



**HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ**

**Grafik Anasanat Dalı**

**DEZAVANTAJLI ALANLARDA FARKINDALIK YARATICI BİR UNSUR  
OLARAK ANİMASYONUN KULLANIMI VE BİR KISA FİLM UYGULAMASI**

**Cansu KARAMAN CENGİZ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Ankara, 2020**



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ  
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

Grafik Anasanat Dalı

DEZAVANTAJLI ALANLARDA FARKINDALIK YARATICI BİR UNSUR OLARAK  
ANİMASYONUN KULLANIMI VE BİR KISA FİLM UYGULAMASI

Cansu KARAMAN CENGİZ

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 202

# DEZAVANTAJLI ALANLARDA FARKINDALIK YARATICI BİR UNSUR OLARAK ANİMASYONUN KULLANIMI VE BİR KISA FİLM UYGULAMASI

**Danışman:** Doç. Müge Burcu Şen

**Yazar:** Cansu Karaman Cengiz

## ÖZ

Dezavantajlı alanlar, disiplinler arası pek çok alanda çalışılan bir konu olmasına rağmen, güzel sanatlar alanında üretilen bileşenleriyle ilgili literatüre sık rastlanmamaktadır. Oysa gerek kâr amacı güden/gütmeyen kurumların kampanya süreçlerinde, gerek ulusal/uluslararası çapta, güzel sanatların çeşitli alanlarındaki üretimleri teşvik eden yarışmalarda, gerekse sergi, festival... vb. gösterim alanlarında yaratılan ve sunulan güzel sanat eserlerinin büyük kısmında dezavantajlı gruplarla ilgili konu, eğilim ve sorunlar ele alınmaktadır. Bu haliyle, güzel sanat alanında salt konu olarak ele alındığı için, görece bağlamdan kopuk ürünler; sosyal bilimler/iletişim alanında ise, salt literatür çalışması/alan görüşmesi olarak ele alındığı için, somut/yaratıcı araçlarla hedef kitleye iletilemeyen yazılar bütünü olarak, iki bağımsız alan resmi çizilmektedir. Tez, ele aldığı konu ve uygulama itibarıyla genel anlamda, bu bağlantıyı kuracak literatüre katkı sağlamayı ve bu melez alanda, yaratıcı hareketli görsel ürünler ortaya koymayı; özel anlamda ise, kadın ve mülteci meselesi alanlarındaki sorunların görünür kılınmasına katkı sağlayıp bağımsız festivaller, kâr amacı güden/gütmeyen kurum ve diğer dağıtım ağlarında dolaşıma girerek, mümkün olduğunca çok insanda farkındalık yaratacak bir animasyon film yaratmayı amaçlanmaktadır.

Birinci bölümde, uygulamada oluşturulacak olan animasyonun tarihi, teknik süreçleri, örnekleriyle beraber türleri ele alınmış; temel kavramlardan, anlatım biçimi oluşturan bütünlüklü bir araç haline gelene kadarki süreci incelenmiştir.

İkinci bölümde, dezavantajlı alan kavramı tanımlanmış; Türkiye'deki konumları itibariyle öncelikli 5 grup (yaşlılar, engelliler, LGBT+ bireyler, kadınlar, göçmenler/mülteciler) ve savunmasızlık nedenleri ortaya konulmuş; bu gruplarla ilgili çalışmalarla, toplum refahı için davranış değişikliği yapmayı hedefleyen sosyal pazarlama anlayışının ortak fayda sağlayacak ilişkileri incelenmiştir. Devamında ise, dezavantajlı alanlarla ilgili üretilen toplam 150 animasyon niteliksel araştırma yöntemiyle incelenmiş; ortak ve özgün yönleriyle bu alandaki animasyon filmler için bir örneklem düzlemi yaratılmaya çalışılmıştır.

Üçüncü bölümde, 2D geleneksel limited animasyon tekniği ile yaratılan 03:40 süreli 'Yerdeniz' uygulama filminin süreçleri ve çıktıları ilk iki bölümle ilişki kurularak sunulmuştur. Bu bağlamda, konu seçiminden, teknik aşamalarına kadar bütün adımlara yazılı ve görsel olarak yer verilmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Dezavantajlı grup, savunmasız, kesişimsellik, kadın, mülteci, göç, toplumsal cinsiyet, sosyal pazarlama, 2D geleneksel animasyon, canlandırma.

# **THE USE OF ANIMATION AS AWARENESS RAISING IN DISADVANTAGED AREAS AND SHORT FILM PRODUCTION**

**Supervisor:** Assoc. Prof. Müge Burcu Şen

**Author:** Cansu Karaman Cengiz

## **ABSTRACT**

Although disadvantaged areas are subject that has been studied in many interdisciplinary fields, the literature that produced in the field of fine arts is not frequently encountered. However, both in the campaign processes of non-profit / non-profit institutions, in competitions that encourage productions in various fields of fine arts at national / international scale, as well as exhibitions, festivals, etc. Most of the fine art works created and presented in display areas deal with issues, trends and problems related to disadvantaged groups. In this state, products that are relatively detached from the context, as they are considered as the subject of fine arts; In the field of social sciences / communication, two independent field pictures are drawn as a collection of articles that cannot be delivered to the target audience with concrete / creative tools, as they are considered as a literary study / field interview. Thesis, in terms of the subject and application in general, contributes to the literature that will establish this connection and to present creative moving visual products in this hybrid field; In particular, it is aimed to create an animated film that will raise awareness among as many people as possible by contributing to the visibility of problems in the areas of women and refugee issues and circulating in independent festivals, non-profit organizations and other distribution networks.

In the first part, the history, technical processes, examples of the animation that will be created in the application, and its types are discussed; The process from basic

concepts until it becomes an integrated tool that creates a form of expression is examined.

In the second part, the concept of disadvantaged area is defined; prioritized position in Turkey as 5 groups (elderly, people with disabilities, LGBT+ , women, immigrants/refugees) and set forth reasons vulnerability; With the studies related to these groups, the mutually beneficial relationships of the social marketing approach aiming to make a change in behavior for public welfare were examined. Subsequently, a total of 150 animations produced about disadvantaged areas were examined by qualitative research method; With the common and original aspects, a sample plane was tried to be created for animated films in this field.

In the third part, the processes and outputs of the 'Yerdeniz' movie, which was created with 2D traditional limited animation technique, was presented by establishing a relationship with the first and second sections. In this context, all steps from topic selection to technical stages are written and visual.

**Keywords:** Disadvantage groups, vulnerable, intersectionality, woman, refugee, migration, gender, social marketing, 2D traditional animation, cell animation.

## TEŞEKKÜR

Hayatımın pek çok 'yeni başlangıcını' aynı anda içeren tez yazma sürecimde desteğiyle, muhabbetiyle ve varlığıyla yanımda olan pek çok insana teşekkür borçluyum. Öncelikle içtenlikli katkıları, detaylı geri dönüşleri ve imkân tanıdığı özgür çalışma ortamı için danışmanım Doç. Müge Burcu Şen'e; beraberinde, yapıcı eleştirileri ve motive edici geri bildirimleriyle jürimde yer alan Prof. Özden Pektaş Turgut ve Dr. Öğr. Gör. Banu Erşanlı'ya; nezaket ve yardımları için Hacettepe GSE Öğrenci İşleri personellerine çok teşekkür ederim.

Sağladıkları iş birlikleri ve arkadaşlıkla, hem iş-okul arası süreçlerin dengelenmesini, hem de bu kurumlar dışında da heves ettiğimiz projeleri beraber üretmeyi mümkün kılan iş arkadaşlarım Aykut, Cihan ve Büşra'ya ve okul arkadaşlarım Yasin, Uğur, Ayşegül ve Sare'ye çok teşekkür ederim.

İzmir'de devam eden süreçte tanıştığımız ilk haftalardan itibaren gösterdikleri kolaylaştırıcı tavır ve destekleri için Doç. Dr. Ragıp Taranç, Dr. Öğr. Gör. Faik Kartelli, Dr. Öğr. Gör. Zuhal Çetin ve Doç. Dr. Dilek Tunalı'ya çok teşekkür ederim. Ayrıca, samimi arkadaşlıkları ve deneyim paylaşımlarıyla kısa sürede adapte olmamı sağlayan Öğr. Gör. Markus Berger, Dr. Öğr. Gör. Zehra Cerrahoğlu ve Arş. Gör. Talha Altinkaya özelinde DEÜ Film Tasarımı'ndaki tüm bölüm arkadaşlarıma; akademik yazma ve akademi içi ilişkilerle ilgili pek çok süreci deneyimleyerek öğrenmemi sağlayan 'yedi Dergi' ekibine teşekkür ederim.

Sahne ya da sahne dışında, cesaret ve hevesle pek çok şey öğrendiğim, bu tez filminin oluşma sürecini de beslemiş olan, beraber deneme/dönüştürme heveslerimi paylaştığım ve sonunda hep çok eğlendiğim Hazel, Pelin, Ayşe ve Çiğdem çiçeklerime; 7.Sanat'tan/Tiyagamm'dan Fulya, İlker, Tuğçe, Zeynep, Çağrı, Duygu, Ülkü ve Hande'ye; Ayrancı'daki Kolektif Mutfak arkadaşlarıma ve Kurtuluş'a, özellikle pandemi sürecindeki destek ve muhabbeti için çok teşekkür ederim.

Son olarak, gösterdikleri sevgi, sabır ve maddi/manevi destekle hep yanımda olduklarını hissettiren annem, babam, ağabeyim, anneannem ve büyükbabama her şey için teşekkür ederim. Çok şanslıyım gerçekten...

## İÇİNDEKİLER DİZİNİ

ÖZ.....	i
ABSTRACT.....	iii
TEŞEKKÜR.....	v
İÇİNDEKİLER DİZİNİ.....	vi
TABLolar DİZİNİ.....	x
GÖRSEL DİZİNİ.....	xi
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: BİR ANLATIM BİÇİMİ OLARAK ANİMASYON.....	3
1.1. ANİMASYONUN TARİHÇESİ.....	3
1.2. ANİMASYONUN AŞAMALARI.....	7
1.2.1. Animasyonun Üretim Öncesi Süreçleri.....	8
1.2.2. Animasyonun Üretim Süreci.....	9
1.2.3. Animasyonun Üretim Sonrası Süreçleri.....	12
1.3. ANİMASYONUN TÜRLERİ ve ÖRNEKLERİ.....	12
1.3.1. Geleneksel Çizim Animasyon.....	13
1.3.2. Kukla Animasyon (Stop-Motion).....	14
1.3.3. Deneysel Animasyon.....	16
1.3.4. Bilgisayar Animasyonu.....	16
1.3.5. Karışık Teknik Animasyon.....	19



2. BÖLÜM: DEZAVANTAJLI ALANLAR ve DAĞITIM AĞI OLARAK SOSYAL PAZARLAMA.....	20
2.1. DEZAVANTAJLI ALAN KAVRAMI.....	20
2.2. DEZAVANTAJLI ALAN TARİHÇESİ.....	23
2.3. SOSYAL ve TOPLUMSAL EŞİTLİK BAĞLAMINDA DEZAVANTAJLI BİREYLER.....	25
2.3.1. Yaşlılarda Dezavantajlılık .....	25
2.3.2. Kadınlarda Dezavantajlılık .....	27
2.3.3. LGBT+ Bireylerde Dezavantajlılık.....	31
2.3.4. Engellilerde Dezavantajlılık.....	32
2.3.5. Göçmenler/Mültecilerde Dezavantajlılık.....	35
2.4. SOSYAL PAZARLAMA KAVRAMI.....	40
2.4.1. Kâr amacı Güden/Gütmeyen Kuruluşlar ve Sosyal Pazarlama.....	41
2.4.2. Dezavantajlı Alanların Dağıtım Ağı Olarak Sosyal Pazarlama.....	43
2.5. DEZAVANTAJLI ALANLARDA KULLANILAN ANİMASYON YAKLAŞIMLARI.....	44
2.5.1. Kâr amacı Güden Kuruluşlar Tarafından Kullanılan Animasyon Yaklaşımları.....	46
2.5.2. Kâr amacı Gütmeyen Kuruluşlar (NPO) Tarafından Kullanılan Animasyon Yaklaşımları.....	48
2.5.3. Bağımsız Film Üreticileri Tarafından Kullanılan Animasyon Yaklaşımları.....	50

2.6. DEZAVANTAJLI ALAN ÇALIŞMANIN ÖNEMİ: FARKINDALIK ve GÖRÜNÜRLÜK OLUŞTURMA KAVRAMI AÇISINDAN YAKLAŞIMLAR.....	52
3. BÖLÜM: DEZAVANTAJLI ALAN ODAĞINDA UYGULAMA ÖRNEĞİ: MÜLTECİ KADINLARIN GÖRÜNÜRLÜKLERİNİN ANİMASYONLA ANLATIMI.....	55
3.1. FİLM ÖNCESİ SÜREÇLER.....	55
3.2. FİLM YAPIM AŞAMALARI ve SONRASI.....	58
3.2.1. Hikâye Sahnelerinin Yazılması.....	58
3.2.2. Storyboard (Öykü Taslağı) Yapılması.....	60
3.2.3. Animatik Oluşturulması.....	60
3.2.4. Karakter Tasarımı.....	61
3.2.5. Mekân Tasarımı.....	62
3.2.6. Animasyon.....	64
3.2.7. Kurgu.....	65
3.2.7. Ses Tasarımı.....	65
3.2.8. Kompozisyon/Işık/Gölge.....	66
3.2.9. Render.....	67
SONUÇ.....	68
KAYNAKLAR.....	71
EK-1: İncelenen 150 Dezavantajlı Alan Animasyonu.....	83
EK-2: Storyboard (Öykü Taslağı).....	97
EK-3: Karakter Sayfaları.....	99
ETİK BEYANI.....	101

YÜKSEK LİSANS ORJİNALLİK RAPORU.....	102
MASTER'S ORIGINALITY REPORT.....	103
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	104

## TABLolar DİZİNİ

<b>Tablo 1.</b> Ek-1'de yer alan filmlerin odak noktalarına göre sayısı.....	46
--	----

## GÖRSEL DİZİNİ

<b>Görsel 1.</b> Geleneksel çizim animasyon örnekleri: Fantasia, Mister Magoo's Christmas Carol, Alice in Wonderland, Son of the Pink Panther ve Astro Boy.....	13
<b>Görsel 2.</b> Kukla animasyon örnekleri: Gumby: The Movie, Fantastic Planet, Isle of Dogs, Fresh Guacamole ve Her Morning Elegance klibi.....	15
<b>Görsel 3.</b> Deneysel animasyon, kum ve cam üzeri boyama tekniği örnekleri: The Old Man and The Sea ve Zepo.....	16
<b>Görsel 4.</b> 2-Boyutlu animasyon örnekleri: Mulan, Bojack Horseman, South Park, The Flowers of Evil.....	17
<b>Görsel 5.</b> 3-Boyutlu animasyon örnekleri: Beowulf, Shrek, Pinky Don't Go, Appurushîdo, Avatar ve Nokta.....	18
<b>Görsel 6.</b> Karışık teknik animasyon tekniği kullanan Gumball çizgi dizisinden sahne örnekleri.....	19
<b>Görsel 7.</b> BBC, MTV ve Anchor Point Studio'nun (K) animasyon örnekleri.....	47
<b>Görsel 8.</b> Kadın hakları (Porteki Dışişleri Bakanlığı), mülteciler (UNICEF) ve RLS hastaları hakkındaki (KO) animasyon örnekleri.....	49
<b>Görsel 9.</b> Bağımsız film örneklerinden (B) Weeds, Paper or Plastic ve Girl in the Hallway.....	51
<b>Görsel 10.</b> Mekân için The Mill Filmi Referans Animasyon Görüntüsü.....	57
<b>Görsel 11.</b> Renk/Stil için Referans Animasyon Görüntüleri.....	57
<b>Görsel 12.</b> Renk/Stil için Referans Animasyon Görüntüleri.....	58
<b>Görsel 13.</b> Mekânın Eskiz ve Final Halleri.....	63
<b>Görsel 14.</b> Mekânın Eskiz ve Final Halleri.....	63
<b>Görsel 15.</b> Animasyonun Ara Kare Çizim Aşaması ve Final Halleri.....	64

**Görsel 16.** Kompozisyon Aşamasındaki Sahnenin Gölgersiz/Gölgeli Halleri.....66

**Görsel 17.** Render Sonrası, Yerdeniz Uygulama Filmi'nden, Final Görüntüler.....67

## GİRİŞ

Dezavantajlı ya da savunmasız (vulnerable) gruplar, yaş, cinsiyet, engellilik, yoksulluk... vb. nedenlerin en az biri nedeniyle var olan toplumsal haklarına ulaşmada zorluk çeken kimselerdir. Bu farklılıklar nedeniyle toplumdaki dışlanan bireylere, teorik olarak eşit haklar tanımlansa da, eşit yapabilirlik/faydalanabilirlik imkânları verilmediği için, pratikte, bu haklardan yararlanamamaktadırlar. İnsanın zarar görebilme ihtimalinden hareketle, evrensel geçerliliğe sahip bu kavram, coğrafyaya göre değişen özgünlüklere de sahiptir. Bu nedenle ülkelerin odaklandığı ve proje ürettiği dezavantajlı gruplar, değişken olabilmektedir. Türkiye özeline bakıldığında, kadınlar, yaşlılar, engelliler, LGBT+ bireyler ve son yıllarda mülteciler/göçmenler, STK'lar, bağımsız araştırmacılar, kâr amacı güden/gütmeyen kurumlar ve ilgili bakanlıkların en çok çalışma ürettiği konulardandır. Bu nedenle, tez kapsamında ilgili literatür de bu odak konular üzerinden oluşturulmuştur.

Dezavantajlı konular çerçevesinde, disiplinler arası yürütülen ve farkındalık oluşturmaya çalışan pek çok çalışma vardır. Güzel sanatlar alanında, en çok ürün veren örneklerden birini de animasyon sinema oluşturmaktadır. Bağımsız festival, sergi ve sosyal dağıtım ağları aracılığıyla ya da kâr amacı güden/gütmeyen kurumların kampanya ürünleri içerikleriyle kendi alanını oluşturmuş, anlatım biçimini dezavantajlı konular odağında da yaratmıştır. Bu anlamda yeni olmayan, fakat bakış açısı, eğilim ve eylemlerde yenilik oluşturmak için kullanılan etkili bir anlatım aracıdır. Geleneksel çizim, deneysel, kukla, bilgisayar ve karışık teknik olarak kategorize edilen yöntemler, hikâye ve anlatım tercihlerine uygun olarak seçilip geliştirilebilir, böylece farklı/özgün stiller ve anlatım biçimleri elde edilebilir.

Animasyonun dezavantajlı alanlarda kullanım nedenlerinden en önemlisi, içerik olarak yoğun bir konuyu, hızlı, etkili ve mümkün olan en çok kişiye ulaştırabilme yeteneğidir. Fakat benzer amaçları güden, daha geniş bir dağıtım ağı, animasyonun tek başına ulaşabildiği hedef kitleyi, dolayısıyla konunun görünürlüğünü arttırmada katkı sağlayan bir diğer önemli faktör olmaktadır. Bu noktada, sosyal pazarlama, toplumsal refahı, davranış değişikliği yaratarak arttırmaya çalışan yaklaşımıyla,

dezavantajlı konuları görünür kılmaya uygun bir stratejidir. Tez çalışmasında da buna paralel olarak EK-1'de yer alan 150 animasyon filmin, niteliksel araştırma metoduyla değerlendirmesi yapılarak, etkili ve dezavantajlı alanlara uygun bir anlatım biçimi geliştirilmeye çalışılacak, elde edilen ve dağıtımına hazır hale getirilen animasyonun hedef kitleye ulaştırılması ise sosyal pazarlama dağıtım ağları kullanılarak yapılacaktır. Böylece, tek başına animasyonla ya da tek başına sosyal pazarlamayla oluşturulamayacak görünürlük/farkındalık etkisi, bu optimum iş birliğiyle oluşturulabilecektir.



## 1. BÖLÜM:

### BİR ANLATIM BİÇİMİ OLARAK ANİMASYON

Animasyon, hareket oluşturan bir teknik olmasının yanında, bir anlatım biçimidir. İlk kullanılmaya başladığı dönemlerden itibaren, hem söz konusu teknik, hem de anlatım biçimleri, birbirini besleyerek dönüşmüş, olasılıklarını genişleterek de listeye yenilerini eklemiştir. Bugünden geriye animasyon tarihine bakıldığında, on yıllar önce oluşturulan hareketli görsellerin, hala izlenip bugün için faydalanılması, sadece teknik unsur olarak değil, anlatım biçimi olarak da inşa edildikleri içindir. Bundan hareketle, bu yapıyı tarihine, örneklerine ve süreçlerine göre incelemek, yeni anlatım biçimleri yaratmak için de faydalı olacaktır.

#### 1.1. ANİMASYONUN TARİHÇESİ

Animasyon; tek başına hareketsiz olan sıralı, seri bir grup görüntünün, art arda ve saniyede belirli kare hızlarında (12fps, 25fps... vb. ) gösterilmesi sonucu elde edilen bir hareket yanılsaması oluşturma tekniğidir. Furniss'e (1989) göre animasyon, hareket eden çizimlerin sanatından ziyade, çizilen hareketlerin sanatıdır. Dolayısıyla animasyona, çizilen ana hareketlerin/pozların arasında kalan görünmez boşlukları manipüle etme sanatıdır da denilebilir. Hareketli resimlemeler animasyonun temeli olarak tanımlandığında, tarihsel olarak ilk denemelerin Paleolitik Çağ'a ait mağara resimlerinde tasvir edilen hayvan figürleriyle başladığı söylenebilir.

Daha sonra birbirini izleyen dönemlerde, animasyonun oluşumuna dair farklı gelişmeler birbirini takip etmiştir. M.Ö. 5200'lerde Pers'lere ait bazı çömleklerin üzerinde, çeşitli hayvan hareketlerinin sıralı bir şekilde tasvirlendiğine dair bulgulara (Animation Magazine, 2008); M.Ö. 2000'li yıllara ait Mısır duvar resimlerinde insan/hayvan figürleri aracılığıyla bir hikâyenin kare kare çizilerek anlatımının yapıldığı örneklere rastlanmıştır (Thomas, 1992). Farklı coğrafyalarda animasyonun gelişim sürecini devam ettiren çalışmalardan, M.Ö.1000'li yılların öncesinde Çinliler

tarafından yapılan, üzerine birbirini izleyen sıralı/hareketli silüetler çizilen *döner fener*; Leonardo da Vinci'nin (1452-1519) model sayfaları (model sheet) hissi uyandıran *anatomik çalışmaları* (Clayton ve Philo, 2010); Asya'da başlayıp daha sonra Osmanlı İmparatorluğu ve Avrupa'da da geliştirilen mekânizmalarla kullanılan *gölge oyunu* bu kapsamda kullanılmıştı. Devamında, 1659'da Christiaan Huygens'in resimlendirilen cam slaytlarla hareketli ve sıralı görüntüler dizisi yakalanmasını sağlayan *hareketli fenerleri* (Encyclopedia, 2019); 1770'te Edmé-Gilles Guyot'un, aynı tekniği seyirciye ekrana yaklaşmak ya da uzaklaşma hissi verecek şekilde çeşitli araçlarla geliştirdiği, karmaşık kompozisyonlar için daha kullanılabilir hale gelen *hareketli feneri* (Andriopoulos, 2013, s.176), yine bu dönemin ilk ve temel animasyon denemeleri olarak değerlendirilebilir.

Animasyon tarihinin ilerleyen dönemlerinde ise, optik oyuncaklar ve türevleri araç olarak kullanılmaya başlanmıştır (Time Toast, t.y.). Bunlardan ilki olan *Thaumatrope* (The Richard Balzer Collection, t.y.), karton bir diskin her iki yüzeyine de yerleştirilmiş resimlerin, hızlı bir şekilde döndürüldüğünde tek/birleşik bir görüntüymüş izlenimi uyandırarak yanılsama yaratan araçtır. Sonrasında icat edilen *Phénakisticope/Fenakistiskop* (The Richard Balzer Collection, t.y.), çeper kısımlarına açılan dikdörtgen deliklerden elde edilen görüntünün ayna vasıtasıyla izlendiği yassı bir diskin etrafına, eşit uzaklıkta konumlandırılan sıralı resimlerle hareket yanılsamasını oluşturabilmiştir. Devam eden yıllarda benzer şekilde kullanılan *Zoopraxis* ve *Phénakisticope*'un silindirik ve kolayca değiştirilebilir görüntü şeritleri içeren versiyonu *Zoetrope*, optik oyuncaklar grubunda yerini almıştır. Daha sonra, başka bir optik yanılsama aracı türü olarak, sıralı kitap sayfalarının, elle çevrilmesi sonucunda elde edilen hareket yanılsaması oluşturan *çevirme kitap/Flipbook* (History of Science Museum, 2019) kullanılmaya başlanmış ve bu araçtan ilhamla, *Mutoscope* (The American Society of Cinematographers, 2019) olarak adlandırılan, dairesel yerleştirilen çevirme kitabın makara/krank sapı yardımıyla döndürülerek görüntü elde edilen versiyonu yaratılmıştır. Ardından, *Zoetrope*'a benzer, fakat silindirdeki yarıklar yerine, merkezine eşit yerleştirilmiş on iki dikdörtgen aynayla çalışan ve bu sayede daha akıcı bir animasyon oluşturabilen *Praxinoscope* icat edilmiştir. Sonrasında, Charles-Émile Reynaud, iki makara

arasına sarılmış, şeffaf film üzerine elle boyanmış renkli resimlerle *Théâtre Optique*'i geliştirmiş ve filmleri kitlesele olarak seyirciyle buluşmuştur. Benzer yıllarda Méliès'in stop-motion animasyonun öncüsü olacak çalışmaları (*The Vanishing Lady*, 1986) da gösterilmeye başlanmıştır (*The Richard Balzer Collection*, t.y.).

Bu görece küçük ölçekli üretimler, 1890'larda 35mm kameraların ilk örneği de sayılan projektörlerin üretilmesiyle büyümüş; film şeritlerine, pirinç levhalara, yazı tahtasına çizilen görüntüler, kameraya alınmaya başlamıştır. İlk animasyon olarak kabul edilen Stuart Blackton'ın *Humorous Phases of Funny Faces* (1906), Edwin S. Porter'ın *Dream of a Rarebit Fiend* (1906), Segundo de Chomón'ın *Le théâtre de Bob* (1906) filmleri bu dönem animasyonlarına örnek gösterilebilir (*Film Site*, t.y.).

İlerleyen dönemlerden 1908-1927 yılları, üretilen animasyonlarda ses/müzik kullanılmadığından 'sessiz çağ' olarak adlandırılır. Bu dönem öncülerinden Émile Cohl'un, ilk animasyon filmi *Fantasmagorie* (1908), Winsor McCay'in, *Gertie the Dinosaur* (1914)'u geleneksel animasyonun tekniklerinin sınırlarını zorlayan önemli örneklerden olmuştur. 1910'lardan sonraki dönemlerde ise, büyük stüdyoların kurulmasıyla beraber, endüstriyel bir hal almaya başlamış, bu sayede animasyon teknikleri büyük ölçekli katkılarla geliştirilmiştir (Bendazzi, 2016). Örneğin, Barré Stüdyo'nun, çizimleri iki sabit pime yerleştirerek hizalamayı sağlayan *mandal sistemi tekniği*; Max ve Dave Fleischer'in geliştirdiği *rotoskop tekniği*, bu önemli katkılardan bazılarıdır. Tüm bu gelişmeler, günümüze ulaşan ilk uzun metraj animasyon *The Adventures of Prince Achmed* (1926)'in de üretilmesine ortam hazırlamıştır. Dönemin büyük stüdyoları tarafından üretilen animasyonlar arttıkça, yarattığı karakterler de dönemle özdeşleşir hale gelmiştir. Örneğin, Pat Sullivan Stüdyoları'nın yarattığı *Felix the Cat*'i; Walt Disney Stüdyoları'nın *Mickey Mouse*'u, animasyon tarihindeki en popüler karakterleri olmuştur. 1924'ten itibaren Inkwell Stüdyoları ile filmlere sesler; 1930'lardan itibaren de başında çizgi filmlere renkler eklenmeye başlamıştır. Böylece, animasyonlarda kullandıkları renk, ses ve müzik düzenlemeleriyle başarılar elde eden stüdyolar, yeni popüler karakterler piyasaya sürmeye devam etmiştir (Bendazzi, 2016). Walt Disney'den; *Pluto* (1930), *Goofy*

(1932), *Donald Duck* (1934); Fleischer Studios'tan, *Betty Boop* (1930), *Popeye* (1933), *Casper* (1945); Warner Brothers Cartoons'dan *Daffy Duck* (1937), *Bugs Bunny* (1938), *Coyote* ve *The Roadrunner* (1949); Walter Lantz Productions'dan, *Woody Woodpecker* (1940); Metro Goldwyn-Maye'dan, *Barney Bear* (1939-1954), *Tom ve Jerry*, başlıca karakterler olmuş ve bu üretimlerle Hollywood animasyonun altın çağı olan 1928-1960 arasındaki yerlerini almışlardır (Barrier, 1999). Bu ilerlemenin devamında Disney, *Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler* (1937); Fleischer Stüdyoları, *Gulliver's Travels* (1939) ile uluslararası başarılar elde ettikleri uzun metraj filmler üretmişlerdir (Fleischer Studios, 2019). Fakat 2. Dünya Savaşı'nın etkisiyle bu ilerleme aynı hızda devam edememiş, üretilen animasyonlar da, propaganda aracı amacıyla üretilmeye başlanmıştır (Big Cartoon Database ve Film Site, t.y.).

1950'lerin sonunda renkli televizyonun evlere girmesiyle sinema salonlarından uzaklaşan seyirci için televizyon dönemi başlamış ve limited animasyon tekniğiyle üretilmiş çizgi film serileri yayınlanmaya başlamıştır. 1960'larda hedef kitlesinin çocuklar olduğu, *The Flintstones*, *Scooby-Doo* gibi serilerle televizyonda animasyonun yükselişi, 1980'li yıllarda Nickelodeon, Disney Channel ve Cartoon Network gibi kanalların da eklenmesiyle, daha da gelişmiştir. 1990'lar ve sonrasında aynı yükseliş, *Simpsons*, *South Park*, *Family Guy* gibi yeni serilerle yetişkinleri de izleyici kitlesine dâhil etmeyi başarmıştır (TV Guide, 2019). Bu yıllarda aynı şekilde çeşitli ülkelerden ulusal başarı kazanmış TV serileri de ortaya çıkmıştır, bunlardan bazıları: *Calimero* (İtalya/Japonya, 1963), *La Linea* (İtalya, 1971), *Barbapapa* (Hollanda/Japonya, 1973), *Şirinler* (Belçika/ABD, 1981), *Snorks* (Belçika/ABD, 1984), *Astro Boy* (Japonya, 1963), *Kimba The White Lion* (Japonya, 1965) örnekleriyle sıralanabilir (Animation World Network, 2019).

Bu aşamadan sonra, zaten 1940'lardan beri farklı alanlarda, sınırlı da olsa kullanılan bilgisayar animasyonu daha da artmış, 1995'te Pixar ve Disney ortak yapımı *Toy Story* filmiyle en büyük atılımı gerçekleştirmiştir. Filmlerde özel efekt ya da foto-gerçekçi unsur yaratım özellikleriyle, *Abyss* (1989), *Jurassic Park* (1993) gibi

filmlerde kullanılsa da çığır açan etkisi *Matrix* (1999) ile olmuştur. Hiper gerçekçi görüntüler yaratan, *Final Fantasy: The Spirits Within* (2001), *The Lion King* (2019) gibi filmlerle, 3-boyutlu animasyonun kullanım alanı ve biçimi gelişerek devam etmektedir (Big Cartoon Database ve Film Site, t.y.).

Bilgisayar animasyonun getirdiği avantajlardan sonra geleneksel animasyon teknikleriyle üretimler azalsa da, önemi, üretimi ve diğer teknikleri beslemesi aynı şekilde devam etmektedir. Örneğin, geleneksel animasyonu temel alan 2-boyutlu gölgelemeyle (cel shading/toon shading) ile 3-boyutlu animasyon tekniği olanakları geliştirilmiştir. Benzer şekilde bilgisayar animasyonunun bugünkü üretiminde, ağırlıklı olarak gerçekçi olmayan/stilize karakterlerin yaratıldığı 3-boyutlu ve 2-boyutlu teknikler beraberinde kullanılarak animasyon film/dizi üretmeye devam edilmektedir.

## **1.2. ANİMASYONUN AŞAMALARI**

Animasyonun üretim süreci, mekanik üretim montaj hatlarına benzetilebilir. Çünkü nihai ürünün planlandığı gibi verimli, uygun fiyatlı ve zamanında çıkması için, sıralı ve birbirine bağımlı insan-donanım-yazılım iş bölümünün yapıldığı, animasyon sürecinden geçer. Bu nihai ürün; geleneksel animasyon, 2-boyutlu animasyon, 3-boyutlu animasyon, kukla animasyon ya da karışık animasyon tekniklerinden herhangi biriyle üretilmiş, uzun/kısa metrajlı film, televizyon programı, reklam veya video oyunu gibi herhangi bir ürün olabilir, çünkü kullanılan programlar, tarzlar farklı olsa da, aynı süreç hepsini kapsamaktadır. Genel olarak bu üretim adımları, üç ana başlıkta kategorize edilebilir: hikâyenin uygun/çekici karakterlerle ve akıcı olarak anlatıldığına odaklanan üretim öncesi süreci (hazırlık); hazırlık aşamasında elde edilen son hikâye/karakter verilerine göre projeyi oluşturan üretim süreci (prodüksiyon); üretimden gelen sahnelerin kompozisyon, renk, efekt... vb. aşamalarını yapan üretim sonrası süreçleridir (post prodüksiyon) (Beane, 2012).

### **1.2.1. Animasyonun Üretim Öncesi Süreçleri**

Üretim öncesi hazırlık süreci, tüm animasyon projesinin araştırma, planlama, tasarım ve deneme aşamasıdır. Animasyon üretimi için hazırlık, karmaşık bir dokümantasyon sistemi gibi görünse de, süreçte oldukça önemli bir yer kaplar. Bu animasyonun mutlaka olması gereken, oldukça uzun ve önemli bir aşamasıdır, çünkü farklı fikirlerin üretildiği, üretim planlarının yapıldığı ve projenin sonraki aşamalarının nasıl yönetilmesi gerektiğinin anlaşıldığı yer burasıdır (Musburger, 2018, s. 7-15).

Hazırlık aşaması, kurumsal ve kalabalık ekiplerde fikir, hikâye ve tasarımların oluşturulduğu yaratıcı ekip ve zaman/maliyet/proje planlayan yönetim ekip şeklinde ayrılarak süreci yürütür. Sanatçılar bu aşamayı, iyi fikirler üretmeye, bu fikirleri ilgi çekici bir hikâyeye yazmaya ve daha sonra bu hikâyeyi hangi kamera açısıyla, renk paletiyle, sesle/müzikle, tarzla, karakterle ve mekânla, görsel olarak nasıl anlatacağına karar vermek için kullanır. Ekip ve animasyona göre birleştirilerek azaltılabilen hazırlık aşamasının bileşenleri genel olarak şu şekilde sıralanabilir:

#### **Fikir**

Animasyonda, başlangıç bir fikirle başlar. Fikir aşamasının anahtar kelimeleri basitlik ve eğlenceli olmasıdır. Bunun için ihtiyaç olan fikrin kaynağı ise, hemen hemen her şey olabilir: bir kelime, tema, renk, koku, ses, kişisel deneyimler, geleneksel bir hikâyeye, uyarlama eser bunlara örnek olabilir (Wells, Quinn ve Mills, 2009, s. 60). İzlemeye değer olduğunu düşünülen fikrin temel öncülünü çözdükten sonra, onu bir anlatı biçimine dönüştürmek için içerisinde “Karakterler kim?”, “Hikâyedeki çatışma ne?”, “Hedef kitle kim?”... vb. bazı temel soruların da cevaplanacağı, yazılı özet/taslak yaratılarak fikir somutluk kazanır.

#### **Senaryo**

Senaryo, içinde temel karakter hareketlerini, çevreyi, zamanı, eylemleri ve diyalogları içeren, hikâyenin yazılı edebi form biçimidir. Senaryoda ekranda neyin görüleceğini ve duyulacağını açıklanmasıyla, yaratıcı ekip genel hikâyeye hakkında görsel bir fikir oluşturabilir. Yani senaryo, kendisinden sonraki üretim süreçleri için

yazılmış bir omurga yapısıdır. Hazırlık aşamasındaki senaryo bileşeni, medikal animasyon, mimari görselleştirme... vb. endüstrilerin çoğunda kullanılsa da, video, oyun, reklam, sinema endüstrisi bu bileşen sıklıkla kullanılmaktadır (Wells, Quinn ve Mills, 2009, s. 84-86).

## **Ön Tasarım**

Tasarım bileşeni, projenin fikir ve senaryo aşamalarında tarif edilen karakter, araç/eşya ve arka plan tasarımları, genel sahneleme tarzı, renk paleti gibi unsurların hepsini içerir. Bu oluşum sürecinde, kalem, kâğıt, boya gibi geleneksel araçlarla beraber, bilgisayar yazılımları/donanımları da kullanılır.

## **Storyboard (Öykü Taslağı)**

Öykü taslağı, senaryonun/hikâyenin ilk görsel hikâye biçimi ve sonraki üretim adımlarının tümünü birbirine bağlayacak yapıştırıcı bileşendir. Kamera açıları/hareketlerini, projede olacak karakter pozlarını, sahnelemeleri ve olası görsel efektlerin erken temsillerini içerir. Öykü taslağındaki her resim, senaryodan bir hikâye anını görsel olarak tarifler, hikâyenin akışı ve boşlukları hakkında bilgi verir, yani görselleştirilme için kullanılan tek bir kare, senaryodaki binlerce kelimeye eşdeğer olabilir. Bu nedenle, hikâyenin kareleri, bir kâğıda/yazı tahtasına çizilen taslaklarla ya da çeşitli yazılımlar aracılığıyla yapılan resimlemelerle görülmeye başladıktan sonra, onu daha iyi hale getirme olasılığı oldukça yüksektir (Laybourne, 1998).

## **Animatik (Taslak Animasyon)**

Animatik, öykü taslağının zamanlama, diyalog, basit sesler ve anahtar karakter hareketlerin eklenerek, sınırlı animasyon oluşturulmuş halidir. Animatik, projenin akışının, tarzının ve zamanlamasının görülmesini sağlar. Ayrıca, tüm sahnelerin çekilmeden önce nasıl görüneceğini bilmek, gerekli düzeltmeleri bu aşamada yapabilmek esnekliği kazandırarak, zaman/maliyet açısından iyileştirici müdahaleler yapmaya olanak verir (Musburger, 2018).

## **1.2.2. Animasyonun Üretim Süreci**

Üretim aşamasında, hazırlık aşamasından itibaren yapılan tüm planlama ve karar verme işlemleri somut hale gelir. Burada tanımlanan işler için gerekli iş bölümleri, bitiş tarihleri belirtilerek yapılır ve işler sonraki aşamaya eksiksiz/zamanında teslim edilerek, sahnelerin tamamlanması sağlanır (Beane, 2012, s. 33-42). Üretim aşamasında iş bölümü yapılan bileşenler aşağıdaki gibidir:

### **Sahne Yerleşimi (Layout)**

Karakterlerin boyutu, şekli ve mekânı gibi temel bilgiler esas alınarak, karakterlerin ve kameraların basit animasyonları için düzenleme yapılan kısımdır. 2-boyutlu ya da 3-boyutlu tekniklerle de yapılabilen bu yerleşim, kameranın bakış açısından her çekim kompozisyonunu görmeye olanak verir.

### **Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge)**

Araştırma ve geliştirme, animasyon üretimi öncesi ve sonrası tüm süreci kapsayan bir bileşendir. Bu nedenle Ar-Ge'de, birçok farklı bileşenden sanatçı ve teknik ekip beraber çalışır. Örneğin, Walt Disney Stüdyosu'nun Tangled filminde Ar-Ge ekibi, Rapunzel'in saçlarını, gerçek fiziksel/dinamik davranış göstererek hareket etmesini sağlamak için, birkaç yıl süren teknik-sanat departmanları arası bir çözüm iş birliği oluşturmuştur.

### **Karakter ve Arka Plan Tasarımı**

2D/3D karakterler, eşyalar, diğer yardımcı unsurlar ve arka plan, önceki adımda belirlenen sahne yerleşimlerine göre gereken açılarla/pozlarla bu aşamada üretilecek unsurlardır. Animasyon boyunca karakterin ya da mekânın takip edilmesi için, açı/poz değişimlerindeki tutarlılık, bu aşamanın önemli bir bölümünü oluşturur (Musburger, 2018, s. 22).

### **Dokulandırma/Boyama**

3-boyutlu çalışmalarda, modellerin 3 boyutlu geometrileri üzerine renk ve yüzey özelliklerini dijital olarak uygulanırken, 2-boyutlu çalışmalarda dokulandırma, boyama, gölgelendirme gibi süreçler, elle boyama ya da dijital boyama



yöntemleriyle, farklı katmanlarda yer alacak şekilde uygulanır. Dokulandırma ve boyama, konsept aşamasında belirlenen kısıtların ve stilin tüm karakterler/mekânlar için hayata geçmesini sağlar (Beane, 2012, s. 39). Örneğin, model/karakter ahşap olacaksa, dokulandırma sanatçısı bu malzemeyi animasyon tarzına göre gerçekçi ya da stilize haliyle modele/karaktere yansıtır. Bu aşama için işlemler elle yapılabileceği gibi, Adobe Photoshop/Illustrator, Mudbox, Substance Painter... vb. çeşitli yazılımlar aracılığıyla da yapılabilir, hatta gerçek zamanlı boyanabilir.

### **İskelet Oluşturma (Rigging)**

İskelet sistemi, 2-boyutlu/3-boyutlu bilgisayar animasyonunda, kukla animasyon tekniklerinde, eklenen gerçek ya da dijital eklem/kas sistemi/kontrol noktaları aracılığıyla, animatörlerin karakteri ya da nesneyi doğru pozda, hızlı ve verimli hareket ettirebilmesini sağlayan bir donanımdır. Genellikle teknik olarak da problem çözme becerisine sahip bir uygulama sanatçısı gerektirdiğinden, Ar-Ge ekibiyle beraber bu süreç yürütülür.

### **Animasyon**

Bu aşamada, nesnelere veya karakterlerin belirlenen ana pozlara/referanslara göre hareketleri oluşturulur. Bu aşamadaki ağırlık ve zamanlama bileşenleri, referans alınan ya da çizilen karelerde, dikkate alınması ve başarılı bir animasyon ortaya konulmasının anahtar noktalarıdır. Temel animasyon bileşenleri ortak olsa da her ihtiyaca farklı animasyon yaklaşımıyla çözümler üretilir (Laybourne, 1998).

### **Görsel Efekt Tasarımı**

Kürk, saç, kumaş, ateş, su, toz gibi bileşenlerin hava, yer çekimi, sürtünme, dokunma gibi fiziksel olaylarla dolaylı ya da doğrudan etkileşimlerinin yaratıldığı aşamadır. Yaratılan efektler, hem görsel sanatlarla, hem de fizik ve matematikle ilişki kurularak oluşturulur, bu nedenle aynı zamanda teknik bir alandır.

### **Işık Tasarımı**

Bu aşamada, prodüksiyon aşamasındaki renk kılavuzlarına göre sinema/fotoğraf setlerindeki gibi spot lambaları, ampuller, güneş ışığı gibi ışık kaynakları yerleştirilir.

Bu ışıkların dijital verileri ya da çizimde kullanılacak referanslarıyla ışıklandırma ayarlayarak, sahne oluşturulur.

### **1.2.3. Animasyonun Üretim Sonrası Süreci (Post-Prodüksiyon)**

Post prodüksiyon, bir animasyon projesinin tamamlanma ve nihai çıktı aşamasıdır. Üretim aşaması tamamlanan animasyonun bu aşamasında, görsel efektler, renk düzeltmeleri, kompozisyon çalışmaları yapılarak, animasyon tamamlanır (Musburger, 2018, s. 59-69). Post prodüksiyon aşaması aşağıdaki bileşenleri içerir:

#### **Kompozisyon**

Sahnelerin nihai çıktı imajını oluşturmak için yaratılan ve çekilen tüm görüntü katmanlarının, gerektiğinde yeni renk, görsel efekt... vb. katmanlar da eklenerek düzenlendiği yerdir.

#### **Renk Düzenleme**

Tüm sahnelerin görüntü renklerinin, nihai çıktıyla tutarlı olduğundan emin olmak için yapılan renk düzenlemesidir.

#### **Final Çıktı (Render)**

Çizilmiş/modellenmiş/çekilmiş olan görüntülerin eklenen katmanlarla beraber son halinin bir program aracılığıyla işlenip resim ve/veya video haline çevrilmesi işlemidir.

## **1.3. ANİMASYONUN TÜRLERİ ve ÖRNEKLERİ**

Animasyon sineması, varoluşundan beri kendi içinde kullandığı farklı araç, kısıt, teknik yöntem ve teknolojilerin hepsiyle ilerleme kaydetmiş, tüm bu oluşan farklılıklarıyla da yeni üslup ve yaratımlara olanak tanımıştır. Animasyonun ilk dönemlerinde, genellikle birbirine benzer görsel sonuçlar içeren, kısıtlı geleneksel yöntemler kullanılırken; ilerleyen dönemlerde, gerek farklı bireysel arayışların etkisiyle, gerek kolektif sinema teknolojilerinin gelişmesiyle, birbirinden farklı estetik,

teknik yöntem ve görsel sonuçlar yaratılmaya başlanmış, bu yaratıların sonucunda animasyon sineması kendine sinema alanında önemli bir yer edinmiştir. Kendi içinde farklı tekniklere göre kollara ayrılrsa da genel olarak kullanılan animasyon teknikleri; *geleneksel animasyon (cell animation)*, *kukla animasyon (stop-motion)*, *deneysel animasyon*, *2D bilgisayar animasyonu*, *3D bilgisayar animasyonu (CGI)* ve *karişik animasyon (mix media)* olarak adlandırılabilir (Kartal, 2010, s.68).

### 1.3.1. Geleneksel Çizim Animasyon

Özellikle 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın ortalarında, pozlardaki değişimlerin, her karenin tek tek elle çizilmesiyle sağladığı hareket yanılsamasıyla elde eden, geleneksel animasyon yöntemleri kullanılmıştır. Günümüzde bu teknik TV Paint, ToonBoom, Adobe Photoshop... vb. programlar yardımıyla katman yaratımı ve çizim/boyama işlemlerini dijitalleştirerek, zaman kaybı yaratan faktörleri en aza indirmiş, aynı zamanda geleneksel animasyonla sağlanan estetik özellikleri de bünyesinde muhafaza edilebilmiştir.

Geleneksel çizim animasyon tekniği ile yapılan filmlerde 5 farklı animasyon tekniği uygulanmaktadır, bunlar Görsel 1'de örnekleri gösterilen: *tam (full) animasyon*, *limitli (limited) animasyon*, *rotoskop (rotoscoping) animasyon*, *canlı performans birleşimli (live-action) animasyon* ve *anime* teknikleridir.



**Görsel 1.** Geleneksel çizim animasyon örnekleri: *Fantasia*, *Mister Magoo's Christmas Carol*, *Alice in Wonderland* ve *Son of the Pink Panther* (Jackson vd., 1940; Levitow, 1962; Geronimi vd., 1951; Edwards, 1993)

Tam animasyon; ayrıntılı, hareket inandırıcılığı yüksek/akışkan, karakterlerin insan oranlarına yakın olduğu, her bir kare için, ayrı çizim yapılan (Örneğin, 24fps'de 1sn'lik görüntü için 24 kare çizilir.) geleneksel çizim animasyon tekniğidir (Laybourne, 1998, s. 171-201). Görsel 1'deki, Disney'in *Fantasia* (1940) filmindeki karakter animasyonları tam animasyona örnektir. Limitli animasyon; tam animasyona göre daha az ayrıntı içeren ve bu nedenle daha hızlı iş üretilbildiği, gerçek eylemin ve karakterlerin yorumlanarak stilize edildiği, genelde 2 karenin birleştirilerek çizildiği (Örneğin, 24fps'de 1sn'lik görüntü için 12 kare çizilir) animasyon tekniğidir (Lamarre, 2009, s. 184-205). Görsel 1'deki, UPA'nın *Mister Magoo's Christmas Carol* (1962) uyarlama filmi limited animasyona örnek gösterilebilir. Rotoskop animasyon; canlı performans (live-action) filmlerdeki oyuncu hareketlerinin, farklı çizim tarzlarıyla, her bir kare üzerinden tek tek çizilerek kopyalanmasıdır (Laybourne, 1998, s. 162-163). Örneğin, Görsel 1'deki *Alice in Wonderland* (1951) animasyonundaki sahneler canlı performansların rotoskopuyla elde edilmiştir. Canlı performans birleşimli animasyon; canlı performans oyuncu ve mekânlarla, kurgu animasyon karakterlerin planlı bir şekilde birleştirildiği tekniktir. Canlı performans çekimleri yapılırken oyuncu, daha sonra eklenecek animasyonlar varmış gibi devam eder ve bu boşluklar daha sonra eklenen animasyonlar ile tamamlanarak, kurgu ve gerçeğin aynı zamanda/aynı mekânda olma hissi oluşturulmuş olur. *Son of the Pink Panther* (1993) filmi için yapılan intro, bu tekniğin örneklerin biridir (Görsel 1). Anime; Japon çizgi roman tekniği olan Manga stilinin, Japon animasyon filmlerinde uygulanmış, kendine has karakter çizimleri ve stilize/limitli hareketleri olan animasyon tekniğidir. Osamu Tezuka'nın manga serisinden animeye de çevrilen *Astro Boy*'u bu tekniğe örnektir.

### **1.3.2. Kukla Animasyon (Stop-Motion)**

Kökleri gölge oyununa (silhouette puppet) dayanan kukla animasyon (stop motion) tekniği, hareketi sağlayan iç iskelet ve dış doku için ayrı ayrı kullanılan tel, somun, kumaş, ahşap, ip, boya... vb. çeşitli malzemelerle elde edilen, iki ya da üç boyutlu karakterler/arka planlar kullanılarak hazırlanan ve hazırlanan bu kuklalara verilen her bir hareket değişimini kare kare kameraya çekip, hareket illüzyonu yaratan animasyon tekniğidir (Shawi, 2017). Kukla animasyon tekniği, kendi içinde

kullandığı malzeme çeşitlerine göre de farklı kollara ayrılmıştır, bunlar Görsel 2’de örnekleri gösterilen; *çamur (clay) animasyon tekniği*, *iki boyutlu kukla animasyon (cut-out animation) tekniği*, *model animasyon tekniği*, *obje (object) animasyon tekniği* ve *piksel (pixilation) animasyon tekniğidir*.

Çamur animasyon; iç iskeleti tel, çelik... vb. mekânizmalardan, dış dokusu ise şekil vermesi kolay kil, çamur, plastirin... vb. malzemelerden yapılan kukla animasyon tekniğidir. Özellikle birbirine dönüşen formların anlatımı için etkili bir tekniktir. *Gumby: The Movie* (1995) filmi bu tekniğe örnektir (Görsel 2).

2-boyutlu kukla animasyon; Genelde zemin üzerinde kurgulandığından, iskelet için tel, somun... vb. hafif destek parçaları; doku için ise kâğıt, kumaş, gazete, ambalaj. vb. malzemeleri kullanılan kukla animasyonu tekniğidir. Her ne kadar bu tekniğin geleneksel kullanımının popülerliği devam ediyor olsa da, bilgisayar teknolojileri geliştikten sonra, bu yöntemi dijital programlar aracılığıyla da yapmak mümkün hale gelmiştir. *Fantastic Planet* (1973)’teki karakterlerin bir bölümü ve *South Park* bu tekniğe örnek verilebilir (Görsel 2).



**Görsel 2.** Kukla animasyon örnekleri: *Gumby: The Movie*, *Fantastic Planet*, *Isle of Dogs*, *Fresh Guacamole* ve *Her Morning Elegance* klibi (Clokey, 1995; Laloux, 1973; Anderson, 2018; PES, 2012; Lavie vd., 2009)

Model animasyon; Animasyonu yapılacak karakterlerin/objelerin çeşitli tekniklerle modellenerek canlı performans ya da diğer görüntüyle eşleştirilerek, sahnede diğer unsurlarla yer almasını sağlayan animasyon tekniğidir. *Star Wars* (1977), *Godzilla* (1954), *Isle of Dogs* (2018) bu tekniğin örneklerindedir (Görsel 2).

Obje animasyon; Lego, oyuncak, kibrit çöpü... vb. her türlü malzemenin karakter olarak kullanılıp yaratılan hareketin kare kare çekilmesiyle elde edilen kukla animasyonu tekniğidir. 2013'te Oscar da kazanan kısa film *Fresh Guacamole*, bu türün örneklerindedir (Görsel 2).

Piksel animasyon; Obje animasyonun, karakter malzemesi olarak insanları kullandığı versiyonudur. Piksel animasyon, obje animasyonu ile beraber gerçek anlamda yanılısma oluşturan kukla animasyon türleri olup, Oren Lavie, *Her Morning Elegance* klibi, bu türe örnektir (Görsel 2).

### 1.3.3. Deneysel Animasyon

Sıralanan teknikler dışında, çeşitli malzemelerle, deneme/yanılma yoluyla, yeni biçim/estetik arayışıyla, daha soyut/sürreal anlatımlara sahip, genelde ticari kaygı gütmeyen yapılan ve animasyon sinemasına pek çok teknik kazandıran deneysel animasyonlar da üretilmiştir. Bunlardan bazıları Görsel 3'te örnekleri gösterilen; *kum (sand) animasyon tekniği*, *cam üzeri boyama (paint on glass animation) tekniği*, *film üzerine çizim animasyon (drawn-on-film animation) tekniğidir*.



**Görsel 3.** Deneysel animasyon, kum ve cam üzeri boyama tekniği örnekleri: *The Old Man and The Sea* ve *Zepo* (Petrov, 1999; Meléndez, 2014)

### 1.3.4. Bilgisayar Animasyonu

Teknolojideki gelişmelerle beraber, animasyon film yapım süreçlerinde en çok tercih edilen tekniktir. Farklı programlarla, yapılan sahnelerin geri dönüşüne/tekrar

kullanımına olanak vererek kısa sürede ve dijital olarak yaratılmasına fırsat veren bu teknik, genel olarak 2 boyutlu ve 3 boyutlu olarak ayrılır.

## 2-Boyutlu Bilgisayar Animasyon

Geleneksel animasyon tekniğindeki aşamaları dijitale uyarlanarak, kâğıt yerine monitör/tablet, kurşun kalem yerine dijital kalem kullanımıyla benzer biçim/estetik/tarz kolaylaşarak devam etmiştir (Sito, 2013). Bu teknik için pek çok benzer program olsa da, genellikle tercih edilen bilgisayar programları, Adobe Photoshop/Illustrator/After Effects, Toon Boom, TVPaint, Moho, Blender olarak sıralanabilir. Alt kollarına göre örneklere bakıldığında, Görsel 4'te de gösterilen *Mulan* (1998), tam animasyona; *Bojack Horseman* (2014), limited animasyona; *South Park*, kukla animasyona; *The Flowers of Evil* (2013) ise hem anime, hem de rotoskopa örnektir.



**Görsel 4.** 2-Boyutlu animasyon örnekleri: *Mulan*, *Bojack Horseman*, *South Park*, *The Flowers of Evil* (Bancroft ve Cook, 1998; Waksberg vd., 2014; Parker vd., 1997; Nagahama, 2013)

## 3-Boyutlu Bilgisayar Animasyon

3-boyutlu bilgisayar animasyonu, görselleştirilecek formun/objenin, bilgisayar tarafından yapılan çok yönlü geometrik hesaplamalar sonucu ortaya çıkan üç boyutlu yanılısamasıdır (Beane, 2012). Objelerin gerçek dünyada üç boyutlu algılanmalarını sağlayan ışık, gölge, renk, doku, malzeme, derinlik, yerçekimi gibi birçok detay bilgisayar programları tarafından hesaplanarak istenilen üç boyutlu görsele ulaşılmaktadır. Bu teknik sayesinde fotoğraf kadar gerçekçi sonuçlar yaratılabileceği gibi, yeni karakterler/mekânlar da yaratılabilmektedir.



3-boyutlu bilgisayar animasyonunda, iskelet sistemi yerleştirilen (rigging) 3-boyutlu modelin dijital eklem/kas yapısı hareketlendirilmesiyle animasyon oluşturulur. Bunun için kullanılan başlıca programlar; Maya, 3ds Max, Cinema 4D, Blender, Zbrush, Substance Painter/Designer, Mudbox, MARI, Renderman, Marmoset, KeyShot'tır. 3-Boyutlu animasyon, kullandığı teknolojiye/tarza göre kendi içinde Görsel 5'te de örneklenen alt kollara ayrılır: *stilize animasyon*, *gerçekçi animasyon*, *canlı performans birleşimli (live-action) 3-boyutlu animasyon*, *2-boyutlu gölgeleme (cell-shaded/toon-shading)*, *hareket yakalama (motion capture)*.

Gerçekçi 3-boyutlu animasyon; modellenen karakter/eşya/mekân, ışıklandırma ve dokusuyla, gerçek/canlı görüntülerdeki verileri birebir referans alıp tekrar yaratmaya dayanan 3-boyutlu animasyon türüdür. Görsel 5'teki *Beowulf* (2007) bu türe örnektir. Stilize 3-boyutlu animasyon; karakter, mekân, ışık ve animasyon oyunculuğu tarzlarıyla yaratıcılığa daha açık, soyut/fantastik ya da gerçeği abartan/karikatürize ederek oluşturulan animasyon türüdür. *Shrek* (2001), bu türün örneğidir (Görsel 5).



**Görsel 5.** 3-Boyutlu animasyon örnekleri: *Beowulf*, *Shrek*, *Pinky Don't Go*, *Appurushido*, *Avatar* ve *Nokta* (Zemeckis, 2007; Adamson ve Jenson, 2001; Akaçık, 2010; Aramaki, 2004; Cameron, 2009; Şentürk, 2010)

Canlı performans birleşimli 3-boyutlu animasyon; gerçek ve 3-boyutlu animasyon görüntülerin aynı kompozisyonda yer aldığı animasyon türüdür. Turgut Akaçık'ın *Pinky Don't Go* (2010) kısa filmi bu türe örnektir (Görsel 5). 2-boyutlu gölgeleme; 3-



boyutlu animasyon programlarını kullanarak, 2-boyutlu animasyon tarzının yaratıldığı bir tekniktir. Görsel 5'te yer alan *Appurushido* (2004) bu türe örnek bir animasyondur. Hareket yakalama; oyuncuların yüz, el, ayak gibi çeşitli uzuvlarına konumlandırılan alıcılarla/sistemlerle, hareket eden eklem/kas noktalarının, referansa gerek duymadan, doğrudan animasyon karakterlerine aktarılmasıyla elde edilen animasyon tekniğidir. *Avatar* (2009), bu tekniğe örnek bir animasyon filmidir (Görsel 5). Deneysel 3-boyutlu animasyon; belirli bir konuda ya da konudan bağımsız, sadece yeni görsel denemelerin yapıldığı, ses/müzik ile etkileşimlerini yarattığı sonuçların, çeşitli bilgisayar programlarıyla görselleştirildiği animasyon tekniğidir. Onur Şentürk'ün Görsel 5'te gösterilen *Nokta* (2010) kısa filmi, bu türe örnektir.

### 1.3.5. Karışık Teknik Animasyon

Özgün görsel sonuçlar yaratmak, film yaratım sürecinde kolaylaştırıcı çözümler sunmak, hikâyeyle görsel bütünlük oluşturmak gibi amaçlarla yapılan ve sıralanan 4 ana tekniğin farklı birleşimlerde bir arada kullanılmasıyla oluşturulan animasyon tekniğidir. Örneğin, Görsel 6'da örneklenen *Gumball* (2011), geleneksel animasyon, 2-boyutlu/3-boyutlu bilgisayar animasyon ve kukla animasyon tekniklerinin hepsini kullanarak üretilmiş bir animasyon dizidir.



**Görsel 6.** Karışık teknik animasyon tekniği kullanan *Gumball* çizgi dizisinden sahne örnekleri (Graves vd., 2008)

## 2. BÖLÜM:

### DEZAVANTAJLI ALANLAR ve DAĞITIM AĞI OLARAK SOSYAL PAZARLAMA

Dezavantajlılık, insanların kendi fiziksel sınırları ya da dış kaynaklı nedenlerden meydana gelebilecek ve doğrudan etkileneceği zarara, toplumun geneline göre daha fazla maruz kalma riski olması; toplumsal hayatının bu kısıtlarla devam ettirmek zorunda kalması nedeniyle de görece belli temel fırsatlardan yararlanamaması anlamına gelmektedir. Bu tanıma girebilecek pek çok önceliklendirilmiş grup ve bu gruplarla ilgili kâr amacı güden/gütmeyen veya bağımsız kurumların çalışmaları vardır. Çalışmaların planlanmasından dağıtımına kadar olan süreç ise, davranış değişikliği yaratma ve çoğaltarak hedef kitleye ulaştırma amacı taşımaktadır. Ortak amacı paylaşan sosyal pazarlama, bu noktada benimsenebilecek en doğru stratejidir. Çünkü sosyal pazarlama anlayışında da temel odak, toplumsal fayda yaratacak dönüşümleri gerçekleştirmek için ilgili çalışmayı yürütmektir. Dezavantajlı konulardaki çalışmaların, üretilen yaratıcı öğeler vasıtasıyla ve sosyal pazarlama iş birliğiyle hedef kitleye ulaştırılması bu nedenle, optimum kombinasyonun, optimum dağıtım ağıyla hedefe ulaştırılmaya çalışılması süreci olarak düşünülebilir.

#### 2.1. DEZAVANTAJLI ALAN KAVRAMI

Savunmasızlık/zarar görülebilirlik/dezavantajlılık (vulnerable), insan olmanın kalıcı, evrensel, kaçınılmaz bir koşulu olarak tanımlanmıştır (Fineman, 2008, s. 161-175). Kelime kökü, Latince 'yara' demek olan 'vulnus'tan gelen bu kelime, insanların başkalarının iş birliğine bağımlı olması nedeniyle, kendi doğasına özgü bir nitelik olarak kabul edilmektedir. Çünkü bireyler, kasıtlı ya da kazara olabilecek sebeplerle sürekli olarak, zarar görme riski taşırlar. Bu durum, yaşın ilerlemesi, doğuştan gelen ve/veya sonradan edinilen hastalık/sakatlık durumları nedenleriyle... vb. oluşan ve kişiden kaynaklanan zarar görme durumları dışında, yasa/yönetmelik değişikliği, salgın/virüs ve diğer doğal felaketler... vb. dış kaynaklı bağımlılık olasılıklarını da içerir. Kimsenin dezavantajlılıktan tamamen korunamayacağı gerçeğiyle, elbette

toplum ve ilgili kurumlar savunmasızlık halini bütünüyle ortadan kaldıramaz. Ancak, projeler ve üretilen kamusal politikalar yoluyla araştırabilir, telafi edebilir ve etkisi azaltılabilir hale getirebilir. Dezavantajlılık, kişisel ve sosyal yaşamlarımızı belirlediğinden ve şekillendirdiğinden, bu kapsamda yürütülecek çalışmaların hem bireysel, hem de kurumsal bileşenlere sahip olması gerekir. Bu nedenle, savunmasızlık/zarar görülebilirlik/dezavantajlılık, toplum içindeki azınlık grupların nosyonlarını kapsayan, ancak aynı zamanda ötesine de geçen, dinamik bir kavram olarak tanımlanmalıdır. Tanımın evrensellik yönüne rağmen, bireylerin kabul edilen savunmasızlık durumunun, coğrafyaya göre değişkenlik gösteren özgün bir niteliği de olduğu gerçeği, diğer önemli yönüdür. Bulanık hatları olmasına sebep olan bu çeşitlilikten ötürü, dezavantajlılığın tanımlanması genellikle savunmasız olarak kabul edilebilecek her grubun, ayrı ayrı kümelendirilip odak çalışma grupları yaratılmasıyla elde edilir. Kavram, 'dezavantajlı gruplar' (disadvantage groups), 'dışlanmış gruplar' (excluded groups), 'savunmasız/zarar görülebilir' veya 'korunmasız gruplar' (vulnerable groups), 'marjinal gruplar' (marginalised groups), 'risk grupları' (risky groups) ve 'sınıf altı gruplar' (under class), 'kırılgan', 'incinebilir', 'hasar görülebilir', 'korunmasız', 'örselenebilir', 'yaralanabilir', 'saldırı ve tenkide açık gruplar' adlandırılmalarının tümüyle ifade edilebilir olup bu gruplar; yaş, engellilik, etnisite, göç, yoksulluk, cinsiyet ve özgürlükten yoksun bırakma nedenleriyle savunmasız durumda olabilirler (Ramcharan, 2006, s. 181-183).

Dezavantajlı gruplarla ilgili yönetmelik düzeyinde kapsamlı bir tanım sağlayan, Brezilya'daki adalete erişimi kısıtlı kişilerle ilgili yasa düzenlemesine göre (OSCE, 2008); savunmasız insanlar, yaş, cinsiyet, fiziksel veya zihinsel durum nedeniyle veya sosyal, ekonomik, etnik ve/veya kültürel koşullardan en az biri nedeniyle yasalarca kendilerine tanınmış olan haklarını tam olarak edinmekte zorluk çeken kimselerdir. Benzer şekilde UNESCO (1998), ekonomik seviye, cinsiyet, etnik veya dil, din, siyasi farklılıklar sebebiyle, toplumla bütünleşme ve uyum ihtimalinin, diğer bireylere göre daha az olan ve bu nedenle de sağlık, konut, eğitim gibi temel toplumsal ihtiyaçlardan yoksun kalan kişilerin oluşturduğu gruplar olarak tanımlar. Barret (2010) ise, yoksulluktan kaynaklanan koşullar nedeniyle, toplumdaki diğer insanların ulaşabildiği sosyal, ekonomik, kültürel alanlara erişemeyen ve bu erişim

açığını gidererek topluma dâhil olabilmek için yardım almak zorunda olan bireylerden oluşan gruplar olarak tanımlamaktadır. Argümanlar arası temel fark olan, yoksullukla ilgili benzer bir yaklaşımda bulunan Marshall (2006)'ın, gelir düzeyine vurgu yaparak belirttiği eşitsizlikleri azaltma vurgusunu, Amartya Sen (Sen, 2004), 'yapabilirlik yaklaşımı'yla eşit hakların eşit yapabilirlikler anlamına gelmediğini belirterek, kabul etmemektedir. Dezavantaj yaratan koşullarla, yoksulluk kavramı arasında bağlamsal bir ilişkinin var olduğunu ve bu nedenle yoksulluğa karşı verilecek mücadele için, genel 'eşit hak' vurgusundan öte, bireylere/gruplara özgü politikalar üretildiğinde anlamlı olacağını belirten yaklaşımını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, tüm bu dezavantajlılık durumunu, 90'lı yıllara kadar devam eden yaklaşımlar gibi, tek bir yoksulluk paketi altında değerlendirmek yerine, farklı ihtiyaçlara, farklı çözüm araçları geliştirme anlayışı hâkim olmuştur. Çünkü dezavantajlılıkla ilgili alanlarda yoksulluk, sadece gelirin yetersizliği ile açıklanamaz, aksine insan yaşamının bütün sınırlarında dışlanma yaratan çok katmanlı ve oldukça geniş bir yapı oluşturur.

Yoksullukla ilgili ayırmadan sonra, dezavantajlılıkla ilgili en önemli nokta, hangi grup ya da grupların, hangi imkânlardan mahrum kaldığı noktasıdır. Nihan Bozok (2011)'un çalışmasında genel olarak bu mahrumiyet noktaları, kaynaklara ulaşamamak, kurumsal destek alamamak, önyargılar, toplumsal dışlanma olarak belirtirken; bu noktaları giderilmesi için, özsaygı sahibi olmak, iş hayatına katılmak, destek almak, toplumda önyargısız kabul edilmek gibi unsurların varlığının önemi vurgulanmıştır.

Yukarıdaki dezavantajlı gruplar için sorun-ihtiyaç sıralaması genel yaklaşım sergilemek için imkân verse de her ülkenin, gelişmişlik düzeyi ve/veya kendi özgün şartlarına göre dezavantajlı grup kapsamının farklı olabileceğinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Leyla Alp'in 2014'te yaptığı '*Dezavantajlı Grupların İstihdamına İlişkin*' çalışmasında hangi ülkenin, hangi dezavantajlı grup kategorisine ağırlık verdiği, ürettikleri proje alanları baz alarak yer verilmiştir. Buna göre ABD; uzun dönemli işsizler, yetişkin çalışanlar, gaziler, engelliler ve kadınlara yönelik

programlar geliştirmekteyken; Almanya, yalnız ebeveynlere ve engellilere yönelik; Arjantin, genç istihdamına; Avustralya, kadınlara, uzun dönem işsizlere, kırsalda yaşayanlara ve yalnız ebeveynlere; Birleşik Krallık, uzun dönemli işsizlere, engellilere ve gençlere; Brezilya, genç işsizlere; Çin, göçmenler, depremde zarar görenlere ve gençlere; Endonezya, kadınlara odaklanmaktadır. Paralelinde Fransa, gençler, yaşlılar ve engellilere; Güney Kore, engelli, kadın ve gençlere; Hindistan, kadınlar, gençler ve kırsalda yaşayanlara; İtalya, kadınlar, yaşlılar ve gençlere; Japonya; genç, engelli ve kadınlara; Kanada; genç ve engellilere; Aborjinler, yaşlılara; Meksika, gençler, kadınlar, yaşlılar, engelliler ve HIV/AIDS taşıyanlara; Rusya ve Suudi Arabistan, engelliler, kadınlar ve gençlere; Türkiye ise, kadınlar, engelliler, yaşlılar ve çocuklara yönelik programlar geliştirmektedir. Son yıllarda dünyada meydana gelen olaylar ve göçler nedeniyle ise bu çalışmalara sığınmacılar konusu da eklenmiştir. Dolayısıyla tezin konusunu da teşkil eden, kesişen dezavantajlı gruplardan '*kadın ve mülteci/göçmen*' meselesi, hem Türkiye'nin kendi güncel koşullarından hareketle, hem de yukarıda ifade edildiği gibi dünyadaki genel kabul görme (konuyla ilgili çalışmalar yürütme) ağırlığına göre belirlendiği söylenebilir.

Ülkelerin dezavantajlı grupları kapsama ve paralelinde ürettikleri çözüm ağlarının genişliklerine bakılarak, dezavantajlı/savunmasız gruplar temelinde üretilen politikaların, ülkenin refah ve gelişmişlik düzeyiyle doğru orantılı olduğu söylenebilir. Bu alanda üretilen çözüm araçları, yalnızca sınırları çizilmiş bir grup içinmiş gibi görünse de, aslında toplumu oluşturan herkes içindir. Çünkü bulunduğu zaman diliminde dezavantajlı olarak nitelendirilemeyenler, gelecek bir zamanda dezavantajlı olarak nitelendirilebilmektedir (Özer ve Çolak, 2015, s. 479). Bu bağlamda, toplumdaki tüm bireylerin refahı, ancak dezavantajlı gruplar için var olan engellemelerin kaldırılmasına öncelik veren ve sosyal içerme oluşturan faaliyetlerle mümkün olabilir.

## 2.2. DEZAVANTAJLI ALAN TARİHÇESİ

70'li yıllarda yoksulluğu tanımlayan bir kavram olarak kullanılan sosyal dışlanma/dezavantajlılar/savunmasızlar, 80'li yıllarda tüm dünyada yoksulluğu pekiştiren ve daha fazlasını içeren bir anlamla kullanılan bir kavram olmuş; 90'lı yıllardan itibaren, özellikle Avrupa Birliği'yle beraber ise bugün kullanıldığı anlamla kullanılmaya başlanmıştır (Sapançalı, 2005, s. 52). Bu gelişmelerin Türkiye'ye etkisine baktığımızda ise, özellikle AB ile görüşme dönemlerinde konuyla ilgili çeşitli faaliyetler yürütüldüğü, şu an ise ağırlıklı olarak Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, sivil toplum örgütleri ve çeşitli kâr amacı güden/gütmeyen kurumlar öncülüğünde, kadın, engelli, yaşlı, çocuk bireyler odaklı politikalar üretildiği görülmektedir.

Sosyal hakların gelişerek tüm topluma, eşit olarak yayılmaması sonucunda yaratılan dezavantajlı bireyler, sahip oldukları bu eşitsiz durumla, sosyal, ekonomik ve kültürel tüm imkânlardan dışlanırlar, toplumla bütünleşemezler. Böylece dezavantajlılık, sosyal dışlanma sorununu da beraberinde ikiz bir sorun olarak doğurur. Cinsiyet ayrımcılığından dolayı kadınlar, cinsel yönelimlerinden dolayı LGBTİ+ bireyler, etnik köken farklılıklarından dolayı Kürtler, Ermeniler, Araplar, Romanlar, fiziksel ve/veya zihinsel yetersizlik nedeniyle engelliler, savaş, afet... vb. sebeplerle göç etmek durumunda kalan mülteciler, en az bir kategoride dezavantajlı gruplar içinde yer alarak ayrımcılığa uğramış, sosyal dışlanmaya maruz kalmış bireylerdir/gruplardır.

Bu noktada, toplumsal bütünleşmeyi sağlamak adına, sosyal içerme kavramı dâhilinde üretilecek çözümler, her bir bireyin yaşamın tüm alanında aktif katılımını sağlamaya yönelik çalışmaları amaç edinmektedir (Gündüz, 2007, s. 12-21). Çünkü aksi durumda, dezavantajlı gruba dâhil bireyler toplumdan dışlanacak ve toplum dâhilinde sahip olduğu hakların pek çoğundan feragat ettirilmiş olacaktır. Bunun yansıması ise sadece dar bir grupta değil, toplumsal yaşamın bütününde olumsuz biçimlerde görülecektir. Dolayısıyla, yaşam boyunca sürekli ve değişken olan bireysel savunmasızlık, yalnızca geçmişte yapılan hasarı ve uzak geleceğin spekülasyon/abartılmış soyut zararlarını değil, aynı zamanda şimdiye ait olan, acil,

somut zarar olasılıklarını da kapsar, çünkü insanlar ihtiyaçlarının ve koşullarının değişeceği şu anki olasılıkla yaşar.

## **2.3. SOSYAL ve TOPLUMSAL EŞİTLİK BAĞLAMINDA DEZAVANTAJLI BİREYLER**

### **2.3.1. Yaşlılarda Dezavantajlılık**

Yaşa ya da diğer yaş grubuna karşı önyargıyı anlatmak için kullanılan 'yaş ayrımcılığı' terimi ilk olarak yaşlanma araştırmalarında öncülerden Robert Butler tarafından tanımlandı (Butler, 1969, s. 243-246). Her canlı organizma, zaman içinde meydana gelen ve yaşlanma olarak tanımlanabilecek gelişimsel bir fizyolojik değişim düzenine sahiptir. Doğduğumuz andan itibaren aynı zamanda ölmeye de başladığımız ifadesi, sınırlı yaşam süresinin özetini sunar ve vücudumuzdaki yaşla birlikte iskelet değişiklikleri, ergenlik, menopoz... vb. farklı dönem tezahürlerini içerir. Organizmaların neden yaşlandığını anlamak için temelde iki teorik yaklaşım vardır. Birincisi, yaşlanmanın vücudun doğal aşınma süreci olduğu anlamına gelen yıpranma argümanıdır. İkincisi ise; vücudun bir çeşit biyolojik saati olduğu ve bir süre sonra kapanacağı anlamına gelen argümandır.

Demografi, belirli bireysel varsayımlara dayanmasına rağmen popülasyonlarla ilgilidir ve yaşlanmaya toplumsal bir bakış açısıyla bakar ve bu durumda yaşlanma süreci, yaşlanan bir toplumun süreci olur. Tüm toplumlarda, yaş sosyal öneme sahip bir unsur olarak kabul edilir. Bununla birlikte, atfedilen anlam ve tahsis edilen ya da izin verilen, yaşa dayanan roller arasında farklılıklar gösterir (Simmons, 1970). Yaşlılık, bir kültürden diğerine, *aklı yetmezlikten, bilgeliğe, zayıflıktan güce* kadar çok farklı algılanabilir. Örneğin, avcılık-toplayıcılık döneminde düşük, tarım kültüründe toprağın deneyimi ve kontrolüne sahip olduğu için yüksek, sanayileşme ile devam eden dönemde ise düşük statüde konumlandırıldığı bilinmektedir (Cowgill ve Holmes, 1972, s. 323). Görüldüğü gibi yaşlılığın yoksulluk, güç/statü kaybı ile ilişkilendirilmesi evrensel, fakat kaçınılmaz değildir. Biyolojik yaşlanmanın bazı evrensel özellikleri olmasına rağmen, yaşlanmayla ilişkili durumdaki değişiklik

biyolojik değil, sosyal bir üründür. Düşük ücret, işsizlik, sakatlık, cinsiyet ayrımcılığı ve ırk ayrımcılığından kaynaklanan eşitsizlikler yaşlılık periyoduna kadar taşınmaktadır; buna, yaşlılık dönemiyle gelen yoksulluk, hastalık... vb. yeni eşitsizlikler de eklenince ve grubun dezavantajlı gruplar içindeki önem derecesi artmaktadır. Seyyar (2006), yaşlı gruplarda görülen başlıca sorunları, güç/statü kaybı, sosyal etkileşimden mahrumiyet, bağımlı ve yalnız hissetme şeklinde sıralamıştır.

Yoksulluk seviyeleri ülkelere göre değişse de, genel olarak yaşla, yoksulluğun ilişkili olduğu söylenebilir. Her ne kadar, İskandinavya... vb. bazı refah devletleri, yaşlılıktaki yoksullukla mücadelede diğer ülkelere göre daha etkili gibi görünse de, genel olumsuz eğilim tüm dünyada görülmektedir. Endüstrileşen toplumlarda insanlar, yaşlandıkça daha da fakirleşir ve bu etki cinsiyet, ırk ve sınıf faktörlerinden bağımsızdır (Biggs, 1993, s. 97). Bunun en büyük göstergesi, yaşlı insanların emeklilikten edindikleri düşük gelirin büyük yüzdesinin, temel ihtiyaçlar için ayrılmasıdır.

Dünya nüfusu gittikçe yaşlanmaktadır. 2000 yılında 26,5 olan dünya yaş ortalaması, 2050'de yaşlanarak 36,2'e çıkacağı öngörülmektedir (Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal İşler Bölümü, 2002). Fakat bunun sonucunda artan sayıda yaşlı insanın mutlaka bir sorun teşkil ettiği kabul edilmemelidir. Bir AARP araştırması, yaşlı işçilerin %68'inin (50 yaş+) emeklilikte çalışmak istediğini tespit etmiştir (akt. Johnson, 2007). Johnson'ın aktardığı başka bir ankette ise, 65 yaşından sonra çalışmakla ilgilenen işçilerin oranının 1992'de %27'den 2004'te %33'e yükseldiğini, fakat aynı şekilde 65+ yaş grubunda çalışan oranlarının azaldığını bildirmiştir. Aynı anket sonuçlarına göre, bu işçiler genellikle işyerinde yaş ayrımcılığı, kötü çalışma koşulları ve 65+ yaş çalışanları cezalandıran katı emeklilik kuralları gibi engellerle karşı karşıya kalmıştır (akt. Johnson, 2007).



Kurumsal alanlardaki ayrımcılığın yanı sıra, 65+ yaş grubunda birçok insanın, bakım/koruma için bağımlı oldukları kişi(ler) tarafından kötü muameleye maruz kaldığı; fiziksel, cinsel, psikolojik ve ekonomik olarak istismar edildiği durumlar vardır. Yaşlı istismarı, “bir yaşlı için, güven beklentisinin olduğu bir ilişkide hasara ya da sıkıntıya neden olan, tek ya da tekrarlanan bir eylem” olarak tanımlanmaktadır (WHO/INPEA, Yaşlı İstismarı Eylemi, 2002). Bununla birlikte toplumsal cinsiyet rollerinin devamı olarak, yaşlı kadınların, bu grupta yer alan diğer bireylere göre daha dezavantajlı olduğu; oğulları, torunları ya da eşlerinin onları çeşitli yönlerden istismar etmeleri, buna rağmen, ekonomik ve sağlıksal desteklerin yetersizliği nedeniyle birlikte yaşlanmaya devam etmeleri gibi zorunluluklarla görülebilmektedir (Spencer, 2005). 2004 yılında Amerikan Halk Sağlığı Dergisi'nde yayınlanan bir araştırmada (Mouton vd., 2004, s. 605-612) 50-79 yaşları arasındaki yaklaşık 92.000 kadından 10.200'ünün, bir süre boyunca kötü muameleye maruz kaldığı gözlemlenmiş; 3 yıl sonra yapılan takipte ise, bu sayıya 2.400'den fazla kadının daha eklendiği görülmüştür.

Sonuç itibarıyla dezavantajlı bir grup olarak yaşlılar her ülke için sosyal, kültürel ve demografik nedenlerle, daha fazla gündemde yer alması gereken bir konu olmakla beraber; ortaya çıkacak mali yükler öne sürülerek, önlem alıcı politikalar geliştirme çabaları da güçleşmektedir. Türkiye özelinde bu konuya ASPB'nin (Aile ve Sosyal Politikalar Başkanlığı) yaklaşımı; merkezde standart belirleyen, denetleyen, koordinasyon ve iş birliği sağlayan, hizmet sunucularına eğitim veren, farklı ihtiyaç düzeyindeki yaşlılara farklı hizmet modelleri geliştiren bir yapı; yerelde ise ihtiyaç duyulan hizmetleri belediyelerden, özel sektörden ve hatta STK'lar üzerinden sunan bir iş modeli önerilme şeklindedir (ASPB, 2016).

### **2.3.2. Kadınlarda Dezavantajlılık**

Cinsiyet, bir kişinin cinsiyet kimliği ve öğrenilen (performe edilen) cinsiyet rolü ile tanımlanır. Cinsiyet (sex), kadın ya da erkek olmanın biyolojik yönünü ifade ederken; toplumsal cinsiyet (gender) kadın veya erkek olmakla ilişkili psikolojik, sosyal, kültürel ve davranışsal özellikleri ifade eder. Yani cinsiyet, toplumsal olarak inşa

edilen bir kavramdır ve farklı kültürler cinsiyeti çeşitli şekillerde tasarlayarak, cinsiyeti biyolojik olarak değil, sosyal olarak tanımlamıştır (Boswell, 2003, s. 114-118). Sosyal yaşamın güçlü bir ilkesi olan bu tanım aynı zamanda, kadınlar ve erkekler arasında farklılıklar yaratan, bu farklılıkların temelinde de eşitsizliği örgütleyen çok katmanlı bir sosyal örüntü sistemidir. Cinsiyet bireysel, etkileşimli ve kurumsal düzeyde işler. Toplumsal cinsiyet, kurumsallaşma ve toplumsal güçleri yoluyla yeniden üretilir, meşrulaştırılır. Buna göre, genel olarak kullanılan cinsiyet tanımlamasının üç özelliği vardır: sabit bir durumdan ziyade bir süreç olarak cinsiyet; bireylerin yanı sıra toplumun bir özelliği olarak cinsiyet; cinsiyet farklılıkları ve eşitsizlikleri yaratan bir sistem olarak cinsiyet (Wharton, 2005, s. 7).

Zamanla değişikliğe uğrasa da eşitsizliği sürdürülebilir kılan toplumsal cinsiyet rolleri nedeniyle, kadın ve erkeklerin nasıl davranacağı konusunda beklentiler ve sınırlar hala devam etmektedir. Örneğin, erkeklere genellikle güçlü, hızlı, girişken, baskın ve başarılı olmalarına ilişkin roller yakıştırılırken; kadınlara duyarlı, sezgisel, pasif, duygusal ve ev/aile olaylarıyla ilgilenen, daha geleneksel roller biçilmektedir. Bununla birlikte, bu tür roller biyolojik kaderin bir sonucu değildir, Yeni Gine'deki Tchambuli halkının tersine çevrilmiş rollerinin<sup>1</sup> gösterdiği gibi kültürel olarak değişkenlik göstermektedir.

Toplumsal eşitsizlikleri, cinsiyet rolleri üzerinden yeniden üreten araçlardan biri de gündelik dildir. Dil ve cinsiyet üzerine yapılan araştırmaların çoğu, dilin egemen güç yapılarının korunmasına nasıl katkıda bulunduğunu anlamaya çalışır. Örneğin, Kleinman'ın (2002) çalışmasında belirttiği gibi, "bilim adamı, adam gibi" ... vb. erkek jenerikler kullanıldığında, kadınlar görünmez, dilsel bir erkek alt kümesi haline gelir. Herhangi bir grup bir başkası tarafından görünmez hale getirildiğinde ise daha güçlü grubun istediklerini daha az güçlü olanların yapması, daha kolay hale gelmiş olur. Dilin ve cinsiyet alanında önemli alanlardan biri de içerik analizlerinde önemli bir kadın önyargısı ortaya koyan medyadır. Atkins (1991), 500'den fazla televizyon

---

<sup>1</sup> Yeni Gine'nin Tchambuli kültüründe, kadınların cinsiyet rolleri, balıkçılık ve üretim yapmanın yanı sıra toplumun güç ve ekonomik yaşamını kontrol etmeyi içerir. Erkekler ise, ev işleriyle ilgilenen, ilgi alanları sanat, oyun ve tiyatro alanlarında dönen grupta yer alır (Coon, 2001, s. 366).

karakterini gözden geçirerek yaptığı çalışmada, kadın karakterlerin büyük çoğunluğunun, “kurtarılması gereken, yarı zekâlı, erkek fantezilerine uygun fiziksel ölçülere sahip” olduğu sonucuna varmıştır.

Öte yandan tüm bu eşitsizlikleri, ölçekçe daha küçük bir örneklem olan 'aile' yapılarında da görmek mümkündür. Evde, geleneksel olarak toplumsal cinsiyete dayalı bir işbölümü gerçekleştirilen çekirdek ailede, kendi içinde, toplumsal cinsiyet dengesi ve rol performansı gerektiren, doğrudan buna bağlı bir işleyen sistemdir. Buna göre kadınların cinsiyet rolleri, kendi yeteneklerinden ve ilgilerinden bağımsız olarak eş/anne rolleriyle sınırlıdır.

Toplumlar arası farklılık içeren yapılar olsa da, tüm dünyada kadınlar, ekonomik ve politik statülerini zorlayan koşullarla mücadele için, aynı anda birçok cephede savaşmaktadır. Bunlar, Lorber (2005) tarafından şu şekilde sıralanmıştır:

- Eğitim: Yıllar içinde bu fark azalsa da, erkekler daha yüksek eğitim kazanımlarına sahip olma eğilimindedir.
- Ücretler ve istihdam: Aynı işi yapan erkekler daha fazla maaş, terfi ve takdir alma eğilimindedir.
- Sağlık: Bazı ülkelerde erkekler, sosyal eşitsizliğin bir parçası olarak, kadınlardan daha iyi sağlık hizmetlerine erişebilmektedir.
- Şiddet ve sömürü: Kadınlar, erkeklerden daha yüksek oranda, özellikle erkek şiddetine ve istismarına maruz kalmaktadır.
- Sosyal eşitsizlik: Kadınlar ev işleri ve çocuk bakımı gibi ev işlerinin çoğunu tek başlarına yerine getirmektedir.

Bütün bu alanlarda kadınların maruz kaldığı eşitsizlik, çekirdek aile yapısında olduğu gibi, dünyada da cinsiyetçi bir iş bölümünün varlığını ortaya koymaktadır. 1980 Birleşmiş Milletler raporu, kadınların dünyadaki çalışmalarının üçte ikisini yaptığını, dünya genelinde ücretlerin %10'unu topladığını ve dünya mülkünün %1'ine sahip olduğunu belirtmiştir (Lorber, 2005, s. 6-7). Araştırmalar, çeşitliliği ve kadınları liderlik rolüne teşvik eden şirketlerin, daha az çeşitliliğe sahip şirketlere göre daha yüksek finansal performans seviyelerine sahip olduğunu göstermesine rağmen, kadınların kazancı hala erkeklerden daha düşüktür.

Türkiye'deki 2017 TÜİK (TÜİK, 2017) verilerine bakıldığında nüfusun %49,8'ini oluşturan kadınların hizmet sektörü ağırlıklı istihdam oranı %28 iken, okuryazar olmayan kadınların işgücüne katılım oranı %15,1'e kadar düşmüştür. Erkekler için ise bu oran %65,1 ölçülmüştür. Bu oran içinde kadınların %19,1'i, erkeklerin %6,5' i yarı zamanlı çalışmaktadır. Yükseköğrenime sahip kadınlardan yönetici olanların oranı ise %16,7 ile sınırlıdır. İşsizlik oranı ise aynı şekilde daha yüksek oranlara sahiptir.

Kadınların iş hayatına ve siyasi karar verme mekanizmalarına katılımı benzer kısıtları ve dezavantajlılıkları içermektedir. Parlamentolar Arası Birliği (2008) tarafından yapılan araştırmalar, kadınların dünya çapında ulusal düzeyde yasa koyucuların sadece yüzde 18'ini temsil ettiğini ortaya çıkarmıştır. Her ne kadar bu istatistikler cesaret kırıcı görünse de kadınlar son birkaç on yılda siyasi eşitliğe doğru kayda değer ilerleme kaydetmektedirler. Ancak bu cinsiyet eşitliğini sağlama konusunda kadınlar için gerçek bir sosyal adaletten ziyade, teknik bir görevdir. Türkiye'de ise kadınların TBMM'deki oranı 2017 itibariyle 13,91, Bakanlar Kurulu'nda %7,4, Müsteşarlar arasında %4, Valiler arasında %2,4, Yüksek Yargı Organları arasında %14,2, İşveren/Meslek Örgütleri Başkanları arasında %0, genel kamu personelleri arasında %37,8, akademik kadrolar arasında %44,38'lik bir orana sahiptir (KA-DER, 2017).

Kadının dezavantajlılığının en görünür olduğu alanlardan biri de erkek şiddetidir. Bianet'in 1 Ocak 2018- 31 Aralık 2018 döneminde Türkiye'deki yerel, ulusal ve internet basınına yansıyan haberlerden derlendiği güncel verilere göre, erkekler, 2018'de en az 255 kadını, aralarında üç bebeğin de olduğu en az 20 çocuğu ve cinayet sırasında kadınların yanında olan en az 39 erkeği öldürdü, en az 380 kadını da yaraladı. Erkekler, 61 kadına tecavüz etti, 188 kadını taciz etti, aralarında kız çocuklarının da olduğu en az 516 kadına zorla seks işçiliği yaptırdı, 347 kız çocuğuna cinsel istismarda bulundu (Bianet, 2018).

### **2.3.3. LGBT+ Bireylerde Dezavantajlılık**

Cinsel azınlıklar, hem yerel otoritelerden, hem de bireylerden insan hakları ihlalleri yaşama ihtimalinin daha yüksek olması nedeniyle, savunmasız bir grup olarak kabul edilebilir. Bedensel ve ahlaki bütünlüklerinde fiziksel ve sözlü tacizle tehdit edilebilirler; kimlikleri uyarınca yaşama özgürlüğü ve bu kimliği halka açık bir şekilde ifade etmesi kamu ahlakı ile sınırlı olabilir; ekonomik durumları, istihdam veya heteroseksüel çiftlere tahsis edilen yardımlara erişim de benzer ayrımcılıkla zayıflayabilir.

Türkiye'deki LGBT+ ile ilgili genel politikalara bakıldığında, eşcinsel davranış bir suç olarak tanımlanmamış, fakat bununla birlikte, cinsel azınlıkları ayrımcılığa karşı koruyan yasalara da yer verilmemiştir. Türkiye'deki LGBT+ bireylerin karşı karşıya kaldığı olumsuz durumlar, diğer ülkelerle benzerlik göstermesinin yanında; Türkiye'deki erkeklik/kadınlık kavramlarına dair katı kuralların toplumda ve devlet yapısındaki güçlü varlığı, LGBT+ bireylerin farklı alanlarda maruz kaldıkları ayrımcılıkları kategori dışı kılan, görünmez bir etki yaratmaktadır.

2014'te 2875 kişi ile yapılan 'Türkiye'de LGBT Bireylerin Sosyal ve Ekonomik Sorunları Araştırması' (Yılmaz ve Göçmen, 2015, s. 94-101) anket sonuçlarına göre, LGBT+ bireylerin dezavantajlı olmalarına neden olan olumsuzluklar alanlara göre sıralanmıştır. Buna göre, çalışma hayatında, eğitim aldığı işi yapamama, iş

bulamama, açık kimlikli olamama; sağlık alanında, kimliğin tedavi edilmesi gerektiği algısına maruz kalma, ayrımcılık korkusuyla ya da ekonomik nedenlerle tedavi geciktirme/olmama; eğitim alanında, olumsuz yorumlardan dolayı üniversite öncesi/sonrası okul bırakma, eğitim imkânlarından mahrum kalma sorunlarıyla karşılaşmaktadırlar. Ayrıca, barınma alanında, gelir düşüklüğü dolayısıyla temel ihtiyaçları karşılamada yetersizlik yaşama, normalden yüksek kira bedeli ödeme zorunda bırakılma, komşular tarafından rahatsız edilme; toplumsal hayatta, güvenli mekân bulamama, taciz ve ayrımcılığa maruz kalma; aile alanında, açık kimlikli olamama, şiddet/tehdit görme, evden kovulma; yaşlılık alanında, destek alamama, güvende hissetmeme; hukuk alanında, yasal başvuruda bulunmadan çekinme, adil olmayan sonuçlar dolayısıyla, başvurunun bir şey değiştirmeyeceğini düşünme sorunlarına maruz kalmaktadırlar.

#### **2.3.4. Engellilerde Dezavantajlılık**

Dünya Sağlık Örgütü (WHO, 1980) sağlık odaklı engelliliği; zayıf düşme, sakatlık ve handikap kavramlarının birleşimi olarak tanımlamaktadır. Buna göre; zayıf düşme (impairment), psikolojik, fizyolojik/anatomik yapı veya fonksiyondaki herhangi bir kayıp veya anormallik; sakatlık (disability), bireyde bir bozulma nedeniyle, herhangi bir aktivitesini gerçekleştirme kabiliyetinde meydana gelen kısıtlama veya eksiklik durumu; handikap (handicap) ise, bireyin yaşına, cinsiyetine, kültürüne bağlı olarak, bir faaliyeti yerine getirmesini sınırlayan veya engelleyen bozulma ya da yetersizlikten kaynaklanan dezavantaj durumudur. Fakat günümüzde, engellilik tanımını fiziksel sağlık açısından sınırlayan bu geleneksel tanımın yerine, sosyopolitik modelin alması gerektiği tartışılmaktadır. Richardson (1997)'in da belirttiği gibi, bu modelde engellilik, bireyi etkileyen kişisel bir trajedi olarak görülür ve bu nedenle verilen yanıt 'özel', 'farklı' birey tanımlamalarıyla beraber, sadaka, yardım ve alternatif sağlık seçenekleri ile bireysel tıbbi sorun etrafında sınırlanır. Sosyopolitik modele göre engellilik, fiziksel, zihinsel ve/veya duyuşsal alanlarla ilgili olarak bireyin kalıcı işlevsel yeteneklerinin ötesine uzanan sosyal bir olgudur. Yani, vücut fonksiyonlarıyla ilgili beden perspektifi ve katılımın sınıflandırılmasıyla ilgili birey ve toplum perspektifini içerir (De Kleijn, 2003, s. 561- 565).

Engelliliğin sağlıkla ilgili ve işlevsel bir eksiklik olarak görülmesi, engellilerin istihdama ve genel olarak topluma katılımını önlemektedir. Ekonomik açıdan daha geniş perspektifle bakıldığında ise, engellilik istihdam pratiğinde işsizliğe eşittir. Çağdaş sosyal/sosyopolitik modelde, engellilik toplum içinde yer almaktadır. Bernell (2003), sosyopolitik modelin, odağı bireyden uzağa kaydırıldığını ve onu daha büyük sosyal, kültürel, ekonomik ve politik ortamlara yönlendirdiğini öne sürmektedir. Engellilik tanımı aslında, bireylerin hayatlarında izolasyon, görünmezlik, gerilim ve mücadele temalarını ortaya koymaktadır. Pek çok engelli, onları engelleyen bazı ayrımcılıklar nedeniyle hayatlarını “aile evindeki arka odalarda veya bakım evlerinde” geçirmek durumunda kalmaktadır (Hirsch 2000, s. 412-431).

Kurumsal ayrımcılık, önyargı, hoşgörüsüzlük ve erişilemezlik sağlayarak doğrudan/dolaylı olumsuz eğilimleri yansıtan, toplumdaki dışlanmasını içeren kamusal davranışları içerir. Yani, ayrımcılığa neden olan politikalara, sağlık hizmetlerine, eğitime, rehabilitasyona, istihdama ve sosyal korumaya, sosyal dışlanma, eşitsizlik, fiziksel/sosyal engellerin varlığı nedeniyle son derece kısıtlı koşullarda erişmeye çalışırlar.

Engellilerin dışlanması; düşük beklenti, düşük gelir, düşük sağlık, düşük eğitim ve düşük istihdamın yolunu açarak, engelliler için yoksulluk üretir. Engellilik, yoksulluğun hem sebebi, hem de sonucudur, çünkü sosyal ve kültürel olarak dışlanma durumu, bireyin gelişimi için oluşabilecek fırsatların reddedilmesine yol açar. Reddedilen fırsatlar ekonomik, sosyal ve kültürel haklarda kayıplara neden olmakta, karar alma sürecine katılımın azalmasına yol açmaktadır. Dünya Bankası'nda yirmi yıldan uzun bir süredir yapılan 154 ülkede yoksulluk değerlendirmesi anketine göre, engellilerin yoksulluk sınırında olanların oranı, engelsiz bireylerden en az %70 fazladır (WHO, 2011).

Eğitim ve öğretim, tüm gelişim süreçleri için bir katalizördür. Eğitim sistemi, bireyleri toplumun tüm alanlarına katılmaya hazırlamak için çeşitli bilgi ve beceri biçimlerini üretir, dağıtır ve korur. Fakat engelliler için eğitim normal bir unsur olarak görölmek yerine, bu kişilere koşullu olarak verilen bir ayrıcalık olarak görölmektedir. Bu da eğitimin engelli bireyler için ulaşımı zor olanaklardan biri haline getirmektedir ve engelli olmayan akranlarıyla karşılaştırıldığında, okulu bırakma olasılığı daha yüksek olmaktadır (Loeb, Eide, Jelsma, Toni ve Maart, 2008, s. 311-321). Engellilerin eğitim sisteminden dışlanması, ücret karşılığı istihdam edilememesi ve düşük gelir elde etmesi ile doğrudan bağlantılıdır ve bu bağlantıda istihdam, engellilerin topluma dâhil edilmesi için önemli bir güçlendirme aracıdır. Çünkü çalışma, merkezi ve kritik derecede önemli bir sosyal bütünleşme kaynağıdır. Çünkü çalışanlar kendilerini toplumun bir parçası olduklarını düşünürken, çalışmayanlar kendilerini yalnız ve büyük ölçüde işe yaramaz hissetmektedirler. Bu nedenle engellilerin işe erişim talebi, eşitlik mücadelesinin çok önemli bir bileşenidir.

Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE) ve Özürlüler İdaresi Başkanlığınca (ÖİB) yürütölen Türkiye Özürlüler Araştırması verilerine göre; 68 622 559 olan toplam nüfusun, 8 431 937'ini engelli bireyler oluşturmaktadır. Cinsiyet bazında bu oran erkekler için %11,1 iken, kadınlarda %13,45'tir. Engelli bireylerden %77,80'inin işgücüne katıl(a)madığı ve bu oranın kadınlarda %92,94'ye kadar çıktığı görölmektedir. 2002'de engelli istihdamının ölçüldüğü TÜİK verilerine göre de, işsizlik oranının benzer şekilde, %78 olduğu, aşağıdaki tabloda verilmiştir. Bunun dışında engellilerin %50'sinden fazlası devlet imkânlarından yeterince faydalanamadıklarını ifade ederlerken, %40'ının hiç tedavi görmediğı, %43,90'ı ise engelinin nedenini bilmediğı verileri, ilgili anketten elde edilmiştir (Bianet, 2003).

Engellilerin istihdamında yönelik, Birleşik Milletler, Engellilerin Haklarına Dair Sözleşmesi (2007) dâhilinde uygulanan politikalar da bulunmaktadır. Örneğın, 4857 sayılı İş Kanunu'nun 30. ve 90. maddeleri ve 4904 sayılı Türkiye İş Kurumu Kanununun 3. maddesine göre 'Sakatların İstihdamı Hakkında Tüzük' hükümleri gereğı, işverenler 50 veya daha fazla işçi çalıştırdıkları işyerlerinde, bedensel,



zihinsel ve ruhsal özürleri nedeniyle, çalışma gücünün en az %40'ından yoksun olduğu sağlık kurulu raporunda çalışamayacakları belirtilmiş olanlardan %3 oranında engelli istihdam etmekle yükümlüdür (Mevzuat Bilgi Sistemi, 2009). Ayrıca fazla engelli çalıştıran işverenlere, 4382 sayılı Kanunla birlikte 1998 yılından beri bazı yeni kolaylıklar getirilmiştir. Buna göre, işverenlerin %3 oranından fazla engelli çalıştırmaları halinde, fazladan çalıştırdıkları her özürü için 506 sayılı Sosyal Sigortalar Kanununa göre ödenmesi gereken işveren sigorta prim payının yüzde 50'si Hazine tarafından karşılanacaktır. Ancak bu politikaların engelli bireyler için yeterliliği ve verimliliği tartışılmaktadır.

### **2.3.5. Göçmenlerde/Mültecilerde Dezavantajlılık**

İnsanlar, tüm tarihsel süreçleri boyunca, siyasal, sosyal, kültürel, ekonomik, dini ya da askeri nedenlerle, yaşadıkları yerlerden başka yerlere göç etmiştir. Bu nedenle, göçlerin tarihi, aynı zamanda insanlık tarihini de oluşturan unsurlardan biridir. 1951 Cenevre Sözleşmesi'ne göre mülteci; ırkı, dini, belli bir toplumsal gruba mensubiyeti veya siyasal düşünceleri nedeniyle, zulme uğrama endişesi yaşadığı için vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve bu ülkenin korumasından yararlanamayan/yararlanmak istenmeyen ve bu tür olaylar sonucu önceden ikamet ettiği ülkesinin dışında bulunan, oraya dönemeyen/dönmek istemeyen kişidir (SGDD, 2017). Harris ve Todaro'ya (1970) göre, göçlerin genel sebebi, kentleşme, gelir adaletsizliği, istihdam azlığı, savaş... vb. istenmeyen/olumsuz faktörlerin etkisinin, özgürlük, adalet, istihdam, eğitim imkânı... vb. istenen/olumlu faktörlerden daha fazla olmasından ve bunu dengeleme ihtiyacından kaynaklanmaktadır.

AFAD (2017) raporunda da Suriye'den ayrılış nedeni verileri, bu kavramsal göç nedenlerini doğrular niteliktedir. Buna göre zorunlu göçün çok büyük bir kısmı hayati tehlike/güvenlik sebebiyle gerçekleşmiştir. 2018 verilerine göre, dünya genelinde uluslararası göçmen durumunda 250 milyon, zorunlu göç mağduru 65 milyon insan olduğu belirtilmektedir (WHO, 2018).

Göç hareketinin Türkiye özelindeki durumuna bakıldığında ise, coğrafi konumunun da etkisiyle, farklı dönemlerde pek çok kez göç hareketi duraklarından biri olduğu ve bunlar arasından, 2011- 2019 yıllarında Suriye'den 3,6 milyon kişinin ülkelerini terk etmek zorunda kalarak Türkiye üzerinden yapılan kitlesel göç, en son ve en kitlesel mülteci hareketi olarak nitelendirilmiştir (Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, t.y.).

Türkiye'de, özellikle Suriyeli mültecilerin göç etmeye başladığı son yıllarda, mültecilik krizi korkusu ortaya çıkmaya başlamış ve bu kriz karşısında çözümsüzlük endişesi de beraberinde gelmiştir. Barem Research ve WIN/Gallup International Association ile ortak yürüttüğü Mülteciler Araştırması'na göre; mülteciler, ülke vatandaşları tarafından fazla kabul görmediklerini ifade etmişler ve bunu doğrulayan sonuçlar ülke vatandaşlarıyla yapılan görüşmelerle %29 olumlu, %64 olumsuz yönelim sonucunu ortaya çıkarmıştır. Araştırmada mültecileri kabul gören vatandaşların belirgin bir bölümü, mültecileri din kardeşi olarak tanımlarken; kabul görmeyenler, terörist, dilenci gibi kavramlarla tanımlamışlardır (Bianet, 2015).

Birey ve toplum için göç, mekânsal yer değişiminden çok daha fazlasıdır. Farklı ülkelere ya da aynı ülke içerisinde farklı bölgelere göç eden insanlar/topluluklar, bir yandan yeni şartlara adapte olmaya çabalarırken, diğer yandan terk etmek zorunda kaldığı yere ait kültür/gelenek/göreneklerini, değer yargılarını ve toplumsal hafızalarını yitirmenin yarattığı olumsuzluklarla mücadele etmektedirler. Özellikle zorunlu göç hallerinde, uyum/adaptasyon süreci gerçekleşmeden, kendilerini var olan yapının içinde bulmaları, yaşanan durumu daha da zorlaştırmaktadır. Mültecilerin göç edilen ülkeye uyumu, o ülkedeki devletin ve yaşayan halkın mülteci algısına, göç politikalarına ve çeşitli alanlarda destek/sosyal içerme oluşturacak etkinlik alanlarının bütününe bağlıdır (Sue, 1977, s. 620). Uyum süreçlerinin başarılı olması ise, dil öğrenimi, eğitim, barınma ve çeşitli sosyal/mesleki statü imkânlarının oluşturulmasıyla ve bu imkânların kanunlarla korumasıyla sağlanabilir. Fakat ülkelerin ya da ülke birliklerinin kısıtlayıcı politikaları, süreci bu aşamaya getiremeden sonlandırmaktadır. Çünkü bu politikalar mültecilik statüsü verilmesini zorlaştırmakta, bekleme süreleri içinde bulunan transit ülkede ya da

Ege/Akdeniz'de ölümlere sebep olan durumları tetiklemektedir. Örneğin 31 Mart 2018 tarihi itibarıyla 2017-2018 yılları arasında denizde ve karada yakalanmalara bakıldığında Türkiye batı denizi sınırlarındaki toplam olay sayısı 605, Türk karasularında ölü/kayıp sayısı 75, denizdeki toplam yakalanmaların sayısı ise 35,475 kişi olarak ifade edilmektedir (UNHCR, 2018).

Farklı kültürlerde yaşamış bireyler bir araya geldiklerinde genellikle ilk tepki, doğru olanın kendi alışkanlıklarının olduğu düşüncesidir. Bu nedenle var olanın dışında kalan davranışlar, eksik/ilkel olarak algılanabilir (Ügeöz, 2003, s. 36). Bu nedenle ötekileştirmeye en fazla maruz kalınabilecek alan burasıdır. Zorunlu göçe maruz kalan ve ülke vatandaşları tarafından tekinsiz, yabancı (strange) olarak tanımlı öteki göçmen grubu, mücadelelerinin yanı sıra, kendilerinin düşman olmadıklarını açıklamaya/kanıtlamaya çalışmaktadırlar. Bu karşılıklı çaba ve ters tepki etkileşimi, zamanla mültecilerin kabul görmeme hissi içinde, içe kapanma/gettolaşma yaratarak, uyum sürecini zora sokmaktadır (Özsoy, 2016).

Dil sorununun somut olarak en görünür olduğu yer, hem psikolojik destek, hem de fiziksel acil müdahaleleri kapsayan sağlık alanıdır. Mülteciler, ölüm/yaralanma anlarına şahitlik etmek, yaralanmak, yakınlarını kaybetmek gibi birçok yıkıcı olaya aynı anda maruz kalmıştır. Mültecilerin %19'unda yüksek derecede kaygı, %9'unda depresyon ve %33,5'inde travma sonrası stres bozukluğu bulunduğu; çocukların ise %60'ı hayatlarının tehlikede olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Çünkü Suriyeli çocuk mültecilerin %74'ü aile üyelerini kaybetmiştir (Data For Refugees, t.y.). Kadın sağlığı açısından ise, şartların çok daha ağır olduğu gözlenmektedir. Çünkü mülteci kadınlar, toplumsal cinsiyet rolleri nedeniyle, sağlık hizmetlerinden faydalanırken, bireysel olarak hareket edememekte ve gerekli hizmeti alma konusunda yetersiz kalmaktadırlar (Coşkun ve Özdilek, 2012, s. 30-39). Bunun yanı sıra göçmen kadınlar ve LGBT+ bireyler hem barınılan göç alanlarının güvensizliği, hem de cinsiyetlerinden dolayı, cinsel istismar, fiziksel/psikolojik şiddet uygulandığı bilinmektedir (Adanu ve Johnson, 2009, s. 179-181). Yaşadıkları bir başka sorun ise, zorla fuhuş yaptırımını da içeren, insan ticaretine maruz kalmalarıdır. Böyle bir

durumda göçmen kadınlar/LGBT+ bireyler, cinsel yollarla bulaşan hastalıklar ve istenmeyen gebelikler gibi birçok problemle karşı karşıya kalmaktadırlar (Miller, Decker, Silverman ve Raj, 2007, s. 486-497). Göç bölgelerindeki sağlık hizmeti veren kuruluşların yeterli olmayışı, maddi yetersizlikler, sosyal güvencesizlik, dil sorunu nedeniyle yaşanan iletişim problemleri, stres, yetersiz beslenme ve olumsuz hijyen koşulları gibi pek çok durum, göçmenlerde sağlık kayıplarına neden olarak, ilk aşamada kızamık, tüberküloz, bronşit ve menenjit gibi kitlesel hastalıklara sebep olabilmektedir (TTB, 2016).

Mültecilerin yaşadığı sorunların büyük bir kısmına ekonomik şartlar temel oluşturmaktadır. AFAD (2017)'in yayınladığı aylık gelir verileri de bunu doğrular niteliktedir. Buna göre mültecilerin %83'lük bölümünün aylık geliri temel kişisel ve aile ihtiyaçlarını karşılamamanın çok altındadır. Ekonomik sebepler arasında; devlet ya da STK'larca yapılan maddi yardımların, mültecilerin temel gereksinimlerini karşılamada yetersiz kalması, bürokratik işlem uzunlukları, iş piyasalarına erişimde ya da erişim sonrasında yaşanan sıkıntılar gelmektedir. Çünkü neredeyse hiçbir mülteci çalışma iznine sahip değildir. Bu durum da onları, mevsimlik işçi ya da yasadışı olarak çalışmaya itmekte, ancak kayıt dışı piyasada da, işverenlerin güven sorunları devreye girmektedir. İş bulma olasılığını arttırmak isteyen mülteciler, büyük şehirleri tercih etmektedirler. Ancak bu şehirlerde yaşam, hem küçük yerlere göre daha pahalı, hem de düzensiz işlerde istihdam edildiklerinden alınan ücretler daha düşüktür (Data For Refugees, t.y.). İnşaat sektöründe çalışan mültecilerle yapılan görüşmede, bir işçi, Türklerle aynı yerde aynı işi yaptıklarını, ama onların daha fazla kazandığını belirtmiş ve bunu bilerek işe girdiklerini söylemiştir (Akdeniz, 2014, s. 75).

Yapılan bu ayırım, yalnız ülke vatandaşı-mülteciler arasında değil, aynı zamanda mültecilerin kendi içinde de yapılmaktadır. Aynı işi yapan yetişkin Suriyeli mülteciye verilen ücret, çocuk mülteci işçilerden daha yüksektir (Refugee News Turkey, 2018). Ayrıca, mültecilerin ucuzlaştırılan emeklerinden dolayı, işsiz kalma endişesi duyan ülke vatandaşlarının bu rahatsızlıkları, fiziksel şiddete varan çeşitli olaylar

yaratmaktadır. 2014 yılında Hacettepe Üniversitesi Göç ve Siyaset Araştırmaları Merkezi (HUGO)'nin 'Türkiye'deki Suriyeliler: Toplumsal Kabul ve Uyum' araştırmasının bulgularına göre Türkiye halkının "Suriyeliler işlerimizi elimizden almaktadırlar" önermesine katılanlar %56,1 olurken, katılmayanların oranı %30,5 olmuştur. Bunun dışında kitlesel olarak çocuk işçiliğinin sebebini de yine aynı koşullar yaratmakta, kadınlar ve LGBT+ bireyler için bu koşullar daha da ağır olmaktadır.

1951 Cenevre Sözleşmesi'ne göre mülteciler, ilköğretime (en azından vatandaşlar kadar) ve yüksek düzeyde eğitime (en azından yabancılar kadar) erişme haklarına sahiptirler. Fakat ELF (2018)'nin yayınladığı rapordaki verilere göre, yaklaşık 1milyon 160 bin kişiyi içeren 5-18 yaş aralığındaki mültecilerin sadece yarısının resmi okullara/Geçici Eğitim Merkezleri'ne (GEM) ulaşabildikleri ve bu oranın ilköğretim 5.sınıftan sonra, çok daha azaldığı görülmektedir. Çünkü eğitim ihtiyacı, barınma, sağlık ve diğer temel gereksinimlerden sonra geldiğinden, mültecilerin kayıp yaşamadan eğitime devam edebilme imkânları da düşük olmaktadır. Aynı zamanda birçok mültecinin (özellikle çocukların) yaşadığı duygusal travma, onların bilişsel, duygusal ve sosyal gelişimini etkilemekte ve bu süreçteki gerekliliklerin sağlanması için tariflenen aşamaların geçilmesini daha zor hale getirmektedir. Ayrıca ekonomik, güvenlik ve toplumsal cinsiyet rolleri nedeniyle kız çocuklarının erken yaşta evliliğe (EECA, 2018), erkek çocuklarının ise çalışmaya zorlandıkları, bu nedenle eğitim süreçlerinden yararlanamadıkları bilinmektedir.

Mültecilerin mücadele ettikleri bir diğer sorun ise barınmadır. 1951 Cenevre Sözleşmesi'ne göre taraf devletler, ülkelerindeki mültecilerin/sığınmacıların, barınma ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli düzenlemeleri yapmalıdırlar. Fakat mültecilerin ve sığınmacıların ikamet etmek için gönderildikleri geçici barınma merkezlerindeki şartlar fiziki ve insani açıdan yeterli olmadığı, yaşayan kişiler için gerekli güvenlik önlemlerinin alınmadığı çeşitli araştırmalarla belirtilmiştir. Örneğin, 'Akçakale Çadırkent' ve 'Harran Konteynerkent' alanlarında araştırmada (Yıldız, 2013, s.140-169); kampların fiziksel koşullarındaki yetersizlik, kamp personelinin

mültecilere karşı tavırları, mültecilerin sağlık, eğitim gibi temel ihtiyaçlara erişimlerinde yaşanan sorunlar ve ayrımcılık ifade edilmiştir.

Bu nedenle, mültecilerin büyük bir kısmı geçici barınma merkezleri dışındaki kiralık evlerde yaşarken, ekonomik olarak daha zor durumda olan mülteciler, boş/harabe evlerde, çadırlarda ve parklarda yaşamaktadırlar. Mültecilerin yaşadığı güvensizlik hissi, onları daha güvenli olduklarına inandıkları kaçış yoluna zorlayabilmektedir. Fakat bu nedenle yapılan kaçışlardan, 2016 yılında, Ege ve Akdeniz'de kaydedilen ölüm vakalarının sayısı 3760 olmuştur. Bu sayının kayıtlı olmayan sayılarla birlikte yıllık 30.000'e ulaşacağı düşünülmektedir (Data For Refugees, t.y.).

Tüm bu sorunların çözümü için ülkeler/devletler/toplumlar, ortak alınacak kararlarla göç politikaları konusunda iyileşme sağlama ve beraberinde eğitim, barınma, sağlık, ekonomi, güvenlik, hukuk ve toplumsal cinsiyet alanlarında kolaylaştırıcı faaliyetler yürüterek sosyal içerme yaratacak uyum süreçleri sürdürülmesine odaklanmalıdır.

#### **2.4. SOSYAL PAZARLAMA KAVRAMI**

Sosyal pazarlama, literatürde tanımlandığı 1971 tarihinden itibaren, bazı yanlış genel eğilimlerde beraber konumlandırılmıştır. İlk eğilim, sosyal propaganda aracına, ikinci eğilim ise sosyal reklamcılık faaliyeti alanına indirgeyerek kullanmaktır (Andreasen, 1993). Fakat alanda öncü çalışmacılardan Kotler ve Lee'nin geliştirdiği ve şu an en çok başvurulan, “bireylerin/grupların/toplumun yararına olacak şekilde, davranışları gönüllü olarak kabul eden, reddeden veya değiştiren, kamuoyunda davranış değişikliği yaratmak için, kullanılan pazarlama tekniği” tanımıyla bunlardan daha fazlası olduğu ortaya konulmaktadır (Kotler ve Lee, 2005, s. 115). Böylece, sosyal pazarlamanın amacının, insanları yalnızca kişisel düzeyde gönüllü davranışlara yönlendirmek değil, paralelinde bu davranışlara yol açacak unsurları da dönüştürmeye çalışmak olduğu, tanım dâhilinde vurgulanmaktadır.

Hastings ve Domegan (2014) 'a göre, sosyal pazarlamanın etkili olabilmesi için insan odaklılık, yaratıcı yönelim, kolektif boyut ve eleştirel yönelim boyutları mevcut olmalıyken; Santesmases (1999)'e göre ise, istenen davranışı kolaylaştıran teknolojik yaklaşım, istenmeyen davranışı azaltacak caydırıcı ekonomik yaklaşım, önyargılara karşı bilgilendirici yaklaşım ya da kamusal yararı vurgulayan yasal yaklaşım yollarından biri kullanılmalıdır.

Sosyal pazarlama, ticari pazarlama anlayışından farklı olarak somut bir mal/hizmeti değil, hedeflediği davranışı elde etmeye çalışır. Bu süreçte birincil amacı maddi kâr değil, kolektif kazançtır. Mücadele edilen rakipler, benzer kuruluşlar değil, eskimiş, değiştirilmesi gereken davranışlardır. Fakat yine de sosyal pazarlama tek başına yoksullukla, açlıkla, insan hakları sorunlarıyla, obeziteyle... vb. konularla başa çıkamaz. Bunun için planlama ve uygulama süreçlerini beraber inşa edeceği teknoloji, eğitim, medya, bilim, altyapı... vb. önemli unsurlar gerekmektedir.

Tez kapsamında da buradan hareketle, tanımlanan dezavantajlı alanlarla ilgili oluşturulan animasyon içeriği, sosyal pazarlamanın eksik kaldığı ve desteğe ihtiyaç duyduğu eğitim/teknoloji/medya unsuru olarak oluşturulmuş; aynı şekilde animasyonun eksik kaldığı hedef kitleye ulaşma noktasında da sosyal pazarlamadan yararlanılarak iki taraflı kazanç inşa edilmeye çalışılmıştır.

#### **2.4.1. Kâr amacı Güden/Gütmeyen Kuruluşlar ve Sosyal Pazarlama**

Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, eğitim, sağlık, sosyal adalet, çevre, toplumun ekonomik gelişimi... vb. alanlarda, ticari kuruluşların ve devletin sun(a)mayacağı hizmetleri, katılım, iş birliği ve uyum sağlama örgütsel süreçleriyle sunan, sosyal misyonu olan organizasyonlardır (Anheier, 2005). Bu kuruluşlar, alanlarına göre sağladıkları hizmetlere ek olarak, yaşlılar, çocuklar, kadınlar, LGBT+ bireyler, engelliler... vb. dezavantajlı gruplar için siyasi savunuculuk konusunda da aktif rol

oyun; topluluk inşasının temelini oluşturan sosyal sermaye oluşumunu sağlayarak, sosyal değişime yönlendirme konusundaki demokratik süreçlerde önemli katkılarda bulunurlar. Bu noktada oluşturulan içerik, görsel ve kampanyaların çoğu sosyal pazarlama süreçleriyle yürütülür. Finansmanlarını, kurumsal ve bireysel bağışçılarla ilişki kurarak ve hükümetlerden/vakıflardan fon sağlayarak gerçekleştirirler (Akingbola, Rogers ve Baluch, 2019).

Kâr amacı güden kuruluşlar ise, sermaye grubu ya da bireye bağlı oluşuna göre çeşitli isimlerle adlandırılırsalar da, bu çalışma kapsamında hepsi ticari işletme çatısı altında, giderlerini en aza indirip, gelirlerini en çok yapmaya çalışan kurumlar olarak değerlendirilmiştir. Ana amacı ürettiği hizmet ya da ürünlerden kâr elde etmek olan bu yapıların, marka tercihi oluşturmak ya da sosyal etki oluşturup marka konumlandırmasını desteklemek gibi, yine ana amacı destekleyen alt amaçları da vardır. Kotler ve Armstrong, marka konumunu, tüketicilerin rakip ürünlere kıyasla ürün için sahip olduğu karmaşık algı, izlenim ve duygular kümesi olarak tanımlar ve marka konumuna ulaşmak için sosyal pazarlamanın bir strateji olarak kullanıldığını vurgular (Kotler ve Armstrong, 1991). Yani, eski yapıdaki şirket sahibinin hayırseverlik anlayışıyla oluşturulan odak, şimdi yeni rekabet unsurlarından biridir.

Davranış değişikliği oluşturmak için odaklanan konuya dair sosyal pazarlama girişimlerinin ilk adımı, kâr amacı güden/gütmeyen kurumun çalışma alanı ile toplumda artan olumlu/olumsuz eğilimler veya dezavantajlı grupların yaşadığı sorunların çözümüne ulaşmak için kurulan bağlantılarla atılabilir. Bu bağlantılar doğrudan şirket ve kendi finansmanı tarafından kurulabildiği gibi, kamu kuruluşları, özel sektör, STK'lar, medya unsurları, uzman kişiler ve gönüllülerle beraber iş birlikleriyle de kurulabilir. Ancak sosyal pazarlama, salt karşılıksız fayda yaratan bir iyilik hareketi değildir. Özellikle kâr amacı güden şirketlerde sosyal pazarlama, kendi kârlılığını ve marka konumunu arttıracak ticari pazarlama hedefleriyle doğrusal ilişkisi bulunan, yani kazananın iki tarafı olduğu bir fonksiyondur. Başarılı kurumsal sosyal girişimler genellikle hem sosyal pazarlama programı, hem de şirket için bir



kazan-kazan durumu yaratır. Bu tür girişimlerin sürdürülebilirliğe ulaşma potansiyeli vardır (Agha, Do ve Armand, 2006, s.28).

Tez kapsamında yapılan nitel araştırma sonucu, kâr amacı güden ve gütmeyen kurumların oluşturduğu animasyonlar incelenmiş; aralarında belirgin farklar belirlense de, ortak özelliğin davranış değiştirmeye odaklı videolar olduğu gözlenmiştir. Kurumlar üzerinden değerlendirildiğinde ise, kâr amacı güden kuruluşların marka konumlandırma üzerinden, şirket hedeflerine uygun kazanç sağladığı; kâr amacı gütmeyen kuruluşların ise gönüllü/bağışçı artışı ve destekler üzerinden kazanç sağladığı görülmüştür. Bu kazançlardan hareketle de animasyonun, belirlenen kampanya/pazarlama içeriğini güçlendirdiği, amacına ulaşmayı sağladığı sonucuna varılmıştır.

#### **2.4.2. Dezavantajlı alanların dağıtım ağı olarak Sosyal Pazarlama**

Yarım yüzyılı aşkın bir süredir kullanılan sosyal pazarlamanın, en çok odaklandığı noktalar, sağlığın teşviki ve geliştirilmesi (HIV/AIDS, kanser, sigara kullanımı, spora teşvik... vb.), yaralanmanın önlenmesi (trafik kazası, intihar, şiddet... vb. ) çevrenin korunması (geri dönüşüm, kimyasal atık engelleme, hayvanların yaşam hakkı... vb. ) ve toplum içinde mobilizasyondur (insan hakları, kan bağıışı... vb. ) (Kotler ve Lee, 2008). Bu noktada, dezavantajlı konular, sosyal pazarlamanın değindiği konuların üst başlıklarından birini oluşturmaktadır.

Odaklandığı dezavantajlı konular da dâhil olmak üzere, tüm konular için başarısını belirleyen en önemli unsur kullandığı iş birlikleri ve medya, yani dağıtım ağı genişliğidir. Günümüzdeki karşılığı ise sosyal medya başta olmak üzere, teknolojinin kullanıldığı ortamlardır. Bu alanlarda istenilen ölçüde dolaşıma girmesi için ise, uygun geliştirilen içerikler ve görsellerin tamamlayıcı unsur olarak üretilmesi gerekmektedir. Çünkü tek başına sosyal pazarlama hedef kitleye ulaşma konusunda yeterli değildir; teknoloji, eğitim, medya alanlarında destekleyici unsurlara gereksinimi vardır.

Sosyal pazarlama, her ne kadar doğrudan sosyal medya ya da sosyal reklamcılık demek değilse de, kâr amacı güden/gütmeyen ve bağımsız kurumların ürettikleri içerikleri hedef kitleye ulaştırmak ve yine aynı şekilde geri dönüş almak için bu araçları kullanan bir strateji yürütmektedir. Farkı, genel sosyal medya içerikleri gibi kısa süreli etki oluşturup kaybolan içerikler olmaması ve bu araçları tek/ana araç olarak kullanmamalarıdır. Sosyal medya araçlarından yararlanan, fakat daha çok kurduğu bireysel ve topluluk ilişkileriyle kendi dağıtım ağını çeşitli iş birlikleri ekleyip çoğaltarak devam ettiren ve karşılığında somut bir çıktı alan bir akış olarak tanımlanabilir. Bu noktada, oluşturulan akışın içine dâhil olacak her iyi tasarlanmış içerik, onu daha fazla hedef kitleye ulaştıracak ya da hâlihazırda ulaştığı hedef kitle üzerinde, davranış değiştirme olasılığını güçlendirecektir.

Dezavantajlı gruplar, kısıtlı sayıda alıcısı olan alanlar olduğu için, yukarıda tanımlandığı gibi, onu izleyiciyle aynı bağlama oturtup alıcı yaratacak bir akışa ihtiyaç duymaktadır. Bu anlamda animasyon sosyal pazarlama için nasıl bir araç oluyorsa, aynı şekilde sosyal pazarlama ve kullandığı sosyal ağlar da animasyon için bir dağıtım aracı olacaktır. Bu durum, Ek-1'de sıralanan örnekler arasından, iyi görsel hikâye, iyi sosyal pazarlama iş birliğinin oluşturulduğu, çeşitli ödüllü çalışma örnekleriyle de kendini doğrulamaktadır. Çünkü bu sayede, sosyal medyanın sağlayacağı imkânların ötesinde, çok kanallı bir yol çizerek, daha fazla hedef kitleye ulaşmış, hedeflediği farkındalığı yaratmıştır.

## **2.5. DEZAVANTAJLI ALANLARDA KULLANILAN ANİMASYON YAKLAŞIMLARI**

Konusu itibariyle dezavantajlı alanlara odaklanan filmlerin geneli, yayınlayan kurumun dinamiğine göre belirlenen stratejileri içermektedir. Ticari şirketler tarafından yaratılanlar, üretim alanlarıyla doğrudan ya da dolaylı bağ kurdukları konuyu, şirket hedefleri doğrultusunda dolaylı kâr getirici bir ilişkiyle yayınlamayı tercih ederken; kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, yine çalışma alanlarıyla bağ kurdukları konular hakkında, kişi ve kurumlara ulaşma odaklı bir yayını tercih eder. Bu temel strateji ve odak farkı, üretilen animasyonları farkındalık yaratma üst

başlığında ortaklaştırsa da; anlatım dili, animasyon biçimi, hikâyelendirme yaklaşımı ve dağıtım ağları odağında süreleri, değişkenlik göstermektedir. Aşağıda daha ayrıntılı değinilen bu farklara rağmen, her iki organizasyon yapısında da, sosyal pazarlama stratejisinin somut olarak iletildiği bir destek aracıdır.

Bağımsız film üreticileri, üretme kısmında diğer iki organizasyon yapısından ayrılrsa da, filmin buluşturulduğu dağıtım ağlarının sonunun çoğunda, ilişki ortaklığı doğrudan ya da dolaylı olarak kurulduğu için, bu alana dâhil edilmiştir. Filmlerin benzer odak noktası olan ticari kurumların, derneklerin ya da STK'ların kampanyalarında tamamının yahut bir bölümünün kullanılması ya da kampanyanın afiş, broşür, web sitesinde filmin değil ama belirli görsellerinin tamamlayıcı görsel unsur olarak kullanılması, en çok karşılaşılan iş birliklerinden biridir. Fakat böyle doğrudan bir iş birliği kurulmasa bile, filmin değindiği dezavantajlı konular itibariyle, kişisel sosyal ağlarda ve sonrasında katıldığı festivallerde, festivallerin iletildiği diğer dağıtım ağlarında dezavantajlı konularda farkındalık yaratıcı, davranış değişikliği yaratıcı bir aracı olarak konumlandırılmasıyla, hem kâr amacı güden hem de gütmeyen kuruluşlara benzer, fakat daha lokal bir sosyal pazarlama stratejisinin parçası olduğu sonucuna varılabilir.

Kâr amacı güden/gütmeyen ve bağımsız film üreticileri tarafından sosyal medya, TV, festival ve online platformlar... vb. çeşitli ortamlarda, dezavantajlı alanlarda farkındalık yaratma amacıyla yayınlanan animasyonlardan öne çıkan ve EK-1'de sıralanan toplamda 150 animasyon video/kısa film, bu çalışma kapsamında incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda ilgili dezavantajlı konulardan birincil ve varsa ikincil düzeyde hangisine/hangilerine odaklandığına bakılarak, tez kapsamında üretilecek animasyon için niteliksel bir değerlendirme yapılmaya ve örneklem kümesi oluşturulmaya çalışılmıştır. EK-1 kaynak listesinde yer alan ve aşağıdaki bölümlerde ayrıntılı değerlendirilecek olan filmlere ait sayısal veriler, Tablo-1'de aşağıdaki gibi özetlenmiştir. Bu kapsamdaki filmlerin odaklandığı dezavantajlı gruplar, tablonun üstünde, yatay (mülteci, kadın... vb.); hangi kapsamda üretildiği ise tablonun solunda, düşey olarak (KO, K, B) gösterilmektedir. Burada kullanılan kısaltmalardan KO, kâr amacı gütmeyen; K, kâr amacı güden; B ise bağımsız kişi ve kurumları göstermek için kullanılmıştır.

	Mülteci	Kadın	Çocuk	Yoksul	Engelli	LGBT+	Genç	Yaşlı	Yetişkin	Etnisite	Hükümlü	Boş	Film Sayısı
<b>KO</b>	50	10	17	8	4	1	7	4	9	11	5	16	<b>72</b>
<b>K</b>	9	8	6	2	0	3	1	0	3	4	0	13	<b>25</b>
<b>B</b>	18	14	14	12	3	4	8	4	5	3	2	18	<b>53</b>
<b>Top</b>	<b>77</b>	<b>36</b>	<b>37</b>	<b>22</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>7</b>	<b>47</b>	<b>150</b>

**Tablo 1.** Ek-1'de yer alan filmlerin odak noktalarına göre sayısı

### **2.5.1. Kâr amacı güden Kuruluşlar Tarafından Kullanılan Animasyon Yaklaşımları**

Kâr amacı güden, tüketici tarafından bilinirliği yüksek kuruluşlar tarafından yapılan ve son 5 yılda çeşitli sosyal medya ortamlarında hedef kitleyle buluşturulan animasyonlardan öne çıkan 25 video, bu çalışma kapsamında incelenmiştir (EK-1'de 'K' kısaltması kullanılmıştır). Bunlardan 23'ü birincil ve/veya ikincil düzeyde tez kapsamında incelenen dezavantajlı konuları; diğerleri çocuklar, gençler, hükümlüler... vb. diğer kişisel dezavantajlı alanları içermektedir.

Anlatım dili olarak, kişisel deneyim paylaşımı ve anlatıcı kullanımı; animasyon tekniği olarak, 2D dijital cut-out ve geleneksel animasyon; film süresi olarak, TV'ler ve sosyal medya ortamları için 1 dakikadan az, online video platformları için 4-6 dakika arası süreler, bu 25 animasyonun genelinde, en çok kullanılan unsurlar arasındadır. Bu kullanım tercihlerinin sıklığına bakıldığında, anlatılan hikâyenin görsel etkisini artırıp final noktasında da ilgili kuruluş ya da markayla ilişkilendirilerek, hem konunun, hem de markanın aynı anda vurgulanmaya çalışıldığı bir sosyal pazarlama yapıldığı görülmektedir. Bilgilendirici yazı, slayt geçişi etkisi yaratan hareketsiz görseller, aralıksız müzik ise tercih edilmeyen unsurlardır. Yalnızca animasyonların sonunda etkiyi arttırmak, başvuru odağı olan marka ya da adrese yönelmek için kullanılmaktadır.

BBC'nin 'Seeking Refugee' serisi<sup>2</sup>, Afganistan, Zimbabve, Suriye ve benzer coğrafyalardaki savaş ve zorlu yaşama şartlar nedeniyle, ülkesini terk etmek zorunda kalan çocuk mülteci, genç mülteci ve kadın mülteci konularına odaklanan animasyon filmlerdir (Görsel 7). Bu filmler bağımsız olarak BAFTA gibi A sınıfı festivallerde gösterimi yapıp ödüllendirilmiş, sonrasında BBC Learning kanalında ve web sayfasında kullanılmaya devam etmiş, böylece çoklu kanallar aracılığıyla farkındalık yaratmak istediği insanlara ulaşmıştır. Seride, göç ve göç sırasında meydana gelen olayları yaşayan kişilerin ağzından anlatılan hikâye, kişi/olayları stilize bir görselleştirmeye anlatmakta, böylece izleyicide genel kalıpların dışında kalan, ortak bir duygu uyandırarak, amacını gerçekleştirmektedir. New York Times, Post-Office ve Bullion... vb. stüdyoların ürettiği animasyonlarda<sup>3</sup> da benzer biçim, duygu ve teknik kullanmışlardır.



**Görsel 7.** BBC, MTV ve Anchor Point Studio'nun (K) animasyon örnekleri (Glynne, 2017; Miller, 2016; SHED, 2018)

Anchor Point'in *Share the Joy* isimli animasyonunda<sup>4</sup>, sembolik yaratılan karakterlerle dezavantajlı insanlar resmedilmiş, dolaylı anlatımlı bir hikâyeye izleyicide daha neşeli ve paylaşımcı bir duygudaşlık oluşturulmaya çalışılmıştır (Görsel 7). Aparato, MTV (Görsel 7) ... vb. stüdyolar/kanallar da benzer yollarla, var olan duyguyu tam tersine çevirerek dolaylı/simgesel anlatımı, motive edici, cesaretlendirici şekilde kullanmışlardır.<sup>5</sup>

<sup>2</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 75\_BBC, 76\_BBC ve 77\_BBC kodlu, mülteci/çocuk odaklı, kâr amacı güden kuruluş animasyonudur.

<sup>3</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 78\_NewYorkTimes, 79\_Post-OfficeStudios ve 82\_BullionProduction kodlu, mülteci/kadın odaklı, kâr amacı güden kuruluş animasyonlarıdır.

<sup>4</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 96\_AnchorpointStudio kodlu, yetişkin odaklı, kâr amacı güden kuruluş animasyonudur.

<sup>5</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 80\_AparatoStudio, 94\_MTV ve 95\_MTV kodlu, mülteci/kadın/etnisite odaklı, kâr amacı güden kuruluş animasyonlarıdır.

Kâr amacı güden kuruluşların animasyonlarında merkeze yerleştirdikleri bu iki yaklaşımın ortak noktası, izleyende ortak bir duygunun açığa çıkmasını ve bu duyguyla/duyarlılıkla markanın eşleştirilmesini sağlamaktır. Böylece, kurum/marka sosyal pazarlama yaklaşımıyla hem sosyal sorumluluk görevini yerine getirmiş, hem de tüketicilerin zihnindeki marka konumunu güçlendirerek, uzun vadede markayı tercih etmesi için sebeplerini genişletmiştir.

### **2.5.2. Kâr amacı Gütmeyen Kuruluşlar (NPO) Tarafından Kullanılan Animasyon Yaklaşımları**

Kâr amacı gütmeyen, toplum geneli tarafından bilinirliği yüksek kuruluşların yaptığı, ağırlıklı olarak son 5 yılda, kendi sosyal medya ortamlarında (Twitter, Facebook, Instagram, Vimeo, Youtube... vb.) ve web sitelerinde hedef kitleyle buluşturulan animasyonlardan öne çıkan 73'ü, bu çalışma kapsamında incelenmiştir (EK-1'de 'KO' kısaltması kullanılmıştır).

Anlatım dili ağırlıklı olarak, didaktik, öğretici, anlatıcı, yazı ağırlıklı bir üslup; animasyon tekniği olarak 2D dijital cut-out ve hareketli grafikler/kinetik tipografiler; süre olarak Twitter, Instagram... vb. sosyal medya için üretilenler, 1 dakikanın altında, video paylaşım siteleri ya da kendi web siteleri için üretilenler ortalama 3-5 dakikalık zamanlamalar, en çok kullanılan tanımlayıcı özellikler arasındadır. Burada tercih edilen biçim ve tekniğin, kâr amacı güden kuruluşlardan farklı bir yol izlediği görülmektedir. Nedeni, bu animasyonların küçük ve daha fazla sayıda parçadan oluşması ve her bir parçanın duygu oluşturmadan ziyade, anlatma/bilgi verme odaklı olmasıdır. Yani kâr amacı güden kuruluşlar genel bir perspektifle tek bir çıktı oluşturup daha geniş hedef kitlesine odaklanırken; kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, konunun her alt dalı için ayrı bir görsel yaratıp bütünü oluşturulan bu serilerle tamamlamaktadır. Buna paralel olarak, neredeyse her animasyonun kampanya cümlesine ya da sloganına, kapanış sekansında yer verilmiştir. Örneğin, Portekiz

Dış İşleri Bakanlığı'nın hazırladığı kadın hakları ile ilgili animasyonun<sup>6</sup> finalinde 'Kadın Hakları, İnsan Haklarıdır.' cümlesi kullanılmaktadır (Görsel 8).



**Görsel 8.** Kadın hakları (Porteki Dışişleri Bakanlığı), mülteciler (UNICEF) ve RLS hastaları hakkındaki (KO) animasyon örnekleri (Leszyńska, 2020; Holzmeister, 2016; BUCK, 2017)

Kâr amacı gütmeyen kuruluşların, yukarıda çerçevesi çizilen, Ek-1'deki örneklerine baktığımızda, FEDASIL, mültecilerle ilgili animasyonu, ilkokul öğrencileri için ayrı, ortaokul öğrencileri için ayrı içerikler oluşturarak<sup>7</sup>, 2 farklı versiyon; UNHCR mültecilerle ilgili sık sorulan her bir soru için ayrı bilgilendirici hareketli grafik<sup>8</sup>; ENAFOS (ONEOFUS) Danimarka'da genç ve yetişkinlerde meydana gelen mental rahatsızlıklarla ilgili, her biri ayrı kurgu içeren ve ayrı yaş/meslek grubunu hedef alan 3D animasyon serisi<sup>9</sup>; ICRC'nin ise hükümlülerin/tutukluların anne, baba ve eşlerinin gözünden yaşananları ayrı ayrı anlatıp bilgilendirdiği animasyonlar<sup>10</sup> yayınladığı görülmektedir. Bu bilgilendirme yönü öne çıkan örnekler dışında, sinematografik yönleri öne çıkan, duygudaşlık yaratarak farkındalık sağlayan animasyon örnekleri de Ek-1'de yer almaktadır. Örneğin, Görsel 8'de gösterilen, UNICEF'in *Malak and the Boat* ve *Unfair Tales: The story of Ivine and Pillow*<sup>11</sup> Suriye'den İngiltere'ye göç ve çocuk mülteci konularına odaklanan animasyon dizisi, ya da Hounslow Council'in engelliler konusuna odaklanan animasyonu<sup>12</sup> bu yaklaşımdaki ürünlerdir. Ayrıca yönlendirme, kaynakla buluşturma ya da harekete geçirme için yapılan

<sup>6</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 71\_ PortekizDışişleriBakanlığı kodlu, kadın odaklı, kâr amacı gütmeyen kuruluş animasyonudur.

<sup>7</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 1\_ FEDASIL, 2\_ FEDASIL kodlu, mülteci odaklı, kâr amacı gütmeyen kuruluş animasyonlarıdır.

<sup>8</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 1\_ UNHCR, 17\_ UNHCR kodları arasında yer alan, mülteci odaklı, kâr amacı gütmeyen kuruluş animasyonlarıdır.

<sup>9</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 57\_ ENAFOS, 60\_ ENAFOS kodları arasında yer alan, genç, yetişkin, engelli konuları odaklı, kâr amacı gütmeyen kuruluş animasyonlarıdır.

<sup>10</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 41\_ ICRC, 43\_ ICRC kodları arasında mülteci/hükümlü konuları odaklı, kâr amacı gütmeyen kuruluş animasyonlarıdır.

<sup>11</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 37\_ UNICEF ve 38\_ UNICEF kodlu mülteci/çocuk konuları odaklı, kâr amacı gütmeyen kuruluş animasyonlarıdır.

<sup>12</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 63\_ HounslowCouncil kodlu engelli/çocuk konuları odaklı, kâr amacı gütmeyen kuruluş animasyonudur.

animasyonlar da, bir diğerk yaklaşım olarak yer almaktadır. Örneğın, gençlerin ve yetişkinlerin arasında sağıık sorunu yaşıayan ya da sağıık kurumlarına erişimi olmayan gruplar için RLS (Görsel 8), Coeliac.org ve MapMS'in animasyonları ya da kadınların yoksulluğı ile ilgili *Starting With Women* animasyonu, bu grupta yaşıayanların yalnız olmadıklarını, buldukları dezavantajlı durumu yönlendirilen kurumlara ulaşabileceklerini vurgulamaktadır.<sup>13</sup>

Kâr amacı gütmeyen kuruluşların amacı, profesyonel olarak da sorumlu oldukları konular hakkında yürüttükleri çalışmaları verimli kılmak, duyurmak ve büyütmek için, hem ilgili dezavantajlı insanlara, hem de potansiyel gönüllü insanlara ya da kurumlara ulaşmaktır. Bu nedenle üretilen animasyonların da ortak noktası bilgilendirici olmasıdır. Bu her ne kadar, genelde yazı ve anlatıcı ağırlıklı bir yapı yaratsa da, hem bilgilendirme gücü yüksek, hem de görsel hikâye anlatma biçimi kuvvetli örnekleri de vardır ve bu insanlara daha fazla ulaşma potansiyeli yaratmaktadır.

### **2.5.3. Bağımsız Film Üreticileri Tarafından Kullanılan Animasyon Yaklaşımları**

Bağımsız film üreticilerinin çoğı son 5 yılda üretmiş, öncesinde katılımcı ve izleyici oranı yüksek çeşitli festivallerde, sonrasında hem bağımsız sosyal medya ortamlarında, hem de çeşitli kampanya videolarında izlenebilen animasyonlardan öne çıkan 53'ü, bu çalışma kapsamında incelenmiştir (EK-1'de 'B' kısaltmasıyla kullanılmıştır).

Kâr amacı güden/gütmeyen kuruluşlardan farklı olarak, hedef kitle, anlatım süresi ve biçim gibi kısıtları olmadığından, bu alanda üretilen filmler, hikâyeyi bunlardan bağımsız, en uygun ve özgün şekilde anlatacak sürede/teknikle üretilmeye çalışılır. Dolayısıyla bilgi verme, didaktik dil kullanma... vb. özelliklerden arınarak kendi biricik anlatımını oluşturur ve bazı ortak noktaları olsa da yukarıdaki diğerk iki yönelim gibi

---

<sup>13</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 62\_ Coeliac. org.au, 67\_ MapMS ve 73\_ RLS, kodlu genç, yetişkin, yoksul konuları odaklı, kâr amacı gütmeyen kuruluş animasyonlarıdır.



kategorize etmek mümkün değildir. Ek-1'deki örneklerde yer alan filmlerin hemen hepsi bu yapıları başaran, bu nedenle birden fazla festivalde gösterim ve ödül kazanan filmlerdir. Festival süreci tamamlanan bu filmler, yönetmenin ya da yapımcı şirketin video paylaşım ağlarında ve bir kısmı da kâr amacı güden/gütmeyen kuruluşların reklamlarında kullanılmıştır. Böylece teknik ve görsel hikâyelendirme açısından başarı kazanmış animasyon, sadece bilgilendirme ya da sosyal pazarlama için üretilen benzer nitelikteki animasyondan çok daha fazla ortamda, çok daha fazla izleyiciye ulaşmış, farkındalık yaratma amacını gerçekleştirmiş olmuştur.



**Görsel 9.** Bağımsız film örneklerinden (B) *Weeds*, *Paper or Plastic* ve *Girl in the Hallway* (Hudson, 2017; Metlukh, 2019; Barnhart, 2019)

Kategorize etmek doğru bir yaklaşım olmasa da, özellikle A kategorisindeki festivallerde yer alan ve sonrasında da izleyiciyle buluşmaya devam eden filmleri özgün yapan özellikler ortaya konulabilir. Örneğin, Disney'deki bazı animatörlerin bağımsız ürettikleri Görsel 9'da yer alan animasyon *Weeds*'in<sup>14</sup>, göç olgusunu ayçiçeği karakterinin, köksüzleşmesi, topraklarını terk etmesi... vb. stilize edilmiş somutlamalarla anlatması ve animasyon kalitesi onu farklı, özgün ve ödül kazanmaya değer bulunmasını sağlayan özellikleridir. Disney'in hem animasyon tarzından, hem de anlatım dili, duygudaşlık kurma biçimi açılarından farklı yönelim ortaya koymasına rağmen, festivallerde ve video ağlarında benzer başarı elde eden *Paper or Plastic* ve *How Are You Today?* filmlerinin<sup>15</sup> özgünlükleri ve izleyiciye ulaşma başarısının nedeni de bu farklılık olmuştur (Görsel 9). Stilize edilmiş, eskiz etkisi hissedilen, geleneksel teknik kullanan bu filmler, karakterlerin birbirinden farklı kişisel deneyimlerini, hikâyeyi/olayları örecekle ve seyirciyi buna dâhil edecek şekilde

<sup>14</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 108\_Weeds kodlu, mülteci odaklı, bağımsız film üreticilerinin animasyonudur.

<sup>15</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 113\_PaperOrPlastic ve 114\_HowAreYouToday? kodlu, mülteci, genç, yoksul konuları odaklı, bağımsız film üreticilerinin animasyonlarıdır.

ortaya koymakta, film sonunda kurulan vurucu duygusal bağ, filme bağlanmaktan ziyade, itici etki yaratan bir farkındalık yaratmaktadır. Bir diğer dezavantajlı alanları özgün biçimde anlatan bağımsız animasyonlardan biri, Vimeo'nun Staff Picks serisine de seçilen ve Görsel 9'da gösterilen *Girl In The Hallway*'dir<sup>16</sup>. 10 dakikadan uzun bu animasyon, küçük bir kız çocuğunun kaçırılma vakası üzerinden, genel olarak çocukların kırılğan konumlarından dolayı uğradığı şiddet ve zorbalıkları, yüzey üzerine tebeşirle silinip tekrar çizilerek dosdoğru pozlama (straight ahead) tekniğiyle yaratmış bir filmidir. Bu bireysel üretimlerin dışında Cartoon For Peace girişimi, dezavantajlı konularda bağımsız üretilen animasyonları<sup>17</sup>, çeşitli animasyon okullarıyla ya da animatörlerle iş birlikleri sonucu üretilip yayınlamaktadır. Bu işlerin (özellikle Gobelins'ten animatörlerin ürettiklerinin) özgünlüğü, hızlı dolaşıma girmeye uygun güçlü duyguları, yaklaşık 1 dakikalık sürede anlatan işler olmasıdır. Yine Staff Picks serisinde olan ve LGBT+ bireyleri farklı bir anlatımla, stop-motion tekniğiyle anlatan *Under the Covers*<sup>18</sup> bu alanda anılması gereken Ek-1'deki 53 örnekten biridir.

## **2.6. DEZAVANTAJLI ALAN ÇALIŞMANIN ÖNEMİ: FARKINDALIK ve GÖRÜNÜRLÜK OLUŞTURMA KAVRAMI AÇISINDAN YAKLAŞIMLAR**

Farkındalık yaratmak ya da durum farkındalığı oluşturmak, söz konusu edilen unsurun kabul edilip algılanması, dikkat çekilmesi, anlaşılması ve bilinç oluşturulması eylemlerinin hepsini içeren bir kavramdır. Bu kavramın somut hale getirilmesi için ise, tanımı içeren yaratıcı eylemlerle desteklenmesi gerekmektedir. Çünkü tanımın odak noktası, gündelik yaşantımız içinde yerleşik olan ve fark etmediğimiz sorunları, eğilimleri, yerleşik olan konumundan başka yere taşıyarak, önce görmemizi, daha sonra bunun değiştirilmesi gerektiği konusunda ikna olma sürecimizi başlatmaktır.

---

<sup>16</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 128\_GirlInTheHallway kodlu, çocuk/kadın konuları odaklı, bağımsız film üreticilerinin animasyonudur.

<sup>17</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 136\_CartoonForPeace, 143\_CartoonForPeace kodları arasında yer alan, yoksulluk, yetişkin, kadın konuları odaklı, bağımsız film üreticilerinin animasyonlarıdır.

<sup>18</sup> EK-1'de incelenen animasyonlardan, 145\_UnderCovers kodlu, LGBT+/yetişkin konuları odaklı, bağımsız film üreticilerinin animasyonudur.

Görünürlük yaratma da, farkındalık oluşturma kavramından bağımsız değildir, tersine iç içe geçen ve birbirini doğuran kavramlardır. Farkındalık geliştirmek için, sorunun görünür kılınması; sorunun görünür kılınması için farkındalık geliştirilmesi gerekmektedir. Dezavantajlı alanlarda yürütülen çalışmalara bakıldığında, süreç sonundaki belirlenen sorunu azaltma, toplum içi refah oluşturma, bağışçı toplama, fon oluşturma... vb. amaçlarından hangisi gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin, ortak dönüştürme noktaları, durumu görünür kılıp farkındalık oluşturmaktır. Çünkü eyleme geçme ve eyleme geçen arasındaki kopukluğun nedeni büyük oranda sorunlar ve ilgili kişiler/alanlarla ilgili doğru ilişki kurulamamasından kaynaklı, farkındalığın eksik olmasıdır. Bu kopukluk noktası da, ortak noktası farkındalık yaratma, bilinç yükseltme olan çalışmalarla tamamlanabilir.

Yaratıcı girişimler ve içerikler, artan farkındalık oluşturma etkinliklerinde, farklı yaklaşım geliştirme ve görülmemiş bakış açısını sunarak ikna etme noktasında etkili olmaktadır. Örneğin, AR/VR, oyunlaştırma, mobil uygulama, Visual Mapping, animasyon... vb. kullanılarak sunulan hikâyeler, farkındalık dilinin de alışkanlığını değiştirdiği için, etkileşim artırıcı teknoloji araçlarından biridir. Aynı konuya odaklanan, bu kadar farklı araç kullanma çabasının nedeni, görünürlük ve farkındalığın ulaşabileceği en uzak sınırlarına kadar ulaştırmaya çalışmaktır. Hem incelenen EK-1'deki animasyonlara, hem de tez kapsamında oluşturulan animasyon ve ilgili dezavantajlı alanlar literatürden hareketle, özellikle görsel içerikler geliştirilmesinin, görünürlük yaratılması açısından önemi aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- i. Tercih edilecek görsel stil biçimine göre, hem çocuk, hem de yetişkinlere ulaşılabilir. Dolayısıyla, geniş bir hedef kitleye ulaşma potansiyeli vardır,
- ii. Anlaşılması zor bilgiler, hareketli görselleştirme aracılığıyla daha anlaşılır hale getirilebilir,
- iii. Eğlendirme, bilgilendirme, kaynak oluşturma arasında hikâyeye kurarak, izlenebilirliği artırır, böylece yazılı/basılı kaynaklardan daha etkili bir araç oluşturulabilir,

- iv. Genel önyargıları besleyen bilgiler dışında, kişisel deneyim paylaşımı içeren animasyonlarla, duygudaşlık oluşturularak empati yaratılabilir.
- v. Farklı dağıtım araçları arasında, hızlıca dolaşıma sokulabilir, var olan etki alanı geliştirilebilir.

Ancak bu noktada, animasyon ya da diğer etki gücü yüksek araçların hiçbiri tek başına istenilen dönüşümü sağlamak için yeterli değildir. Baz alınan odak konu ve buna uygun geliştirilen bakış açısı, değişimin ana noktasını oluşturmadır. Bu bağlamda dezavantajlı konular hakkında çalışmak, farkındalık yaratma potansiyelleri dolayısıyla başlı başına etki gücü olan alanlardır, fakat bu etkiyi çoğaltmak için kullanılan yaratıcı çözümler de en büyük destekçisidir. Gerek dezavantajlı alan kavramının anlatıldığı bölümde, gerekse Ek-1 de yer alan çalışma örneklerine bakıldığında, tezin merkezinde de yer alan, dezavantajlı alanlar hakkında çalışmanın önemi şu şekilde özetlenebilir:

- i. Kanıksanan olumsuz eğilimleri düzeltmeye, olumlu eğilimleri güçlendirmek için alan açılmasını sağlar,
- ii. Farkındalık yaratılmasını sağlar,
- iii. Konunun yok sayılmamasını ve görünürlük kazanmasını sağlar,
- iv. Aynı konu hakkında disiplinler arası çalışmalar yürütülmesini sağlayan alan oluşturur,
- v. Benzer ekonomik düzeyde, cinsiyette, ülkede... vb. olmasına rağmen, benzerliği kıran dezavantaj gruplarında olmaları dolayısıyla görünmeyen eşitsizliğin vurgulanmasını sağlar,
- vi. Kişi ve grupların maruz kaldığı, fakat varoluşlarından kaynaklanmayan, dışsal faktörler tarafından çizilmiş sınırların gösterilmesini ve azaltılması için çalışma başlatılmasını sağlar,
- vii. Dezavantaj grubuna dâhil olanları ve olmayanlar arasında, iletişim kurulmasını sağlar,
- viii. Kişi, devlet, kamu kurumları, STK ve özel kuruluşlar arasında ulusal ve uluslararası iş birliği oluşturulmasını sağlar.

### 3. BÖLÜM:

#### DEZAVANTAJLI ALAN ODAĞINDA UYGULAMA ÖRNEĞİ: MÜLTECİ KADINLARIN GÖRÜNÜRLÜKLERİNİN ANİMASYONLA ANLATIMI

Tezin uygulama kısmında, bundan önceki bölümlerde anlatılan dezavantajlı gruplarla ilgili literatür çalışmaları, sosyal pazarlama yaklaşımları ve animasyon tekniklerini birleştiren bir animasyon yapılması hedeflenmiştir. Bölüm-1'de öncelikli olarak anlatılan dezavantajlı gruplar arasından, göçmenler/mülteciler ve kadınlar başlıklarının kesişimi seçilerek, 'göçmen/mülteci kadın' teması belirlenmiştir. Bu tema kapsamında sırasıyla fikir, sinopsis ve konsept tasarlanmıştır. Bölüm-2'de anlatılan animasyon teknikleri arasından, hikâyeye/ritmine uygun olacağı düşünüldüğünden ve bu teknik konusundaki hâkimiyet nedeniyle, 2D geleneksel animasyon ağırlıklı limited animasyon tekniği seçilerek, filmin hazırlık süreci oluşturulmaya başlanmıştır.

#### 3.1. FİLM ÖNCESİ SÜREÇLER

Filmin yapım aşamasına geçmeden önce, hem yazılı hem de görsel olarak fikir geliştirme aşamalarını içeren başlıca süreçlerdir. Bu aşamada ana girdiler, 1. bölümdeki literatür çalışmaları ve EK-1 yer verilen ve verilmeyen referans örnekler olmuştur. Buradan elde edilen görsel, yazılı ya da teknik fikirler, içerdikleri kısıtlarla beraber değerlendirilmiş, film üretme aşamasına geçmeden önce yapılan eskizlerde, alınan notlarda dikkate alınarak yeni bir animasyon üretilmeye çalışılmıştır.

Dünyadaki ekonomik ve siyasi gelişmelere göre, özellikle belli dönemlerde artan batıya göç, kente göç, savaş sonrası zorunlu göç... vb. kavramlara aşinayız. Ancak, son yıllarda Türkiye'nin de içinde olduğu göç hareketi, Suriye'deki savaş ve sonrasındaki meydana gelen mülteci krizine yakından tanıklık etmek, göç ve mülteci meselesine dair, farklı yönleriyle düşünme ve çözüm üretme çabasını da

beraberinde getirmiştir. Benzer şekilde kadınları hedef alan hak ihlalleri, şiddet, tecavüz ve öldürme eylemlerinin artması, adaletsiz ve eşitsiz uygulamaların gittikçe daha görünür olması ve buna rağmen artan kadın hakları mücadelesi, queer/feminist hareketin yükselmesi, kadınlar odağında da düşünme ve çözüm üretme alternatiflerini doğurmuştur. Bu yönelim sonucunda da mülteci meselesine, her iki alandaki dezavantajı kesişimsel (intersectional) olarak yaşanan kadın perspektifinden bakılmaya çalışılmış, hikâye bu doğrultuda ilerletilmeye çalışılmıştır.

Hikâyenin çıkış noktasını oluşturan bölümleri, okunan/izlenen kişisel deneyimler, literatür ve bazı görsellerden hareketle oluşturulmuştur. Örneğin, hikâye yaratma kısmında not edilen noktalardan bazıları şu şekilde oluşturulmuştur: Çadır Kent'lerdeki güvenlik vurgusu nedeniyle orada yaşamak istememe eğilimi, fakat buradan ayrılınması durumunda karşılaşılan iş ve kalacak yer bulma sorunu, bulunan işlerin güvencesiz atık toplama ya da merdiven altı atölyelerde tekstil işleri olması ve burada çalışanlardan daha az para alıp daha kötü muameleyle karşılaşmaları, genel olarak insanlardan duydukları olumsuz davranışlar ve sözlü/fiziksel tacizler. Teorik çalışmalar dışında, deneyimleri okuyup anlayabilmek, içinde buldukları olumsuz koşulları/dezavantajlı durumları, genel yargılardan arındırıp yansıtabilmek için önemli bir aşamadır. Karakterler, etkileşimleri ve mekânlar, bu verilere göre gerçeğe yakın bir kurguyla oluşturulmaya çalışılmıştır.

Karakterin, üst üste yaşadığı olumsuzluklara rağmen yaşamak ve aklındaki amacı gerçekleştirmek için her şeye rağmen mücadele etmesi, erkek yoğun alanları zorlayarak var olmaya çalışması özellikleri nedeniyle, bunları yansıtacak genç bir kadın olması tercih edilmiştir. Oluşturulan bu ana karakter çevresinde de hikâye sürdürülmüş, onu baskılayan diğer karakterler oluşturulmuştur.

Mekânların hikâyeye yerleştirilmesi süreci ise, karakteri ve çalışma alanını belirledikten sonra, bakılan referans ve gözlemlerle oluşturulmuştur. Referanslara göre yaratılan depo, terk edilmiş ev, atıklar... vb. unsurların yanı sıra karakterin

hikâyesini destekleyen deniz (varmak istediği yere ulaşmada kullanacağı için), yokuş (ekonomik açıdan ondan üstün olanların yanına gittiğini vurgulamak, üst bakış yaratmak için) ... vb. unsurlar kurgusal olarak eklenmiştir.



**Görsel 10.** Renk/Stil için Referans Animasyon Görüntüleri (Bousquie vd., 2019; Studio Bliink, 2019; Gunner, 2018)

Hikâyenin genel yapısı itibariyle didaktik olmayan, doğrudan bilgi vermeden ziyade, karakterin deneyimini yansıtan ve bu yolla izleyende duygulanım yaratmayı amaçlayan, mesaj ya da ders verici bir sonla bitmeyen, aksine mücadelesine bu şekilde devam edeceğini vurgulayan bir giriş, gelişme, sonuç dizisi kurgulanmış; bu doğrultuda sinopsisi oluşturulmuştur: “*Metal atık toplayarak yaşamaya çalışan mülteci genç kadın, gittikçe onu daha da zorlayan koşullarla, deniz aşırı yolculuğuna çıkaracak umudu arasında kalır.*”



**Görsel 11.** Renk/Stil için Referans Animasyon Görüntüleri (Cambon vd., 2012; Grigg, 2013; Adib, 2019)

Görsel konsept oluşturmak için referanslardan yararlanarak renk skalası, stil, çizgi... vb. öğeler hakkında fikirler toplanmış ve bunlar arasından filme uygun bir tarz yaratılmaya çalışılmıştır. İlk hareket noktası olarak, karakterlerin kısıtlı bir renk skalası olması fikrinden yola çıkarak örnek incelemesi yapılmıştır. Buna uygun olarak Görsel 11'deki *Rhapsodie pour un pot-au-feu* (Cambon vd., 2012), *Phantom Limb* (Grigg, 2013) ve *Ode* (Adib, 2019) filmler renkleri skalası; Görsel 10'daki *Protocole Sandwich* (Bousquie vd., 2019), *Make Migraine a Priority* (Studio Bliink, 2019), *Fender Pedals* (Gunner, 2018) filmler ise, çizgi dili ve karakter için referans

alınan ana filmlerdir. Mekân için ise, karakter oluşturulduktan sonra genel beyazlığın avantajından yararlanıp, serbest çalışılmıştır, ama bu noktada Görsel 12'deki *The Mill* (Berrebi vd., 2016) filmi referans alınan filmlerden olmuştur.



**Görsel 12.** Mekân için *The Mill* Filmi Referans Animasyon Görüntüsü (Berrebi vd., 2016)

## 3.2. FİLM YAPIM AŞAMALARI ve SONRASI

### 3.2.1. Hikâye Sahnelerinin Yazılması

Fikir aşamasında kalan hikâye içeriğinin, ayrıntılı ve sahnelere göre bölünerek yazılı hale getirildiği kısımdır. Bu aşama, birden fazla kişinin görev aldığı film oluşturma süreçlerinde, senaryonun oluşturulma aşaması olarak da adlandırılabilir. Fakat filmin genelinde diyalog olmadığından ve film aşamaları iş bölümü olmaksızın tek kişi ile yürütüldüğünden senaryo formatında değil, sahnelendirme şeklinde yazılmıştır. Bu yazılan sahneler, storyboard/animatik aşamalarında birebir kullanılacağı için, senaryo formatında olmasa da, yazılı hale getirilmesi önemlidir. Çünkü yaratılacak görsel hikâyede, bu adımda yaratılan yazılı hikâyenin yansımaları yapılmaya çalışılacaktır.

- i. Telefondaki ses (kaçakçı) konuşurken genç kadın (mülteci) kameraya doğru ilerleyerek, yerdeki atık tenekeleri toplar, bulduklarını çantasına atar. Telefondaki ses: *“Alo! Sonraki botla gidiyorsun. Can yeleği için 300\$ daha getir. Benden haber bekle, arayacağım. Ha, bir de! Fazla eşya getirme, çok yürüyeceksin...”* dediği duyulur. Genç kadın, tenekeleri toplamaya devam ederken, içlerinden birini düşürür, önündeki suya düşer.



- ii. Teneke suda yavaşça batar. Genç kadın tenekenin batmasına uzun uzun bakar, ona boğulmayı hatırlatmıştır (*Film ismi yazar*). Arkadan bir ses duyulur, döner.
- iii. Küçük bir kız, ayağının altında sürüyerek, topladığı tenekelerden birini ona getirip verir.
- iv. Genç kadın, şaşırarak alır, diğerlerinin yanına çantasına koyar, karşılığında küçük kıza bir şey vermek ister, çantasını karıştırır. Bu sırada küçük kızın annesi, kızarak küçük kıızı oradan uzaklaştırır. Genç kadın elinde küçük kız için çıkardığı çocuk kitabı ile arkalarından bakarken, etrafında kalabalık toplanmaya başlar. Kendisi ve diğer göçmenlerle ilgili genel önyargılarıyla konuşurlar, genç kadın bu durumdan rahatsız olur ve korkar, uzaklaşır.
- v. Topladığı tenekeleri teslim edeceği depoya gelir. Diğer metal atık toplayıcılarının izlediği sırayı izler.
- vi. Çantasını teslim eder,
- vii. İçindekiler boşaltılır,
- viii. Çanta tartılır,
- ix. İçindekiler boşaltılır,
- x. Tartılan miktarın bedeli kadar ödeme yapılır. Ancak sıra kendisine geldiğinde daha fazla toplamış olmasına rağmen, daha az para verilir. Bu duruma itiraz eden genç kadın, yaka paça depo dışına atılır.
- xi. Genç kadın yere düşer. Bu sırada çalan telefonu da çantasından fırlar, düştüğü için kapanır. Hem parasını, hem de telefonda gelecek haberi kaybeden, bunun üzerine art arda kötü muamele gören kadın sinirlenir; yerden taş alıp depoya yönelir.
- xii. Camı kırar ve koşmaya başlar; onu kovan depocular da peşine düşer.
- xiii. Kadın koşar.
- xiv. Adamlar koşar.
- xv. Kadın koşmaya devam eder.
- xvi. Adamlar koşmaya devam eder.
- xvii. Bir süre daha koştuktan sonra, kadın bir harabe görür, saklanmak için oraya yönelir.
- xviii. Duvardan atlayıp, içinde ilerler ve onu göremeyecekleri bir yerde dışarıyı da izleyerek saklanır. Adamların geçtiğini duyar.
- xix. Dışarıyı izleyerek ilerlemeye devam ederken ayağı bir şeye takılır ve düşer.

xx. Kalkar ve neye takıldığına bakmak için arkasını döner. Ölü bir kadının bacaklarına takıldığını görür. Dışarıdaki adamlardan da korktuğu için bağırmadan, dehşet içinde duvara yaslanır. Nefes nefese kalmış halde kadına bakarken göç/savaş sırasında ve sonrasında öldürülen, taciz edilen pek çok kadın aklına gelir. Bu sırada beklediği telefonu çalar, sessize alır, ne yapacağını bilemez. Dışarıda onu bekleyen adamlar, onu yargılayan insanlar ve pek çok şey; içerde bir şeyler yapmak istediği fakat yapamayacağı ölü bir kadın; telefonda ise küçük bir ihtimal vardır. Hepsini tekrar düşünür, çalan telefona yetişmek için çıkar (*Korkmaya ve mücadele etmeye devam eder, tıpkı diğer kadınlar gibi...*).

### 3.2.2. Storyboard (Öykü Taslağı) Oluşturulması

Hikâye taslağı olarak da bilenen bu adım, yazılarak sınırları çizilen sahnelerin, görsel olarak anlatımının gerçekleştiği kısımdır. Yazılı olmayan kamera açısı, planı, karakterlerin yerleşimi, giriş çıkışları ve geçişlerin hepsi burada görsel olarak planlanmaktadır. Hikâye, görsel olarak sıralandığında, yazılı olarak belirtilen duygu geçişlerinin izleyene geçip geçmediği, anlaşılabilirliği ve akışı daha anlaşılır hale getirildiğinden, bu aşamada buna uygun düzeltme ve eklemeler yapılmıştır. Örneğin, yakın/ayrıntı plan sahneler, kadın karakterin duygusunun hissedileceği batan tenekeyi izleme sahnesi gibi sahnelere ve ekranda oran olarak küçük kaldığı için görülemeyen eşyaların vurgulandığı küçük kızın kutu kola kutusunu uzatma sahnesi gibi yerlere eklenmiş; böylece filmin anlaşılabilirliği ve akıcılığı arttırılmıştır. EK-2'de yer alan storyboard'da aynı sahne içindeki hareket serileri mavi ile, ses yeşil ile, kamera hareketleri ise kırmızı ile gösterilmiş olup siyah kareler kararma/açılma geçişlerini göstermekte; sahnede geçen diyalog ve ana olaylar aşağısındaki açıklama kutusunda yer almaktadır.

### 3.2.3. Animatik Oluşturulması

Storyboard'da planlanan sıralı görsellere, zamanlama eklenerek animasyonun hareketli taslağının yaratıldığı kısımdır. Bu kısımda da tıpkı storyboard'daki gibi filmin ritmi, anlaşılabilirliği ve akışı kontrol edilerek, sahnelere süre atanır ve nasıl bir

animasyon çıkacağı yaklaşık olarak görülür. Bu nedenle, sonraki aşamalarda uzun vakit ayrılacak animasyonu tekrar etmemek için, son düzeltmeler bu adımda yapılmış ve kesin sınırlar çizilmiştir. Bu aşamada tıpkı görseller gibi, belli seslerinde taslakları kullanılarak genel ereve oluşturulmuştur. Bunun için storyboard baz alınarak, TVPaint'te çizilen taslak karakter ve mekânlarla oluşturulan animasyonların ıktıları, geçici seslerle beraber Premiere'de birleştirilmiş, süreleri ayarlanmıştır.

#### 3.2.4. Karakter Tasarımı

Hikâye ve storyboard'da geçen karakterler çıkarılmış; her birinin özgün, ayırt edici özellikleri, iç dinamikleri belirlenmiş; aynı zamanda film içinde ortaklık oluşturacak karakter özellikleri de oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu aşamada karakterlerin ortak üslubu olarak; siyah kurşun kalem etkisi yaratan, temiz çizgiler; inileme etkisi yaratan boyamayla siyah renk bacak, göz ve kaşlar; ağırlıklı beyaz kalan diğer vücut uzuvlar, çantalar ve karakteri belirleyen ince/uzun yapı kullanılmıştır. Karakterlere özgü özellikler ise; siyah/beyaz dışında kendilerini temsil eden bir pastel renk ve karaktere has aksesuarlardır. EK-3'de ön, arka, yan ve çapraz pozları da yer alan karakterler aşağıdaki gibidir:

- i. *Mülteci genç kadın karakteri*, 19 yaşında, g süreci yanında, bekr, genç ve kadın olduğu için de pek çok zorlukla karşılaşmış; yine de, yerleştiği ülkede çalışıp hayatta kalmaya ve biriktirdiği paralarla Avrupa'ya kaçak yollarla gitmeye çalışan, filmin ana karakteridir. Kendini yabancı hissettiği ve yaşadığı yerin dilini konuşamadığı için, herkese karşı çekinik bir karakterdir.
- ii. *Kaçakçı*, 35-40 yaşında, mlteceleri deniz üzerinden can güvenliği olmayan kaçak yollarla Avrupa'ya para karşılığı götürülmesi için aracılık edecek telefondaki kişidir. Baskın/sert karakterdir.
- iii. *Depocular*, 25-50 yaş aralıklarında, fiziksel iş yapanların daha genç olduğu, kalabalık erkek grubudur. Metal atık toplayıcıların getirdiklerini daha yüksek fiyatlarda başka yerlere satarak para kazanan, baskın/sert karakterlerdir.

- iv. *Metal atık toplama işçileri*, çoğunluğu genç, erkek ve mülteci olan yoksul gruptur. Depoculara karşı çekinik, mülteci genç kadına karşı baskın karakterlerdir.
- v. *Küçük kız*, 4-5 yaşında, toplumun sahip olduğu önyargıları henüz benimsemediği için mülteci genç kadınla olumlu ilişki kuran tek karakterdir.
- vi. *Küçük kızın annesi*, 30-35 yaşında, mültecilere karşı olumsuz ön yargıları olan, beyaz yaka çalışandır. Hem küçük kıza, hem de genç kadına karşı baskın/sert karakterdir.
- vii. *Kalabalık*, çeşitli yaş, meslek, düşünce biçimine, fakat mültecilerle ilgili aynı sayılabilecek olumsuz ön yargıya sahip, doğdukları ülkede yaşayan insan topluluğudur. Genç kadına karşı baskın/sert karakterlerdir.

Karakterler kâğıt/kalem ve sonrasında dijital araçlar (Corel Painter ve Photoshop) kullanılarak tasarlanmış olup 2D animasyonda kullanılmak üzere ön, arka, yan ve çapraz açılardan karakterlerin pozları çizilmiştir. Depocuların ve atık toplama işçilerinin oluşturduğu grupta yer alan karakterler tekil olarak vurgulanmak istemediği için, küçük farklar dışında birbirine benzemeleri sağlanmıştır. Bu nedenle, pozları çizilirken de birbirlerinden türetilerek, çoğaltılarak ek karakterler oluşturulmuştur.

### **3.2.5. Mekân (Arka Plan) Tasarımı**

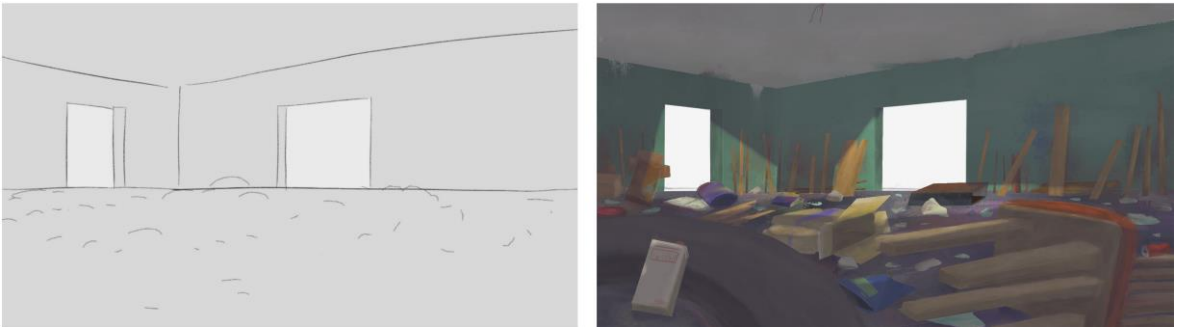
Hikâye, genç kadın üzerinden anlatıldığı için, onun gündelik hayatını geçirdiği mekânlar (arka planlar) tasarlanmıştır. Dış mekân olarak, atıkları topladığı deniz kenarı ve depoya girerken/çıkarken kullandığı açık alanlar; iç mekân olarak, depo ve saklandığı harabe yapı bulunmaktadır. Dış mekânlarda yakın planlar dışında hepsinde Görsel 13'teki gibi deniz görülmektedir. Karakterin aklında sürekli göç ve deniz yolculuğunun olduğu, yaptığı işlerin, katlanmak zorunda olduğu muamelelerin hepsinin sonunun denize çıkacağını, hem kendi hatırlaması, hem de izleyene hatırlatması için yerleştirilmiştir. Mekânların kameraya yakın olacak kısmında, atıklar ya da harabenin/deponun içeriğini destekleyecek küçük ve karışık eşyalar gerçekçi formlarında, stilize renk/gölge biçimlendirmesiyle yerleştirip daha uzak

kısımlar boş bırakılarak bulunan yere boyut kazandırılmaya çalışılmıştır. Karakter hareketinin öne çıktığı sahnelerde (koşma, yokuş yukarı çıkma... vb.) ise, eşya, atık... vb. ayrıntılar azaltılmış; bunun yerine tekrarlayan renk ve dokular kullanılarak, genel mekân formu yaratılmaya, odağı karakterin hareketine almaya çalışılmıştır.



**Görsel 13.** Mekânın Eskiz ve Final Halleri

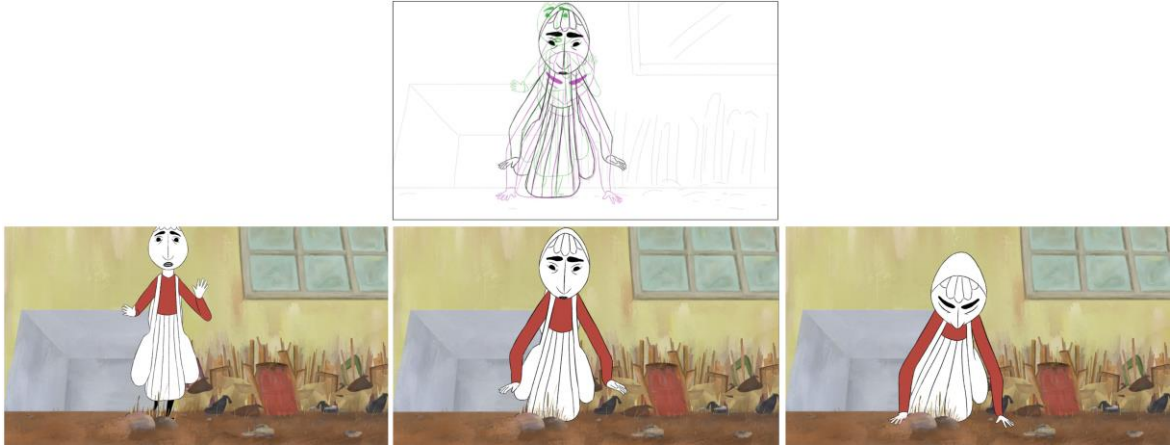
Karakter tasarımında yer alan tek çizgi ve dokusuz 3 renk kullanım stiline aksine, mekân tasarımında çizgisiz ve aynı rengin tonları arasında geçişlerle, siyah/beyaz kullanmadan dokulu olmasına imkân veren, bir stil tamamlayıcı unsur olarak Görsel 14'deki gibi kullanılmıştır. Böylece hem karakterdeki siyah/beyaz taban rengi ve çizgisi arka plandan ayırarak vurgulanmaya; hem de arka plandaki formlar da karakter gibi kendi çizgi sınırları içinde, ortak pastel renklerle oluşturularak, üslup yakalanmaya çalışılmıştır. Dış mekânlarda içinde sarı bulunan, sıcak renkler; iç mekânlarda ise, içinde mavi bulunan soğuk renkler kullanılmıştır. Mekân tasarımında da, karakter tasarımında kullanılan Corel Painter tercih edilmiştir.



**Görsel 14.** Mekânın Eskiz ve Final Halleri

### 3.2.6. Animasyon

2D animasyon teknikleriyle yapılan filmde ağırlıklı olarak geleneksel ve limited animasyon, tekrarlayan hareket içeren sahnelerde ise cut-out teknikleri kullanılmış olup katı cisimlerin (çanta, kutu kola... vb.) hareketlendirilmesi sahnelerinde 3D referanslarından yararlanılmıştır. Bu nedenle geleneksel animasyona imkân veren TVPaint, animasyonun büyük kısmında araç olarak kullanılmış; ek olarak After Effect ve ZBrush programlarından da yararlanılmıştır. Karakter hareketinin hızına bağlı olarak hızlı hareketler için saniyede 8 kare, yavaş hareketler için saniyede 12 kare çizilmiş; 24fps'de sahne çıktısı alınmıştır. Böylece filmin karakter ve mekân tasarımında da hissedilen geleneksel/el işi etkisi, animasyonda da küçük titreme ve tıklamalarla hissedilerek, kendi akışı oluşturulması sağlanmıştır.



**Görsel 15.** Animasyonun Ara Kare Çizim Aşaması ve Final Halleri

Storyboard'da belirtilen açılara, animatikte belirtilen zamana uyularak sahnelerdeki karakterin duygu ve hareketlerini oluşturan referans videolar oyunculuk yaparak oluşturulmuştur. Bu referans oyunculuklara göre animasyonun anahtar pozları (key poses) ve kırılma noktaları (extremes/breakdowns) belirlenerek önce taslak halinde (rough animation), daha sonra temizlenerek (clean-up) çizilmiş ve Görsel 15'teki gibi ara kareler (in-betweens) tamamlanmıştır. Animasyonda, karakterlerin oyunculuğu gerçekçi oyunculuk yerine; stilize edilmiş, fakat grotesk olmayan bir aralıkta, filmin minimalist ve sessiz ritmine uygun olarak oluşturulmaya çalışılmıştır. Ayrıca, film içinde diyalog sadece iki yerde yer aldığı için (küçük kızın tenekeyi uzatma ve depocu adamın tartma sahneleri), dudak senkronizasyonu (lip sync

animation), genel animasyon oyunculuğuna uygun, grotesk (abartı) oyunculuktan kaçınarak, minimal hareketlerle yapılmıştır.

Karakter animasyonlarında her karakter ve hareketlendirilen eşyaları ayrı sekmede (layer) çizilmiş, ayrı sekmede boyanmıştır. Bu yöntem, aynı sahne içinde her biri 500'e varan sayıda kare içeren çok sayıda sekme ile aynı anda çalışmayı gerektirdiği için karmaşık bir iş akışı yaratsa da, aynı nedenle geriye dönük değişiklik yapma ya da benzer karakterin hareketlerini çoğaltma imkânlarını da doğurduğu için dijital animasyonda tercih edilmiştir. Karakter animasyonları dışında bozuk para, bırakılan çanta, tartılan çuval... vb. küçük eşya hareketleri için de aynı yöntem kullanılmıştır.

### **3.2.7. Kurgu**

Kurgu (montaj), animasyon aşamasında anlatılan yöntemle oluşturulan bağımsız sahnelerin, storyboard'a göre sıralanıp birleştirilerek filmin ana gövdesinin yaratıldığı kısımdır. Bu adıma kadar olan final mekân tasarımları, animasyon sahneleri birbirleriyle ilişkili, fakat ayrı birer parçalarken, bu aşamada tek bir filmi oluşturmuşlardır.

İyi tasarlanmış bir filmde, kurgu aşamasında elde edilen sonucun, animatik aşamasındaki sonuçla, yaklaşık olarak aynı olması beklenir. Bu filmin kurgu aşamasında da, storyboard'da planlanan sonuç alınmış, bazı sahnelerin geçiş etkisini arttırmak için araya tekrarlayan kare konularak küçük düzeltmeler yapılmıştır. Aynı işlem önce görüntü, daha sonra ses için de tekrarlanmıştır.

### **3.2.8. Ses Tasarımı**

Filmin ritmini bütünlüklü bir şekilde oluşturan ve yaratılan hareketi tamamlayan en önemli kısımlardan biridir. Filmde ana karakterin oyunculuğuna da paralel olarak

sakin bir atmosfer olmasına rağmen, sahneler içinde hareketin etkileşim yarattığı nesnelere, kişiler ve artan/azalan gerilimler de vardır. Bu dengenin sağlanarak sesin oluşturulması için filmdeki mekân ve araçlara benzer unsurlar oluşturularak, ses üretilmiştir. Kumlu ve beton yüzeyde yürüme, tenekeyi yere sürtme, koşma, nefes, kişiler arası küçük sesler/nidalar, telefon diyalogu ve diğer seslerin büyük kısmı çeşitli mekânlarda üretilen seslerin kaydedilip üzerinde değişiklik yapılmasıyla yaratılmıştır. Bunlar dışında depo içi endüstriyel gürültüler, telefon/titreşim sesi gibi elde edilemeyecek sesler için açık erişimli hazır sesler kullanılmıştır.

Ses tasarımına, kurgusu biten sessiz filmde, ses ihtiyaç listesi oluşturularak başlanmıştır. Bu ihtiyaç listesine uygun sesler, benzer mekânlar oluşturularak ya da benzer mekânlara gidilerek oluşturulmuştur. Bu süreç *foley ses tasarımı* sürecine benzese de stüdyo ortamında kaydedilmediği için farklıdır. Elde edilen sesler, animasyondaki etkileşime birebir oturması için gerekli kısaltma/uzatma ve ses temizleme işlemleri yapıldıktan sonra, kurgu aşamasına benzeyen bağımsız seslerin tek bir ses olduğu versiyon yaratılmıştır. Bu işlemler için, kayıt cihazı, Premiere ve Audition programlarından yararlanılmıştır.

### 3.2.9. Kompozisyon/Işık/Gölge

Bu aşamada birleştirilen sahnelerin renk ayarı, sahne geçişleri ve ışık/gölge ekleme işlemleri, filmin bütünlüğünün artırılıp tek parça (kompozisyon) halinde algılanarak akışını pekiştirmek için yapılmaktadır.



**Görsel 16.** Kompozisyon Aşamasındaki Sahnelerin Gölgesiz/Gölgeli Halleri



Mekân tasarımında boyama aşamasında eklenen ışık, gölge, karakterin animasyon boyama aşamasında eklenmemiştir. Kullanılan teknik nedeniyle kare kare eklenmesi gerekeceğinden, bunun yerine kompozisyon kısmında Görsel 16'daki gibi, maskeleye ile gerekli yerlerde gölge yaratılmıştır. Örneğin, genç kadının depoya ilk girişinde, üzerine düşen gölge, harabede yere düştüğü alanda üzerine vuran ışık, yapılan ışık/gölge etkilerinden bazılarıdır. Ayrıca, kalabalığın yaklaştığı sahne ve sonrasında karanlığın büyütülmesi, filmin isminin eklenmesi gibi geçişler de, bu aşamada After Effect kullanılarak yapılmıştır.

### 3.2.10. Render

Render aşaması, ön izlemesi yapılan görüntünün, içerdiği tüm bileşenlerle (arka plan, ses, animasyon, ışık... vb. ) son kez işlendiği ve istenen çözünürlükte tek bir video oluşturulduğu, son ürün kısmıdır. Bu proje için, görüntü boyutu 1920x1080, görüntü oynatma hızı 24 fps ve süresi 03:40 olan animasyon, Premiere'den alınan son çıktı olmuştur. Görsel 17'de final görüntüleri yer alan final hali linkten izlenebilmektedir: <https://vimeo.com/409301322> (şifre: cansu\_TEZ\_yerdeniz)



**Görsel 17.** Render Sonrası, Yerdeniz Uygulama Filmi'nden, Final Görüntüler

## SONUÇ

Dezavantajlılık, çeşitli iç (engellilik, yaşlılık... vb.) ya da dış (doğal afet, salgın... vb.) nedenlerden kaynaklanan değişikliklerin sonucunda, kısıtlandığı alanda toplumun geneliyle aynı hareket alanında sahip olamaması durumudur. Yani, yasal düzlemde eşit haklara sahip olmanın, toplumsal düzlemde maruz kalınan olumsuz konum nedeniyle, eşit yapabilirlik sağlayamamasıdır. Kadınlar erkeklerden, yoksullar zenginlerden, hükümlüler özgür olanlardan daha dezavantajlıdır, fakat aynı zamanda savunmasızlık durumu kesişimsel olduğu için, sınırları yalnız bundan ibaret değildir. Örneğin, mülteci, işsiz ve yoksul bir kadın; engelli, yaşlı ve yalnız ebeveynlik yapan bir erkek; yoksul ve hükümlülüğü olan bir çocuk, hepsi hem sayılan ayrı tanımlar içinde, hem de bunların kesişiminden doğan durumların dâhilinde dezavantajlıdır. Dolayısıyla, yasalarca düzenlenen eşit yaşam, eğitim, sağlık, demokratik katılım... vb. imkânlarından faydalanma hakkı hepsi için tanımlanmış olsa da pratikte bu haklardan, buldukları dezavantajlı durum dolayısıyla toplumun geneliyle eşit olarak yararlanamazlar.

Kavram olarak ifade edildiğinde, dezavantajlı gruplar, 'uzak' fakat 'talihsiz', bir ihtimal yaşayan ve bazı 'hayırsever' faaliyetlerle çözülebilecek, 'küçük' sorunlar kümesi olarak düşünülebilse de, aslında yakından tanık olduğumuz ya da içinde olduğumuz ve görünürlük yaratıp kökten dönüşümler olmadan değişimin olamayacağı kadar büyük alanlardır. Örneğin, kadınlar dünyanın her yerinde, gelir düzeyi/mesleği/yaşı ne olursa olsun, toplumsal cinsiyet algısından dolayı maruz kaldıkları şiddet, taciz/tecavüz ve hak kayıplarıyla, dünyadaki insanların yarısının oluşturduğu, en büyük dezavantajlı gruptur ve pek çok gündelik olay, bu meseleyi herkes için daha da somut hale getirmektedir.

Somut hale gelen bir diğer kitlesel sorun ise, özellikle 2011'den itibaren yakından tanıklık ettiğimiz savaş ve hemen ardından gelen kitlesel göç hareketidir. Yaşama, barınma, sağlık, eğitim, ulaşım... vb. pek çok temel alana erişememe, yaşanan sorunların toplumsal cinsiyet, yaş, engellilik gibi durumlarla daha karmaşık hale gelmesi, durumun mülteci krizi olarak adlandırılmasıyla özetlenmiştir.

Kadınlar, mülteciler ve diğer dezavantajlı alanlar için mesele her ne kadar, milyonlarca insanı, hayati boyutlarda zorlayan olumsuz koşullar doğuruyor olsa da, gündelik hayata sirayet eden bu mesafede, dezavantajlı alanlarla ilişki kurmanın zorunlu sonuçlarından biri de, çözüm için en azından düşünme, yeni yollar geliştirme ya da dâhil olma aşamasında yaklaştırmasıdır. Bu noktada yürütülecek disiplinler arası çalışmalar, tüm bu koşullardan dolayı, dezavantajlılık durumunu kabul etme, deneyimleri paylaşarak sorunlarını görünür kılma, farkındalık oluşturma, var olan olumsuz eğilimleri/ön yargıları davranış değişikliği oluşturarak azaltma, beraber hareket etme refleksi kazandırma gibi süreçleri inşa ederek, dezavantajlı durumların yok edilmesine katkı sağlar.

Bahsedilen süreçlerin inşasında, belirlenecek alternatif yaklaşımlar ve stratejiler önemlidir. Benzer amaç güden, mümkün olan en fazla sayıda hedef kitleye, yani değiştirici unsurlara ulaşmayı sağlayacak 'yaratıcı yaklaşımlar' ve davranış değişikliği gibi somut dönüşümler sağlamayı imkânlı kılacak 'sosyal pazarlama', aracılık edebilecek etkili iki unsurdur. Çünkü sosyal pazarlamayı tanımlayan temel kavram toplumsal refah için davranış değişimi oluşturacak hareket yaratmak ve bunun için teknoloji, bilim, medya... vb. unsurlarla iş birliği oluşturmaktır. Animasyon ise, bu iş birliğinde değişimi oluşturacak insanlara en kolay ulaşan, farklı içerik sunabilen ve farklı yaş gruplarına ulaşma yeteneğiyle, daha fazla sayıda insana hitap edebilen, yenilikçi, esnek ve anlatım biçimini kuran, yapıcı bir unsur kimlikleriyle, dağıtıcı görev üstlenen sosyal pazarlama stratejisi üzerinden yol alabilecektir.

Dezavantajlı alanları, animasyon aracılığıyla anlatan kâr amacı güden/gütmeyen ve bağımsız yapıların ürettiği ve EK-1'de yer alan 150 kısa animasyon tez kapsamında incelendiğinde, bazı ortak yaklaşımlar gözlenmiştir. Benzer, dezavantajlı alan odağında animasyonla anlatım biçimi kuran yapılardan, kâr amacı gütmeyen kurumlar, izleyeni doğrudan bilgilendirip yapılacakları yazı/görsel birlikteliğiyle sıralı ve görece kısa sürede anlattığı bir animasyon yaklaşımı kurarken; kâr amacı güden kurumlar, izleyene kendi marka konumuyla da dolaylı bağlar kurdurup belirli genel

mesajlarla empati kurmasını, ortak duygu geliştirmesini sağlayan, görece dolaylı, deneyime dayanan hikâye yaklaşımıyla animasyonunu kurar. Bağımsız film üreten kişi, grup ve stüdyoların yarattığı filmler ise, kâr amacı güden kurumlara daha yakın olsa da, hepsinden farklı olarak, belli biçim ve süre kısıtlarından sıyrılıp özgün olmaya çalışan anlatım ve teknik birlikteliği oluşturan, kişisel deneyimlerin anlatıldığı hikyelere odaklı, duygudaşlık kurduran, görece uzun süreli animasyon yaklaşımını benimser.

Sonuçta, dezavantajlı alanlardan odaklanılan 150 film anlatım dili, teknik, süre, hikâye, animasyon stili... vb. unsurlarla incelenmiş, bağımsız film üreticilerinin kurduğu anlatım yaklaşımıyla, karakterin deneyimlerini anlatarak izleyende duygu oluşturmayı amaçlayan, 2D geleneksel animasyon tekniği kullanan, renk paleti, çizgi, karakter/mekân tarzı... vb. unsurlarla özgün özellikler yerleştirmeye çalışılan, gerçeğe yakın fakat stilize edilmiş oyunculuk içeren, yavaş/orta ritimli, *Yerdeniz* isimli animasyon film yaratılmıştır. Yaratım süreci sonrasındaki aşamaları için ise, sosyal pazarlama, animasyonun dağıtım ağı olarak kurgulanmıştır. Festivallere katılım sürecinde, sonrasında sosyal medya araçlarında ve kâr amacı güden/gütmeyen kurumlara oluşturulacak iş birliklerinde, 'dezavantajlı alanlara odaklanan, farkındalık oluşturarak davranış değişikliği yaratmayı hedefleyen bir animasyon' vurgusuyla, dağıtıma hazır bir yaratıcı görsel ge sunulacak; bahsedilen geniş ağlar içindeki iş birlikleri/ortaklıklar ile sosyal pazarlama stratejisi, animasyonun dağıtım ağı olarak kullanılacaktır. Böylece, film yaratım sürecinde de hedeflenen kadın ve mülteci alanlarında görünürlük yaratımı, toplumsal fayda yaratacak dönüşümleri gerçekteştirmeyi temel alan sosyal pazarlama ile optimum kombinasyona ulaşarak, hedefe ulaştırma süreci pratikte de başlatılmış olacaktır.

## KAYNAKLAR:

Adamson, A. ve Jenson, V. (Yönetmen). (2001). *Shrek 1* [Film]. ABD: DreamWorks.

Adanu, R. ve Johnson, T. (2009). Migration and Women's Health. *International Journal of Gynecology and Obstetrics*, 106 (2), p. 179-181.

Adib, S. (Yönetmen). (2019). *Ode* [Film]. Düsseldorf: F&F. Erişim adresi: <https://vimeo.com/338673742>

AFAD. (2017). *Türkiye'deki Suriyelilerin Demografik Görünümü, Yaşam Koşulları ve Gelecek Beklentilerine Yönelik Saha Araştırması*. Erişim: 19.10.2019. <https://www.afad.gov.tr/suriye-raporlari>

Agha, S., Do., M. ve Armand, F. (2006). When Donor Support Ends: The Fate of Social Marketing Products and the Markets They Help Create. *Social Marketing Quarterly*, 12 (2), p. 28-42.

Akaçık, T. (Yönetmen). (2010). *Pinky Don't Go* [Film]. Türkiye: Anima İstanbul.

Akdeniz, E. (2014). *Suriye Savaşının Gölgesinde Mülteci İşçiler*. İstanbul: Evrensel Basım Yayın.

Akingbola, K., Rogers, S. E. ve Baluch, A. (2015). *Change Management in Nonprofit Organizations*. Cham: Palgrave Macmillan.

Alp, L. (2014). *Dezavantajlı Grupların İstihdama Katılmaları: G20 Ülkelerindeki Başarılı Uygulamalar* (Uzmanlık Tezi). Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Dış İlişkiler ve Yurtdışı Hizmetleri Genel Müdürlüğü. Ankara.

Anderson, W. (Yönetmen). (2018). *Isle of Dogs* [Film]. ABD: Fox Searchlight Pictures.

Andreasen, A. (1993). A Social Marketing Research Agenda for Consumer Behavior Researchers. *Advances in Consumer Research*, 2, p. 1-5.

Andriopoulos, S. (2013). *Ghostly Apparitions: German Idealism, the Gothic Novel, and Optical Media*. New York: Zone Books.

Anheier, H. (2005). *Nonprofit Organizations Theory Management Policy*. London: Routledge.

Animation Magazine. (2008). Erişim: 20.09.2019.  
<https://www.animationmagazine.net/features/oldest-animation-discovered-in-iran/>

Animation World Network. (t.y.). Erişim: 10.10.2019  
<http://www.awn.com/mag/issue1.5/articles/goslingeuro1.5.html>

Aramaki, S. (Yönetmen). (2014). *Appurushido* [Film]. Japonya: Toho.

ASPB. (2016). *Türkiye’de Yaşlı Bakım Hizmetlerinin Proaktif Yönü ve Mali Yükü Analizi Etüt Araştırması, Araştırma Politika Serisi, 42*, İstanbul: Çizge Tanıtım ve Matbaacılık Ltd. Şti. Erişim adresi:  
[https://www.ailevecalisma.gov.tr/Raporlar/ATHGM/Turkiyede\\_Yasli\\_Bakim\\_Hizmet\\_lerinin\\_proaktif\\_yonu\\_mali\\_yonu\\_etut\\_analizi\\_2016.pdf](https://www.ailevecalisma.gov.tr/Raporlar/ATHGM/Turkiyede_Yasli_Bakim_Hizmet_lerinin_proaktif_yonu_mali_yonu_etut_analizi_2016.pdf)

Bancroft, T. ve Cook, B. (Yönetmen). (2018). *Mulan* [Film]. ABD: The Walt Disney Company.

Barnhart, V. (2019, Nisan 1). *Girl in the Hallway*. [Film]. Erişim adresi:  
<https://vimeo.com/363023845>

Barret, R. (2010). Disadvantaged Groups in the Labour Market. *Economic and Market Labour Review*, p. 18-24.

Barrier, M. (1999). *Hollywood Cartoons: American Animation in Its Golden Age*, New York: Oxford University Press.

Beane, A. (2012). *3D Animation Essentials*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Bendazzi, G. (2016). *Animation: A world history, Volume I: Foundations - the golden age*. Boca Raton: CRC Press.

\_\_\_\_\_ (2016). *Animation: A world history, Volume II: Birth of a style a tree market*. Boca Raton: CRC Press.

\_\_\_\_\_ (2016). *Animation: A world history, Volume III: Contemporary times*. Boca Raton: CRC Press.

Bernell, S., L. (2003). Theoretical and Applied Issues in Defining Disability in Labor Market Research. *Journal of Disability Policy Studies*, 14, p.36-45.

Berrebi, B., Guillot, C., Molle, J., Naciri, S., Rougemont, P. ve Roy, C. (Yönetmen). (2016). *The Mill* [Film]. Erişim adresi: <https://vimeo.com/198361820>

Bianet. (2003). Erişim:10.12.2019. <http://bianet.org/bianet/toplum/26969-turkiyede-ozurluorani-yuzde-12-29>

Bianet. (2015). Erişim: 22.11.2020. <https://m.bianet.org/bianet/goc/142902-turkiyede-gocmenlere-bakis-olumsuz>

Bianet. (2018). Erişim: 20.02.2020. <https://bianet.org/bianet/toplumsal-cinsiyet/205428-erkek-siddetinin-2018-grafigi>

Big Cartoon Database. (t.y.). Erişim: 10.07. 2019. <https://www.bcdb.com/cartoons/>

Biggs, S. 1993. *Understanding Ageing: Images, Attitudes and Professional Practice*. Buckingham: Open University Press.

Boswell, H. (2003). The Transgender Paradigm Shift Toward Free Expression.

In D. Denny (Ed.), *Current Concepts in Transgender Identity*, p. 114-118. New York:Garland.

Bousquie, V., Meis, J., Roy, C., Vignon, A. ve Warnitz, B. (Yönetmen). (2019). *Protocole Sandwich* [Film]. France: Gobelins. Erişim adresi: <https://vimeo.com/369857637>

Bozok, N. (2011). *Ben Değerliyim Nar Taneleri: Güçlü Kadınlar Mutlu Yarınlar Projesi Güçlenme Hikâyeleri Biriktiriyor*. [Sosyolojik Değerlendirme Raporu]. İstanbul: Boyner Yayınları.

BUCK. (Yönetmen). (2017). *Theresa's RLS Story*. [Film]. ABD: BUCK. Erişim adresi: <https://vimeo.com/176234253>

Butler, R. N. (1969). Age-ism: Another Form of Bigotry. *The Gerontologist*, 9 (4), p. 243-46.

Cambon, C., Mouton, S., Mercier, S. ve Roussel, M. (Yönetmen). (2012). *Rhapsodie pour un pot-au-feu* [Film]. France: Gobelins. Erişim adresi: <https://vimeo.com/45823512>

Cameron, J. (Yönetmen). (2009). *Avatar* [Film]. ABD: 20th Century Fox.

Clayton, M. ve Philo, R. (2010). *Leonardo da Vinci: The Mechanics of Man*. California: Getty Publications.

Clokey, A. (Yönetmen). (1995). *Gumby: The Movie* [Film]. ABD: Clokey Films.

Coşkun, A. ve Özdilek, R. (2012). Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği: Sağlığa Yansıması ve Kadın Sağlığı Hemşiresinin Rolü. *Hemşirelik Eğitim ve Araştırmaları Dergisi*, 9 (3), s. 30-39.

Coon, D. (2001). *Introduction to Psychology: Gateways to Mind and Behavior*. Belmont: Wadsworth/Thomson Learning.

Cowgill, D., O. ve Holmes, L., D. (1972). *Aging and Modernisation*. New York: Appleton Century.

Data For Refugees. (t.y.). Erişim: 11.06.2019. <http://d4r.turktelekom.com.tr/oncelikli-konular/issizlik/>

De Kleijn, Marijke. (2003). The Long Way from the International Classification of Impairments, Disabilities and Handicaps (ICIDH) to the International Classification of Functioning, Disability and Health (ICF). *Disability and Rehabilitation*, 25, 561-65.

Edwards, B. (Yönetmen). (1993). *Son of the Pink Panther* [Film]. ABD: MGM/UA Distribution Co.

EECA. (2018). Erişim: 10.08.2020. <https://eeca.unfpa.org/en/news/turkey-refugee-child-marriages-drive-adolescent-pregnancies-underground>

ELF. (2018). *Türkiye’de Mülteci Çocukların Eğitim Hakkını ve Karşılıklı Uyumu Destekleyen Yaklaşımlar, Politikalar ve Uygulamalar*. Erişim: 10.09.2019.

[https://www.liberalforum.eu/wp-content/uploads/2018/09/publication\\_final.pdf](https://www.liberalforum.eu/wp-content/uploads/2018/09/publication_final.pdf)



Encyclopedia.com. (t.y.). Erişim: 21.09.2019.  
<https://www.encyclopedia.com/science/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/origins-and-development-magic-lantern>

Film Site. (t.y.). Erişim: 08.07. 2019. <https://www.filmsite.org/animatedfilms.html>

Fineman, M., A. (2008). The Vulnerable Subject: Anchoring Equality in the Human Condition, *Yale Journal of Law and Feminism*, 1 (8), p. 161-175.

Fleischer Studios. (t.y.). Erişim: 12.10.2019.  
<https://www.fleischerstudios.com/gulliver.html>

Furniss, M. (1998). *Art in Motion: Animation Aesthetics*. Sydney: John Libbey.

Geronimi, C., Luske, H. ve Jackson, W. (Yönetmen). (1940). *Alice in Wonderland* [Film]. ABD: The Walt Disney Company.

Glynne, A. (Yönetmen). (2017). *BBC Learning - Seeking Refuge Series: Ali's Story (Drawing for Memory)*. [Film]. UK: Mosaic Films. Erişim adresi: <https://vimeo.com/176234253>

Göç Araştırmaları Müdürlüğü. (t.y.). Erişim: 20.02.2020.  
<https://www.goc.gov.tr/kitleesel-akinlar>

Graves, M., Bocquelet, B. ve Lamont, J. (Yönetmen). (2008). *Gumball* [Dizi]. ABD: Cartoon Network.

Grigg, A. (Yönetmen). (2013). *Phantom Limb* [Film]. London: Late Night Work Club. Erişim adresi: <https://vimeo.com/95255285>

Gunner. (Yönetmen). (2018). *Fender Pedals* [Film]. Detroit: Gunner. Erişim adresi: <https://vimeo.com/343513016>

Gündüz, S., G. (2007). *Sosyal İçerme Politikalarının Uygulanmasında Kamu İstihdam Kurumlarının Rolü* (Uzmanlık Tezi). Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü. Ankara.

Hastings, G. ve Domegan, C. (2014). *Social Marketing. From Tunes to Symphonies*. London: Routledge.

Harris, J., R. ve Todaro, M., P. (1970). Migration, Unemployment Development: A Two Sector Analysis, *The American Economic Review*, 60 (1), p.126 - 42.

Hirsch, Karen. (2000). From Colonization to Civil Rights: People with Disabilities and Gainful Employment. In Peter Blanck (Ed.), *Employment, Disability, and the Americans with Disabilities Act: Issues in Law, Public Policy and Research*, p. 412-31. Evanston: Northwestern University Press.

History of Science Museum. (t.y.). Erişim: 20.09.2019. <http://www.mhs.ox.ac.uk/exhibits/fancy-names-and-fun-toys/kinora/>

Holzmeister, A. (2016, şubat 1). *Malak and the Boat*. [Film]. Erişim adresi: <https://vimeo.com/156213632>

HUGO. (2014). *Türkiye'deki Suriyeliler: Toplumsal Kabul Ve Uyum*. Erişim: 07.09.2019. <http://fs.hacettepe.edu.tr/hugo/dosyalar/TurkiyedekiSuriyelilerSyrians%20in%20Turkey-Rapor-TR-EN-19022015.pdf>

Hudson, K. (2017, Eylül 8). *Weeds*. [Film]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=-MES9rJmWKQ&t=5s>

Jackson, W., Luske, H., Sharpsteen, B. ve Roussel, M. (Yönetmen). (1940). *Fantasia* [Film]. ABD: The Walt Disney Company.

Jones, A. ve Oliff, J. (2007). Thinking animation, bridging the gap 2d and CG. NY: Thomson Course Technology.

KA-DER. (2017). *Kadın İstatistikleri, 2017*. Erişim: 15.03.2019. [http://ka-der.org.tr/wp-content/uploads/2018/01/kad%C4%B1n-istatistikleri-2017\\_R.pdf](http://ka-der.org.tr/wp-content/uploads/2018/01/kad%C4%B1n-istatistikleri-2017_R.pdf)

Kartal, A. (2010). *Karışık Teknik Animasyon Sineması ve Malfunction Uygulama Filminde Mizansen* (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü. Çizgi Film Animasyon Anasanat Dalı. Eskişehir.

Kleinman, S. (2002). *Why Sexist Language Matters*. *Qualitative Sociology*, 25(2),

p. 299-304. Retrieved from:  
[http://uncadvocatesformdphdwomeninscience.web.unc.edu/files/2014/03/Kleinmn\\_QualitativeSociology\\_2002.pdf](http://uncadvocatesformdphdwomeninscience.web.unc.edu/files/2014/03/Kleinmn_QualitativeSociology_2002.pdf)

Kotler, P. ve Armstrong, G. (1991). *Principles of Marketing*. NJ: Prentice Hall.

Kotler, P. ve Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility*. New York: Wiley.  
\_\_\_\_\_ (2008). *Social Marketing Influencing Behaviors for Good*.  
California: SAGE Publications.

Kotler, P. ve Zaltman, G. (1971). *Social Marketing: An Approach to Planned Social Change*. *Journal of Marketing*, 35, p. 3-12.

Laloux, R. (Yönetmen). (1973). *Fantastic Planet* [Film]. Fransa: Films Armorial.

Lamarre, T. (2009). *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*. MN: University of Minnesota Press.

Laybourne, K. (1998). *The Animation Book: A Complete Guide to Animated Filmmaking - From Flipbooks to Sound Cartoons to 3D Animation*. NY: Three Rivers Press.

Lavie, O., Nathan, M. ve Nathan, Y. (Yönetmen). (2018). *Her Morning Elegance* [Müzik Klipi]. İsrail: Animation Home.

Levitow, A. (Yönetmen). (1962). *Mister Magoo's Christmas Carol* [Film]. ABD: UPA.

Leszyńska, A., N. ve Caetano, B. (2020, Mart 1). *Os direitos das mulheres são direitos humanos*. [Film]. Erişim adresi: <https://vimeo.com/396973132>

Loeb, M., Eide, A., Jelsma, J., Toni, M. ve Maart, S. (2008). Poverty and Disability in

Eastern and Western Cape Provinces, South Africa. *Disability and Society*, 23, p.311-21. Erişim adresi:

[https://www.researchgate.net/publication/232830035\\_Poverty\\_and\\_disability\\_in\\_Eastern\\_and\\_Western\\_Cape\\_Provinces\\_South\\_Africa](https://www.researchgate.net/publication/232830035_Poverty_and_disability_in_Eastern_and_Western_Cape_Provinces_South_Africa)

Lorber, J. (2005). *Gender Inequality: Feminist Theories and Politics*. Roxbury Publishing Company: Los Angeles.

Meléndez, C. (Yönetmen). (2014). *Zepo* [Film]. İspanya: Cesarlinga.

Metlukh, N. (2019, Nisan 23). *Paper or Plastic*. [Film]. Erişim adresi: <https://notofagus.com/making-of-paperorplastic>

Mevzuat Bilgi Sistemi (2009). *Yurtiçinde İşe Yerleştirme Hizmetleri Hakkındaki Yönetmelik*. Erişim:20.09.2019.

<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.13013&Mevzuatlliski=0&sourceXmlSearch=yurti%C3%A7inde>

Miller, E., Decker, M., R., Silverman, J., G. ve Raj, A. (2007). Migration, Sexual Exploitation, and Women's Health: a Case Report From a Community Health Center. *Violence Against Women*, 13 (5), p. 486-497.

Miller, K. (Yönetmen). (2016). *MTV Gender Bent: Pink for Girls, Blue for Boys*. [Film]. ABD: And/Or. Erişim adresi: <https://vimeo.com/160100412>

Mouton, C., P., Rodabough, R., J., Rovi, S., L., Hunt, J., L., Talamantes, M., A., Brzyski, R., G. ve Burge, S., K. (2004). Prevalence and 3-year Incidence of Abuse Among Postmenopausal Women. *American Journal of Public Health*, 94 (4), p. 605-612.

Musburger, R., B. (2018). Animation production documentation and organization. Boca Raton: CRC Press.

Nagahama, H. (Yönetmen). (2013). *The Flowers of Evil* [Dizi]. Japonya: Zexcs.

OSCE. (2008). *Brasilia Regulation Regarding Access to Justice For Vulnerable People*. Erişim: 13.07.2019. <https://www.osce.org/odihr/68082?download=true>

Özer, Y., E. ve Çolak, M. (2015). Yoksulluk, Dezavantajlı Grup ve Suç İlişkisine Yönelik Bir Alan Araştırması: İzmir Kadın Sığınma Evleri Örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29 (3), s. 479.

Özsoy, B. (2016). İç Savaşın Dışta Kalan Mağdurları: Gaziantepli Kadınların Göçle Değişen Yaşamları Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (44), s. 1184-1191.

Parker, T. ve Stone, M. (Yönetmen). (1997). *South Park* [Dizi]. ABD: Celluloid Studios.

PES. (Yönetmen). (2012). *Fresh Guacamole* [Film]. ABD: PES.

Petrov, A. (Yönetmen). (1999). *The Old Man and The Sea* [Film]. Rusya: Bernard Lajoie.

Ramcharan, P. (2006). Ethical Challenges and Complexities of Including Vulnerable People in Research: Some Pre-theoretical Consideration. *Intellectual and Developmental Disability*, 31 (3): p. 183-185.

Refugee News Turkey. (2018). Erişim: 11.06.2019  
<https://www.refugeenewsturkey.org/single-post/2018/02/18/Mülteci-çocukların-sömürülen-emeği>

Richardson, Malcolm. (1997). Addressing Barriers: Disabled Rights and the Implications for Nursing of the Social Construct of Disability. *Journal of Advanced Nursing*, 25 (1), p. 269-275.

Sapancalı, F. (2005). AB'de Sosyal Dışlanma Sorunu ve Mücadele Yöntemleri, *Çalışma ve Toplum Dergisi*, Sayı 3, s.

Santesmases M., M. (1999). *Marketing*. Madrid: Piramide.

Sen, A. (2004). Özgürlükle Kalkınma. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Seyyar, A. (2006). *Değişen Dünyada ve Türkiye'de Sosyal Politikalar, Değişim Yayınları*, İstanbul, s. 191.

SGDD. (2017). *Türkiye'de İltica Süreci*. Erişim: 11.08.2019. <http://sgdd.org.tr/wp-content/uploads/2017/05/Turkiye-de-iltica-Sureci.pdf>

Shaw, S. (2017). *Stop motion craft skill for model animation* (3rd edition). Boca Raton: CRC Press.

SHED. (Yönetmen). (2018). *Share the Joy*. [Film]. ABD: Anchor Point Studio.

Simmons, L., W. (1970). *The Role of the Aged in Primitive Society*. Hamden: Archon Books.

Sito, T. (2013). *Moving innovation a history of computer animation*. Cambridge: The MIT Press.

Spencer, C. (2005, October). *Housing and Senior Abuse. World Conference on the Prevention of Family Violence*. Alberta.

Studio Bliink. (Yönetmen). (2019). *Make Migraine a Priority* [Film]. Brighton: Studio Bliink. Erişim adresi: <https://vimeo.com/378251565>

Sue, S. (1977). Community Mental Health Services to Minority Groups. *American Psychologist*, p. 620.

Şentürk, O. (Yönetmen). (2010). *Nokta* [Film]. Türkiye: Echolab.

Time Toast. (t.y.). Erişim: 10.07.2019.  
<https://www.timetoast.com/timelines/animation-9b071f4a-6e81-4625-86de-d8f800843086>

The American Society of Cinematographers. (t.y.). Erişim: 25.09.2019  
<https://theasc.com/asc/asc-museum-mutoscope>

The Richard Balzer Collection. (t.y.). Erişim:20.08.2019.  
<https://www.dickbalzer.com/Thaumatropes.602.0.html>

\_\_\_\_\_ (t.y.). Erişim:20.08.2019.  
<https://www.dickbalzer.com/Phenakistascopes.604.0.html>

\_\_\_\_\_ (t.y.). Erişim:20.08.2019.  
[https://www.dickbalzer.com/Camera\\_Obscuras.319.0.html?&L=476](https://www.dickbalzer.com/Camera_Obscuras.319.0.html?&L=476)

Thomas, B. (1992). *The Art of Animation*. California: DPW.

TÜİK. (2017). Erişim: 10.03.2019.  
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27594>

Tv Guide. (t.y.). Erişim: 12.10.2019. <https://www.tvguide.com/news/definitive-ranking-old-cartoons/>

UNESCO. (1998). Education Strategies for Disadvantaged Groups: Some Basic Issues. *UNESCO Working Documents in the Series IIEP Contributions*, 31. Erişim adresi: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001142/114204e.pdf>

UNHCR. (2018). *UNHCR Türkiye İstatistikleri*. Erişim: 12.06.2019.

<http://www.unhcr.org/tr/unhcr-turkiye-istatistikleri>

Ügeöz, P. (2003). *Kültürlerarası İletişim. İstanbul: Üstün Eserler Neşriyatevi*.

Yıldız, Ö. (2013). Türkiye Kamplarında Suriyeli Sığınmacılar: Sorunlar, Beklentiler, Türkiye ve Gelecek Algısı. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), s. 140-169.

Yılmaz, V. ve Göçmen, İ. (2015), *Türkiye’de Lezbiyen, Gey, Biseksüel ve Trans Bireylerin Sosyal ve Ekonomik Sorunları Araştırmasının Özet Sonuçları*, 4 (6), s.94-101, Türkiye Politika ve Araştırma Merkezi (Research Turkey), Londra:Research Turkey. Erişim adresi: <https://spf.boun.edu.tr/sites/spf.boun.edu.tr/files/T.pdf>

Waksberg, R., Brigh, N. ve Stephan, A. (Yönetmen). (2014). *BoJack Horseman* [Dizi]. ABD: Tornante Television.

Wells, P., Quinn, J. ve Mills, L. (2009). Basic animation 03: Drawing for animation. Lausanne: AVA Publishing SA.

Wharton, A., S. (2005). *The Sociology of Gender: An Introduction to Theory and Research*. Malden: Blackwell Publishing.

WHO. (1980). International Classification of Impairments, Disabilities and Handicaps. Geneva, Switzerland: World Health Organization.

WHO. (2011). *World Report on Disability*. Erişim: 22.12.2019 [https://www.who.int/disabilities/world\\_report/2011/report.pdf](https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report.pdf)

WHO. (2018). Erişim: 06.06.2019. <http://www.who.int/migrants/en/>

WHO/INPEA. (2002). Missing Voices: Views of Older Persons on Elder Abuse.

Erişim:03.10.2019.

[https://www.who.int/ageing/projects/elder\\_abuse/missing\\_voices/en/](https://www.who.int/ageing/projects/elder_abuse/missing_voices/en/)

Zemeckis, R. (Yönetmen). (2007). *Beowulf* [Film]. ABD: Paramount Pictures.



**EK-1: İncelenen 150 Dezavantajlı Alan Animasyonu**

	Kod	KO /K/ B <sup>19</sup>	Dez-1	Dez-2	Link	Dk
1	1_FEDASIL	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TRTIPSSmamo&amp;t=12s">https://www.youtube.com/watch?v=TRTIPSSmamo&amp;t=12s</a>	5,14
2	2_FEDASIL	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Vp00JlsvpZs">https://www.youtube.com/watch?v=Vp00JlsvpZs</a>	6,21
3	3_RefugeeCouncil	KO	Mülteciler	Gençler	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=VNLUmbyc0gg">https://www.youtube.com/watch?v=VNLUmbyc0gg</a>	2,55
4	4_RefugeeCouncil	KO	Mülteciler	Gençler	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=jG_EH4Q85H0">https://www.youtube.com/watch?v=jG_EH4Q85H0</a>	2,36
5	5_RefugeeCouncil	KO	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1xZGBYeuDYA&amp;t=62s">https://www.youtube.com/watch?v=1xZGBYeuDYA&amp;t=62s</a>	2,4
6	6_RefugeeCouncil	KO	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9Ug1DmJ-VVg">https://www.youtube.com/watch?v=9Ug1DmJ-VVg</a>	7,15
7	7_UNHCR	KO	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=oF1HGfg2bSo&amp;list=LLx2yZSmfY8RTkyBzVtj4Zzw&amp;index=12">https://www.youtube.com/watch?v=oF1HGfg2bSo&amp;list=LLx2yZSmfY8RTkyBzVtj4Zzw&amp;index=12</a>	2
8	8_UNHCR	KO	Mülteciler	Yetişkinler	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=NM3n3dZzw_w">https://www.youtube.com/watch?v=NM3n3dZzw_w</a>	2

<sup>19</sup> K, kâr amacı güden; KO, kâr amacı gütmeyen; B, bağımsız kişi ve/veya kurumlardır.

9	9_UNHCR	KO	Mülteciler	Yetişkinler	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GvzZGpIGbL8&amp;t=125s">https://www.youtube.com/watch?v=GvzZGpIGbL8&amp;t=125s</a>	3,07
10	10_UNHCR	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=LrR5hwp45mc">https://www.youtube.com/watch?v=LrR5hwp45mc</a>	1,46
11	11_UNHCR	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=yRPfM5Oj-QA">https://www.youtube.com/watch?v=yRPfM5Oj-QA</a>	2,28
12	12_UNHCR	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DCzpVQkencw">https://www.youtube.com/watch?v=DCzpVQkencw</a>	2,29
13	13_UNHCR	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=E1E_tiagn8Q">https://www.youtube.com/watch?v=E1E_tiagn8Q</a>	3,19
14	14_UNHCR	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=qpOEaBwFuj0">https://www.youtube.com/watch?v=qpOEaBwFuj0</a>	2,4
15	15_UNHCR	KO	Mülteciler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=mKn0EaZJB0l&amp;t=2s">https://www.youtube.com/watch?v=mKn0EaZJB0l&amp;t=2s</a>	1,15
16	16_UNHCR	KO	Mülteciler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=3e08v5GN__s">https://www.youtube.com/watch?v=3e08v5GN__s</a>	1,17
17	17_UNHCR	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=U8xZpNG39oc">https://www.youtube.com/watch?v=U8xZpNG39oc</a>	1,32
18	18_UN/CEDAW	KO	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/273003085">https://vimeo.com/273003085</a>	0,36
19	19_PositiveNegatives	KO	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=riLMnXklCsA">https://www.youtube.com/watch?v=riLMnXklCsA</a>	6,31

20	20_PositiveNegatives	KO	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=NAuHzNFCQrk">https://www.youtube.com/watch?v=NAuHzNFCQrk</a>	4,38
21	21_PositiveNegatives	KO	Mülteciler	Yaşlılar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=_WdprHcOujU">https://www.youtube.com/watch?v=_WdprHcOujU</a>	3,4
22	22_OurNext4Years	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=l-IMktlshk">https://www.youtube.com/watch?v=l-IMktlshk</a>	0,33
23	23_OurNext4Years	KO	Mülteciler	Yoksullar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=uLTsseBmhbg">https://www.youtube.com/watch?v=uLTsseBmhbg</a>	1
24	24_OurNext4Years	KO	Mülteciler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=oeBhl6vSotE">https://www.youtube.com/watch?v=oeBhl6vSotE</a>	0,36
25	25_OurNext4Years	KO	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Z5gVF9KqJrU">https://www.youtube.com/watch?v=Z5gVF9KqJrU</a>	1,08
26	26_OurNext4Years	KO	Mülteciler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ennw6wExwew">https://www.youtube.com/watch?v=Ennw6wExwew</a>	0,28
27	27_OurNext4Years	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dzYTXd4gUXM">https://www.youtube.com/watch?v=dzYTXd4gUXM</a>	0,33
28	28_OurNext4Years	KO	Mülteciler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=fkMRd3CDkLo">https://www.youtube.com/watch?v=fkMRd3CDkLo</a>	1,25
29	29_UNWoman	KO	Mülteciler	Hükümlü	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=2eFzYs0raG0">https://www.youtube.com/watch?v=2eFzYs0raG0</a>	5,16
30	30_CWS	KO	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GWHJbhWMa64&amp;list=LLx2yZSmfY8RTkyBzVtj4Zzw&amp;index=14">https://www.youtube.com/watch?v=GWHJbhWMa64&amp;list=LLx2yZSmfY8RTkyBzVtj4Zzw&amp;index=14</a>	2,02

31	31_Christian Aid	KO	Mülteciler	Yaşlılar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=3HmU-OIL5h4">https://www.youtube.com/watch?v=3HmU-OIL5h4</a>	2,59
32	32_IOM/UN	KO	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=74sWUEzRoHg">https://www.youtube.com/watch?v=74sWUEzRoHg</a>	2
33	33_SaveTheChildren	KO	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=LQ-oGaptAsU">https://www.youtube.com/watch?v=LQ-oGaptAsU</a>	1,37
34	34_CaritasAustralia	KO	Mülteciler	Yoksullar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=NjAvSZXSpk0">https://www.youtube.com/watch?v=NjAvSZXSpk0</a>	2,5
35	35_AmnestyInternational	KO	Mülteciler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=2IzRIDUAEjY">https://www.youtube.com/watch?v=2IzRIDUAEjY</a>	0,27
36	36_AmnestyInternational	KO	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=nbLAPqtSUd4">https://www.youtube.com/watch?v=nbLAPqtSUd4</a>	7,3
37	37_UNICEF	KO	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/156213632">https://vimeo.com/156213632</a>	2,13
38	38_UNICEF	KO	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=3scOr_d9Dwo">https://www.youtube.com/watch?v=3scOr_d9Dwo</a>	2,35
39	39_WFP	KO	Mülteciler	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/139908067">https://vimeo.com/139908067</a>	0,3
40	40_AMAANA H	KO	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/171038061">https://vimeo.com/171038061</a>	3,42
41	41_ICRC	KO	Mülteciler	Hükümlü	<a href="https://vimeo.com/341576587">https://vimeo.com/341576587</a>	1,51

42	42_ICRC	KO	Mülteciler	Hükümlü	<a href="https://vimeo.com/341589911">https://vimeo.com/341589911</a>	1,35
43	43_ICRC	KO	Mülteciler	Hükümlü	<a href="https://vimeo.com/341597848">https://vimeo.com/341597848</a>	1,28
44	44_EU	KO	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/305766707">https://vimeo.com/305766707</a>	1,28
45	45_HIAS	KO	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/131305742">https://vimeo.com/131305742</a>	2,16
46	46_Refuge.org	KO	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/209569134">https://vimeo.com/209569134</a>	4,02
47	47_HelpRefugees.org	KO	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=L2dXLfVtWdw">https://www.youtube.com/watch?v=L2dXLfVtWdw</a>	2,37
48	48_DOTW	KO	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/209598174">https://vimeo.com/209598174</a>	1,37
49	49_ACLU	KO	Mülteciler	Hükümlü	<a href="https://vimeo.com/236669087">https://vimeo.com/236669087</a>	2,2
50	50_CounterpointsArts	KO	Mülteciler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=o4FmA8mvdDM">https://www.youtube.com/watch?v=o4FmA8mvdDM</a>	1,41
51	51_Everyshirtmatter.	KO	Mülteciler	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/192088415">https://vimeo.com/192088415</a>	1,42
52	52_ImaginaryFriendSo	KO	Çocuklar	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/235369673">https://vimeo.com/235369673</a>	2,43

53	53_Childline	KO	Gençler	x	<a href="https://vimeo.com/195941226">https://vimeo.com/195941226</a>	0,5
54	54_Childline	KO	Çocuklar	x	<a href="https://vimeo.com/111340108">https://vimeo.com/111340108</a>	4
55	55_Tekrarlayanates.c	KO	Çocuklar	x	<a href="https://vimeo.com/324978826">https://vimeo.com/324978826</a>	4,05
56	56_TeenmentalHealth	KO	Gençler	x	<a href="https://vimeo.com/195691726">https://vimeo.com/195691726</a>	2,11
57	57_ENAFOS	KO	Gençler	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/293170743">https://vimeo.com/293170743</a>	1,01
58	58_ENAFOS	KO	Yetişkinler	Engelliler	<a href="https://vimeo.com/293172716">https://vimeo.com/293172716</a>	1,07
59	59_ENAFOS	KO	Yetişkinler	x	<a href="https://vimeo.com/293173118">https://vimeo.com/293173118</a>	1
60	60_ENAFOS	KO	Yetişkinler	Engelliler	<a href="https://vimeo.com/293173927">https://vimeo.com/293173927</a>	0,55
61	61_CDC	KO	Yetişkinler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=fXwvdN4XnKU&amp;feature=emb_title">https://www.youtube.com/watch?v=fXwvdN4XnKU&amp;feature=emb_title</a>	0,15
62	62_Coeliac.org.au	KO	Gençler	Yetişkinler	<a href="https://vimeo.com/260175308">https://vimeo.com/260175308</a>	0,3
63	63_Hounslow Council	KO	Engelliler	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/153564472">https://vimeo.com/153564472</a>	3

64	64_UNICEF	KO	Engelliler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=3SzazN2OrsQ">https://www.youtube.com/watch?v=3SzazN2OrsQ</a>	1,23
65	65_Helpage.org	KO	Yaşlılar	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/46083458">https://vimeo.com/46083458</a>	3,01
66	66_UN	KO	LGBT+	Kadınlar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=iMwvdz2YvI0">https://www.youtube.com/watch?v=iMwvdz2YvI0</a>	1,47
67	67_MapMS	KO	Yetişkinler	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/24160677">https://vimeo.com/24160677</a>	0,35
68	68_UçanSüpürge	KO	Kadınlar	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/278630405">https://vimeo.com/278630405</a>	2,18
69	69_AFC	KO	Çocuklar	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/146225208">https://vimeo.com/146225208</a>	2,4
70	70_StartingWithWomen	KO	Kadınlar	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/246555316">https://vimeo.com/246555316</a>	1,26
71	71_PortekizDişçileri	KO	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/396973132">https://vimeo.com/396973132</a>	3,1
72	72_BristolAgingBette	KO	Yaşlılar	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=NK381zwvrrU">https://www.youtube.com/watch?v=NK381zwvrrU</a>	2,48
73	73_RLS	KO	Gençler	Yetişkinler	<a href="https://vimeo.com/176234253">https://vimeo.com/176234253</a>	0,3
74	74_IKEA	K	Mülteciler	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/147302603">https://vimeo.com/147302603</a>	2,35

75	75_BBC	K	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/44516196">https://vimeo.com/44516196</a>	3,26
76	76_BBC	K	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/167297561">https://vimeo.com/167297561</a>	5,02
77	77_BBC	K	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/52165803">https://vimeo.com/52165803</a>	5,3
78	78_NewYorkTimes	K	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://www.nytimes.com/video/conception">https://www.nytimes.com/video/conception</a>	4,13
79	79_Post-OfficeStudio	K	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/242915088">https://vimeo.com/242915088</a>	4,25
80	80_AparatoStudio	K	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://vimeo.com/190614417">https://vimeo.com/190614417</a>	5,55
81	81_Bigflo&Oli	K	Mülteciler	Yoksullar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=gm328Z0JKjA">https://www.youtube.com/watch?v=gm328Z0JKjA</a>	6,42
82	82_BullionProductio	K	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/200664823">https://vimeo.com/200664823</a>	5,02
83	83_NewYorkTimes	K	LGBT+	x	<a href="https://vimeo.com/298462898">https://vimeo.com/298462898</a>	4,4
84	84_MINT	K	LGBT+	x	<a href="https://vimeo.com/332517976">https://vimeo.com/332517976</a>	0,3
85	85_DiscoveryH&H	K	LGBT+	x	<a href="https://vimeo.com/245996211">https://vimeo.com/245996211</a>	0,16



86	86_mbib.com	K	Çocuklar	Etnisite	<a href="https://vimeo.com/340975556">https://vimeo.com/340975556</a>	0,45
87	87_CNN	K	Yetişkinler	Etnisite	<a href="https://vimeo.com/256982083">https://vimeo.com/256982083</a>	1,1
88	88_TheStudio	K	Çocuklar	Etnisite	<a href="https://vimeo.com/282755695">https://vimeo.com/282755695</a>	6,36
89	89_CartoonNetwork	K	Çocuklar	x	<a href="https://vimeo.com/290348586">https://vimeo.com/290348586</a>	0,3
90	90_CNN	K	Gençler	x	<a href="https://vimeo.com/251292404">https://vimeo.com/251292404</a>	3,23
91	91_ShakingGodspeed(K	K	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/120872516">https://vimeo.com/120872516</a>	2,49
92	92_Koloto(Klip)	K	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/162551938">https://vimeo.com/162551938</a>	0,46
93	93_Google	K	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/402338054">https://vimeo.com/402338054</a>	0,45
94	94_MTV	K	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/160100410">https://vimeo.com/160100410</a>	0,45
95	95_MTV	K	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/160100412">https://vimeo.com/160100412</a>	0,45
96	96_AnchorpointStudio	K	Yetişkinler	x	<a href="https://vimeo.com/331804258">https://vimeo.com/331804258</a>	1,26

97	97_WorldBank	K	Engelliler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=VjxFhEbCLmM&amp;feature=emb_title">https://www.youtube.com/watch?v=VjxFhEbCLmM&amp;feature=emb_title</a>	1,41
98	98_LeoParma	K	Yetişkinler	x	<a href="https://vimeo.com/329402372">https://vimeo.com/329402372</a>	0,17
99	99_ALineBirdsCannotS	B	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=vOSXqiyToZM">https://www.youtube.com/watch?v=vOSXqiyToZM</a>	
100	100_CaracolCruzando	B	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=WFwxJTAWnHk">https://www.youtube.com/watch?v=WFwxJTAWnHk</a>	
101	101_LightsforGita	B	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=lpQOotnTUdE">https://www.youtube.com/watch?v=lpQOotnTUdE</a>	
102	102_ThePhysics of So	B	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=eenzK-QQolk">https://www.youtube.com/watch?v=eenzK-QQolk</a>	
103	103_HardSteps	B	Mülteciler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ieRTkvBfjUA">https://www.youtube.com/watch?v=ieRTkvBfjUA</a>	
104	104_We are the Immigr	B	Mülteciler	Etnisite	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=FvMxIWmYExI">https://www.youtube.com/watch?v=FvMxIWmYExI</a>	
105	105_InScento fGeranium	B	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=y_l6TyDudk8">https://www.youtube.com/watch?v=y_l6TyDudk8</a>	
106	106_TheBox	B	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=KwCtWfwYlkw">https://www.youtube.com/watch?v=KwCtWfwYlkw</a>	
107	107_La Montagne magiq	B	Mülteciler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-aZpmz_qCOM">https://www.youtube.com/watch?v=-aZpmz_qCOM</a>	

108	108_Weeds	B	Mülteciler	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-MES9rJmWKQ">https://www.youtube.com/watch?v=-MES9rJmWKQ</a>	
109	109_Laymun	B	Mülteciler	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/222105012">https://vimeo.com/222105012</a>	
110	110_TheWall	B	Mülteciler	Yaşlılar	<a href="https://vimeo.com/204952332">https://vimeo.com/204952332</a>	
111	111_Nowhere Line:Voice	B	Mülteciler	Hükümlüler	<a href="https://vimeo.com/152158702">https://vimeo.com/152158702</a>	
112	112_Crayona	B	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/272095354">https://vimeo.com/272095354</a>	
113	113_PaperOr Plastic	B	Mülteciler	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/319979381">https://vimeo.com/319979381</a>	
114	114_HowAreYou Today?	B	Gençler	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/250630787">https://vimeo.com/250630787</a>	
115	115_ImFineThanks	B	Gençler	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/28264507">https://vimeo.com/28264507</a>	
116	116_Ayny	B	Mülteciler	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/207347102">https://vimeo.com/207347102</a>	
117	117_ThenI ComeByBoat	B	Mülteciler	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/133805771">https://vimeo.com/133805771</a>	
118	118_Waves'98	B	Mülteciler	Gençler	<a href="https://vimeo.com/252441577">https://vimeo.com/252441577</a>	

119	119_Invisible Barriers	B	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/152778504">https://vimeo.com/152778504</a>	
120	120_WayOfGi ants	B	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/302154312">https://vimeo.com/302154312</a>	
121	121_AmongTheBlackWave	B	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/160769658">https://vimeo.com/160769658</a>	
122	122_Munition nettesnet	B	Kadınlar	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/160604620">https://vimeo.com/160604620</a>	
123	123_Superven us	B	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/313814996">https://vimeo.com/313814996</a>	
124	124_Hedgehog	B	Çocuklar	x	<a href="https://vimeo.com/276013718">https://vimeo.com/276013718</a>	
125	125_TheRiver	B	Çocuklar	Gençler	<a href="https://vimeo.com/131247018">https://vimeo.com/131247018</a>	
126	126_Dumpling	B	Çocuklar	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/265839576">https://vimeo.com/265839576</a>	
127	127_NSPPC: Pete'sStory	B	Gençler	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/108303152">https://vimeo.com/108303152</a>	
128	128_GirlInThe Hallway	B	Çocuklar	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/363023845">https://vimeo.com/363023845</a>	
129	129_TheStainedClub	B	Çocuklar	Yoksullar	<a href="https://vimeo.com/351995036">https://vimeo.com/351995036</a>	

130	130_CloseTheShutters	B	Yaşlılar	x	<a href="https://vimeo.com/266100879">https://vimeo.com/266100879</a>	
131	131_HorsSaison	B	Yaşlılar	Kadınlar	<a href="https://vimeo.com/224652240">https://vimeo.com/224652240</a>	
132	132_DolceVita	B	Yaşlılar	x	<a href="https://vimeo.com/291894039">https://vimeo.com/291894039</a>	
133	133_Perpet	B	Yetişkinler	Hükümlüler	<a href="https://vimeo.com/161610186">https://vimeo.com/161610186</a>	
134	134_GörünmezDuvarları	B	Gençler	LGBT+	<a href="https://vimeo.com/153500682">https://vimeo.com/153500682</a>	
135	135_Tough	B	Gençler	Etnisite	<a href="https://vimeo.com/223024285">https://vimeo.com/223024285</a>	
136	136_CartoonForPeace	B	Yoksullar	Yetişkinler	<a href="https://vimeo.com/45398651">https://vimeo.com/45398651</a>	
137	137_CartoonForPeace	B	Yoksullar	Yetişkinler	<a href="https://vimeo.com/25250186">https://vimeo.com/25250186</a>	
138	138_CartoonForPeace	B	Yoksullar	Yetişkinler	<a href="https://vimeo.com/49370097">https://vimeo.com/49370097</a>	
139	139_CartoonForPeace	B	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/23237682">https://vimeo.com/23237682</a>	
140	140_CartoonForPeace	B	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/24572890">https://vimeo.com/24572890</a>	

141	141_CartoonForPeace	B	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/54839572">https://vimeo.com/54839572</a>	
142	142_CartoonForPeace	B	Kadınlar	x	<a href="https://vimeo.com/25146960">https://vimeo.com/25146960</a>	
143	143_CartoonForPeace	B	Yoksullar	x	<a href="https://vimeo.com/51928758">https://vimeo.com/51928758</a>	
144	144_Mr.CarefreeButter	B	LGBT+	Gençler	<a href="https://vimeo.com/214444491">https://vimeo.com/214444491</a>	
145	145_UnderCovers	B	LGBT+	Yetişkinler	<a href="https://vimeo.com/350853814">https://vimeo.com/350853814</a>	
146	146_In a Heartbeat	B	LGBT+	x	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=sAaqLIsOmCE">https://www.youtube.com/watch?v=sAaqLIsOmCE</a>	
147	147_TheTurningPoint	B	Yoksullar	x	<a href="https://vimeo.com/382324656">https://vimeo.com/382324656</a>	
148	148_Otto	B	Engelliler	Çocuklar	<a href="https://vimeo.com/288559456">https://vimeo.com/288559456</a>	
149	149_Present	B	Engelliler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=WjqiU5FgsYc">https://www.youtube.com/watch?v=WjqiU5FgsYc</a>	
150	150_Ian	B	Engelliler	Çocuklar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DpzncGkSqF4">https://www.youtube.com/watch?v=DpzncGkSqF4</a>	

## EK-2: Storyboard (Öykü Taslağı)



"Alol Sonraki botla gidiyorsun. Can yelegi için 300\$ daha getir. Benden haber bekle, arayacağım. Ha, bir de, fazla eşya getirme, çok yürüyeceksin..."



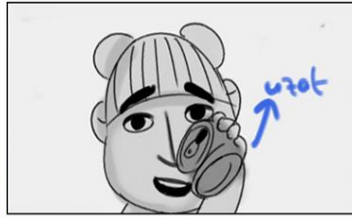
Teneke batmaya başlar.



Uzaklaşarak bakmaya devam eder, bir ses duyar.



Küçük kız tenekeyi sürüyerek gelir, tenekeyi uzatır. Annesi kızarak gelir ve kızı götürür.



Tenekeyi uzatır.



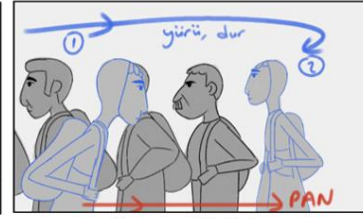
Kalabalık konuşur (Rabarba)



Yokuştan çıkarak yürür.



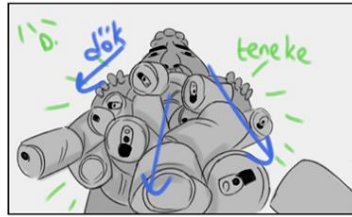
Depoya doğru yürümeye devam eder.



Sıra sonuna doğru ilerler.



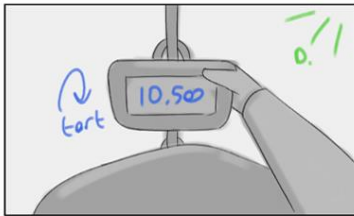
Çantalar verilir.



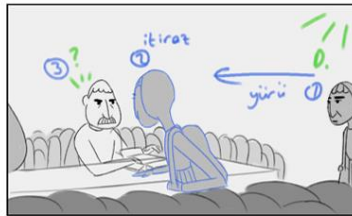
Çantadaki tenekeer boşaltılır.



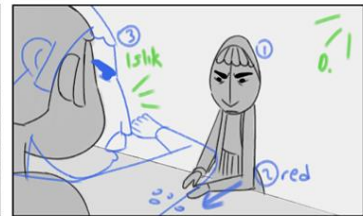
Tartılır, yüksek sesle: "10 kilo"



10,560 kilo tartılır



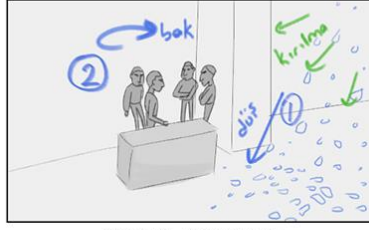
Sırayla paralar alınır. Genç kadın duraksar.



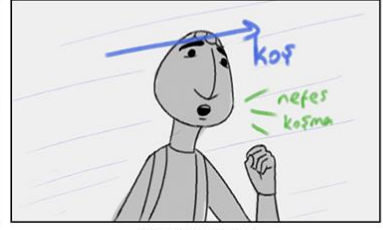
Kadın, verilen paraya itiraz eder. Adam ışıkla diğer adamları çağırır.



Dışarı atılır, çalan telefonu düşer, bozulur. Kızar. Yerden taş alıp yavaşça kalkar, cama bakar.



Cam kırılır, adamlar şaşırır.



Genç kadın koşar.



Adamlar koşar.



Genç kadın koşar.



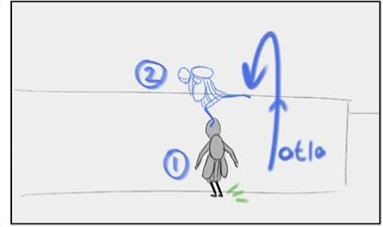
Adamlar koşar.



Genç kadın arkasına bakarak koşar.



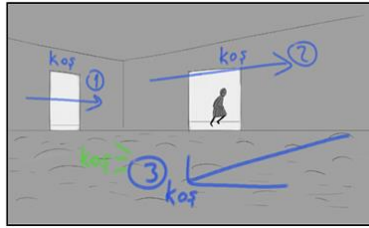
Adamlar koşar.



Duvardan atlar.



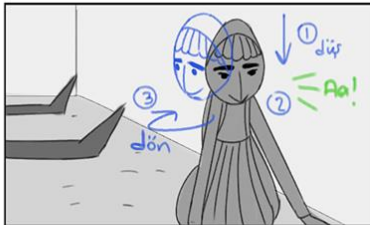
Atlar, içeri yürür.



İçerde koşar.



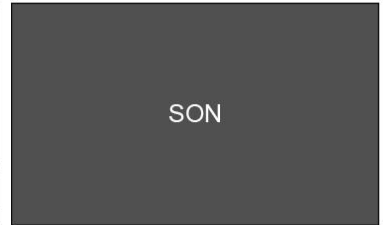
Pencereden dışarıyı izlerken takılıp düşer.



Düşer, takıldığı şeye yönelir.



Bacakları görüp korkar. Başka kadınları hatırlar. Bakacaklar. Telefonu çalar. Dışarıyı ve içeriği kontrol eder. Çalan telefonla dışarı çıkar.



SON



### EK-3: Karakter Sayfaları

