



NWSA-Humanities
ISSN: 1306-3111/1308-7320
NWSA ID: 2014.9.2.4C0183

Status : Original Study
Received: January 2013
Accepted: April 2014

E-Journal of New World Sciences Academy

Nazım Ankaralığil

Ege University, nankaraligil@yahoo.com, İzmir-Turkey

<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2014.9.2.4C0183>

TÜRKİYE'DE ÇOCUKLARA YÖNELİK TELEVİZYON YAYINLARININ TİCARİLEŞMESİ VE ÇOCUK TELEVİZYON KANALLARI

ÖZET

Tüm dünyada özellikle 20. Yüzyılın son çeyreğinde gelişen iletişim teknolojileri ve hızla değişen ekonomik, sosyal ve politik ortam, yayıncılık alanını büyük bir hızla ticarileştirmiştir. Türkiye 1990'lı yılların başında bu ticarileşme sürecine dahil olmuş, özel yayıncı kuruluşlar büyük bir sayı ve çeşitliliğe ulaşmıştır. Yayıncılık alanının ticarileşmesi, farklı hedef kitlelere ulaşmak isteyen tematik kanalların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Çocuklara yönelik televizyon kanallarının sayısı da bu süreçte artmaya başlamış, 2000'li yıllardan sonra yeni çocuk televizyon kanalları kurulmasında bir yükselme yaşanmıştır. Türkiye'de öncelikle yabancı menşeli çocuk televizyonları yayına başlamış, ardından yerli çocuk kanalları kurulmuştur. Çalışma kapsamında Türkiye'de yayın yapan tüm çocuk kanalları, çocuk televizyonlarının medya sahipliği, hedef kitleleri ve program üretimleri incelenmektedir. Türkiye'deki uydu yayıncılığı, kablo TV, karasal yayıncılık, iptv ve dijital yayıncılık platformları bağlamında çocuk kanallarının dağılımı ve çocuk yayıncılığı sektörü analiz edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk, Televizyon, Medya, Türkiye, Çocuk Televizyonları.

THE COMMERCIALIZATION OF CHILDREN'S TELEVISION BROADCASTING AND CHILDREN'S TELEVISION CHANNELS IN TURKEY

ABSTRACT

All over the world, especially in the last quarter of the 20th century, emerging communication technologies and rapidly changing economic, social and political environments commercialized broadcasting sector at a great pace. Turkey was involved in this period of commercialization at the beginning of the 1990s; commercial broadcasters have reached a great number and variety. The commercialization of broadcasting sector led to the occurring of thematic television channels, which aimed to reach different target groups. The number of children's television channels started to rise in this period and after the 2000s there has been a massive increase in establishing new children's television channels. In Turkey, outside capitalized children's television channels have started to broadcast at first and then national children's televisions have been established. In this research, all children's television channel broadcasting in Turkey and ownerships, target groups and program productions of the children's television will be analyzed. The distribution of children's channel and children's broadcasting industry in Turkey are analyzed in the context of satellite broadcasting, cable TV, terrestrial broadcasting, IPTV and digital broadcasting platforms which transmits contents to public.

Keywords: Children, Television, Media, Turkey, Children's Television Channels.



2. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Dünyada televizyon yayıncılığı ABD gibi birkaç istisna ülke dışında genel olarak devlet eliyle başlamış, devlet televizyonları ülke idaresinin denetimleri altında yayınlarını sürdürmüşlerdir. Kitle iletişim araçlarının devlet kontrolünde olması anlayışı, 1960'lı ve 70'li yıllardaki sosyal, politik ve ekonomik değişimler ve özellikle yayıncılık teknolojisindeki gelişmelerle değişmiştir. 1980'li yıllarda ABD'nin başının çektiği liberal politikaların yükselişe geçmesiyle, özellikle Avrupa'da ve dolayısıyla Türkiye'de bir deregülasyon süreci yaşanmıştır. Tüm sektörlerde olduğu gibi yayıncılık sektöründe de serbest rekabet ve özel girişimlerin önü açılmış, sosyal talepler de bu gidişatı desteklemiştir. Türkiye'de 1990 yılından başlayarak özel yayıncıların sayısı hızla artmış, beş yıl içinde özel televizyon kanalı sayısı onlarla özel radyo sayısı ise yüzlerle ifade edilir hale gelmiştir. Yasal düzenlemeler, medya-siyaset ilişkisi ve medya sahipliği konularında kimi zaman büyük sıkıntılar yaşanmasına rağmen Türkiye'de özel yayıncılık geri döndürülemez biçimde yerleşmiştir. Bugün Türkiye'de çeşitli mecralarda yayın yapan 550'nin üzerinde televizyon kanalı bulunmaktadır.

Televizyon kanalı sayısındaki söz konusu artışta, izleyici talepleri ve medya gruplarının reklam gelirlerini arttırma çabası etkili olmuştur. Tüm izleyicilere hitap eden, dolayısıyla her yaşta her kesimden insana yönelik bir program yelpazesi oluşturmaya çalışan klasik yayıncılık anlayışının yerini, izleyicilerin ilgi alanlarına yönelik yayın yapan ve belirli hedef kitleleri olan tematik yayıncılık anlayışı almıştır. Yayıncıların buradaki temel amacı, belirli bir hedef kitleye ulaşarak o kitleye yönelik üretim yapan firmaların reklamlarını ve sponsorluklarını daha fazla alabilmek, dolayısıyla daha fazla gelir elde edebilmektir.

Dünyada ve Türkiye'de tematik yayınlar önce spor, haber, müzik kanalları gibi daha genel alanlarda başlamış, daha sonra gittikçe spesifikleşerek özel hobi kanallarına varıncaya dek çeşitlenmiştir. Çocuklara yönelik yayın yapan tematik kanallar, ABD'deki erken dönem istisnaları hariç tutulursa, yayıncılıktaki genel gelişmelere paralel olarak 1990'lı yılların ikinci yarısında artmaya başlamıştır. 2000'li yıllarda bilgisayar ve yayıncılık teknolojilerinin, özellikle de animasyon tekniklerinin gelişmesi ve ucuzlaması ile çocuk kanallarının sayısında büyük bir patlama yaşanmıştır. Kanallar gittikçe yaş gruplarına göre ayrılmış, aynı yayın grubunun farklı çocukluk dönemlerine hitap eden çok sayıda çocuk kanalı olmaya başlamıştır. Türkiye de bu sürecin dışında kalmamış ve özellikle 2007'den sonra Türkiye'de yayın yapan yabancı ve ulusal çocuk kanallarının sayılarında büyük bir artış olmuştur.

Çocuk kanallarının sayısının artmasında, Türkiye'de medya sektöründe yaşanan rekabetin ve izleyicilerin televizyon yayınlarına ulaşabildikleri mecraların artmasının da önemli bir etkisi olmuştur. 1990'lı yılların başında sadece karasal analog yayın yapılan Türkiye'de bugün karasal yayın, uydu, ipTV ve kablo TV yayını yapılmakta, farklı işletmeciler tarafından bu yayın mecraları kullanılarak izleyicilere ücretli paket kanallara erişim imkanı sağlanmaktadır. Özellikle dijital yayıncılık platformlarının çeşitlenmesi ve rekabeti çocuk kanallarının sayısındaki artışta etkili olmuştur.

Çalışma kapsamında çocuklara yönelik yayınların ticarileşmesi üzerine genel bir değerlendirme yapıldıktan sonra, hâlihazırda Türkiye'de yayın yapan çocuk kanalları incelenmektedir. Çalışmada dönemsel olarak Türkiye'de yayına başlamış, ancak bugün yayın yapmayan kanallar dikkate alınmamaktadır. Türkiye'de çocuk televizyonculuğu sektörünü daha iyi açıklayabilmek amacıyla çocuk kanallarının ait



oldukları gruplar ve hedef aldıkları çocuk yaş grupları da değerlendirilmektedir. Bununla beraber hangi çocuk kanalının hangi mecralarda yayın yaptığı ele alınmakta, Türk yayıncılık sektöründe çocuk kanallarının artışı ve özellikleri bu bağlamda değerlendirilmektedir. Son olarak Türkiye’de çocuk programlarının ve animasyonların üretilmesi konusuna da makale içinde yer verilmektedir.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Çocuklara yönelik yayınların ticarileşmesi ve tamamen çocuklara yönelik yayın yapan televizyon kanallarının ortaya çıkması hem yayıncıların çocuklara yaklaşımını hem de çocuk-televizyon ilişkisini değiştirmiştir. Sektör olarak yayıncılar, hedef aldıkları yaş gruplarına göre giderek spesifikleşen çocuk kanallarıyla farklı mecralarda yer alma yarışı vermektedir. Bu husustaki rekabet yerel ve küresel ölçekte devam etmektedir. Bununla birlikte çocuk kanalları için program ve içerik üretimi önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyadaki genel eğilime benzer olarak Türkiye’de de sayıları hızla artan çocuk televizyonları üzerine yapılmış akademik çalışmalar yok denecek kadar azdır. Söz konusu kanalların hem sektörel yapısı, hem de günde ortalama 5,5 saat televizyon seyredilen Türkiye’deki çocuk gelişimi üzerindeki etkileri yeterince irdelenmemiştir. Türkiye’de yayın yapan tüm çocuk kanallarını; hedef kitlelerini, yayın mecralarını, medya aidiyetlerini ve içerik yapılarını göz önünde bulundurarak genel bir çerçevede karşılaştırmalı olarak inceleyen bu araştırma, aynı zamanda bir sektör profili ortaya koyması bakımından önem kazanmaktadır.

3. ÇOCUKLARA YÖNELİK TELEVİZYON YAYINLARININ TİCARİLEŞMESİ (THE COMMERCIALIZATION OF CHILDREN’S TELEVISION BROADCASTING)

1980’li yılların başında yeni bir düzlemde ortaya çıkan küreselleşme dalgası, dünya ölçeğinde yerleşik sosyo-ekonomik ve kültürel yapıları kökten dönüştürücü rol oynamıştır. Yeni ekonomi politik gerçeklik, sosyal devlet anlayışından ziyade neo-liberal politikaların ikame edildiği bir vasatta yeniden kurgulanmıştır (İlhan, 2012:236). Neo-liberal politikaların kökenini oluşturan serbest piyasayı savunanların temel savlarından biri, piyasa ve demokrasi arasında bağlantı sağlayan basın ve medyanın mutlaka özgür olması gerektiğidir. Vatandaşların farklı görüşlere ve enformasyona ulaşmaları elzemdir (O’Neill, 1998:30). Konuya eleştirel yaklaşan kesimler ise medyanın kapitalizmin yeni birikim modeli içinde önemli bir yer tuttuğunu, kitleleri uydu haberleşmesinin tüketicisi yapabilmek için telekomünikasyon ve radyo-televizyon alanlarında özelleştirmelere gidilmesinin zorunlu olduğunu vurgulamakta ve başta Avrupa olmak üzere dünyada radyo-televizyon yayıncılığını değiştiren sürecin altında bu nedenlerin yattığını savunmaktadır (Kaya, 2001:67). Bu konudaki tartışmalar ayrı bir çalışma konusu olmakla birlikte, yeni liberal anlayışın kendisini en fazla gösterdiği alanlardan birinin medya olduğu açıkça görülmektedir. Medyada yaşanan neo-liberal sürecin temel kavramı ise deregülasyondur. Pekman’ın belirttiği gibi (2005:255-259, deregülasyon süreci, öncelikle ABD’de güçlü bir biçimde kendini göstermiştir. 1980’li yılların ABD Başkanı Reagan’la özdeşleşen neo-liberal politikalar ve medya mülkiyet yapısıyla ilgili düzenlemelerin gevşetilmesi; medyanın da herhangi bir endüstriyle eşdeğer tutulması ve medya ürünlerinin de herhangi bir ürün gibi değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. ABD’de başlayan sürecin Avrupa’ya büyük bir etkisi olmuş, ABD’nin yakından bildiği ticari yayıncılık ve uluslararasılaşma gibi kavramlarla tanışan Kıta Avrupası’nda radyo ve televizyon yayıncılığı liberalize edilmiş ve özel sektöre açılmıştır.



Yayıncılık alanının özel sektöre açılması Avrupa'da olduğu kadar Türkiye'de de köklü değişimlere neden olmuştur. Özel radyo ve televizyon yayıncıların sayısı hızla yükselmiştir. Dijital yayıncılık teknolojilerinin gelişmesi ve ucuzlaşmasının ardından program üretim ve yayıncılık maliyetlerinin düşmesi, 2000'li yıllarda özel yayıncı kuruluş sayının katlanarak artmasına yol açmıştır. 2012 yılsonu itibarıyla Türkiye'de 23'ü ulusal olmak üzere toplam 553 televizyon ve 1120 radyo kanalı yayın yapmaktadır (TUYAD, 2012). Türkiye'de özel yayıncılığa geçişin çok sesliliği getirdiği ve daha özgür bir iletişim ortamı sağladığı yadsınamaz bir gerçektir. Ancak sivil girişimcilerin bir sektöre yatırım yapmaktaki öncelikli ve birincil amaçlarının kâr elde etmek olduğu da açık bir gerçektir. Bu nedenle yayıncılık alanı dünyadaki gelişmelere paralel olarak hızla ticarileşmiş, izleyici yaklaşımından tüketici yaklaşımına bir evrilme olmuştur. Ankaralıgil'in (2012:369-370) Türkiye'deki televizyon yöneticileri üzerine yaptığı araştırma, sektör yöneticileri nazarında ekonomik etmenlerin ve kârlılık oranını yükseltme çabalarının diğer tüm faktörlerden daha ön planda olduğunu göstermektedir.

Kâr elde amacındaki özel yayıncıların 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren yoğun bir şekilde yöneldikleri alanlardan biri de tematik yayıncılık olmuştur. Yaşanan toplumsal değişimlerin etkisi, sosyal ilişkilerdeki değişim ve bireysel taleplerin ön plana çıkmasıyla tematik yayıncılığın toplam yayıncılık içindeki payı gün geçtikçe artmıştır. Bu doğrultuda tüketici olarak görülen izleyicinin, belirli profillerini hedef kitle olarak kabul edip, ilgi alanları saptanmış izleyicilere yönelik yayınlara ağırlık verilmiştir. Serbest piyasa ekonomisi içindeki diğer sektörlerin, çok iyi bir tüketici olduklarını yayıncılık sektöründen önce fark ettiği bir toplum kesimi de çocuklardır. Ritzer (2000:64) marketlerde çocuklara yönelik yiyeceklerin genellikle alt raflara konulduğunu, bunun çocukların sadece ürünü görmeleri için değil aynı zamanda ellerine alıp ebeveynlerine satın almaları için yalvarmalarına olanak sağlamak için yapıldığını belirtir. Bu durumda raf düzenlemesinin temel amacı, çocuk tüketiciye ulaşip çocuk-ebeveyn ilişkisini de kullanarak ürün satışını gerçekleştirmektir. Son yıllarda Türkiye'de yaşanan çocuk televizyon kanallarının sayısındaki artışı da Ritzer'in market pazarlama stratejisi saptaması üzerinden okumak mümkündür. Çocuklara yönelik yayıncılığın sosyolojik ve psikolojik boyutları bu çalışmanın kapsamına girmemekle birlikte ayrı çalışma konuları olarak değerlendirilmelidir.

Reklamlara ve televizyon mesajlarına karşı korumasız olan çocuklara yönelik televizyon yayınlarının ticarileşmesiyle birlikte, söz konusu yayınların denetimsiz serbest piyasa şartları altında ne kadar tehlikeli boyutlara varabileceğini gören kanun koyucular da harekete geçmiştir. Çocukların zararlı içeriklerden etkilenmemeleri ve istismar edilmemeleri için çeşitli düzenlemeler getirilmiştir. Bu düzenlemeler ulusal ve uluslararası boyutlardadır. Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, Avrupa Konseyi İnsan Hakları ve Ana Hürriyetlerini Korumaya Dair Sözleşme ve Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme gibi temel düzenlemeler ayrı tutulursa, Avrupa'da çocukların zararlı içeriklerden ve yayınlardan korunmasına yönelik düzenlemeler Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi ve Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi olarak sıralanabilir. Türkiye'nin televizyon yayıncılığına yönelik hukuki düzenlemelerinde çocukların korunmasına dair ilk hükümler, Avrupa Konseyi ve Avrupa Birliği ile ilişkilerin neticesinde değişen mevzuat ile getirilmiştir. Türkiye kendi iç hukukunda 0-18 yaş arasındaki vatandaşlarını çocuk olarak kabul etmekte, öncelikle anayasa ve kanunlarla, yayıncılık alanına özel olarak ise 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş



ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun ve ilgili yönetmeliklerle çocukları korumaktadır. 6112 sayılı kanunun çalışmayı ilgilendiren bir düzenlemesi de 14. Maddenin 3. Bendindeki (R.G.: 03.03.2011/27863) "genel ve tematik içerikli yayın yapan televizyon kuruluşlarının, çocuk yayınlarında çizgi filmlere yer vermeleri hâlinde, çizgi filmlerin en az yüzde yirmisinin, diğer çocuk programlarının en az yüzde kırkının Türkçe dilinde üretilmiş yapım olması ve Türk kültürünü yansıtması zorunludur" şeklindeki düzenlemedir. Çalışma içinde görüleceği üzere söz konusu düzenlemenin Türk animasyon ve çocuk program yapımını sektörleri üzerinde ciddi etkileri olmuştur.

Türkiye'nin de üye olduğu Avrupa Görsel-İşitsel Gözlemevi'nin (EAO-European Audiovisual Observatory) 2013 yılında hazırladığı "Çocuklar ve Görsel-İşitsel Hizmetler" başlıklı çalışması çocuk televizyonlarının Avrupa çapında ulaştığı noktayı göstermesi bakımından önem arz etmektedir. Araştırmaya göre (EAO, 2013:45-62) Avrupa içinde 330 çocuk kanalı bulunmaktadır. Sadece çocuklara yönelik yayın yapan 330 kanal olması, bu sektörün ulaştığı boyutu ve ekonomik değerini göstermektedir. Ancak toplam 330 kanal içinde sadece 21 kanal kamu yayıncılarına aittir. Bu durumda sektörde kâr amaçlı hareket eden özel kuruluşların büyük bir ağırlığı bulunmaktadır. Diğer yandan Avrupa Birliği'nin Avrupa kültürünü desteklemeye ve Avrupa içindeki görsel-İşitsel üretimi arttırmaya yönelik tüm çabalarına rağmen ABD menşeli kanalların Avrupalı rakiplerine göre büyük bir sayısal üstünlüğü bulunmaktadır. Çeşitli Avrupa ülkelerinde ABD şirketleri olan Disney Grubu'nun 63, Time Warner'ın (Cartoon Network-Boomerang) 50 ve Viacom'un (Nickelodeon) 44 çocuk televizyonu bulunmaktadır. Söz konusu çocuk kanallarının çoğu ücretsiz yayın mecralarında yer almakta olup kablo, uydu ve IPTV üzerinden ücretli olarak yayın yapan çocuk kanalları da bulunmaktadır. Türkiye'de de çocuk kanallarının menşei, yayın mecraları ve hedef kitleleri farklılık göstermektedir. Türkiye'deki çocuk televizyon kanallarını söz konusu özelliklerine göre incelemek, sektörün yapısını daha iyi anlamak bakımından yararlı olacaktır.

4. TÜRKİYE'DE ÇOCUK TELEVİZYON KANALLARI (CHILDREN'S TELEVISION CHANNELS IN TURKEY)

Türkiye'de yayın yapan 18 çocuk kanalının sermaye yapıları ve bağlı oldukları gruplar çeşitlilik arz etmektedir. Bu durum rekabetçi bir piyasanın da göstergesidir. Devlet televizyonun çocuk kanalı bulunduğu gibi, yabancı-yerli ortaklığıyla yayın yapan çocuk kanalları da bulunmakta; aynı zamanda yabancı kanalların yerli ortak almaksızın doğrudan Türkiye ofislerini kurarak yayıncılık yaptıkları da görülmektedir. Bu noktada Türkiye'de çocuk kanallarının hedef kitlelerine, yönetim ve sermaye yapılarına ayrıntılı bakmak daha açıklayıcı olacaktır.

4.1. TRT Çocuk Kanalı (TRT Child Channel)

TRT Çocuk kanalı, Türkiye Cumhuriyeti'nin devlet televizyonu olan Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'na bağlı bir kanal olarak 1 Kasım 2008 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. TRT Çocuk resmi web sitesinde TRT Çocuk'un hedef kitlesinin 3-14 yaş grubu çocuklar olduğu belirtilmektedir (TRT Çocuk, 2013). TRT çocuk içinde yayınlanan programlar format ve menşei bakımından çeşitlilik arz etmektedir. Söz konusu kanalda çocuklara yönelik televizyon dizileri, animasyon diziler, kukla şovları ve yarışma programları yer almaktadır. Bu programların çoğunluğu yabancı menşeli olmakla birlikte yerli yapımların ekranda yayınlanma süresi yabancı yapımlara göre daha fazladır. TRT Çocuk ekranlarında 9 adet 9-12 yaş grubuna, 7 adet okul öncesi yaş grubuna ve 1 adet 6-12 yaş grubuna hitap eden toplam 17



adet yerli yapım program bulunmaktadır. Bu programlardan 14 adedi animasyon, 2 adedi gerçek çekim ve animasyon ve 1 adedi kukla animasyon türünde yapılmaktadır.

TRT çocuk 24 saat üzerinden yayın yapan bir çocuk kanalı değildir. Çocukların akşam yatma saatleri göz önünde bulundurularak saat 21.00'den sonra TRT Çocuk frekansından TRT Okul televizyonu yayına başlamaktadır. TRT Okul, hem yetişkinler hem de gençler için eğitime dair programlar yayınlayan bir televizyon kanalıdır. TRT Okul yayını sabah 07.00'a dek sürmekte ve mezkur saat itibarıyla TRT Çocuk yayını başlamaktadır.

TRT Çocuk kanalını Türkiye'de yayın yapan diğer çocuk kanallarından ayıran önemli özellik TRT çocuğun Tablo 6'da görüleceği üzere Türkiye'deki tüm mecralardan yayın yapması ve çok geniş bir izlerkitleye ulaşabilmesidir. TRT Çocuk hariç hiçbir kanal tüm mecralarda yer almamaktadır. Hem söz konusu durum hem de TRT Çocuk'un program seçimi ve üretiminde belirli bir standardı yakalaması nedeniyle TRT Çocuk kanalının izlenme oranlarının da ciddi bir başarıya ulaştığı görülmektedir. Çelik'in belirttiği gibi (2013), TRT Çocuk, kendisinden sonra gelen 13 çocuk kanalının toplamından daha fazla izlenmektedir. Türkiye'de TNS'nin yaptığı yeni izlenme oranı ölçümleri de aynı sonucu göstermektedir (Connectedvivaki, 2014). Buna göre TRT Çocuk, Ocak 2014'te ilk 50 program arasına 6, ilk yüz program arasında 17 program sokarak en çok izlenen 100 programın ortalama %10'una (bazı programların tekrar yayınlarının da ilk 100'de yer alması nedeniyle genel oran düşmektedir) tek başına sahip olmaktadır. TRT Çocuk'tan başka ilk 100'de programı olan çocuk kanalı bulunmamaktadır. Ayrıca RTÜK'ün (2013:32) 26 ilde ilköğretim, ortaokul ve lise düzeyinde toplam 4306 öğrenci arasında yaptığı araştırmada en çok izlenen çocuk kanalının %39.5 oranı ile TRT Çocuk olduğu saptanmıştır.

Diğer yandan TRT Çocuk kanalının belki de en önemli özelliği, Türk görsel-işitsel yayın sektörüne, özellikle de animasyon ve grafik tasarımı alanına büyük bir katkı sağlaması olmuştur. 6112 sayılı yasa ile yerli çocuk programı yapımlarının desteklenmesi ve TRT'nin bu konuda hassas davranması yerli animasyon sektörünün gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır. Altunok ve Altunok'un (2012:123) çalışmasında 3D Animasyon sektörünün önde gelen şirket yöneticilerinden olan Karakaş, TRT Çocuk'un bizzat kendisinin sektöre şu ana kadar verilen en büyük destek olduğunu açıkça belirtmektedir. Yerli yapımların sayısının artması ile TRT Çocuk, lisanslı yapımlarını yurt dışına ihraç etmeye başlayarak gelir elde eden bir kanal haline dönüşmüştür. Bu durum sektörün gelişmesine ve pazar alanlarını arttırmasına da katkı sağlamaktadır.

4.2. Disney Grubu Kanalları (Disney Channel, Disney Junior, Disney XD) (Disney Group Channels (Disney Channel, Disney Junior, Disney XD))

ABD Kaliforniya merkezli Walt Disney şirketinin Disney-ABC Televizyon Grubu'na bağlı çocuk kanalları olan Disney Channel, Disney Junior ve Disney XD, Türkiye'de tek bir gruba bağlı olarak yayın yapan üç farklı çocuk kanalıdır. Bu özelliğiyle Disney kanalları, Türkiye'de tek bir sermaye grubuna ait en fazla sayıda çocuk kanalını oluşturmaktadır.

Walt Disney Grubu, Digitürk ile yaptıkları lisans sözleşmesi neticesinde 29 Nisan 2007'de yalnızca Digitürk platformu üzerinden Disney Channel logosuyla Türkiye'de yayın hayatına başlamıştır (Mediacat, 2007). Disney Channel'ın Türkiye'de yayın hayatına başladıktan sonra kendi içinde yaptığı yeni düzenlemelerle farklı yaş gruplarına hitap eden yeni Disney kanallarının ortaya çıkması Türkiye yatırımını da etkilemiştir. Disney Channel logosu ile yayın yapan



çocuk kanalı daha çok ergenlik dönemi çocukları hedef alan (10-16 yaş grubu) bir kanal haline dönüşmüş, çizgi dizilerden ziyade gençlik dizilerine ve programlarına yayın akışında yer vermeye başlamıştır. Yine özellikle erkek çocukları hedef alan (6-14 yaş grubu) ve içeriğinde daha çok süper kahramanlar, macera ve aksiyon temelli çizgi filmler ve programlar yayınlanan *Disney XD* kanalı 13 Şubat 2009 tarihinde kurulmuştur. Yaş gruplarına göre yayınlarını profesyonelleştiren Disney Grubu, okul öncesi çocukları hedef alan (3-6 yaş) yeni kanalı *Disney Junior*'u ise 23 Mart 2012'de yayına sokmuştur. Böylece Walt Disney Grubu; Disney Channel, Disney XD ve Disney Junior'dan oluşan üç farklı çocuk kanalı ile yayın yapan bir grup haline gelmiştir.

Kısa sayılabilecek bir süreç içinde Disney Channel'ın kendi içinde hedef kitle ve kanal çeşitliliğini arttırması, uluslararası pazarlama stratejilerindeki değişim, Digtürk üzerinden yapılan yayının başarılı olması ve Türkiye'de yaşanan ekonomik hareketlilikle Türkiye pazarının yatırım yapılabilir görülmesi gibi etkenlerle Disney Grubu Türkiye'de doğrudan kendi ofisini açmaya karar vermiştir. Türkiye'de kurulan Disney Televizyon Yayıncılık A.Ş. 12 Ocak 2012'de Türksat 2A uydusu üzerinden şifresiz ve ücretsiz olarak Disney Channel yayınına başlamıştır. Disney Channel, söz konusu grubun Türkiye'de karasal yayın hariç tüm mecralarda yayın yapan kanalı olurken, Disney XD ve Disney Junior kanalları ise sadece ücretli platformlarda yayın yapmaktadır. Disney Grubu, Türkiye'de tek bir şirkete bağlı en fazla sayıda çocuk kanalıyla yayın yapan grup olma özelliğini taşımaktadır. Disney Channel da TRT Çocuk gibi yerli program üretimlerine; ayrıca yabancı formatların yerli reproduksiyonlarına yer vermektedir.

4.3. Minika Go ve Minika Çocuk Kanalı (Minika Go and Minika Child Channel)

Minika Go ve Minika Çocuk kanalları, Sabah-ATV medya grubunun çatı şirketi olan Turkuvaz Görsel ve İşitsel İletişim A.Ş. bünyesinde yer almaktadır. Türkiye'de hızla gelişen çocuk televizyonu yayıncılığı ve artan reklam gelirlerini göz önünde bulunduran Turkuvaz Medya Grubu, 28 Ocak 2011 tarihinde Minika logosuyla ilk çocuk kanalını yayına sokmuştur. Ancak kısa süre içinde farklı yaş gruplarına hitap eden kanalların reklam gelirleri açısından daha avantajlı olduğunun görülmesiyle Minika logolu kanal 20 Ocak 2012'de yayından çekilmiş ve aynı tarihte Minika Go ve Minika Çocuk isimleriyle iki farklı kanal yayın hayatına başlamıştır.

Minika Go kanalı, Disney Channel'a benzer özellikte 7-14 yaş arası çocukları hedef kitle olarak gören bir kanaldır. Yayın akışı ve program içerikleri de buna göre belirlenmiştir. Minika Go'nun Disney Channel'ın muadili olmasına benzer şekilde Minika Çocuk kanalı da Disney Junior kanalına benzer bir formata getirilmiş ve okul öncesi çocukları hedef alan yayınlara başlamıştır. Her iki kanalda da yerli ve yabancı yapımlar yer almaktadır.

4.4. Planet Çocuk Kanalı (Planet Child Channel)

Planet Çocuk logosuyla çocuklara yönelik tematik yayın yapan kanal, tamamı yerli sermayeye ait olan Planet Çocuk Televizyon Yayıncılığı A.Ş.'ye bağlıdır. Genellikle okul çağı çocuklarına yönelik yayın yapmakla birlikte okul öncesi dönem çocukları için de bazı programları bulunmaktadır. Test yayınlarının ardından 22 Ocak 2011 tarihinde asıl yayınlarına başlamıştır. Planet Çocuk Televizyon Yayıncılığı A.Ş., kendisiyle birlikte aynı gruba bağlı bulunan Planet Pembe Televizyon Yayıncılığı A.Ş., Planet Sinema Televizyon Yayıncılığı A.Ş. ve Planet Yerli Televizyon Yayıncılığı A.Ş. isimli dört şirketten oluşan Planet TV ve Uydu Platform İşletmeciliği



A.Ş.'nin bir alt şirketidir (Planet A.Ş., 2013). Planet Çocuk kanalının, özellikle başat programları arasında yer alan Ayas ve Leliko gibi animasyon yapımları yerli yapım şirketlerince üretilmektedir.

4.5. Yumurcak TV Kanalı (Yumurcak TV Channel)

Yumurcak TV, Türkiye'de yayın hayatına başlayan ilk yerli çocuk kanalıdır. Samanyolu Yayıncılık A.Ş.'nin alt şirketi olan Yumurcak Yayıncılık Hizmetleri A.Ş.'ye bağlı olan kanal, 25 Haziran 2007'de yayına başlamış, kısa sürede temel kablolu kanallar ve karasal yayın yayın hariç tüm mecralarda yayına geçerek Türkiye'nin en çok izlenen çocuk kanalı olmuştur; ancak TRT Çocuk'un yayın hayatına başlamasından sonra ikinci sıraya gerilemiştir. Yumurcak TV, 15'i yabancı 13'ü yerli yapım olmak üzere 28 çocuk programı yayınlamaktadır.

4.6. Kidz-Animez Kanalı (Kidz-Animez Channel)

Kidz-Animez çocuk kanalı MCD (Multi Channel Developers) Televizyon Yayıncılık A.Ş.'ne ait tamamı yerli sermayeli bir kanaldır. Kidz-Animez kanalı iki farklı türde yayın yapmaktadır. Bu yönüyle TRT Çocuk kanalına benzemektedir. Sabah 04.30 ile gece 21.30 arasında çocuklara yönelik Kidz logosuyla yayın yapan kanal, gece 21.30'dan sonra yetişkinlere yönelik Japon anime çizgi filmlerinden oluşan yayın kuşağına geçmekte ve logosunu Animez olarak değiştirmektedir. Burada altı çizilmesi gereken nokta, Animez yayınlarının kesinlikle çocuklara göre olmadığıdır. Bu yönüyle kanal, Türkiye'de anime türünde yayın yapan tek çizgi film kanalıdır.

Kidz-Animez'in sahibi olan MCD Televizyon Yayıncılık A.Ş., İngiliz Viacom şirketi ortaklığıyla Nickelodeon kanalını 2005 yılında Türkiye'de yayına başlatarak çocuk televizyonu yayıncılığına girmiş; ancak 2011'de sözleşmelerinin feshinin ardından kendi çocuk kanalını kurarak yoluna devam etmiştir. Kidz-Animez kanalı, deneme yayınlarının ardından 3 Şubat 2012'de tam zamanlı olarak yayına geçmiştir.

4.7. Smart Çocuk Kanalı (Smart Child Channel)

Doğan Yayıncılık A.Ş.'nin alt şirketlerinden biri olan Ekinoks TV ve Radyo Yayıncılık A.Ş. şirketine ait olan Smart Çocuk, tamamı yerli sermaye olan bir çocuk kanalıdır. Doğan Grubu'nun 2006 yılında yayın hayatına başlayan D Çocuk televizyonunu kapatması ve yenilenmeye gitmesiyle Smart Çocuk ismini alan çocuk kanalı 19 Ekim 2010'da yayına başlamıştır. D-Smart ve Türksat 3A üzerinden sabah 06.00 ile gece 23.00 saatleri arasında yayın yapmaktadır. Kanalda hem yerli hem yabancı yapımlar yayınlanmaktadır.

4.8. CN Kanalı (Cartoon Network Channel)

Cartoon Network kanalı, resmi olarak Doğan Yayıncılık A.Ş.'nin alt şirketlerinden biri olan Eda Televizyon Yayıncılık ve Prodüksiyon A.Ş. altında faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte kanal asıl olarak ABD Atlanta kökenli uluslararası bir yayıncılık şirketi olan Turner Broadcasting Systems'in bir kuruluşudur. Doğan Grubu ve Time Warner grubunun alt şirketi olan Turner Broadcasting Systems arasındaki lisans işbirliği ile, bir dönem Türkiye'de yayın yapmış olan TNT kanalı gibi, yayın hayatına başlamıştır. Şirketin resmi internet sitesinde (Cartoon Network, 2014) Avrupa yayın grubunun bir parçası olarak Türkiye yayınına yer verilmektedir.

Cartoon Network kanalı, hiçbir yerli yapıma yer vermemekte; doğrudan yabancı menşei içerikleri Türkçe dublaj ile yayınlanmaktadır. Hedef kitlesi okul öncesi çocuklardan ziyade 7-14 yaş çocuklar, özellikle erkek çocuklarıdır. Bu yönüyle Disney XD kanalına



benzemektedir. Kanal 28 Ocak 2008 tarihinde Türkiye'deki yayın hayatına başlamıştır.

4.9. Da Vinci Learning Kanalı (Da Vinci Learning Channel)

Da Vinci Learning kanalı, doğrudan çocuklara yönelik bir televizyon kanalı olarak tanımlanamayabilir; ancak hedef kitlesinin büyük bir bölümünü 7-18 yaş arası çocuklar ve bununla birlikte yetişkinler oluşturmaktadır. Söz konusu kanal, resmi internet sitesinde vizyonunu şöyle tanımlamaktadır (Da Vinci Media GmbH, 2013): "Da Vinci Learning, çocuklar, ebeveynler ve yetişkinlerden oluşan bütün bir ailenin ihtiyaçlarına hizmet etmek üzere benzersiz bir şekilde hazırlanmıştır. Eğitici televizyon için tematik olarak tasarlanmış olan seçmeli program kriterleri, eğlenceli ve şiddet içermeyen içeriği küçük çocuklar için de uygundur." Bu bağlamda tematik yayın yapan çocuk kanallarına daha yakın bir içerik benimseyen kanal, daha çok çocukların gerçekleştirebileceği bilimsel deneyler, çocukların ilgisini çekebilecek deneysel bilgilerden oluşan programlar yayınlamaktadır.

Da Vinci Learning kanalı, Berlin'de bulunan Alman Da Vinci Media GmbH şirketine ait olup Doğan Grubu'yla yaptıkları yerel lisans sözleşmesi ile Şubat 2008 itibarıyla sadece D-Smart platformundan yayın yapmaktadır.

4.10. Baby TV Kanalı (Baby TV Channel)

2003 yılında yayın hayatına başlayan Baby TV, 2007 yılında çoğunluk hisselerini Rupert Murdoch'un sahip olduğu News Corporation'a bağlı Fox International Channels'a (FIC) devretmiştir. ABD merkezli bir şirket bir FIC, sahibi Rupert Murdoch'un Avustralyalı olması ve bu ülkede de çok sayıda yatırımı olması nedeniyle bazen Avustralya-ABD menşeli bir şirket olarak kabul edilmektedir.

Daha spesifik hedef kitlelere yönelen çocuk kanallarının bir örneği olan Baby TV, yayını 0-3 yaş grubunu hedef alarak yapmaktadır. Kanal Türkiye'deki resmi internet sitesinde kendisini şöyle tanımlamaktadır (Baby TV, 2014): "Baby TV bebekler, küçük çocuklar ve onların ebeveynleri için yapılmış dünyanın ilk 24 saat reklamsız kanalıdır. Çocuk uzmanları ile birlikte oluşturulan benzersiz programlarıyla Baby TV, çocukların öğrenim ve oyun anlamında paylaşabilecekleri bu kanalı yeni ve büyümekte olan ailelere sunmaktadır."

Türkiye'de 2006 yılında Digitürk üzerinden yayına başlayan Baby TV, Fox International'ın Avrupa merkez ofisi olan Londra ofisi ile Doğan Grubu arasında imzalanan lisans sözleşmesi uyarınca Temmuz 2013 itibarıyla D-Smart platformu üzerinden yayın yapmaktadır.

4.11. Luli TV Kanalı (Luli TV Channel)

Luli TV, İsrail merkezli Zebra TV Channels Ltd. şirketine ait 0-3 yaş grubuna yönelik yayın yapan bir çocuk kanalıdır. Doğan Grubu ile Zebra Channels arasındaki lisans sözleşmesi uyarınca 2007 yılından buyana D-Smart platformu üzerinden yayın yapmaktadır. D-Smart Luli TV'nin tanıtımını (2013) çocuklara güvenli bir ortam yaratarak, onlara hayal kurma, merak gibi duyguları aşılama hedefleyen; bebeklerin hayal gücünü, görsel ve işitsel zekasını geliştirmeye yönelik renkler, şekiller, müzikler ve şarkılara ağırlık veren bir kanal olarak yapmaktadır. Kanalda yayınlanan programların tamamı İsrail menşelidir.

4.12. Baby First TV Kanalı (Baby First TV Channel)

2003 yılı itibarıyla Türkiye'de yayına başlamıştır. Baby First TV; Baby TV ve Luli TV gibi 0-3 yaş arası bebek ve çocuklara yönelik yayın yapan bir televizyon kanalıdır. Çok ortaklı bir sahiplik yapısı



bulunan kanal ABD orijinli olup merkezi Los Angeles'dır. Türkiye'de lisans sözleşmesi ile Digitürk üzerinden yayın yapmaktadır. Kanalda yerli yapım bulunmayıp programlar yurtdışı menşelidir.

4.13. Duck TV Kanalı (Duck TV Channel)

Türkiye'de aynı yaş grubuna yayın yapan benzer kanallar gibi Duck TV de 0-3 yaş grubuna hitap eden Slovakya orijinli bir çocuk kanalıdır. Bu yönüyle kanal, Türkiye'de yayın yapan Avrupa kökenli tek çocuk televizyon kanalıdır. Kanalın sahibi olan Mega Max Media şirketi Bratislava'da bulunmaktadır. Duck TV de lisans sözleşmesi ile dijital olarak yayın yapmakta, Türkiye'de üretilmiş yerel içeriği bulunmamaktadır. Ekim 2007'de Orta Avrupa'da Bebe TV adıyla yayına başlayan kanal, Türkiye'de 25 Eylül 2008'de yayına girmiş ve Ocak 2011'de Duck TV adını almıştır.

4.14. Nickelodeon, Nickelodeon HD ve Nick Jr. Kanalı (Nickelodeon, Nickelodeon HD, and Nick Jr. Channels)

Nickelodeon ABD'nin dev medya şirketlerinden Viacom'un alt şirketi olan MTV Networks Kids & Family Group'a bağlı bir çocuk televizyon kanalıdır. Viacom da aynı Disney grubu gibi 2000'li yıllarda ürün ve kanal çeşitliliğine gitmiş ve Nickelodeon, Nick Jr. ve TEENick gibi farklı çocuk hedef kitlelere hitap eden kanallarla yayına devam etmiştir.

Dünyada en çok bilinen çocuk kanalları arasında yer alan Nickelodeon kanalının Türkiye'deki yayıncılık geçmişi farklı yerel ortaklık evrelerinden geçmiştir. 1997 yılında o dönem Raks Holding bünyesinde bulunan RTV Film Prodüksiyon ve Pazarlama A.Ş işbirliğiyle Türkiye pazarına giren Nickelodeon kanalı, 2001 yılında bugün Kidz-Animez kanalının da sahibi olan MCD Grup ile lisans anlaşması yapmıştır. Nickelodeon, Mayıs 2005'ten başlayarak çeşitli platformlarda tam zamanlı yayın yapmıştır. 2010 yılında tartışmalı bir biçimde MCD Yayıncılık ile sözleşmesini fesheden kanal Şubat 2012'de Çukurova Grubu'nun alt şirketi olan Mimas Televizyon Yay. A.Ş. ile lisans anlaşması yapmıştır. Ancak Çukurova Grubu'nun medya şirketlerine, söz konusu grubun borçları nedeniyle Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından 24 Mayıs 2013'te el konulması neticesinde yapılan sözleşme ile ilgili sıkıntılar doğmuştur. Nickelodeon kanalının sahibi Viacom'un Avrupa Ofisi ile TMSF arasında yapılan görüşmeler neticesinde 2013 yılında kanallar %50 ortaklık ile Digitürk üzerinden yayınlarına devam etmişlerdir.

Nickelodeon kanalı 1 Mart 2012, Nick Jr. kanalı 1 Mayıs 2012 ve Nickelodeon HD kanalı 1 Temmuz 2012'den tarihinden bu yana Digitürk üzerinden yayın yapmaktadırlar. Nickelodeon ve Nickelodeon HD kanalları içerik bakımından aynı olup sadece çözünürlük bakımından farklılık arz etmektedirler. Nickelodeon kanalı okul çağı çocuklarını hedef kitle olarak gözetirken Nick Jr. kanalı ise 2-6 yaş arası okul öncesi çocuklara yönelik yayın yapmaktadır.

5. YAYIN MECRALARINA GÖRE TÜRKİYE'DEKİ ÇOCUK TELEVİZYON KANALLARI (CHILDREN'S TELEVISION CHANNELS IN TURKEY BY BROADCASTING PLATFORMS)

Türkiye'de televizyon yayını yapan kanallar yayınlarını her ülkede olduğu belirli mecralar üzerinden izleyiciye iletmektedir. Bu bağlamda en eski yayın yöntemi analog karasal yayındır. Analog karasal yayını kablolu yayın takip etmektedir. Kablolu yayından sonraki teknoloji olan uydu yayıncılığı teknolojisi ve uydu teknolojisinin bir uzantısı olan dijital platformlar Türkiye'deki diğer yayın mecralarıdır. İnternet altyapısını kullanan platformlar da, henüz yeterince çeşitlenmemiş olmak birlikte, mevcuttur. Türkiye'de yayın



yapan çocuk kanallarının durumunu yayın yaptıkları mecralara göre de değerlendirmek kanalların kapsama alanını ve izleyiciye ulaşma kapasitelerini göstermesi açısından faydalı olacaktır.

5.1. Analog Karasal Yayın ve Kablo TV üzerinden Yapan Çocuk Kanalları (Children's Television Channels Broadcasting Analog Terrestrial and on Cable TV)

Bilindiği üzere analog frekanslar doğal frekanslar olup sayıları kısıtlıdır. Bu nedenle Türkiye'de uzun yıllardır analog frekans tahsis edilememekte, özel yayıncılığın başlamasıyla ortaya çıkan frekans karmaşası da bir türlü giderilememektedir. Bu noktada şanslı addedilebilecek tek yayıncı kuruluş devlet kurumu olan TRT'dir. Yayın hayatına 2008 yılında başlayan TRT Çocuk, kendisinden önce yayında olan TRT 4'ün frekansını devralarak tüm Türkiye'ye analog karasal yayın yapabilen tek çocuk kanalı olmuştur. Aynı durum temel paket kablo TV aboneliği için de geçerlidir. Kablo TV'nin en ucuz temel paketi içinde yer alan tek çocuk kanalı TRT Çocuk'tur. Bir başka ifadeyle kablo TV abonesi olan herkes ek bir ücret ödemeksizin TRT Çocuk kanalını izleyebilmektedir. TRT Çocuk'un bu yegane durumu, kuruma rekabet açısından da avantaj sağlamaktadır. Her ne kadar Türkiye'de uydu alıcıları hanelerin %80'ine yakınında yer alsa da, her mecrada ücretsiz olarak izlenebilecek bir kanal olan TRT Çocuk, rekabet hususunda bir avantaj yakalamaktadır.

5.2. Uydu Üzerinden Yayın Yapan Çocuk Kanalları (Children's Television Channels Broadcasting on Satellite)

Türkiye'de uydu alıcısı ve çanak antenle ücretsiz olarak uydu yayınları izlenebilmektedir. Hanelerin çoğunluğu televizyon yayınlarını bu yöntemle izlemekte, uydu sisteminin kuruluşunda yaptıkları masraf haricinde aylık herhangi bir ödemede bulunmamaktadırlar. Türk televizyonlarının yayınları Türksat uyduları üzerinden yapılmaktadır. Türkiye'de yayın yapan çocuk kanallarının sadece sekiz tanesi Türksat uydusu üzerinden tüm hanelere ücretsiz olarak ulaşabilmektedir. Söz konusu kanalların ait oldukları şirketler, yayın yaptıkları il, RTÜK'ün tahsis ettiği lisans izinleri ve lisans bitiş tarihlerini gösteren Tablo 1 aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1'de görüldüğü gibi Türkiye'de uydu üzerinden tüm hanelerin erişimine açık olan sekiz çocuk kanalından ikisi Turkvaz grubuna, diğerleri teker teker TRT'ye, Doğan Grubuna, Samanyolu Grubuna, Planet Yayıncılığa, MCD Gruba ve Disney'e aittir. Yalnızca Turkvaz Grubunun diğerlerinden bir fazla kanalla uyduda yer aldığı düşünüldüğünde rekabet açısından adil bir dağılım olduğu söylenebilecektir. Diğer yandan uydu yayını için isteyen kanalın lisans başvurusu yapma hakkı bulunmaktadır.

Kanalların kâr elde edebilmeleri için uydudan yayın yapmakla yüklenecekleri masrafların uydu gelirlerinden düşük olması gerektiği göz önünde bulundurulduğunda, diğer çocuk kanallarının ekonomik gerekçelerle uydu yayınlarında yer almadıkları söylenebilir. Bu da her kuruluşun kendi vereceği bir karardır. Yayın lisansları açısından değerlendirildiğinde MCD Grup hariç diğer tüm grupların yayın lisanslarının tematik yayın (çocuk programları-çizgi film) türünde olduğu görülmektedir. MCD Grup'un genel yayın lisansına sahip olma nedeni 2.6. numaralı başlık altında ele alındığı gibi grubun çocuk kanalı Kidz-Animez'in gece saatlerinde yetişkinlere yönelik anime türünde animasyonlar yayınlanmasıdır. Tablo 1'de dikkat çeken bir diğer husus da TRT Çocuk da dahil tüm televizyonların yayın merkezlerinin İstanbul'da olmasıdır.

Bu durum İstanbul'un Türk medya sektörünün diğer alanlarında olduğu gibi çocuk kanalları ve çocuk programı üretiminde de bir merkez



haline gelmiş olduğunu göstermektedir. Ayrıca tüm kanalların uydu yayın haklarını 2021-2022 yıllarına kadar satın aldığı görülmektedir.

Tablo 1. Türkiye’de uydu üzerinden (Türksat) yayın yapan çocuk televizyon kanalları
(Table 1. Children’s television channels in Turkey broadcasting on satellite)

	Yayıncı Kuruluş	TV Logo	Yayın Yaptığı İl	Lisans Türü	Lisans Bitiş Tarihi
1	Disney Televizyon Yayıncılık A.Ş.	Disney Channel	İstanbul	Tematik Yayın [Çocuk Programları - Çizgi Film]	12.04.2022
2	Eda Televizyon Yayıncılık ve Prod. A.Ş. (Doğan)	CN (Cartoon Network)	İstanbul	Tematik Yayın [Çocuk Programları - Çizgi Film]	17.08.2021
3	MCD Televizyon Yayıncılık A.Ş.	Kidz.-Animez	İstanbul	Genel Yayın	17.07.2021
4	Planet Çocuk Televizyon Yayıncılığı A.Ş.	Planet Çocuk	İstanbul	Tematik Yayın [Çocuk Programları - Çizgi Film]	09.04.2022
5	Turkuvaz Görsel ve İşitsel İletişim A.Ş.	Minika Go	İstanbul	Tematik Yayın [Çocuk Programları - Çizgi Film]	27.07.2021
6	Turkuvaz TV Hizmetleri A.Ş.	Minika Çocuk	İstanbul	Tematik Yayın [Çocuk Programları - Çizgi Film]	29.06.2021
7	Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu	TRT Çocuk	İstanbul	Tematik Yayın [Çocuk Programları - Çizgi Film]	Süresiz Kamu Yayını
8	Yumurcak Yayıncılık Hizmetleri A.Ş. (Samanyolu)	Yumurcak TV	İstanbul	Tematik Yayın [Çocuk Programları - Çizgi Film]	11.07.2022

Kaynak: RTÜK (2013a)

5.3. Digtürk Üzerinden Yayın Yapan Çocuk Kanalları

(Children’s Television Channels Broadcasting on Digtürk)

Türkiye’nin en eski dijital yayın platformu olan Digtürk 1999 yılında kurulmuştur ve 2000 yılından beri yayınlarını kesintisiz sürdürmektedir. Çoğunluk hisselerine Çukurova Holding’in sahibi olduğu Digtürk, söz konusu holdingin TMSF’ye olan borçları nedeniyle holdinge ait diğer medya kuruluşlarıyla birlikte Temmuz 2013’te TMSF’ye devredilmiştir. Mevcut durumda TMSF tarafından idare edilmekte olan Digtürk’ü satın almak üzere yerli yabancı şirketlerin görüşmelerde buldukları haberleri zaman zaman medyaya yansımaktadır; ancak henüz resmî olarak açıklanmış bir görüşme bulunmamaktadır. Digtürk platformu bünyesinde 250’nin üzerinde kanal barındırması ve Türkiye Süper Lig’i de dahil farklı branşlarda yerli ve yabancı spor liglerini yayınlama lisans hakkını bulundurması nedeniyle Türkiye’nin en çok aboneli olan ücretli dijital yayın platformudur. Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM)’nin 2013 verilerine göre (BYEGM,



2013:7) Digitürk abone sayısı 3,3 milyondur. Söz konusu platform abonelerinin gelir düzeyi yüksek kesim olması da reklam verenlerin dikkatini Digitürk kanallarına daha fazla çekmektedir. Digitürk üzerinden yayın yapan çocuk kanallarının listesi Tablo 2’de verilmektedir.

Tablo 2. Digitürk dijital platformundan yayın yapan çocuk televizyon kanalları
(Table 2. Children’s television channels on digiturk digital platform)

	Yayıncı Kuruluş	TV Logo	Yayın Merkezi
1	Disney Televizyon Yay. A.Ş.	Disney Channel	İstanbul
2	Disney Televizyon Yay. A.Ş.	Disney XD	İstanbul
3	Disney Televizyon Yay. A.Ş.	Disney Junior	İstanbul
4	Abd Merkezli-Çok Ortaklı	Baby First	İstanbul
5	Eda Televizyon Yayıncılık ve Prod. A.Ş. (Doğan)	CN (Cartoon Network)	İstanbul
6	Mega Max Media	Duck TV	İstanbul
7	Mimas Televizyon Yay. A.Ş. (Tmsf&Viacom)	Nickelodeon	İstanbul
8	Mimas Televizyon Yay. A.Ş. (Tmsf&Viacom)	Nick Jr.	İstanbul
9	Planet Çocuk Televizyon Yay. A.Ş.	Planet Çocuk	İstanbul
10	Turkuvaz Görsel ve İşitsel İletişim A.Ş.	Minika Go	İstanbul
11	Türkiye Radyo Ve Televizyon Kurumu	TRT Çocuk	İstanbul
12	Yumurcak Yay. Hizmetleri A.Ş.	Yumurcak TV	İstanbul

Kaynak: Digitürk, 2014.

Tablo 2’de görüldüğü üzere Digitürk üzerinden 12 çocuk kanalı yayın yapmaktadır. Söz konusu kanalların bazıları temel paket dahilinde izlenebilmekteyken bazı kanallar için ek ücret ödenmesi gerekmektedir. Digitürk’ün uluslararası iki güçlü grup Disney ve Viacom (Nickelodeon) gruplarının Türkiye’deki tüm kanallarını yayınlama hakkı bulunan tek platform olduğu görülmektedir. Bu durum ücretli bir platform olan Digitürk’ün pazarlama gücünü arttırmaktadır. Digitürk üzerindeki 12 çocuk kanalından üçü Disney Yayıncılık’a 2’si Viacom’a aittir. Ayrıca uyduda yayını bulunan beş diğer kanal (TRT Çocuk, Minika Go, Planet Çocuk, Yumurcak TV ve Cartoon Network) da Digitürk temel paketi içinde izlenebilmektedir. Geriye kalan iki kanal ise 0-3 yaş grubuna yönelik yayın yapan Baby First TV ve Duck TV’dir.

5.4. D-Smart Üzerinden Yayın Yapan Çocuk Kanalları (Children’s Television Channels Broadcasting on D-Smart)

Yayınlara Doğan Grubu bünyesinde 2007 yılında başlayan D-Smart dijital yayın platformu, Türkiye’nin Digitürk’ten sonra uydu üzerinden yayın yapan ikinci ve son dijital platformudur. Kuruluş, resmî internet sitesinde kendisini “pazardaki yeni dinamikler doğrultusunda hizmet paketlerini sürekli geliştiren..., platforma özel tematik kanalları; HD yayın yapan 41 kanal; tüm ulusal kanalları; Türksat’ta yayın yapan yerli ve yabancı yüzlerce uydu kanalı ve dijital içerik hizmetlerini kullanıcılarına sunan” (D-Smart, 2014a) bir platform olarak tanıtmaktadır. Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM)’nün 2013 verilerine göre (BYEGM, 2013:28) D-Smart platformu abone sayısı 1,7 milyondur. D-Smart’ın da Digitürk gibi izleyicinin talep ettiği kanal içeriklerine göre farklı ücret tarifeleri



bulunmaktadır. D-Smart platformu üzerinden yayın yapan çocuk kanallarının listesi Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3. D-Smart Dijital Platformundan Yayın Yapan Çocuk Televizyon Kanalları

(Table 3. Children's Television Channels On D-Smart Digital Platform)

	Yayıncı Kuruluş	TV Logo	Yayın Merkezi
1	Disney Televizyon Yay. A.Ş.	Disney Channel	İstanbul
2	Ekinoks TV ve Radyo Yay. A.Ş. (Doğan)	Smart Çocuk	İstanbul
3	MCD Televizyon Yayıncılık A.Ş.	Kidz.-Animez	İstanbul
4	Fox Int. Channels	Baby TV	İstanbul
5	Da Vinci Media GmbH	Da Vinci Learning	İstanbul
6	Eda TV. Yay. ve Prod. A.Ş. (Doğan)	CN (Cartoon Network)	İstanbul
	Zebra TV Channels	Luli TV	
7	Planet Çocuk TV. Yay. A.Ş.	Planet Çocuk	İstanbul
8	Turkuvaz Görsel ve İşitsel İletişim A.Ş.	Minika Go	İstanbul
9	Turkuvaz Görsel ve İşitsel İletişim A.Ş.	Minika Çocuk	İstanbul
10	Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu	TRT Çocuk	İstanbul
11	Yumurcak Yay. Hizmetleri A.Ş.	Yumurcak TV	İstanbul

Kaynak: D-Smart, 2014.

Tablo 3'te görüldüğü üzere D-Smart üzerinden 11 çocuk kanalı yayın yapmaktadır. Türksat uydusu üzerinde ücretsiz olarak yayınları alınabilen sekiz kanalın tamamı D-Smart üzerinden de yayın yapmaktadır. Bilhassa küçük bebekleri olan ailelere hitap edebilmek için, aynı Digitürk gibi D-Smart'ın da uydusu bulunmayan iki farklı bebek kanalını kanal listesine dahil ettiği görülmektedir. Digitürk'te yer alan Baby First ve Duck TV'ye benzer şekilde D-Smart'ta 0-3 yaş grubuna hitap eden Baby TV ve Luli TV'nin yayınları bulunmaktadır. Dijital platformların yabancı menşeli söz konusu kanallarla lisans sözleşmeleri imzalamaları çoğu zaman aynı kanalın iki farklı platformda birden yer almasına olanak tanımamakta, bu nedenle platformlar benzer içerikte yayın yapan farklı kanallara yönelmektedirler. D-Smart'ın bir diğer farklı kanalı olan Da Vinci Learning ise 2.9. numaralı başlık altında açıklandığı gibi diğer tüm çocuk kanallarından farklı bir formatta yayın yapmaktadır.

5.5. Tivibu Üzerinden Yayın Yapan Çocuk Kanalları (Children's Television Channels Broadcasting on Tivibu)

Karasal yayınlar, kablo ve uydusu yayıncılığı haricinde internet altyapısıyla ortaya çıkan yeni bir yayın mecrası da IPTV (internet protocol television)'dir. Türkiye'de IPTV yayıncılığı alanında yalnızca TNet A.Ş.'ye bağlı bir kuruluş olan Tivibu hizmet vermektedir. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun (BTK) (2014:60) verilerine göre TNet 2013 yılı dördüncü çeyreği itibarıyla 286.304 aboneye IPTV hizmeti sunmaktadır. Yine BTK verilerine göre 2012 yılı birinci çeyreğinde IPTV abone sayısı 51.485'tir. Bu verilere göre sadece sekiz çeyrek dönem içinde IPTV abone sayısı yaklaşık altı kat artmıştır. Bu durum yakın gelecekte, isteğe bağlı yayıncılıkta başat mecra olan IPTV yayınlarının yayıncılık içinde önemli bir pay elde edeceğini göstermektedir. Tivibu üzerinden yayın yapan çocuk kanallarının listesi Tablo 4'te görülmektedir.



Tablo 4. Tivibu üzerinden yayın yapan çocuk televizyon kanalları
(Table 4. Children's Television Channels On Tivibu Platform)

	Yayıncı Kuruluş	Tv Logo	Yayın Merkezi
1	Disney Televizyon Yayıncılık A.Ş.	Disney Channel	İstanbul
2	Disney Televizyon Yay. A.Ş.	Disney Junior	İstanbul
3	MCD Televizyon Yayıncılık A.Ş.	Kidz.-Animez	İstanbul
4	Mega Max Media	Duck Tv	İstanbul
5	Fox Int. Channels	Baby Tv	
6	Planet Çocuk Televizyon Yay. A.Ş.	Planet Çocuk	İstanbul
7	Turkuvaz Görsel ve İşitsel İletişim A.Ş.	Minika Go	İstanbul
8	Turkuvaz Görsel ve İşitsel İletişim A.Ş.	Minika Çocuk	İstanbul
9	Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu	TRT Çocuk	İstanbul
10	Yumurcak Yay. Hizmetleri A.Ş.	Yumurcak TV	İstanbul

Kaynak: Tivibu, 2014.

Tablo 4'te görüldüğü üzere Tivibu IPTV üzerinden 10 çocuk kanalı yayın yapmaktadır. Bu kanallardan yedisi Türksat uydu yayınları üzerinden ücretsiz olarak izlenebilen kanallardır. Türksat üzerinden yayın yapan Cartoon Network kanalı Tivibu platformunda yer almamaktadır. Tivibu'da ayrıca Digitürk'te yayın yapan Disney Junior ve Duck TV kanallarıyla D-Smart'ta yayın yapan Baby TV kanalı bulunmaktadır. Üç kanal da okul öncesi çocuklara ve özellikle 0-3 yaş grubuna hitap etmektedir. Tivibu'nun diğer yayın mecralarına göre avantajı, bilhassa ebeveynlerin istedikleri zaman ulaşmak istedikleri çocuk programlarının eski bölümlerine ulaşabilmeleri, kendi yayın listelerini oluşturabilmeleri, programı durdurup tekrar oynatabilmeleridir. İsteğe bağlı yayıncılığın sağladığı bu avantaj, çocukların ilgilerini çeken programların araya başka programlar ya da reklamlar girmeden ebeveynler tarafından izletilebilmesini sağlamaktadır. Bu durumun tüketici davranışlarını etkilediği açıktır; ancak bu hususta niceliksel analizler yapılmalıdır. Diğer yandan Tivibu'nun akıllı telefonlar ve bilgisayarlar ile de aktif olarak kullanılabilmesi de ev içinde hareketli olan çocuklar için ebeveynlerin mobil cihazları kullanma rahatlığını getirmektedir. Benzer şekilde Digitürk de mobil izlenme seçenekleri sunmaktadır.

5.6. Teledünya Üzerinden Yayın Yapan Çocuk Kanalları (Children's Television Channels Broadcasting on Teledünya)

Türkiye'de kablo TV altyapısı Türksat Kablo TV adıyla 1988 yılında kurulmaya başlanmış, kamu şirketi olan Türk Telekom'un özelleştirilmesinin ardından Temmuz 2005'te kablo TV yayıncılığı bir başka kamu kurumu olan Türksat Uydu Haberleşme Kablo TV ve İşletme A.Ş. bünyesine devredilmiştir. Teledünya markası ise kablo TV yayıncılığında ürün çeşitliğini arttırmak ve pazarlama kolaylığı sağlamak amacıyla Türksat A.Ş. tarafından 2008 yılında kurulmuştur. Teledünya da Digitürk ve D-Smart gibi bir dijital yayıncılık platformudur; ancak hizmetini sadece kablo TV altyapısının olduğu 22 şehirde sürdürmektedir. Yerel kanallar hariç 45 kanaldan oluşan kablo TV temel paketi ise en düşük fiyatlı paket olup Teledünya markasının dışında kabul edilmektedir. Kablo TV temel paketinde çocuk kanalı olarak sadece TRT Çocuk bulunmaktadır. Teledünya'da yer alan çocuk kanalları ise Tablo 5'te görülmektedir.



Tablo 5. Teledünya üzerinden yayın yapan çocuk televizyon kanalları
(Table 5. Children's television channels on teledünya (commercial
cable network))

	Yayıncı Kuruluş	TV Logo	Yayın Merkezi
1	Disney Televizyon Yayıncılık A.Ş.	Disney Channel	İstanbul
2	Eda Televizyon Yay. ve Prod. A.Ş.	CN (Cartoon Network)	İstanbul
3	MCD Televizyon Yayıncılık A.Ş.	Kidz.-Animez	İstanbul
4	Mega Max Media	Duck Tv	İstanbul
5	Planet Çocuk Televizyon Yay. A.Ş.	Planet Çocuk	İstanbul
6	Turkuvaz Görsel ve İşitsel İletişim A.Ş.	Minika Go	İstanbul
7	Turkuvaz Görsel ve İşitsel İletişim A.Ş.	Minika Çocuk	İstanbul
8	Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu	TRT Çocuk	İstanbul
9	Yumurcak Yay. Hizmetleri A.Ş.	Yumurcak TV	İstanbul

Kaynak: Türksat, 2014.

Tablo 5'te görüldüğü üzere Teledünya üzerinden yayın yapan toplam dokuz çocuk kanalı bulunmaktadır. Bu kanalların tamamı aynı zamanda Türksat uydusu üzerinden ücretsiz olarak yayın yapan kanallar olup yalnızca 0-3 yaş grubuna hitap eden Duck TV ek olarak Teledünya platformunda yer almaktadır.

5.7. Yayın Mecralarına Göre Çocuk Televizyon Kanallarının Karşılaştırılması (Comparision of Children's Television Channels by Broadcasting Platforms)

Türkiye'de televizyon yayınları üç farklı teknolojiyle ikisi ücretsiz, beşi aylık abone ücretleri olan yedi farklı platformdan yapılmaktadır. Karasal yayınlar ve Türksat uyduları üzerinden alınan yayınlar ücretsiz olarak izleyiciye ulaşmaktadır. Kablo TV yayınları ise ücretlidir. Bunların haricinde uydu üzerinden yayın yapan iki (Digitürk ve D-Smart) ve kablo üzerinden IPTV yayını yapan bir (Tivibu) olmak üzere üç dijital platform mevcuttur. Yayın mecralarına göre Türkiye'deki çocuk televizyon kanalları karşılaştırmalı olarak Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo 6'da görüldüğü üzere Türkiye'de çocuklara yönelik yayın yapan 18 çocuk televizyon kanalı bulunmaktadır. Türkiye'deki tüm yayın mecralarında yer alan tek çocuk kanalı TRT Çocuk'tur. TRT Çocuk'un hem devlet kanalı olması hem de yayınlarını tüm ülkeye ücretsiz olarak ulaştırabilmesi, Türkiye'deki çocuk televizyon kanalları arasında TRT Çocuk'un ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Temel kablo TV aboneliği ve karasal yayın haricinde TRT Çocuk'un ardından diğer tüm mecralarda yer alan çocuk kanalları ise Disney Channel, Minika Go, Planet Çocuk ve Yumurcak TV'dir. Cartoon Network, Minika Çocuk ve Kidz-Animez kanalları ise dört mecrada yer almaktadır. Her üç kanalda Türksat uydusunda, D-Smart'ta ve Teledünya'da yer alırken; Minika Çocuk ve Kidz-Animez ayrıca Tivibu'da, Cartoon Network ise Digitürk'te yer almaktadır. Sadece üç farklı mecrada (Digitürk, Tivibu, Teledünya) yer alan tek kanal Duck TV'dir. İki farklı mecrada yer alan iki kanaldan Baby TV ve Disney Junior ortak olarak Tivibu'da, Baby TV ayrıca D-Smart'ta ve Disney Junior ise ayrıca Digitürk'te yayın yapmaktadır. Söz konusu kanalların dışında kalan toplam yedi çocuk televizyon kanalı ise yalnızca tek mecrada yayın yapmaktadır. Bunlardan Disney XD, Baby First TV, Nickelodeon-Nickelodeon HD ve Nick Jr. Digitürk'te, Smart Çocuk, Luli TV ve Da Vinci Learning ise D-Smart'ta yayın yapmaktadır.



Tablo 6. Yayın Mecralarına Göre Çocuk Televizyon Kanalları
(Table 6. Children's Television Channels by Broadcasting Platforms)

	Tv Logo	Uydu	Digitürk	Dsmart	Tivibu	Teledünya	Kablo	Karasal
1	TRT Çocuk	X	X	X	X	X	X	X
2	Disney Channel	X	X	X	X	X	-	-
3	Minika Go	X	X	X	X	X	-	-
4	Planet Çocuk	X	X	X	X	X	-	-
5	Yumurcak TV	X	X	X	X	X	-	-
6	CN (Cartoon Network)	X	X	X	-	X	-	-
7	Minika Çocuk	X	-	X	X	X	-	-
8	Kidz-Animez	X	-	X	X	X	-	-
9	Duck TV	-	X	-	X	X	-	-
10	Baby TV	-	-	X	X	-	-	-
11	Disney Junior	-	X	-	X	-	-	-
12	Smart Çocuk	-	-	X	-	-	-	-
13	Disney XD	-	X	-	-	-	-	-
14	Baby First	-	X	-	-	-	-	-
15	Nickelodeon & Nickelodeon Hd	-	X	-	-	-	-	-
16	Nick Jr.	-	X	-	-	-	-	-
17	Luli TV	-	-	X	-	-	-	-
18	Da Vinci Learning	-	-	X	-	-	-	-

Not: "X" işareti kanalların yer aldıkları mecraları,
"- " işareti kanalların bulunmadıkları mecraları göstermektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS)

Çocuklara yönelik ürünlerin reklam getirileri ve çocuklu ailelerin televizyon izleme alışkanlıklarındaki değişimin fark edilmesiyle dünya genelinde yaşanan çocuklara yönelik televizyon kanallarının sayısındaki ve çeşitliliğindeki artış özellikle 2008 yılından sonra Türkiye'de de etkisini göstermiştir. Söz konusu tarihlerde Türkiye'de çocuklara yönelik televizyon kanalları sayısında kısa sayılabilecek bir sürede büyük bir artış yaşandığı görülmektedir. 2003'te bir (Baby First TV) , 2005'te bir (Nickelodeon), 2006'da iki (D Çocuk-Smart Çocuk, Baby TV), 2007'de üç (Luli TV, Yumurcak TV, Disney Channel), 2008'de dört (Duck TV, Cartoon Network, Da Vinci Learning, TRT Çocuk), 2009'da bir (Disney XD), 2011'de iki (Minika, Planet Çocuk), 2012'de 4 (Minika Çocuk, Kidz-Animez, Disney Junior, Nick Jr.) olmak üzere dokuz yılda yerli-yabancı 18 çocuk kanalı yayına başlamıştır. Sadece 2008 ile 2012 yılları arasında ise dört yılda 13 çocuk kanalı yayına başlamıştır.

Çocuk kanallarının sayısındaki artışta, televizyon yayıncılarının ve dijital platform sahiplerinin farklı yaş gruplarındaki çocuklara hitap eden kanallara sahip olma yönündeki eğilimleri etkili olmuştur. Bir diğer etkense lisans hakları nedeniyle farklı grupların ya kendi kanallarını açmaları, ya da yurtdışındaki değişik çocuk kanallarıyla lisans sözleşmeleri imzalamalarıdır. Bu durumda özellikle dijital yayın platformları tarafından hedef kitesinde kârlılık görülen, ancak yayın lisansına Türkiye'de tek bir yayıncının sahip olması nedeniyle yayınlanamayan herhangi bir kanal yerine yurtdışından muadili bir kanalın lisans hakkı kiralanmıştır.

Mevcut durumda Türkiye'de yalnızca kablo TV veya yalnızca karasal yayın izleyebilenler hariç diğer tüm platformlarda (Türksat uydu, Digitürk, D-Smart, Tivibu, Teledünya) Türk izleyicisinin en az dokuz çocuk kanalına erişim imkanı bulunmaktadır. Diğer yandan bir



hanede genellikle tek bir yayın platformu olduğu var sayılırsa bu rakam en çok 12'ye çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle tek bir platformdan yayın alan haneler Türkiye'deki mevcut 18 çocuk kanalından en fazla 12'sine erişebilmektedirler. Şüphesiz bu durum birden fazla yayın platformuna abonelikleri bulunan haneler için geçerli değildir. Diğer yandan yeni çocuk kanallarının dahil olmasıyla mevcut sayının çok fazla yükselme ihtimali zayıftır. Pazarın belirli bir dengeye oturduğu görülmektedir. Aylık abonelik ücretleriyle yayın yapan tüm platformların her yaşta çocuk hedef kitleye ulaşabilecekleri yeterli sayıda çocuk kanalıyla anlaşma yaptıkları görülmektedirler. Daha fazla sayıda lisans sözleşmesi yapmanın ya da yerli bir çocuk kanalı kurmanın getireceği maliyetle elde edilecek gelir arasında pratikte çok pozitif bir denge görülmemektedir. Bununla birlikte uluslararası pazarın bazı güçlü aktörleri hali hazırda Türkiye pazarına girmemiştir. Söz konusu şirketlerin yatırım planlarına dahil etmeleri halinde Türkiye'ye doğrudan ve dolaylı olarak yeni yabancı çocuk kanallarının gelmesinin önünün açılma ihtimali bulunmaktadır.

Yeni kurulacak yerli çocuk kanalı sayısının artmasında ise en önemli aktörlerden birinin TRT olması muhtemeldir. TRT altı yıldır yürüttüğü TRT Çocuk televizyonu ile belirli bir başarıyı yakalamıştır. Ayrıca bu başarıyı kurum imajının önemli bir parçası olarak görmektedir. Diğer yandan TRT'nin çocuk kanalı için yerli program üretimini desteklemesi sektörde TRT'nin bir ağırlık olmasına neden olmakta; ek olarak çocuk programlarının ihracı TRT'ye uluslararası saygınlık ve gelir sağlamaktadır. Bu durumda TRT'nin süreç içinde Disney, Viacom ya da Turkuvaz grupları gibi hareket ederek farklı çocuk hedef kitlelerine yönelik daha profesyonel yayın yapan birkaç farklı çocuk kanalına sahip olması muhtemeldir. Özel sektör kanalları kadar ekonomik gelir-gider dengesi baskısına maruz kalmayan TRT için bu durumun pratikte fayda sağlayacağı da görülmektedir.

Çocuk televizyon kanallarının Türkiye'de ortaya çıkardığı gelişmelerden biri de yerli animasyon ve çocuk programları üretiminin artması olmuştur. Bu durumun oluşmasında 2011 yılında çıkarılan 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un, çocuk televizyonlarındaki çizgi filmlerin en az yüzde yirmisinin, diğer çocuk programlarının en az yüzde kırkının Türkçe dilinde üretilmiş yapım olmasını zorunlu kılmasının etkisi büyüktür. Yurt içinde üretilen programların özellikle Türk dizileri sayesinde Türk yapımlarına aşına olan ülkelere ihracı da hızlanmıştır. TRT Çocuk kanalının bazı çizgi filmlerini yurt dışına ihraç etmeye başlaması, Türk dizi sektöründen sonra animasyon sektörünün de geliştiğinin bir göstergesidir. Dünyada oldukça az sayıda ülke animasyon ürünlerini ihraç edebilmektedir. Niceliksel olarak az sayıda olsa dahi Türkiye'nin bu ürünleri ortaya koyup ihraç edebilmesi hem sektörün gelişimini kolaylaştıracak hem de ülke saygınlığı ve tanınırlığı bağlamında çeşitli katma değerler sağlayacaktır.

Sektörel olarak yerli animasyonlar ve çocuk programları üretimi artmakla birlikte, diğer yandan yerli içerikte aynı gelişmenin yaşandığı söylenemez. Yerli olarak üretilen içeriklerin çoğu özgün ve yerli değildir; daha ileri boyutta bu yönde yurtdışından açılmış telif hakları davası dahi bulunmaktadır. Ancak bu hususta yerli üretimde yaşanan asıl sorun içerik benzeşmesi ve içerik tektipleşmesi olarak tanımlayabileceğimiz bir sorundur. Teknik olarak ürünler yerli olmakla birlikte özgün format ve senaryo sıkıntısı bulunmaktadır. Hikayeler genellikle Batı menşeli ürünlerin birer taklidi şeklindedir. Animasyon karakterler; periler, cadılar, sihirli objeler, hayaletler vs. gibi Batılı kültürel kodlarla oluşturulmuş karakterlerdir.



İçerik benzeşmesi konusundaki problemin iki temel nedeni olduğu düşünülebilir. Birincisi ekonomik kaygılarla daha evvel denenmiş ve belli bir izleyici kitlesine ulaşmış formatların ve hikayelerin taklit edilmesidir. Bu durumda yapımcı zarar etme riskini en aza indirmek amacıyla özgün bir ürün ortaya koymaktan ziyade taklit içeriklere yönelmektedir. İkincisi ise kültürel ve sosyal kodlara hakim, sinema diline, özellikle de çizgi sinema diline ve senaryo yazımına vakıf yetişmiş personelin eksikliğidir. Ek olarak bazı yerli yapımların sadece şirket adı altında yerli olduğu, yapımda çalışanların özellikle Orta Avrupa ülkelerinden animasyon konusunda uzman kişiler olduğu, hatta üretimin bir kısmının yurt dışında yapıldığı sektör içinde bilinmektedir. Bir nevi taşeron sistemi ile dijital ortamda aktarılması günümüz teknolojisinde oldukça kolay olan bazı çizgi filmler yabancı personel tarafından üretilmekte ve Türk menşeli olarak yayınlanmaktadır. Yine de bu durum dahi belirli bir etkileşim sağlaması nedeniyle yerli bir tecrübe birikimine olanak vermektedir. Türk animasyon film yapımcılığı alanı yeni gelişmeye başlamış ve henüz emekleme aşamasında olan bir sektördür. Sektörel gelişim için zamana ihtiyaç bulunmaktadır.

Çocuk kanallarının çocuk gelişimi üzerindeki etkileri ise daha fazla araştırma yapılması gereken bir alandır. Çocuk kanalları arzındaki artışın çocukların televizyon karşısında geçirdikleri süreyi arttırdığı aşikardır. Bu durumun çocukların zihinsel, fiziksel ve sosyal gelişimlerini nasıl etkilediğini, genellikle yabancı içeriklere maruz kalan çocukların yerel kültürel değerlerle olan ilişkilerinin nasıl değiştiğini pedagoji ve iletişim bilimleri açısından ele alan araştırmaların yapılması büyük önem arz etmektedir. Çocuk kanallarının sayısının artmasındaki en önemli etkenlerden birinin çocuklara yönelik yapılan reklam gelirlerinin artması olduğu göz önünde bulundurulduğunda, çocuğa ve ebeveyne müşteri gözüyle yaklaşan pazar ekonomisinin olumsuz etkilerinin engellenmesi için mevcut yasal düzenlemelerin titizlikle uygulanması ve sürekli iyileştirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA (REFERENCES)

1. Altunok, E.A. ve Altunok, E., (2012). Animasyon Bakir Bir Alan Oluşturacağı İstihdam Fazla. Bilişim Dergisi. Ekim 2012, Sayı:147,120-16. www.bilisimdergisi.org/pdfindir/s147/pdf/120-127.Pdf. Erişim Tarihi: 13.01.2014
2. Ankaralıgil, N.. (2012). Avrupa Birliği'nin Görsel İşitsel Politikası ve Türkiye'nin Uyum Süreci Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
3. Baby TV.. (2014). Hakkımızda. <https://babyTVturkiye.com/tr-about.aspx>. Erişim Tarihi: 20.01.2014
4. Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM). (2013). Bir Bakışta Türk Medyası. Ankara: Altan Matbaa.
5. Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kurumu (BTK). (2014) Pazar Verileri. http://www.tk.gov.tr/kutuphane_ve_veribankasi/pazar_verileri/pazar_verileri.php Erişim Tarihi: 17.01.2014
6. Cartoon Network. (2014). International Sites. <http://www.cartoonnetwork.com/legal/international.html>. Erişim Tarihi: 21.01.2014
7. Connectedvivaki (2014). 2014 Reyting Takvimi. <http://www.connectedvivaki.com/2014-reyting-takvimi/>. Erişim Tarihi: 07.02.2014
8. Çelik, H., (2013). TRT uluslararası ekran yüzü avında. <http://www.posta.com.tr/siyaset/YazarHaberDetay/TRT-uluslararasi-ekran-yuzu-avinda.htm?ArticleID=208514>. Erişim Tarihi: 11.01.2014



9. Da Vinci Media GmbH (2013). Şirket Profili. <http://tr.da-vinci-learning.com/content/şirket-profil>. Erişim Tarihi: 03.02.2014
10. Digitürk. (2014). Kanallar. <http://www.digiturk.com.tr/kanal/tumkanallar/>. Erişim Tarihi: 17.01.2014
11. D-Smart. (2013). D-Smart'da Bebek Kanalı: Luli TV. http://www.smartabonelik.com/d_smart39_da_bebek_kanali_luli_TV-hbr-52.html. Erişim Tarihi: 17.01.2014
12. D-Smart. (2014). Tüm Kanallar Listesi. <https://www.dsmart.com.tr/Kanallar/Kanal-Listesi>. Erişim Tarihi: 17.01.2014
13. D-Smart. (2014a). Hakkımızda. <https://www.dsmart.com.tr/kurumsal-hakkımızda>. Erişim Tarihi: 17.01.2014
14. EAO (European Audiovisual Observatory). (2013). Children and Audiovisual Services http://www.kijkwijzer.nl/upload/zijbalk2/108_EC_CHILDREN_REPORT_MAY2013_EXCO.pdf. Erişim Tarihi: 04.01.2014
15. İlhan, S., (2012). Küreselleşme ve Yoksulluk: Çok Uluslu Şirketlerin Ağır Faturası. e-Journal of New World Sciences Academy. 2012, Volume: 7, Number: 3, Article Number: 3C0099. ISSN:1306-3111
16. Kaya, R., (2001). Kamusal Çıkar. Karizma. Ocak, Şubat, Mart 2001. Sayı: 5, 68-85.
17. Mediacat, (2007). Disney Dünyası Digitürk'le Türkiye'ye geliyor. <http://www.mediacaonline.com/disney-dunyasi-digiturk%C2%92le-turkiye%C2%92ye-geliyor/>. Erişim Tarihi: 06.12.2013
18. O'Neill, J., (1998). Piyasada Gazetecilik Yapmak. Belsey A., Chadwick R. (Der). . Çev: Türkoğlu, N. Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar içinde. İstanbul: Ayrıntı.
19. Pekman, C., (2005). Medya Sahipliğinin Düzenlenmesi Sorunu: Küresel Çerçeve ve Türkiye Örneği. Bek, M.G., Kevin, D. (Der.), Avrupa Birliği ve Türkiye'de İletişim Politikaları: Pazarın Düzenlenmesi, Erişim ve Çeşitlilik içinde. (243-291) Ankara: Ankara Üniversitesi Basım Evi.
20. Planet A.Ş. (2013). Şirketler Topluluğu Bilgileri. <http://www.planetler.com/images/fecd066c-793e-4eel-b55c-e530888be2c7.pdf>. Erişim Tarihi: 17.01.2014
21. Ritzer, G., (2000). Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek. Kaya, Ş.S. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
22. RTÜK. (2013). Türkiye'de Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları Araştırması. İstanbul: Bizim Matbaa.
23. RTÜK. (2013a). Karasal Ortamdan Yapılan Radyo ve Televizyon Yayınlarına Ait Kanal/Frekans Listesi ile Uydu ve Kablo Ortamından Yayın Lisansı Olan Kuruluşlar Listesi. http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/icerikgoster.aspx?icerik_id=a13546e2-8014-4c12-875c-3905b225f789. Erişim Tarihi: 09.12.2013
24. Tivibu. (2014). Kanallar. <http://www.tivibu.com.tr/canli-TV.TVb#!TV-kanallari>. Erişim Tarihi: 15.01.2014
25. TRT Çocuk. (2013) Hukuki Şartlar ve Gizlilik. <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/hukukisartlar.aspx>. Erişim Tarihi: 08.12.2013
26. TUYAD (Uydu Elektronik İletişim İş İnsanları Derneği). (2012). Sayısal Yayıncılık ve Geleceği. <http://www.satturkey.com/tuyadvbt.htm>. Erişim Tarihi: 17.12.2014
27. Türksat. (2014). Kanallar. <http://www.turksatkablo.com.tr/Teledunya-Temel-Paket>. Erişim Tarihi: 14.01.2014
28. 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun. (2011) T.C. Resmi Gazete, 27863, 03 Mart 2011.