



İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ

Istanbul University Faculty of Communication

2. ULUSLARARASI ÇOCUK VE İLETİŞİM KONGRESİ

“İletişimin Çocuğa Etkisi”

2. ULUSLARARASI ÇOCUK FİLMLERİ FESTİVALİ & KONGRESİ

“Çocuk, Savaş ve Barış”

4-6 Nisan 2005



2nd International Children & Communication Congress
“The Impact of Communication on Children”

2nd International Children Films Festival & Congress
“Children, Peace and War”

April 4-6, 2005

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi
Istanbul University Faculty of Communication

2. ULUSLARARASI ÇOCUK VE İLETİŞİM KONGRESİ
"İletişimin Çocuğa Etkisi"

2nd International Children & Communication Congress
"The Impact of Communication on Children"

&

2. ULUSLARARASI ÇOCUK FİMLERİ FESTİVALİ & KONGRESİ
"Çocuk, Savaş ve Barış"

2nd International Children Films Festival & Conference
"Children, Peace and War"

4-6 Nisan 2005

April 4-6, 2005

PROCEEDINGS
VOLUME I - VOLUME II

2. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi "İletişimin Çocuğa Etkisi"

2. Uluslararası ÇocukFfilmleri Festivali & Kongresi "Çocuk, Savaş ve Barış"
4 - 6 Nisan 2005

2nd International Children & Communication Congress "The Impact of Communication on Children"

2nd International Children Films Festival & Congress "Children, Peace and War"
April 4-6, 2005

ISBN: 404-761-8

Bilimsel Kurul / Scientific Committee

Üniversite / University

Prof. Dr. Suat Gezgin (Bilimsel Kurul Başkanı / Head Of Scientific Committee)	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Atıf Bir	Bahçeşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Peyami Çelikcan	Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Orkide Donma	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Şükran Esen	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Dursun Gökdağ	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Bülent Göksel	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Demet Gürüz	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Metin Kazancı	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Peter Lucas	Columbia University - USA
Prof. Dr. Ayla Oktay	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Engin Oral	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe Özel	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nilgün Gürkan Pazarıcı	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Elena Semikolenova	Ukrayna Tavrida National Vernadsky Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer Tapan	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Şermin Tekinalp	İstanbul Kültür Üniversitesi

Bilimsel Kurul Üyeleri, alfabetik sıraya göre dizilmiştir.

Düzenleme Kurulu Başkanı / Head Of Organization Committee

Öğr. Gör. Dr. Nilüfer Pembecioğlu Öcel

Kongre Düzenleme Kurulu / Organization Committee

Yrd. Doç. Dr. Yıldız Dilek Ertürk,	Arş. Gör. Bayram Yeraltı
Yrd. Doç. Dr. Ayşen Gül Akkor	Süleyman Türkoğlu
Yrd. Doç. Dr. Arzu Kihir	Nuray Yılmaz
Yrd. Doç. Dr. Ergün Yolcu	Meltem Sungur
Arş. Gör. Esra Arcan	Sibel Selvi
Arş. Gör. Sergün Kurtoğlu	Bahar Bilbay

Editörler / Editors

Yrd. Doç. Dr. Yıldız Dilek Ertürk
Yrd. Doç. Dr. Ayşen Akkor Gül
Yrd. Doç. Dr. Belkıs Ulusoy Nalcioğlu
Öğr. Gör. Dr. Nilüfer Pembecioğlu Öcel

Yayın Kurulu / Publication Committee

Yrd. Doç. Dr. Yıldız Dilek Ertürk	Yrd. Doç. Dr. Belkıs Ulusoy Nalcioğlu
Yrd. Doç. Dr. Ayşen Akkor Gül	Yrd. Doç. Dr. Battal Odabaş
Öğr. Gör. Dr. Nilüfer Pembecioğlu Öcel	Yrd. Doç. Dr. Ceyda Ilgaz Büyükbaykal
Doç. Dr. Aslı Yapar Gönenç	Arş. Gör. Dr. Candan Çelik
Yrd. Doç. Dr. Arzu Kihir	

Yayına Hazırlayanlar / Prepared By

Arş. Gör. Ahmet Kadri Kurşun
Arş. Gör. Bayram Yeraltı
Süleyman Türkoğlu

Baskı

Dilek Ofset / 0 212 501 07 20 / 0 212 501 32 77

İstanbul, Şubat 2006

- Kamusal Alanda Çocuk Hakları ve Haber Değeri - Türk Yazılı Basını Üzerine Bir Değerlendirme *Gulgun Erdoğan Tosun*
- Okullarda Yaşanan Şiddetin Gazetelere Yansıması *Nuray Yılmaz*
- Kitle İletişim Alanında Üniversite Öğrencilerinin Radyo Yayınlarına Katılımı Araştırması *Rengin Ozan*

V. Bölüm: İnternet (Volume II)

- Okul Aile İşbirliğinde Yeni İletişim Teknolojilerin Kullanımı: İzmir Özel Okullar Örneklerinde İnternet Kullanımı *Beril Akıncı Vural*
Özgür Köseoğlu
- İnternette Çocuklarla İlgili Türkçe Web Sitelerinin İçerik Açısından Karşılaştırmalı Analizi *Cem S. Sütçü*
N. Emel Dilmen
Erhan Akyazı
- Elektronik Çağda Düşgücünün Yitirilişi: Bilgisayar Oyunlarında Kurulan Anlatı Yapısı ve Sanal İmgelerde Şiddet Olgusunun Çözümlemesi *Alev Fatoş Parsa*
- Çocuk ve İnternet: İnternet Reklamcılığının Çocuklar Üzerindeki Olası Zararlı Etkileri *Aybike Pelenk*
- Çocuk Ve E- Öğrenme - Öğretmen Merkezli Eğitimden Öğrenci Merkezli Eğitime Geçiş *Nesrin Tan Akbulut*
Esin Kartopu
Özhan Tingöy

V. Bölüm: Dergi

- Çocuk İçin Dergilerin Önemi *Aslı Yapar Gönenç*
- Çocuk dergilerinin dergi yayıncılığı sektöründeki yerinin tiraj yönünden incelenmesi *Emine Sayılğan*
Şevket Sayılğan
- Basılı ve Elektronik Çocuk Dergilerinde Editoryal İçeriğin Dönüşümü *Gülseren Şendur Atabek*
- Çocuk Dergileri Bağlamında Tüketim Olgusu *Filiz Aydoğan*
- Bir İletişim Forumu Olarak Çizgi Romanların Eğitimdeki Rolü ve Toplumsal İşlevleri *Uğur Gündüz*
- Türkiye'de Yayınlanan Çocuk Dergilerindeki Kurmaca Karakterlerin, Çocukların Toplumsallaşma Süreçlerine Katkıları Bağlamında Kullandıkları İletişim Biçimleri *Güliz Uluç*
Seda Sünbül Olgundeniz
Mehmet Yılmaz

TÜRKİYE'DE YAYINLANAN ÇOCUK DERGİLERİNDE
YER ALAN KURMACA KARAKTERLERİN, ÇOCUKLARIN
TOPLUMSALLAŞMA SÜREÇLERİNE KATKILARI BAĞLAMINDA
KULLANDIKLARI İLETİŞİM BİÇİMLERİ

Güliz ULUÇ^{*}
Seda Sünbül OLGUNDENİZ^{**}
Mehmet YILMAZ^{***}

FORMS OF COMMUNICATION USED BY THE FICTION CHARACTERS IN
THE MAGAZINES PUBLISHED IN TURKEY IN THE CONTEXT OF
CHILDREN'S COMMUNICATION PROCESS

ABSTRACT

It has been observed that the forms of communication in children's magazines undertake, as models, an important function in children perceiving their environment and explaining it, and in socialization process. The fact that press organizations see this field as a trade sector all by itself lead to diversity in children's magazines. In this context, magazine concepts formed by taking commercial products sold on the market and directed to children and separately children's magazines with educative and entertaining content establish communication with children through fiction characters. The communication established between children and the characters appearing in magazines contribute to children's development of opinion on spiritual concepts. Such positive concepts as family, friendship, help, favor, collaboration with nature, responsibility, using physical power in a good way; and negative concepts such as punishment, competition, challenge, participating a gang are from time to time given in the narrative as fiction; and sometimes they are transferred to the child through activities that require knowledge and skills. In short, given the forms of communication of the characters in magazines, it has been observed that they establish communication with children sometimes through speaking directly and sometimes through their roles in the narrative. Children oriented magazines propose to become friend with children, they realize this through a real person (i.e. Yalvaç Ural, Murat Ece, Nevin Avan, etc.) or they establish communication with children leaving it to the imagination of children. At this point, the editor of the magazine and his messages were included in the scope of the study, as a character, cartoon heroes, toys, animals, human photographs and drawings, descriptions of imaginary characters, etc. are dealt with as fiction characters. For this reason, we will deal with the forms through which fiction characters establish communication with children and what kind of suggestions they put forward in the process of child's perception and explanation and socialization process.

Key Words: Children's magazines, communication forms, fiction characters

ÖZET

Çocukların çevrelerini anlama ve anlamlandırılmalarında, toplumsallaşma süreçlerinde çocuk dergilerindeki iletişim biçimlerinin modeller olarak önemli bir işlev üstlendiği görülmektedir. Günümüzde çeşitli yayın kuruluşlarının bu alanı başlı başına ticari bir sektör olarak görmeleri çocuk dergilerinin çeşitliliğinde artışa yol açmıştır. Bu bağlamda piyasada satışı yapılan, çocuklara yönelik ticari ürünlerin temel alınarak oluşturulduğu dergi konseptleri ayrıca eğitim ve eğlence içerikli çocuk dergileri kurmaca karakterler aracılığıyla çocuklarla iletişim kurmaktadır. Dergilerde yer alan kurmaca karakterlerle çocuklar arasında kurulan iletişim

^{*} Doç. Dr. Güliz Uluç, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo TV ve Sinema Bölümü, uluc@iletisim.ege.edu.tr

^{**} Öğr. Gör. Seda Sünbül Olgundeniz, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo TV ve Sinema Bölümü, ssunbul@iletisim.ege.edu.tr

^{***} Araş. Gör. Mehmet Yılmaz, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo TV ve Sinema Bölümü, myilmaz@iletisim.ege.edu.tr

çocukların soyut kavramlar üzerinde ki düşünce gelişimlerine katkıda bulunmaktadır. Aile, arkadaşlık, yardım, iyilik, hoşgörü, doğayla işbirliği, sorumluluk, fiziksel gücü iyi yönde kullanma gibi olumlu kavramlarla; cezalandırma, rekabet, meydan okuma, çeteleşme gibi olumsuz kavramlar bu karakterler aracılığıyla zaman zaman anlatıların içinde kurgulanarak verilmekte zaman zamansa bilgi beceri gerektiren aktiviteler yoluyla çocuğa aktarılmaktadır. Özetle dergideki kurmaca karakterlerin iletişim biçimlerine bakıldığında karakterlerin bazen çocuklarla doğrudan konuşarak iletişim kurduğu bazen de anlatı içindeki rolü ile iletişim kurduğu görülmektedir. Çocuklara yönelik dergiler, çocuğa arkadaş olmayı önerirken bunu gerçek bir kişi (Yalvaç Ural, Murat Ece, Nevin Avan vb..) üzerinden yapmakta ya da çocukların imgelemine bıraktığı bir kişilik olarak çocuklarla iletişim kurmaktadır. Bu noktada bir karakter olarak dergi editörü ve onun iletleri araştırma kapsamına dahil edilmekte, kurmaca karakter olarak çizgi kahramanlar, oyuncak, hayvan, insan fotoğrafları ve çizimleri, düş ürünü karakter tasvirleri vb. ele alınmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada kurmaca karakterlerin çocuklarla iletişim kurma biçimleri ile çocuğun anlama, anlamlandırma ve toplumsallaşma sürecinde ne gibi öneriler sunduğu niteliksel bir perspektiften değerlendirilecektir.

Anahtar Sözcükler: Çocuk dergileri, iletişim biçimleri, kurmaca karakterler

1. GİRİŞ

Çocukların yaşamı anlama ve anlamlandırmalarında, toplumsallaşma süreçlerinde çocuk dergilerinin de, çocuklara yönelik diğer kitle iletişim araçları içerikleri gibi önemli işlevler üstlendiği düşünülmektedir. Çocuklara yönelik yapımlar ile önceleri radyo ardından televizyonun, yaşama ve topluma dair değerlerin nesilden nesile aktarımında masalları yerinden ettiği günümüzde çocuğun iç evrenini aydınlatan büyülü lamba olarak çocuk dergileri de giderek artan çeşitleri ile bir alternatif olarak dikkat çekmektedir (Kansu, 1975).

Çocuk dergileri her şeyden önce çocuklar için bir bilgi kaynağıdır. İçeriği direkt olarak eğitici nitelikte olmasa bile, çocuk dergilerini okuyan çocukların okumamış olanlardan daha donanımlı yetiştikleri bir gerçektir. Çocukların varlığından habersiz oldukları pek çok olgu ve nesneyi öğrenmeleri açısından faydalı bir bilgi kaynağı olan çocuk dergileri, çocukların günümüzde çok daha küçük yaşlarda önemli bilgi düzeylerine erişmelerinde ana faktörlerdendir.

Türkiye’de çeşitli gazetelerin ekleri olarak görülmeye başlanan çocuk dergileri gün geçtikçe müstakil yayınlar olarak sınırlarını belirlemiş; çeşitli yayın kuruluşlarının bu alanı başlı başına ticari bir sektör olarak görmeleri çocuk dergilerinin çeşitliliğinde artışa yol açmıştır. 1869 yılında “Mümeyyiz” adlı gazetenin “Çocuklara Mahsus” adlı çocuk ekinden (Ertuğ, 1970: 214) bugün başlıcaları Doğan Egmont, Doğan Gazetecilik, Doğuş Grubu, Epsilon, Marsık, Baran olmak üzere farklı yayıncı kuruluşlara ait çok sayıda çocuk dergisinin yayınlandığı bir ortama varılmıştır. Her ne kadar farklı yayıncı kuruluşlara ait de olsa hedef kitlesi çocuk olan bu dergiler çok sayıda ortak klişelere sahip bulunmaktadır.

Hedef kitle noktasında çocuk ile hangi yaş grubunun kastedildiğinin belirtilmesi önem kazanmaktadır. Söz konusu dergi olunca okuma- yazma bilmenin bir ön koşul olarak gündeme gelmesi çocuk ile anlatılmak istenen yaş grubunun tabanını ilköğretimin başladığı yedi yaşına çekmektedir.

1.1. Genel Anlamda Çocuk Dergileri’nin Özellikleri

Çocukların gelişmelerini etkileyen karmaşık ilişkiler ve yaşanan deneyim örüntüleri içerisinde kitle iletişim araçlarındaki çocuğa yönelik ürünler ve konu edilen çocuk

dergilerinin rolü oldukça önemlidir. Bu ürünlerin çocuklar üzerindeki etkisi çocuğun bir çok ilişkilerine yansımaktaysa da bu etkiyi sınırsız bir etki olarak düşünmek hatalı olmaktadır.

Çocuklar biyolojik açıdan hemen hemen eşit olarak doğarlar ve herkes için aynı olan biyolojik kurallar çerçevesinde büyürler. Buna karşın başlangıçta hepsi birbirine benzeyen bebeklerin sonradan çok farklı insanlara dönüşmelerinin sebebi, gelişmelerinin tek başlarına değil de çok farklı sosyal ve kültürel ortamlarda meydana gelmesidir. Bu farklı ortamlar ailelerine, zamana ve mekana göre büyük değişiklikler göstermektedir (Turam, 1996: 41). Bu süreçte toplumsallaşma süreçlerine çocuk dergileri de girdide bulunabilmektedir.

Çocuk dergileri ya da televizyondaki çocuk programları, çocuklara bir köpeğin neye benzediğini gösterebilir fakat onu okşamanın nasıl bir his olduğunu, hayvan sevgisinin ne demek olduğunu, köpek yetiştirmenin insana kazandıracığı sorumluluk duygusunu vb güzellikleri veremez. Bu gerçek deneyimler ancak gerçek yaşamdaki başka insanların yardımıyla sağlanabilir şeklindeki iddialar belirtilen ürünlerin çocuklara kazandırdıklarının sadece yapay benzetimler olduğu, gerçeğin yerini tutamayacağını savunmaktadırlar. Aslında çocuklara yönelik medya ürünlerinin olumlu etkilerini, söz konusu ürünlerin eğitici ve toplumsal taraflarını bu denli küçümsemek yanılığına düşmemek gerekmektedir. Medya ürünleri ve bu ürünlerin içeriğinin çocuklar üzerindeki etkisini abartmaksızın kimi zaman olumlu kimi zamansa kabullenilmesi hoş olmamakla beraber olumsuz etkileri yadsınamaz.

Araştırma konusu olan çocuk dergileri çocuklara yaşamın olanaklarından örnekler sunabilmekte, onlara oyunları için fikirler verebilmekte, öğrenmeye olan açıklıklarını bir ölçüde karşılayabilmektedir. Çocukların anlam dünyalarına onların algı düzeylerine uygun iletişim yol ve biçimleri ile erişirken kişisel gelişimlerinden davranış pratiklerine geniş bir yelpaze için alternatif modeller sunmaktadır.

Çocuklara birşeyler öğretmenin en kolay yolu onları aynı zamanda eğlendirebilmektir. Böylece ilgileri kendiliğinden çekilecek ve farkında olmadan öğreneceklerdir. Bu yüzden içeriğin "öğretici" veya "eğlendirici" şeklinde sınıflandırılmayıp çocuk dergilerinde öğretici öğelerin arasına öğretici öğeleri gölgede bırakacak denli eğlendirici olanların serpiştirildiğinin yeğlendiği görülmektedir. J.J.Rousseau'nun deyişiyle Çocuklara hiçbir şekilde ders vermemek gerekir. Onlar ancak derslerin deneyimlerini almalıdırlar (Yavuzer, 1994: 235). Böylelikle çocuğun ilgisi daha uzun bir süre korunmakta, çocuk farkında olmadan daha çabuk ve kolay öğrenmektedir.

Çok sayıda çocuk dergisi ideal anlamda çocukların boş vakitlerini paylaşmaya, onları eğlendirmeye, bilgilendirmeye hatta eğitmeye talip görülmektedir. Ancak başta çocuklara yönelik ticari ürünlerin -oyuncak, elbise vs.- pazarlanması için bu dergilerin kullanılma çabası ideal olarak öne sürülen amaçların samimiyeti karşısında ciddi şüphe uyandırmaktadır. Ayrıca anılan tipteki dergiler dahil (Barbie) tüm çocuk dergilerinde ortak bir format dikkati çekmekte, dergilerdeki çeşitlilik karşısında aslında bu dergilerin birbirinden hiç de farklı olmadığı görülmektedir. Hemen hemen tüm dergiler tanıdık çizgi film ya da çizgi roman karakterlerinin öykülerini dergi formatına uyarlamış, bunları derginin teknik olanakları ve çocukların anlama düzeylerine göre düzenlemiş aralarına kelime eşleştirme, kare bulmaca, labirent bulmaca, eksik tamamlama, resimler arasındaki farkları bulma, boyama, kes- yapıştır, origami vb. aktiviteler serpiştirmiştir. İncelenen çocuk dergileri arasında National Geographic Kids ve Kanal D Çocuk Kulübü çizgi roman öykü ve karakterlerinin kullanılmamaları, yetişkin dilinde iletişim biçimleriyle güncel olan

bilgilerinin aktarılması ve erişkinlerin bilgi edinme yollarına dönük davranış biçimlerini kazandırma çabaları ile diğer dergiler içinde istisna olmaktadır.

Çizgi roman öykü ve karakterlerinden fazlaca yararlanılması durumu çocuk dergilerinin çocuklara yönelik çizgi romanlardan farkının ne olduğu sorusu gelmektedir. Çizgi romanlar her sayısında tanıdık kahramanların farklı öykülerini anlatan, kurgusunda kesintisiz bir bütünlüğü barındıran yayınlardır. Çocuk dergilerinde çizgi romanın ana ve yan karakterlerinin rol aldığı farklı öykücükler bulunmakta, ayrımı daha da belirginleştiren bir fark olarak da çocuğun bilişsel düzeylerine yönelik aktiviteler çoğu kez çizgi roman kahramanının daveti ve kılavuzluğu ile bu dergilerde bulunmaktadır. Ayrıca çocuk dergilerinde genellikle kurmaca karakterlerin ağzından çocuklara yönelik haber ve pratik bilgilerin aktarıldığı köşeler bunları çizgi romanlardan ayıran ve bu dergilere özgü ortak bir format olarak yer almaktadır (MİÇO'da Yalvaç Abi'nin hazırladığı köşeler, Kanal D Çocuk Kulübü'nde Nevin Avan'ın hazırladığı Orman Bülteni vb.).

Bir iki tanesi dışında dergilerde kullanılan çizgi öykülerin tamamı yabancı orijinlidir. Çizgi öyküler uzunluklarına göre seçilmiş ya da derginin sayfa sayısına göre uygun biçimde kısaltılmış, konuşma balonları Türkçe'ye çevrilmiş ya da Winnie the Pooh dergisinde olduğu gibi düz yazı ile anlatılan öyküye çeşitli aktivitelere de olanak sağlanarak, anlatımı destekleyen çizimler konulmuştur. Bu dergilere çizgi filmin veya çizgi roman kahramanının adı verilmiştir (Donald Amca, Taş Devri, Bugs Bunny, Tom ve Jerry, Winnie the Pooh vb.).

Yabancı kökenli olma durumunun Türk insanın kültürel pratikleri hakkında yeterince fikir verememesi bu dergilerde önemli bir eksiklik olarak değerlendirilebilmektedir. Zira çocuk kendi kültürel değerlerine ilişkin iletişim biçimlerini, davranış kalıplarını ve toplumsallaşma sürecine dönük gelişim görevi örneklerini dergilerde bulamamaktadır.

Çocuğun anlama ve dil gelişimine uygun dilsel ileti zenginliği yabancı orijinliliğe ve çevirilerden kaynaklandığı anlaşılan dilsel sığığa feda edilmektedir.

Çocuğun gelişim sürecine katkı sağlamak ideali ticari kaygılar ya da bir yetişkinin çocuğu kendince doğru olan düşünce ve inancına bağımlı kılma çabaları içerisinde yitip gidebilmektedir. Ticari kaygılar olarak yayıncı kuruluşların kar amacı ile içine girdikleri motivasyonlar değerlendirilebilmektedir. Bu kaygılardır ki çocuk dergilerinde ulusal kültürel değer ve pratiklere yönelerek "özgü" birşeyler üretmek yerine yeni olanın getirdiği risk ve maliyetlerden kaçınılarak; hayran kitlesi hazır, yıllar içinde kendini ispatlamış, diğer kitle iletişim araçlarında sürekli yer alması dolayısı ile tanıtım faaliyetlerini gereksiz kılan hatta artık bizzat marka olarak kendi adıyla lanse edilen ürünlerin de tanıtımını ister istemez yapmakta olan üretilerin (bilindik çizgi karakterler ve öyküleri) olduğu gibi kullanmasına gidilmektedir. Özellikle Barbie adlı dergide ticari kaygılar, Barbie bebeklerin fotoğrafları ile dergideki kurmaca karakterler olmaları ve derginin adeta bir ürün kataloğu olması ile rahatsız edici biçimde belirgindir. Bu dergide çizgi kahramanların ününden yararlanarak, çocukların televizyonda gördükleri kahramanların öykülerini basılı hale getirip koleksiyon duygularına seslenerek dergiyi sattırmaktan çok daha ileri gidilerek dergi ile kurmaca karakter kimliği kazanan çeşitli modellerde Barbie bebekler pazarlanmaya çalışılmaktadır. Bir başka deyişle çizgi karakterin ünü dergiyi sattırmak için kullanılırken burada dergi oyuncakların satışı için kullanılmaktadır. Böyle bir yaklaşımın da çocuk dergiciliğinin gelişim sürecine ve toplumsallaştırmaya katkı misyonları karşısındaki samimiyeti kuşku uyandırıcıdır.

Benzer şekilde yetişkinin çocuğu kendince doğru olan düşünce ve inancına bağımlı kılma çabaları motivasyonu ile belli dünya görüşüne ait yaşam biçimlerini dayatma gayretleri de çocuk

dergilerinin temel işlevlerinin istismarı olarak ortaya çıkabilmektedir. Modern Çocuk adlı dergideki imalar ve öneriler anılan ifadeyi destekler nitelikte görülmektedir. Örneğin kurmaca karakter Murat Abi toplumsal yaşamda kadının ev içi alana ait olduğunu "Ailemizde herkesin bir görevi vardır. Babamız çalışır, evin geçimini de temin eder, bazı ailelerde annelerimiz de çalışır" şeklinde belirtmektedir. Yine aynı derginin bir başka sayfasında iki ayrı şekil içine "Yüce Allah'a dua ve ibadet et ki, karşılığını bulasın" ve "Kendi malını muhtaçlarla paylaş ki iyi insanlardan, Yüce Allah'ın sevdiği kullardan bir olasın" sözlerine yer verilmektedir.

İdeal anlamda çocuk dergilerinin ve içeriğindeki kurmaca karakterlerin beraberinde getirdiği kocaman bir "görsel pedagoji" dünyası vardır. Birkaç sayfalık bir çizgi öyküye çoğu öğretmenin bir aylık öğrenim süresine sıkıştırılabileceğinden daha fazla pedagoji sığmaktadır. Önemli olan sunuştaki beceri, profesyonellik ve inandırıcılık gücüdür (Drucker, 1992: 238, 254).

1.2. Çocuk Dergileri'nde Hedef Kitle ve Hedef Kitlenin Genel Özellikleri

Analize konu olan dergilerin türü toplumsallaşma süreçlerine katkısı değerlendirilecek kitlenin de özelliklerini tanımlamaktadır. Çocuk dergilerinin çocuklar tarafından tüketilebilmesi için taban yaş okuma- yazma bilme koşulu aranarak ilköğretimin başladığı 6 yaş olarak belirlenmiştir. Tavan yaş ise 12 yaş ve sonrasında bir çok çalışmada erinlik ve ergenlik dönemi ile çakıştığının belirtilmesi nedeniyle çocukluk evresinin bitimi olan 12 olarak kabul edilmiştir. Okul çağını içine alan bu evre çocuğun aile yuvasından çıkıp, dünyaya atıldığı, toplumsal çevreye iyice karıştığı evredir. İlkokul yıllarını içine alan bu dönem, ergenliğin ilk belirtilerinin başladığı 12. yaşta sona ermektedir.

Dolayısıyla çalışmada Piaget'in somut işlemler dönemi olarak kategorize ettiği 6-12 yaş arası dönem değerlendirilmeye konu edilmektedir (Dönmezer, 2004: 91-93). Piaget'in "çocuk psikolojisi" teorisine göre gelişme düzeylerinin ilki çocuğun doğumu ile iki yaş arasında süren "duyumsal hareket" (sensory motor) ile başlamaktadır. İki ile 6 yaş arasındaki operasyon öncesi düzeyde (pre-operational) çocukta dil kavrama ve kavramları düşünmeden öğrenme yeteneği gelişmektedir. Gelişim düzeyinin üçüncüsü 6-12 yaş grubuna rastlayan hareketlerde düşüncenin ve mantığın belirginleşmeye başlamasıdır. Böylece çocuğun hareketlerindeki sezgisel düşüncenin (instutive thought) yerini mantığa dayanan çözümlenmeler (reasoning) almaya başlamıştır (Aydın, 1997: 156-157). Zihinsel olarak sezgisel düşünmeden somut işlemler dönemine geçilmiştir. Çocuk dönemin başlarında somut olduğu sürece zihinsel olarak problemleri çözebilmektedir. Ancak matematiksel işlemlere başlamadan önce sayı, uzunluk, miktar korunumu parça-bütün ilişkileri ve işlemleri tersine dönüştürebilme becerileri açısından somut materyallerle problem çözülmesi gerekmektedir.

Net çizgiler ile ayrılmamak ile beraber yaş aralığının bilişsel düzeyi bağlamında çocuk dergilerinde kimi zaman çocukların somut düşünebilmeleri için kavramlar somut düzeyde verilmekte, kimi zaman ise daha çok çocukların düş gücünü motive edici soyut öğeler kullanılabilmektedir. Somut işlemler döneminde çocukların insan doğasını ve yaşamı anlamaları bağlamında çalışmaya konu olan çocuk dergilerindeki karakterlerin önemli yeri bulunmaktadır.

Eğitim psikolojisi literatüründe okul yaşı çocukları, ikinci çocukluk, orta çocukluk vb adlar ile karşılanan 6-12 yaş aralığında çocuğun taşıdığı özelliklerin bilinmesi, çocuğun çevre ile ilişkilerinde ne düzeye geldiği bağlamında toplumsallaşma süreçleri içindeki konumu ve bu konum karşısında kurmaca karakterlerin iletişim biçimleri ile ne ölçüde sürece girdide bulunabileceğinin değerlendirilmesi bakımından gerekli görülmektedir.

Çocukta ben merkezliliğin azaldığı üç alan belirlenmiştir (Dönmezer, 2004: 69). İlki mekansal bakış açısidir. İkincisi çocukların dinleyicilerini de dikkate almaya başladıkları sözlü iletişim, sonuncusu ise toplumsal bakış açısidir. Ben merkezlik empatik iletişime doğru azalan bir seyir izlemektedir. Örneğin MİÇÖ adlı çocuk dergisinde Fasulyeler, Mirabel ile Çarli adlı çizgi dizilerde çocuklara ben merkezliliğin nasıl olduğu ve nasıl toplumsal etkiler yarattığı sergilenmeye çalışılmaktadır.

Hawighurst'e göre çocuklar bu dönemde üç özgül alanda büyümekte ve gelişmektedirler. Karmaşık kavramlar, sembolizm ve mantıksal düşünme üzerindeki ile bilişsel olarak yetişkinlerin iletişim çevresine girilmesi üç özgül alandan ilkidir. Çocuğun toplumsal olarak ev ve aile ortamının dışına çıkması ve yaşıt gruplarına girmesi ikinci alandır. Fiziksel gelişim de üçüncü alandır (Dönmezer, 2004: 27-29). Bu noktada araştırma eksenine bağlı kalınarak gelişim görevlerinden sosyal gelişim görevlerine ağırlık verileceğinden bu alan dışarıda bırakılarak ilk iki alan üzerinde durulacaktır. Bireyin doğumundan yetişkinliğine kadar diğer insanlar ile gerçekleştirdiği ilişkilerinin ve onlara karşı geliştirdiği ilgi ve duyguların tümü olarak nitelendirilebilecek sosyal gelişim -kişinin yetişkin çevresinde geçerli olan "norm" ve değer yargılarına bir "davranış geliştirme" süreci olarak toplumsallaşma ile içiçe bir kavramdır- her evre için bir takım görevleri de beraberinde getirmektedir.

Bu dönemdeki gelişim görevleri şu şekilde sınıflandırılmaktadır:

Günlük yaşam için gerekli kavramları geliştirme: Çocuğun toplumsal yaşamda gereksinim duyacağı kavramlar hiyerarşisini kazanmasıdır.

Vicdan, ahlak ve bir değerler ölçütü geliştirme: Çocuğun toplumsal görevlerini yerine getirebilmesi için duygu ve heyecanını kontrol edebilmesi, ahlaki kurallara saygı duymasıdır ki, bu görevin gerçekleşmesinde sosyal çevrenin önemli rolü bulunmaktadır.

Bu dönem çocukların "iyi" ve "kötü" kavramlarını, "doğruyu" ve "yanlış" öğrendikleri bir dönemdir. Bazı çocuk dergilerinde çocuğa örnek olması amacıyla sadece -görece- iyi değerlerin verilmesi hatasına düşülebildiği görülmektedir. Her ne kadar yaşamın gri tonlarından çocuğun haberdar edilmesi ileriki yaşlara bırakılabilirse de, çocuk "kötü"den, "yanlış"tan yalıtılmışlığın neden olduğu yapaylığın farkına vararak çocuk dergisine olan ilgisini kaybedebilecektir. Böylesi bir tutum çocuğu gerçek yaşamdan izole etmek, cam bir fanus içinde korumakla eş değer olup kötülerin yansıtılması, çocukların nelerden sakınmaları gerektiğinin gösterilmesi işlevine sahiptir. Bu nedenle iyi değerler gerektiğinde kötü değerlerle birlikte verilmekte, böylelikle çocuğun önce iyinin yanında kötüyü de tanuması, sonra da iyiyi ve doğruyu kendi başına bulabilmesi sağlanmaktadır (Turam, 1996: 164).

Kişisel bağımsızlık kazanma: Bu görev 6-12 yaş çocuğunu aşan bir gelişim görevi olmak ile beraber çocuğun yaşıtlarla geçinme konusunda başarı kazanması kişisel bağımsızlık ile yakından ilgili olmaktadır. Ayrıca çocuklarda bu dönemde çalışma isteği yaratmak ve onlara başarı duygusunu tattırmak büyük önem taşımaktadır. Çocukların yaptıkları işleri takdir eden, başarılı olabileceği alanlarda kendini sınamasına olanak veren anne-baba ve öğretmenler, bu gelişim döneminde yer alan Erik H. Erikson'un psikososyal gelişim evrelerinden başarılı olmaya karşı yetersizlik olarak tanımladığı duygulara kapılma karmaşasının üstesinden gelinmesinde çocuğa yardımcı olabilmektedirler (Dönmezer, 2000: 133-115). Bu evrede çocukların özdeşim kurduğu kurmaca karakterler de üstesinden gelinmesi çok zor görülen işleri kendi başlarına gerçekleştirerek ve diğer karakterlerden övgüler alarak çocuğun kendine güvenmesine katkı sağlamaktadır. Çocuk sosyal ilişkilerin güçlüğü üzerine verilen örneklerde okul çağı ile birlikte yeni ve karmaşık bir sosyal çevreye

girmenin, birey olarak toplumda yer almanın, dış dünyaya açılmanın (Korkmazlar, 1995: 81-82) zorluklarını yenmeyi öğrenmektedir.

Yaşlılarla geçinmeyi öğrenme: Bu gelişim görevi kişisel bağımsızlık kazanma görevi ile içiçe geçmektedir. Çocuğun okula başlamasıyla birlikte ,okul öncesine oranla daha çok sayıda arkadaşla ilişki kurduğu ,bunun yanında aile ilişkilerinin zayıfladığı ,bireysel oyunun yerini, grup oyununun aldığı görülmektedir. Başka bir deyişle, çocuğun okul çağıyla birlikte grup çağına girdiği ve sosyal bilincin arttığı dikkat çekmektedir. <http://kocaeli.meb.gov.tr/-yayinlar/cocuk_egitimi.htm> (2005, Ocak 28).

Sosyal yönden okula başlamayla birlikte çocuğun çevresi gittikçe genişlemiştir. Çocuklar arkadaşları ile hareketli ve eğlenceli oyunlar oynamaktan hoşlanmaktadırlar. Zamanla oyun kurallarına uymayı öğrenirler. Toplumsal kuralların da bir çoğunu model alma yoluyla uygulayabilmektedirler. Bu noktalar araştırma konusu bağlamında çocuk dergilerinin işlevlerini ön plana çıkaran alanlar olmaktadır

6-12 yaş döneminde seçici akran grupları gelişmektedir. Yaş, cinsiyet ve sosyal statü bu yaşta akran grubuna seçilmede önemli ölçütler olarak yer almaktadır. Örneğin Kanal D Çocuk Kulübü adlı dergi, adı ile akran grupları için bir merkez olma önerisinde bulunmakta, çocukta dergi çatısı altında kendi gibi olanlar ile paylaşımında bulunduğu duygusunu uyandırmayı hedefler görülmektedir.

Çocukluğun sonlarına doğru arkadaş grubunun daha etkili oluşunun, kısmen çocuğun zamanının büyük bir bölümünün arkadaşlarıyla birlikte geçirmesinin rolü bulunmaktadır Çocuğun içine girdiği bu çağa, sosyal bilincin çok hızlı geliştiği bir dönem olması nedeniyle Çete Çağı adı verilmektedir. Çeteler son çocukluk yıllarının normal sosyal guruplaşmalardır. Oyun gurubu çocuğa bir bölümü doğru, bir bölümü yanlış birtakım kavramlar kazandırmaktadır. Bir gruba ait olma, çocuğu sadece arkadaş ve eğlence sağlamakla kalmayıp aynı zamanda ona gurur ve statü duygusu da vermektedir. (MİÇÖ adlı dergide Yumurcak Dennis ve arkadaşları çeşitli aktivitelerin hikayelerini oluşturan bir oyun grubu olarak, kendi kurallarını koymayı önermektedir.) Sonuç olarak çocuk, grubuna karşı güçlü bir bağlılık duygusu beslemeye başlamaktadır. Çocuk dergilerinde kurmaca karakterler özellikle arkadaş gurupları vb sosyal guruplar içerisinde temsil edilmekte, çocuk bunları okuyarak yaşlıların biraraya gelmesi, biraradayken neler yaptıkları, ne konularda konuştukları, grup üyesi ve grup dışınkilere karşı nasıl tavırlar geliştirdiklerine ilişkin öneriler ile karşılaşmaktadır. (MİÇÖ adlı dergide Can ile Afacan'ın öyküsünde statüler, Winnie the Pooh'ta arkadaş grubu ile yapılan aktiviteler, Taş Devri'ndeki Taş Yatak İzcileri'nde grup içi ilişkiler vb.)

Kolay etkilenme, karşıt görüşte olma, rekabet ve sorumluluk son çocukluk döneminde görülen toplumsal özellikler olarak ele alınmaktadır (Yavuzer, 1987: 112-118).

Kolay etkilenme: Çocuk kendi arzusunun başkaları doğrultusunda olduğuna inanmaktadır. Grubun fikirlerinin başat olması burada ön plana çıkmaktadır.

Karşıt görüşte olma: Çocuk düşünce ve hareketleriyle diğer çocuklara karşıttır. Kendi akranlarının düşüncelerini kabul ediyorsa erişkinlerin görüşlerine karşı koymaktadır.

Rekabet: Bu dönemindeki Çete Çağı boyunca rekabet üç biçimde görülmektedir.

- a) Grup üyeleri arasında
- b) Kendi grupları ile rakip gruplar arasında

c) Grupla sosyal kurumlar arasında

Sorumluluk; kalabalık aileden gelen çocuklarda, zorunluluk nedeniyle kendi işlerini yapmak ve kendilerinden küçük kardeşlerine bakmakla yükümlü olduklarından sorumluluk duygularının daha çok geliştiğini göstermektedir. Kendi evlerinde sorumluluk üstlenen çocuklar hem daha başarılı bir uyum göstermekte hem de lider rolüne daha uygundurlar.

Uygun toplumsal cinsiyet rollerini öğrenme: Önceki dönemde cinsiyetini öğrenmiş olan çocuk bu dönemde toplumsal cinsiyet ile tanışmaktadır. Yani toplumun kendi cinsiyetinden beklentilerini ve bu beklentileri hangi davranışları ile yanıtlayacağını öğrenmektedir. Son çocuklukta cinsiyet rolü beklentileri, yaşit gruplarına üye olmak ile güçlenmektedir. Özellikle Barbie adlı çocuk dergilerinde kız çocukları için toplumsal cinsiyete dair çok sayıda davranış biçimi önerisi kurmaca karakterler üzerinden verilmektedir.

2. AMAÇ VE YÖNTEM

Okul yaşı çocukları ya da son çocukluk dönemi olarak anılan 7-11 yaş aralığının gelişim görevlerine dair bilgiler çocukların anlama, anlamlandırma düzeyleri paralelinde dergilerin de yaş gruplarına göre kategorize edilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla dergilerin ne tür bilgileri ya da iletileri ne şekilde verdiğinin değerlendirilmesinde gelişim olgusunun da dikkate alınması gerekmektedir. Toplumsallaşma süreçleri ile, ilgili gelişim görevleri ilişkilendirilerek kurmaca karakterlerin alana getirdiği öneriler değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

Çocuklara yönelik ticari ürünlerin temel alınarak oluşturulduğu dergi konseptleri ayrıca eğlence, bilgi ve eğitim amacı güttükleri savunulan çocuk dergileri toplumsallaşma sürecine girdide bulunmazdan önce çocuğa ulaşmak zorundadır. İçeriğin çocukla buluşması kurmaca karakterler aracılığı ile gerçekleşmektedir. Bir başka deyişle çocuk dergileri kurmaca karakterler üzerinden çocuklarla iletişim kurmaktadır.

Bu çalışmada "kurmaca karakter"lerin neler olduğu ve iletişim biçimleri araştırmaya konu edilen dergilerin analizi ile gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. İncelemede, kurmaca karakterlerin çocuklarla iletişim kurma biçimleri ile çocuğun anlama, anlamlandırma ve toplumsallaşma sürecinde, çocuğa ne gibi öneriler sunduğu niteliksel bir perspektiften değerlendirilecektir.

Analizde dağıtım ağı yaygın ve bayiilerde kolaylıkla bulunabilen sekiz çocuk dergisinden - MİÇO, National Geographic Türkiye Kids, Modern Çocuk, Barbie, Winnie the Pooh, Donald Amca, Kanal D Çocuk Kulübü, Taş Devri- yararlanılmıştır.

3. BULGULAR VE YORUM

3.1. "Kurmaca karakter" ve "iletişim biçimleri" nin dergilere göre analizi

3.1.1. Çocuk Dergileri'nde Kurmaca Karakterler

Dergilerde yer alan kurmaca karakterlerle çocuklar arasında kurulan iletişim çocukların soyut kavramlar üzerinde ki düşünce gelişimlerine katkıda bulunmaktadır. Aile, arkadaşlık, yardım, iyilik, hoşgörü, doğayla işbirliği, sorumluluk, fiziksel gücü iyi yönde kullanma gibi olumlu kavramlarla; cezalandırma, rekabet, meydan okuma, çeteleşme gibi olumsuz kavramlar bu karakterler aracılığıyla zaman zaman anlatıların içinde kurgulanarak verilmekte zaman zamansa bilgi beceri gerektiren aktiviteler yoluyla çocuğa aktarılmaktadır.

Özetle dergideki kurmaca karakterlerin iletişim biçimlerine bakıldığında karakterlerin bazen çocuklarla doğrudan konuşarak iletişim kurduğu bazen de anlatı içindeki rolü ile iletişim kurduğu görülmektedir.

Günlük maceralarla, özellikle çocuklarımızın yaşamına giren kurmaca karakterler kimi zaman çağdaş yaşam pratiklerine uygun hale gelmek için güncellenmektedir. "Hasbi Tembeler" eski Sovyetlerdeki Glasnost politikasını ileri sürerek, günlük nobetlerin artık kaldırılması isteğiyle çavuşuna başvurmakta, Temel Reis'in uzatmalı sevgilisi Safinaz kürtaj haklarını savunmakta, Basri ve Fatoş'tan Fatoş ev ekonomisine katkıda bulunmak için yakın arkadaşı Maviş ile birlikte catering şirketi kurmakta ve klasik ev kadını tiplemesine son vermektedirler (Rigel, 1994: 8-9). Kurmaca karakterler bu denli gündelik yaşantımızda bizlerle içiçe yaşamaktadırlar.

Çocuk dergilerindeki kurmaca karakterler çocuklara yaşamdan örnekler sunarken onlara farklı karakterlerdeki insanları ve insanların çeşitli durumlarda nasıl davrandıklarını göstermektedir. Bu insanların arasında doğal olarak kötü karakterli insanlar da bulunmaktadır (Donald Amca dergisinde teknolojiyi kötüye kullanan Bay Macit gibi). Çocuk dergilerindeki kurmaca karakterler arasında kötü karakterlerin de yer alması çocukların kötü insanlar olarak ya da tersi durumda iyi insanlar olarak olgunlaşmalarını sağlamamaktadır.

Çocuk, dergilerden gözlem yoluyla birçok şey öğrenirken, aynı zamanda da kendisini kurmaca karakterler ile özdeşleştirerek birtakım davranış kalıpları edinmektedir. Sözü edilen davranış kalıpları çeşitli olaylar karşısında takınılacak geçici birtakım tavırları içeren kişiliğe dönüşmek kadar kapsamlı bir değişikliğin göstergesi olmaksızın dar kapsamlı ve daha özel davranışlardır (Turam, 1996: 161).

Çocuk dergilerindeki kurmaca karakterler çocuğun zihinsel gelişimi için de önemli bir araç olup çocukların düş dünyalarını zenginleştirmekte, onları düşünmeye yönelterek düşünme yeteneklerinin gelişimini teşvik etmektedir. Çocuklar sıklıkla, okudukları kurmaca karakterleri günlük yaşam pratiklerinde ve oyunlarında temsil etmektedirler.

Bilişsel gelişimini sağlıklı bir şekilde sürdüren çocuk, genelde egosunu güçlendirme aracı olarak gördüğü çizgi öykülerin hızlı bir okuyucusudur. Çocuk çizgi kahramanlarda ego kavramını bir takım yansımalarla genişletmeye çalışmaktadır. Çocuk bir macerada yenilmeyen bir kahraman üzerinden egosunu tatmin ederken kahramanının kendisi olacağı yaşam macerasında ayakta durabilmenin denemelerini yaşamaktadır. Sağlıklı bir ruhsal yapıya sahip çocuklar için, çizgi öyküler ego geliştirme ve eğlenme aracıdır. Pek çok çetrefilli sorunu çözmek amacıyla güçlerini kullanan çizgi kahramanlar çocukların gündelik yaşamlarında endişeye kapılmadan problemlerin üstesinden gelmelerine yardım etmektedir. Çocuklar için kurmaca karakterler bir uyum mekanizması gibidir (Schramm, 1964: 48-49). Yine Donald Amca dergisinde teknolojiyi kötüye kullanan Bay Macit'e karşı sıradan biri olarak karşı koyan Mickey'in Bay Macit'i adalete teslim etmesi buna örnek olarak verilebilir.

Çocuklar çizgi romanlarda maceradan maceraya koşan çok sayıda model görmektedirler. Superman, Spiderman, He-man, Batman, Action Man vb. kurmaca karakterlerin yer aldığı anlatılar hareketin sürekli ön planda olduğu, iyi ve kötü çatışmasının yaşandığı ve düzenin sağlanmasına yönelik mesajların üzerlerinden verildiği kurmaca karakterlere birkaç örnek olarak verilebilmektedir. Bu karakterlerin geçtiği anlatılarda kurmaca karakterler yenilmesi imkansız görünen düşmanları altetmekte, içinden çıkılmaz görülen tuzaklardan kolayca kurtulmaktadırlar. Bütün bunlar çocukların gerçeklik algılarını kırarak düş dünyalarını ve

oyunlarını etkilemektedirler. Kimi zaman kurmaca karakterler büyük bir hareketlilik içerisinde serpiştirilmiş şiddet ve tahrip girişimlerinde de bulunmaktadır (Kaplan, 1984: 413).

Çocuk dergilerinde, kurmaca karakterler için engellerle karşı karşıya gelme ve mücadele unsuru sıklıkla kullanılmaktadır. Kurmaca karakter kendini savunmaya daima hazır olduğu için çocuğa güven telkin etmekte, onu da aynı şekilde davranmaya teşvik etmektedir (Mirabel ile Çarli'de Afrika'ya gidecek Mirabel'in etkinlikleri, Donald Amca'nın Açık Kapı adlı öyküde kız arkadaşıyla birlikte giriştiği mücadele vb).

Kurmaca karakterler kimi zaman verdikleri "çalışkan olmak, mücadelecilik olmak, düşünmek, öğrenmek, fırsatlar yaratabilmek, riskleri göze almak ve yaşamını yönlendirmeyi bilmek" gibi mesajlarla çocukları yaşama hazırlayıcı değerler de içermektedirler. Kurmaca karakterlerdeki modellerde bir yandan mücadele vurgulanırken diğer yandan da arkadaşlığın ve dayanışmanın önemini altı çizilmektedir.

Bunu yanı sıra günlük yaşam rutinimizi, aile yapımızı, eğitim sistemimizi hicveden kurmaca karakterler de çocuk okuyucular arasında büyük popülariteye kavuşmaktadır. Çocuklar ciddi kahramanlardansa mizah öğesi içeren kurmaca karakterler tercih etmekte dolayısıyla yaşamın özünden gelen aksaklıkları karikatürize eden karakterler başarı kazanmaktadır (MİÇÖ- Ders Sevmez Hamdi karakteri ve öyküsü, Taş Devri- Taşyatak İzçileri adlı çizgi öyküde tema ve karikatürize üslup).

Çocuklara yönelik dergiler, çocuğa arkadaş olmayı önerirken bunu gerçek bir kişi üzerinden yapmakta ya da çocukların imgelemine bıraktığı bir kişilik olarak çocuklarla iletişim kurmaktadır. Bu noktada bir karakter olarak dergi editörü ve onun iletileri, kurmaca karakter olarak çizgi kahramanlar, oyuncak, hayvan, insan fotoğrafları ve çizimleri, düşürünü karakter tasvirleri vb. ele alınmaktadır.

Çocuk dergilerindeki toplumsal gelişme süreçlerine katkı sağlayan işlevleri ile ele alınan kurmaca karakterlerin anılan dergilerdeki görünüşleri ile ilgili olarak aşağıdaki sınıflandırma geliştirilmiş bulunmaktadır.

3.1.2 Gerçek Kişiler

Gerçek yaşamda var olan Yalvaç Ural, Murat Ece, Nevin Avan gibi kişiler çocuk dergilerinde çocuklar ile doğrudan iletişim kuran karakterlerdir. Sanki varlığı bu dergiye bağlıymış yanılması ile çocukların güvenini kazanan ve dergideki tüm öyküleri anlattığı, tüm aktiviteleri çocuklar için hazırladığı imajı yaratan bu kişiler yapıntı kişiler olarak kurmaca karakterler sınıfına girmektedir. Bunların bir çoğu derginin editörü pozisyonundadır. Çocuk dizilerindeki karakterler, çizgi karakterler, insanlaştırılmış canlılar ile işbirliği içinde ki bunlar da genellikle muhabir ya da sürekli bir köşenin sahibi rolündedir, çocuklara, çocukların ellerindeki içerikleri üretmektedirler. Gerçek kişiler kendilerini ağabey ya da abla olarak konumlandırmaktadır. Böyle bir seçimde bu kişiler öneride bulunabilme gücünü kullanabilirken ağabey ya da abla olmanın sağladığı yakınlık kurma kodlarından yararlanma olanağına da kavuşmuş olmaktadır. Çocuklara dergi ve dergi ekibi adına "biz" dilinde eş düzeyde seslenirken hedef kitleye "çocuklar" şeklinde seslenmekten kaçınmaya özen göstermektedirler. Böylece dostluk, kardeşlik, barış, paylaşma, sorumluluk vb iletiler didaktik olmanın dergi ile çocuk arasında kalın duvarlar örmesine izin verilmeksizin gönderilebilmektedir.

3.1.3. Derginin Kendisi

Bazı dergiler vardır ki bunlar çocukları içeriye davet etmek için gerçek bir kişiden yararlanmak yerine kimliklendirmeyi çocukların imgelemine bırakıp soyut bir kişi olarak çocuğa eşlik etmektedirler. Bütün olarak bakıldığında dergi ikinci tekil şahıs dili ile çocuğa seslenmektedir. Bir kurmaca karakter olarak derginin kendisi çeşitli kurmaca karakterler ile işbirliği içinde dergi içeriğini hazırlamış imajı uyandırabilmektedir. Böyle bir iletişim biçiminin seçilmesi gerçek kişilerin, kişisel görüşlerinden arınık ve daha nesnel bir dergi kimliği görüntüsü sağlamaktadır.

3.1.4. Çizgi Karakterler

Çeşitli çizgi film ve romanların karakterleri dergi adına çocuklara seslenmektedir. Karakterle dergi arasındaki bu ilişki adlarını karakterlerden alan dergilerde daha belirgindir. Bildik çizgi roman ve filmlerin kurmaca karakterlerinden yararlanan dergilerde karakterlerin özellikleri bilinmekte olup ortak anlam evreni alt yapısı hazırdır. Karakter kendi özelliklerine has bilindik iletişim biçimlerini dergide de sürdürerek çocuklara ulaşmaktadır. Çocukların kurmaca karakterler üzerinden verilen iletileri tek başlarına aldıkları ve iletilerin sevimli karakterler yoluyla kabul edilme eğiliminin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizgi karakterler belirli kategoriler içinde canlandırılmaktadırlar. Bilim-kurgu kategorisindeki karakterler çoğunlukla robotlar, uzay maceraları içinde bir çeşit ileri teknoloji yaşam süren kahramanlardır. "Galaksi Süvarileri", "Galaktör", "Voltran" bilim-kurgu kategorisindeki kurmaca karakterlere örnek verilebilir. İncelenen dergilerden MİÇO'da Robo-yağdanlık bu tip karakterlere örnek teşkil etmektedir. Bu tür karakterler teknolojinin çocuk üzerindeki büyüsel etkisini pekiştirmekte ve çocukları teknolojiyi hızla kullanmaya hazır hale getirmektedir (Rigel, 1994: 29). İkinci kategori olan duygusallık için örnek olarak ise ilk kategoriye göre çok fazla örnek bulunmaktadır. Hatta incelenen hemen hemen bütün çocuk dergilerinde - Mickey Mouse, Yavru Kurt'tan Winnie the Pooh'a, Barbie'de kurmaca karakterlerin bu kategori içinde canlandırıldığını söylemek olanaklıdır. Üçüncü kategori küçük futbolcu ya da basketçi gibi tiplerle somutlaşan, spor teması içinde varlık bulan kurmaca karakterlerdir ki incelenen dergilerde bu kategoriye uygun bir karakter bulunamamıştır.

3.1.5. Konuşan İkonlar

Bir çizgi roman ya da bilindik bir öykünün ögesi olmaksızın o dergi için bir tek sözcük söylemek, bir aktiviteye davet etmek, minik bir espride aracı olmak için kullanılan kurmaca karakterlerdir. En profesyonel örneği Barbie adlı dergide yer almaktadır. Dergideki tüm kurmaca karakterler Barbie bebeklerin farklı modellerinin fotoğraflarının fotoroman biçiminde çeşitli öyküler içine yerleştirilmesi ile oluşturulmuştur. Hayvanların fotoğrafları, resimleri, illüstrasyonları, anime edilmiş çizimleri de konuşan ikonlar kategorisi içindeki kurmaca karakterlere dahil edilebilmektedir.

Bu genel sınıflandırma sonrasında bir başka konu çocuk dergilerinin çocuklar ile nasıl iletişim kurduğu sorusu bağlamında, çocuk dergileri ve bu dergilerin iletişim biçimleridir.

Çocuk dergileri toplumsallaşma sürecine katkıda bulunabilmek için öncelikle çocuğa erişebilmek zorundadır. Çocuğa erişebilmek için ise onun dilinden konuşabilmek, dikkatini çekebilmek ve sürdürmek için kurmaca karakterlerden yararlanmaktadır. Kurmaca karakterler üzerinden çocukla iletişim kurmaktadır. Dergiler incelenmiş ve dört tip kurmaca karakter ve onların genel iletişim biçimleri değerlendirilmiştir. Kurmaca karakterler hem

çocukla konuşarak ona toplumsallaşma sürecine dönük iletiler verebilmekte, hem de genellikle bir anlatı içinde ki bunlar genellikle çizgi öyküler olmaktadır diğer karakterler ile kurdukları ilişkiler ile çeşitli modeller sunmaktadır. Şu halde ideal anlamda çocuk dergilerinde, toplumsal pratikler içinde çocuğa, çocuğun bulunduğu yaş grubunun gelişim görevleri gözetilerek nasıl davrandığına dair bir ayna tutulur yani nasıl davrandığını görmesi sağlanır öte yandan bir üst basamaktaki gelişim görevi için ona nasıl davranması gerektiğine ilişkin önerilerde bulunulur. İdeal anlamda ifadesini sonuç bölümünde Türkiye’de yayınlanan çocuk dergilerine ilişkin eleştiriler içinde açmak üzere bu aşama çocuk dergilerinin analizi aşamasına geçilmektedir.

Kurmaca karakterler diğer dergiler için de geçerli bir saptama olarak çeşitli öyküler içinde farklı iletişim biçimleri sergileyerek öykülerin temaları üzerinden iletişim kurmaktadır. Temalar ile ise genel anlamda yaşam, çalışmanın ilgi alanı kapsamında toplumsal yaşama ilişkin çeşitli önerilerde bulunmaktadır. Kurmaca karakterlerin tek tek iletişim biçimlerinin irdelenmesi dergideki mevcut görünümünün de ötesinde bir değerlendirmeyi zorunlu kıldığından (hiçbir derginin, gerçek kişiler olarak sınıflandırılmış olan kurmaca karakterleri seçenler dışında, kendine özgü kurmaca karakteri bulunmamaktadır. Hepsi de çizgi roman ve filmlerde uzun yıllar içinde gelişerek kişilik özellikleri kazanmış kurmaca karakterleri formatına adapte etmiştir) kurmaca karakterlerin iletişim biçimleri detaylandırılmak yerine temalarda gizli iletilerin su yüzüne çıkarılması böylelikle dergilerin toplumsallaştırma rolünü ön plana çıkarmak yeğlenmektedir. Aksi halde çizgi filmlerdeki karakterlerin izleyici ve anlatıdaki diğer karakterler ile nasıl iletişim kurduğunun analizinin yapılmasından farksız bir çalışma ortaya çıkacak ve çocuk dergilerinin toplumsallaşmaya katkısı olarak merkeze alınan konuyu irdeleme olanağı olamayacaktır. Dolayısıyla böyle bir girişimin çalışmanın amaçlarını desteklemeyeceği anlaşıldığından ki toplumsallaşma sürecine ilişkin iletiler gönderen temalar açılmaya çalışılacaktır.

Çocuk dergileri bazen iletişimin öznesi, bazen de aracı durumunda olmaktadır. İletişimin öznesidir çünkü çalışmada anlatılmaya çalışıldığı gibi kurduğu anlatılar, temaların içinde gizlediği iletiler, kurmaca karakterlerin iletişim biçimleri ile getirdiği öneriler ile çocuğun tek başına yaşadığı bir deneyimdir. İletişimin aracıdır ki dergilere bu özelliği veren genellikle bir kurmaca karakterin hazırladığı yanılması yaratılan bazı aktivitelerdir. Çocuk bu aktiviteleri arkadaşları ile iletişim kurarak gerçekleştirmek durumunda olduğundan toplumsallaşma sürecine katkısı bağlamında dergi bir sosyal etkileşim durumunun aracı konumuna erişmektedir. Çocuk dergilerinin iletişim aracı olması konusuna bir başka örnek de okuma- yazma eğitiminin başında olup dergide kendine yönelik içeriği ebeveynlerinin rehberliği ile anlayabilen çocukların aile içinde kurduğu iletişim fırsatıdır. Örneğin Winnie the Pooh adlı derginin içeriğinin bu çalışmanın konusu olan hedef kitlenin de altında bir yaş grubuna yönelik olduğu görülmektedir. Ancak dergide bir çok anlatı ve aktiviteye yazılı metinler eşlik etmektedir. Anlatıların anlaşılması ve aktivitelerin gerçekleştirilmesi ebeveynlerin rehberliğini zorunlu kılmaktadır.

3.2. Dergilerin Değerlendirilmeleri

3.2.1 Donald Amca

Dergi Adı: Donald Amca

Hedef Kitle: 8- 11 yaşları arasındaki kız ve erkek çocuklarına yönelik çizgi öykü ve aktivite dergisi.

Yayın Periyodu: 15 günde bir

Fiyatı: 3 YTL

Sayfa Sayısı: 50 sayfa

Orijinal Yayıncısı: Disney

Türkiye'deki Yayıncısı: Doğan Egmont Yayıncılık ve Yapımcılık AŞ.

Dergi Adına Konuşan Kurmaca Karakter: Donald Amca (Girişte kendi yazdığı bir köşe olmamakla beraber ilk sayfada bulunan içindekiler köşesinin yanındaki fotoğrafı çocukları onun karşıladığı ve dolayısıyla tüm öyküleri onun anlattığı ve aktiviteleri onun yönlendirdiği düşüncesini uyandırmaktadır.)

Başlıca Kurmaca Karakterler: Donald Amca, Mickey Mouse, Yavru Kurt, Sivri Zeka, Varyemez Amca.

Öyküler: Dergideki öykülemelerde 'çizgi öykü' formatının tercih edildiği görülmektedir.

Mickey Mouse\ Dondur Beni: Sıradan biri güçlükleri yenmek konusunda kendine güvenmeli, teknoloji kötüye kullanılmamalı, **Yavru Kurt\ Sebze Çorbası:** Dostluk, paylaşma, işbirliği, dayanışma. Büyükler de hata yapar, özür dilemek büyüklüktür, **Donald Amca\ Açık Kapı:** Herkesden öğrenecek birşeyler var, başkalarını küçümsemeyin, **Sivri Zeka\ Fazla İyi Bir İş:** Bilimi her zaman insanlığın yararına kullan. Yaşamda herkesi memnun edemezsin, **Varyemez Amca\ Adalet Yerini Bulmalı:** İnsanlara cevap hakkı verin ve tolerans gösterin. Adalet yerini bulur, **Donald Amca\ Yılbaşı Kutlaması:** Durum komedisi üzerine kurulu bir çizgi öykü. Eğlendirmeyi amaçlamaktadır.

Aktiviteler:

Daha Neler Köşesi (Cin, Can, Cem'in köşesi- fıkra ve pratik bilgiler içermekte), **Varyemez Amca Soruyor** (Varyemez Amca karakteri "Kim 500 Milyar İster" yarışması formatında 12 adet soru soruyor, bir tür genel kültür köşesi), **Hey Gidi Dünya** (Goffy'nin hazırladığı haber köşesi), **Dedektif Mickey** (Tek sayfalık bir çizgi öyküde çocukların dikkati ölçülmeye çalışılmakta), **Bilmece Bulmaca** (Varyemez Amca karakteri iki fotoğraf arasındaki farkları bulunması temelli bir bulmaca hazırlamış)

3.2.2 Winnie the Pooh

Dergi Adı: Winnie the Pooh

Hedef Kitle: 6- 8 yaşları arasındaki kız ve erkek çocuklarına yönelik öykü ve aktivite dergisi.

Yayın Periyodu: Aylık

Fiyatı: 3,25 YTL

Sayfa Sayısı: 34 sayfa

Orijinal Yayıncısı: Disney

Türkiye'deki Yayıncısı: Doğan Egmont Yayıncılık ve Yapımcılık AŞ.

Dergi Adına Konuşan Kurmaca Karakter: Winnie the Pooh (Girişte kendi yazdığı bir köşe olmamakla beraber kapaktaki fotoğraf dergiye adını veren Winnie the Pooh'un çocuklarla iletişim kurduğu düşüncesini uyandırmakta. Girişte Lumpy ve Ru çocukları karşılamakta) başta olmak üzere bu çocuk dergisinde "derginin kendisi" de bir kurmaca karakter olarak Winnie The Pooh'unda içinde bulunduğu öykülerin anlatıcısı konumundadır.

Başlıca Kurmaca Karakterler: Winnie the Pooh adlı çizgi filmin hemen hemen tüm karakterleri

Öyküler: Resimli öykü formatı tercih edilmiştir.

Yeni bir arkadaş: Arkadaşlık, sevgi, dayanışma, yeni arkadaşlar edinmek, ön yargılardan arınık olmak, grup içinde kendini kanıtlayabilmek, **Mükemmel Resim:** Derginin Kendisi anlatıcı konumundadır. Tavşan'ın resim yapma isteği ve Winnie the Pooh'un ona yardım etmesi konu olarak ele alınmaktadır.

Aktiviteler:Bu dönemde çocuk büyüklerin dünyasına egemen olan araç-gereci kullanmayı öğrenerek, o toplumun teknolojisinin temellerini benliğine yerleştirmektedir. Çünkü bu dönem yalnızca çocuğun toplumsal gelişmesinin yaşıt ve oyun ortamlarında bir genişleme zamanı değil, aynı zamanda gelecekteki sorumlulukları için hazırlanırken toplumun araçlarıyla uğraşmayı öğrendiği zamandır. Makaslardan, kağıtlardan, boyalardan, boya kalemlerinden çocuklar belli becerileri öğrenerek her tür ilginç, yeni şeyi yapabilir duruma gelmiş olup, resim çizebilir, giysiler dikebilir, pasta yapabilir, model gemi ve uçaklar üzerinde çalışabilir ve okulda iyi not alabilir. Çocuklar okuma ve yazma becerilerinin öğrenilmesiyle yeni bilgilere kapıları açan pek çok becerileri kazanmaktadır (Dönmezer, 2004: 116). Bu noktada çocuk dergilerinin çeşitli aktiviteler ile çocuğa seslenme çabaları önem kazanmaktadır.

Dergide kapak poster ve reklam sayfaları dışındaki bütün sayfalara minik bir güneş resmi gizlenmiş ve çocuklardan bunu bulmaları istenmiş ayrıca Heffalump kelimesini her gördüklerinde el çırpmaları, yumurta resmi gördüklerinde "cik" sesi çıkarmaları isteniyor. Derginin takip edilmesini motive eden bu oyunlar hem dergiyi okutmaya hem de dikkate yöneliktir.

Gölge Oyunu: Fil Lumpy çocuklardan gölgesini bulmalarını istemiş. Şekil algısına dönük bir aktivite, **Yastık Savaşı:** Tiger bir fotoğrafla ilgili sorular soruyor. Fotoğrafta yastık savaşı yapan üç arkadaş çocuklara biraradayken yapabilecekleri bir aktivite önermektedir, **Şıp, şıp, şıp, şıp!:** Derginin kendisinin hazırladığı eğitsel amaçlı bir aktivite. **Renkleri Eşleştir:** Fil Lumpy çocuklardan boya kavanozlarını renklerine göre eşleştirilmesini istemiş, **Piglet'in Boyama Sayfaları:** yardım ve dayanışmayı içeren bir boyama aktivitesi, **Ormanda Dolaşalım:** Winnie the Pooh davetiyle çocukların psikomotor gelişimlerine yönelik aktivitedir, **Tavşanın Hafta Sonu:** Derginin kendisi zaman kavramıyla ilgili gelişim sürecine yönelik bir aktivite sunmaktadır. Haftanın Günlerinin ele alındığı bu bölümde cumartesi günü arkadaşlarla birlikte geçirilmesi gereken bir gün olarak önerilmektedir, **Yelkenli Sandviç:** Tavşan kendisine ait bu köşede çocuklarla doğrudan iletişim kurarak onlara yaşlarına göre yapılması kolay yemek tarifleri vermektedir, **Kurbağa Partisi:** Bu köşeyi de dergi kişiliği hazırlamaktadır. Köşede kurbağalar hakkında bilgi verilmektedir, **İşte Senin Taştan Kurbağan:** Piglet'in hazırladığı bu köşede Piglet taştan kurbağa yapmaları için çocuklara kılavuzluk etmektedir, **Şekilleri Tamamla:** Dergi kişisi, çocuklardan, Igor'a eşleştirme ve boyama etkinliği için yardım talebinde bulunmaktadır, **Meteorolog Hayvanlar:** Bu köşe dergi kişisi tarafından hazırlanmaktadır. Winnie the Pooh hava tahmin yetenekleri olan hayvan arkadaşları üzerinden bilgi vermektedir, **Iyor'un Yumurta Avı:** Hikaye arkadaşlık, dayanışma, işbirliği üzerinden kurulmaktadır. Iyor'un oyun için Yumurta saklaması diğer arkadaşlarının birlikte bunu bulmaları temel alınmaktadır. **Hoşçakal Kış:** Dergi kişisinin hazırladığı köşede Piglet'in sevdiği çiçekler üzerinden mevsimler ve çiçekler hakkında bilgi verilmektedir.

3.2.3 Barbie

Dergi Adı: Barbie

Hedef Kitlesi: 6-11 yaşları arasındaki kız ve erkek çocuklarına yönelik öykü ve aktivite dergisi.

Yayın Periyodu: Aylık

Fiyatı: 3,50 YTL

Sayfa Sayısı: 34

Orijinal Yayıncısı: Mattel

Türkiye'deki Yayıncısı: Doğan Egmont Yayıncılık ve Yapımcılık AŞ.

Dergi Adına Konuşan Kurmaca Karakter: Dergi kişisi çocuklarla iletişim kurmaktadır. Barbie'nin va arkadaşlarının günlük yaşantılarına ilişkin öykülerine modellik etmektedir.

Başlıca Kurmaca Karakterler:

Üretilen Barbie bebeklerin tüm karakterlerinin yer aldığı görülmektedir.

Öyküler:

- Resimli öykü formatı tercih edilmiştir. Daha çok fotoromanı andırmaktadır.

Deniz Kızlarının Dünyasında: Deniz kızı Barbie'lerin tek tek tanıtımı yapılmakta ve çocukların bu öykü yoluyla deniz kızı Barbie'lerle oyun kurmalarına olanak sağlanmaktadır, **İyi Ki Doğdun:** Steril ve elit bir ortamın sergilendiği öyküde çeşitli sosyal aktivite olanakları sergilenmiştir. Ancak bu aktivitelerde Batılı formlar (garden party) dikkat çekici biçimde belirgindir. Sosyal farklı meslek grupları bazında işaret edilmiştir, **Shelly İle Bir Gün:** Shelly adlı konuşan ikonun günlüğü üzerinden günlük tutma alışkanlığı kazandırılmaya çalışılmıştır. Burada da Batılı bir kültürel form "diş perisi" miti olarak çocuklara aktarılmaktadır, **Özel Bir Resim:** Derginin kendisinin anlattığı bu öykü yine Batılı bir ritüel üzerine kurulmaktadır. Kullanılmayan ya da eski eşyalarını belli dönemlerde belirledikleri bir dış mekanda biraraya gelerek satmaları ritüeli çevrilirken yerel kültüre uygun olarak "bit pazarı" şeklinde aktarılmıştır. Dayanışma, mahremiyet, toplumsal rollere dair mesajlar ("eminim erkek arkadaşın onunla çıkarken böyle giyindiğin için sana teşekkür edecektir"), sosyal ve sınıfsal farklılıklar, kişisel bağımsızlık, düzenli olmak başlıca önerilerdir.

Tüketim toplumunun temel anlayışının içselleştirilmesine aracılık eden ve bu nedenle ideolojik bir araç olarak değerlendirilen Barbie, bu öykülerde güzelliği sürekli olarak idealize ederek geleceğin bayanlarına "arzu edilir olmanın" yollarını konuşan ikon olarak nitelendirilen kurmaca karakter olarak da anlatmayı sürdürmektedir.

Aktiviteler:

Deniz Kızı Barbie'nin Dünyası: Bu ürünün satışına yönelik bir tanıtım yapılmaktadır. Deniz kızı Barbie kendini tanıtarak kız çocuklara bir model oluşturmaktadır.

Bu yollardan hangisi Taca ulaşıyor: Dergi kişisi tarafından hazırlanmış bir labirent bulmaca

Resimleri yerine yerleştirme: deniz kızlarının resimlerini yerine yerleştirme oyunu. (Aktiviteler için seçilen temalar derginin bu sayısının deniz kızı model Barbie'lerin tanıtım ve satışını desteklemeyi amaçladığı izlenimini uyandırmaktadır.)

Haberler: Gerçek ve kurgusal arasındaki gerçeklik algısı bozulmaktadır. Deniz kızları gerçek karakterler gibi sunulmakta ve çocukların bu karakterlerle olan ilişkisini kuvvetlendirici öykülere yer verilmektedir. Çocuklar sıklıkla, okudukları kurmaca karakterleri günlük yaşam pratiklerinde ve oyunlarında temsil ederler düşüncesinden hareketle firma çocuğun yeni model bebeği ile oynayabileceği oyunları da anlatarak, bu oyuncak modeli için ebeveynlere satın aldırma baskısı olarak dönecek gereksinimi de yaratmaktadır.

3.2.4 Milliyet Çocuk - MİÇO

Dergi Adı: Milliyet Çocuk - MİÇO

Hedef Kitle: 6-11 yaşları arasındaki kız ve erkek çocuklarına yönelik öykü ve aktivite dergisi. İçeriği itibariyle hedef kitle yaş aralığının tavanına daha yakın kitleye

seslenmekte. (Kullanılan mizah öğelerini anlayabilmek somut işlemler döneminin son evreleri ile soyut işlemler döneminin özelliklerini karşılamakta)

Yayın Periyodu: Haftalık

Fiyatı: 1 YTL

Sayfa Sayısı: 39

Orijinal Yayıncısı: Doğan Yayın Holding

Dergi Adına Konuşan Kurmaca Karakter: Yalvaç Ural, gerçek kişi olarak çocuklarla iletişim kurmaktadır. Degideki yapıntı kişilik adıyla Yalvaç Abi, "Yaşamak Güzel Şey" başlıklı bir yazıyla çocuklara yaşama sevinci, özgeci davranış, insani duyarlılık iletileri göndermektedir.

Başlıca Kurmaca Karakterler: Çizgi karakter olarak da anime edilmiş olması dolayısıyla Yalvaç Ural, Ders Sevmez Hamdi, Zapçı Okan, Küçük Fasulyeler, Mirabel ile Çarli, Can ile Afacan, Robo- Yağdanlık, Yumuracak Dennis ve Arkadaşları.

Öyküler:

Çizgi roman formatı tercih edilmiş olup öyküleri Yalvaç Abi anlatmaktadır.

Ders Sevmez Hamdi: Okul çağında yaşanabilecek uyumsuzluklara karakter üzerinden tersinmecî bir bakış getirilmektedir. Bu kurmaca karakter okul çağı çocuğu için özdeşim kurulmaması gereken, anti bir kahramandır. Ancak çocuk yaşadığı sorunlarda yalnız olmadığını görüp çizgi dizinin mizahi dokusuyla rahatlayabilmektedir. İlkokula yeni başlayan çocuklarda kısa veya uzun süreli uyum sorunları çok yaygındır. Okula uyum sorunlarının çözümü için okula yeni başlayan çocukta okuma yazma öğrenmekten önce evdeki olumlu ilişkinin okulda da sürdürülmesi, bir tür anne baba modeli olan öğretmenin çocuğa duygusal doyumu sağlayacak şekilde davranması ve bizzat kendi davranışlarıyla da çocuk için iyi bir örnek oluşturması gerekmektedir. Çizgi dizideki öğretmen karakteri bu işlevlere uygun bir performansı sergilemektedir. Öyküdeki genel öneriler olarak grup dayanışması, rekabet, küçüklere dönük sevgi ve duyarlılık verilebilir.

Zapçı Okan: Televizyon tutkunu bir çocuğun öyküsü, en fazla dokuz karelik çizgi öyküler biçiminde aktarılmaktadır. Okan aile içi etkileşimlerde görülmekte, hzır cevap bir iletişim sergilemektedir, **Küçük Fasulyeler:** 3-4 yaşındaki çocukların maceraları en fazla dört karede anlatılmıştır. Burada ven merkezçilik teması mizahi bir üslupla işlenmiştir, **Mirabel ile Çarli- Kabarcık'ın Yeni Evi, Tam Bu Gece, Hazırlıklar:** Bu üç kısa öyküde 10 kareyi geçmeyecek biçimde küçük Mirabel'in yaşama bakışını ele veren çeşitli konular işlenmektedir. Çocuğun yaşamı algılaması, büyükleri ve yaşlıları ile iletişim biçimleri çocuğa Mirabel üzerinden yansıtılmaktadır, **Can ile Afacan:** Yalvaç Abi'nin anlattığı düşüncesini uyandıran bu çizgi öyküde bir çocuk ve köpeğinin gündelik yaşamda karşılaştığı zorluklar mizahi bir dille anlatılmakta, çocuğa bu zorluklara karşı pratik çözümler bulabilme gücü taşıdığı hatırlatılmaktadır, **Robo-Yağdanlık:** En fazla 10 kareye yayılan bu çizgi dizide "Robo-Yağdanlık" adlı robotun insan dünyasına uyum becerileri sergilenmektedir.

Aktiviteler:

Bu dergide çizgi öykü ve aktivite dengesi başarı ile kurulmakta olup, seslenilen hedef kitlenin gelişim görevlerine uygun iletiler verecek seçimlerin yapıldığı gözlemlenmektedir. Yetişkenler dünyasına dair bir bakış da sunulan dergide kullanılan format hem "çocuk dergisi"nin tanımına hem de çocuğun pedagojisine uygun bir format geliştirmiştir. **Zıpır Bilmeceler:** Yalvaç Abi'nin hazırladığı bilmeceler çocuğun, somut işlemler döneminde çıkarsanmış gerçeklik olarak nitelendirilen bilişsel işlemlerine

seslenmektedir. **Konuşan Fotoğraflar:** Çeşitli hayvanlar konuşma balonları ile konuşan ikonlar olarak çeşitli iletileri mizahi bir dille vermektedir, **Bilgi Kutusu:** Yalvaç Abi'nin hazırladığı bu köşede çocukları ilgilendiren haberler verilmekte ve böylelikle çocukların güncele dönük ilgisi uyandırılmaya çalışılmaktadır, **Çocuk Dünyası:** Yalvaç Abi gibi bir başka "gerçek kişi" olarak Figen Turna'nın (derginin yayın editörüdür) hazırladığı görülen köşede çocuklara aktüel haberler verilmektedir, **MİÇO Kitaplığı:** "gerçek kişi" olarak Figen Turna bu köşede yeni çıkan çocuk kitapları ile ilgili bilgiler vermektedir, **Yumurcak Dennis ve Arkadaşları:** Yumurcak Dennis ve Arkadaşları çeşitli aktivitelerin öykülerini oluşturan bir oyun grubu olarak, çocuklara kendi kurallarını koyma bilincini yine hazırladıkları çeşitli tip bulmacalar üzerinden vermektedir. Okuyucu Yumurcak Dennis ve arkadaşları ile işbirliğine girerek sanal bir oyun grubuna üye olmaktadır.

3.2.5. Taş Devri

Dergi Adı: Taş Devri

Hedef Kitle: 6-11 yaşları arasındaki kız ve erkek çocuklarına yönelik çizgi öykü ve oyun dergisi. İçeriği itibari ile Winnie the Pooh'dan bir kademe daha üstte bulunan yaş aralığına seslenmekte.

Yayın Periyodu: Aylık

Fiyatı: 3 YTL

Sayfa Sayısı: 32

Orijinal Yayıncısı: Warner Bros Entertainment Inc.

Türkiye'deki Yayıncısı: Epsilon Yayıncılık Hizmetleri

Dergi Adına Konuşan Kurmaca Karakter: Dergiye adını veren Taş Devri adlı çizgi dizide yer alan kurmaca karakterler çocukla iletişim kurarken, dergideki çizgi öyküleri "derginin kendisi" anlatıyor, düşüncesi uyanmaktadır. Bu sayıda Çakmaktaş ve Moloztaş Aileleri adına Barney ve Betty dergiyi okumaya davet etmektedir.

Başlıca Kurmaca Karakterler: Taş Devri adlı çizgi dizide yer alan kurmaca karakterler

Öyküler: **Mağara Adamı:** İş yerinde ve evde yaşadığı sıkıntılardan bunalan Fred mağraya kaçıyor ve yerleşmek istiyor, ancak burada vahşi hayvanlarla karşılaşması sonucu kaçarak eve dönüyor, **Taşyatak İzci:** Çocuklarla izci kampına giden Fred ve Barni kampta bir sürü sorun yaşıyor ve sonunda evlerine geri dönüyorlar. Öykü büyüklerin sözünün dinlemesi gerektiği üzerine kurulu bir format taşıyor

Aktiviteler: **Kahraman:** Barni ve Bam Bam çocukları bulmaca çözmeye çağırıyor, **Eğlenceye Gelin:** Çilek Mobilyanın ürünlerinden yola çıkarak labirent oyunu sunuluyor. Bir yandan tüketime yönlendirilen çocuk bir yandan da eğlenceye yönlendiriliyor, **Sihirli Şema ve Komik Hayvan:** Barni ve Bamm Bamm tarafından sunulan bulmacaları çözmeleri isteniyor, **Boyama Sayfası:** Vilma'yı boyayarak renklendirmeleri isteniyor, **Mutfak:** Vilma tarafından yönlendirilen kelime bulmaca oyunu, **Açık Hava Sineması:** Çakmaktaş Ailesinin mutlu bir hafta sonu aktivitesi çocuklara bulmaca verilerek çözmeleri isteniyor, **Spor:** Bamm Bamm'ın en sevdiği spor dalını bulmaları için hazırlanan bir bulmaca, **Sihirli Çakışmalar:** Dino çocukları sihirli sözcükleri bulmaya çağırıyor, **Hediye:** Fred'in Vilma'ya aldığı hediye bulmaları isteniyor, **Akıllı Çakıl:** Çakıl'a tanımların karşılığını bulmaları konusunda çocuklardan yardım isteniyor. **Takip:** Çocuklardan Fred resimde ne söylüyor bunu tanımları yerleştirerek bulmaları isteniyor.

3.2.6. Kanal D Çocuk Kulübü

Dergi Adı: Kanal D Çocuk Kulübü

Hedef Kitle: **Yayın Periyodu:** Aylık

Fiyatı: 2,25 YTL

Sayfa Sayısı: 38 Sayfa

Orijinal Yayıncısı: -Doğan Egmont Yayıncılık Ve Yapımcılık AŞ.

Türkiye'deki Yayıncısı: Doğan Egmont Yayıncılık Ve Yapımcılık AŞ.

Dergi Adına Konuşan Kurmaca Karakter: Nevin Avan, İnci Abla

Başlıca Kurmaca Karakterler: Sürekli dikkat çeken bir kurmaca karakter yer almamakla birlikte çeşitli karakterlere yer verilmektedir.

Öyküler: Kamera Arkası/ Foççı Okuluna Gittik: Kanal D'nin popüler okulu olan Foççı'nin (kukla) okuluna giderek yaptıkları röportajı veriyorlar.

Aktiviteler: Hayvanların dilinden anlıyor musun: Hayvanlara yönelik bilgiler içeren bir test çocukların bu konudaki bilgileri test ediliyor, **Kıkır Kıkır:** Fıkra köşesi, **Kurabiye haber:** film, müzik tanıtımları yarışma haberleri, bilimsel haberlerle ilgili bilgilendirme köşesi olarak yer alıyor, **Orman bülteni:** Hayvanların konuştuğu ve çocuklarla iletişim kurduğu bir köşe bilgiler içeriyor, **Çiçekli Labirent:** Çocuklardan yolu takip ederek Betüş'e ulaşmaları isteniyor, **Bulmaca:** hayvanların üzerinden kurgulanmış bir köşe nokta birleştirme ve ayırım yapma gibi aktiviteler yer alıyor, **Kendi örümcek dergini yap, mini örümcek dergisi:** Çocuklardan dergiden kesecekleri resimlerle örümcek dergisi yapmaları isteniyor böylelikle el becerisinin gelişmesi sağlanıyor, **İnci Abla:** El becerisine dayalı bir çocuklardan aktivite (kağıttan hediye kutusu yapmaları isteniyor), **Yazalım Çizelim:** Çocuk okuyucuların yaptıkları resimler ve gönderdikleri şiirler ve fıkralar yer alıyor.

3.2.7. National Geographic Kids

Dergi Adı: National Geographic Kids

Hedef Kitle: Yayın Periyodu: Aylık

Fiyatı: 3 YTL

Sayfa Sayısı:48 Sayfa

Orijinal Yayıncısı: National Geographic Society

Türkiye'deki Yayıncısı: Doğuş Grubu İletişim Yayıncılık Ve Ticaret A.Ş

Dergi Adına Konuşan Kurmaca Karakter:

Başlıca Kurmaca Karakterler: Belli bir kurmaca karakter yer almamakla birlikte hayvanların sık sık çocuklarla iletişime geçtiği görülmektedir.

Öyküler: Dergi yaş grubu olarak daha diğer dergilere oranla daha üst bir yaş grubuna hitap ediyor. Direkt olarak kurmaca karakterler üzerinden bir öykü sunmuyor. Bu bakımdan diğer dergilerden farklılık taşıyor. Hayvanlara ilişkin bilgiler, doğa olayları, teknoloji, oyuncaklar ve röportajlara yer verilmektedir.

Aktiviteler: İngilizceni test et: Dil gelişimine yönelik bir test, **Bulmaca/sihirli şekiller:** Görsel yanılsamaya dayalı bir şekil verilerek gözün bu şekli algılaması konu olarak ele alınıyor, **Gizli hayvanı bul hediye çekini kazan:** Bir oyuncak firmasından hediye çeki veriliyor. **Oyun odası:** Çocuklardan yuvarlak içinde verilen resimlerin sahanın hangi bölümüne ait olduğunu bulmaları isteniyor, **Shagg'e sor:** Shagg'e adında bir çizgi karaktere sorular sorularak espirili bir şekilde yanıtlaması sağlanıyor, **Samuray miğferi yapalım:** Origami ile çizim ve anlatımlarla bir miğfer yapılan el becerisine yönelik bir aktivite, **Komik mektup:** Mektupta boş bırakılan yerlerin doldurulması isteniyor eğlence amaçlı bir oyun, **Çılgın tahmin:** Çocuklara iki nesne arasında karşılaştırma yaptırılıyor, **Sanat galerisi:** Bu bölümde çocukların yaptığı resimler sergilenmekte, **Konuşan fotoğraf:**

Yarışmaya dayalı bir köşe (çocuklardan resimdeki kedinin ne düşündüğünü bulmaları isteniyor), **Karmaşık dünya:** Resimlerden ve karmaşık olarak verilen harflerden bunların neye ait olduğunu bulmaları isteniyor.

Bilgi içeren köşeler: **Teknolojik; Çarpma testi mankeni:** Bu mankenler hakkında bilgi veriliyor, **Süper buluşlar:** Teknolojik buluşlara ilişkin bilgiler içeren bir köşe, **Şaşırtıcı hayvanlar:** Su samuru hakkında bilgiler veriliyor, **Beş akıllı oyuncak:** Bu yılın en popüler olduğunu belirttiği oyuncakların özelliklerine değiniliyor ve oyuncukların ardında nasıl bir teknoloji olduğu anlatılıyor, **İmparator penguen:** Penguenlerin yaşamına ilişkin bilgiler veriliyor, **Robot dünyası:** Yapay Zeka hayatı nasıl değiştirecek konulu köşede robotlar hakkında küçük bilgiler veriliyor. **Film tanıtımı/ Kutup Ekspresi:** Filmin tanıtımının yapıldığı bir köşe, **Kutup tavşanı:** Kuzeyde yaşayan tavşanlar anlatılıyor, **Röportaj/sıcak sorular:** Beyazıt Öztürk'le yapılan bir söyleşiye ayrılan bir bölüm, **Bunu çocuklar yaptı:** Çocukların başarılı olduğu alanlar ve ilginç ve başlarından geçen ilginç olaylara yer veriliyor, **Volkan:** Volkanlar hakkına bilgiler aktarılıyor.

3.2.8. Modern Çocuk

Dergi Adı: Modern Çocuk

Hedef Kitle: 6-11 yaş arası kız ve erkek çocukları

Yayın Periyodu: Aylık

Fiyatı: 4 YTL

Sayfa Sayısı: 32 sayfa

Türkiye'deki Yayıncısı: Baran Yayıncılık

Dergi Adına Konuşan Kurmaca Karakter: Murat Abi (Köşe yazısı ile çocukları karşılamakta ve ailede iş bölümü ve görevler konusunda kendi doğrularını ideal olanmış gibi çocuğa sunmaktadır. "Ailemizde herkesin bir görevi vardır. Babamız çalışır, evin geçimini de temin eder, bazı ailelerde annelerimiz de çalışır" ifadelerinden anlaşılacağı gibi toplumsal yaşamda kadının ev içi alana ait olduğu vurgulanmaktadır.)

Başlıca Kurmaca Karakterler: Papağan Niyazi

Öyküler:

Dergi analizlerine geçilmeden önceki kuramsal kısımda yetişkinin çocuğu kendince doğru olan düşünce ve inancına bağımlı kılma çabaları motivasyonu ile belli dünya görüşüne ait yaşam biçimlerini dayatma gayretlerinden söz edilmişti. Modern Çocuk adlı dergideki imalar ve öneriler anılan ifadeyi destekler nitelikte görülmektedir. Kurmaca Karakter olarak Murat Abi'nin çocuklarla iletişim kurduğu dergide çok sayıda konuşan ikon kullanılmış çizgi öykü ya da dizi gibi anlatı formlarından yararlanılmamıştır. Didaktik bir üslubun egemen olduğu dergide geleneksel masal ve öyküler, anlatıyı desteklediği düşünülen fotoğraf ve illüstrasyonlar ile verilmektedir.

Tavşan Kardeşler, Kurt ile Leylek, Kaplumbağa ile Leylek, Köpek İleGölgesi, Yemek Seçen Çocuk, Ayşe ile Siyah Ayaklı Ördek, İki Kardeş ve Ayı, Boncuk ile Minnoş, Keloğlan'ın Rüyası, Nasrettin Hoca Fıkrası/Buranın Yabancı- Hoca'nın Hesabı, Kavgacı Sebzeler anılan tipte masal ve öykülere örnektir. Bu anlatılar arasındaki tek tematik bütünlük belli bir dünya görüşüne ait değerleri barındırması olmaktadır.

Aktiviteler:

Şiir/Bir Çocuk Olmak, Bulmaca/Berkin Ayısını Bulmasına Yardımcı Olmak İster Misin?, Kelime Eşleştirmece: Kelime Bilgimizi Geliştirelim, Bulmaca/Alı'nın Yanına Gidebilmesi

İçin Ayşe'ye Yardım Eder Misin?, İki Resim Arasındaki Farkı Bulmaca/Fare Hangi Nesneyi Kaybetti?, Bakarak Resim Çizme, İki Resim Arasındaki 7 Fark, Eşleştirmece: Birbirinin Aynı Olan Şekilleri Bulabilir Misin?, Aktüel-Magazin-Komik/Papağan Niyazi Anlatıyor: Hayvanlar Aleminde Neler Oluyor?, Orman Köşesi, Kare Bulmaca, Şiir/Küçük Çiçeğin Çağrısı, Trafik Kuralları, Hayvanlar Alemi, Bulmaca/Hayvanların Ağaca Ulaşmalarına Yardım Eder Misin?, Bilmece, Boya Öğren-Eğlen, Resim Sıralama, Bilmeceler, Yaprak Boyama vb. Aktivitelerde de anılan üslub ve temaya ilişkin imalar bulunmakta, aktivite seçim ve dağılımında pedagojik bir özenden çok yine anılan tipte iletileri verme çabası görülmektedir.

4. SONUÇ

Çocukların çevrelerini anlama ve anlamlandırmalarında, toplumsallaşma süreçlerinde çocuk dergilerindeki iletişim biçimlerinin modeller olarak önemli bir işlev üstlendiği görülmektedir. Günümüzde çeşitli yayın kuruluşlarının bu alanı başlı başına ticari bir sektör olarak görmeleri çocuk dergilerinin çeşitliliğinde artışa yol açmıştır. Bu bağlamda piyasada satışı yapılan, çocuklara yönelik ticari ürünlerin temel alınarak oluşturulduğu dergi konseptleri ayrıca eğitim ve eğlence içerikli çocuk dergileri kurmaca karakterler aracılığıyla çocuklarla iletişim kurmaktadır. Dergilerde yer alan kurmaca karakterlerle çocuklar arasında kurulan iletişim çocukların soyut kavramlar üzerinde ki düşünce gelişimlerine katkıda bulunmaktadır. Aile, arkadaşlık, yardım, iyilik, hoşgörü, doğayla işbirliği, sorumluluk, fiziksel gücü iyi yönde kullanma gibi olumlu kavramlarla; cezalandırma, rekabet, meydan okuma, çeteleşme gibi olumsuz kavramlar bu karakterler aracılığıyla zaman zaman anlatıların içinde kurgulanarak verilmekte zaman zamansa bilgi beceri gerektiren aktiviteler yoluyla çocuğa aktarılmaktadır. Özetle dergideki kurmaca karakterlerin iletişim biçimlerine bakıldığında karakterlerin bazen çocuklarla doğrudan konuşarak iletişim kurduğu bazen de anlatı içindeki rolü ile iletişim kurduğu görülmektedir. Çocuklara yönelik dergiler, çocuğa arkadaş olmayı önerirken bunu gerçek bir kişi (Yalvaç Ural, Murat Ece, Nevin Avan vb.) üzerinden yapmakta ya da çocukların imgelemine bıraktığı bir kişilik olarak çocuklarla iletişim kurulmaktadır.

KAYNAKLAR

- Aydın, B. (1997). *Çocuk ve Ergen Psikolojisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Vakfı Yayınları.
- Ertuğ, R. (1970). *Basın ve Yayın Hareketleri Tarihi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü, Yayın No: 12, Yenilik Basımevi.
- Dönmezer, İ. (2004). *Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi*. İzmir: EÜ Basım Evi.
- Drucker, P. (1992). *Yeni Gerçekler*, (B. Karanakçı, Çev.). Ankara: İş Bankası Yayınları.
- Kansu, C. (1975). *Çocukluktan Yazına*. Ankara: Yansıma-Çocuk Eğitimi ve Edebiyatı.
- Kaplan, T. (1984). *The Early Childhood Years*. New York: Bantam Books.
- Korkmazlar, Ü. (1995). *Ana Baba Okulu*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Rigel, N. (1994). *Medya Ninnileri*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Schramm, W. (1954). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Turam, E. (1996). *Ekransız Çocukları*. İstanbul: İrfan Yayıncılık.
- Yavuzer, H. (1987). *Doğum Öncesinden Ergenlik Sonuna Çocuk Psikolojisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yavuzer, H. (1994). *Çocuk Psikolojisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Çocuklarla iletişim kurmak,
onlara iyi bir gelecek yaratmak...

II. Uluslararası
Çocuk ve İletişim Kongresi:
"İletişimin Çocuğa Etkisi"

&

II. Uluslararası
Çocuk Filmleri Festivali ve Kongresi
'Çocuk, Savaş ve Barış'

4 - 5 - 6 Nisan 2005
www.istanbul.edu.tr/iletisim

hayatın ve alışverişin keyfi



PROFILO
ALIŞVERİŞ MERKEZİ
MECİDİYEKÖY



Mehmet Yılmaz

Çocuk Filmleri Festivali Film Listesi

Türkçe Kısa Filmler

1. Film adı: Dostum Kurşun kalem
Yönetmen: A. Murat Koçak Türü: Belgesel
Süre: 7'.52"
2. Film adı: Özür Dileriz
Yönetmen: Şenol Çöm Süre: 1'.20"
3. Film adı: Yarından Sonra
Yönetmen: Şenol Çöm Süre: 1'.22"
4. Film adı: Franklin
Yönetmen: Adem Selçuk Hakan Gök
Süre: 5'.10"
5. Film adı: Düşmemek
Yönetmen: Serhat Koca Süre: 8'
6. Film adı: Oyunlaştırma
Yönetmen: Deniz Uysal, Seda Sualp, Sibel Güneş
Süre: 7'.30"
7. Film adı: Oidipal Dönüş
Yönetmen : Cenk Demirkıran Süre: 2'.18"
8. Film adı: Ay'a giderken Afrikayı Görmek
Yönetmen: Enis Rıza Süre: 30'

Yabancı Filmler

1. Film adı: All That I Can Be
Yönetmen: Çocuklar tarafından ortak yapım
Süre: 21'
2. Film adı: The 74th. Afilm by Haggai Arad
Yönetmen: Haggai Arad Süre: 16'.14"
3. Film adı: Şatila'nın Çocukları
Yönetmen: Mai Masri Süre: 50'
4. Film adı: Korczak of the Children
Yönetmen: The Ghetto Fighters' Museum
Süre: 30'
5. Film adı: Media Youthanasia
Yönetmen: Ortak Yapım (EVC) Süre: 16'
6. Film adı: Youth v.s. Media
Yönetmen: Ortak Yapım (EVC) Süre: 18'
7. Film adı: Destiny's Eye
Yönetmen: OrtakYapım (EVC) Süre: 22'
8. Film adı: Tube Babies
Yönetmen: Ortak Yapım (EVC) Süre: 35'
9. Film adı: Unequal Education: Failing Our Children
Yönetmen: Ortak Yapım (EVC) Süre: 21'
10. Film adı: ICC: A Call for Justice
Yönetmen: Ortak Yapım (EVC) Süre: 17'
11. Film adı: Patriarchy is Malarchy
Yönetmen:OrtakYapım (EVC) Süre: 15'

Özel Gösterimler

- 1.Film adı: ASYL Süre:13'
Yapımcı : Ludydmila Gribenshikova,
Anara Birismanova
2. Film adı: Oyun Süre: 5' 36"
Yapımcı: Orçun Özkılıç
3. Film adı: The Currycomb
Yapımcı : Fulten Ersun Larlar, Tania Waisberg
Facundo Lujan Süre:17'
- 4.Film adı: Yıkım
Yapımcı : Can Gülbudak Süre: 11' 26"
5. Film adı: Kurmaca
Yönetmen : Dilek Çolak Süre: 3'

Uzun Metrajlı Film

1. Film adı: Piano Piano Bacaksız
Yönetmen: Tunç Başran Süre: 91'