük ödülü alan canlandırma filmi Tonguç Yaşar'ın "Amentü gemisi nasıl yürüdü" isimli çalışması olmuştur (Hünerli, 2005: 63). Bu filmde Türk hat sanatının ustalıkla canlandırıldığı görülmektedir. Film içerisinde hat çizgileri ile kayık denizde yüzdürülmekteydi.



Şekil 1. Amentü Gemisi Nasıl Yürüdü çalışmasından bir kare. (http://www.tsa.org.tr/tr).

Türk çizgi filminde asıl gelişme ve hareketlenme ise TRT'nin yerli yapım çizgi filmlere desteğiyle başlamıştır. 1980'lerde televizyonun hayatımıza yoğun olarak girmesiyle birlikte yapımcılar TRT için konulu uzun metraj çizgi filmler üretmeye başlamışlardır (Alicenap, 2015: 15). 1990'larda Eskişehir de ilk çizgi film bölümünün açılmasıyla birlikte canlandırma eğitimi de verilmeye başlanmıştır. Böylece sektörde ihtiyaç duyulacak sanatçılar da yetiştirilmeye başlanmıştır.

Türkiye'de 2000'li yılların başında tamamen 3D yapımlar gerçekleştirebilecek stüdyoların kurulduğu gözlemlenmektedir. 1990'lı yıllarda sayıları hızla artan özel TV kanallarına bu stüdyolar tarafından çok sayıda reklam filmi üretilmiştir. Fakat 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz ile animasyon sektörü ciddi anlamda sekteye uğramıştır. TRT için yapımına başlanılan bazı diziler yarıda kalmış, sektör belli bir süre kendini toparlayamamıştır (Küçükoğlu, 2017: 58).

2008 yılında TRT Çocuk kanalının kurulması canlandırma film yapımında bir hareketlenmeye neden olmuştur. Kanal birçok yapım şirketine TRT çocukta yayınlanmak üzere filmler yaptırmıştır. Bu destek ve teşvikle birlikte canlandırma film yapan stüdyoların yapımında da artış olmuştur. TRT çocuk kanalının bir başka etkisi de öncesinde yurtdışından ithal edilen çizgi dizilerin yerine kendi kültürünü, değerlerini yansıtan yerli yapım çizgi filmlerin konulmuş olmasıdır. Bu diziler arasında belli başlıları olarak, Keloğlan masalları, Cille, Pepee, Rafadan Tayfa, Canım Kardeşim, Nane ile Limon, Canım Kardeşim, Dede Korkut Hikayeleri, Meysa ve Bulut, Ege ile Gaga, Köstebekgiller, Küçük Hazarfen sayılabilir. TRT çocuk kanalının yanısıra Planet çocuk, Disney Channel ve Cartoon Network kanallarında da yerli yapım çizgi filmler yayınlanmaktadırlar.

Canlandırma sanatına bir başka katkı ise 2011 yılında kurulan Canlandıranlar Derneğiyle olmuştur, dernek düzenlediği film festivali ve yarışmalarla Canlandırma alanında yeni filmlerin

üretilmesini sağlamaktadır. Dernek, Türkiye'de canlandırma sanatını temsil eden en önemli sivil toplum kuruluşlarından biridir. Derneğin desteğiyle üretilen filmler yurtiçi ve yurtdışında birçok festivalde ödül almışlardır. Yetenek kampı çalışmalarıyla canlandırma filmlerin nasıl yapıldığı farklı konferans, çalıştaylarla anlatılmış devamında ise her yıl yapılan başvurular değerlendirilip aralarından desteğe değer görünen çalışmalar desteklenip kısa filmler üretilmesi sağlanmıştır. Dernek tüm bu çalışmaların yanında Uluslararası Canlandıranlar Festivalini de düzenlemeye başlamıştır. Festival çerçevesinde her yıl farklı ülkelerden canlandırma sanatçıları konuk edilip bu sanatçıların filmleri izleyiciyle buluşturulmaktadır. Festivale ayrıca Canlandıranlar Festivali Film Yarışması bölümü de eklenmiştir (www.canlandiranlar.com).

Çizgi filmlerin üretildikleri coğrafyanın kültürünü yansıtmaları olağan görülmektedir. Bu nedenle çizgi filmlerin kültür aktarımında da önemli bir payı olduğu ifade edilebilir. Özellikle belli bir yaş grubu içerinde yer alan çocukların izledikleri çizgi filmlerdeki kültürel unsurlardan etkilendiği ve söz konusu kültürel unsurları benimsediği söylenebilir. Çocuklar izledikleri programlarda ya da filmlerde kendilerini oradaki karakterlerle özdeşleştirmektedirler. Bu da onların özgün kimliklerini etkilemektedir. Birçok durumda hayranı olduğu karakter ya da kahraman büyüyünce olmak istediği kişidir (Yağlı, 2013: 709). Aktarılan kültürün değer yargıları, sanat anlayışı, inançları ve yaşayış biçimleri de üretilen yerel çizgi filmler içinde kendine yer bulmaktadır.

Devletin yerli yapım canlandırma filmlerini desteklemek için çıkarmış olduğu bir yasa da bulunmaktadır. Yabancı yapımların artması yerli yapımları ve yapımcıları zor duruma düşürürken 2011 yılında çıkarılan Radyo ve Televizyon Kurulu ve Yayın Hizmetleri hakkında kanununda bulunan madde ile yerli yapımlar desteklenmektedir. Bu kanunun maddesine göre genel ve tematik yayın yapan televizyon kuruluşlarında yayınlanan çizgi filmlerinin en az %20'sinin Türkçe dilinde yapılmış olması ve Türk kültürünü yansıtması zorunludur (Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı, "Bebka", 2018: 16). Bu madde yasada bulunmakla birlikte pratikte, uygulamada aynı şekilde olmadığı söylenebilir. Sektörün daha da büyümesi için ise RTÜK'ün yüzde 20'lik yerli film kullanımı uygulamasının fiilen hayata geçirilmesi isteniyor. (https://www.ekonomist.com.tr)

Canlandırma endüstrisiyle ilgili devletin uygulamalarına bakıldığında 2014-2018 yıllarını kapsayan 10. Kalkınma Planı'nda canlandırma endüstrisinden bahsedildiği görülmektedir. 10. Kalkınma Planı doğrultusunda, Türkiye'de animasyon sektöründe önemli markaların oluşması ve yerli yapım canlandırma filmlerinin birer kültürel ihraç ürününe dönüşmesi, gerek ekonomik gerek sosyal açıdan bir gereklilik olarak değerlendirilebilir (Küçükoğlu, 2017: 58).

Planda canlandırma sektörüyle ilgili olarak daha çok milli değerler, milli kültür, yerel sivil toplum kuruluşlarının desteklenmesi, bu değerleri taşıyan çalışmaların yurtdışına ihracını

öngörmektedir. Dünyada önemli bir pazar payına sahip olan canlandırma sektörünün Türkiye'de de geliştirilerek Türkiye'nin de bu sektörden pay alması amaçlanmaktadır.

Türkiye'de canlandırma endüstrisinin genel özetiyle ilgili olarak şunlar söylenebilir; Endüstri son 10 yılda oldukça gelişmiştir, toplam 100'den fazla stüdyo faaliyet göstermektedir, işgücü sayısı yaklaşık 1.500 kişidir, çizgi dizi alanında en önemli alıcı TRT Çocuk kanalıdır, sektör özelinde vergi teşviki, fon ve kota vb. destek mekanizmaları yeterli değildir, çizgi dizi ve uzun metrajlı filmlerde yabancı yapımların payı yüksektir, Co-production anlaşma sayısı oldukça azdır (Küçükoğlu, 2017: 63).

Tüm bu gelişmelerin yanı sıra Türkiye'de son yıllarda uzun metraj canlandırma filmlerinde de gelişmeler yaşanmıştır. Geçmişle kıyaslandığında uzun metraj olarak yapılan canlandırma film sayısında artış olmuştur. Bu yapımların arasında öne çıkanlar Kötü Kedi Şerafettin, Rimolar ve Zimolar: Kasabada Barış, Evliya Çelebi ve Ölümsüzlük Suyu, RGG Ayas ve TRT Çocuk kanalında yayınlanan çizgi dizilerin sinema filmi olan Köstebekgiller: Perili Orman, Canım Kardeşim Benim, Pırdino Sürpriz Yumurta gibi yapımlar sayılabilir.

Yaratıcı Ekonomi ve Türkiye

Ekonomi toplumların yaşamına etki eden faktörlerin başında gelmektedir. Birçok farklı kolu bulunan ekonominin içinde yer alan unsurlardan birisi de kültür ve sanat faaliyetleridir. Her ne kadar toplumların yaşamında ekonomiyi oluşturan diğer kollar kadar büyük oranda yer almasada kültür, sanat, tasarım, modanın sahip olduğu ekonomi de özellikle gelişmiş toplumlar için kayda değer ekonomik faaliyetlerden birisi olarak görülebilir. Gelişmiş ülke ekonomileri yaratıcı ekonomiye hak ettiği yeri verirken daha geride kalmış ülkelerde bu ekonomi türü istenilen seviyeden uzak olarak görülebilir.

Yaratıcı ekonominin kavramını, John Howkins "Yaratıcı Ekonomi" isimli kitabında şu şekilde açıklamaktadır; "Ne yaratıcılık ne de ekonomi yenidir. Yeni olan ise ekonomi ve yaratıcılık arasındaki ilişkinin doğası ve uzantısı ve bu birleşimin oluşturduğu olağanüstü değer ve zenginlik yaratma şeklidir" (Howkins, 2007: viii).

Yaratıcı ekonomiyle iç içe geçmiş bir kavram olarak yaratıcı endüstri kavramını da ele almak gerekir. Yaratıcı ekonominin temelinde yaratıcı endüstrilerin yattığını belirtilmektedir. Literatürde sıklıkla kullanılan ve genel geçer şekilde kabul gören tanımda Birleşik Krallık Kültür, Medya ve Spor Dairesi (DCMS) tarafından yaratıcı endüstriler "kökeni bireysel yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan; bünyesinde fikri mülkiyetin geliştirilmesi ve kullanılması ile servet ve istihdam yaratma potansiyeline sahip endüstriler" olarak betimlenmiştir (Seçilmiş, 2015: 9).

Yaratıcı ekonomi denildiğinde yaratıcı endüstriler akla gelmektedir. Bu endüstrilerin neler olduğuna bakıldığında; Yayıncılık, yazılım ve programlama, Tasarım ve Moda tasarımı, Sinema filmi ve video, Fotoğraf, Eğlence ve Sanat, Kültürel Eğitim, Müzik, Görsel Sanatlar, Radyo ve Tv, Reklamcılık ve pazarlama gibi alanlar olarak sıralanabilir.

Avrupa Birliği ülkeleri yaratıcı ekonomi konusunda bunun teşvik edilmesiyle ilgili çalışmalarda bulunmuşlardır. Yaratıcı ekonomiye dahil olan sektörlerin tanımlanması için sanat dallarını, kültürel mirası tüm bunlarla bağlantılı olarak kamu veya özel kuruluşlarda gerçekleşen profesyonel aktivitelerle (tasarım, mimarlık ya da müzikal enstrüman üretimi gibi yan dalları da içerir şekilde) bir bütün olarak değerlendirmektedir (Bilgili, 2008: 8). Yaratıcı endüstriler, 2018 yılında Almanya tarafından yayınlanan resmi rapora göre ülke genelinde 254.700 firmada, 1.675.287 çalışanı olan ve yaklaşık 102.4 milyar avroluk bir sektör oluşturmaktadır. İngiltere'de ise, 2015 verilerine göre ülke içinde 91.6 milyar pound ve dış ticarette 35.9 milyar pound değerinde bir ticari hacim bulunmaktadır (https://t24.com.tr). Batılı ülkelerde yaratıcı ekonomi alanında son yıllarda büyüme oranının yüksek olduğu görülmektedir. Bunların arkasında bu ülkelerde yaratıcı ekonominin geliştirilmesi için izlenen politikaların olduğu söylenebilir. Bu durum Türkiye ile kıyaslandığında Batılı ülkelerde bu alanda çalışan kişi sayısının Türkiye'den daha fazla olduğu söylenebilir.

İktisadi Faaliyetler	İstihdam 2008	İstihdam 2011	2011 yılı toplam istihdamına % olarak	İlgili dönemdeki artış	İlgili dönemde büyüme % olarak
Yayımcılık	2.701	15.258	8	12.557	465
Yazılım ve programlama	4.901	28.793	15	23.892	487
Tasarım	2.620	5.000	2,6	2.380	91
Film ve video	9.293	14.052	7,3	4.759	51
Reklamcılık	75.512	69.675	36,4	-5.837	-8
Eğlence-sanat ve kültürel eğitim	15.092	15.798	8,2	706	5
Müzik	1.225	1.853	1	628	51
Radyo ve TV	1.632	5.943	3,1	4.311	264
Fotoğraf	2.401	4.582	2,4	2.181	91
Mimarlık	23.799	30.680	16	6.881	29
Toplam	139.176	191.634	100	52.458	38

Şekil 2. Türkiye'de Yaratıcı Ve Kültürel Sektörlerin Gelişimi. (Lazzeretti vd., 2014: s. 205).

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nın (United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD) yayınladığı "2008 Yaratıcılık Raporu"na göre "yaratıcı ekonomiler" ve onun merkezinde yer alan "yaratıcı endüstriler" Tablo 1'de yer alan maddelerde özetlenmektedir. (Hocaoğlu, 2015: 191).

Yaratıcılığı tek bir biçimde tanımlamak mümkün olmadığı için "yaratıcı ekonomi" kavramı da çeşitli şekillerde açıklanmaktadır (Henry, Bruin, 2011: 31). Alanda kapsamlı araştırmalara imza atan Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) yaratıcı ekonominin "potansiyel olarak iktisadi büyüme ve kalkınmayı uyaran yaratıcı varlıklar üzerine temellenen" ve sürekli evrimleşen bir kavram olarak algılanmasını önermekte; ek olarak da yaratıcı ekonominin temelinde yaratıcı endüstrilerin yattığını belirtmektedir (Lazzeretti vd., 2014: 198)

Ancak alandaki farklı sınıflandırmalara rağmen temel görüş; yaratıcı ekonominin yaratıcı endüstrilere ek olarak kültürel faaliyetleri de kapsadığı ve teknoloji tabanlı geleneksel olmayan yenilikçi endüstrilerin yüksek ticarileşme potansiyeline sahip olduğu yönündedir (Lazzeretti vd., 2014: 197).

Türkiye'de yaratıcı endüstrilerin genel ekonomi içindeki payı düşük bir oranda bulunmaktadır. Bu oran ortalama %2'lik bir rakama karşılık gelmektedir. Gelişmiş Batılı ülkelerde ise bu rakam %4, %6'ları bulmaktadır. Oluşan bu fark dolayısıyla Türkiye'nin yaratıcı ekonomiler anlamında Avrupalı gelişmiş ülkelerin arkasında kaldığını söyleyebiliriz (Seçilmiş, 2015: 13).

Türkiye için dikkat çeken bir başka özellikte yaratıcı endüstrilerin toplandığı şehirlerle ilgili olmaktadır. Yaratıcı endüstrilerin büyük bir kısmının iki büyükşehirde; İstanbul ve Ankara'da toplandığı görülmektedir. Türkiye'de yaratıcı endüstriler coğrafi olarak sağlıklı bir dağılım göstermekten uzaktır. Bunun yanında her bölgede kültür endüstrisi alanında başı çeken kentler de bulunmaktadır.

Kültürel sektörlerin ekonomiye katkısının giderek artması bu alanlarda yapılan çalışmaların da artmasına neden olmaktadır. Fakat bu çalışmalar henüz Türkiye için beklenilen düzeyde değildir. Yapılan temel çalışmalara bakıldığında temel olanlarını şu şekilde sıralamak mümkündür. İstanbul Kültür Ekonomisi Envanteri I ve II, Ankara Kültür Ekonomisi Sektörel Büyüklüklerin Değerlendirilmesi, İzmir Kültür Ekonomisi ve Kültür Altyapısı Envanteri ve İzmir Kültür Ekonomisi Gelişme Stratejisi Projesi, İstanbul Kültür Sanat Vakfı Ekonomik Etki Araştırması ve Study on the Economic Contribution of Copyright Industries in Turkey (Türkiye'de Telif Hakkı Endüstrilerinin Ekonomik Etkisi Üzerine Çalışma) (Lena, 2016: viii). Yapılan çalışmalar daha çok isimi geçen kentlerde gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin genelini kapsayan çalışmalar için ise yurtdışında bu alanda çalışan kurumların iş birliğini gerektiren boyutta bir araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

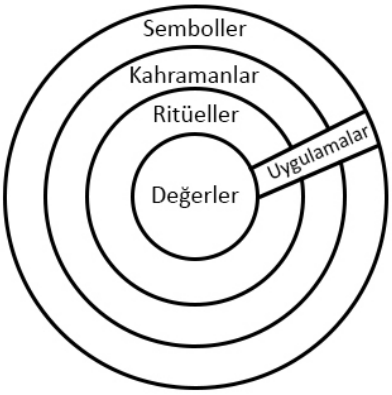
Keloğlan Canlandırma Dizisinin Kültürel Analizi

Çalışmanın Amacı ve Yöntemi

Keloğlan Masalları çizgi dizisinin incelendiği bu çalışmada kültürel kodların analizi üzerinden giderek sonuca ulaşılmaya çalışmıştır. Türkiye'de yayınlanan bir çizgi dizinin kendi içinde yaşadığı kültürden bağımsız olması düşünülemez şüphesiz ki. Bundan dolayı Keloğlan dizisi içindeki kültürel kodlar ele alınmış ve bu kültürel kodların Türk kültürüyle ve evrensel kültürel kodlarla nasıl tanımlandığı incelenmeye çalışılmıştır. Yaratıcı endüstriler bağlamında ele alındığında ise kendi kültürel değerlerinden beslenen bir çizgi dizinin yurtdışına ihracının bu anlamda önem taşıyıp taşımadığı tespite çalışılmıştır. Örneklemin seçiminde Türk kültüründe önemli bir yer bulan bir temsilin olmasına dikkat edilmiştir. Bu doğrultuda Keloğlan karakterini konu edinmesi sebebiyle TRT Çocuk kanalında yayınlanan Keloğlan canlandırma dizi seçilmiştir. Dizinin üç sezonundan üçer bölüm ele alınarak incelenmiştir.

Kültürel farklılıkların incelenmesi konusunda birçok bilim insanının yaptığı çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar kültürlerarası farklılıkları ortaya koymaya yönelik çalışmalar olarak görülebilir. Çalışmada bulunan kültürel kodlar yerel ve evrensel olmak üzere kategorize edilmiştir. Yerel kültürel kodlar içinde bulunan kültürün sahip olduğu kodlar olarak düşünülmüşken evrensel kodlar ise dünyanın her yerinde aynı anlamın yüklendiği kodlar olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın analizinde Geert Hofstede'nin kültürel farklılıkları açıkladığı "Soğan Kabuğu Diagramı" modeli kullanılmıştır. Bu modelde Hofstede kültür başlığı altında toplanacak unsurları "Değerler", "Ritüeller", "Kahramanlar", "Semboller" şeklinde dört tabakaya ayırır (Ügeöz, 2003: 21). Soğan kabuğu modelinde Değerler diagramın merkezinde yer alırken, Semboller ise diagramın dış kabuğunu temsil etmektedir. Kahramanlar ve Ritüeller de bu iki kabuk arasındaki kısmı göstermektedirler.



Şekil 3. Hofstede'nin Kültür-Soğanı Modeli. (Richter, 2016: 4)

Çalışmada ele alınacak kültürel kodları belirleyen Kültür-Soğanı modelindeki unsurlar genel olarak aşağıdaki gibi açıklanabilir.

Semboller: Aynı kültürü paylaşanlar tarafından anlaşılabilen belirli bir anlam yüklenmiş kelimeler, jestler, resimler ya da nesnelerdir. Dildeki kelimeler ya da belli bir topluluğun kullandığı jargon, saç stilleri, bayraklar, elbiseler bu kategorinin içine girmektedir. Yeni semboller kolaylıkla gelişebilmekte, eskiler kaybolabilmektedir. Bunun yanında sembolleri bir grup diğerinden kopyalayabilmektedir. Bu da sembollerin niçin en dış kabuğa yerleştirildiğini göstermektedir (Hofstede, 1991: 7).

Çalışmanın analizinde soğan kabuğunu temsil eden bütün halkalar iki gruba ayrılmıştır. Bunlardan birisi yerel özellikler taşıyan daha çok içinde yer alan kültür tarafından anlaşılan ve değer taşıyan grup iken diğeri ise daha evrensel kodlara sahip olan grubu ifade etmek için kullanılacaktır. Semboller bu yönü itibariyle oldukça fazla öğeye sahip gruplardan birini oluşturmaktadır.

Kahramanlar: Bir kültürde oldukça önem verilen, özellikleri olan yaşayan ya da ölü, gerçek ya da hayali kişiler olabilmektedirler. Bunlar kişilerin davranışlarında da model olabilmektedirler. Amerika'da Batman ya da tam tersi Snoopy, Fransa'da Asterix, Hollanda' da Ollie B. Bommel (Mr Bumble) gibi fantastik ya da çizgi film figürleri bile kültürel kahramanlar olarak görülmektedirler. Kahramanların seçiminde dış görünüşler televizyon çağından önceki dönemlere göre daha önemli hale gelmiştir (Hofstede, 1991: 8).

Çalışmanın da konusu olan Keloğlan, dizideki en önemli kahramandır. Keloğlan kıvrak zekâsı, hazır cevaplığı gibi nitelikleri çerçevesinde diğer kahramanlardan öne çıkmakta, dizinin hedef kitlesi itibariyle de çocuklar için rol model oluşturmaktadır.

Ritüeller: Selamlaşma ve başkalarına saygı gösterme şekli, toplumsal ve dini törenler ritüellere örnek olarak verilebilir. Ritüeller toplu etkinliklerdir ve kültürde önemli kabul edilmektedirler. Bunlar günlük iletişimdeki yazım dilinde ve konuşmada kullanılan dille ilgili hitapları da kapsamaktadır. Ritüellerin uygulamaları kültürün içindekiler tarafından yorumlanacak şekildedir (Deneçli, 2013: 5). Bazı ritüeller geniş kültürel ya da dini değerlerde tekrarlanır. İngiltere ve Fransa'daki çay içme ritüelinde olduğu gibi (Solomon vd., 2006: 506).

Değerler: Değerler kültürün özünü oluşturmaktadır. Değerler belirli durumları diğerlerine tercih etme eğilimidir. Diğerlerinin aksine kişinin yaşamının başında edinilirler. Değerler; bilinçli değil dolaylı olarak, çocukların öğrendiği ilk şeyler arasındadır. Gelişim psikologları çocukların çoğu temel değer sistemlerini 10 yaşına kadar sıkı bir şekilde aldığına inanırlar. Çocuklarda 10 yaşından sonra oluşan bu temel değerlerde değişiklik yapmak güçtür. Çünkü hayatın çok erken döneminde elde edilmişlerdir ve birçok değer onları edinenlerde bilinçsiz bir şekilde kalır. Böylece ne sorgulanırlar ne de dışardan doğrudan gözlemlenebilirler. Sadece insanların belirli koşullar altındaki davranışlarında ortaya çıkarlar (Hofstede, 1991: 8).

Kültürün önemli bir kısmı, buzdağının suyun altındaki kısmı gibi görünmezdir. Buzdağının en büyük kısmını oluşturacak şekilde dipte yatan değerler, kültürün en zor fark edilen ve tanımlanan kısmını oluşturmaktadır (Onurlu, Zulfugarova, 2016: 502).

Keloğlan masallarında özellikle hedef kitle sebebiyle öğretici değerlere vurgu yapılmaktadır. Birçok bölümde iyiyle kötü karşı karşıya gelmektedir. Keloğlan ve arkadaşları, Bilgecan Dede iyi tarafı temsil ederken, Uzun, Huysuz, Kara Vezir ise diğer tarafı temsil etmektedir. Çocuk izleyicilerin hedef kitle olduğu dizide onlara doğru yoldan ayrılmamaları, dürüst olmaları gibi değerler iletilmektedir.

Kültürel Kodların Analizi

Değerler

Çalışmada öncelikle değerlerin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Tespit edilen bu değerler belli başlıklar altında ele alınmıştır. Bunlar genel olarak liderlik, bilim ve buluşlar, kötülüğü yayma, iyilik yapma, kendinden önce başkasını düşünme, çalışkanlık olarak sıralanabilir.

Liderlik: Keloğlan ve onun yaşlarındaki arkadaşları, otoriteye sahip olan anneleri, Bilgecan Dede gibi büyüklerine saygılıdırlar. Büyüklerin otoriteye sahip olması yerel kültürde ve doğu toplumlarında gözlenmektedir. Hofstede'nin (2001) güç mesafesi yaklaşımına göre Arap ülkeleri itaat etmenin fazla olduğu ülkeler içinde otoriteye yüksek önem verirler. Bu değer ayrıca Türk toplumunda da yaygındır. Bununla birlikte Batılı ülkeler güç mesafesi yaklaşımında daha yatay bir hiyerarşiye sahiptirler.

Bilim ve buluşlar: Bilimsel gelişmeler ve icatlar tüm toplumlarda görülen evrensel değerler arasında yer almaktadır. Keloğlan masallarının canlandırma dizisi uyarlamalarında da bilimin, teknolojinin oldukça yüksek değer taşıdığı görülmektedir. Keloğlan halk masalının günümüze uyarlanan dizisinde Keloğlan karakteri dizinin kurgusu içerisinde sıklıkla; helikopter, balon, denizaltı gibi yeni buluşlarla birlikte görülmektedir. Bilim ve bilimsel ilerleyiş batı toplumunda özellikle aydınlanma dönemiyle istenen bir değerdir bununla birlikte aynı şekilde doğu toplumu içinde önemlidir. Yerel, batı ve doğu kültürlerinde görülen diğer yakın kültürel kodlar da Keloğlan'da bulunmaktadır.

İyilik Yapma: Keloğlan karakterinin dikkat çeken özelliklerinden biri de yardımsever olmasıdır. Dizide bu değere sıklıkla yer verilmektedir. Örneğin 2.sezon 26.bölümde Bilgecan Dede ile Padişaha yardım ettiklerinde padişah onlara isteklerini sorar. Keloğlan da para karşılığında ona yardım etmediklerini söyleyerek iyiliğin karşılıksız yapılması gerektiğini ve bu durumda gerçek değerini ifade edeceğini vurgular.

Keloğlan çizgi dizisinde değerlere oldukça fazla yer verilmektedir. Toplamda 20 olumlu değere yer verildiği tespit edilen Keloğlan dizisinde en fazla vurgulanan değerlerden biri yardımseverliktir (Yorulmaz ve Tanrıverdi, 2015: 44).

Keloğlan çizgi dizisi aracılığıyla toplumsal yaşamda desteklenen söz konusu olumlu değerlerin toplumun genç bireylerine aşılanmaya çalışıldığı ve böylece onların toplumsal yaşama uyum göstermesi konusunda motive edilmeye çabalandığı söylenebilir. Ayrıca söz konusu bu değerlerin kimisi tüm toplumlarda kabul gören unsurlarken bazıları toplumun yapısına, doğu ya da batı kültürünün etkilerine göre mevcut coğrafyanın ortamında destek gören ya da öne çıkan değerlerdir.

Kendinden önce başkasını düşünme: 1.sezon 10.bölümde Keloğlan kendisi aç olduğu halde önce yavru köpeği düşünmektedir. Durumu anlatan Dev'in iç sesidir. Kendinden önce başkalarını düşünme evrensel bir değer olarak ele alınabilir.

Çalışma, çalışkanlık: 1.sezon 20.bölümde Keloğlan ve arının bulunduğu bir sahnede arının söylemi üzerinden tembelliği bırakıp çalışmak gerektiği ifade edilmektedir. Arı yazın çalışması ve kış için bal yapması gerektiğini söylemektedir. Evrensel olarak her kültürde çalışmak, çalışkan olmak temaları vardır. Çalışma ve çalışkan olma dizide yüceltilen, örnek alınması gereken davranışlar olarak sunulmaktadır.

Ritüeller

Ritüeller kültürde önemli bir yer tutmaktadır. Dizide ritüel kapsamına girecek başlıklar, büyü yapmak, pazarlık yapmak, cinden dilekte bulunma, hitap etme gibi başlılar altında değerlendirilmiştir.

Büyü Yapmak: Masallarda sıkılıkla karşılaşılan büyü ve büyü yapma dizide de vardır. Kültürel bir ayrım olmaksızın birçok yerde bulunmaktadır. Keloğlan dizisinde Cadı karakteri sıklıkla bu yola başvuran kötü karakterlerden birisidir. Genellikle antagonist karakterler tarafından karşı tarafı zayıf düşürmek ya da yenmek için kullanılırlar. Dizide padişaha büyü yapan Kötülükler Kraliçesi ve onun yardımcısıdır. Yapılan büyü nedeniyle padişah uyuyamamaktadır.

Pazarlık yapma: Pazarlık doğu kültürlerinde ve Anadolu'da olan bir gelenektir. Günümüzde halen ticari işlerde ve günlük alışverişte görülür. Keloğlan alışverişte her zaman pazarlık yapmaz fakat kötü karakterlere (antagonist) karşı hazır cevaptır. Keloğlan (Sezon 3, 20.Bölüm) Uzunla pazarlık yapmaktadır. Yapılan pazarlık Uzun'un saf bir karakter olmasını ortaya koymaktadır.

Cinden dilekte bulunma: Cin karakteri doğu kültürlerine özgü doğaüstü bir varlıktır. Doğu kültürlerinin masallarında rastlanılan cin karakteri kişilerin dileklerini yerine getirebilmektedir. Lambadan çıkan cinden 3 dilekte bulunma hakkı masallara özgü bir durumdur. Dizide, bulunan bir şişeden çıkan cinden dizinin kahramanları farklı dileklerde bulunmuşlardır. Fakat bölümün sonunda aslında cinin bu dilekleri gerçekleştirmek gibi doğaüstü bir gücünün olmadığı mesajı verilmiştir. Cin, sadece şişeden kurtulmak için böyle bir şey yapacağını söylemiştir.

Hitap etme: Dizide günlük konuşma dilinde kullanılan diyaloglar çokça bulunmaktadır. Bunlar içinden örnek olarak ele alınacak olunursa "oğlum" şeklinde hitap görülür. Doğu kültürlerinde bireyler arasındaki hiyerarşik düzen daha fazla dikkat çekmektedir. Aile içerisinde ya da toplumsal yaşamda yaş farkı da bireyler arasındaki güç mesafesinin, hiyerarşinin belirlenmesinde rol oynamaktadır.

Hofstede'nin "Kültürel Değer Boyutları'ndan" biri olan Bireycilik-Kolektiflik boyutu bu bağlamda toplumları bireyci toplumlar ve kolektif toplumlar olarak ayırmaktadır. Bireyci kültürün ön planda olduğu toplumlarda "ben" kavramı daha öne çıkarken Kolektif kültüre sahip toplumlarda ise "biz" kavramı ön plana çıkmaktadır (Soydaş, 2015: 57).

Söz konusu hiyerarşiyi ve kolektif yaşam biçimini de çağrıştıran bu tür hitaplara Keloğlan dizisinde rastlanılmaktadır. Herkesin birbiriyle akraba olduğu küçük topluluklardaki benzer bir şekilde hitap biçimlerinin ortaya çıkması daha az bireyci olan doğu toplumlarına özgü bir ilişki biçimi olarak ele alınabilir. Dizide bu hitap Sezon 2, 26.bölümde bulunmaktadır. Bilgecan Dedeyi Padişah yanına çağırır, askerler Dede'yi almaya gelirler ve o sırada Keloğlan gelir, nereye götürüldüğünü sorar Bilgecan Dedeye, o da durumu anlatırken hemen gitmem lazım oğlum şeklinde hitap eder Keloğlana. Aynı hitap şeklinin Padişahla Keloğlan arasındaki konuşmada da geçtiği görülür. Padişahın onları niçin çağırdığını anlayan Keloğlana, Padişah "Aferin oğlum" diyerek hitap eder.

Üçe kadar sayma: Bir sürpriz yapılacağı zaman, sürpriz yapılacak kişinin gözlerini kapatması ve diğerinin üçe kadar sayması. Evrensel bir nitelik barındırmakta olup birçok kültürde var olduğu söylenebilir.

Kahramanlar

Kahramanlar kültür içinde kendisine oldukça önem verilen ve farklı özellikleri olan kişiler olabilmektedirler. Kahramanlar diğer kişilerin davranışlarında rol model olabilmektedirler. Dizideki kahramanların başında Keloğlan gelmektedir onun yanında Padişah, Bilgecan Dede gibi diğer karakterler de bulunmaktadır.

Keloğlan: Başında saçı olmadığı için bu adı almış, hayatta anasından başkası olmayan yoksul bir karakterdir. Keloğlan aklıyla, kurnazlığıyla padişahın kızını vermek için ileri sürdüğü tüm sınavları geçerek finalde kıza kavuşur. Tüm bunları gerçekleştirirken ona yardım eden arkadaşları da vardır. Fakat genellikle sorunları aklını kullanarak, önüne çıkan fırsatları iyi değerlendirerek, kimi zamanda şansının yardımıyla çözer.

Yoksulluğu, çelimsizliği, kuvvetsizliği ve hatta zaman zaman da olaylar karşısındaki ürkek tavırlarına karşın, aklı ile güçlükleri yenen ve her hileden, başarılması güç olan sınavlardan başarı ile çıkan ve hikâyenin sonunda bahtı aydınlanarak amaçlarına, dileklerine ulaşan bir kahramandır. Bu özellikleri ile Anadolu insanının hayallerini temsil eden bir kahraman olarak, karşısına çıkan tüm zorlukları aklı, şansı ve ona yardımcı olan dost güçlerin sağladığı imkanlarla dize getirmektedir (http://www.edebiyatvesanatakademisi.com).

Padişah: Ülkenin sahibi, yöneticisidir ve otoriteyi temsil eder. Keloğlan zekâsı ve uyanıklığı ile padişahın gözüne girmeyi başaran bir karakterdir. Padişahın zor durumlarında ona yardım eder. Padişah aldığı yardımın karşılığını kese kese altın vererek göstermektedir. Bu da onun kudretini gösterir. Yaşlı bir karakter olarak sunulur, başında kavuğu üzerinde kaftanı bulunmaktadır, oldukça gür sakalı ve bıyığı vardır. Doğu kültürlerine özgü bir karakter olarak ele alınabilir, giydiği kıyafetler, etrafındaki yardımcıları ile bu özellikleri göstermektedir.

Bilgecan Dede: Bilge özelliği ile bilinen sorunları bulduğu pratik çözümler ile çözebilen yaşlı ve bilgili bir karakter. Birçok konuda icadı bulunmaktadır. Çocuklara doğruyu göstermek için öğütlerde bulunur. Anadolu kültüründe toplumsal ortamda yaş aldıkça insanlara duyulan saygı da paralel olarak artmaktadır. Toplumsal hiyerarşinin Batılı toplumlara kıyasla daha fazla hissedildiği doğu toplumlarına özgü nitelikleriyle Anadolu kültüründe belli bir yaşa ulaşan kişiler yaşam deneyimlerinin etkisiyle daha bilgili, bilge kişiler olarak algılanmaktadır.

Devler: Hemen hemen bütün kültürlerde, masallarda devlere rastlanmaktadır. Her kültürün halk masallarında devlerle ilgili hikayeler bulunmaktadır. Daha çok çocuklar için üretilen masallarda devlere değinilir. Devler insana benzeyen fakat çok daha büyük ve güçlü yaratıklar olarak tasvir edilmektedirler.

Türk folklorunda ve hikayelerinde devler önemli bir yere sahiptirler. Masallarda iri yarı, güçlü insan azmanı birer yaratık olarak kurgulanmışlardır. Yaşama şekilleri insana benzerdir. Erkeği ve dişisi bulunur, evlenir çocuk sahibi olurlar. Kaf dağının ardında yaşamaktadırlar. Türk masallarında kahramanların yolu devler ülkesine düşebilir. Ama akıllarını kullanarak, saf ve aptal yaratılışta olan devlere karşı zafer kazanırlar veya ellerinden kurtulurlar (İvgin, 2015: 36).

Keloğlan Masallarının 3.sezonu 14.bölümü'nde devler bulunmaktadır. Bu bölümde Uzun'un bulduğu yumurtayı aramaya gelmişlerdir. Yumurtayı vermezlerse köyü yıkacaklarını söylerler ve yumurtanın bulunması konusunda Keloğlanla anlaşmaya varırlar. Ayrıca 1.sezon 10.bölümde de yine bir dev bulunmaktadır. Köye daha önce gelen devler köylülerin yiyeceklerini almıştır fakat burada Keloğlanın karşılaştığı dev insanlara yardım etmektedir.

Şişe Cini: Dizinin 2.sezonunun 20.bölümündeki karakterlerden birisi de şişe cinidir. Keloğlanın arkadaşları tesadüfen bir şişe bulurlar. Cin buldukları bu şişenin içinden çıkar. Bölümün sonunda şişe Bilgecan Dede'ye ulaştırılır ve Bilgecan Dede şişeyi kırar. Şişeden kurtulan cin normale döndüğü için sevinir ve şişenin içine hapsedilmiş birisi olduğunu söyler bunun yanında aslında dilekleri gerçekleştirmek gibi bir gücü olmadığını söyler.

Lambadan ya da şişeden çıkan cin her ne kadar evrensel bir karakter olarak görülsede çoğunlukla doğu masallarına özgü bir karakterdir. 1001 Gece masallarından biri olan Alaaddin'in Sihirli lambasında olduğu gibi sahibini yardımcı olma amacı taşır. Genellikle efendisinin hizmetinde olan cin lambanın içinde hapis olmuştur ve lambadan çıkması karşılığında sahibinin 3 dileğini yerine getirmesi gerekir.

Semboller

Semboller aynı kültürü paylaşanların anlayabildiği kelimeler, jestler, resimlerdir ya da nesnelerdir. Semboller gruplar arasında gidip gelebilmektedir, zamana göre farklılaşıp değişmekte, kaybolabilmektedirler. Dizideki sembollerin başında jestler ve mimikler antropomorfik karakterler gelmektedir.

Antropomorfik karakterler: Ağaçlar ve kirpi prenses gibi antropomorfik karakterler doğaya ve hayvanlara vurgu yapan ve onlara dikkat edilmesi gerektiğini belirten dizide kullanılan evrensel kodlardır.

Antropomorfizm, tabiat-üstü varlıklarla ilgili inançların bir parçasıdır. En genel anlamda insani ya da insanımsı özelliklerin çeşitli insan dışı formlara özellikle de Tanrı'ya atfedilmesini dile getiren bir terimdir (http://www.enfal.de). Hayvan karakterlerin çoğu antropomorfik özellikler taşımaktadırlar. Bunlar insana benzerlik taşıyan özelliklerdir, konuşma, iki ayaküstünde yürüme gibi. Hayvan ya da cansız karakterlere antropomorfik özellikler verilmesi onların içindeki ruhu da ortaya çıkarmaktadır (Furniss, 2009: 67). 1.sezon 20.bölümde köpekler ve arılar insansı özellikler göstererek konuşmaktadır. Keloğlanı kovalayan köpeklerin kendi aralarında durum

değerlendirmesi yaptıkları görülmektedir. İnsansı özellikler verilerek hayvanlar daha belirgin karakterler şekline dönüştürülmektedir. Bu şekilde karakterleri nitelemek evrensel olarak değerlendirilebilir. Aynı bölümde antropomorfik olarak nitelenen bir başka karakter de kuzgundur. Kuzgun, kuşlar içinde zekasıyla bilinen bir kuştur. Sorunlar karşısında buldukları çözümler onları diğer kuşlardan ayırmakta ve öne çıkarmaktadır. Kuzgunlar aynı zamanda efsanelerde ölümü, karanlığı, yol gösterici olmayı da sembolize etmektedirler. Bir diğer karakter ise tilki karakteridir, masallarda sıklıkla yer bulan bir karakterdir. 1. Sezon 6.bölümde tilki tavuk çalan hırsız olarak çıkar ortaya.

Devlerin olduğu bölümlerde Uzun'un bulduğu bir yumurtadan çıkan dev bir kuş vardır. Uzun kuşun sırtına binerek uçmaktadır. Kuş'un sırtında uçma, evrensel bir kod olarak görülebilir. Masallarda bunun benzeri kurgular bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi Selma Lagerlöf'in "Nils ve Uçan Kaz" adlı eseridir. Bu eserde Nils Holgersson bir cüceye dönüşür. Cüceye dönüştükten sonra hayvanların dilinden anlamaya başlar ve onlarla iletişim kurabilir (www.edebiyathaber.net). Nils kazların sırtına binerek seyahat etmektedir, bu dizide de paralel bir şekilde uzun dev bir kuşun sırtında seyahat etmektedir. Çocuk masallarında antropomorfik karakterlerin ya da hayvan karakterlerin çok kullanılmasının nedeni olarak çocuğu doğa ile tanıştırmak ve doğa ile ortaklık kurmasını sağlamak yatar denilebilir (Şahin, 2019).

Jestler ve Mimikler: Parmaklarla sayıları gösterme, örneğin Uzunla Keloğlan'ın pazarlığı sırasında Uzun'un başparmağını içeri doğru büküp dört parmağıyla "40 altın" şeklinde işaret etmesi buna örnek olarak verilebilir. Bunun yanında iki eli bir araya getirip göğsün üstünde toplama tanrıya teşekkür etme gibi jestler tüm dünyada görülen evrensel sembollerdir.

İksir: Masallarda büyü için sıkça kullanılan bir karışımdır. Ya büyü yapmak ya da yapılan büyüyü bozmak, ölümsüzlük gibi etkiler yaratmak için büyücüler ya da bilgin kişilerin yaptığı iksire başvurulur. Kötülükler Kraliçesinin padişaha yaptığı büyüyü bozmak için Bilgecan Dede bir iksir hazırlar ve bu iksirle büyünün bozulmasına yardım eder.

Kıyafetler

Kıyafetler de kendi içinde bir kültürün yansımasını gösteren önemli unsurlardan birini oluşturmaktadır. İçinde bulunulan kültür yansıtması itibariyle Yelek, Şalvar, Kuşak Kavuk, sarık bunların başında gelen kıyafetler olarak göze çarpmaktadır.

Yelek: Yöresel olarak giyilen bir kıyafettir. Osmanlı döneminde yaygın kullanımı görülmüştür. Yakası ve kolları bulunmamaktadır. Keloğlan masallarında karakterlerin üzerinde sıklıkla yelek görülür. Çocuk ya da yetişkin fark etmeden birçok karakterin üzerinde yelek vardır.

Şalvar: Fazla bol olan, ağ kısmı aşağıda bulunan ve rahatlığı nedeniyle tercih edilen bir kıyafettir. Türkiye'de Anadolu'da özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da kırsal alanda tarlada,

bahçede çalışanların bol olması nedeniyle tercih ettiği bir kıyafettir. Dizide birçok karakterin bu kıyafeti giydiği görülür.

Kuşak: Bele bağlanan geniş bir kumaştır. Asya kökenli bir giysidir. Türklerde geleneksel kıyafetlerden birisi olarak vardır, daha çok askerlerin kılıcını, hançerini ya da piştovunu yerleştirildiği yer olarak bilinir. Dizide hem Keloğlan'ın hem de arkadaşlarının sıklıkla kullandığı bir giysidir.

Kavuk, Sarık: Müslüman toplumlarında yaygın olarak kullanılır. Genellikle Ortadoğu kültürüne özgü bir giysidir. Ayrıca Hindistan'da Sihlerde de sarık kullanılmaktadır. Kara Vezir'in kafasında bulunan kavuk onun sembolü durumundadır. Toplum içinde üst konumdaki yerini ifade etmektedir. Bunun yanı sıra dizideki başka karakterlerinde kendini sembolize eden kıyafetler kullandıkları görülmektedir. Örneğin askerlerin kafalarında onların kıyafetinin bir gereği olan miğfer bulunmaktadır.

Kaftan: Oldukça uzun, yakası açık ve genellikle devletin ileri gelenlerinin, yöneticilik makamında olanların giydiği bir giysidir. Üzerinde çeşitli işlemeler bulunmaktadır. Tarihi çok eskilere dayanmaktadır, eski Türkler'de de görülen bir giysidir. Keloğlan dizisinde Kara Vezir'in üzerinde bulunur, üzerindeki kaftan doğu toplumlarında görülen süsleme ve desenlere sahiptir. Dolayısıyla bu giysiyle kişinin toplum içindeki statüsüde verilmiş olur.



Şekil 4. Halife El-Kadır Billah'ın Gazneli Mahmut'a sunduğu kaftanının giyiliş sahnesi. (Salman, 2006: 119).

Çember: Dizide 1.sezon 6.bölümde bir kızın başında görürüz. Başörtüsü kadar büyük değildir. Hemen çenenin altından bağlanarak kafaya tutturulur. Sadece yerel bir kıyafet olarak ele alınmamalıdır. Dünyanın birçok yerinde kullanılan bir kıyafettir.

Yemeni: Anadolu'da çok kullanılan ve hayvan derisinde yapılan bir ayakkabıdır. Anadolu dışına Ortadoğu coğrafyasında da kullanılmaktadır. Bu coğrafyaya özgüdür denilebilir. Dizinin kahramanlarından Keloğlan ve diğerlerinin ayaklarında sıklıkla görürüz yemeniyi.

Saç ve Sakallar: Karakterlerin saç ve sakal kesimleri de onların statüsünü gösteren öğeler arasında gösterilir. Bu bağlamda saç ve sakal şekilleri de yerel kültürel unsurlarla ilişkilendirilebilir. Tüm bunlara ek olarak hikayelerin kurgularında yer alan karakterlerin mevcut

kişilik özelliklerini ortaya koymak ya da güçlendirmek için de kullanılabilmektedir. Örneğin keloğlan çizgi dizisindeki Kara Vezir karakterinin bıyıkları uzun ve sivri hatlara sahiptir. Sakal kesimi hem statü sembolü olarak görülebilir hem de karakterin kötü bir karakter olduğunu ifade etmektedir. Karakter tasarımındaki ince ve sivri hatlar karakterin kötü bir karakter olmasına vurgu yapmaktadır.

Oyunlar

Kültüre dair bir başka unsuru oyunlar oluşturmaktadır, bu çerçevede dizide tespit edilen oyun saklambaç olmuştur.

Saklambaç: Dizide karakterlerin oynadığı farklı oyunlar görülmektedir. Bunlar arasında "saklambaç" oynanan oyunlardan bir tanesidir. Her ne kadar çocukların oynadığı bir oyun olsa da saklambaç bir bölümde Uzunla bulduğu kuş arasında oynanan bir oyundur. Kültürel kod olarak ele alındığında ise saklambaç evrensel kodlara sahip bir oyun olarak görülebilir. Her kültürde görülebilecek bir oyundur. Kültürden kültüre değişen oyunun ismi olmaktadır. Farklı kültürlerde farklı isimlerle oynanmaktadır (www.ludozofi.com).

Sonuç

Sanat eserleri, tecimsel olsun ya da olmasın, içinde bulunduğu kültürden beslenen çalışmalardır. Sinema filmleri, dizi filmler ve daha birçok başkaca yapıt bu kategoride ele alınabilir. Çalışmada bir masal kahramanı olan "Keloğlan" karakterinin TRT Çocuk kanalında yayınlanan canlandırma dizisi ele alınmıştır. Dizinin içinde yer alan kültürel unsurlar Hofstede'nin "Soğan Kabuğu Diagramı" modeli çerçevesinde ele alınmıştır. Bu modelden hareketle kültürel kodların analizi yapılmıştır. Herbir kültürel unsur Hofstede'nin bu modeli doğrultusunda değerler, ritüeller, kahramanlar ve semboller olmak üzere dört tabakaya ayrılmıştır. Bu tabakların başlıkları altında konumlandırılmış ve çözümlenmiştir.

Çalışmaya konu olan Keloğlan çizgi dizisinin hitap ettiği hedef kitlenin büyük oranda içinden beslendiği kendi kültürü olması nedeniyle yerel özellikler taşıyan kültürel unsurların oldukça yoğun olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda dizinin kendi kültüründen beslenmesi kültürel kodların belirlenmesinde de etkili olduğu söylenebilir. Giyim kuşamdan günlük yaşamdaki konuşmalara kadar birçok gösterge kendi içinde yer aldığı kültürel ortamdan beslenmektedir. Karakterlerin kullandıkları dil, kıyafetleri onların toplum içindeki konumu, bağlı oldukları inançlar gibi birçok konuda bilgi vermektedir. Kültürel kodların çoğunluğu geleneksel özellikler taşıyan, Anadolu'ya özgü unsurlardır. Bunlarla birlikte Keloğlan dizisinin yurtdışına da satıldığı düşünüldüğünde bu pazarların da yine Türk kültürüne yakın Ortadoğu ve Orta Asya gibi pazarlar olması bu konuda da kültürel unsuların etkisini göstermektedir. Yerel kültürlerden evrensel olana erişmek için daha fazla evrensel kodlara dayalı kültürel unsurların var olması gerekmektedir.

Keloğlan dizisinde de gerek evrensel gerekse yerel kimi değerlere sıklıkla vurgu yapılarak, hedef kitlesi çocuklar olan bu dizi ile olumlu değerlerin toplumsal yaşam içinde yaygınlaşmasına çalışılmaktadır. Özellikle tüm toplumlarda kabul gören ve toplumsal uzlaşmanın var olabilmesi ve toplumsal gelişmenin sürdürülebilmesi için kötülük, iyilik, çalışkanlık, gibi kimi kavramlar dizi içerisinde başta Keloğlan olmak üzere çeşitli karakterler tarafından aktarılmaktadır. Ayrıca Anadolu'da ve diğer doğu toplumlarında kabul gören kollektif toplumsal özelliklere dizi içerisinde vurgu yapılmakta, yine doğu kültürünün egemen olduğu toplumlarda ve Anadolu insanında gözlemlenebilen, fedakârlık, şefkat, kendinden önce bir başkasını düşünme gibi daha duygusal olan ve kadınsı olarak tanımlanabilecek davranış biçimlerine de dizide yer verildiği görülmektedir.

Dizide yer verilen çeşitli ritüeller de zaman zaman evrensel nitelikler taşısada daha çok doğulu toplumlara özgü ritüellere de rastlanılmaktadır. Örneğin dizi içerisinde büyü yapmak gibi bir ritüelle sıklıkla rastlanılmaktadır. Büyü ve büyü yapmak birçok toplumda geçmişte kabul gören bir davranış biçimidir. Eski toplumlarda doğa karşısında zaman zaman zayıf düşen bireyler yaşamı kontrol altına alabilmek ve sorunlarla baş edebilmek adına büyüye başvurmuşlardır. Keloğlan masalından uyarlanan Keloğlan dizisinde de sıklıkla büyü yapma edimi gösterilmekte ve kötülükle ilişkilendirilmektedir. Dizi de ayrıca doğu toplumlarına özgü olan pazarlık yapma eylemine de rastlanılmaktadır. Herhangi bir ürün ya da hizmet satın alınması sırasında yapılan bir eylem olan pazarlık sürecine Batılı toplumlarda rastlanılmamaktadır.

Keloğlan dizisinde, başta "Keloğlan" karakteri olmak üzere Anadolu kültürünü temsil eden karakterlere ve kahramanlara rastlanılmaktadır. Keloğlan karakteri bir halk masalı kahramanı olarak, aklı, iyiliği, dürüstlüğü ve Anadolu'nun yoksul halkını temsil etmektedir. Bu özellikleri itibariyle de toplumdaki bireylerin söz konusu karakterle empati kurması kolaylaşmaktadır. Dizideki "Bilgecan Dede" karakteri de önemli bir kahraman olarak öne çıkmaktadır. Toplumsal yaşamda Hofstede'nin ifade ettiği güç mesafesinin aralığının geniş olması nedeniyle Anadolu kültüründe kişilerarası iletişim sürecinde hiyerarşik iletişim biçimi kabul görmektedir. Bu bağlamda "Bilgecan Dede" karakteri bir kahraman olarak kabul görmektedir. Anadolu'da bireylerin yaş almaları onların saygınlığını arttıran bir unsur olarak algılanmakta ve hiyerarşik düzende yaşın önemi insan ilişkilerine yansımaktadır. Dizinin içerisinde dizinin bir halk masalı uyarlaması olması nedeniyle "Devler", "Cinler" gibi karakterlere de yer verilmektedir. Söz konusu karakterlerden devlere başka kültürlerde de rastlanırken, cin karakteri özellikle doğulu toplumlara özgü olarak masal anlatılarında yer almaktadır.

Dizide ayrıca Anadolu kültüründe geçmişte yer alan kimi semboller de gösterilmektedir. Bu sembollerin kimisi gündelik yaşamda kullanılan ve yaşanılan döneme özgü aksesuarlarken,

kimileri de toplumda yaygın olan inanış biçimlerini ve değerleri sembolize etmektedir. Bu bağlamda dizide yer alan özellikle kıyafetler, karakterlerin jest ve mimikleri toplumsal değerleri temsil etmekte, toplumda kabul gören hiyerarşik düzeni simgeleyerek, yeniden onaylanmasını sağlamaktadır.

Genel olarak Hofstede'nin Soğan Diyagramı'nın katmanları çerçevesinde incelenen Keloğlan dizisinin Anadolu'nun kültürel dokusunu ve doğu toplumlarına özgü kimi nitelikleri yansıttığı görülmektedir. Genç kuşaklara kimi olumlu toplumsal değerlerin aktarılmasını ve öğretilmesini amaçlayan Keloğlan dizisi aracılığıyla yerel değerler kadar evrensel kimi olumlu değerlere de yer verilmektedir. Tüm bu özellikleri kapsamında değerlendirildiğinde Keloğlan masalından uyarlanan dizinin Anadolu kültürünün hedef kitlelere iletilmesinde önemli bir rol üstlendiği ifade edilebilir.

Kaynakça

ALİCENAP, Çiğdem T. (2015). Kültürel Mirasın Çizgi Film Senaryolarında Kullanılması, TÜBAR-XXXVII / -Bahar, 11-26.

BENİCE, Ateş (1985). Türkiye'de Canlandırma Sineması, Grafik Sanatı, 3, 5-9.

BİLGİLİ, Can (2008). Yaratıcı Endüstriler, İletişim Çalışmaları Dergisi. 7.

CAN, Aytekin (1996). Çocuk ve Çizgi Film, Konya: Öz Eğitim Yayınları.

DENEÇLİ, Ceyda (2013). Küresel Markalar, Yerellik ve Kültürel Göstergeler, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication. TOJDAC, 3 (1), 1-11.

FURNİSS, Maureen (2008). Art in Motion: Animation Aesthetics, UK: John Libbey Publishing.

GÜVENÇ, Bozkurt (2010). İnsan ve Kültür, İstanbul: Boyut yayınları.

HENRY, Colette ve BRUİN, Anne de (2011). Entrepreneurship and the Creative Economy, UK: Edward Elgar Publishing.

HOCAOĞLU, Dilek (2015). Yaratıcı Endüstrilerin Yerel Ekonomilerdeki Önemi ve Tasarımın Bu Endüstrilere Katkısı, Planlama, 25(3), 189-194.

HOFSTEDE, Geerth (1991). Cultures and Organizations, Software of the mind, London: McGRAW-HILL Book Company Europe.

HOWKİNS, John (2007). The Creative Economy. UK: Penguin Books.

HÜNERLİ, Selçuk (2005). Canlandırma Sineması üzerine, İstanbul: Es Yayınları.

İVGİN, Hayrettin (2015). Eflatun Cem Güney'in Masallarında Devler ve Dev Yaratıklar, Kültür Evreni. 25, 36-43.

KABA, Fethi (2002). Türkiye'de Çizgi Film: Gelişimi ve Eğitimi, Anadolu Sanat. 13.

KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem (2014). Sonsöz: Kültürleşme ve Aile İlişkileri, Türk Psikoloji Yazıları, 17 (34), 120-17.

KÜÇÜKOĞLU, Melih Emre (2017). Animasyon sektörü raporu. Eskişehir: T.C. Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA).

LAZZERETTİ, Luciana; CAPONE, Francesco; SEÇİLMİŞ, İ. Erdem (2014). Türkiye'de Yaratıcı ve Kültürel Sektörlerin Yapısı, Maliye Dergisi. 166, 195-220.

LENA, Funda (2016). Türkiye'de Kültürel Sektörlerin Ülke Ekonomisine Katkısı. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

ONURLU, Özlen ve ZULFUGAROVA, Nargiz (2016). Küresel Markaların Yerel Pazarlardaki Reklam Stratejileri ile Kültürel Farklılıklar arasındaki ilgi üzerine bir uygulama, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 12(45), 491-513.

REDFİELD, Robert; LİNTON, Ralph; HERSKOVİTS, Melville J (1936). Memorandum for the Study of Acculturation. American Anthropologist, 38(1), 149-152.

RİCHTER, Thomas (2016). A Conceptual Culture Model for Design Science Research, International Journal of Business and Social Research, 6 (3), 4.

SALMAN, Fikri (2006). Gazneliler de Giyim Kuşam Özellikleri, Atatürk Ünv. Güzel Sanatlar Enstitüsü dergisi, 16, 111-126

SEÇİLMİŞ, İ. Erdem (2015). Türkiye'de Yaratıcı Endüstrilerin Kümelenmesi, Ege Akademik Bakış, 15(1), 9-18.

SOLOMON, Michael R; BAMOSSY, Gary; ASKEGAARD, Soren; MARGARET K. Hogg (2006). Consumer Behaviour- A European Perpective, England: Prentice Hall.

SOYDAŞ, Ayda Uzunçarşılı (2010). Kültürlerarası iletişim, İstanbul: Parşömen Yayıncılık.

ÜGEÖZ, Perihan (2003). Kültürlerarası İletişim, İstanbul: Üstün eserler neşriyat evi.

YAĞLI, Ali (2013). Çocuğun Eğitiminde ve Sosyal Gelişiminde Çizgi Filmlerin Rolü: Caillou Ve Pepee Örneği, Turkish Studies, Volume 8/10 Fall.

YORULMAZ, Bilal ve TANRIVERDİ, Mukaddes Zikra (2015). Din ve Değerler Eğitimi Açısından Keloğlan Çizgi Filminin Değerlendirilmesi, International Conference on Religion and Film, 21-24 Mayıs 2015, İstanbul.

Web Kaynakları

GÖKMEN, Levent (2017), Animasyonun hızı teşvikle artabilir!
https://www.ekonomist.com.tr/medya/animasyonun-hizi-tesvikle-artabilir.html
Erişim Tarihi: 01.10.2019

YALIM, Özlem (2019). Nedir bu yaratıcı endüstriler?
https://t24.com.tr/yazarlar/ozlem-yalim-tasarim/nedir-bu-yaratici-endustriler,22433 Erişim Tarihi: 13.04.2019

http://www.edebiyatvesanatakademisi.com/anonim-edebiyat-mizah-hiciv/keloglan-masallarimizin-ozellikleri-19578.aspx, Erişim tarihi: 06.03.2019.

http://www.enfal.de/sosyalbilimler/a/036.htm, Erişim tarihi: 17.04.2019.

https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/handle/11421/644, Erişim tarihi: 22.01.2019.

https://www.edebiyathaber.net/bir-buyume-oykusu-nils-ve-ucan-kaz/, Erişim tarihi: 18.04.2019.

https://www.ludozofi.com/anasayfa/oyunlar/saklamba%C3%A7/, Erişim tarihi: 23.02.2019.

https://www.canlandiranlar.com, Erişim tarihi: 18.03.2019.

https://www.bebka.org.tr/admin/datas/yayins/193/animasyonsektoru2018bsk-web_1541156624.pdf, Erişim tarihi: 30.04.2019.

https://romankahramanlari.com/cocuk-edebiyatinda-hayvanlara-yaklasim-epiktetos-ornegi/ Erişim tarihi: 05.10.2019.