



T.C.

GİRESUN ÜNİVERSİTESİ

TİREBOLU İLETİŞİM FAKÜLTESİ

RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI

**TÜRKİYE'DEKİ UZUN METRAJLI ANİMASYON
SİNEMASININ EKONOMİ POLİTİK ÇÖZÜMLEMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

YONCA GÜL ŞEN

DANIŞMAN

DR. ÖĞR. ÜYESİ MESUT COŞKUN

GİRESUN 2020

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Türkiye’deki Uzun Metrajlı Animasyonların Ekonomi Politik Çözümlemesi” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.../.../2020

Yonca Gül ŞEN

JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI

Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün tarihli toplantısında oluşturulan jüri, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Yonca Gül ŞEN'in "Türkiye'deki Uzun Metrajlı Animasyonların Ekonomi Politik Çözümlemesi" başlıklı tezini incelemiş olup aday ... tarihinde, saat... da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Aday çalışma, sınav sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Jürisi	Unvanı, Adı Soyadı	İmzası
Üye (Başkan)		
Üye		
Üye		
Üye		
Üye		

ONAY**...../...../2020**

Prof. Dr. Enver SARI
Enstitü Müdürü

ÖZET

ŞEN, Yonca Gül, Türk Uzun Metrajlı Animasyon Sinemasının Ekonomi Politik Çözümlemesi, Yüksek Lisans Tezi, Giresun, 2020

Türkiye’de animasyon sineması son yıllarda gerek sinema için gerekse televizyon kanalları için yapılan kısa ve uzun metrajlı filmlerle gözle görülür bir artış göstermiştir. Bilişim sektöründeki teknolojinin ilerlemesi ve sayısal sistemlerin sinemaya giriş yapması Türkiye’de son yıllarda karşılık bulmaktadır.

Çalışmamız da araştırmanın sorusu doğrultusunda, yapılan tüm analizlerden farklı olarak uzun metrajlı animasyonlar alanında, Türkiye’de animasyon bir endüstri midir, uzun metrajlı animasyon yapmakta yeterli miyiz sorularına yanıt aranması bu araştırmanın amacıdır. Çalışmanın amacına yönelik olarak üretim koşullarına, sektörü etkileyen faktörlere odaklanıldığı için ekonomi politik kuram, temel yaklaşım olmuştur.

Bu çalışmanın özgünlüğü, daha önce yapılan araştırmalardan farklı olarak ekonomi politik çözümleme ile Türk animasyonculuğunun bu alanda yetkin olup olmadığı uzun metrajlı animasyon filmlerinin yapım koşulları üzerinden açıklanmaya çalışılmasıdır. Alan çalışmasında animasyon sinema sektöründe çalışan profesyonellerle yarı yapılandırılmış sorularla derinlemesine görüşme yapılmıştır. Pandemi (salgın hastalık) nedeniyle görüşmeler elektronik posta ile gerçekleştirilmiştir. Türk Sineması ve animasyon sinemasının endüstriyel bağlamda incelendiği bu tezde Türk animasyon sinemasının henüz gelişim aşamasında bir endüstri olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk Animasyon Sineması, Ekonomi Politik, Teknoloji, İstihdam, Yapım

ABSTRACT

ŞEN, Yonca Gül, Feature Animation Films Analysis Of The Political Economy İn Turkey, Master Thesis, Giresun, 2020

Animation cinema in Turkey has significantly improved with short and feature films made both for cinema and for television channels in recent years. The progress in technology in the information sector and to enter the digital systems to the cinema finds its worth Turkey of late years.

Our work in the line with the question of the research, target of the research is try to find answer the questions, are there animation industry in Turkey, are we enough to do feature animation film, unlike other analysis done in the area feature animations. The Economy Political theory is basic theory in research because in accordance with the goal of the research is for focus production conditions and the factors affecting the sector.

Originality of the research, trying to explain is feature animations films over production conditions in the area whether it is competent of Turkish animation. Professionals working in the animation cinema sector was maked dept-interview semi-structured with questions. The interview is making e-mail because of the pandemic. Turkish animation cinema is an industry in development yet, Turkish cinema and animation cinema examined in an industrial context in this thesis.

Key Words: Animation cinema, Economy Politic, Technology, Employment, Production

TEŞEKKÜR

Öğrenmek sonu gelmeyen bir arayıştır. Türkiye’de Uzun Metrajlı Animasyon Sinemasının Ekonomi Politik Analizi araştırması da bu arayışların sonucunda ortaya çıkan bir tezdır. Yüksek Lisansa başlarken hasta bile olsa beni sürekli destekleyen ve bitirmem için beni sürekli motive eden babama, ders çalışırken beni cesaretlendirmesinin yanında çıkmaza girdiğimde beni yargılamadan dinleyen ve desteğini esirgemeyen anneme, tezimin bitmesi için sürekli dua etmesinin yanında beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan kız kardeşime, askere gitmeden önce sürekli yanımda olan ve istediğim kitapları sipariş verip kargodan alan erkek kardeşime en kalbî duygularıyla teşekkür ederim.

Yüksek Lisans tezimi yazarken bana elinde bulunan kitapları getiren, derinlemesine görüşmelerde yazışmalar için bana yardım eden, tezimin düzenlemeleri için bana zaman ayırarak destek veren danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Mesut COŞKUN’a teşekkür ederim. Tezde yapılan çalışma doğrultusunda sorduğum sorulara yanıt veren tüm katılımcılara, geri dönüş yapan ve tez için kişi mailleri veren herkese teşekkür ederim.

Yonca Gül ŞEN

04.11.2020 / Ordu

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iv
TEŞEKKÜR.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	ix
TABLolar	x
ŞEKİLLER.....	xi
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	7
1. SİNEMADA EKONOMİ POLİTİK.....	7
1.1. Ekonomi Politik Nedir?.....	7
1.2. Ekonomi Politik'in Temel Kavramları	8
1.3. Ekonomi Politik Alanında İki Farklı Yaklaşım.....	11
1.3.1. Liberal Ekonomi Politik Yaklaşım.....	11
1.3.2. Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım.....	13
1.4. İletişim ve Medya Çalışmalarında Ekonomi Politik Yaklaşımlar	15
1.5. Sinemada Ekonomi Politik Yaklaşımlar	17
1.5.1. Sinema ve Endüstri Kavramları	21
1.5.2. Sinemada Değer Zinciri	24
1.5.3. Animasyon Sinemasında Değer Zinciri	27
İKİNCİ BÖLÜM.....	30
2. TÜRKİYE'DE ANİMASYON SİNEMASININ EKONOMİ POLİTİK	
ALTYAPISI.....	30
2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	30
2.2. Araştırmanın Problemi	31
2.3. Araştırmanın Varsayımları	31
2.4. Araştırmanın Yöntemi	32
2.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	32
2.6. Küresel Animasyon Endüstrisinde Ekonomi Politik Altyapı.....	33
2.7. Animasyon Sinemasının Türk Sinemasının Üretim Yapısı İçindeki Yeri	36

2.8. Türkiye’de Animasyon Film Üretiminde Bulunan Şehirler	39
2.9. Türk Animasyon Sinemasında Yaratıcı ve Teknik İşgücü.....	41
2.10. Türk Animasyon Yapım Şirketleri	43
2.11. Türk Animasyon Sineması Alanında Kurumsal Yapılanmalar	46
2.11.1. Üniversiteler.....	47
2.11.2. Dernekler	50
2.12. Türk Animasyon Sinemasının Yasal Altyapısı	52
2.13. Türk Animasyon Sinemasında Teknoloji.....	53
2.13.1. Türk Animasyon Sinemasında Kullanılan Teknikler	57
2.14. Türk Animasyon Sinemasının Finansal Yapısı	66
2.14.1. T.C. Kültür Bakanlığı’nın Animasyon Sinemasına Verdiği Destekler ..	69
2.14.2. Festivaller ve Ödüllü Animasyon Filmler	70
2.14.3. Animasyonların Elde Ettiği Gişe Gelirleri.....	71
2.14.4. Türk Animasyon Filmlerine Televizyonların Verdiği Destekler.....	73
2.14.5. Türk Animasyonu ve Reklamcılık.....	74
2.14.6. Animasyon Ve Oyun Sektörü	76
2.15. Türk Animasyon Sinemasında Dağıtım ve Gösterim.....	79
SONUÇ	83
EKLER.....	99
Ek.1. Araştırmanın Soruları.....	99
Ek.2. Türkiye’de Gösterime Giren Yerli Uzun Metrajlı Animasyon Filmler Listesi	100
ÖZGEÇMİŞ.....	103

KISALTMALAR

2D	: 2 Boyutlu
3D	: 3 Boyutlu
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ASİFA	: Uluslararası Canlandırma Film Derneği
BEBKA	: Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı
CD	: Kompakt Disk (Compact Disc)
CELL	: Selüloit
DVD	: Sayısal Yoğun Disk (Digital Versatile Disc)
IMAX	: Maksimum Görüntü (Image Maximum)
SİYAD	: Sinema Yazarları Derneği
TSA	: Türk Sineması Araştırmaları
TV	: Televizyon
UIP	: Universal International Pictures
WB	: Warner Bros

TABLOLAR

Tablo 1: Günümüzde TRT’de Yayınlanan Çizgi Filmler (2020)	32
Tablo 2: Türkiye’de Üretilen Uzun Metrajlı Animasyon Film Sayısı	37
Tablo 3: Türkiye’de Gösterimde Kalan Uzun Metrajlı Animasyon Film Sayıları	37
Tablo 4: Türkiye’de Uzun Metrajlı Film Yapımcıları (2009- 2020)	44
Tablo 5: Türkiye’de 4 Yıllık Animasyon Bölümü Bulunan Üniversiteler	47
Tablo 6: Türkiye’de Kullanılan Animasyon Teknikleri	57
Tablo 7: Türkiye’de T.C. Kültür Bakanlığı’nın Destek Verdiği Animasyon Film Sayıları	67-68
Tablo 8: Youtube’da ve Televizyonda Gösterilen Yayınlanan Bazı Reklamlar	73
Tablo 9: 2009 Yılında Türkiye’de Gösterime Giren Uzun Metrajlı Animasyon Filmler	78
Tablo 10: 2011-2013 Yılları Arasında Türkiye’de Gösterime Giren Uzun Metrajlı Animasyon Filmler	78
Tablo 11: 2014 Yılında Gösterime Giren Uzun Metrajlı Animasyon Filmler	79

ŞEKİLLER

Şekil 1: 2017'den 2020'ye Dünya Animasyon Pazarının Büyüklüğü	32
Şekil 2: Animasyon ve VFX Sektörünün Bölümlere Göre Pazar Boyutu	33
Şekil 3: En Fazla Uzun Metrajlı Film Üreten Ülkeler (2010-2014)	35
Şekil 4: Türkiye'de Animasyon Alanında Öne Çıkan Şehirler	39
Şekil 5: Oyun Platformlarının Yıllara Göre Pazar Payı Değişimleri	75
Şekil 6: Ülkelere Göre 2019 Yılı Küresel Oyun Pazarı Büyüklüğü	76



GİRİŞ

Sinema, Lumiere kardeşlerin para kazanmak amaçlı icat ettikleri eğlence odaklı bir icattı. İcadından sonra dünyanın dört bir yanına dağıtılmasıyla ilgi gören sinema, icat edilme amacından daha büyük bir amaca hizmet etti. Hemen hemen her alanda yer bulan sinema, içinde bulunduğumuz çağın vazgeçilmez bir parçası haline geldi. İcat edildiğinde bu kadar ilerleme göstereceği tahmin edilmeyen sinema, hemen hemen her ülkede küçük ve çeşitli tekniklerle üretilmeye, insanların eğlencesi olmaya devam etmektedir. Tüm bu eğlence işlevinin yanında pek çok farklı işlevlerde kullanılan sinema, aynı zamanda bir endüstridir. Kendi kendini finanse edebilen, milyonlarca kişiyi ardından koşturan bu icat, kendisini yeniçağın teknolojisine kolaylıkla adapte etmekte ve hızla gelişim göstererek ilerlemektedir.

Sinema sektörü çarpan etkisiyle kendisiyle birlikte birçok sektörü etkileyebilme gücüne sahiptir. Sinema sektöründe film üretimi için gerekli olan teknolojik donanımın temin edilmesinden film çekim sahalarının kiralanması (stüdyo ve ya mülk) oyuncu, yaratıcı ve teknik ekibin ulaşım, konaklama ve iâşesi için gerekli şeylerin temin edilmesi gerekmektedir. Animasyon sinema üretimi için gereken sektör ihtiyaçları da benzer biçimdedir. Bunun yanında film kültürel bir ürün olduğu için izleyici alışkanlıkları tüketim alışkanlıkları üzerinde de etkili olabilmektedir. Sinema filmi içinde olan bir markanın, müziğin ya da yemeğin izleyiciler tarafından talep edilmesi diğer sektörlerle de ekonomik olarak etki etmektedir.

Türk animasyon sektörünün incelendiği bu çalışmada, iletişimin ekonomi-politiği perspektifi temel yaklaşım olmuştur. Sinemada klasik iktisat asıl gücün izleyicide olduğunu öne sürmektedir. Sinema bir kültürel üretim olmasının yanı sıra ekonomik bir sahadır. Film üretiminin temel taşlarından birisi fikir ve senaryo ise diğeri de filmin yapımını ve gösterimini üstlenen yapım şirketleridir. Bu şirketler film üretimi sonucu mümkün olan en çok sayıda izleyiciye filmlerini ulaştırmak isterler. İzleyiciye ulaşan yapım izleyicinin talebine göre değer bulmaktadır. En çok beğenilen yapımlar en çok talep edilen ve izlenen ürünlerdir. Serbest pazar ilkesi

doğrultusunda izleyicinin sosyal, ekonomik, politik ve kültürel tercihleriyle üretilen sinema filmlerinin izleyici sayısı belirlenmiş olur.

İletişimde ekonomi politik; kültürel ve ideolojik yapıların üretilmesi, dağıtılması ve kültürel ürünlerin nasıl alımlandıkları gibi konular üzerinde çalışmaların yürütüldüğü bir alandır. Kökenlerini klasik iktisattan alarak günümüzde çeşitli görüşlere ayrılan ekonomi politik yaklaşımın medya ve iletişim çalışmalarına uyarlanması bu tür çalışmaların yapılmasını mümkün kılmıştır.

İletişimin ekonomi politiği yaklaşımının benimsendiği bu tezde Türk animasyonunun sektörel üretim ilişkileri incelenmeye çalışılmıştır. Türk animasyon sektörü; ürünün üretildiği, dağıtıldığı ve tüketildiği sektörel bir saha olma özelliğini taşımaktadır. Üretilen reklamlar, çizgi filmler, son yıllarda gözle görülür artış gösteren uzun metrajlı animasyonlar ve tüm animasyon ürünlerinin artışı incelendiğinde bu alanda azımsanmayacak ölçüde üretim gerçekleştirilmektedir.

Yaratıcı ve kültürel endüstriler, yaratıcı ve dijital endüstriler gibi terimlerle yazınlarda yer almaktadır. Bu çalışmada yaratıcı endüstriler içinde Türkiye’de animasyon sineması, içinde bulunduğu finans, yasal, teknolojik ve çalışan işgücü çerçevesinde analiz edilmiştir.

Birinci bölüm, Ekonomi-Politik kuram, Liberal ve Eleştirel yaklaşımlar ile Sinemada Ekonomi Politik perspektifin açıklanmasına odaklanmıştır. İkinci Bölüm, araştırmanın metodolojisinden ve analiz kısmından oluşmaktadır. Araştırmanın amacı ve önemi bu bölümde serimlenmektedir. Türk sineması içinde, animasyon sektörü bir endüstri olabilmiş midir? sorusuna cevap aramak tezin amacıdır. Animasyon sektörü alanında akademik çalışmalar olsa da, güncel olarak sektörün profilini ve üretim koşullarını sergilemek çalışmayı önemli kılmaktadır. Türk animasyon sektörünün üretim altyapısı, ekonomik ve istihdam büyüklüğü, küresel animasyon endüstrisi içindeki yeri araştırmanın problem cümleleridir.

Çalışmanın varsayımlarından birincisi, teknolojinin, sektörü direkt etkileyen faktör olup olmadığıdır. Küresel film sektöründe Türk animasyon sektörünün küçük bir yere sahip olması ikinci varsayımdır. Türk animasyon sinemasının reklam sektörü dışında, ekonomik kaynaklara ihtiyaç duyması üçüncü varsayımdır.

Bu tez için nitel bir alan çalışması yapılmıştır. Nitel araştırma derinlemesine görüşme yöntemi ile yapılmaya çalışılmıştır. Derinlemesine görüşme tekniği, birebir katılımcı ile yüz yüze yapılan görüşme tekniğidir. Alan araştırmasında, animasyon alanında sektörde çalışmış yetkin kişilere yönlendirilen 13 tane yarı yapılandırılmış sorunun cevaplarından oluşturulan metinlere yer verilmiştir. 14 kişiden geri dönüş alınmıştır. Çalışma bitiminde metinde katılımcılar K1-K14 arasında numaralandırılmıştır. Pandemi nedeniyle yüz yüze görüşmeler, elektronik postayla yapılmıştır. Bu çalışmanın evreni Türkiye'deki tüm animasyon üretimleridir. Tematik çocuk kanalları, reklam, televizyon ve sinema ile birlikte çalışma alanımızı oluşturmaktadır.

İkinci bölümün devamında, küresel animasyon endüstrisi verileri sergilenmektedir. Ardından Türk animasyon sektörünün bağlı olduğu yasal altyapı, yapım şirketleri, finans kaynakları, teknik altyapısı, dağıtım ve gösterim verileri yer almaktadır. T.C. Kültür Bakanlığı destekleri alt başlık ile verilmiştir.

Animasyon sineması sinema sektöründeki yapım süreçlerine benzer bir organizasyon içinde üretim yapmaktadır. Sadece diğer filmlerin yapımından farklı olarak animasyon sineması, teknolojik üretim farklılığı nedeniyle yapım öncesinde üretim için gerekli olan yoğun bir hazırlığa gereksinim duymaktadır. Üç boyutlu filmlerden ileri teknoloji ve esnek yazılımlar gerekirken motion capture türünde bir animasyon film yapılırken oyuncuların üzerine yerleştirilen sensörlerle hareket bilgisayar ortamında kodlanmaktadır.

Küresel sinema endüstrisi içinde animasyon sineması günden güne izlenme oranı, gişe getirisi, kurmaca filmler içindeki önemi açılarından daha fazla pay almaktadır. Küresel anlamda animasyonun kullanımı sadece sinema ile sınırlı değildir. Oyunlar, reklamlar, sağlık, eğitim, mimari gibi geniş bir alanda kendine yer bulmuştur. Yaratıcı endüstriler içinde sinema özel bir yer kaplamaktadır. Animasyon sineması ise sinema sektörünün son yıllarda en önemli bileşenlerinden birisi olmuştur.

Türk sineması içinde halen animasyon sineması çok önemli olmayan bir konumdadır. Dünya sinemasındaki dönüşümler ve değişimler örnek olarak

alındığında Türkiye’de gelecek yıllarda animasyonun gerek sinema gerekse oyun, sağlık, mimari gibi sektörlerde daha fazla önem kazanacağı ve kullanım alanı bulacağı öngörülebilir.

Türkiye’de animasyon film üretimi İstanbul, Ankara ve Eskişehir olmak üzere üç şehirde yoğunlaşmıştır. Bunun yanında Kütahya, İzmir, Hatay, Amasya, Kahramanmaraş, Kırşehir, Adana, Yozgat, Aydın animasyon eğitimi verilen şehirler olarak göze çarpmaktadır. İstanbul gerek finansal yapısı, kültürel çeşitliliği iki kıta arasındaki lojistik konumu gerekse Cumhuriyet yıllarının başından itibaren sinema sektörüne ev sahipliği yapması nedeniyle animasyon üretiminin Türkiye’deki önemli bir paydaşıdır. Animasyon üretimi için gerekli olan kurumların önemli bir kısmı İstanbul’da faaliyet göstermektedir.

Animasyon filmlerin yapım aşamaları klasik sinema yapım aşamalarından farklılıklar göstermektedir. Kurmaca sinema filminde gerçek oyuncular rollerinin gereğini yapıp senaryo çekim aşaması bitince kurgu işlemi gerçekleşmektedir. Oysa animasyon filmlerde yapım öncesinde kullanılacak teknikler belirlendikten sonra sırasıyla çizim, storyboard, renklendirme gibi aşamalardan geçmektedir. Kukla animasyonlarda kuklalar ve oyuncaklar, iki boyutlu animasyonlarda çizim, üç boyutlu animasyonlarda karakter modellemeleri önem kazanmaktadır.

Animasyon filmlerin yapımı normal sinema yapımından üretim biçimi yönüyle ayrılmaktadır. Bir film gerçek oyuncularla çekilip kurgusu yapılırken, animasyon filmlerde kullanılan tekniğe göre bu aşamalar farklılık göstermektedir. Usta çırak ilişkisi yaşanamamasından dolayı sektörde işi yeterince bilen kişi olmaması Türk Animasyon sektörünü olumsuz bir biçimde etkilemekte, yapımların kalitesini düşüren bir nitelik olarak öne çıkmaktadır.

Animasyon sinema sektörü finansal ihtiyaçlar gereği sadece animasyon film üretimi değil reklam filmleri üretimi yapmaktadır. Yapım şirketleri ihtiyaçları olan mali desteği bu yolla karşılamaktadır. Reklamcılık ve animasyon sektörleri bu nedenle birbirlerinin ihtiyaçlarını karşılayan yakın sektörlerdir. Animasyon yapım şirketleri sadece animasyon alanına yoğunlaşan şirketlerden oluşmamaktadır.

Örneğin reklam filmleri yapılmak için açılmış bir reklam film yapım şirketi animasyon film yapımıyla da uğraşmaktadır.

Türk animasyon sineması için yaratıcı işgücü iki koldan karşılanmaktadır. Birincisi geleneksel usta-çırak eğitimidir. Ülkemizde finansal şartlardan dolayı iyi yetişmiş yaratıcı animasyon profesyonelleri yurtdışına gitmeyi tercih etmektedir. İkinci istihdam kaynağı olan üniversite eğitimi almış gençler belirli üniversiteler çerçevesinde yetişmekte ve sektöre adım atmaktadır. Türkiye 1980 sonrası Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi içinde animasyon eğitimine başlamış ve sonraki yıllarda Anadolu Üniversitesi başta olmak üzere farklı şehirlerde animasyon eğitimi verilmektedir.

Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun (5224 sayılı) Türk animasyon sinema sektörü için 2004 yılından itibaren temel yasal altyapıyı oluşturmaktadır. T.C. Kültür Bakanlığı animasyon sinema eserlerine belirli şartlarda destekler vermektedir. Kısa ve uzun metrajlı animasyon filmlerinin festivallerde gösterilmesi Türk sinemasının tanıtılması açısından destek görmektedir.

Oyun sektörü animasyon teknolojisine en çok başvuran ve işbirliği yapan bir alandır. Dijital ortamlarda oynanan oyunların hemen hemen tamamı animasyon sektörü tarafından üretilmektedir. Animasyon teknolojisinin yoğun olarak kullanıldığı oyunlar bilgisayar, mobil, konsol gibi platformlarda kullanılmaktadır.

Türk sinema salonlarında 2009 yılına kadar bir elin parmağını aşmayan sayıda animasyon sinema filmi gösterim şansı bulmuştur. 2014 yılından sonra hızlanan animasyon film üretimi gösterim sayılarıyla göze çarpmaktadır. Her ne kadar istikrarsız bir üretim sektörü olsa da animasyon Türk sineması içinde ileriki yıllarda yavaş yavaş yer bulacağı öngörülmektedir.

Türk Animasyon Sineması, Türk Sineması'ndan daha farklı bir yapılanmaya sahiptir. Türk Animasyon Sinema sektörü, 1930'lu yıllarda yapılan film gösterimleriyle ülkemizdeki sanatçıların dikkatini çekmiştir. Daha çok reklam şirketleri bünyesinde ilerleme gösteren canlandırma film faaliyetleri tamamıyla incelendiğinde Türk Animasyon Film sektörü, yapılanması güçlü bir

organizasyondur. Gelişen teknoloji ve oluşan kolaylıklar, sinema alanına farklı bir yorum getirmiştir. Dolayısıyla animasyon sektörü de bundan payını almıştır. Animasyon sinema alanında pek çok işin tek bir araçtan yapılmasını mümkün kılan teknolojilerle bu işe olan ilgi artmış, insanlar daha kaliteli işler çıkarmaya başlamıştır.

Animasyon filmlerin üretimi için kukla, rotoskop, motion capture, stop motion, üç boyutlu ve iki boyutlu film teknikleri gibi pek çok tekniğin kullanıldığı görülmektedir. Kullanılan bu teknikler ve bu teknikler doğrultusundaki çalışmalar üretilen filmlere göre değişiklik göstermektedir. Yapılan filmler üretildiği yapım şirketleriyle de doğrudan ilişki içindedir. Her stüdyo animasyon filmlerin üretimi için farklı teknikler kullanmakta ve üretimi yapılacak filme göre farklı yapım aşamalarından geçmektedir. Kullanılan geleneksel metotların artık iki boyutlu olarak dijital alana taşınmasıyla, daha kolay ve kaliteli ürünler yapılmıştır. Ayrıca son 20 yılda kullanılan nesne temelli üç boyutlu animasyon teknikleriyle gerçekçilikte yeni bir ritim yakalayan Türk animasyon film sektörü, teknolojinin gelişimiyle uzun metrajlı animasyonların üretilmesinde gelişim göstermeye başlamıştır.

Uzun metrajlı animasyonlar, animasyon endüstrisinin yeni bir kolunu oluşturmuştur. Reklam, oyun gibi alanlarda daha çok karşımıza çıkan Türk animasyon film sektörü, uzun metrajlı animasyonlarla kendisine yeni bir üretim alanı oluşturmuştur. Bu üretim alanı hem kazançlı bir alandır hem de insanların beğenisini kazanmaktadır. Her türden insanın izleyebileceği yapımlara destek veren bu sektörün temelleri sağlamdır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. SİNEMADA EKONOMİ POLİTİK

1.1. EKONOMİ POLİTİK NEDİR?

Ekonomi politik, toplumdaki üretim ilişkilerinin ekonomik, sosyal ve siyasal boyutlarını ele alarak inceleyen yaklaşımdır. Ekonomi politik yaklaşım bir toplumbilim olmakla beraber, geçmişten günümüze çeşitli sosyal ekonomik faaliyetler ve bu faaliyetler doğrultusunda kurulan ilişkilerden kendisine bir inceleme alanı bulmuştur. Mosco, politik ekonomiyi “kaynakların üretimini, dağıtımını ve tüketimini karşılıklı olarak oluşturan sosyal ilişkilerin, özellikle güç ilişkilerinin incelenmesi” olarak tanımlamaktadır (Mosco, 2009: 24).

Yaklaşımın odak noktası üretim ve üretimle var olan ilişki biçimleridir. Ekonomi politik yaklaşım sadece üretimle ilgileniyormuş gibi algılanmamalıdır. Çünkü ekonomi politik yaklaşımın temelinde insan ilişkilerinin üretimin merkezinde yer alması önem taşımaktadır. Nikitin’e göre , “...ekonomi politik, üretimi, ancak, üretim içinde insanlar arasında kurulmuş olan ilişkiler açısından inceler (Nikitin, 2006: 21)...”

Ekonomi politiğin üretimle yakın bir bağı olmasından dolayı ortaya konan ürün de en az üretimle kurulan ilişkiler kadar önemli bir nitelik taşımaktadır. Nikitin’e göre ekonomi politik üretimle uğraşmıyormuş gibi görünse de üretici güçler ve üretim ilişkileri arasındaki bağları da incelemektedir. Bu sebeple;

“...ekonomi politik, insanlar arasındaki üretim(ekonomik) ilişkilerini araştırır. Bununla ilgili olarak, üretim araçlarının mülkiyet şekillerini, üretim içinde bulunan farklı toplumsal grupların durumunu ve onlar arasında varolan ilişkileri; maddi malların üleşim biçimlerini inceler (Nikitin, 2006: 21)...”

Üretim sürecinde üç temel alan bulunmaktadır. Bu temellerden ilki üretim araçlarının mülkiyet biçimi, ikincisi insanların söz konusu üretimdeki yeri ve üretim sürecine bağlı olarak kurdukları ilişkiler, üçüncüsü de ürünlerin dağıtımıdır (Er, 1977: 12).

“... ekonomi politik, tarihsel olarak üretimin ve değişim, bölüşüm ve tüketimin incelenmesidir. Genel olarak üretimin örgütlenme tarzı yani üretim ilişkileri üretim, değişim, bölüşüm ve tüketimi şartlandırır. Ancak değişim ve bölüşüm de üretim üzerinde etkide bulunur (Yaylagül, 2014: 141)...”

İncelenen tüm bu üretim ağını; üretim, dağıtım, değişim, tüketim ve bölüşüm yapılırken ki ilişkiler oluşturmaktadır. Tüm bu süreçlerde insanlar birbirleriyle etkileşim halindedir. Bu döngü her çağda kendisini göstermektedir. Yaylagül’e göre her dönemin kendisine özgü güç ilişkileri bulunmaktadır. İlk çağlarda insanlar avcılık ve toplayıcılık yaparak geçimlerini sürdürmekteydiler. Bu dönem sınıfsal farklılıkların görüldüğü bir dönem değildi. Tarım ve hayvancılık gibi ekonomik faaliyetler yoktu. İnsanlar doğada hazır olanla yaşamlarını sürdürmekteydiler (Yaylagül, 2014: 139-140).

Her icadın bir ihtiyaç sonucu ortaya çıktığı göz önünde bulundurulduğunda bu çağdan sonraki dönemlerde üretim araçlarının gelişmesine bağlı olarak üretimin gelişmesiyle farklı ekonomik faaliyetler ve sınıflar ortaya çıkmıştır. Üretimin çağlara göre gelişim göstermesiyle ihtiyaç fazlası ortaya çıkmıştır. Artı-değer olarak adlandırılan ihtiyaç fazlası bölüşümde dengenin bozulmasına neden olmuştur.

Üretim sonucu ortaya çıkan artı değer ve artı değerın bölüşümü konusunda ortaya çıkan eşitsizlikler sınıfsal farklılıkların ortaya çıkmasına, toplumun; güçlü-güçsüz, zengin- fakir, burjuva-proletarya gibi ayrılmasına neden olmuştur. Bu sebeple ekonomi politiğin konusu sadece üretim değil, üretimle ortaya çıkan ilişkilerin ve farklılıkların da incelenmesidir.

1.2. EKONOMİ POLİTİĞİN TEMEL KAVRAMLARI

Ekonomi politiğin temel kavramları anlatılırken tezin konusu doğrultusunda üretim ilişkileri bağlamında ele alınması gereken kavramlara bu kısımda yer verilecektir. Yaman’a göre insanın özgül etkinliği olan üretim, insanın doğayı emek harcayarak ihtiyaçlarını karşıladığı nesnelere dönüştürmesidir. Üretim toplumu da beraberinde getirir. Dolayısıyla toplum insanların yaşamlarını sürdürebilmek adına ihtiyaçlarını karşılayabilmek için üretim yapmak için oluşturulmuş bir örgütlenmedir.

Üretim insanı insan yaparken diğer yandan da bu örgütlenmeyi de bir topluma dönüştürür (Yaman, erişim tarihi: 10.16.2020, 1).

Toplumsal ihtiyaçların karşılaması için yapılan doğayı nesnelere dönüştürme işlemine iş denir. Bir işin yapılması için harcanan çaba da emek, çalışma olarak adlandırılmaktadır. Bu işin yapılması için harcanan sürece emek süreci denir. Emek süreci Çelik'e göre "...emekçinin, emek araçları yardımıyla, emeğin konusu üzerinde, başlangıçta imgeleminde tasarladığı değişikliği yaratması yani tasarımılanan nesneyi üretmesi..." olarak tanımlanırken bu tanım çerçevesinde ayakkabı üreten ayakkabıcı, ekmek üreten fırıncı vb. de emekçi olarak adlandırılmaktadır (Çelik, 2019: 2). İnsan ihtiyaçlarına yanıt veren her türlü nesne üretim işlemi emekçiler olarak da bilinen işçiler tarafından yapılmaktadır. Bu emek sürecinin sonunda ortaya ürün çıkar. Emek sürecinin sonucunda ortaya çıkan ürün hakkında Marx Kapital 1. Ciltte şöyle yazmaktadır:

"...Emek-sürecinde, insan faaliyeti, demek ki, emek araçlarının yardımı ile üzerinde çalışılan malzemede, başlangıçta tasarlanan bir değişikliği meydana getiriyor. Süreç, üründe sona erer, ve ürün, bir kullanım-değeridir. Doğanın sağladığı malzeme bir biçim değişikliğiyle insan gereksinimlerine uyarlanır. Emek kendisini konusuyla birleştirmiştir: emek maddeleştirilmiş, konu dönüştürülmüştür. İşçide hareket olarak ortaya çıkan şey, şimdi üründe hareketsiz, sabit bir nitelik olarak görülür. Demirci döver ve ürün dövülmüş demirdir (Marks, 2003: 168)..."

Üretim sonucunda ortaya çıkan ürün de ekonomi politiğin inceleme sahasına dâhildir. Emek sürecinin sonunda ortaya çıkan sadece ürün değil emek+ zaman+ ürün 'dür. Bu yüzden üretilen ürün üreticisinden bağımsız değildir.

"...Gereksinimlerini karşılamak için gerçek dünyayı dönüştürürken, insanın üretici etkinliği dokunduğu her şeye izini; türsel güçlerinin gelişmişlik seviyesinin izini bırakır. Bu şekilde insan "yaşamını nesnesine aktarır." Nesnesi ise, hem kendisinin hem de onu üreten canlı insanın ait oldukları organik bütünün niteliğini kendinde ifade eder (Ollman, 2015: 230)..."

Ürünlerin oluşum sürecine gelmeden önce üretim yapmak için ilk olarak sermaye gerekmektedir. Sermaye üretilecek ürün için ham madde almak, üretim yapmak için üretim araçlarının alınması ve üretimi yapacak kişiler için gereklidir. Marx'ın Kapital'inde sermaye, para – meta - para formülünden oluşmaktadır. Sermaye her koşulda ortaya para olarak çıkmaktadır. Metadan farkı temelinin para olmasıdır. Para meta alır, meta para bırakır sonuç olarak "...paranın sermaye olarak

dolaşımı bir satın alma ile başlar ve satışla sona erer...” Çıkış noktası para olan sermayede para piyasaya sürülmektedir. Bu piyasaya sürme olayında sondaki paraya eklenen artı değer ise sermayenin sermaye olmasını sağlamaktadır (Marks, 2003: 138-142).

Çakır’a göre sermaye insanlar arasındaki sosyal ilişkidir. Zenginlik stoku ve ya zenginlik olmayan sermaye zaman ve mekân içinde kavranabilmektedir. Çakır’ın aktardığına göre hareket halinde olan bu ilişki metaları satın alıp harekete geçirir. Dolayısıyla sermaye hareket halindeki değerdir (Çakır, 2019: 1-2). Sermaye sahibi sermayeyi kullanarak ürünün üretilmesini sağlamaktadır. Ürünün üretim sürecinde iş yapmıyor gibi algılanan sermaye sahibi üretimin nasıl olacağına, kimlerin yapacağına ve nasıl yapılacağına karar vermektedir.

Sermaye sahiplerinden ve sermayeden bahsedildiğinde artı değerden de bahsetmek gerekmektedir. Çünkü artı değerın ortaya çıkışı marksizmin sınıf kavramından ziyade eşitsizliklerin ortaya çıkmasının bir başka nedenidir. Artı değer üretim araçlarının gelişimiyle “ihtiyaçtan fazla ürünün üretilmesi” sonucunda ortaya çıkmıştır. Artı değerın fazla olması sermaye sahipleri tarafından farklı sonuçlar doğurmaktaydı. Üretim fazlası olarak da adlandırılabilir artı değerın paraya dönüştürülmesi konusunda yaratıcı olmak gerekmektedir. Para ile başlayan sermaye döngüsünün para getirmesi için ürünlerin paraya dönüşmesi gerekmektedir. Bu ihtiyaç günümüzde tasarım alanının yükselmesine neden olmuştur. Ayrıca artı değer daha fazla kar anlamına gelmekteydi. Bir ürünün fazla üretilmesi işverenler tarafından her zaman avantaj olarak kabul edilmektedir. Coşkun’a göre “...kapitalistler yatırımlarının karşılığını alma, kar birikimini yükseltmek için daha fazla sermaye, daha fazla güç ve rakipleri karşısında avantaj sağlamak istemektedirler (Coşkun, 2018: 9)...”

1.3. EKONOMİ POLİTİK ALANINDA İKİ FARKLI YAKLAŞIM

Ekonomi politik üzerinde sıkça çalışmaların yapıldığı toplumdaki üretim ilişkilerini ekonomik sosyal ve siyasal açıdan inceleyen bir yaklaşımdır. Bilindiği üzere kendi içerisinde liberal ve eleştirel ekonomi politik yaklaşımlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Ekonomi politik yaklaşım ilk olarak klasik iktisattan türeyerek ilk formu olan liberal ekonomi politik daha sonra bu yaklaşıma yapılan eleştirilerle de eleştirel ekonomi politik olmak üzere birbirlerinden düşünsel olarak ayrılmıştır. Bu yaklaşım adı altındaki görüşler farklı düşünürler tarafından temsil edilmektedir.

İlk olarak iktisat alanında faaliyet göstererek yükselen ekonomi politik yaklaşım medya ve iletişim sektörüne de uyarlanmıştır. Tezde incelenecek sinema sektörünün sektörel üretim ilişkileri açısından analizinde bu kısımların açıklanması hayati önem taşımaktadır. Bu nedenle bu kısımda ekonomi politiğe getirilen iki farklı yaklaşımdan söz edilecektir.

1.3.1. Liberal Ekonomi Politik Yaklaşım

Liberal ekonomi politik yaklaşım ilk olarak *Ahlaki Duygular Kuramı* (1759) ve *Milletlerin Zenginliği* (1776) eserlerini yazarak bu yaklaşımı meşrulaştırdığı düşünülen Adam Smith tarafından görünür hale getirilmiştir. Ekonomi politik alanında ilk çalışmalar bu yaklaşım adı altında somutlaştırılmıştır. Yaylagül'e göre liberal ekonomi politiğin temel argümanları şunlardır:

“...Toplum bireylerden oluşur ve bütün bireyler eşittir. Bireyler arasındaki ilişki, piyasa mekanizması aracılığıyla kurulur. Piyasa serbesttir ve piyasada çokseslilik vardır. Devlet mekanizması toplumun üzerinde ve dışındadır ve devlet pazar mekanizmasının işleyişine müdahale etmez (Yaylagül, der. Bulut, 2009: 161)...”

Liberal ekonomi politik yaklaşım Adam Smith, David Ricardo, John Maynard Keynes gibi pek çok düşünür tarafından ele alınmıştır. Adam Smith, ekonomi alanında verdiği eserlerle liberal ekonomi politiğin temellerini oluşturmuştur. İktisadi olarak malın kullanım değeri, değişim değeri, değişim değeri için kullanılan emek

miktarı gibi kavramların açıklamasını yapmaya çalışmıştır. Bir malın kullanım değeri ve değişim değeri arasındaki farkı açıklayarak, bir malın üretilmesi için harcanan emeğin o malın değişim değerini ortaya koyduğunu belirlemiştir. Ayrıca Smith tüm bu iktisadi katkılarının yanında bireyin temel güdüsünün kişisel çıkarları olduğunu ortaya koymuştur. Ona göre söz konusu güdü toplumsal çıkarın da temelini oluşturmaktadır (Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1993: 3753- 3754). Smith'in liberal ekonomi politik alanındaki bir diğer düşüncesi de iktisat alanında kurulan ilişkilerin doğal bir düzeninin olduğunu düşünmesidir. Ona göre iktisat alanında gerçekleşen her durum doğaldır ve bu doğrultuda oluşan olay ve ilişkiler olağan değildir.

Robert Malthus, Adam Smith'den sonra liberal ekonomi politiğe katkısı olan düşünürlerden birisidir. Malthus daha çok nüfus politikalarıyla gündeme gelmiştir. Malthus 'un nüfus politikaları üzerinden aktarılanlara göre “ ... insan nüfusu, kendi soyunun devamı için zorunlu besin maddelerinden çok daha hızlı artma eğilimindedir...” bu sebeple gönüllü olarak evlilikten ve çocuk doğurulmasından vazgeçilmesini öngörmektedir (Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1993: 2575-2576). David Ricardo bu alana katkıda bulunan bir diğer iktisatçıdır. Üretilen mallar ve gelirler üzerine çalışmalar yapmıştır. Çağdaş makro iktisadın öncüsü olarak anılan Ricardo'dan aktarılanlara göre bahsedilen mallar ve gelirler konusuna göre “...hiçbir tarım ürünü, üretim maliyetinden daha düşük bir fiyata satılamaz (Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1993: 3448). John Stuart Mill ve John Maynard Keynes'de bu alanda katkıları bulunan isimlerdir. Fakat Mill'in özellikle zenginliğin toplumsal sınıflar arasında bölüşülmesi ve Keynes'in de devletin ekonomiye müdahale etmesi düşüncelerine sahip olmaları bu ikilinin diğer liberal ekonomi politikçiler tarafından dışlanmalarına neden olmuştur.

Liberal ekonomi politiğin temelleri incelendiğinde pek çok düşünürün ekonomi politik üzerine çalışmalar yaptıkları ve görüşleri nedeniyle birbirlerinden ayrıldıkları görülmektedir. Fakat temel olarak incelendiğinde liberal ekonomi politikte piyasanın kendisinin bir düzeni bulunmaktadır. Yaklaşımına göre piyasada devlet müdahalesi olmamalıdır. Çünkü piyasa devlete ihtiyaç duymadan bu sorunları kendi bünyesinde

doğal bir biçimde çözümleyecektir. Sınıflar arasındaki farklar da bu düşünüşe göre olmalıdır. Çünkü bireysel özgürlük ön planda tutulmaktadır. Bu özgürlüğün kökeni de Adam Smith'in bahsettiği kişisel çıkar güdüsüne uzanmaktadır. Pek çok liberale göre de bu olması gerektir. Fakat tüm bu sınıfsal iktisadi ayrımlar, liberallere göre eşitliği engellemez. Piyasada herkes eşittir. Arz ve talep dengesi her daim devam eder. "...Liberal ekonomi politik yaklaşıma göre, ekonomide insan iradesinden bağımsız doğal yasalar vardır. Böylece ekonomi politik yaklaşım, insan unsuruna yer vermez, burada kar, çıkar ve mülkiyet evrenselleşip doğallaştırılır (Yaylagül, der. Bulut, 2009: 159) ..."

1.3.2. Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, liberal ekonomi politiğe yapılan eleştiriler doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Kaynağını Marksist düşünceden alan yaklaşımın en büyük temsilcisi Karl Marx'tır. Marx'a göre ortaya çıkan sorunların temeli özel mülkiyet anlayışıydı. Özel mülkiyet, sınıfsal farklılıkların oluşmasına neden olmaktadır.

"...eski Yunan çağında, hürler ve köleler arasındaki karşıtlık; eski Roma çağında, imtiyazlı yurttaşlarla imtiyazsız yurttaşlar ve aşağı tabaka arasındaki karşıtlık; Ortaçağ'da feodal beyler ile onların buyruğu altındaki çiftçiler ve lonca mensubu imtiyaz sahibi ustalarla çıraklar arasındaki; çağdaş sanayi toplumunda ise burjuvazi ile proleterya arasındaki karşıtlık bu türdendir. Şu halde, tarih de, bu çeşit sınıfsal karşıtlıklar ve onun doğurduğu sınıf mücadeleleri içinde ilerlemektedir (Freyer, 2012: 83)..."

Liberal ekonomi politikten farklı olarak olayları marksizmin tarihsel materyalist anlayışıyla ele alan eleştirel ekonomi politik yaklaşım, tarihsel bir gelişim sürecini inceleyerek buradan çıkarımlar yapar. Mülkiyet ve sahiplik yapısı üzerine odaklanır, güç ilişkilerini çözümlemeye çalışır. Yaylagül'e göre marksizmin ekonomi politik anlayışın tarihsel materyalizmi " gerçek yaşamın üretimi ve yeniden üretimidir (Yaylagül, 2014: 147-148)."

Ollman’a göre, Marx kapitalizmle ilgilenmekteydi. Kapitalist toplumu incelerken kapitalist toplumdaki “toplumsal ilişkileri” kullandı. Bunun sonucunda gerçek toplumsal bağları yansıtan bir terminolojiyi bilime kazandırdı (Ollman, 2015: 62). Toplumsal ilişkilerde özellikle altyapı ve üstyapı kavramları, ekonomi politik alanının üretim kısmında ciddi bir yer taşımaktadır. Marx’a göre altyapı ve üstyapı birbirinden bağımsız değildir. Kale ve Nur makalesinde Marx’ın toplumdaki altyapı ve üstyapı kavramlarını şöyle aktarmaktadırlar:

“...Marx, toplum-birey ilişkisi üzerinde durur. Toplumu, geçirdiği kendi aşamaları bağlamında değerlendirmek gerekir. Toplum, bir üst yapıya (superstructure) ve bir alt yapıya (infrastructure) sahiptir. Marx’a göre, alt yapıyla üst yapıyı birbirinden ayırt etmek gerekir. Alt yapı (Infrastructure), üretim araçları, üretim güçleri, üretim ilişkileri gibi kavramlarla tanımlanır. Genel anlamda, ekonomik temeldir. Üstyapı (Superstructure) ise din, sanat, felsefe, bilim, ahlak gibi kültür kurumlarından oluşur. Aralarında karşılıklı bir ilişki olmasına rağmen, üstyapı, alt yapı tarafından belirlenir (Kale & Nur, 2016: 47)...”

Marx’ın düşüncesine göre altyapı üstyapıyı şekillendirmektedir. Altyapı ve üstyapı kavramlarının ekonominin ve kültürün etkileşimi olarak algılanmaması gerekmektedir. Erdoğan’ın makalesine göre Marx materyal ve düşünsel üretimi birbirinden ayrı olarak değerlendirmemiştir. Materyal ve düşünsel üretim Marx’a göre ekonomi ve ideoloji ilişkisi değildir, bu ilişki “sosyal varlık ve sosyal bilinç ilişkisi” olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca “...Maddi kendini ve dünyasını üreten insan, bunu düşünsel olanı da birlikte üreterek yapar (Erdoğan, 2007: 216)...”

Wayne’e göre altyapı ve üstyapı kavramlarının içerisinde yedi tane düzey bulunmaktadır. Bu yedi düzey toplumsal süreçte analitik olarak ayırt edilebilmektedir. Altyapıyı üretim tarzları ve gelişim tarzları oluştururken, üstyapıyı devlet, sınai bağlam, üretimin bağlamı, üretim süreci ve medya metinleri oluşturmaktadır. Ayrıca Wayne’e göre bu yedi düzeyin değerli olmasının nedeni sınıf ilişkileri ve ayrımlarının göz ardı edilmemesidir (Wayne, 2015: 161-163).

Marksist ekonomi politikten bahsedildiğinde, artı değer, kar, emek gibi kavramlara olan yaklaşımlar da değişiklik göstermektedir. Liberal ekonomi politikte bu kavramlar kar çatısı altında toplanırken eleştirel ekonomi politikte sınıf meselesi vurgulanarak tartışılan kavramlardır. Düşünüşe göre kapitalistler, işçi sınıfı

sömürmektedir. Üretim yapıldıktan sonra elde edilen artı değer kapitalistlerin hanesine artı olarak eklenmekte ve işçi sınıfı bu kardan pay elde edememektedir. Liberal düşünüş ise emeğin para karşılığında satın alınmasını olması gereken bir süreç olarak algılamaktadır. Çünkü herkes emeğinin karşılığını zaten almaktadır.

1.4. İLETİŞİM VE MEDYA ÇALIŞMALARINDA EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIMLAR

İletişim alanında ekonomi politik, 1948 yılında Illinois Üniversitesinin İletişim bölümünde Dallas Walker Smythe tarafından verilen ilk ekonomi politik dersleriyle kendisini göstermiştir (Yaylagül, 2018: 65). 1948 yılında doğuşu gösterilebilecek iletişim alanında ekonomi politik yaklaşım bu yılda filizlenmiştir. Bu yıldan önce ekonomi politik iletişim alanında değil iktisat alanında tartışmaların yapıldığı bir alandı.

“...İletişimin ekonomi politiği, 1960’lı yıllarda Dallas Smythe’in öncülüğünde doğmuş ve gelişmiştir. İletişimin ekonomi politiğinin doğması ve gelişmesinin tarihsel ve toplumsal nedenleri bulunur. Öncelikle sermayenin giderek medya alanı da dahil olmak üzere bütün sosyal yaşama egemen olması, Dallas Smythe gibi ekonomi politik eğitimi almış insanların dikkatini çekmiştir. Böylece medyanın ekonomi politik bir bakış açısıyla incelenmesi gerektiği ortaya çıkmıştır (Yaylagül, 2018: 65)...”

İletişim alanında ekonomi politik yaklaşım, teknolojik, ideolojik ve kültürel yapıların üretimi, dağılımı, izleyicilerin emtialaşması, medyanın nasıl alımlandığı gibi konular üzerinde araştırmaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Temel araştırma konusu sermayenin medya alanında dağılımı ve bu dağılım ilişkilerinin açığa çıkarılmasıdır.

“...İletişimin ya da medyanın ekonomi politiği kitle iletişim kurumlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı, bundan beslenerek gelişen medya-iktidar ilişkileri, bu ilişkilerin medya metinlerinin içeriğine nasıl yansıdığı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Adorno, Golding, Murdock, Mosco, Garnham, Chomsky, Herman gibi akademisyen ve aydınların öncülüğünde geliştirilen iletişimin ekonomi politiği yaklaşımının kaynağı Marksist gelenek içerisinde biçimlenen eleştirel ekonomi politiktir...Frankfurt Okulu düşünürlerinin öncülüğünde, kitle iletişim araçlarının işlev ve işleyişine ilişkin çözümlemelere de uyarlanmıştır. Buna göre kapitalizm içerisinde büyük sermayenin

sahipliğinde biçimlenen kitle iletişim kurumlarının sistemin siyasal ve ekonomik güçleriyle nasıl işbirliği yaptığı, egemen blokta nasıl yerini aldığı, egemen kesimlerin kitleleri kandırma çabasına nasıl ortak olduğu eleştirel bir bakış açısıyla incelenir. Bu yöndeki çalışmalar iletişimin kuram ve araştırmalarının ekonomi politik boyutunu oluşturur (Güngör, 2013: 141)..."

Coşkun'a göre 1960'lı yılların ortalarından sonra Schiller ve Chomsky gibi yazarlar rıza yaratma stratejisi üzerinde durmuşlardır. Schiller uluslararası bağımlılık ilişkisi doğrultusunda gelişmemiş ülkelerin sömürülmesinin medya ile bağlantısı üzerinde çalışmalar yaparak kültür ve medya emperyalizmi üzerinde yükselecek bir temeli inşa etmiştir. Herman ve Chomsky ise propaganda modeli adını alan modelleriyle egemen güçlerin çeşitli yöntemlerle kamuoyunu yönettiklerini ileri sürmüşlerdir (Coşkun, 2018: 10-11).

1970'li yıllar iletişimin ekonomi politiği tarihinde ayrı bir önem taşımaktadır. Bu yıllarda meydana gelen iletişim devrimi ile bilişim, telekomünikasyon ve kitle iletişim araçlarındaki teknolojik gelişmeler iletişim alanında büyük ses getiren birleşme terimini ortaya çıkardı (Kejanlıoğlu, 2004; 80, 81). İletişimin ekonomi politiği bağlamında birleşme sayesinde, üretim ve tüketim aynı cihazdan gerçekleşme imkânı bulmuştur. Özellikle Schiller tarafından çok fazla eleştiriye maruz kalan bu yeni teknolojik düzen, Amerikan emperyalizminin bir parçası olarak nitelendirilmiştir. Dallas Walker Smythe ise izleyicilerin bir meta haline gelmesi üzerine çalışmalarıyla bu dönemde öne çıkmıştır. 1970'li yıllarda ekonomi politik alanında yapılan tartışmalar daha çok bu teknolojik devrimin insanları kontrol etmek ve buna bağlı olarak kâr elde etmek amacıyla yapıldığı üzerinedir.

1973 yılında ortaya çıkan petrole dayalı ekonomik kriz büyük bir tıkanma yarattı. Çünkü sanayinin gerçekleşmiş olduğu Batı ülkeleri, petrole büyük ölçüde bağımlıydı. Dolayısıyla oluşan tıkanıklığın çözümü yine kendisindeydi. Daha önceden üretilip üretim fazlasının elde kalması konusu da krizin bir başka boyutuydu. Sonuçta daha fazla üretim için daha fazla tüketim yapılmalıydı. Bu konuyu çözüme ulaştırmak için devletler kendi bünyelerinde verdikleri destekleri azaltarak özel sermayenin gelişimine katkıda bulundular. Klasik iktisatçılardan Adam Smythe'in kehanetini gerçekleştirdiler. 1980'li yıllar deregülasyon ve neo-liberal tartışmaların başladığı bir dönemdir. Klasik iktisadın ardında durduğu serbest ekonomi modeli bu yıllarda ortaya çıktı. Klasik liberalizm, 1980 yılından sonra yeni

bir biçime büründü: Neo-liberalizm. İletişim alanı, neoliberal gelişmeler için önem taşımaktaydı. Yapılacak yeniliklerin hızlanması ve gelişmesi için Ronald Reagan gibi birçok siyasetçi medyayı daha profesyonel kullanmaya başlamıştır.

İletişimin ekonomi politiği bağlamında 1980’li yılların sonunda şirketler çok uluslu bir yapıya bürünerek pazarlama işini küresel bir boyuta taşımışlardır. Özellikle farklı sektörlerden medya alanına doğru yaşanan yönelimle, medya alanına daha fazla sermaye yatırımı olmuştur. Bu durum, sadece ülkelerin kendi kapsamında yaptığı bir atılım değildi. Yaşanan ekonomik kriz ve neoliberal politikalar sonucunda şirketler dışa açılmaya başlamışlardır. Bu dışa açılım, teknolojik gelişmelerin yükselme göstermesine ve bu teknolojinin yayılmasına neden oldu. Kablo ve uydu teknolojilerinin gelişimi, küreselleşmeyi yaratarak 80’li yılların sonunda başlayan medya sistemlerinin özelleşmesine neden oldu ve küresel ticaret ve medyanın yayılmasını kolaylaştırdı (Bulut, 2009; 85). Gelişen teknolojinin yarattığı bu yayılımcı kültür, ticareti uluslararası alana taşımıştır.

Tüm bu tarihsel gelişmeler ve açıklamalar dikkate alındığında Güngör’ün belirttiği gibi iletişim alanında ekonomi politik yaklaşım, “...kitle iletişim kurum ve araçlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı, üretim ilişkileri, üretim biçimi, üretilenin ne olduğu, kime, ne oranda kazanç sağladığı, izleyiciye ya da kamuya ne oranda ve nasıl yararlı olduğu vb...” konular üzerinde yoğunlaşmaktadır (Güngör, 2013: 143).

1.5. SİNEMADA EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIMLAR

Sinemada ekonomi politik yaklaşımlar tıpkı ekonomi politikten bahsedilen bölümlerdeki gibi liberal yaklaşımlar ve eleştirel yaklaşımlar olmak iki farklı görüş çerçevesinde şekillenmektedir. Dağtaş ve diğerlerine göre, klasik iktisat olarak adlandırılan sinemadaki liberal yaklaşım asıl gücün izleyicide olduğunu savunmaktadır. İzleyici neyi talep ederse onu izlemektedir. Sinema filmi üreten şirketler bir kuruluştur ve piyasada kar elde etmek için üretim yapmaktadırlar. Liberal ekonomi politiğin savunduğu serbest pazar ilkesi doğrultusunda üretim ve

dağıtım faaliyetinde bulunarak daha çok izleyiciye ulaşmayı hedeflemektedirler (Dağtaş ve diğerleri, 2018: 189).

Sinemada eleştirel ekonomi politik yaklaşım ise liberal yaklaşımın tam tersidir. Marksist yaklaşımın sınıf farklılıkları tezinden hareketle sinemada eleştirel ekonomi politik yaklaşım sinemayı sadece bir meta olarak görmez. Etki yönü de değerlendirilerek elit kısmın ideolojiyi halka sinema aracılığıyla dayattığı savunulmaktadır. Kırac, en basitinden aşkın bile öğretildiğinden bahsederek şu soruyu sormakta ve yanıtlamaktadır:

“...Biz kabul etmesek de farkında olmasak da: aşk ilişkilerinde tavır alışlar konuşmalar (kurulan cümlelerin anlamsızlığı belki), öpüşmeler, sevişme eyleminin kendisi kodlanmış bir veri olarak bize sunulmadı mı? Eğer bunun aksi olmasaydı bir Avrupalı, Amerikalı gibi aşk yaşamaya özenmezdik (Kırac, 2008: 168)...”

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım olayları daha önceki kısımlarda bahsedildiği gibi sınıf kavramı üzerinden değerlendirir. Diğer iletişim ve medya ürünleri gibi sinema da kapitalist sınıf tarafından kontrol edilmektedir. İşçi sınıfı tarafından kontrol edilmesine izin verilmeyen bu endüstride işçiler kendi çıkarlarına göre değil kapitalist sınıfın çıkarlarına göre hareket etmektedirler. Yaylagül’e göre kapitalist mantığın hâkim olduğu üretim sürecinde iletişim ve kültür alanındaki endüstriler tekelleşmiştir. Küresel sermayeye uyum sağlayan sinema endüstrisinde üretilen filmin içeriği ve izleyicisi satış değeri olan bir materyale dönüştürülerek pazarlanır (Yaylagül, der. Bulut, 2009: 183).

Wasco’ya göre, ABD’li iletişim araştırmacıları 1940’lar ve 1950’ler boyunca medyanın üretildiği, dağıtıldığı ve tüketildiği bağlamla çok az ilgilenmişlerdir. İletişim araştırmacıları bu dönemde bireysel etkiler ve psikolojik yönelimli çalışmalar yapmışlardır. 1950 ve 1960’ların başında araştırmalar politik ekonomi, iletişim ve medyayı kapitalist endüstriler tarafından üretilen metalar olarak ele almaktadır. 1990’lı yıllarda Mosco politik ekonomi ile ilgili yaklaşımlara genel bir bakış sunmuştur (Wasco, 2014: 260-261).

Mosco, iletişimin ekonomi politiği yaklaşımında mekânsallaşmayı kurumsal gücün genişletilmesi açısından ele almıştır. Bu durum da gelirler, varlıklar, kârlar, çalışanlar ve finansal piyasadaki hisse değerleri ile medya şirketlerinin büyümesinde iletişimin ekonomi politiği yaklaşımında ele alınan mekânsallaşmayı göstermektedir. Ayrıca kurumsal yoğunlaşma kavramı da bu yaklaşım için önem arz etmektedir. Yatay ve çapraz yoğunlaşmalardan bahseden Mosco, kurumsal güç ağlarından da bahsetmektedir. Ona göre kurumsal güç ağları belirli bir medya ürünü pazarlayan şirketleri birbirine bağlayan ticari satış ve ürün yerleştirme uygulamalarından oluşmaktadır (Mosco, 2009: 158-166). Stephen Spielberg'in ET filmini örnek vererek durumu özetlemektedir;

“Buradaki dönüm noktası, şeker üreticisi M&M yapımcı Stephen Spielberg'in o zamanlar daha popüler olan ürünü kullanma isteğini reddettikten sonra, şekerleme Reese's Pieces'ı ET filmine dâhil etme kararıydı. Film, Reese'in satışlarında muazzam kazançlar sağladıktan sonra, ürün üreticileri markalarının Hollywood filmlerinde yer alması için akın etti... Mağazacılık fırsatları, ürün yerleştirme düzenlemelerinden farklıdır. Burada, örneğin bir Hollywood stüdyosu olan medya şirketi, film karakterlerinin isimlerini ve benzerlerini giysiler, oyuncaklar ve medya ürünleri gibi yan ürünler için kullanma hakkını üçüncü taraf bir üreticiye lisanslar. Mağazacılık anlaşmaları o kadar kazançlı hale geldi ki, bugün birçok animasyon prodüksiyonu, bilet satışlarından ziyade mağazacılıktan daha fazla gelir elde edilmesini bekliyor. Yine de birçok film başarısız olduğu için hala riskli bir iştir. (Mosco, 2009: 166)...”

Yalın bir ifadeyle sinema sektörü pek çok sektörle iç içe bir nitelik taşımaktadır. Örneğin x sektöründen bir sinema filmi üreticisi bir film yapmaktadır. Bu filmin yapımı için kullanılan mobilyalardan aksesuara kadar hepsi farklı sektörler içinde üretimi gerçekleştirilen materyallerdir. Oyuncuların giyimi için giyimle uğraşan sektörlerle, makyajı için kuaförlerle, yemeği için de yemek işiyle uğraşan firmalarla anlaşmalar yapılmaktadır. Dolayısıyla sinema sektörü kendi dışında pek çok sektöre de getirisi bulunmakta, hiç ünlü olmayan bir markanın, müziğin ya da yemeğin daha fazla talep edilmesini sağlamaktadır.

Mosco'ya göre dijital sistemler doğası gereği, tüm iletişim süreçlerinin metalaşmasını genişletmektedir. İzleyicilerin metalaşmasından yola çıkılarak yöneticilerin işçilik faturalarını düşürmek ve geliri arttırmak için yaptıkları çeşitli

uygulamalarla mekaniği elektronik sistemlerin yerine koydular. Böylece dijital sistemler iletişimin emeği metalaştırmasının önünü açmışlardır. Film endüstrisinde filmlerin dijital kopyaları pek çok lokasyondan sinemalara iletişim uydusu üzerinden ulaştırılmaktadır. Böylece filmlerin selüloit kopyalarının projeksiyoncular tarafından gösterilmek üzere dağıtılması ortadan kaldırılmıştır (Mosco, 2004: 157-158). Mosco'ya göre dijital sistemler iletişim süreçlerinin metalaşmasını genişletmektedir. Bu yönelimin istihdamı azaltıp, dijital sistemlerin emeğin metalaşmasının önünü açtığı görüşü eksik bir görüştür. Filmlerin dijital kopyaları sayesinde, daha fazla seyirciye ulaşıldığı, sinema sektöründe çalışmak isteyen genç profesyonellere film yapma şansı verdiği göz ardı edilmemelidir.

Sinema üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerinde teknolojik olarak tüm gelişmeleri içeriğinde sentezlemektedir. Hem tüketiciler hem de üreticiler açısından farklı bir dönemin başlangıcı olan bu teknoloji çağından sinema da üzerine düşen payı almaktadır. İnternet ve bileşim teknolojisi izleyicilerin interaktif bir biçimde taleplerini iletebilmelerinin bir yolu olmuştur. Yine oyuncular üzerinden örnek verilirse y oyuncusu filmde taşıdığı kıyafetlerle reklam yaparken aynı zamanda kendi reklamını da yapmaktadır. Dolayısıyla üzerinde taşıdığı kıyafetin reklamını yaparken kendisi de bir metaya dönüşmektedir. Tüm bu alışveriş bununla bitmemekte filminden alınan geri dönüşlerle oyuncular değişebilmekte, oyuncunun taşıdığı kıyafetler satın alınabilmekte, firmalar alınan talepler doğrultusunda söz konusu kıyafetlerden daha fazla üretim yapabilmektedir. Eleştirel yaklaşım, nesneleşmenin boyutlarını bu durumda konuşur, liberal yaklaşımdakiler metalaşmayı piyasanın dinamiğini sağlayan unsurlar olarak görmek, piyasanın işleyişi için bu durumun olması gerektiğini savunmaktadır. Çünkü liberal yaklaşımda hiç kimseye zorla bir şey yaptırılmamakta herkes kendi özgür iradesiyle seçim yapmaktadır. Nesneleştirilen her şey insan bile olsa özgürdür. Her ne şekilde olursa olsun bu süreçte her şey alınıp satılabilen bir metaya dönüşmekte, istekler doğrultusunda üretim yapılarak artı değer çoğalmakta ve daha fazla kar sağlanabilmektedir.

Genel olarak ekonomi politik yaklaşımdan bahsedilen bu bölümde söz konusu tez ile ilgili kurulması gereken birkaç cümle bulunmaktadır. Uzun metrajlı

animasyonların ekonomi politik çözümlemesinin yapılmaya çalışıldığı tezde bu alanda çalışan kişiler aracılığıyla animasyon film üretiminin gerektirdiği ilişkilerin incelenmesi hedeflenmiştir. İletişimin ekonomi politiği yaklaşımının benimseneceği bu tezde Türk animasyon sinemasının yapım ve dağıtım haritası çıkarılmaya çalışılmıştır.

Animasyon alanında ürün dikkate alınarak yapılan çalışmaların azlığı göz önüne alındığında çalışmanın bu alana katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Animasyon sektörü, üretimin gerçekleştirildiği bir alandır. Bu alanda ürün üretilmekte, dağıtılmakta ve tüketilmektedir. İletişimin ekonomi politiği yaklaşımı animasyon sektörünün yasal, finansal, teknolojik çerçevesinin anlaşılmasını kolaylaştıracağından, tezin kuramsal çerçevesini oluşturacaktır.

1.5.1. Sinema ve Endüstri Kavramları

Sinema ilk olarak ortaya çıktığında özel sermaye ile yayılım göstermiştir. Lumiere Kardeşler ve yaptıkları çalışmalar ile anılan sinema o zamanlarda bir sektör ya da endüstri değildi. Her ne kadar görüntüleri ölümsüzleştirme fikri eskilere dayansa da sinemanın gelişimi o kadar kolay olmamıştır. Kimi ülkeler kendi içinde bir endüstri olarak sinemayı geliştirmiş -Amerika, Almanya, Rusya gibi- kimi ülkeler de bu alanda çok fazla yol kat edememiştir. Günümüz teknolojileri dikkate alındığında bu alandaki pek çok gelişmenin sinema sektörüne doğrudan etki ettiği göz önünde bulunsa da bu gerçek sinema endüstrisinin son derece yenilikçi ve paraya bağımlı bir yapısı olduğu gerçeğini değiştirmemektedir.

“...Film yapımı, öncelikle Fransa, İtalya, İngiltere, Almanya ve Amerika’da kurulan şirketler vasıtasıyla endüstriyel bir hüviyet kazanmaya başlamıştır. 1896 yılından itibaren Fransa’da sahneye çıkan film yapım şirketi Pathé, İtalya’da 1912 yılında yönetmenliğini Enrico Guazzoni’nin, yapımcılığını George Kleine’nın üstlendiği iki saatlik *Quo Vadis* ve Giovanni Pastrone tarafından yönetmenliği ve yapımcılığı üstlenilen, yaklaşık üç saat süren *Cabiria*, Amerika’da 1915 yılında vizyona giren, yapımcılığını ve yönetmenliğini David Wark Giffith’in yaptığı yaklaşık üç saat süren *The Birth of a Nation* ve nihayet Almanya’da 1927 yılında çevrilen Fritz Lang’in iki saat süren, yüksek bütçeli *Metropolis* filmi gibi örnekler film yapımının ilk yıllardan başlayarak endüstriyel bir

güce dönüştüğünü göstermektedir (İstanbul Ticaret Odası; İstanbul Düşünce Akademisi Proje Yürütücüsü: Şentürk, 2017: 10)..."

Sinemanın endüstrisi, yazınlarda yaratıcı endüstrilerin bir dalı olarak yer almaktadır. Yaratıcı endüstriler, eleştirel ekonomi politik perspektifte kültür endüstrileri adıyla anılmaktadır. Bunun yanında yaratıcı ve kültürel endüstriler, yaratıcı ve dijital endüstriler gibi terimlerle yazınlarda yer almaktadır. Tezde tüm dünyada kabul görmesi nedeniyle yaratıcı endüstriler olarak kullanılacaktır. Yardımcı'nın araştırmasında yaptığı çıkarıma göre yaratıcı endüstri "...temeli kişisel yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan, fikri mülkiyetin geliştirilmesi ve kullanılması ile değer ve istihdam yaratma potansiyeline sahip sektörlerin birleşimi" olarak tanımlanmıştır (Yardımcı, Erişim Tarihi: 26.10.2020: 80)..."

Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS)'nin resmi sitesine göre İngiltere ekonomisine katkıda bulunan yaratıcı endüstrilerin istatistiklerinde "...reklam ve pazarlama, mimari, el sanatları, ürün tasarımı, grafik tasarım ve moda tasarımı, film, TV, video, radyo ve fotoğrafçılık, BT, yazılım, video oyunları ve bilgisayar hizmetleri, yayınlama ve çeviri, müzeler, galeriler ve kütüphaneler, müzik, sahne sanatları, görsel sanatlar ve kültürel eğitim (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2011)... gibi alanlar yer almaktadır.

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD)'nın hazırladığı 2008 yılı raporuna göre yaratıcı endüstriler girdi olarak malların dağıtımı, üretimi, yaratımı gibi yaratma döngüleri için entelektüel sermayeyi kullanırlar. Sanata odaklı fakat sanatla da sınırlı olmayan fikri mülkiyet haklarından ve ticaretten potansiyel olarak gelir elde eden bir takım bilgiye dayalı faaliyetler oluşturur. Ekonomik değer ve pazar hedefleri somut ürünler ve soyut entelektüel/ yaratıcı içerikli sanatsal hizmetlerden oluşur. Hizmetler, zanaatkarlar ve endüstriyel sektörler arasında dünya ticaretinde yeni bir dinamik sektör oluşturmaktadır (UNCTAD, 2008: 13).

Demir'in makalesinde aktardığı bilgilere göre Caves'in bu alandaki sınıflandırmalarına göre yaratıcı endüstrilerin yedi özelliği bulunmaktadır:

"...Bunlardan ilki, tüketim öncesinde talebin veya ürünün tam olarak kestirilmesinin zorluğudur. Çünkü yaratıcı ürünler tüketicilerde soyut ve öznel tatmin yaratan "deneyim ürünleri"dir.

İkincisi, belirli bir format içerisinde ya da çeşitli formatlar arası geçişlerle neredeyse sonsuz yaratıcı ürünün mümkün olabilmesidir. Üçüncü olarak yaratıcı ürünleri ortaya çıkaran üreticilerin işlerinden maddi olmayan şekillerde tatmin duymalarına rağmen yaratıcı faaliyetleri sürdürmek için muhasebe, pazarlama gibi can sıkıcı faaliyetlere bağımlı olmaları gelir. Nihai ticari ürünün genellikle ekipler halinde üretilmesi bir diğer ayırt edici özellik olarak sayılır. Yaratıcı üretim için çoğunlukla farklı yetenekleri ve nihai çıktıdan farklı beklentileri olan kolektif karakterli yaratıcı ekipler kurmayı gerektirir. Yaratıcı ekiplerin çalışma koşulları ile ilişkili bir diğer ayırt edici özellik ise göreceli olarak kısa ve çoğunlukla kısıtlı zamanda farklı yaratıcı aktivitelerin koordine edilmesine ihtiyaç duyulmasıdır. Altıncı özellik, yapımcılar ya da diğer içerik üreticiler tarafından yapılan değerlendirme sonucunda yaratıcı üreticilerin düşey olarak farklılaşan beceri düzeylerine sınıflanmasıdır. Yaratıcı endüstrileri belirleyen son ortak özellik ise yaratıcı aktivitelerin sonucunda ulaşılan kültürel ürünlerden pek çoğunun uzun dönemde telif vb. kazanç getirisi (Aktaran: Demir, 2014: 92)¹ ...”

Sinema endüstrisi söz konusu olduğunda çalışmanın konusu doğrultusunda Erkılıç’ın sanatta yeterlilik tezine göre özel sermaye ile yapılan endüstriler şu dayanaklar üzerine kuruludur (Erkılıç, 2003: 4):

- 1/ Girişimci (Sinemacı),
- 2/ Banka Desteği,
- 3/ Sanayi Gruplarının Desteği,
- 4/ Devlet Teşvikleri,
- 5/ Patent, telif gibi konularda yasal düzenlemeler,
- 6/ Seyirci,
- 7/ Uluslararası Pazara Açılma

Her endüstride olduğu gibi sinema endüstrisinin de gelişimi için bir sermayenin öne sürülmesi gerekmektedir. Çünkü sinemada bir endüstridir ve kültürel bir ürün üretimi yapmaktadır. Sermaye, girişimci/ sinema alanına göre sinemacı tarafından öne sürülmektedir.

Sinema alanı yapım, dağıtım ve gösterim olmak üzere üç aşamayı içinde barındırmaktadır. Her aşamasında maliyet faktörüyle ilintilidir. Bu nedenle her türlü

¹ CUNNINGHAM, S. (2005) *Creative enterprises*. HARTLEY, J. (der.) içinde. Creative industries. Oxford: Wiley-Blackwell

desteğe ihtiyaç duymaktadır. Bu destekleri gelişmiş ülkelerde de olduğu gibi devlet destekleri; banka, sanayi gibi grupların desteği oluşturmaktadır. Günümüze bu desteklere küçük işletmeler de katılmış, çeşitli sponsorluk faaliyetleriyle bu sektörü desteklemeye başlamışlardır.

Sinema endüstrisinde üretilen sinema filmi için aynı zamanda bir alıcı kitlesi olması gerekmektedir. Bu işlevi de izleyiciler oluşturmaktadır. Bu izleyiciler sadece yurt içindeki izleyicilerden oluşmamakta, farklı dillere çevrilerek yayınlanan, ayrıca günümüz teknolojisiyle altyazı izleme seçeneğiyle filmler dünya üzerinde daha fazla izleyiciye ulaşım sağlamaktadır.

Sinema endüstrisi de her alanda olduğu gibi bünyesinde gösterdiği endüstriyel faaliyetler (üretim yapma, pazarlama gibi) nedeniyle bazı düzenlemelere ihtiyaç duymaktadır. Yukarıdaki maddelerde belirtildiği gibi yasalara uymak ve yasada belirtilen kıstaslara dikkat etmek durumundadır. Telif hakları, patent alma ile ilgili yasal düzenlemeler yaratıcı endüstriler kapsamında sinema alanında da geçerlidir. Gelişmiş ülkelerin bünyesinde bu konuyla ilgili anayasal düzenlemeler bulunmakta bu sektörde çalışanlar ve üretilen ürün güvence altına alınmaktadır.

Sinema'nın endüstri olmasının koşulları, üretim yapmak, ürünü pazarlamak, bu ürünün tüketilmesi, ekonomik destekler alınması, sermaye yatırımı ve yasal düzenlemelerin yapılmasıdır. İletişimin ekonomik politiği perspektifine göre çalışma bir üretim yapısı incelemesi niteliği taşımaktadır. Bu kısımda yaratıcı endüstrilerin başlıca özellikleri temel olarak yukarıda anlatılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada da Türkiye'de animasyon sinemasının endüstriyel bir faaliyet gösterip göstermediği denetleneceği için yaratıcı endüstriyi endüstri yapan şartlar tezin analiz kısmında incelenmeye çalışılacaktır.

1.5.2. Sinemada Değer Zinciri

Sinemada üretim zinciri fikrin oluşumundan dağıtımına kadar var olan bir süreci betimlemektedir. Üretim süreçleri sinema, reklam ve dizi film yapımında

farklılık göstermektedir. Üretim süreci, fikrin oluşumu ile başlayarak finanse edildikten sonra yapım kısmı önem kazanmaktadır. Filmin yapım sonrası kısmından sonra ise dağıtım ve gösterim aşamaları tamamlanmaktadır. Sinemada üretimden bahsederken değer zincirinin öne çıkmasının nedeni üretimin her aşamasında bir değer oluşmasıdır (Töre, 2010: 49).

Yapım aşamasına dâhil edilen iki önemli öncül bulunmaktadır. Bunlardan birincisi yukarıda bahsedilen fikrin bulunması aşamasıdır. Bir film çekilmeden önce filme neyin çekileceği bilinmelidir. Edebi eserlerden esinlenen ya da orijinal hikâyeler bu doğrultuda senaryo haline getirilir. İkinci önemli öncül de fikrin finanse edilmesidir. Senaryo tamamlandığında bir bütçe planlaması yapılır ve senaryonun filmleştirilmesi için hangi malzemelere ihtiyaç olduğu belirlenir. Bütçe planlamaları bittiğinde filmin çekimi için sponsor bulunur. Sponsor oyuncuların kıyafetlerinin temin edileceği bir mağaza olabileceği gibi para desteği yapan sponsor da olabilir. Dolayısıyla bir filme birden fazla sponsor bulunabilmektedir. Bunun için ilk olarak filmin ana fikri, oyuncu kadrosu, filmin planlamasının yanında filmin sinopsisinin de bulunduğu bir öneri formu hazırlanmaktadır. Bu öneri formuna sponsora ne gibi katkıları olacağı da eklenmelidir. Gerekli finansal destek bulunduğu senaryonun filmleştirilme çalışmasına başlanmış olunur.

Sinema sektöründe değer zincirinin ilk aşaması yapım aşamasıdır. Tomur ve diğerlerine göre, yapım aşaması “fikrin filme dönüştüğü” kısımdır. Bu aşamada film dağıtım ve satışı yapılabilecek somut bir ürün haline getirilmektedir. Yapım aşaması ürünün oluşturulması noktasında ikiye ayrılmaktadır. Burada ilk aşama içeriğin oluşturulması, ikinci aşama ise gösterimi yapılabilecek bir hale getirilmesidir (Tomur, Kol, & Bilaçlı, 2016: 3-4). Yapım aşaması görüntünün oluşturulma aşamasıdır. Sinema için bu aşamalar konuşulduğunda oyuncunun kıyafetlerinden konuşmasına, sahnenin dekorundan ışıklandırılmasına, kamerada kaydedilen görüntülerin en iyi kalitede kaydedilmesine kadar estetik ve teknik ayarlamaları içermektedir. Bu yüzden yapım aşamasında önemli bir diğer faktör üretimi gerçekleştiren ekiptir. Bu ekip kendi içerisinde üretimin içeriğinden sorumlu yaratıcı ekip (yönetmenler, yapımcılar, yazarlar, oyuncular) ve üretimde gerekli olan her türlü materyali kullanan teknik ekip (kameraman, sesçi, kurgucu, ışık ekibi, set

işçileri vs.) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Yaratıcı ve teknik ekip yapım aşamasının üreticileridir. Üretilen filmi dağıtım aşamasına hazırlamakla sorumlu çalışanlardır.

Yapım sonrası aşaması yapım aşamasının ikinci ayağıdır. Filmin gösterime hazır hale gelmesinde kilit rol oynayan bu aşama teknik bir süreci içermektedir. Bu aşamada filmin montajı, seslendirilmesi işlemleri tamamlanır, film gösterime hazır bir hale getirilir. Ayrıca film üzerinde düzenlemeler gerçekleştirilirken yönetmen de bu aşamalarda yer almaktadır. Filmin teknik düzenlemelerinin yapıldığı, estetik değerlerinin gözden geçirildiği bir aşamadır.

Dağıtım aşamasında dağıtımıcılar ve dağıtım firmaları öne çıkmaktadır. Üretim işlemi tamamlanan sinema filminin dağıtım hakları yapımcı aracılığıyla dağıtımıcı tarafından satın alınır. Bu aşamada dağıtımıcı, salon işletmecileri, televizyonlar gibi filmin gösteriminin gerçekleşeceği mecralarla iletişime geçmektedir. Ayrıca dağıtımıcı; dağıtım yapılacak filmin tanıtılması, kaç haftalık süre ile nerede, ne zaman gösterileceğini belirlemektedir. Birçok ülkede farklılık gösterebilen dağıtım sürecinde dağıtımın yapılması için dağıtım firmalarının listelerinde yer alabilmek gerekmektedir.

Dağıtım sürecinin içerdiği bir diğer faktör dağıtımın yapılacağı bir pazarın varlığıdır. Sinema salonları, DVD'ler ve çeşitli kablolu TV'lerin yanında günümüzde internet âlemi de pazarlama konusunda büyük bir pay almaktadır. Toprak ve Erkılıç'ın 2012 yılında hazırladığı "Belgesel Sinemanın Alternatif Dağıtım ve Gösterim Olanağı Olarak İnternet" makalesine göre gelişen teknoloji, farklı dağıtım alanlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dolayısıyla gösterime girecek filmler için sinema salonlarından internete varan kapsamlı bir gösterim alanı oluşmuştur. İnternetin de yarattığı paylaşım ağı sayesinde izleyiciler, filmlere daha kolay ulaşabilmekte ve izleyebilmektedirler (Erkılıç & Toprak, 2012: 13). Günümüzde dağıtım işlemleri daha toplu bir hal almıştır. Netflix, iTunes gibi internet platformları filmlerin telif haklarını satın alarak dağıtım görevlerinin yanında gösterime de olanak sağlamaktadır. Söz konusu platformlar, belirli bir ücret karşılığında hem dağıtımıcılara hem de izleyicilere çift taraflı bir hizmet vermektedir.

Film üretiminin son aşaması olarak kabul edilen gösterim aşaması kendi bünyesinde iki faktörün gelişimini desteklemektedir. Bunlardan birincisi gösterimin yapıldığı platformların teknolojik yükselişi ikincisi ise seyircinin film deneyimi ile ilgilidir. Filmlerin üst teknolojileri kullanmaları gösterimin yapılacağı sinema salonları, internet platformları gibi gösterim alanlarında teknolojik dönüşümü zorunlu kılmaktadır. Yüksek nitelikli bu filmlerin gösterilmesi ve daha iyi bir izleyici deneyimi sunmak amacıyla filmlerin gösterim alanları yenilenmektedir. Ses ve görüntü kalitesi yüksek bir film; güncel yazılımlar barındıran bilgisayarlarda, yüksek kalitede göstericiler ve ses sistemleriyle desteklenen sinema salonları ve televizyonlar aracılığıyla izleyicisiyle buluşmaktadır. Ertaylan'a göre 2000'li yıllarda sinema salonlarının sahipleri izleyicileri geri kazanmak için salonları teknolojiye uygun hale getirerek farklı film arayışlarına girmişlerdir. Ayrıca bu dönemdeki 3D teknolojisini salonlar kendilerine uyarlamışlar, özel gözlüklerle izlenen filmler sinema salonlarına büyük bir avantaj sağlamıştır (Ertaylan, 2018: 58). Günümüzde sinema salonlarında IMAX öne çıkmaktadır. Bu yeni teknoloji 70 mm film formatını kullanarak yüksek kalitede görüntü ve ses deneyimi sunmakta ve izleyicilere filmin içindeymiş hissini yaşatmaktadır. Tüm teknolojik gelişmeler ve izleyiciye filmin ulaştırılması mücadelesi dikkate alındığında özellikle filmler ve filmlerin gösterimi konusunda izleyici talepleri de yüksek teknolojinin destekçisi konumuna gelmiştir.

1.5.3. Animasyon Sinemasında Değer Zinciri

Animasyon sineması film üretimi ile aynı süreçleri paylaşmaktadır. Diğer filmlerin yapımından farklı olarak animasyon filmler, yapım ve yapım öncesi süreçlerini yoğun bir çalışma ve planlama temposuyla geçirmektedir. Bu kısımda animasyon filmlerin endüstriyel analizini çıkarmaya yardımcı olacağı için fikrin tasarımı, yapım öncesi, yapım ve yapım sonrası aşamaları ve bu aşamalarda yer alan çalışanlardan bahsedilecektir.

Bir animasyon yapmak için bahsedilmesi gereken birinci aşama, fikrin tasarlanması aşamasıdır. Bu aşamada fikir bulunmaktadır. Bu fikir herhangi bir olaydan, bir kitaptan ya da bir nesneden oluşabilir. Bu kısım tamamıyla kişinin kendi yaratıcılığı ve algılayış biçimi ile ilgilidir. Fikir bulunduktan sonra fikrin öyküsü oluşturulur. Öykünün sağlam temeller üzerine oturtulması için araştırmalar yapılmaktadır. Örneğin tarihi bir animasyon yapılıyorsa o dönemdeki mekânlardan, karakterlerin giysilerine ve kullanılan eşyalara kadar araştırılması gerekmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda karakterler oluşturulmaktadır. Fikrin bulunması aşaması animasyonun tüm türlerinde aynı kalmaktadır.

Fikir bulunduktan sonra öykü biçimine getirilip senaryoya dökülmekte, hikâye panosu oluşturulup, hikâyeye uygun karakterler, arka planlar ve sesler senaryoda yer alan biçimiyle animatik adı verilen animasyon rulosuna kaydedilmektedir. Bu rulo animasyonun tasarımının son halini göstermektedir. Animasyon yapımı maliyetli bir iş olduğu için animasyonun animatik rulosuna kaydedilmesi mali kayıpların önüne geçilmesine yardımcı olmaktadır.

Animasyon yapımının ikinci aşaması, yapım öncesi aşamasıdır. Altunoğlu'na göre bu aşama animasyonun tüm dekorlarının tasarlanıp çizildiği bir aşamadır. “Yapım öncesi aşamasında filmin konsept sanatçısının öngörüsü ile hazırlanan görsellere bakılarak: oyuncu, kostüm dekor, mekan ve set hazırlıkları yapılır. Konsept sanatçısı, senarist, storybordçu, yönetmen, sanat yönetmeni bu süreçte sürekli iletişimde olur (Altunoğlu, 2017)”

Üçüncü aşama, animasyonun yapım aşamasıdır. Bu aşamada animasyonun çekimine başlanır. Yapım aşaması animasyonda kullanılan tekniklere göre değişiklik göstermektedir. 2D tekniği tasarım kısmında daha fazla işlem gerekse de süre olarak 3D tekniğinden daha az zamana ihtiyaç duymaktadır. 2D tekniğinde her ayrıntı ilk olarak kâğıda çizilmektedir. 3D’de tasarımın büyük bir bölümünde kâğıtlar ve kalemler yoktur. Sadece senaryo, bilgisayarda yaratılacak karakterler ve arka planlar vardır.

Yapım sonrası aşamada çekimi tamamlanan sahneler birleştirilir. Renkler, efektler, sesler ve arka planların düzenlenmesi işlemi gerçekleştirilmektedir. Yapım

aşamasının tamamlandığı bu aşamada yapımcı, yönetmen ve animatörler yer almaktadır.



İKİNCİ BÖLÜM

2. TÜRKİYE'DE ANİMASYON SİNEMASININ EKONOMİ POLİTİK ALTYAPISI

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Türkiye Sinema endüstrisinde son yıllarda uzun metrajlı animasyonlar, yeni bir sinema üretim biçimi olarak yaygınlaşmaya başlamıştır. Henüz gelişim aşamasında olan Türk animasyon sinema sektörü uzun metrajlı animasyonlarla yeni bir üretim gerçekleştirmiştir. 1951 yılında kaybolan *Evvel Zaman İçinde* (Demirağ, 1951) filminden 2009 yılına kadar sayılı uzun metrajlı animasyonlar yapılmıştır.

2009 yılında gösterime giren *Zeytin'in Hayali* (Alani, 2007) ve *Suluboya* (Hazardağlı, 2009) uzun metrajlı animasyon filmleri animasyon sektörü için gelişim döneminin işaretçisi olmuştur. 2010 yılından sonra da iki filmin altında film yapılmamaya başlanmış özellikle 2018 ve 2019 yıllarında yapılan uzun metrajlı animasyon filmleri henüz gelişmekte olan animasyon film endüstrisi için önemli atılımlardır. Dolayısıyla yükselen animasyon film endüstrisinin bir kolu olarak şekillenmiştir. Yasalar, finansal desteklerin oluşturduğu etkiler bakımından benzer olan bu endüstriler, birbirlerinden kullanılan üretim biçimleri, dağıtımı ve gösterimi gibi konularda farklılık göstermektedir. Animasyon film sektörünün uzun metrajlı filmlerinin, Türk uzun metrajlı filmlerinden daha geç yükselmesi göz önünde bulundurulduğunda gelişimlerinin ve yükselişlerinin birbirlerinden farklı olduğu hemen göze çarpacaktır.

Uzun metrajlı animasyon filmler literatürlerde çok farklı biçimlerde incelenmiştir. Örneğin Alıcı'nın eserinde modernite bağlamında, Arıkan'ın tezinde kahramanın yolcuğu bağlamında anlatıların çözümlenmesi, BEBKA'nın animasyon alanındaki sektör raporları bu araştırmalardan bazılarıdır. Genel olarak birçok araştırmacı parça parça uzun metrajlı animasyonların bilgilerini kullanarak araştırmalar yapmışlardır. Bu tezin amacı, daha önce yapılan çalışmalar ışığında, uzun metraj animasyon sinemasının animasyon film sektörünün gelişmesine nasıl bir katkıda bulunduğunu, animasyon sektörü acaba bu filmlerle bir endüstri modeli

oluşturabilmiş midir sorularının cevabını bularak araştırma dünyasına katkıda bulunmaktadır.

2.2. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Reklam alanında kullanımı ile günümüzde ön plana çıkan Türk Animasyon Sineması'nın günümüzde yaklaşık 20 yıl gibi bir zaman diliminde, uzun metrajlı animasyonlar alanında üretim yapabilmesi dikkat çekici bir ayrıntıdır.

Kısa filmlerden farklı olarak uzun metrajlı animasyon filmlerin üretiliyor olması animasyon sinemasını bir adım daha ileriye taşımaktadır. Dolayısıyla Türk Animasyon Sineması'nı etkileyen yasalar, teknik altyapıları, yapım şirketleri, finans kaynakları ve üretim yapısı animasyon sinema sektöründeki üretim süreçlerini nasıl etkilemektedir? Animasyon filmlerin üretim biçimleri, Türkiye'deki sinema filmi üretiminden ne gibi farklılıklar taşımaktadır? Uzun metrajlı animasyonların son yıllardaki gelişimi animasyon sinemasına ne gibi bir katkıda bulunmuştur? soruları etrafında şekillenen çalışmada dört soruya yanıt aranmaktadır:

- 1- Türk Animasyon Sektörü bir endüstri midir?
- 2- Türk Animasyon Sinemasının üretim altyapısı ve yaratıcı emeği nedir?
- 3- Türk Animasyon Sinemasının Ekonomik ve İstihdam Büyüklüğü nedir?
- 4- Türk Animasyon Sinemasının Küresel Animasyon Endüstrisi içinde bir yeri var mıdır?

2.3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Türk Animasyon Sineması'nın sektörel bağlamda yeterliliğinin incelendiği bu tezde başlıca varsayımlar şunlardır:

1. Türk Animasyon Sineması'nı direkt etkileyen faktör teknolojinin gelişimidir.

2. Türk Animasyon Film Sektörü Küresel Film Sektöründe çok küçük bir yere sahiptir.
3. Türk Animasyon Sineması reklam sektörü desteği haricinde sürekli bir ekonomik kaynağa ihtiyaç duymaktadır.

2.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Türkiye’de animasyon sinema sektörü var mıdır, varsa yeterli midir sorusunun cevabını almak için nitel bir alan çalışması yapılmıştır. Nitel araştırma derinlemesine görüşme yöntemi ile yapılmaya çalışılmıştır. Çünkü bir endüstrinin varlığını kanıtlamak uzun süren kronolojik araştırmalar gerektirse de sektörde bu işi bilen ve bu işi yürüten insanlar doğru adres olmaktadır. Dolayısıyla bu bölümde alan araştırması kapsamında animasyon alanında sektörde çalışmış yetkin kişilere yönlendirilen 13 tane yarı yapılandırılmış sorunun cevaplarından oluşturulan metinlere yer verilmiştir. Buradaki metinlerle animasyon endüstrisi hakkında bilgilere ulaşılmış ve araştırmanın sorusuna yanıt verilmeye çalışılmıştır.

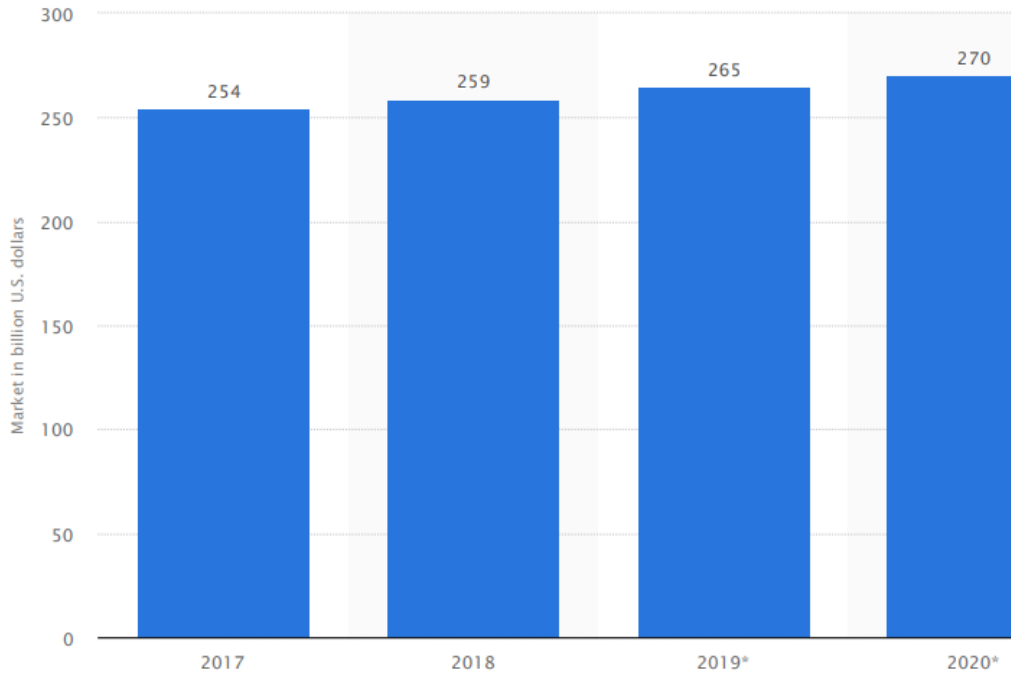
2.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu çalışmanın evreni Türkiye’deki tüm animasyon üretimleridir. Tematik çocuk kanalları, reklam, televizyon ve sinema ile birlikte çalışma alanımızı oluşturmaktadır. Araştırmanın sınırlılığı ise, animasyon sinemasında çalışan animasyon profesyonelleri ve uzmanlarıdır. Çalışmada pandemi nedeniyle görüşmeler elektronik posta ile yapılmıştır.

2.6. KÜRESEL ANİMASYON ENDÜSTRİSİNDE EKONOMİ POLİTİK ALTYAPI

Dünya genelinde Görsel ve İşitsel Endüstrinin bir parçası olarak kabul edilen animasyon sektörü kullanım alanlarının genişliği sebebiyle pek çok ülke tarafından üretim yapılan çok amaçlı bir alandır. Reklamlar, oyunlar, çizgi filmler, mimari, sağlık gibi alanlarda da sıklıkla kullanılan animasyonların dünyadaki payı 2018 Statista verilerine göre 259 milyon dolardır. Bu miktarın 2020 yılında 270 milyona çıkması beklenmektedir.

Şekil 1: 2017'den 2020'ye Dünya Animasyon Pazarının Büyüklüğü

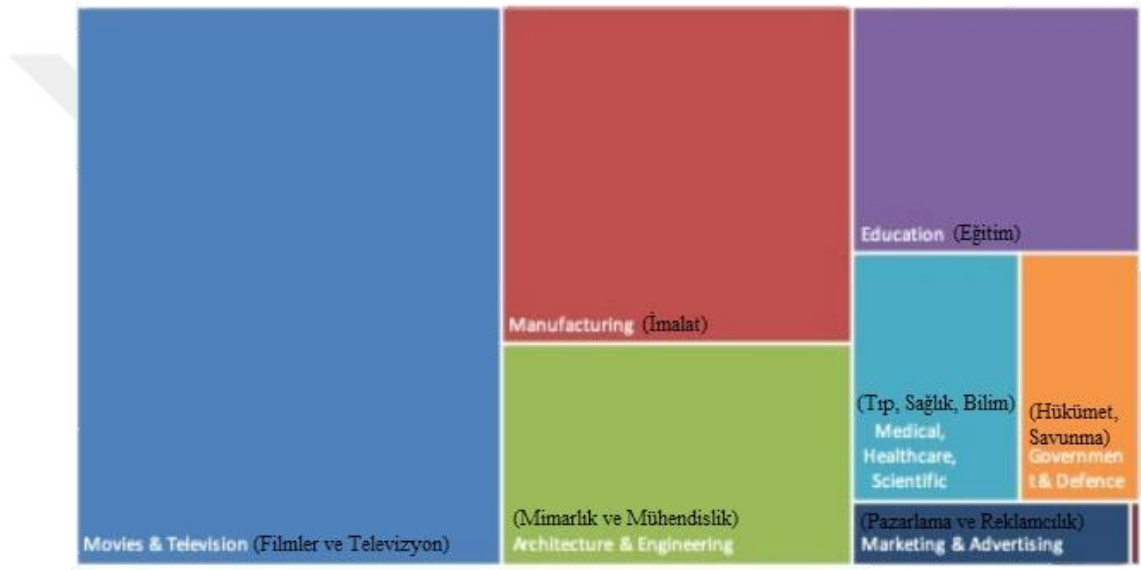


Kaynak: (Size of the animation market worldwide from 2017 to 2020, statista, <https://www.statista.com/statistics/817601/worldwide-animation-market-size/>, erişim tarihi: 18.10.2020)

Global Animation & VFX dergisinin 2020 Ocak sayısına göre küresel animasyon VFX ve Video oyunları sektörünün toplam değeri 264 milyar dolardır.

Ayrıca animasyon filmlerinin prodüksiyon maliyeti 20 milyon ile 300 ABD doları arasında değişmektedir. Animatörlerle sınırlı bir meslek olmaktan çıkan animasyon sektörü bilgisayar uzmanları, programcılar gibi kişilerce de yapılmakta, özellikle görsel sanal gerçeklik ve arttırılmış gerçeklik teknolojilerinin gelişiminin animasyon alanındaki talebi de arttıracakı düşünülmektedir (Global Animation& VFX: Strategies, Trends & Opportunities (2020-25), 2020).

Şekil 2: Animasyon ve VFX Sektörünün Bölümlere Göre Pazar Boyutu



Kaynak: (Global Animation & VFX: Strategies, Trends & Opportunities (2020-25),
<http://www.digital-vector.com/images/Global%20Animation%20&%20VFX%20-%20Sample%20Pages.pdf>, erişim tarihi: 13.10.2020)

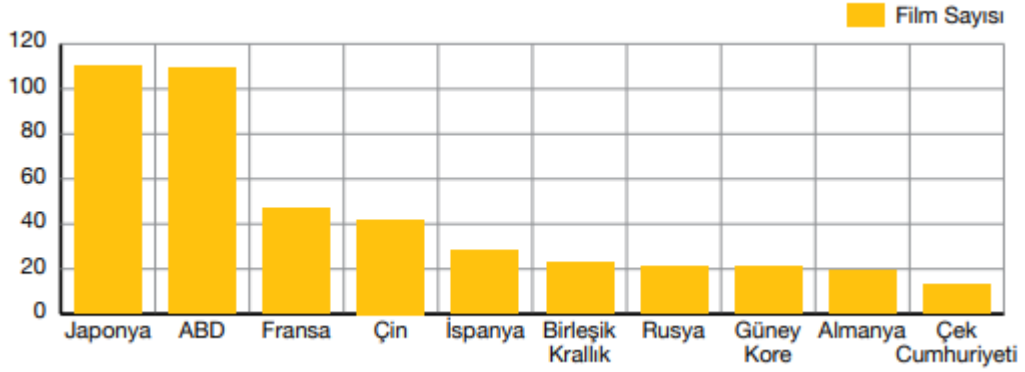
Tablo incelendiğinde küresel animasyon endüstrisinde en çok payın filmler ve televizyon, imalat, eğitim ve mimarlık/ mühendislik alanlarının aldığı görülmektedir. Bunun yanında tıp, sağlık, bilim, pazarlama, reklamcılık, savunma gibi alanlarda kullanılan animasyon üretimleri sadece film alanında değil tabloda görüldüğü üzere dünyada pek çok sektörde büyük bir dağılım göstermiştir.

2.6.1. Küresel Animasyon Pazarında Animasyon Sinemanın Yeri

Animasyon filmlerin dünyadaki tarihçesi incelendiğinde kimi tarihçilerin incelemelerine göre Emile Cohl'un *Fantasmagorie'si* (Cohl, 1908) ve J. Stewart Blackton'un *Humorous Of Funny Faces* (Blackton, 1906) animasyon filmlerin ilk örnekleridir. 1900'lü yıllarda özellikle Emile Cohl'un izinden giden canlandırma sinemacıları Amerika'da animasyon filmleri geliştirmişlerdir. Her ülkede animasyon sineması alanında farklı çalışmalar yapılsa da animasyon filmlerin asıl geliştirildiği yer Amerika'dır. Özellikle Max Fleischer ve kardeşleri, Walt Disney ve yardımcıları pek çok çizgi film üretmiştir. Örneğin Max Fleischer'in *Betty Boop*, *Temel Reis*, Walt Disney'in *Alice in Cartoonland* (*Alis Karikatürler Diyarında*), *Donald Duck*, *Minnie*, *Köpek Goofy* gibi animasyon filmler üretmişlerdir (Hünerli, 2005: 12- 21).

1940 yılı ve sonrasında *Tom ve Jerry*, *Road Runner*, *Bambi*, *101 Dalmaçyalı* gibi animasyon çizgi filmler üretilmiştir. 1950'li yıllarda da İngiltere, Fransa, Rusya, Belçika gibi ülkeler de animasyonla uğraşmaya başlamışlardır. Hayward'a göre 1950'den sonra animasyon sinema alanında farklı ekoller ortaya çıkmaya başlamıştır. 1950 ve 1960 arasında Disney geleneğini tersine çevirmeye dair bir üslubu olan Zagreb ekolü, 1960'ların başında kukla ve çizgi animasyonlar üzerinde çalışan Çek ekolü, ve Çek ekolü ile karıştırılan Polonya ekolü bu ekollerden bazılarıdır. Ayrıca Amerikan hakimiyetinin etkisinde de olsa animasyon sineması hem doğuda hem de batıda oldukça yaygındır (Hayward, 2012: 96-97).

BEBKA 2017 yılı raporlarına göre 1970'li yıllardan sonra bilgisayar ve yazılım teknolojilerinin gelişmesiyle animasyon sektörü olumlu etkilenmiştir. 1980'li yıllarda animasyon stüdyolarında yaşanan artışla DreamWorks, Pixar, Blue Sky kurulmuş böylece Amerika bu animasyon stüdyolarıyla dünyadaki animasyon endüstrisi üzerinde üstün bir konuma ulaşmıştır. 2000'li yıllarda animasyonların sosyal ekonomik ve kültürel işlevleri fark edilmiştir. Bu durum başta Doğu Asya ülkeleri olmak üzere son 15 yılda birçok ülkenin animasyon pazarına katılmasına neden olmuştur (BEBKA, 2017: 31).

Şekil 3: En Fazla Uzun Metrajlı Film Üreten Ülkeler (2010-2014)

Kaynak: (Aktaran: BEBKA, 2017: 33)

2010 ve 2014 yılları arasındaki veriler incelendiğinde uzun metrajlı animasyon üretiminde Japonya'nın Amerika'yı küçük bir farkla da olsa geçtiği görülmektedir. Ardından Fransa, Çin, İspanya, Birleşik Krallık gibi ülkelerin uzun metrajlı film üretiminde bulundukları görülmektedir. Ayrıca BEBKA'nın aktardığı bilgilere göre 2014 yılında dünya film endüstrisinde animasyonun pazar payı %14 oranındadır. 2006-2008 yılları arasında da televizyon için dünyada en fazla animasyon üreten ülke Kanada olmakla birlikte ardından ABD ve Fransa en çok üretim yapan ülkeler olarak Kanada'yı takip etmektedir (BEBKA, 2017: 32-33).

2.7. ANIMASYON SİNEMASININ TÜRK SİNEMASININ ÜRETİM YAPISI İÇİNDEKİ YERİ

Animasyon sinemasının Türk sinemasındaki yerinden bahsetmek için üretilen filmlere ve sayısal verilere bakmak yeterli olacaktır. Türkiye'de animasyonun tarihi 1934 yılına kadar gitse de 1940'lı yıllarda bu alanda asıl çalışmalara başlanmıştır. Vedat Ar, Tan Oral, Derviş Pasin gibi sanatçılar bu alan üzerinde çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. 1951 yılında kaybolan *Evvel Zaman İçinde* uzun metrajlı filminden sonra 1988 yılında Derviş Pasin tarafından *Boğaç Han* (Pasin, 1988) isimli uzun metrajlı animasyon filmi yapılmıştır. Bu yıldan sonra 2009 yılına kadar Türkiye'de uzun metrajlı animasyon filmi yapılmamıştır. Fakat 1960'lı yılların

sonunda festivallere kısa filmler yollanmıştır. Festivallere yollanan çalışmalardan önemli başarılar elde edilmiştir.

1970’li yıllarda animasyon alanında başlayan TRT destekleri animasyon filmlerin üretiminin devamlılığını sağlamasına yardımcı olmuştur. 2018 BEBKA raporuna göre; “...1970’li yılların sonlarına doğru animasyon filmlerinin hem sinema salonları hem de televizyon programları için yapıldığı görülmektedir. Animasyon stüdyoları, TRT ile yapılan anlaşmalar gereği animasyon filmi yapmayı sürdürmüştür (BEBKA, 2018: 13). 2005 yılı sonrasında Kültür Bakanlığı tarafından animasyon filmlere destekte bulunulmuştur ayrıca 2009 yılında da TRT Çocuk kanalının açılmasıyla animasyon stüdyoları bu kanal için de çizgi filmler üretmişlerdir. Günümüzde ise TRT Çocuk, Cartoon Network gibi kanallar animasyon çizgi filmler yayınlamaya devam etmektedir.

Tablo 1: Günümüzde TRT’de Yayınlanan Çizgi Filmler (2020)

Çizgi Film	
Trafik Tayfa	Elif ve Arkadaşları
İbi	Momo: Akıllı Tavşan
Pırıl	Nasrettin Hoca: Zaman Yolcusu
Bulmaca Kulesi	Maysa ve Bulut
Emiray	Aslan
Rafadan Tayfa	Çatlak Yumurtalar
Doru	Su Elçileri
Yade Yade	Kare
Mavi Dünya	Ege ile Gaga
Elif’in Düşleri	

Kaynak: (TRT Çocuk, <https://www.trtcocuk.net.tr/>, erişim tarihi: 10.10.2020)

Yine 2009 yılında Suluboya ve Zeytinin hayali uzun metrajlı filmlerin yapılmasıyla Türk animasyon sinemasında yeni bir dönüm noktası olmuştur. Uzun metrajlı animasyonların yılda 3 filmin altına düşmediği yıllar 2014 yılı ve sonrasında

gerçekleşmiştir.² Küresel animasyon pazarında Türkiye'nin %1 'in altında paya sahip olduğundan bahseden Alıcı'ya göre:

“...Türkiye, uzun yıllar boyunca yabancı çizgi film ve uzun metrajlı film ithalatına bağımlı bir konumda yaşamıştır. Ülkede 2017 yılına kadar gösterime giren toplam *yerli uzun metrajlı animasyon film sayısı* 16 iken; yalnızca 2015 yılında gösterime giren *yabancı uzun metrajlı animasyon film sayısı* 39'dur. Türk sinema endüstrisinin %58'ini *yerli yapımlar* ve bunlardan yalnızca %3'ünü *yerli animasyon filmler* oluşturmaktadır. Bu da film endüstrimiz içinde animasyon üretimlerimizin *yeterli düzeyde olmadığını* göstermektedir (Alıcı, 2019: 190)...”

Tablo 2: Türkiye’de Üretilen Uzun Metrajlı Animasyon Film Sayısı³

Yıl	Üretilen Film Sayısı
2015	2
2016	3
2017	5
2018	5
2019	6
2020	2*

2015-2019 yılları arasında üretilen film sayıları 2'nin altına düşmemiştir. 2017-2019 yılları arasında uzun metrajlı film üretiminin beş filmin altına düşmediği 2015 yılından 2019 yılına kadar uzun metrajlı film üretiminin artış gösterdiği görülmüştür. Box Office verileri incelendiğinde seyirci rakamlarına göre filmler sıralamasında 2017-2019 yılları arasında gösterimdeki uzun metrajlı yerli film sayısının artış gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 3: Türkiye’de Gösterimde Kalan Uzun Metrajlı Animasyon Film Sayıları

Yıl	Gösterimdeki Yerli Film Sayısı
2015	2
2016	3

²Bkz. Ekler, Uzun Metrajlı Animasyonlar Listesi

³ * Sembolü henüz 2020 yılı bitmediğinden devamı gelebileceği için kullanılmıştır.

2017	4
2018	4
2019	5

Kaynak: (Box Office Türkiye , 2008, <https://boxofficeturkiye.com/>)

Türkiye’deki uzun metrajlı animasyon filmler animasyon sektöründe yeni bir üretim tarzının ortaya çıkması bakımından önemlidir. Uzun metrajlı animasyon filmlerin uzun süre sonra üretime başlamasıyla animasyon film sektörüne yeni bir gelişim noktası eklenmiştir. Daha fazla izleyiciye ulaşma yönünde teknolojinin desteğini arkasına alan bu yeni üretim tarzı henüz yeni olmasına rağmen kuşkusuz gelecekte üreticilerinin daha fazla kar elde etmesini sağlayacaktır.

2.8. TÜRKİYE’DE ANİMASYON FİLM ÜRETİMİNDE BULUNAN ŞEHİRLER

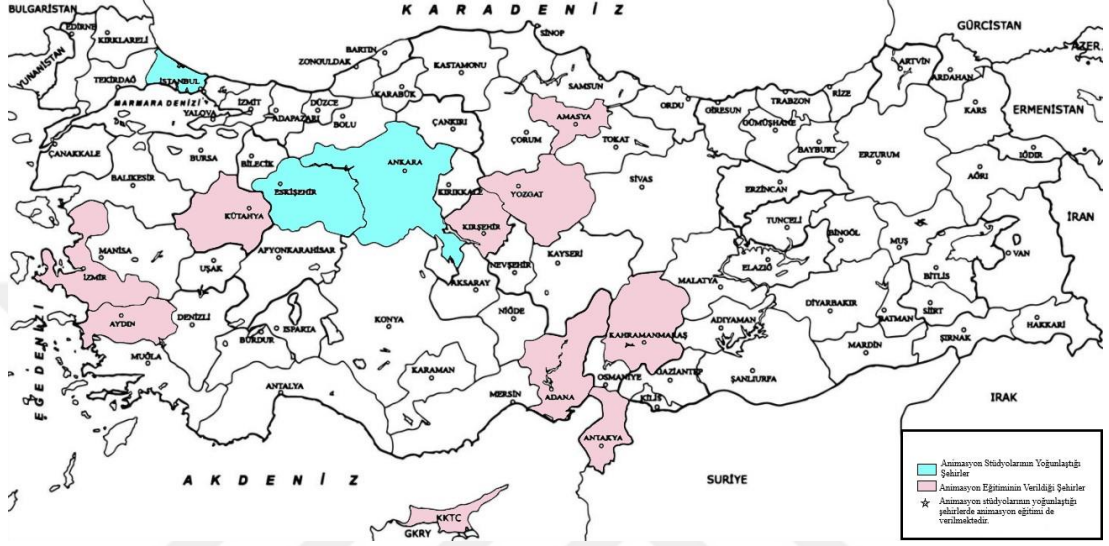
Animasyon film üretimi ülkemizde her şehirde yapılmamaktadır. Animasyon film yapımı ileri teknoloji, yüksek bütçe ve yüksek çalışmalarla üretilmektedir. Pek çok kişi bilgisayarlara yüklenen programlar, yayınlanan ücretsiz videolar ve online kurslar sayesinde animasyon yapımını öğrenebilmektedir. Teknolojinin getirdiği ulaşım kolaylığı sınırları kaldırırsa da Türkiye’de animasyon yapım stüdyoları Ankara, İstanbul ve Eskişehir’de yoğunlaşmıştır.

Bu konuda eğitim veren üniversiteler stüdyolar ile aynı dağılımda değildir. BEBKA 2018 yılı raporları incelendiğinde Kütahya, İzmir, Hatay, Amasya, Kahramanmaraş, Kırşehir, Adana, Yozgat, Aydın gibi şehirlerde de bu alanda eğitim verildiği dikkat çekici bir unsurdur (BEBKA, 2018: 16-17). Ayrıca animasyon yapım stüdyolarının yoğunlaştığı Ankara, İstanbul ve Eskişehir’de de animasyon alanında eğitim verilmektedir.

Yılmaz’ın tezine göre Ankara’da Animax Animasyon Stüdyolarında Keloğlan, Barbaros, Misket çizgi film serileri, İSF Studios’ta *Rafadan Tayfa (2014)* çizgi film

serisi ardından *Rafadan Tayfa İstanbul Dehlizleri* uzun metrajlı animasyon filmi üretilmiştir. İstanbul’da Cordoba Animasyon Stüdyosu tarafından *Nane ile Limon*,

Şekil 4: Türkiye’de Animasyon Alanında Öne Çıkan Şehirler⁴



Cille, İstanbul Muhafızları, Olimpiyat Okulu, Çakıl, Gizemler Diyarına Yolculuk çizgi dizilerini üretmiştir. Ayrıca Siyah Martı Reklam ve Animasyon Stüdyosu tarafından *Kelile ve Dimme, Kimin Tarlası, Hapşuu, Biz İkimiz, Su Elçileri, Nasrettin Hoca Zaman Yolcusu* çizgi filmleri üretilmiştir. Bu stüdyo *İksir, Köstebekgiller: Perili Orman, Sagu ve Pagu: Büyük Defne* uzun metrajlı filmlerinin yapımını gerçekleştirmiştir (Yılmaz, 2019: 57-60).

Eskişehir’de de animasyon üretimi ve eğitimi önemli bir yer tutmaktadır. Eskişehir Tekno Vadi Konsept Projesinin tasarlandığı raporda Eskişehir’de animasyonun gelişmesinin nedenleri şu şekildedir:

“...30 yıllık animasyon geçmişi ve kültürüne sahip Eskişehir Anadolu Üniversitesi Animasyon Bölümü’nün Eskişehir’de yer alması, sektördeki önemli animasyon stüdyolarının Eskişehir Teknoloji Geliştirme Bölgesi’nde faaliyet göstermesi ve nitelikli işgücünün Eskişehir’deki

⁴ Şekil oluşturulurken BEBKA 2018 raporu verilerinden yararlanılmıştır. Haritanın boş hali de <https://www.sayfaboyama.com/wp-content/uploads/2018/05/Turkiye-iller-Haritasi-Boyama-Sayfasi.jpg> sitesinden alınmıştır.

varlığıdır. Ayrıca Anadolu Üniversitesi bünyesinde kurulan Animasyon AR-GE Merkezi de bu potansiyeli il düzeyinde yansıtan önemli göstergelerden bir tanesidir (Eskişehir Sanayi Odası, 2020: 7)..."

Eskişehir’de bulunan Resimli Filim Animasyon stüdyosu tarafından *Ege ile Gaga, Maysa ve Bulut*; Düşyeri Animasyon Stüdyosunda *Pepee, Leliko, Pisi, RGG Ayas* gibi çizgi filmler üretilmiştir. Eskişehir’de Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansının olması animasyon sektörüne destek sağlamıştır. Ajans; animasyon alanında destekler vermekte, projeler ve festivaller düzenlemekte ayrıca bu alanda sektör raporları yayınlamaktadır. Bu festivallerden Anadolu Animasyon ve Dijital İşler festivalinde animasyon sektörünün sorunlarını ve çözümlerini konuşmak için özel sektör ve kamu kurumlarından temsilcilerle bir araya gelinmektedir.

2.9. TÜRK ANİMASYON SİNEMASINDA YARATICI VE TEKNİK İŞGÜCÜ

Türk animasyon film sektöründe filmin üretim kısmında yer alan ekip yaratıcı ve teknik işgücünü oluşturmaktadır. Yapılacak animasyon filmin senaryosundan müziğine kadar yapımında emek harcayan pek çok çalışan bulunmaktadır. Kısa metrajlı animasyonlardan farklı olarak uzun metrajlı animasyon filmler daha fazla ekip ve çalışma gücü gerektirmektedir. Animasyon filmlerin yapımı normal sinema yapımından üretim biçimi yönüyle ayrılmaktadır. Bir film gerçek oyuncularla çekilip kurgusu yapılırken, animasyon filmlerde kullanılan tekniğe göre bu aşamalar farklılık göstermektedir. Sadece karakterin tasarımı için birçok kişinin çalıştığı bu sektörde senaristler, karakter tasarımcıları, arka plan tasarımcıları, storyboard sanatçıları, efektçiler, kurgucular, animatörler gibi pek çok kişi bulunmaktadır. Animasyon film alanı diğer alanlardan farklı olarak özel bir yetkinlik ve yetenek gerektirmektedir.

"...Genel olarak, teknik anlamda yetişmişlerin sayısı fena olmamakla birlikte kreatif personel için aynı şeyi söyleyemem... Animasyon yeni sayılır ülkemizde. Adapte olamadılar. Canlandırma senaryosunu yazarken reel mekanizmalarla düşünmeye devam ediyorlar. Yani

animasyonun tekniğinin de gücünün de tam farkına varamadılar henüz (K2, Maille Görüşme: 12.06.2020)...”⁵

Animasyon film alanında yaratıcı ve teknik işgücünün gelişmesi aynı zamanda sektörde yıllardır bu alanda çalışmış kişilerden edinilecek bilgileri de içermektedir. Bu alanda rol oynayan başlıca kurumlar üniversiteler ve animasyon film yapım şirketleridir. Henüz yeni gelişmekte olan bu sektörde kalifiye eleman bulunmaması çeşitli sorunlar yaratmaktadır.

“...Animasyon sektörünün 10 sene evvel TRT Çocuk ’un açılması ile parlaması mümkün oldu. Birbiri ardına firmalar açıldı ve içerik üretimlerine başlandı. O dönemlerde yetişmiş eleman ihtiyacı bir hayli fazla idi. Şu an bile şirketlerin yetişmiş eleman ihtiyaçları oldukça fazladır. (K5, Maille Görüşme: 15.06.2020)...”

Türk animasyon sineması için kalifiye eleman bulunamamasının bir başka nedeni de beyin göçünün yaşanmasıdır. “...İşinde profesyonel, teknik bilgisi yüksek kişiler ne yazık ki yurt dışına gitti. Dolayısıyla usta çırak ilişkisi yaşanabilecek ortam yok. Bu nedenle de yeni ve yaratıcı yetenekler zor geliyor (K11, Maille Görüşme: 29.05.2020)...”

Usta çırak ilişkisi yaşanamamasından dolayı sektörde işi yeterince bilen kişi olmaması Türk Animasyon sektörünü olumsuz bir biçimde etkilemekte, yapımların kalitesini düşüren bir nitelik olarak öne çıkmaktadır. Sadece program bilenlerin de sektörde yer edinmeye çalışması alaylı denilen işgücünün piyasa da çoğalması başka bir olumsuz özelliktir. “...Sanat konularında iyi kötü her istasyondaki kişi bilgi sahibi olmalıdır. Eğer alaylıysa da işvereni tarafından eğitime gönderilmelidir (K2, Maille Görüşme: 12.06.2020)

Özellikle maliyetin etkili olduğu bu alanda yeterli bilgisi olmayan kişilerin animasyon filmler yapmaya çalışmasından sonra çalışma saatlerinin de yüksek olması bir başka sorundur. Katılımcı K7’ye göre bu durumun çözümü düzgün sistem, eğitim ve yatırımdır.

⁵ Saha çalışmasında görüşme yapılan katılımcılar, K1-K14 arasında numaralanmıştır.

“...Şu anda pek çok ekip sömürü olarak anılacak koşullarda çalışıyorlar. Yetersiz sayıda elemanla olanaksız zaman dilimlerine devasa iş yükü sığdırılmaya çalışılıyor. Yetersiz bütçelerle şirketler iş yetiştirmeye uğraşıyor ve kaçınılmaz olarak ekiplerinden özverili çalışma talep ediyorlar. Çıkan sonucun baştan savma görünmesi, düzgün hale getirmek için defalarca yeniden üzerinde çalışma gerektirmesi de animasyon ekiplerinin zevkle çalışmasını engelleyen önemli unsurlar. Türk animasyon sineması eğitime önem verip, çalışma koşullarını iyileştirip, yaratıcı kişileri teşvik edip, telif sorunlarını çözüp, doğru çalışma ortamları sağlayabilirse çok sağlam bir sektör haline gelebilir ve adını hem ülke sineması içinde hem de yurtdışında akıllara kazıyabilir (K7, Maille Görüşme: 13.06.2020)...”

Türk sinema tarihinde 1960’lı yıllarda altın çağını yaşayan Türk sinemasından günümüze miras kalan kısa sürede oluşturulan senaryo yazma geleneği günümüzde de devam etmektedir. Bu durum sağlıklı çalışma koşullarının oluşmasına ve çalışmaların daha özensiz olmasına yol açmaktadır. Bu durumun ticari yanını da vurgulayan katılımcı K3’e göre Türk Animasyon Sineması: “...Senaryo konusunda yeterli gözükmüyor. Yetersiz demek de çok doğru değil, stüdyolar çok özveri göstererek sinema filmi yapmaya çalışıyorlar. Bu açıdan bakıldığında önemli olanın film üretmek olduğunu söyleyebiliriz (K3, Maille Görüşme: 11.06.2020)...”

2.10. TÜRK ANİMASYON YAPIM ŞİRKETLERİ

Türkiye’de animasyon sineması alanında üretim yapan pek çok yapım şirketi bulunmaktadır. Bu bölümde yapım şirketlerinden bahsedilirken hepsini ayırtırmak mümkün olmadığı için animasyon film alanında üretim yapan animasyon yapım şirketlerine genel olarak yer verilmeye çalışılacaktır. Animasyon yapım şirketleri sadece animasyon alanına yoğunlaşan şirketlerden oluşmamaktadır. Örneğin reklam filmleri yapılmak için açılmış bir reklam film yapım şirketi animasyon film yapımıyla da uğraşmaktadır. Türkiye’de animasyon film yapım şirketlerinin birçoğu, geçmişte bu şekilde faaliyet gösterse de günümüzde sadece animasyon filmler yapmak için açılmış pek çok animasyon film yapım şirketi bulunmaktadır.

Animasyon filmler eğitimden sağlığa, mimarlıktan sanata pek çok alanda hem işlevsel hem de sanatsal olarak kullanılmaktadır.

Türkiye'ye animasyonun geldiği ilk yıllarda animasyon yapımı pek yaygın değildi. Gülgen'e göre 1940'lı yıllarda animasyon yapımları talep edilmeye başlanmıştır. Bu talepler sonucunda da İstanbul Reklam Ajansı, bünyesinde karikatürcüleri toplayarak ürettiği çizgi filmler oldukça ilgi gördü. Bu yıllardan sonra bazı sanatçılar yurt dışına çizgi film hakkında eğitim almak için gitmiştir. Döndüklerinde de animasyon stüdyolarının kurulmasına ön ayak olmuşlardır (Gülgen, 2014).

1947 yılında Profesör Vedat Ar, Devlet Güzel Sanatlar Akademisinde animasyon film hakkında çalışmalar yapmıştır. 1947 yılında da 15 öğrencisiyle *Zeybek Oyunu* adlı filmi yapmıştır. 1951 yılında Turgut Demirağ, And Film adına *Evvel Zaman İçinde* filmini gerçekleştirmiştir. Bu film Türkiye'nin ilk uzun metraj filmiydi. Laboratuvar işlemleri için ABD'ye gönderilen bu film kayboldu. Göktepe'nin tezinde verdiği bilgilere göre Turgut Demirağ laboratuvara dava açtı. İki yıl süren duruşma sonucunda Amerikan Bölge Mahkemesi, laboratuvara 82.500 dolar tazminat cezası verdi (Göktepe, 2015: 67).

1950'li yıllarda Vedat Ar'ın kurduğu Filmar ve Süheyl Gürbaşıkan tarafından kurulan İstanbul Reklam Ajansı animasyon üretiminde önemli faaliyetlerde bulunmuşlardır. Filmar kısa filmler, İstanbul Reklam Ajansı da çizgi film üretimi yapmıştır. 1960'lı yıllarda ise kurulan animasyon yapım şirketlerine Hünerli kitabında şu şekilde yer vermiştir:

“ ...Türk Canlandırma Sineması 1960'lı yıllarla birlikte reklam piyasasıyla çalışmaya başlamıştır. Bu dönemde birçok ajans kurulmuştur. Bunların en önemlileri ve süreklileri Filmar, İstanbul Reklam, Kare Ajans, Karikatür Ajans, Radar Reklam, Stüdyo Çizgi, Canlı Karikatür, Ajans Bulu, Sinevizyon, Pasin Benice Animasyon, Artnet gibi ajanslardır. Bu stüdyoların kuruluş amaçları reklamlardan para kazanmak, kazandıkları bu paralarla da kısa ya da uzun çevrimli canlandırma filmleri yapmaktır (Hünerli, 2005: 59)...”

Türker'in eserinde aktardığına göre 1960'lı yıllarda Oğuz Aral, Orhan Özdemir, Yalçın Çetin gibi karikatüristler, doğrudan canlandırma alanında eğitim

almasalar da Tan Oral, Derviş Pasin, Ateş Benice, Orhan Büyükdoğan gibi sanatçılar canlandırma alanında önemli çalışmalar gerçekleştirmişlerdir (Türker, 2011: 235).

1960’lı yıllar yapım şirketlerinin animasyon film ürettiği yıllar olmasına karşın Türkiye’de animasyon filmlerin asıl gelişim gösterdiği yıllar 1970’li yıllardır. Bu yıllarda hem animasyon çalışmaları çoğalmış hem animasyon filmler festivallere gönderilmiş hem de reklam dışında animasyon filmler üretilmeye başlanmıştır. 1960’lı yıllarda televizyonun yayılması 1970’li yıllarda animasyon için önemli bir fırsat haline gelmiştir. BEBKA raporuna göre bu yılların sonlarına doğru animasyon stüdyoları hem televizyon için hem de sinema salonları için animasyon filmler üretmişlerdir. Bu stüdyolar TRT ile yaptığı anlaşmalar sonucunda animasyon filmler yapmaya devam etmişlerdir (BEBKA, 2018: 13). Fakat bahsedilen artış ve katılımlar bu yıllarda animasyonu bir sektör yapmaya yetmemiştir. “...1980’li yılların ikinci yarısında Çizgi Reklam, Tunç İzberk Stüdyosu, Tele Çizgi, Animatek, Ajans Bulu gibi birçok stüdyo devlet kurumları için eğitici ve öğretici canlandırma filmleri yapmışlardır (Hünerli, 2005: 66)...”

Sancar’ın Gazete Karınca haberine göre “1990’lı yıllara gelindiğinde ise TRT’de ortaya çıkan yolsuzluk iddiaları animasyon sektörünü derinden etkilemiştir ve bu yıllarda verilen destek tamamen kesilmiştir. Yaşanan bu durum sektöre ağır bir darbe indirmiş ve gelişimini sektöre uğratmıştır (Sancar, 2018).” TRT’nin çizgi film desteklerinin çekilmesi, canlandırma film yapan stüdyoların kapanmasına yol açarak animasyon film üretimini olumsuz etkilemiştir.

Tablo 4: Türkiye’de Uzun Metrajlı Film Yapımcıları (2009- 2020)

Ella	Arzum Film
Haz-Art Production	Siyah Martı
Ser Film	Menessa Film
BKM	Anima İstanbul
Düşyeri	Kare Kare Film
Siyah Martı	Portakal Animasyon
Animaj	Grafi2000
Anibera	Neher Prodüksiyon

Epics Fx	Anibera
Pati Film	Fikrigün Film
Sener Yapım	Digiflame
Cordoba	VTR
Klaket Medya	Fiyaka Film
İSF Film Prodüksiyon	Minika
Delightful Animation	Gençdes

BEBKA raporuna göre 2000’li yıllar, animasyon alanında önemli gelişmelerin yaşandığı yıllardır. Bu yıllarda 3 boyutlu filmlerin yapılabileceği stüdyolar kurulmuş ve bu stüdyolar özel televizyon kanalları için reklam filmleri yapmışlardır. 2008 yılında açılan TRT Çocuk kanalı, çizgi filmler için destek vermeye devam etmiştir. *Pepe*, *Rafadan Tayfa*, *Canım Kardeşim*, *Köstebeğiller*, *Kral Şakir* gibi çizgi filmler yapılmıştır. 2009 yılından sonra uzun metrajlı animasyonlar artmaya başlamıştır. Düşyeri, Animax, Anima İstanbul, Grafi2000 gibi önemli animasyon yapım şirketleri bu yıllarda ve günümüzde de faaliyet gösteren animasyon şirketlerinden bazılarıdır (BEBKA, 2018: 14-20).

2.11. TÜRK ANİMASYON SİNEMASI ALANINDA KURUMSAL YAPILANMALAR

Türkiye’de animasyon alanında faaliyet gösteren ve desteklerde bulunan pek çok kuruluş bulunmaktadır. Üniversiteler, dernekler ve kamu kuruluşları animasyon sektörü hakkında çalışmalar yapmakta ve çeşitli etkinlikler düzenleyerek sektörün daha iyi bir hale gelmesine yardımcı olmaya çalışmaktadırlar.

Üniversiteler bu sektör için eğitim faaliyetini üstlenerek çeşitli çalışmalar yapılmasına ön ayak olmakta ve bilgi şöleni gibi katılım faaliyetleri düzenlemektedirler. Dernekler de filmlerin yapımına maddi destekler vermekte ve sektörde gerekli düzenlemelerin yapılması için çeşitli araştırmalar doğrultusunda önlem alınmasına yardımcı olmaya çalışmaktadırlar. Birinci bölümde kamu

kuruluşlarının düzenlemelerinden bahsedildiği için bu bölümde animasyon alanında faaliyet gösteren üniversite ve derneklere yer verilecektir.

2.11.1. Üniversiteler

Animasyon alanına ilgi 1930'lu yıllara kadar uzanmaktadır. Fakat bu yıllarda bu alanda eğitim alanında bir yapılanma mevcut değildi. Edinilen bilgiler yurtdışına giden Vedat Ar gibi kişilerin verdiği kurslarla mümkündü. Mimar Sinan Üniversitesi'nin bünyesinde de bazı çalışmalar gerçekleştirilse de o dönemde animasyon filmler için bireysel çabaların da dışında başka bir animasyon eğitimi söz konusu değildi.

Animasyon hakkında şüphesiz ilk faaliyet gösteren üniversite Vedat Ar'ın yurtdışından geldikten sonra öğrencilerine kurs verdiği "Güzel Sanatlar Akademisi" dir. Akademinin adı 1982 yılında değişerek Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi olmuştur. Günümüzde bu akademide enformatik bölümü adı altında bilgisayar destekli animasyon dersleri verilmektedir. Bunun haricinde öğrenci topluluğu olarak animasyon kulübü bulunmaktadır.

1990 yılında Anadolu Üniversitesi'nde açılan bölümle yavaşça açılan bölümlerin sayısı günümüzde de pek fazla değildir. Kesin olarak edinilen tek sonuç yakın gelecekte animasyon film yapımı konusunda açılan alanların artış göstermeye başlamasıdır. Fakat bu artış günümüzde animasyon film alanındaki şirketlerin çoğalmasını göz önünde bulundurduğumuzda yetersizdir.

Animasyon alanında meslek yüksekokulları hariç 4 yıllık eğitim veren üniversiteler ve kuruluş yılları yukarıda sıralanmıştır. 1990 yılında Animasyon bölümü açılan Eskişehir Anadolu Üniversitesi günümüzde de faaliyetlerine devam etmektedir. Eskişehir Anadolu Üniversitesi, animasyon alanında en eski üniversitedir. Üniversitelerin animasyon bölümünün açılış yıllarına bakıldığında özellikle 2000'li yılların ikinci yarısından sonra üniversitelerin bu bölüm hakkında eğitim vermeye daha eğilimli oldukları görülmektedir. 1990 yılından uzun bir süre sonra meslek

yüksekokullarını katmadan 12 tane daha üniversitede bu bölümün açıldığı görülmektedir. Sonuç olarak 2012 ve sonrasında animasyon eğitime verilen önem artmıştır, üniversiteler bu alana daha çok ilgi göstermişlerdir.

2012 yılı ve sonrasında animasyon alanına gösterilen bu ilginin nedenleri arasında animasyonların insanlar tarafından ilgi görmesi, bilgisayar tabanlı teknolojilerin bu alandaki birçok çalışmayı daha kolay hale getirmesi olarak sayılabilir. Özellikle 2000’li yılların sonunda uzun metrajlı animasyon filmlerdeki gelişmeler kayda değerdir. 2009 yılında Suluboya ve Zeytinin Hayali olmak üzere iki tane uzun metrajlı film yapılmıştır ve bu filmler gösterime girmişlerdir. 2009 yılındaki bu ilerleme oldukça umut verici bir gelişme olsa da animasyon sektörünün

Tablo 5: Türkiye’de 4 Yıllık Animasyon Bölümü Bulunan Üniversiteler

Animasyon Bölümünün Açılış Tarihi	Üniversite	Şehir
1990	Anadolu Üniversitesi	Eskişehir
2005	Maltepe Üniversitesi	İstanbul
2006	Dumlupınar Üniversitesi	Kütahya
2009	Dokuz Eylül Üniversitesi	İzmir
2012	Marmara Üniversitesi	İstanbul
2013	Yaşar Üniversitesi	İzmir
2013	İstanbul Aydın Üniversitesi	İstanbul
2016	İstanbul Kültür Üniversitesi	İstanbul
2016	Başkent Üniversitesi	Ankara
2018	Bahçeşehir Üniversitesi	İstanbul
2018	Yakın Doğu Üniversitesi	Lefkoşa (K.K.T.C)
2019	Üsküdar Üniversitesi	İstanbul
2019	Beykoz Üniversitesi	İstanbul

Kaynak: (BEBKA, 2018: 16)⁶

⁶ BEBKA sektör raporlarından yararlanılarak oluşturulmuştur.

hala çok fazla yayılım göstermemesi sonucu yurtdışına işini icra etmek için giden pek çok kişi bulunmaktadır.

Üniversiteler verdikleri eğitim doğrultusunda sektörde çalışıp üretim yapabilecek kalifiye eleman yetiştirilmesi noktasında animasyon sektörüne katkı sağlamaktadır. Bunun haricinde üniversiteler düzenledikleri bilgi şölenleri, toplantılar, konferanslar, bünyelerinde düzenledikleri yarışmalar ve öğrencilerine sağladıkları teşvik ile animasyon film yapım kültürünün yayılmasına yardımcı olmaktadır. Günümüzde grafik tasarım, enformatik, bilgisayar gibi çeşitli alanlar altında animasyon eğitimi verilmekte ve animasyonun pek çok alanda kullanımı sağlanmaktadır. Animasyon film yapmak sadece animasyon alanına özgü bir eylem değildir. Saf animasyon film denilen bir kavram günümüzde yoktur. Farklı alanlar içerisinde sindirilmiş animasyon filmleri, diğer alanlardan ayırmak pek mümkün görünmemektedir. Yukarıda sadece animasyon, çizgi film alanları üzerine eğitim veren üniversitelerden bahsedilse de animasyon eğitimi birçok üniversitede farklı alanlarda verilmektedir.

Türk animasyon sineması alanında bölümlerin açılmasından başka önemli olan bir diğer faktör ise eğitimin niteliğidir. Yapılan görüşmeler sonucunda bu durum iki yönlü olarak değerlendirilmiştir. Bunlardan birincisi öğrencilerin yetersiz eğitim aldığı düşünülmesidir.

“...Hikayeyi, karakterleriyle, etrafındaki obje/ortamlarla izleme değeri yüksek işler her zaman ekonomik güç bulur ama en önemlisi yapacak olan kişiler. Bu anlamda yurt dışından destek almak zaruri bir ihtiyaç oldu. Ne yazık ki film düzeyinde bir iş çıkarma konusunda üniversitelerin verdiği/okullardan ayrılan kişilerin aldığı eğitim tartışılır... Animasyon endüstrisiyle iç içe, profesyonelleri de işin/eğitimin içine dahil ederek, teşvik eden ve yeteneklerini sergileyecek yarışmalar yaparak daha da heyecanlı ve istekli hale getirilebilir (K11, Maille Görüşme: 29.05.2020...)”

“...Öncelikle bu işin bir sanat olduğu ve bütün sektöre bu gözle bakılması gerektiğini öğretmek gerek. Öncelikli hedefin günü kurtarmak değil, kaliteli saygıdeğer işler yapmak olduğunu öğrencilere aşlamak zaruridir. Öğrenciler yetenekleri doğrultusunda sevdikleri işleri yapmalıdır ve bu konuda onları yönlendirecek insanların kalifiye olmaları çok önemlidir (K6, Maille Görüşme: 14.06.2020)...”

Bu görüşmelerdeki ikinci yön ise akademisyenlerle ilgilidir. Bu düşüncelere göre akademisyenler ve sektör iç içe olmalıdır. Katılımcı K9'a göre:

“...Akademik kariyerleri olan öğretim elemanları dışında sektör deneyimleri olan profesyonelleri bünyelerine daha çok dâhil etmeli, öğrencilerin kendilerini mezuniyet sonrasında nasıl bir dünya beklediğini bu profesyonellerin deneyimleri aracılığıyla aktarmalı. Tüm kariyerleri sadece akademik olan kişilerin bir çizgi film üretiminde yaşanacak aksilikleri çok iyi bilmesi zaten beklenemez. Bu yüzden üniversiteler ve stüdyolar omuz omuza çalışmalı. Son yıllarda bu düşüncemi destekleyecek güzel etkinliklerin ve uygulamaların sayısı artmakta bu çok sevindirici (K9, Maille Görüşme: 28.06.2020)...”

Ayrıca Türk animasyon sektörünün özgün bir yapıda olması ayrı bir önem taşımaktadır. Bazı dünya ülkelerinde uzun yıllar yapılan animasyon filmler gerek çalışanları gerekse de üretilen ürün yönüyle diğer filmlerden ayrılmaktadır. Katılımcı K7'ye göre:

“...Yalnızca animasyon film eğitimi veren okulların var olması zaten bir zorunluluk. Türk animasyon sinemasının gelişimi, kendini özgün bir şekilde var etmesi için ekoller oluşturması gerekiyor. Bu da üniversitelerin öncülüğünde gerçekleşebilir. Bireysel çabalarımızla bireysel başarılar kazanabiliriz. Üniversitedeki eğitimle hem sektörün ihtiyacı olan nitelikli ve belli bir birikimle çalışmaya başlayacak işgücü sağlanır, hem de her yıl yapacakları çalışmalar ve oluşturacakları filmlerle okullar kendi özgün tarzlarını belirleyerek bu konuda isim yapabilirler. Türkiye bu konuda bir cazibe merkezi ve yabancı öğrencilerin de talep edeceği okullara sahip olabilir (K7, Maille Görüşme: 13.06.2020)...”

“...Devletin animasyon film sektörünü canlandıracak etkinlikleri, yayınları, söyleşileri biraz daha arttırarak bu sektörü gençlere tanıtmak için mücadele içinde olmaları ve yapım şirketlerine vergi indirimi yada ücretsiz çalışma alanı vs. gibi uygulamalar yapmaları benim en büyük temennim olur. Yatırımcıların çizgi filmlere daha fazla yatırımlar yapması gerekir. Eğitim sisteminin uzmanlık odaklı politikalar geliştirerek piyasanın yetişmiş eleman ihtiyaçlarını karşılamaları gerekir (K5, Maille Görüşme: 15.06.2020)...”

2.11.2. Dernekler

Animasyon alanında bilinen ilk dernek 1993 yılında kurulan Çizgi Filmciler Derneği'dir. “...Dernek, Türkiye’de çizgi film sanatını geliştirmek, çizgi filmciler

arasındaki iletişimi sağlamak, uluslararası faaliyetler konusunda bilgilendirmek, Türkiye Kültürünü çizgi film vasıtası ile çocuk ve gençlere tanıtmak amaçlarını taşımaktadır (Kaptan Arka Kapı, 2007)...” Dernek, 2009 yılında “iki ülke arasında fikir alışverişinde bulunmak ve karşılıklı kültürel destek sağlamak amacıyla” Kore Animasyon ve Çizgi Film Yapımcıları Derneği ile bir anlaşma imzalamıştır (Cumhuriyet Gazetesi, 2009). Bu anlaşmaya göre, Türkiye’de animasyon bölümlerinde okuyan öğrenciler eğitim almak için Güney Kore’ye gidebilecekler. Gelecek zamanda iki kurum ortak projeler gerçekleştirebileceklerdir.

Canlandırılar Derneği, 2011 yılında Berat İlk tarafından animasyon alanında çalışanları, animasyonla ilgilenenleri bir araya getirmek ve animasyon sektörünün gelişmesini sağlamak amacıyla kurulmuştur. Bünyesinde Canlandırılar Festivali düzenleyen dernek festivaller aracılığıyla animasyoncular ve animasyon severleri bir araya gelmektedir. Dernek aynı zamanda ASİFA adı verilen Uluslararası Canlandırma Film Derneği’nin Türkiye üyesidir. Derneğin yurtdışına açılan penceresi olan ASİFA’nın animasyon sanatını sürdürmek, animasyon sanatçılarının haklarını korumak gibi hedefleri vardır. Toplantılar ve atölye çalışmalarıyla çeşitli etkinlikler düzenlemektedir (ASİFA, 2020).

Çizgi Film Yapımcıları Derneği, 2011 yılında kurulmuş bir başka dernektir. Başkanı Metin Kızmaz olan derneğin amacı animasyon sektörünün gelişmesine engelleyen sorunları bularak sektörü geliştirmeye çalışmaktır. Posta gazetesinin haberine göre Türkiye’deki televizyon kanallarında yayınlanan çizgi filmlerin yetersizliğinden bahseden dernek başkanı, sektörün gelişmesi için yerli yapımcılara destekleyeceklerini belirtmiştir (Posta, 2011).

Ali Emre Akgüneş’in başkanlığını yaptığı Uluslararası Kültür Sanat Animasyon Film ve Turizm Derneği, animasyon alanında çalışmalar yapan bir başka dernektir. Film, grafik, sinema gibi alanlardaki sorunların çözümü için çalışmalar yapan dernek animasyon alanında da eğitimler vermektedir. Çalışmalar yürüttüğü alanlardaki kurumların yurtdışı pazarına açılmasını hedeflemektedir. Autodesk Maya, After Effects ve Maxon Cinema 4D programları hakkında eğitim veren dernek bu alanlarda nitelikli elemanlar yetiştirmeyi hedeflemektedir (Uluslararası Kültür Sanat Animasyon Film ve Turizm Derneği, 2018).

Animasyon Film Yapımcıları Derneği 2017 yılında kurulmuştur. “Anibera, Atf Stüdyoları, Düşlerevi, İsf Studios, Kelebek Animasyon Stüdyosu, Netco Animasyon Stüdyosu ve Tasarım Merkezi, Outline Ajans, R Ajans Creative, Resimli Film Animasyon Stüdyosu, Siyahmartı Animasyon Stüdyosu” derneğin üyeleridir. Tüm yapımcı firmaları kendi çatısı altında toplamayı hedef edinmektedir (Netco Animasyon, 2017).

2.12. TÜRK ANİMASYON SİNEMASININ YASAL ALTYAPISI

Türk Animasyon Filmleri ile ilgili ilk düzenleme 2004 yılında resmi gazetede yayınlanan 5224 sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun’dur. Sinema eserlerinin her alanda desteklenmesini öngören bu kanuna göre animasyon filmlerin de desteklenmesi hedeflenmektedir. Animasyon filmleri kapsayan bir diğer kanun, 2011 yılında yürürlüğe giren Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında kanun animasyon filmlerle ilgili olan bir diğer kanundur. Bu kanunun 14. maddesinde genel ve tematik olmak üzere iki tür yayın yapılabileceğinden bahsedilmekte ve bu tür 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 yansıtmaları zorunludur (Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, 2011).”

2013 yılında onaylanan 10. Kalkınma Planına göre kültür ve sanat alanındaki faaliyetlerin desteklenmesi, kültürel zenginliğin gelecek kuşaklara aktarılması gibi amaçlar etrafında “Tarihimizin önemli şahsiyetleri, olayları, masal kahramanları ve kültürel zenginlik unsurlarımız belgesel, dizi ve çizgi filmlere dönüştürülecektir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 45).” Dolayısıyla çizgi filmler de kullanılarak kültürel birikimin ölümsüzleştirilerek gelecek nesillere aktarılması hedeflenmiştir. 2015 yılında 64. Hükümet 2016 Yılı Eylem Planına göre 3 ay içerisinde gerçekleştirilecek vaatlere göre ise;

“...Tarihimizin önemli şahsiyetleri ve olayları ile masal kahramanlarımızın belgesel, dizi ve çizgi filmlere dönüştürülerek tanıtımının yapılması desteklenecek, çocukların sevebilecekleri ve sorumlu birer birey olarak yetişmelerini sağlayacak içeriğe sahip bilgisayar oyunlarının ve animasyonların üretilmesi teşvik edilecek (T.C.Başbakanlık, 2015: 63)...”

Bu kararın yürütme görevi Kültür ve Turizm Bakanlığına verilmiş, eylemin başlangıç ve bitiş tarihi de 21 Aralık 2015- 21 Mart 2016 olarak belirlenmiştir.

1 yıl içerisinde gerçekleştirilecek reformlar arasında Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı’nın sorumluluğunda olan kararlara göre;

“Toplumda çocuklara yönelik şiddet, istismar ve çocuk işçiliği ile ilgili farkındalığın artırılması sağlanacak, bu alana yönelik çizgi filmler, çocuk oyunları, sinema ve tiyatro etkinlikleri desteklenecektir (T.C.Başbakanlık, 2015: 44).” Bu reform kararlarıyla çocuk haklarının korunması amaçlanmış, bu reformu yürütme görevi de Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığına verilmiştir.

2015 yılında animasyonu kapsayan bir başka düzenleme de Bursa Eskişehir Bilecik Bölge Planıdır. Bu planda kültürel anlamda sinema ve animasyon sektörlerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bölgede potansiyeli bulunan bu endüstrinin sinema ve animasyon alanında desteklenmesi 11. tedbirde belirtilmiştir. Animasyon alanında fiziksel ve teknolojik altyapının desteklenmesi bağlamında alt tedbir alınmıştır (BEBKA, 2015: 116- 212).

2.13. TÜRK ANİMASYON SİNEMASINDA TEKNOLOJİ

Ülkemizde animasyon sektörü, teknolojiden en çok etkilenen sektörlerden birisidir. Türk animasyon sektöründe kullanılan teknikler her geçen gün artmakta ve bu alanda teknolojinin takibini ve kullanımını zorunlu kılmaktadır. 2 boyutlu animasyon tekniklerinden bilgisayar animasyon tekniklerine doğru geçiş yapan animasyon filmlerde başlıca önemli faktör teknolojinin gelişimidir. Hatta uzun metrajlı animasyon filmlerin son yıllarda artış göstermesinin başlıca sebeplerinden

birisi de teknolojidir. Teknolojinin animasyonlarda kullanımını katılımcı K11 şöyle açıklamaktadır:

“...Yerli yerinde. Olması gerektiği gibi. Bir de ne yaptığınıza bağlı olarak değişir. Eğer basit bir gif üretecekseniz tek bir program yıllarca sizi götürür ama 3D dünyasında her yeni çıkan teknolojiyi takip edip işe göre kullanımını sağlamak gerek (K11, Maille Görüşme: 29.05.2020)...”

Animasyon film yapımı pek çok donanımsal ve yazılımsal teknoloji gerektirmektedir. Bu sebeple her geçen gün bir yenisi çıkan teknolojik gelişmelerden haberdar olmak gerekmedir. Sinema salonlarından bilgisayar yazılımlarına kadar sürekli değişiklik gösteren bu tekniklerin takip edilmesi gerekmektedir. Güncel bir yazılımla yapılan bir film sinema salonlarında aynı kalitede gösterilemeyebilmektedir. Dolayısıyla yapım aşamasındaki takip edilen teknolojinin sinema salonlarına da uyarlanması gereklidir.

Uzay Kuvvetleri 2911 (Derun M. Ş., 2013) filmi Türkiye’de iki kez gösterime girmiş ve gösterime girmeden gösterim tarihleri sürekli ileriye atılmış bir uzun metrajlı animasyon filmidir. Eylül ve Ekimde olması planlanan gösterim tarihleri şubat ayına atılmıştır. Gösterim tarihinin değişmesini Derun Şöyle açıklamaktadır:

“...Yaklaşık olarak 4-5 tane dağıtımçı firma var. 2000 tane sinema salonu var. Bunlardan 400 tanesi sadece dijital. Bunun yanı sıra yüzlerce film yapılıyor. Ve herkes dijitale girmek gibi bir yarış içerisinde. Ama aslında Türkiye’nin bir tane dijital filmi var gerçek o da *Uzay Kuvvetleri*. Aslında yani o salonlara bizim ihtiyacımız var çünkü biz diğer salonlarda insanlar bizi 3D seyrederiz,...Doğal olarak bu sefer sinema sayısı bayağı bir azalıyor yani bölünebileceğiniz. Bize de böyle bir olay geldi ama biz 3D görünmek istiyoruz (Derun Ş. M., 2013: 2.12’)...”

Teknoloji konusunda bir diğer nokta her animasyon stüdyosunun aynı teknolojiyi kullanmamasıdır. Dolayısıyla film stüdyosu yapımını üstlendiği animasyona göre farklı teknikler kullanmaktadır. Bu teknikler iki türdür. Bunlardan ilki, film yapım şirketinin üretim için kullandığı tekniklerdir. Örneğin *Rafadan Tayfa: İstanbul Dehlizleri* (Fidan, Rafadan Tayfa: İstanbul Dehlizleri, 2017) uzun metrajlı animasyon filminin yapımını üstlenen İSF Animation Studios kendi ürettiği yazılımlarını filmlerin yapımında kullanmaktadır. Katılımcı K9’a göre;

“...Teknolojik olarak artık gerek donanımsal gerekse yazılımsal olarak dünya standartlarında imkânlara sahibiz. Fakat bu işin öncüsü her stüdyo kendi üretim bantlarına özel tasarlanmış yazılım ve çözümler üretmek zorunda, ar-ge’ye önem vermelidir. Bu konunun önemini henüz yeni kavramaktayız. Maalesef çoğu stüdyo hazır çözümler kullanarak kendilerini kısıtlamış olabiliyor (K9, Maille Görüşme: 28.06.2020)...”

İkinci yön ise yapılan animasyon filmde kullanılacak teknik doğrultusunda malzeme temin edilmesidir. Örneğin, *Rimolar ve Zimolar: Kasabada Barış* (Er & Kurtuluş, *Rimolar ve Zimolar: Kasabada Barış* , 2014) uzun metrajlı animasyon filmi için kukla animasyon tekniği kullanılmıştır. Bu filmde kullanılacak kuklaları hareket ettiren kuklacılar için setler yükseğe inşa edilmiştir. Buradan oyunların da rahat görülebilmesi için de monitörler kurulmuştur (Er, Kurtuluş, & Ertürk, 2014).

Türk animasyon sineması teknolojinin yetkin bir biçimde kullanılabilmesi için gerekli koşulların sağlanması gereken bir alandır. Bu alanda teknolojinin yeterli olmaması farklı sorunlar doğurmaktadır. Teknolojinin yeterli düzeyde kullanılması da Türk animasyon sinemasında her zaman olumlu sonuçlar vermemektedir. Teknoloji yeterli olduğu halde hızla yapılması gereken işler ve yeterli teknik çözümün bulunamaması özensiz ve kalitesiz yapımların da ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Katılımcı K7’ye göre;

“...Teknolojiler iyi kötü bir şekilde takip ediliyor, sorun onun yetkin şekilde kullanılmasını sağlayacak koşul ve ortamların sağlanabilmesindedir. Teknoloji kullanımında yaratıcı çözümlere de fazla başvurulmuyor veya teşvik edilmiyor. Bunun dışında teknoloji, yaratıcıları ve animasyon ekiplerini, dar zaman ve hızlı çalışma temposuna bağlı olarak kısa yol çözümler kullanmaya itmektedir. Bunlar bazen belli oranda yararlı olup günü kurtarıyor ama profesyonel bir iş sisteminde yeri olmaması gereken alışkanlıklara da yol açabiliyor (K7, Maille Görüşme: 13.06.2020...)”

Uzun metrajlı film literatürü incelendiğinde pek çok filmin maliyet konusunda zorlandığı ve yeterli gişe geliri sağlayamadığı için bu işten zarar ettiği görülmektedir. Bir animasyon filmin yapımı için kısa sürelerde büyük işlerin yapılması geleneğine teknolojik sorunlar eklenince animasyon film üretimi yavaşlamaktadır. Teknolojik problemler konusunda katılımcı K8’e göre;

“...en sıradan bilgisayardan kompleks bir sinema salonuna kadar pek çok şeyde var olan teknik eksiklikler, umursamazlıklar ve maddi imkânsızlıklar üretimi baya zorluyor. Yahu İstanbul Beşiktaş’ ın orta yerinde her gün neden iki kez elektrik kesilir ki? Yarım kalan ve baştan başlanması

gereken işler, bozulan makinalar... Yapıyorsunuz fakat nasıl yapıyorsunuz tarif edilemez. Günde maximum üç saat uykuyla, yalnızca ekip arkadaşlarını sevdiği için yol almaya devam eden, stüdyoda yatan ve haftada bir evine zor giden emektar bir ekip!.. Yaşayan bilir, kelimelerle anlatamaz. Eksikliğiyle gediğiyle biz yaptık! O şartlarda bu kadar yapılabildi (K8, Maille görüşme: 03.09.2020)..."

Gerekli teknolojinin olmayışı animasyon filmlerin başarısız olmasının nedenlerinden birisidir. Bu filmlerin izleyiciler tarafından çok fazla tercih edilmemesi de bu filmler için olumsuz bir etki oluşturmaktadır. Katılımcı K11'e göre animasyon filmlerin başlıca sorunu "animasyon filmlerinin Türkiye'de çok kabul görmüyor olması" dır (K11, Maille Görüşme: 29.05.2020). Dolayısıyla animasyon filmlerde teknoloji kullanımı kadar öne çıkan kabul edilme olgusu da teknolojik gelişmelerin önüne çıkan bir engel olarak animasyon sinemamızda kendisini göstermiştir.

Günümüzde uzun metrajlı animasyonların yapımında kullanılan teknolojik imkânlar göz önüne alındığında Türk animasyonu için en umut verici gelişme bilgisayarların çoğalmasıdır. Bilgisayarlar birden çok işin aynı anda yapılmasını sağlasa da animasyon film yapımı alanında yüksek donanımlar ve yazılımlar gerekmektedir.

Güncel teknolojinin takibinin önem taşıdığı Türk animasyon sektöründe geleneksel olarak yapılan filmlerin birçoğu dijital ortamda yapılmaya başlanmıştır. Türkiye'de uzun metrajlı animasyon film yapımlarının çoğalmasının nedeni teknolojik gelişmeler olarak adlandırılabilir. Hem gerçekçi, hem tek bir araçtan yapılan bu yüksek maliyetli filmler iki boyutlu filmlerin yapımından teknolojik olarak daha çok ön plana çıkmaktadır. Filmin tekniği ihtiyaç duyulan teknolojinin ve zamanın da belirleyicisi olmaktadır. Katılımcı K11'e göre: "...Bu süreç çok uzun ve sebat isteyen bir konu. Neyi nasıl yaptığınıza bağlı olarak da değişiyor. Örneğin 2D bir animasyonda süreç daha kısa, ama 3D animasyonda daha uzun süreler/ sabahlamalar söz konusu (K11, Maille Görüşme: 29.05.2020)..."

Animasyon alanında bir diğer önemli teknolojik gelişmeler de sosyal ve etkileşimli platformların çoğalmasındır. Bu etkileşimli platformların çoğalması sonucu pek çok kişiye aynı anda ulaşılabilme imkânı doğmuştur. Bu durum bireysel çalışmaların çoğalmasına neden olmuştur. Katılımcı K5'e göre:

“...Çeşitli ulusal tv kanallarının artması ve sosyal mecralardaki (youtube, vimeo, stock videolar gibi) uygulamaların artması sayesinde ayrıca bireysel olarak proje üret - yayımla - para kazan imkanı tanıyan sitelerin çoğalması sayesinde ülkemizde animasyon sektörü oldukça ilerlemiş bulunuyor (K5,Maille Görüşme: 15.06.2020)...”

Teknolojik gelişmeler sayesinde yapılan filmlerin tanıtımları ve fragmanları önceden yayınlanabilmektedir. İnternet teknolojisinin sağladığı çeşitli uygulamalarla filmlerin tanıtılması sağlanmakta insanların filmleri benimseyerek izlenme oranlarının artırılması hedeflenmektedir. Örneğin *RGG Ayas* (Konyalı & Tiryaki, 2013), *Pepee* (Konyalı, 2016), *Kötü Kedi Şerafettin* (Kurtuluş & Ünal, 2016) gibi filmlerin film müzikleri internette yayınlanmış, insanlar filmi izlemese de bu durum insanlarda şarkısını bildiği filmi izlemeye teşvik etmektedir. Daha çok çocukların hedef kitlesi olarak görüldüğü bu filmlerin oyunları da internet platformlarında yayınlanmakta, filmi izleyen çocukların aklında uzun süre filmin kalmasını sağlamaktadır.

Uzun metrajlı animasyon filmlerin de yapımı her geçen gün gelişmekte, yapılan film sayısı artmaktadır. Türk uzun metrajlı animasyon sineması, 1951 yılından sonra yapılan sayılı filmlerin ardından 2013 yılından sonra yılda iki filmin altına düşmeyen bir dağılıma sahiptir. Bilgisayar teknolojisinin çoğalması ve üç boyutlu animasyon film yapım tekniğinin çoğalmasıyla uzun metrajlı film üretiminde, son üç yılda 5 filmin altına düşmeyen sektör her ne kadar maliyetli olsa da ihtiyacı olan teknolojiden faydalanmaktadır.

“...Animasyon film sektörü ülkemizde güzel gelişmeler gösterse de dünyaya kıyasla henüz emekleme aşamasında olan bir sektör. Daha işin çok başlarında olduğumuzu ve animasyon üretimindeki birçok önemli unsurun henüz daha yenice öğrenildiği ve uygulandığını söyleyebilirim (K9, Maille Görüşme: 28.06.2020)...”

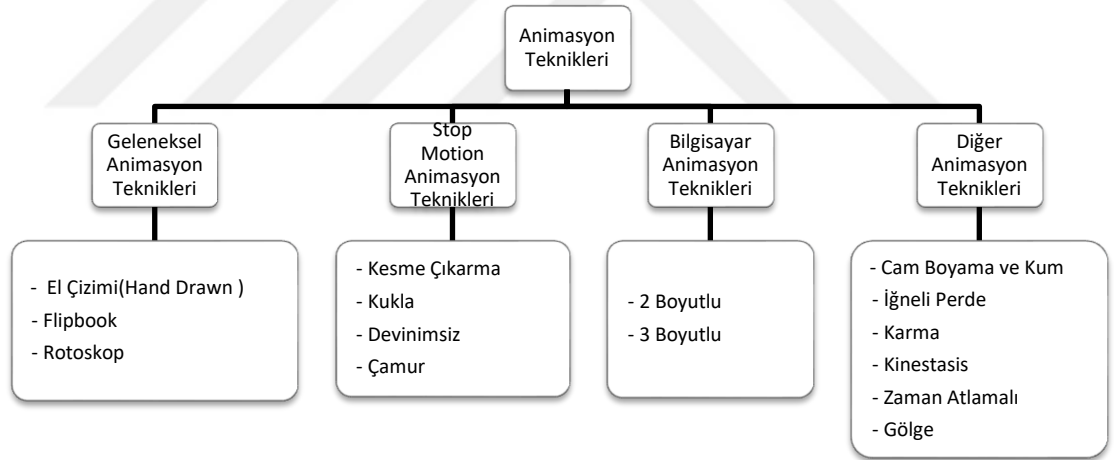
2.13.1. Türk Animasyon Sinemasında Kullanılan Teknikler

Dünya genelinde kabul gören ve kullanılan animasyon türleri ülkemizde de kullanılmıştır. Ülkemizde animasyona merak duyan sanatçılardan birçoğu yurtdışına

giderek bu konu hakkında eğitim almışlardır. Ülkeye döndüklerinde de bu konudaki bilgilerini çeşitli eğitimlerle ve aktivitelerle yaygınlaştırmışlardır. Geçmişte teknolojinin gelişmiş olmaması animasyon eğitimlerinin yavaş yaygınlaşmasına neden olmuştur. Günümüzde ise teknolojinin getirdiği “her zaman ve her yerde” ilkesiyle istenilen eğitimler anında ve kolayca alınabilmektedir. Her ne kadar bu durum animasyonun gelişmesine pozitif bir katkı sağlasa da endüstriyel anlamda animasyon sektörünün kat edecek çok yolu vardır.

Dünyada animasyon alanında pek çok tür bulunmaktadır. Kozan’ın tezine göre animasyon teknikleri dört başlık altında toplanabilmektedir. Bunlar; Geleneksel Animasyon Teknikleri, Stop Motion Animasyon Teknikleri, Bilgisayar Animasyon Teknikleri ve Diğer Animasyon Teknikleri’dir (Kozan, 2015: 122).

Tablo 6: Türkiye’de Kullanılan Animasyon Teknikleri⁷



Ülkemizde animasyon film yapım aşamaları dikkatli bir biçimde incelendiğinde, animasyon film yapımının değişmez parçasının çizim olduğu anlaşılmaktadır. Bütün animasyon filmler yapılırken karakterler tasarlanmakta ve storyboard çizilmektedir. Çizimlerle karar verilen film taslakları geleneksel animasyonlarda uzun bir çizim

⁷ (Kozan, 2015:122-146)

sürecinin, bilgisayarla yapılan animasyonlarda da yine uzun bir süreç gerektiren dijital tasarımlar sonucunda filmlere dönüştürülmektedir. Günümüz koşulları incelendiğinde geleneksel animasyon filmlerin yapımının da büyük ölçüde dijital ortama taşındığı görülmektedir. Bu yüzden animasyon üretimi teknik olarak dönemlere ayrıldığında geleneksel tekniklerin kullanıldığı dönem ve modern tekniklerin kullanıldığı dönem olarak ayırmak daha mantıklı bir yaklaşım olacaktır. Çünkü tüm dönemler ve teknikler göz önüne alındığında animasyon film yapımında geleneksel tekniklerden sonra modern tekniklerin yaygınlaşması ve uzun metrajlı animasyon filmlerin yapılması bir gelişim sürecini ifade etmektedir. Öztütüncü'ye göre 2D animasyonlar cel animasyonun, 3D animasyonlar ise stop motion animasyon tekniğinin dijitalleşmiş halidir (Öztütüncü, 2018: 54).

Türkiye'deki animasyonların teknik altyapısı incelendiğinde kullanımı eski zamanlara dayanan geleneksel animasyon teknikleri çizimle, filmlere hayat vermektedir. Geleneksel animasyon anlamında Hünerli'nin aktardığı bilgilere göre 1942 yılında Eflatun Nuri Erkoç'un *Dolmuş ve Şoförü* filmi animasyon alanında en eski film şeridi olma özelliğini taşımaktadır. Bu film 37 karedir ve film karelerinin üzerine çini mürekkebi ile çizilmiştir. 1947 yılında da Vedat Ar'ın 15 öğrencisi ile çektikleri *Zeybek Oyunu* Türk Animasyon Sineması'nın ilk canlandırma filmi olma niteliğini taşımaktadır (Hünerli, 2005: 58)⁸. Vedat Ar ve öğrencilerinin bu filmi tüm literatürlerde ilk olarak geçse de bu film 3 dakikalıktır bu sebeple uzun metrajlı animasyon tarihinde her zaman 1951 *Evvel Zaman İçinde* filmi ile başlanır. Türkiye Sinema Araştırmaları'nın resmi sitesinde aktarılan bilgilere göre Kaliforniya'ya banyo işlemleri için gönderildiğinde kaybolan bu film renkli bir canlı resim denemesidir (Aktaran: TSA, 2015)⁹. Fakat film kaybolduğu için renkli basımı söz konusu olmamıştır. Hünerli'ye göre bu eserden geriye 5 dakika uzunluğunda, siyah beyaz çekilmiş bir bölüm kalmıştır (Hünerli, 2005: 59).

1951'den 2009 yılına kadar çok fazla uzun metrajlı animasyon film üretimi yoktur.¹⁰ Bu yıl aralığında birçok kısa animasyon film yapılmıştır. Kısa animasyon

⁸ Çeviker, Ana Çizgileriyle Türk Canlandırma Sineması, 104
Onaran, Türk Sineması 1, 196

⁹ Özgüç, Ansiklopedik Türk Filmleri Sözlüğü, 56

¹⁰ Bkz. Türkiye'de Gösterime Giren Yerli Uzun Metrajlı Animasyon Filmler Listesi

filmlerin hepsini incelemek uzun süreceği için tezin bu kısmında genel olarak uzun metrajlı animasyonlarda kullanılan tekniklerden bahsedilecektir. Çünkü uzun metrajlı animasyon filmlerin tarihsel sıralaması ve bu animasyonlarda kullanılan teknikler incelendiğinde Türk Animasyon Sineması'nın teknik altyapısı hakkında büyük ölçüde bilgi edinmek mümkündür.

1951 yılında kaybolan *Evvel Zaman İçinde* uzun metrajlı animasyon filminin ardından geçen uzun sürenin sonunda Derviş Pasin 1988 yılında *Boğaç Han* isimli uzun metrajlı animasyon filmini yapmıştır. Animasyon Gastesi'nin verdiği bilgilere göre 50 dakika uzunluğunda olan bu film *Evvel Zaman İçinde* filmi kayb olduğu için “en uzun yerli animasyon film ”dir (Kalkan, 2016). Bu film hakkında başka teknik bilgiye ulaşılamamaktadır. 2009 yılında *Suluboya* ve *Zeytinin Hayali* adlı iki uzun metrajlı animasyon film gösterime girer. *Zeytinin Hayali* filmi iki boyutlu animasyon tekniğiyle yapılmış, 85 dakika uzunluğunda renkli bir animasyon filmidir. *Suluboya* filminde ise İngilizce konuşan gerçek karakterler yer almaktadır. Filmin bütününde suluboya efektlerine yer verilmiştir. Gerçek karakterlerinde boyandığı animasyon film, rotoskop tekniğinin kullanıldığı renkli bir filmidir. Dolayısıyla 2009 yılında gösterime giren bu iki film geleneksel animasyon teknikleriyle yapılmıştır.

2011 yılında gösterime giren *Allah'ın Sadık Kulu Barla* (Orhan, 2011) 3 boyutu animasyon tekniğinin ilk kez kullanıldığı animasyon filmidir. Filmdeki karakterler hareket yakalama tekniğiyle canlandırılmıştır. 2013 yılında gösterime giren *RGG AYAS* uzun metrajlı animasyon filmi 82 dakika uzunluğunda, 2 boyutlu animasyon tekniğiyle yapılmış renkli bir filmidir. Wikipedi verilerine göre 75 kişilik bir ekibin işbirliği sonucu oluşan filmin yapımı 3 yıl sürmüştür (Wikipedi, 2020).

2014 yılı uzun metrajlı animasyonlar açısından üretimin artış gösterdiği bir yıldır. *İksir: Dedemin Sırrı* (Uz, 2014), *Uzay Kuvvetleri 2911*, *Evliya Çelebi ve Ölümsüzlük Suyu*, *Rimolar ve Zimolar: Kasabada Barış* olmak üzere 4 film gösterime girmiştir. *İksir: Dedemin Sırrı* canlı aksiyon animasyon tekniği ile yapılmış bir filmidir. Öztütüncü'ye göre “canlı performans kombinasyonlu animasyon” olarak bilinen bu teknikte gerçek ve animasyon karakterler animasyon filmde bir arada kullanılmaktadır (Öztütüncü, 2018: 40). *Rimolar ve Zimolar: Kasabada Barış* filmi, ülkemizde kukla animasyon tekniği ile yapılan ilk uzun

metrajlı animasyon filmidir. “Peluş oyuncaklar ama bir süre sonra oyuncu gibi izliyorsunuz. Karakterler size geçiyor ve bu da kuklacıların başarısı (Er, Kurtuluş, & Ertürk, 2014).” *Evliya Çelebi ve Ölümsüzlük Suyu, Uzay Kuvvetleri 2911* filmleri ise üç boyutlu animasyon tekniği kullanılarak yapılan uzun metrajlı animasyon filmlerdir. Bu filmlerden sonra yapılan bütün uzun metrajlı animasyonlar bilgisayar ortamında yapılmıştır. Dijital ortamda yapılan bu animasyon filmlerde üç boyutlu animasyon tekniği en çok kullanılan tekniktir.

Yukarıda bahsedilen teknik özelliklerden yola çıkılarak uzun metrajlı animasyonların gelişimini etkileyen en önemli faktörün teknoloji olduğu görülmektedir. Erkek’e göre bilgisayarın film endüstrisinde kullanılması yapım, dağıtım ve gösterim süreçlerini dönüştürerek değiştirmiştir. Bu dönüşümün sonucunda sadece üretim, dağıtım ve gösterim farklılaşmamış bu alanlarda faaliyet gösteren yönetmen, kameraman gibi filmin tüm süreçlerinde yer alan çalışanlar da dönüşmüştür. Bilgisayar teknolojisiyle görsel tasarımlar ve animasyonlar için uygulanan teknikler çeşitlilik göstererek değişmiştir (Erkek, 2019: 81).

Günümüzde neredeyse bütün animasyonlar bilgisayarın sağladığı dijital ortamda yapılmaktadır. Bu dijital animasyonlarda her ayrıntı bilgisayar ve bilgisayarda kullanılan programlar yardımıyla şekillendirilmektedir. Dijital ortamda üç boyutlu animasyon tekniği kullanılarak canlandırılan animasyon filmler daha inandırıcı ve gerçekçi olmaktadır. Bu sebeple animasyon filmler için en çok kullanılan teknik üç boyutlu animasyon tekniğidir. Son zamanlarda yapımı artış gösteren animasyon filmlerin yapımında kullanılan bu teknik, üretilen animasyonun teknik anlamda önde olmasını sağlamakta ve daha çok kar elde etmektedir. Dolayısıyla elde edilen kar ve düzgün bir çalışmanın ortaya çıkması bu alanda çalışmalar yapan insanları daha fazla üretim yapmaları için teşvik etmektedir.

2.13.1.1.İki Boyutlu Animasyon Teknikleri

İki boyutlu animasyonların temeli çizimdir. Bu yüzden çizim animasyon olarak da literatürlerde bilinmektedir. Elle çizim (hand draw), flipbook, kâğıt

animasyon gibi pek çok tekniği bulunmaktadır. İki boyutlu animasyonların yapım süreçleri birbirine çok benzediği için en sık kullanılan iki boyutlu animasyonlardan cell animasyon örnek alınarak iki boyutlu animasyonların yapım süreçleri açıklanmaya çalışılacaktır.

İki boyutlu animasyonlar geleneksel yöntemle oluşturulan animasyonlardır. Birçok türü bulunmasına rağmen geçmişten günümüze en çok kullanılan türü “cell” animasyondur. Cell animasyon adını çizimin yapıldığı selüoit yapraklardan almaktadır. Cell animasyon hakkında Furniss şu şekilde bilgi vermektedir:

“...Yıllardır, ticari animasyon endüstrisinde temel olarak, asetat kâğıtlarının üzerine mürekkep ve boya uygulanmasıyla yapılan selüoit animasyon tekniğini kullanıldı. İlk olarak kâğıt üzerine hat çizimi yapılıyordu. Daha sonra temiz bir selüoit bunun üzerine yerleştiriliyor ve altta kalan çizgiler asetata kopyalanıyordu. Mürekkep kuruduktan sonra selüoit çevrilip asetata uyumlu akrilik boyayla boyanırdı. Tamamlanmış selüoit önden izlendiğinde, dışı siyah mürekkeple çizilmiş renkler parlak yüzeyin altından görünürdü (Furniss, 2013: 88)...”

Detaylı olarak açıklandığında, fikir bulunduktan sonra animasyonun senaryo aşamasına geçilmektedir. White’a göre, diğer filmlerin senaryoları gibi animasyon filmlerin senaryoları da animasyon filmler için önem taşımaktadır. Animasyon filmi senaryosu daha az diyalog içermesi nedeniyle canlı aksiyon filmlerin senaryolarından ayrılmaktadır. En iyi animasyon filmler diyaloglardan çok “görsel buluşun hayal gücünü yakaladığı sessiz hareket”lerin ön planda olduğu animasyonlardır (White, 2017: 15-16). Bu animasyon tekniğinin senaryolarında diyaloglar değil çizim ve çizimle biçimlendirilen hareketler ve olaylar önemlidir. Dolayısıyla animasyon filmleri için senaryo yazan kişilerin de iyi bir gözlemci olması gerekmektedir.

Senaryonun hazırlanmasından sonraki aşama film şeridinin hazırlanmasıdır. Senaryonun filme dökülmüş halini temsil eden bu film şeridine storyboard adı verilmektedir. Vertigo Animasyonun Teknik Müdürü Harun Aydın’a göre;

“...storyboard çalışmasında sahnelerin düzeni nasıl olmalı, karakterler sahnenin neresinde durmalı, kamera nasıl hareket etmeli, karakterler neresinden girip neresinden çıkmalı sahnenin ve daha da önemlisi sahneler birbirlerinin arkasında renklendiği zaman atlama yapıyor mu bunların hepsinin belirlenmesinde storyboard çalışması çok yardımcı oluyor (Aydın, 2014: 1.21’)...”

Senaryodaki eksikliklerin önceden fark edilmesini sağlayan storyboard, animatör tarafından hazırlandıktan sonra yönetmen tarafından kontrol edilir. Eksikliklerin kontrolünden sonra storyboard; yapımcı, yönetmen, senarist ve animasyon ekibinden oluşan düşün grubu tarafından değerlendirilir. Düşün grubu tarafından eksiklikleri giderilen storyboard, tamamlanarak animasyon filmin canlandırma aşamasına geçilir.

Storyboard çizilmeden önce tasarlanıp görsel formuna kavuşturulan karakterler ve arka planlar canlandırma aşamada devreye girmektedir. Öztütüncü'nün tezine göre "...hareketlendirilecek kareler sanat yönetmeni tarafından animatörlere dağıtılır. Çizimler yapılırken öncelikle anahtar hareketler çizilir. Sonrasında bu kareler, yardımcı animatörler tarafından ya da ara ressamılar tarafından çizilerek doldurulur (Öztütüncü, 2018: 36)..." Karakterler canlandırılırken animatörler, bir sonraki hareketi yapmalarına yardımcı olan ışıklı masalar kullanmaktadır. Karakterlerin çizimi tamamlandığında çizimlerin net haline gelmesi için çizimler temizlenir. Temizlenen çizimler kontrol edildikten sonra dikkatli bir biçimde selüoitlere aktarılıp renklendirilir. Çizimler renklendirildikten sonra arka planlar ve çizimler tekrar kontrol edilir ve çekim aşamasına geçilir.

Akkaya'nın tezine göre animasyonun çekimi, animasyon çekim masasında yapılmaktadır. Bu masaya dikey biçimde konumlandırılan kameranın tek kare çekim yapabilmesine özen gösterilir. Çekim sırasında selüoit yapraklar, üzerinde cam plaklar ve pim şeritleri bulunan compound adlı düzeneğe yerleştirilir (Akkaya, 2011: 24). Çekim planına göre sahnelerin çekimleri masa kameramanı tarafından tamamlanır.

Çekimler tamamlandıktan sonra birleştirilme aşamasına geçilmektedir. Bu aşamada görüntüler bir araya getirilir, sesler, efektler ve animasyon filmin müziği eklenir. Animasyon film izlenmeye hazır bir forma kavuşturulur. Günümüzde iki boyutlu animasyonlar çoğunlukla dijital ortamda yapılmaktadır. Senaryo yazıldıktan sonra çizilen karakterler ve arka planlar birleştirilerek bilgisayara yüklenmektedir. Dijital ortama aktarılan çizimler, bilgisayarda renklendirilerek hazırlanan storyboarda göre birleştirilir. Ses, efekt ve müzikleri eklendikten sonra izlenmeye hazır hale getirilir. Geleneksel iki boyutlu animasyon formatında her şey elle

hazırlanırken, bilgisayar teknolojisinin sunduğu dijital düzenleme olanakları işlerin süresini ve maliyetini kısaltmıştır. Günümüzde geleneksel animasyonlar hala kullanılsa da dijital ortamda yapılan iki boyutlu animasyonlar kadar çok kullanılmamaktadır.

2.13.1.2. Üç Boyutlu Animasyon Tekniği

Bilgisayarın sunduğu dijital ortam yeni bir animasyon üretim tekniğinin gelişmesini sağlamıştır. İki boyutlu olarak ya da nesnelerle yapılan animasyon tekniklerinden farklı olarak bu animasyon tekniği kullanıcılarına, dijital ortamda tüm üretim araçlarını programlar aracılığıyla sağlamaktadır. Geleneksel yöntemdeki gibi kullanılan kâğıt kalemle animatörlerin çizdiği onlarca sahne dijital ortamda çizilmekte, animatörler tarafından belirlenen ana kareler timeline adı verilen zaman çizgisine kaydedilmektedir. Ara karelerin çizimi, belirlenen anahtar karelere göre bilgisayar tarafından tamamlanmakta, matematiksel veriler kullanılarak programın sunduğu x, y ve z koordinat düzlemlerinde tüm kareler mükemmelleştirilmektedir.

Dijital ortamda iki boyutlu animasyonlarda perspektifle sağlanabilen derinlik özelliği üç boyutlu animasyonların özgün bir niteliği olarak verilmektedir. Dijital ortamın sunduğu üç boyutlu ortam kamera, ışık gibi pek çok özelliği kendi içinde barındırmaktadır. Örneğin güneşli bir plan, karaktere yansıyan ışıklar ve kamera açıları dijital ortamda animatörler tarafından kolaylıkla kontrol edilebilmektedir.

Üç boyutlu animasyonların yapım aşamaları Akkaya'nın tezine göre 19 aşamadan oluşmaktadır. Bunlar:

“... 1. Planlama, 2. Fikir Belirleme – Hikâyeleme, 3. Senaryonun yazılması, 4. Storyboard çizilmesi, 5. Seslerin kaydedilmesi, 6. Reel'lerin hazırlanması, 7. Konsept tasarım, 8. Karakter tasarımı, 9. Sahne tasarımı, 10. Modelleme aşaması, 11. Doku Kaplanma, 12. Donatım (Rigging), 13. Pozların yerleştirilmesi, 14. Animasyon, 15. Işıklandırma, 16. Efektler, 17. Render, 18. Kompozitleme, 19. Son çalışmalar (Akkaya, 2011: 45)...”

Bu aşamalardan kısaca bahsetmek gerektiğinde üç boyutlu animasyonların üretim süreci, fikrin sinopsisinin yazılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Yönetmenin de fikri alınarak, senaryo yazım aşaması tamamlanmaktadır. Storyboard sanatçısı, senaryo yazıldıktan sonra storyboard departmanı ve yazar ile işbirliği yaparak filmin tüm hikâyesinin görünür olmasını sağlamaktadır. Storyboard çalışması tamamlandıktan sonra hikâyeye uygun bir biçimde karakterler ve arka planlar sanat yönetmeni ve tasarımcının işbirliği ile tasarlanmakta, tasarımlar tamamlandıktan sonra da karakterlerin modellenmesi aşamasına geçilmektedir.

Modelleme aşamasında karakterler animasyon için kullanılacak bir hale getirilir. Karakterler modelleme kısmında üç boyutlu formuna kavuşturulur.

“...Modellemeye geçilmeden önce karakter ve konsept tasarımcısının model sayfasını (model sheet) hazırlamış olması gerekir. Model sayfası referans alınarak model yapımına başlanır. Üç boyutlu şekillendirme bittikten sonra kaplamaya geçilir. Ardından vücut ve surat rigleri (mimik animasyonu) yapılır ve model animasyon için hazır hale gelir (Erdoğan, Cigal, & Abalı, 2012: 117)...”

Karakterlerin hareket edebilmesi için rigleme adı verilen işlemle hareket noktaları oluşturulmaktadır. Bu işlemden sonra karakterlerin kaplanması işlemi tamamlanarak insansa insan tenine, hayvansa hayvan tenine kavuşturulmaktadır.

Karakterlerin filmsel hareketleri programa kaydedilmeden önce karakterlerin seslendirilmesi işlemi yapılmaktadır. Animatörler, alınan seslere göre karakterlerin hareketlerini ve tepkilerini kabaca ayarlamaktadır. Ardından alınan sesler ve efektler tekrar kontrol edildikten sonra eksiklikler giderilmekte ve karakterlerin hareketleri üzerinde ince ayarlamalar yapılarak karakterlerin hareketleri netleştirilmektedir. Hareketlendirilmesi tamamlanan karakterler, üç boyutlu arka planlar, sesler, efektler ve müzik kurgu aşamasında bir araya getirilmektedir. Kurgulama aşamasında, plana göre birleştirilen tüm çalışmalar yönetmen tarafından tekrar kontrol edilerek üç boyutlu animasyon film son haline kavuşturulmaktadır.

İki boyutlu animasyonlardan farklı olarak dijital ortamda daha fazla emek ve yazılım bilgisi gerektiren üç boyutlu animasyonlar gerçekçi karakterleri ve arka planlarıyla günümüzde daha çok kullanılmaktadır. Özellikle son 10 yılda yükselen uzun metrajlı animasyon filmlerde en çok tercih edilen teknik üç boyutlu animasyon tekniğidir. Üç boyutlu animasyonlar, çok fazla uğraş ve maliyet gerektirse de oluşan

talep nedeniyle günümüzde mimari, sağlık, eğitim, reklamcılık gibi pek çok alanda kullanılmaktadır.

2.14. TÜRK ANİMASYON SİNEMASININ FİNANSAL YAPISI

Türk Animasyon sinemasının yapılabilmesi için ekonomik koşullar son derece önemlidir. Uzun metrajlı animasyon filmlerden yola çıkıldığında bu filmlerin yapılabilmesi için çeşitli finans kaynaklarına ihtiyaç duyulmaktadır.

“...Türk animasyon sektöründe faaliyet gösteren şirketler, yurtdışındaki şirketler ile yarışabilmesi tamamen ekonomik güce bakar. Maddi güce sahipsen sende 200 kişilik ekip kurar, makine parkuru yapabilir, dünyadaki en iyi senaristlerle çalışırsın filmini üretirsin. Tabi ki Amerikan yapımı filmler gibi gişesi olmayacaktır. Burada marka değeri devreye girer. İşin pazarlanmasından kaynaklı kayıplar ortaya çıkar. Ürettiğimiz filmin kalitesi dünya standartlarında olabilir ancak kazanç olarak dünya standartlarında kazandırmayabilir (K5, Maille Görüşme: 15.06.2020)...”

Maddi kaygılar nedeniyle az kişiyle çok fazla iş yapılması hem çalışanlar açısından hem üretilen filmler açısından sağlıklı bir ortam oluşturmamaktadır. Özellikle uzun metrajlı animasyon filmlerin yapımında kısa animasyon filmlerin üretiminde kullanılanlardan daha çok emek, zaman ve para harcanmaktadır. *Uzay Kuvvetleri 2911* animasyon filminin yapımı için yaklaşık 21 kişilik ekip uzun sürelerde çalışmıştır, *Kötü Kedi Şerafettin* filminin sadece animasyonu için 40 kişi çalışmış, bunun yanında karakter tasarımcıları gibi pek çok çalışan da bulunmaktadır.

“...Maddi kaygılar sebebiyle yapılan filmler kazanç sağlaması muhtemel, denenmiş fikirler üzerine kurulu. Yaratıcı, özgün fikirler denemek için yeterli ekonomik özgürlüğümüz henüz yok... bu işe gerçekten gönül, zaman ve emek verilmeli. Hızlı işler çıkarıp maddi kaygı gütmektense hakkını vererek kaliteli işler çıkarmak asıl hedef olmalı (K6, Maille Görüşme: 14.06.2020)...”

Dolayısıyla animasyon film üretimi ve ekonomik faktörler de birbiriyle yakın ilişki içindedir. Burada çıkacak herhangi bir sorun filmin kalitesinden ekipteki çalışanlara kadar olumsuz sonuçlar yaratmaktadır. Maddi anlamda yaşanan zorluklar sonucu film yapım sürelerinin kısaltılması filmlerin kalitesini düşürmektedir.

“...Günümüzde 2D-3D Animasyon film yapımlarında, şirketlerin maddi endişeleri, olması gereken deadlinelerin çok daha azını kullanma istekleri üretilen filmlerin kalitesini maalesef düşürmektedir. Şuan ülkemizde üretilen çoğu film veya dizilerin kalitesinin düşüklüğü tamamen hızlı içerik üretilmesi ve yetişmiş eleman azlığından kaynaklanıyor. Bu sektör devlet destekleriyle büyüyen bir sektördür. Dünyada bu sektörün hacmi ortalama 126 Milyar dolar olarak belirleniyor ancak Türkiye’de sıfırdır. Bu sebepten dolayı, Türkiye Animasyon Film sektörünün mutlaka daha fazla devlet teşvikine ihtiyacı vardır. Türk sinemasındaki ortalama bir filmin çoğu animasyon filmlerine göre kâr oranı oldukça yüksek olduğu için yatırımcılar genellikle çizgi filmlerden uzak durmaktadırlar. Kaliteli içerik yüksek maliyet ve uzun zaman ister. Ülkemizde bu durum henüz oturmadı. Bu sektörde çalışanlar olarak temennimiz yurtdışındaki yapımların kalitesine ulaşacak seviyelerde işler üretmek ve yapımcıların animasyon filmlerine ticari bir ürün olarak değil de gelecek nesillere aktarılan sanatsal yapımlar olarak görmelerini istemektir (K5, Maille Görüşme: 15.06.2020).”

Uzun metrajlı animasyon filmlerin ekonomik anlamda zorlanması yanında bu filmlerin yapılabilmesini sağlayan en önemli etken animasyon filmlerin reklamcılık alanında tutuluyor olmasıdır. *Kötü Kedi Şerafettin* uzun metrajlı animasyon filminin yapımı için maddi kaynak bulunmaması nedeniyle uzun zaman beklenmiş, biriktirilen paralarla filmin yapımı sağlanmıştır. Filmin yönetmeni Mehmet Kurtuluş filmin maliyeti hakkında şöyle söylemektedir:

“...O zamanki bütçesi bugünkünden daha büyüktü. Neredeyse iki katıydı. Teknoloji de bu kadar gelişmemişti ve pahalıydı. Ama gerçekçi değildi. Türkiye’deki yapımcıların hepsine gittik herhalde. Herkes fikri çok beğeniyordu ama bütçeyi 6’a 1’ine indirmemizi istiyorlardı ki mümkün değildi. Sonra araya bir boşluk girdi, krizler oldu. Biz çok tecrübelendik. Burada, reklam alanında kamçıyla eğitiliyorsun. Senden çok kısa zamanda, çok ucuza dünya kalitesinde işler bekleniyor. Bu da birtakım buluşlar yapmanı sağlıyor. Biraz da para biriktirdik ve ne olursa diye yola çıktık (Kurtuluş & Ünal, 2016).”

Kötü Kedi Şerafettin gibi uzun metrajlı animasyon filmlerin maliyetli olması yatırımcıların bu alanda destek vermelerini önlemekte, yatırımcılar daha karlı işler yapmaya yönelmektedirler. Türk animasyon filmlerin desteklenmesi anlamında devlet, her yıl kurul tarafından seçilen animasyon filmlere destekler sağlamaktadır. Örneğin, *Evliya Çelebi ve Ölümsüzlük Suyu* filmi devletten hem yapım hem de gösterim desteği almıştır. Bu uzun metrajlı animasyon filmin gösterim tarihi okul müdürlüklerine yönlendirilen yazıyla duyurulmuştur.

Türk Animasyon sinemasının gelişimi her alanda maddiyata bağlıdır. Çalıştırılacak işgücü, kullanılacak teknolojik donanımlar gibi pek çok unsur için paraya ihtiyaç duyulmaktadır. Katılımcı K3'e göre:

“...Türk animasyon sineması, ekonomik olarak desteklendiğinde önemli projeler üretebilecek kapasitededir. Bu alanda çalışacak sanatçıların yetişmesi için eğitim kurumlarının artması gerekir. Genel yasal düzenlemeler yapılarak fon sisteminin kurulması, yurtdışı ortak film üretim yollarının açılması zorunludur ,... Animasyon alanında da yurtiçi ve dışında başarı kazanabilecek filmler yapılabilir. Bu alanın sonuçta bir sanat dalı olması yanında bir sektör olduğunu da anlatmak gerekmektedir (K3, Maille Görüşme: 11.06.2020)...”

3 Boyutlu animasyon filmlerin yapımından yola çıkıldığında animasyon film yapımında kullanılan Cinema 4D gibi programların fiyatları bu programların herkes tarafından kullanılmasında engel teşkil etmektedir. Ayrıca bilgisayar donanımlarında daha hızlı bir işlemci ve daha fazla bellek gerektiren bilgisayarlar kullanılan bu filmlerin yapımı için sadece teknolojik birikim değil ekonomik bir birikimin de olması gereklidir. Katılımcı K6 teknolojinin ekonomiyle olan ilişkisini şöyle değerlendirmektedir:

“...Bu konuda biraz geriden geldiğimiz yadsınamaz bir gerçek. Büyük animasyon şirketleri en son donanımlardan faydalanıp kendi yazılımlarını geliştirirken Türkiye’de ekonomik sebeplerden ötürü günceli yakalamak maalesef mümkün olmuyor (K6, Maille Görüşme: 14.06.2020)...”

Animasyon sineması hem uğraş hem de maliyet gerektiren bir iştir. Bir animasyon hazırlanırken fikrin tasarımından yapımın tamamlanışına kadar saatler süren uğraşlar verilmektedir. Animasyon yapım çalışmaları gerçekleştirilirken, kullanılacak teknikler, hazırlanacak karakterler, arka planlar, efektler, müzikler, dekorlar; çekimi yapılırken kullanılan kameralar; kurgusu yapılırken kullanılacak bilgisayar ve programlar; tüm bu işlemleri gerçekleştirebilmesi için de işine hâkim olan çalışanlar gerekmektedir. Dolayısıyla bahsedilen tüm işlemler maliyetli bir süreci de beraberinde getirmektedir.

2.14.1. T.C. Kültür Bakanlığı'nın Animasyon Sinemasına Verdiği Destekler

T.C. Kültür Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüđü bünyesinde verdiği destekler animasyon alanında büyük bir önem taşıtmaktadır. İncelenen veriler ışığında 2005 yılından sonra animasyona verilen maddi destekler animasyon sektörüne katkı sağlamıştır. Özellikle son yıllardaki desteklenen filmlerdeki artış animasyon sinemasına verilen önemin de arttığını göstermektedir.

Tablo 7: Türkiye'de T.C. Kültür Bakanlığı'nın Destek Verdiği Animasyon Film Sayıları¹¹

Yıl	Toplam Desteklenen
2005	0
2006	13
2007	1
2008	2
2009	2
2010	*
2011	0
2012	16
2013	4
2014	14
2015	7
2016	4
2017	10
2018	10
2019	11

¹¹ 2010 yılında animasyon sinemaya 90.000 TL'lik destek yapılmış fakat 2010 yılının ikinci destekleme kurulu kararına ulaşılamadığından ilgili veri tabloya eklenememiştir.

2020	22
------	----

2005 yılında animasyon filmlerle ilgili bir destek söz konusu değildir. 2011 yılında 1. Destekleme Kurulu Raporu’nun 13. Maddesinde “Birden fazla bölümler halinde dizi formatında tasarlanan belgesel yapım, belgesel yapım geliştirme, amatör yapım ve animasyon yapım projelerinin, televizyon program formatına daha yakın olması nedeniyle (2011 1. Destekleme Kurulu Raporları, aktaran: Okur, 2020) toplantıda gündeme getirilmemiştir. Bahsedilen iki yıl haricinde düzenli olarak uygun görülen animasyon filmlere destek verilmiştir.

Son yıllar incelendiğinde animasyon sinemasına verilen desteklerin artış gösterdiği görülmektedir. En fazla desteklenen film sayısı da 2020 yılına aittir. 2020 yılında 46 animasyon film destek başvurusu yapılmış, 22 tanesinin desteklenmesi uygun bulunmuştur. 2020 yılında da en çok desteği alan film Yasin Avcı’nın *Kuşlar Her Yere Konar Baba* projesidir (2020 1. Destekleme Kurulu Raporu, aktaran: Okur, 2020).

2.14.2. Festivaller ve Ödüllü Animasyon Filmler

Animasyon filmlerin festivallere katılımı 1960’lı yılların sonlarında gerçekleşmiştir. Birçok film için önem taşıyan festivaller animasyon sineması için değerlidir. Bazı festivaller finansal kaynak sağlamasa da filmin dağıtımı, gösterimi ve tanıtımı alanında büyük roller üstlenmektedir. Animasyon alanında filmler 1970 ve sonrasında ödül almaya başlamışlardır.

1970 yılında Tan Oral ve Sezer Tansuğ ‘nun *Amentü Gemisi Nasıl Yürüdü* filmi, Antalya Film Festivalinde En İyi Film ödülünün sahibi olmuştur. Bu filmin ardından Meral Simer *Bahar Nasıl Tamam Oldu* filmini çekmiştir. *Amentü Gemisi Nasıl Yürüdü* ve sonrasında çekilen bu filmle bir üçleme yapılması planlansa da üçüncü film yapılmamıştır. Festivallerde ödül kazanan bir başka film de Tan Oral’ın

Sansür adlı kısa filmidir. Bu film TRT Kùltür ve Sanat Bilim Ödülleri Kısa film yarışmasında 16 mm’de büyük ödölù almıştır. Fakat film TRT’de yayınlanmamıştır. Aynı film 1975 yılında Akşehir Canlandırma Film Yarışmasında büyük ödölù kazanmıştır. 1977 yılında da kitap olarak basılmıştır. Kitabın 18 yaşından küçüklere satılması yasaklanmıştır. Günümüzde film internet platformlarından izlenebilmektedir.

Animasyon alanında yurtdışına eğitim görmeye giderek, burada çektikleri filmlerden ödüller almış canlandırma sanatçılarımız da vardır. İtalya’da canlandırma sineması eğitimi alan Meral Erez, ödölù kazanan kısa animasyon filmler yapmıştır. Bu filmlerden *Kedi (Il Gatto)*, 1978 yılında Balkan Film Şenliğinde birincilik ödölù almıştır. Cemal Erez ile yaptıkları *İpler (Les Cordes)* adlı film, 1985 yılında Marly-le Roi Kısa Film Şenliği’nde ödölù almıştır (Gölgen, 2014).

Yakın zamanda festivallerden ödölù alan animasyon filmlerden bahsedildiğinde Turgut Akaçık’ın yönettiğı 2010 yapımı *Pinky (Don’t Go)* Annecy Film Festivali’nden Özel Mansiyon ve Junior Jury ödülleri; Ethem Onur Bilgiç’in 2014 yapımı *Salkım Söğüt* filmi Adana Altın Koza Film Festivali’nden En İyi Canlandırma Filmi, İzmir Kısa Film Festivali’nden En İyi Animasyon ödülleri; Ayçe Kartal’ın 2017 yapımı *Kötü Kız* filminin aldığı ödüllerden 2017 Adana Film Festivali’nde En İyi Canlandırma Film Ödölù, 2018 Lions Kısa Film Yarışması’nda En İyi Senaryo ve Birincilik Ödölù, 2018 İstanbul Uluslararası Film Festivali FİPRESCI ödölù gibi önemli ödülleri katılım sağlanan festivallerden alınmıştır. Uzun metrajlı filmlerden *Kötü Kedi Şerafettin* filmi, 2017 yılında Sinema Yazarları Derneğı’nin verdiği 49. SİYAD Fantastik Film Ödölünü kazanmıştır.

2.14.3. Animasyonların Elde Ettiğı Gişe Gelirleri

Uzun metrajlı animasyonlar, Türk Animasyon Film Endüstrisi’nin, 2009 yılından sonra yükselen bir koludur. Henüz tam bir gelişim içerisinde olmamasına karşın uzun metrajlı animasyonların elde ettikleri gişe gelirleri oldukça yüksektir.

Uzun metrajlı animasyon filmler animasyon endüstrisinin beyaz perdeye açılan ayağını oluşturmaktadır. Dolayısıyla elde ettikleri kâr kadar animasyon film izleme kültürünün de yaygınlaşmasını sağlamaktadırlar.

Uzun metrajlı animasyonların kazandığı gişe gelirlerinde son 5 yıl incelendiğinde son beş yılın en yüksek gişe gelirini *Rafadan Tayfa Göbekli Tepe* (Fidan, Rafadan Tayfa Göbekli Tepe, 2019) filminin kazandığı görülmektedir. 2019 yılında gösterime giren film toplamda 55.663.287.85 TL gişe hasılatı yapmıştır. Hemen ardından 34.299.286,00 TL ile *Kral Şakir Korsanlar Diyarı* (Tokay & Dizdaroğlu, 2019) ve 20.455.470,52 TL ile de *Rafadan Tayfa İstanbul Dehlizleri* gelmektedir.¹²

2009 yılından sonra artış gösteren uzun metrajlı animasyon filmlerin gösterime girerek yüksek gişe gelirleri kazanması bu filmlerin izleyiciler tarafından talep edildiğinin bir göstergesidir. Bir filmin izleyiciler tarafından talep edilebilmesi için de birçok gösterim noktası bulunması gerekmektedir. Dolayısıyla filmin talebi kadar gösterim olanaklarının da geniş olması gerekmektedir. Örneğin yüksek gişe gelirlerine sahip olan *Rafadan Tayfa Göbekli Tepe* filmi Anasponsor verilerine göre 406 lokasyonda, 821 salonda gösterime girme fırsatı bulmuştur. Kral Şakir Korsanlar Diyarı filmi ise 1000 salonda gösterime girme şansı yakalamıştır (ANASPONSOR, 2020).

Uzun metrajlı animasyon filmlerden birçoğunun televizyonda yayınlanan çizgi filmlerden uyarlama yapımlar olduğu görülmektedir. *Köstebeğiller*, *Canım Kardeşim*, *Rafadan Tayfa* gibi çizgi filmler uzun metrajlı bir biçime kavuşturulmuştur. Uzun metrajlı animasyonların 2000 yılı ve sonrası gelişimini değerlendiren Alıcı, bu konu hakkında şöyle bir değerlendirmede bulunmuştur:

“....Kötü Kedi Şerafettin çizgi roman uyarlaması, Köstebeğiller: Perili Orman, TRT Çocuk 'da yayınlanmış olan reel animasyon dizi uyarlaması, Kral Şakir: Oyun Zamanı, Cartoon Network 'da yayınlanan televizyon çizgi dizi uyarlaması, Fırıldak Ailesi: Orta Dünya da Star TV, tv2, tv8 gibi farklı kanallarda ve grafi2000 youtube kanalında yayınlanmış olan çizgi dizi olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla gişe hasılatı yüksek animasyon filmler genellikle çizgi dizi olarak

¹² Gişe Geliri istatistikleri Box Office Türkiye resmi sitesinden alınmıştır.

televizyonda büyük beğeni kazanıp sinemaya uyarlanan animasyon yapımlar olarak dikkat çekmektedir (Alıcı, 2019: 193)..."

Animasyon film endüstrisi, yeni gelişim noktalarını 2000'li yıllarda oluşturmaya başlamıştır. BEBKA 2017 raporlarında da bahsedildiği gibi animasyon film endüstrisi, henüz bebek endüstridir.¹³ Animasyon film endüstrisi reklamcılık, kısa filmlerle kendisini gösterse de asıl getiri sağlayacak uzun metrajlı animasyon filmlerin artışı 2009 yılından sonra gerçekleşmiştir. Genel olarak incelendiğinde yılda iki üç filmin altına düşmeyen uzun metrajlı animasyon film yapımı Türk Sineması'nın endüstriyel gelişimi göz önüne alındığında umut verici bir nitelik taşımaktadır.

2.14.4. Türk Animasyon Filmlerine Televizyonların Verdiği Destekler

Televizyonların verdiği destekler, Uzun Metrajlı Türk Animasyon Filmlerine verilen desteklerin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Türk Animasyon Sineması'nın tarihi düşünüldüğünde animasyon filmciğinin ayakta kalabilmesi biraz da televizyonlar sayesinde. Televizyonlar, hem animasyon filmleri tanıtmakta hem de animasyon filmleri satın alarak ya da kendi bünyesinde üreterek destek olmaktadır. Bu destekler 1970'li yıllarda TRT ile başlamıştır, günümüzde ise pek çok platform aracılığıyla animasyon filmlerin gösterimi ve dağıtımı gerçekleştirilmektedir.

Türkiye'de pek çok çizgi film kanalı faaliyet göstermiştir. Doğan ve Göker'e göre "...Türkiye'nin ilk çizgi film ve çocuk kanalı 1997 yılında kurulan Maxi TV'dir. Daha sonra tarihinde JoJo TV, tarihinde D Çocuk, 25 Haziran 2007 tarihinde Yumurcak TV, Cartoon Network (Türkiye), 24 Ekim 2008 tarihinde ise TRT Çocuk kanalı kurulmuştur (Doğan & Göker, 2012: 10)..."

Türkiye'de bulunan 17 tane çocuk kanalından 11 tanesi yabancı kuruluşlara aittir. Yerli çocuk kanalları ise "Smart Çocuk, MinikaGo, Minika Çocuk, Kidz TV,

¹³ (BEBKA, 2017: 60)

Planet Çocuk "tur. TRT Çocuk kanalı kamu yayıncılığı yapmaktadır (BEBKA, 2018: 21-22). Bu kanallardan pek çoğu bünyesinde çizgi filmlere yer vermektedir. Fakat Aşılıoğlu'na göre bu kanallardan en önemlisi TRT Çocuk kanalıdır. Çünkü TRT Çocuk, Türkiye'de üretilen yerli yapımlara her gün gerçekleştirdiği yayınların büyük bir bölümünde yer vermektedir. TRT Çocuk kanalı animasyon sanatçıları için de çok faydalı olmuştur. Desteğe kolayca ulaşabilme imkânı yakalayan animasyon sanatçıları pek çok televizyon serisinin üretiminde katkıda bulunarak uzun metrajlı filmlerin gelişiminde önemli bir rol oynamışlardır (Aşılıoğlu, 2019: 36).

Televizyon yayıncılığı kapsamında, Digitürk, D-Smart gibi platformlarda animasyon filmlere yer verilmekte fakat bu platformlarda yerli filmlere verilen destek hala çok fazla değildir. Türk Animasyonu açısından en faydalı gelişmeler internet ve bilgisayar teknolojisi ile gerçekleştirmiştir. Özellikle youtube, vimeo gibi etkileşimli platformlardan yapılan yayınlar Türk Animasyon Filmleri 'nin gelişiminde faydalı olmuştur. Bu platformlar için internet dünyasının modern televizyon kanalları denilebilir. Çünkü bu platformlar televizyon kanallarının dijital teknolojiye uyarlanmış halidir. Her zaman ve her yerde özellikleriyle anında yeni çıkan filmler hakkında haberdar olunmakta ve izlenebilmektedir. Ayrıca animasyon filmler bilgisayar oyunları, fragmanlar, reklamlar gibi pek çok formda yapılmakta ve dijital platformlar tarafından anında izlenebilmektedir.

2.14.5. Türk Animasyonu ve Reklamcılık

Ülkemizde animasyon sektörünün reklamcılıkta ilk kullanımının 1960 yılında Vog-Bali firması için Yüksel Ünsal ve Vedat Ar'ın hazırladığı seri film ile olduğu kabul edilmektedir. 1960'lı yıllarda Orhan Büyükdoğan'ın hazırladığı İzocam reklamı 2000'li yıllarda da televizyonda gösterim olanağı bulmuştur (Akova, 2016).

Günümüzde animasyonun kullanıldığı çok fazla reklam filmi televizyonlarda, internet platformlarında ve birçok dijital platformda yayınlanma olanağı bulunmaktadır. Youtube'da görüntüleme oranı yüksek olan aşağıdaki animasyon reklam örneklerinde izlenme oranı en düşük reklam şimdilik *World Mobil* reklamıdır.

Reklam 8.055 kişi tarafından görüntülenmiştir. En yüksek görüntülenme oranına sahip reklam filmi de 9.174.946 kişi tarafından görüntülenen *Yeni Familia Plus Kâğıt Havlu* reklamıdır.

Tablo 8: Youtube’da ve Televizyonda Gösterilen Yayınlanan Bazı Reklamlar

Reklamlar	Yayınlanma Tarihi	Görüntüleme Oranı
%98 doğal kökenli içeriği ile yeni dalin saflığını doğadan alıyor!	06.06.2020	508.954
Doğal lezzetlerimizi çiftlikten sofralarınıza getiriyoruz. 45 yıldır sütaşkıyla...	20.03.2020	4.814.663
Eti Puf’lardan Harika Rap Performansı!	02.02.2020	4.476.763
Sınırsız Fırsat World Mobil’de!	20.10.2020	8.055
Yeni Familia Plus Kâğıt Havlu	17.06.2020	9.174.946
Yeni #Ozmo Fun Meslekler serisi ile eğlenceye hazır mısınız?	23.09.2020	3.047.148
Yumuş Uzman Renk Koruma ile giysilerinizin renkleri capcapcanlı!	04.09.2020	3.389.263

Kaynak: (Youtube, erişim tarihi: 27.09.2020, <https://www.youtube.com/>)

Yukarıdaki veriler incelendiğinde animasyon reklamların ülkemizde izlenme oranının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Yıldız ve Deneçli’ye göre birçok pazarda kurumlar ve markalar ürün ve hizmetlerine talebin çoğalması ve tüketiciler tarafından fark edilebilmek için reklamlarda animasyon karakterler kullanmaktadır. Kullanılan karakterler de tüketici ve ürün arasındaki bağın gelişmesini sağlayabilmektedir. Ayrıca tüketicilerin zihninde çocukluktan itibaren yer bulması ve

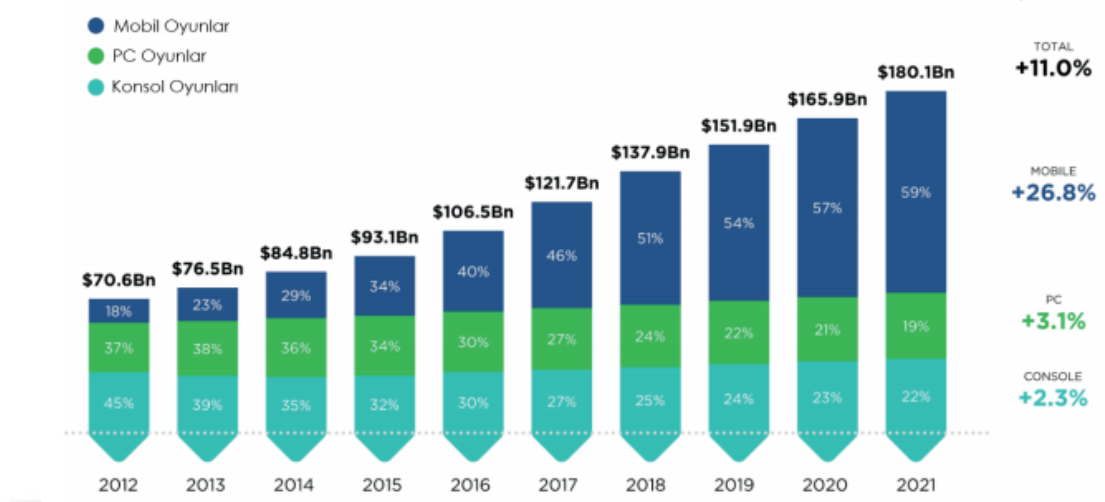
yukarıda bahsedilen gibi nedenler sebebiyle animasyon karakterlere reklam çalışmalarında sıklıkla yer verilmektedir (Yıldız & Deneçli, 2013: 243).

Animasyonların reklamlarda kullanılması reklamların daha geniş hedef kitleye ulaşmasına neden olmuştur. Animasyon filmler ülkemizde sadece çocuklara değil yetişkinlerin kullandığı ürünlerde de kullanılmaktadır. Kredi kartı reklamlar, telefon kampanyaları, süt ve süt ürünleri reklamları, temizlik ürünleri gibi çok geniş bir ürün yelpazesine hitap eden animasyonlar bu alanlarda üretilen reklam filmleriyle yetişkinlere de seslenmektedir. Dolayısıyla reklamlar sadece çocukları etkilenmek için değil yetişkin tüketicileri etkilemek için de kullanılmaktadır.

2.14.6. Animasyon Ve Oyun Sektörü

Animasyonların iç içe olduğu önemli sektörlerden birisi de oyun sektörüdür. Dijital ortamlarda oynanan oyunların tasarlanmasıyla yakın ilişki içinde olan animasyonlar dijital oyunların çekirdeğini oluşturmaktadır. Teknolojiyle yakından ilintili bir yapıya da sahip olan dijital oyunlar en çok bilgisayar, konsol ve mobil platformlardan oynanmaktadır. Grafikteki veriler ışığında 2012 yılında en çok konsol oyunlarının pazar payı varken 2019 yılında mobil oyunlar küresel alanda daha fazla pazar payına sahip olmuştur. 2021 yılında da mobil oyunların giderek artış göstereceği öngörülmektedir.

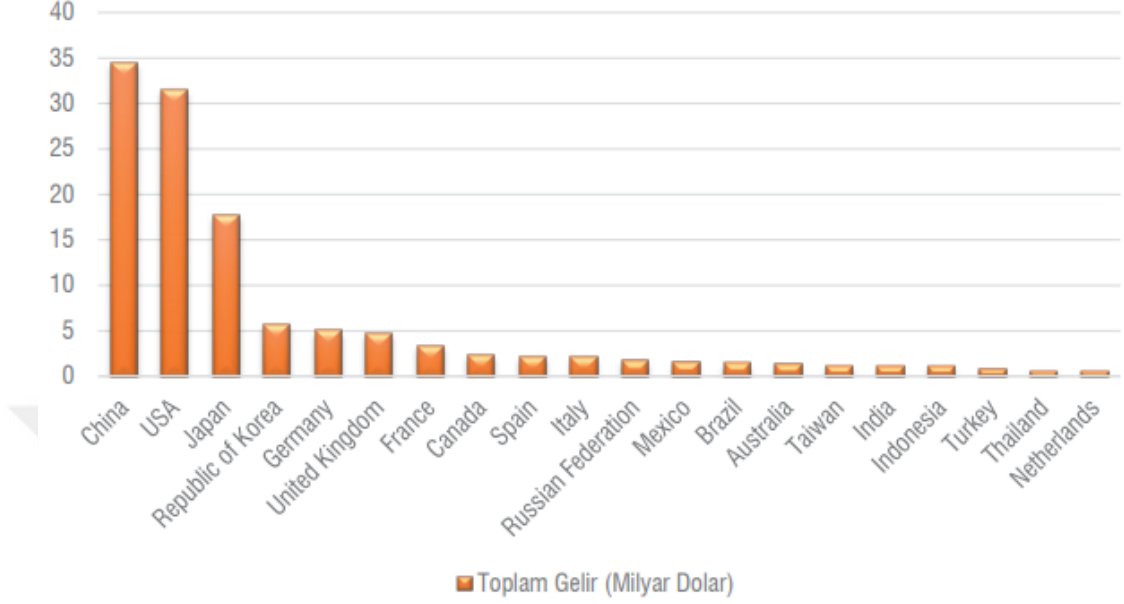
Şekil 5: Oyun Platformlarının Yıllara Göre Pazar Payı Değişimleri



Kaynak: (Newzoo, Global Game Market Report Premium, 2018, aktaran: Güvenli İnternet Merkezi, 2019: 9)

Güvenli İnternet Merkezi'nin 2019 raporuna göre teknolojinin gelişimi dijital oyun sektörünün gelişmesini olumlu bir yönde etkilemiştir. İnternetin hayatın her alanına girmesi ve teknolojinin ucuzlaması bu sektörün gelişimini hızlandırmıştır. Dünyada hızla büyüyen oyun sektörü sinemayı bile geride bırakmıştır. 2018 yılında küresel anlamda yaklaşık 138 milyar dolar olan oyun pazarının hacminin 2021 yılında 180 milyar dolar olması beklenmektedir. Ülkemizdeki oyun pazarı da 2017 yılında 750 milyon dolarken 2018 yılında 878 milyon dolarlık pazar büyüklüğüne ulaşmıştır (Güvenli İnternet Merkezi, 2019).

Şekil 6: Ülkelere Göre 2019 Yılı Küresel Oyun Pazarı Büyüklüğü



Kaynak: (Newzoo, 2019, aktaran: Güvenli İnternet Merkezi, 2019: 10)

Ülkelere göre küresel oyun pazarı büyüklükleri incelendiğinde 2019 yılında oyun pazarında en çok kâr elde eden ülkelerin Çin, Amerika ve Japonya olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sıralamada Türkiye 18. sırayı almıştır. Ankara Kalkınma Ajansının raporuna göre Türkiye’de geliştirilen oyunların büyük bir kısmı ihraç edilmektedir. Sosyal ve mobil oyunlar sektöre yeni gelen geliştiriciler için kolaylık sağlamak ve bu geliştiriciler pazardan pay alabilmektedirler. Pazarın her geçen gün büyüme kaydetmesi, lojistik ve dağıtım maliyetlerinin olmaması, yatırımların geri dönüşünün olması ülkemizde bu sektöre olan ilginin artmasına neden olmaktadır.

Akçetin ve diğerlerine göre 100 milyar dolarlık oyun sektörü sürekli büyüyen bir sektördür. Katma değeri yüksek olan bu sektör krizlerden az etkilenmektedir. Türkiye’de sektörün gelişmesi için Crytek VR Merkezi, Animasyon Teknolojileri ve Oyun Geliştirme Merkezi gibi önemli kurumsal yapılanmaların yanında Türkiye Bilişim Derneği, Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği, Oyun tasarımcıları

geliştiricileri yapım ve yayıncıları derneği gibi sivil toplum örgütleri bulunmaktadır (Akçetin, Çelik, Yaldir, & Herand, 2017: 141-148).

2.15. TÜRK ANİMASYON SİNEMASI'NDA DAĞITIM VE GÖSTERİM

Türk Animasyon Sineması ülkemizde gerçekleşen gösterim ile kendisini tanıtmıştır. Hünerli'ye göre Canlandırma Sineması ülkemize 1930'lu yıllarda girmiştir. Disney ve bazı sanatçıların filmlerinin Türk sinemalarında gösterime girmesiyle Canlandırma filmleriyle tanışan Türk Sanatçıları bu alana ilgi duyarak, bu alanda çalışmalar yapmaya başlamışlardır (Hünerli, 2005: 58). Sonuçta Türk Animasyon Sineması'nın gelişimi de tıpkı Türk Sineması'nın gelişimi gibi yurtdışından gelen animasyon filmlerin ülkemizde gösterilmesiyle gerçekleşmiştir.

Animasyon film ülkemize girdiğinde bu alana ilgi duyan kişiler çeşitli çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Kısa filmler, uzun metrajlı filmler, reklam ve tanıtım filmleri gibi pek çok animasyon film çalışması yapılmıştır. Bu kısımda dağıtım ve gösterim başlığı altında incelenecek olan çalışmalar uzun metrajlı animasyon filmlerdir. 1950'li yıllardan sonra çekilen bazı uzun metrajlı filmlerin tam bilgisine ulaşılamadığı için bu kısımda yer verilmeyecektir. Bu kısımda 2000 sonrası uzun metrajlı animasyon filmlerin dağıtım ve gösterim bilgileri üzerinden ilerlenecektir.

Türkiye'de 2009 yılına kadar pek fazla animasyon film çekimi yapılmamıştır. Türkiye'de uzun metrajlı animasyon filmlerden bahsedildiğinde 2009 yılına kadar gösterime giren üç film bulunmaktadır. Bu filmler, And Film tarafından yapılan aynı zamanda kayıp film *Evvel Zaman İçinde* (1951), Göksel Film tarafından 1963 yılında yapılan *Cici Can*, Pasin-Benice Stüdyolarında yapılan *Dede Korkut/ Boğaç Han* (1988)'dir. Wikipedi listesindeki *Cici Can* filminin fantastik öğeleri içerisinde daha çok barındırmaktadır. Hayalet karakterine bürünen *Cici Can* haricinde filmde animasyon bulunmamaktadır. İçerisinde bulunan bu animasyona rağmen filmi bir animasyon değil fantastik bir film olarak adlandırmak daha yerinde olacaktır. Evvel

Zaman içinde filmi kaybolmuştur. *Dede Korkut/ Boğaç Han* filmi hakkında da veri bulunamadığı için ilk uzun metrajlı filmler için dağıtım ve gösterim verilerinden bahsetmek mümkün değildir.

Tablo 9: 2009 Yılında Türkiye’de Gösterime Giren Uzun Metrajlı Animasyon Filmler

Film	Gösterim Yılı	Seyirci Sayısı	Dağıtım Şirketi
Zeytinin Hayali	2009	4346	Pinema
Suluboya	2009	554	Haz-Art Production

Kaynak: (Box Office Türkiye , 2008)

2009 yılında *Zeytinin Hayali* ve *Suluboya* adlı iki uzun metrajlı animasyon film gösterime girmiştir. 2007 yılında Ella film yapım şirketi tarafından yapılan *Zeytinin Hayali* filminin dağıtımçı firması Pinema’dır. 9 hafta vizyonda kalan filmi 4346 seyirci izlemiştir. *Suluboya* filminin yapımını ve dağıtımını Haz-Art Production gerçekleştirmiştir (Box Office Türkiye , 2008). 5.001.00 TL gişe hasılatı ve 554 tane izleyicisi¹⁴ olan filmin verileri *Zeytinin Hayali* filmi ile karşılaştırıldığında düşük bir izlenme oranına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 10: 2011-2013 Yılları Arasında Türkiye’de Gösterime Giren Uzun Metrajlı Animasyon Filmler

Film	Gösterim Yılı	Seyirci Sayısı	Dağıtım Şirketi	Hafta Sayısı
Allah’ın Sadık Kulu Barla	2011	2.227.113	Özen Film	25
RGG Ayas	2013	198.315	United International	21

¹⁴ Alıcı, 2019: 191

			Pictures	
--	--	--	----------	--

Kaynak: (Box Office Türkiye , 2008)

2011 yılında gösterime giren *Allah'ın Sadık Kulu Barla* filmi 25 hafta gösterimde kalmıştır. Toplamda 2.227.113 seyirci tarafından izlenen film 15.669.213,75 TL gişe geliri elde etmiştir. Toplamda 108 dakika olan filmin dağıtımını Özen Film tarafından gerçekleştirilmiştir. 2013 yılında gösterime giren *RGG Ayas* filmi gösterimde 21 hafta kalarak 198.315 seyirci tarafından izlenmiştir. Toplamda 82 dakika olan filmin dağıtımını United International Pictures yapmıştır (Box Office Türkiye , 2008).

Tablo 11: 2014 Yılında Gösterime Giren Uzun Metrajlı Animasyon Filmler¹⁵

Film	Gösterim Yılı	Seyirci Sayısı	Dağıtım Şirketi	Gösterimde Kaldığı Hafta Sayısı
İksir	2014	110.077	Siyah Martı	27
Uzay Kuvvetleri 2911	2014	1026	Pinema	5
Evliya Çelebi Ölümsüzlük Suyu	2014	51.129	Pinema	12
Rimolar ve Zimolar: Kasabada Barış	2014	16.167	CGV Mars Dağıtım	6

Kaynak: (Box Office Türkiye , 2008)

2014 yılında 4 uzun metrajlı yerli animasyon film gösterime girmiştir. Pinema, farklı yapım şirketleri tarafından yapılan *Evliya Çelebi Ölümsüzlük Suyu* ve *Uzay Kuvvetleri 2911* animasyon filmlerinin dağıtımını üstlenmiştir. 27 hafta gösterimde kalan İksir filmi bu yılda gösterime giren üç animasyon filminden daha fazla gösterimde kalmış, daha fazla kişi tarafından izlenmiştir.

¹⁵ Box Office Türkiye verilerinden oluşturulmuştur.

2015 yılında *Köstebekgiller: Perili Orman* (Kotan, 2014) ve *Pirdino Sürpriz Yumurta* (Köker, 2015) filmleri, 2016 yılında da *Kötü Kedi Şerafettin*, *Pirdino Sürpriz Yumurta* ve *Canım Kardeşim Benim: Uzaylılar mı Gelmiş?* (Kürüz, 2016) filmleri, 2018 yılında 5, 2019 yılında da 6 tane uzun metrajlı animasyon film gösterime girmiştir.

Türkiye’de uzun metrajlı animasyonların dağıtım ve gösterimi genel olarak değerlendirildiğinde uzun metrajlı animasyon film üretiminin yılda 2 film altına düşmediği son yıllarda da film üretimin artış gösterdiği sonucuna varılmaktadır. Uzun metrajlı animasyonların dağıtımında en çok CGV Mars Dağıtım firmasının öne çıktığı bunun haricinde son yıllarda dağıtımda rol alan Derin Film, Bir Film, MC Film, TME Film gibi firmaların da yer aldığı görülmektedir.¹⁶

¹⁶ Bkz. Türkiye’de Gösterime Giren Yerli Uzun Metrajlı Animasyon Filmler Listesi

SONUÇ

Türkiye Animasyon Sineması son yıllarda, gerek yapılan film sayısındaki artış gerekse Türk seyircisinin ilgisinin artması ile gözle görülür hale gelmiştir. Genç bir nüfusu olan Türkiye’de gerek kısa metrajlı animasyon filmleri gerekse uzun metrajlı filmler teknik yeterlilik bağlamında ilerleme göstermekte, sinema salonlarında izleyicinin ilgisiyle karşılaşmaktadır. Bu çalışma, Türk Animasyon Sineması’nın üretim koşullarına odaklanmıştır. Üretilen film sayısındaki artış, televizyon, sponsor ve ekonomik büyüme hızla yükselme eğilimindedir. Her sektörde olduğu gibi sinema sektöründe de üretim koşullarının istikrar gösterecek bir ekonomik, yasal, idari, teknik altyapısı olması gerekmektedir. Bu nedenle çalışma, iletişimin ekonomi politiği yaklaşımıyla, Türk Animasyon Sineması’nın yapım koşullarını da inceleyerek bir endüstri olup olmadığı sorunsalına odaklanmaktadır.

Bu çalışma, Türk animasyon sineması alanında yapılan çalışmalara, güncel bir katkı sunmak amacıyla. Sektörün finansal yapısı, yasal altyapısı, istihdam yapısı, teknoloji kullanımı, yaratıcı işgücünün niteliği vb. alanlarda güncel veriler ışığında bir analiz olanağı sunmaktadır. Bu çalışmada dört soru etrafında kurgulanmaktadır:

- 1- Türk animasyon sektörü bir endüstri midir?
- 2- Türk animasyon sinemasının üretim altyapısı ve yaratıcı emeği nedir?
- 3- Türk animasyon sinemasının ekonomik ve istihdam büyüklüğü nedir?
- 4- Türk animasyon sinemasının küresel animasyon endüstrisi içinde bir yeri var mıdır?

Araştırmanın evreni tüm animasyon yapımlarıdır. Bu filmlerin yapım koşulları ve animasyon sinema sektörü için literatür taraması, ve derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak analiz yapmak amaçlanmıştır. Elde edilen verilere ilaveten istatistikler kullanılarak çalışmanın zemini sağlamlaştırılmaya çalışılmıştır.

Literatür taraması sonrası, nitel bir çalışma yöntemi olarak derinlemesine görüşme tekniği seçilmiştir. 13 adet yarı yapılandırılmış soru, salgın hastalık nedeniyle yüz yüze görüşme gerçekleşmediği için elektronik posta ile sektörde kartopu örneklemeyle 75 profesyonele sorular gönderilmiş ve yanıt istenmiştir.

Sorulara, 14 profesyonel sektör çalışanı yanıt vermiştir. Derinlemesine görüşmeler için uzun metrajlı filmlerin ekibiyle iletişime geçilmeye çalışılmıştır. Saha çalışmasında karşılaşılan zorluk uzun metrajlı animasyonlar alanında teknik bilgiler içeren akademik çalışmaların çok fazla olamaması ve filmlerin ekibinde görev alan birçok kişinin gönderilen elektronik postalara dönüş yapmamasıdır. Karşılaşılan bir diğer problem ise araştırmaya eklenecek soruların denenmesi sonucu şirket gizliliği nedeniyle bazı soruların yanıtlanamayacağına dair alınan geri bildirimdir.

Yaratıcı endüstriler bağlamında Türkiye’de ilk olarak Türk Animasyon Sinemasının ekonomi politik altyapıları üretim, finans, gösterim gibi başlıklar altında istatistiki veriler, literatür taramaları ve derinlemesine görüşmeler yardımıyla incelenmeye çalışılmıştır. Elde edilen tüm veriler aşağıda sıralanmıştır.

İncelenen yasalar, finansal kaynaklar, teknik altyapı, dağıtım ve gösterim konularında gelişim gösteren Türk animasyon sinema sektörü yaratıcı endüstriler bağlamında sınıflandırma yapıldığında üretilen animasyon filmlerden başlamak gerekmektedir. Üretilen animasyon filmler yaratıcı ve kültürel bir üründür. Bu ürünlerin hedef kitlesinin çoğunluğunu ülkemizde çocuklar oluşturmaktadır. Bu yüzden çocuklara yönelik ürünler ve çizgi film üretimi diğer yapımlara nazaran daha fazladır.

Milyon dolarlara mal olan animasyon filmlerinin ülkemizde izlenme oranı da yüksek değildir. Üretilen uzun metrajlı filmlerin çoğunluğu beğenilen çizgi filmlerin bir uzantısı olarak sinemalarda yerini almaktadır. *Rafadan Tayfa*, *Kral Şakir*, *Pepee* gibi çizgi filmler beyazperdeye uyarlanan çizgi filmlerden bazılarıdır. Bunun haricinde tarihi kişiliklerin canlandırılması, çizgi roman uyarlamaları ve başka özgün konular da uzun metrajlı animasyonlar literatüründe yer almaktadır.

Yasal bağlamda Türk animasyonuna özel bir düzenleme bulunmamaktadır. Türk Sineması’na ilişkin düzenlemeler içinde Türk animasyonuna yer verilmektedir. Hedef kitlesi genel olarak çocuklar olarak algılanan animasyon filmler herhangi bir engelle karşılaşmasa da *Kötü Kedi Şerafettin* gibi yapımların artmasıyla bu alanda bir boşluk ortaya çıkacağı açıktır. Çünkü çizgi film formatından yetişkinlerin de izleyebileceği üretimler yapılması için yol açan bu film, animasyon filmler alanında

başka düzenlemelerin de yapılmasını gerekli kılmaktadır. Türkiye sinema yasaları 1990’lardan başlayarak, Telif Hakları, sinema destekleri gibi alanlarda ilerleme kaydetse de, animasyon sineması anlamında hem ekonomik desteklere hem de yasal altyapıya ihtiyaç duymaktadır.

Türk Animasyon filmlerinin yapımı için çeşitli yeteneklere sahip olan bir ekip kurulmaktadır. Animasyonun yönetmeninden animatörüne, senaristinden çizirine kadar çeşitli yeteneklere sahip yaratıcı bir ekip bu filmlerin üretilmesi için emek vermektedir. Animasyon filmler sadece üretimle son bulmamakta her yaratıcı endüstri ürünü gibi animasyon filmlerin bir de finansal ayağı bulunmaktadır. Filme başlamadan finanse edilmesi ve destek alınması, film bittikten sonra da pazarlanması ve pazarlama işlemleri sonunda da hazırlanan ürünün getirisi takip edilmektedir.

Yaratıcı endüstrileri kapsayan bu süreçte her şeyin kısıtlı bir zaman diliminde koordinesi sağlanmak durumundadır. Üretilen bu filmler de günümüz teknolojileriyle her yerden ulaşılabilir olmakta ve muhafaza edilmektedir. Kültürel ürünler olarak atfedilen bu yaratıcı endüstri ürünleri uzun süreli olarak kazanç kapılarını açık tutan eserlerdir. Bu eserlerin içeriği ve tüm hakları telif hakları doğrultusunda korunmaktadır.

Çalışmanın varsayımlarından birincisine göre, Türk animasyon sinemasını direkt etkileyen faktör teknolojinin gelişimidir. Son 20 yılda animasyon sinemasının gelişimine üç boyutlu teknolojilerin gelişimi etki etmiştir. Kötü Kedi Şerafettin, Rafadan Tayfa, Kral Şakir gibi animasyon filmlerinde yapımında üç boyutlu animasyon teknolojisi kullanılmıştır. Üretilen tüm animasyon yapımlarında kullanılan üç boyutlu animasyon film tekniği bilgisayar ve yazılım teknolojisinin de yaygınlaşmasıyla hızla gelişim göstermiştir. Film teknikleri ve yazılımlara ek olarak karakterlerin modelleme işlemlerinin bilgisayar üzerinde yapılması karakterlerin daha gerçekçi bir görünüme kavuşmasına neden olmuştur. Bu durum animasyon filmlerin ülkemizde daha fazla ilgi odağı olmasına yardımcı olmuştur.

Animasyon filmlerin yapımında kullanılan teknikler de kullanılan teknolojinin bir diğer yönüdür. Yapım aşamasında motion capture, üç boyutlu animasyon tekniklerinin kullanımıyla dağıtım ve gösterim alanında filmlere izleyici

çekmek için uzun metrajlı film üreticileri farklı yöntemler kullanmaktadırlar. Örneklemeler doğrultusunda *Rafadan Tayfa İstanbul Dehlizleri* uzun metrajlı animasyon filminde TRT'nin AR uygulaması kullanılarak afişler canlı hale getirilmiştir, *Kötü Kedi Şerafettin* filmi için Şerotor uygulaması çıkarılarak yarışma düzenlenmiş ve kazanan kişiye filmin galasına gitme fırsatı tanınmıştır. Ayrıca internet platformlarını da etkin bir biçimde kullanan animasyon filmler yaptıkları reklamlar, hazırladıkları fragmanlarla pek çok kişiye ulaşmayı hedeflemişlerdir. Dağıtım ve gösterim alanında edinilen bilgiler doğrultusunda Türk animasyon sinemasının internet platformlarını etkin bir şekilde kullandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Dijital teknolojinin kullanımının kolaylaşmasıyla animasyon filmler çoğalsa da kendi animasyon yazılımını üreten stüdyolar hariç kullanılan programlar, teknolojik donanımlar yüksek maliyetlidir. Yapımı zahmetli olan bu filmler gişede aynı başarıyı göstermediği için verilen emeğin karşılığı alınamamaktadır. Örneğin *Uzay Kuvvetleri 2911* filmi, filmin gösterimi için yeterli teknolojinin olmaması ve izlenme oranının çok olmaması nedeniyle ülkemizde ilgi görmemiş, film Amerikan şirketleri tarafından satın alınmış ve bir Amerikan filmi olarak piyasaya sürülmesi hedeflenmiştir.

İkinci varsayıma göre, Türk animasyon film sektörü küresel film sektöründe çok küçük bir yere sahiptir. İşgücü anlamında araştırma kapsamında görüşülen profesyonellere göre Türk animasyonu kalifiye eleman bulmakta zorlanmaktadır. İşgücü eksikliği, işi bilen kişi azlığı ve maliyet nedeniyle bir kişiye birden fazla iş düşmektedir. Bu durum da uzun metrajlı animasyon filmlerin yapımında zorluklara yol açmaktadır. Kalifiye elemanlar da şartların daha iyi olması nedeniyle yurtdışına göç etmektedirler. Bu alandaki bir diğer eksiklikte yaratıcı işgücü eksikliğidir.

İlk olarak Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi bünyesinde animasyon hakkında verilen eğitimler son yıllarda bu alanda çizgi film ve animasyon alanında açılan bölümlerle dikkat çekmektedir. Üniversitelerde bu alandaki bölümlerin sayısı çok fazla bulunmamaktadır. Fakat yakın geçmişte ilgi gören bir alan olarak üniversitelerde bölüm olarak açılmaya başlanmıştır. Yapılan görüşmeler doğrultusunda verilen eğitimin de yeterli olmadığını düşünen profesyoneller

akademisyenlerin daha fazla sektörle iç içe olmasından yanadır. Kalifiye eleman çok fazla olmadığı için usta çırak ilişkisi de yaşanmamakta dolayısıyla bu durum Türk animasyonunun gelişiminde eksiklikler yaratmaktadır.

Üçüncü varsayıma göre, Türk animasyon sineması reklam sektörü desteği haricinde sürekli bir ekonomik kaynağa ihtiyaç duymaktadır. Mimari, eğitim, sağlık gibi pek çok sektörde ihtiyaç duyulan animasyon filmler çeşitli sektörlerde kullanılabilir olması nedeniyle animasyon filmlerin özellikle uzun metrajlı animasyon filmlerin üretilmesi için ekonomik kaynaklar oluşturmaktadır. Bu bağlamda kimi yapım şirketleri, reklam paralarını biriktirerek uzun metrajlı animasyon filmler yapmaktadır. Sektörün ihtiyaç duyduğu finansal yapı istikrarlı olmadığı için devlet, eurimages ve sponsor desteğine ihtiyaç duyulmaktadır.

Türkiye’de animasyonculuk kurumsal anlamda Türk Sineması’ndan daha gelişmiştir. Bu alanda BEBKA, ATOM, Çizgi Filmciler Derneği, Canlandırıcılar Derneği gibi yapılanmalar bulunmakta, son yıllarda üniversitelerde çizgi film ve animasyon bölümleri açılmaktadır. Ayrıca artan devlet destekleriyle de animasyon filmlerin yapılması teşvik edilmeye çalışılmıştır. *Evliya Çelebi ve Ölümsüzlük Suyu* Filmi ve *Rafadan Tayfa İstanbul Dehlizleri* gibi uzun metrajlı animasyon filmleri destek alsa da ticari bağlamda reklam şirketleri bünyesinde yapımı gerçekleştirilen uzun metrajlı animasyon filmler henüz kendi maliyetlerini karşılayamamaktadır. Daha çok kısa film yapımlarıyla ülkemizde varlığını gösteren animasyon filmler uzun metrajlı animasyonların maliyet gerektiren yapısı nedeniyle ekonomik anlamda zorlanmaktadır. Bu nedenle bir sinema fonu oluşturulması gereklidir.

Ayrıca izleyici beğenileri odaklı bir tutum da sergileyen Türk animasyon sektörü gelişen teknolojinin de yardımıyla iyi işler çıkarabilecek bir yapılanmaya sahiptir. Ekonomik olarak daha fazla destek bulunduğu Türk uzun metrajlı animasyon filmlerin yapımı uzun zaman almayacak ve daha hızlı tamamlanacaktır. Yaratıcı endüstrilerden sayılan sinema endüstrisinin varlığı ülkemizde de mevcuttur. Finansal kaynak, yaratıcı işgücü, eğitim ve yasal anlamda hala eksikleri bulursa da bu genç alanın endüstri nitelikleri taşıdığı yadsınamaz.

Genel olarak tüm araştırma sonuçları bağlamında değerlendirildiğinde Türk Animasyonu ülkemizde gelişmekte olan bir yaratıcı endüstri alanıdır. Çok fazla kat edilecek yolu olsa da tezin başında çizilen çerçevede Türk Animasyon sineması gerek ürettiği yaratıcı ve sanatsal ürün gerekse oluşturduğu ekipler ve finans durumuyla bir endüstridir. Destekler arttırılıp, bu alanda tanıtım faaliyetleri çoğaltılarak, gerekli düzenlemeler yapıldığında hızla yükselebilecek bir yaratıcı bir endüstri ülkemizde bulunmaktadır.

Dolayısıyla kültürel ve sanatsal ürün üretiminin fazlaşması ve çeşitliliğiyle Türk Animasyon sineması için üretilen filmler küresel film sektöründe rekabet şansı bulacak ve dünyanın farklı ülkelerinde gösterim şansı elde edecektir.



KAYNAKÇA

Akçetin, E., Çelik, U., Yaldır, A., Herand D., (2017). Dijital Oyunlar ve İstihdam: Türkiye İçin Öneriler. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/420825>

Akkaya, A. (2011). *Güncel Animasyon Teknolojilerinin Film Jeneriklerine Etkisi*. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Akova, S. (2016). Televizyon Reklamlarında Kullanılan Animasyon Reklam Filmlerinin Hatırlanma Düzeyleri: Sağolasın İzocam Reklam Filmi Örnekleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 43

Alıcı, B. (2019). *Türkiye’de Modernleşme ve Animasyon Sineması*. Eğitim Yayınevi, 1. Baskı, Konya

Altunoğlu, Ö.S. (2017). *Sinematografi Notları 101: Film/ Dizi/ Animasyon Yapım Aşamaları*. Erişim Tarihi: 12.09.2020, <https://serdara.com/sinematografi-film-yapim-asamaları/>

ANASPONSOR, (2020). *2019 Yılı Yerli Film Sponsorlukları İnfografiği*. http://anasponsor.com/2019YiliYerliYapimlarSponsorlukInfografiği_Anasponsor.pdf

Animaj Film. (2013). *Bugün TV Ceren Bektaş ile M. Şahin Derun 18.08.13 (Uzay Kuvvetleri 2911) (UK-2911)*. Erişim Tarihi: 09.07.2020, <https://www.youtube.com/watch?v=xZRauJzxVYs>

ASIFA, (2020). Hedefler. Erişim Tarihi: 09.07.2020, <http://asifa.net/target-goals>

Aşlıoğlu, E. (2019). *Türk Animasyon Sineması Tarihi ve Günümüz Türk Animasyon Sineması*. Turkish Cinema Researches Vol. 1, (ed.) Emrah Doğan, IJOPEC Publication Limited, 1. Basım, Londra, <https://books.google.com.tr/books?id=DGfIDwAAQBAJ&pg=PA5&lpg=PA5&dq=Turkish+cinema+researchers+google+book&source=bl&ots=CwK7GFEoro>

&sig=ACfU3U2IQGvxNpM_Y-

UutVeNV6x9qEN3Xg&hl=tr&sa=X&ved=2ahUKEwj7zqXaysDqAhVLtIsKH

YP4AwIQ6AEwA3oECAkQAQ#v=snippet&q=1&f=false

Aydın, H.. (2014). *Animasyon Filmleri Nasıl Yapıyoruz*. Vertigo İstanbul, <https://www.youtube.com/watch?v=dzU3pbW9zqg>

BEBKA, (2015). *Bursa Eskişehir Bilecik Bölge Planı (2014-2023)*. https://www.bebka.org.tr/admin/datas/yayins/bolgeplani2014_2023web.pdf

BEBKA, (2017). *Animasyon Sektörü Raporu 2017*. Erişim Tarihi: 09.07.2020, https://www.bebka.org.tr/admin/datas/yayins/150/bebka-animasyon-sektor-raporu-2017_1568970408.pdf

BEBKA, (2018). *Animasyon Sektörü Raporu 2018*. Eskişehir, http://www.bebka.org.tr/admin/datas/yayins/193/animasyonsektoru2018bsk-web_1541156624.pdf

Box Office Türkiye, Erişim Tarihi: 07.09.2020, <https://boxofficeturkiye.com/>

Bulut S. (2009). Medyada Çokuluslu Şirket Egemenliğine Doğru Evrilme: Rupert Murdoch ve Fox TV. der. Bulut, S. *Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi*. Ankara, Ütopya Yayınevi

Coşkun, M. (2018). *Bu Da Mı Haber Değil ?*. Ankara, Gazi Kitabevi Tic. Ltd. Şti.

Cumhuriyet, (2009). *Çizgi Film Anlaşması İmzalandı*. Erişim Tarihi: 09.07.2020, <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/cizgi-film-anlasmasi-imzalandi-69108>

CUNNINGHAM, S. (2005). *Creative enterprises*. HARTLEY, J. (der.) içinde. *Creative industries*. Oxford: Wiley-Blackwell, aktaran: Demir, E. M., (2014). *Yaratıcı Endüstriler. İlef Dergisi*,
https://www.researchgate.net/publication/317166718_Yaratici_Endustriler

Çakır, G. (2019). *Sermaye, Marx, Das Kapital*. Erişim Tarihi: 13.10.2020, https://www.academia.edu/39506662/SERMAYE_MARX_DAS_KAP%C4%B0TAL

Çelik, A. (2019). *Tarihte Emek Gücü*. Erişim Tarihi: 16.10.2020, https://www.researchgate.net/publication/336917670_Tarihte_Emek_

Çeviker, T. (1995). *Ana Çizgileriyle Türk Canlandırma Sineması*. Güldiken,: Sinemanın 100. Yılı Anısına Komedi Sineması, İris Yayıncılık, İstanbul (Aktaran: Selçuk Hünerli, (2005), *Canlandırma Sineması Üzerine*, Es Yayınları, İstanbul

Çınar,U. (2016). Hayalimiz Bir Film Yapmaktı. *Karga Mecmua*, Erişim Tarihi: 13.07.2020, <http://www.kargamecmua.org/dergi/sayi/101/3749#>

Dağtaş, E., Aydın N., Yılmaz, Ç., (2018). Sinemanın Ekonomi Politikası: 2016 Yılı Verileri Üzerine Bir Değerlendirme. *TRT Akademi Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 5

Demir, E. M. (2014). *Yaratıcı Endüstriler. İlef Dergisi*,
https://www.researchgate.net/publication/317166718_Yaratici_Endustriler

Department For Digital Culture, Media & Sport. (2011). *Creative industries economic estimates*. Erişim Tarihi: 26.10.2020, GOV.UK:
<https://www.gov.uk/government/collections/creative-industries-economic-estimates>

Doğan, A. ve Göker, G. (2012). Tematik Televizyon ve Çocuk: İlköğretim Öğrencilerinin Televizyon İzleme Alışkanlıkları. *Milli Eğitim Dergisi*, Sayı: 194, Doi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/442297>

Er, (1977). *Ekonomi Politik*. İstanbul, Komün Yayınevi

Er, N. (2014). *Barışı Arayan Kuklalar*. Türk Sineması Araştırmaları, Erişim Tarihi: 09.07.2020, <https://www.tsa.org.tr/tr/yazi/yazidetay/53/barisi-arayan-kuklalar>

Erdoğan, E.: Cıgal, D.: Abalı, N.,(2012). *Üç Boyutlu Bilgisayar Animasyonunun Yapım Aşamaları*. <http://www.bilisimdergisi.org.tr/s147/pdf/114-119.pdf>

Erdoğan, İ. (2007). Karl Marx İnsan, Toplum ve İletişim. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 25, doi: https://www.researchgate.net/publication/235913994_Karl_Marx_Insan_toplum_ve_iletisim_Karl_Marx_Human_Society_and_Communication

Erkek, R. (2019). *Yeni Medya Teknolojilerinin Film Endüstrisine Etkileri: Netflix Örneği*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Erkılıç, H. (2003). *Türk Sinemasının Ekonomik Yapısı ve Bu Yapının Sinemamıza Etkileri*. Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanatta Yeterlilik Tezi, İstanbul

Erkılıç, H. ve Toprak, A.G. (2012). Belgesel Sinemanın Alternatif Dağıtım ve Gösterim Olarak İnternet. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC* , Cilt:2, Sayı:2

Ertaylan, A. (2018). İletişim Teknolojilerinin Sinema Alanına Yansıması: Sinemanın Dijitalleşmesi Karşısında Sinema Öğrencilerinin Tepki Ve

Beklentiler. *Akdeniz İletişim Dergisi*, doi:
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/624541>

Eskişehir Sanayi Odası, (2020). *Eskişehir TeknoVadi Konsept Projesi*.
<https://www.eso.org.tr/storage/file/1f8d91f86e4d4246b5ed7e34300372f8.pdf>

Freyer, H. (2012). *Sosyoloji Kuramları Tarihi*. Ankara, Doğu Batı Yayınları

Furniss, M. (2013). *Animasyon 'un Kutsal Kitabı*. Karakalem Kitabevi Yayınları, İzmir

Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi. (1993). Genel Yayın Yönetmeni: Gökçöl, T., Sabah, Le Livre De Paris S.N.C. Biblio Club De France: Hachette Et Cie: Interpres Basın ve Yayıncılık A.Ş., Cilt: 10

Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi. (1993). Genel Yayın Yönetmeni: Gökçöl, T., Sabah, Le Livre De Paris S.N.C. Biblio Club De France: Hachette Et Cie: Interpres Basın ve Yayıncılık A.Ş., Cilt: 7

Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi. (1993). Genel Yayın Yönetmeni: Gökçöl, T., Sabah, Le Livre De Paris S.N.C. Biblio Club De France: Hachette Et Cie: Interpres Basın ve Yayıncılık A.Ş., Cilt: 9

Global Animation& VFX: Strategies, Trends & Opportunities (2020-25). (2020). Erişim Tarihi: 13.10.2020, Microsoft Word - Global Animation & VFX - Sample Pages.docx (digital-vector.com)

Göktepe, E. (2015). *Geçmişten Günümüze Hareketli Görüntü ve Türkiye'de Animasyonun Gelişimi*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Gülgen, H. (2014). *Türkiye’de Animasyonun Dünü ve Bugünü*.
<http://www.animasyongastesi.com/tag/animasyon-sirketleri-2/>

Gülgen, H. (2014). *Türkiye’de Animasyonun Dünü ve Bugünü*. Erişim Tarihi: 09.07.2020,
<http://www.animasyongastesi.com/tag/turkiyede-animasyonun-dunu-ve-bugunu/>

Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi

Güvenli İnternet Merkezi, (2019). *Dijital Oyunlar Raporu 2019*. Erişim Tarihi: 19.10.2020, <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/RjARy.pdf>

Hayward, S. (2012). *Sinemanın Temel Kavramları*. (çev.) Uğur Kutay: Metin Çavuş, Es Yayınları, İstanbul

Hünerli, S. (2005). *Canlandırma Sineması Üzerine*. Es Yayınları, İstanbul

İstanbul Ticaret Odası; İstanbul Düşünce Akademisi, (2017). *Türkiye’de Film Endüstrisi (2011-2015)*. (Proje Yür.) Rıdvan Şentürk, Yedikapı Reklamcılık Ajans ve Organizasyon Hizmetleri Tic. Ltd. Şti., İstanbul

Kale, M., & Nur, İ. (2016). Karl Marx Ve Marksist Teori Açısından Eğitim Ve Toplumsal Cinsiyet. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 1, Cilt: 13, doi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/696225>

Kalkan, F. (2016). *Türk Animasyon Sineması Tarihi*. Erişim Tarihi: 09.07.2020, <http://www.animasyongastesi.com/tag/evvel-zaman-icinde/>

Kaptan Arka Kapı, (2007). *Türkiye’de Çizgi Film*. Erişim Tarihi: 09.07.2020, <http://cizgilifilm.blogspot.com/2007/05/izgi-filmciler-dernei.html>

Karadeniz, (2014). Türkiye'nin ilk Kukla Filmi Geliyor. Milliyet Gazetesi, Erişim Tarihi: 13.07.2020, <https://www.milliyet.com.tr/pazar/turkiye-nin-ilk-kukla-filmi-geliyor-1977003>

Kejanlıoğlu, B. (2004). *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü*. 1. Baskı, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları

Kıraç, R. (2008). *Film İcabı: Türkiye Sinemasına İdeolojik Bir Bakış*. De Ki Basım Yayım Ltd. Şti., Birinci Basım, Ankara

Kozan, E. (2015). *Üç Boyutlu (3D) Dijital Animasyon Teknolojisinin TV Yayıncılığında Kullanımı: "Sizinkiler-Çatlak Yumurtalar" ve "Can" Çizgi Film Örnekleri*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Marks, K. (2003). *Kapital*. Eriş Yayınları, Cilt:1, 3. Baskı

Netco Animasyon Stüdyosu, (2010). *ANFIYAP Kuruldu!*. Erişim Tarihi: 09.07.2020, <https://netco.com.tr/dir/tr/haberler/anfiyap-kuruldu/>

Mosco, V. (2004). *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. The MIT Press, İngiltere

Mosco. V. (2009). *The Political Economy of Communication*. SAGE Publications Ltd., ISBN 978-1-4129-4700-8. ISBN 978-1-4129-4701-5. Printed in Great Britain by TJ International, Padstow, Cornwall

Nikitin, (2006). *Ekonomi Politik*. 8. Baskı, Ankara, Eriş Yayınları

Okur, Y. (2020). *Sinemada Devlet Desteği*. Yaratıcı Yapımcılık: Yamaç Okur’da Sinema ve TV Dünyasına Dair Her Şey, Erişim Tarihi: 06.04.2020, <https://drive.google.com/drive/folders/0B37XHub->

ux8WfmNZT3l1MXhWUEl3THB1X1BiaDYzZFMxMEtjVnVoNWlOZ0g0eTg
1S1RkNW8

Ollman, B. (2015). *Yabancılaşma*. İstanbul, Yordam Kitap

Özgüç, A. (2012). *Ansiklopedik Türk Filmleri Sözlüğü*. İstanbul: Horizon International, (Aktaran: Türk Sineması Araştırmaları, (2015), Evvel Zaman İçinde, Erişim Tarihi: 09.07.2020, <https://www.tsa.org.tr/tr/film/filmgoster/5486/evvel-zaman-icinde>)

Öztütüncü, B. (2018). *İki Boyutlu ve Üç Boyutlu Animasyonların Grafik Tasarım Olarak İncelenmesi*. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Posta, (2011). *Türk Çizgi Film Yapımcıları Dernek Kurdu*. Erişim Tarihi: 09.07.2020, <https://www.posta.com.tr/turk-cizgi-film-yapimcileri-dernek-kurdu-81790>

Resmi Gazete, (2011) *Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun*. Kanun No: 6112, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/03/20110303-1.htm>

Sancar, A. (2018). *Hayal Sınırları Zorlanırken: Animasyon Sektörünün Türkiye'deki Hikayesi Üzerine*. Gazete Karınca, <https://gazetekarinca.com/2018/09/hayal-sinirlari-zorlanirken-animasyon-sektorunun-turkiyedeki-hikayesi-uzerine/>

Size of the animation market worldwide from 2017 to 2020. Statista, Erişim Tarihi: 18.10.2020, <https://www.statista.com/statistics/817601/worldwide-animation-market-size/>

T.C. Başbakanlık, (2015). *64. Hükümet 2016 Yılı Eylem Planı (İcraatlar ve Reformlar)*.

<https://www.tusev.org.tr/usrfiles/files/64.HukumetEylemPlaniKitapcik.pdf>

T.C. Kalkınma Bakanlığı, (2013). *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*. Ankara
<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Onuncu-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2014-2018.pdf>

Tomur, K., Kol, İ., Bilaçlı, C., (2016). *Sinema Hizmetleri Sektör Raporu*. Ankara, Rekabet Kurumu

Töre, E.Ö.,(2010), *İstanbul Film Endüstrisi*, 1. Baskı, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları

TRT Çocuk, Erişim Tarihi: 10.10.2020, <https://www.trtcocuk.net.tr/>

Türk Sineması Araştırmaları, (2015). *Evvel Zaman İçinde*, Erişim Tarihi: 09.07.2020, <https://www.tsa.org.tr/tr/film/filmgoster/5486/evvel-zaman-icinde>

Türker, İ.H. (2011). Canlandırma'nın Tarihçesi ve Türk Canlandırma Sanatı. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, Cilt: 1, Sayı:2,

Uluslararası Kültür Sanat Animasyon Film ve Turizm Derneği. (2018). Erişim Tarihi: 06.05.2020, <http://www.animasyondernegi.org/>

UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008*. Erişim Tarihi: 27.10.2020
https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf

Vikipedi Özgür Ansiklopedi, (2020). Ayas (film), Erişim Tarihi: 09.07.2020, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Ayas_\(film\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Ayas_(film))

Wasko, J. (2014). The Study of the Political Economy of the Media in the Twenty-First Century. *International Journal of Media & Cultural Politics*, Cilt: 10, Sayı: 3

Wayne, M. (2015). *Marksizm ve Medya Araştırmaları: Anahtar Kavramlar, Çağdaş Eğilimler*. İstanbul, Yordam Kitap

White, T. (2017). *Animatörün El Kitabı*. (çev.) Muzaffer Kılıç, Es Yayınları

Yaman, M. *Meta Üzerine*. Erişim Tarihi: 16.10.2020, https://www.academia.edu/33034272/meta_%C3%BCzerine_pdf

Yardımcı, A. *İş Dünyasının Yeni Yol Haritası: Yaratıcı Endüstri*. Erişim Tarihi: 26.10.2020, http://haber.tobb.org.tr/ekonomikforum/2016/269/078_081.pdf

Yaylagül, L. (2009). Sinemanın Ekonomi Politikası. der. Bulut, S., *Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi*, Ankara, Ütopya Yayınevi

Yaylagül, L. (2014). *Kitle İletişim Kuramları*, Ankara, Dipnot Yayınları

Yaylagül, L. (2018). Dallas W. Smythe'nin İletişimin Ekonomi Politikası Alanına Katkısı. *İNİF E-DERGİ*, Cilt: 3, Sayı: 2, doi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/602698>

Yıldız, Ö. E., Deneçli, C., (2013). Reklamda Animasyon Karakter Kullanımının Çocukların Beslenme Alışkanlıkları Üzerindeki Etkileri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 36, <https://silo.tips/download/abstract-anahtar-kelimeler>

Yılmaz, A. A. (2019). *Türkiye'de Üretilen 3B Animasyonların ve Sektör Sorunlarının Animasyon Sektörü Çalışanları Tarafından Değerlendirilmesi*. İstanbul Kültür Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

Youtube, erişim tarihi: 27.09.2020, <https://www.youtube.com/>

EKLER**Ek.1. Araştırmanın Soruları**

1. Adınız, soyadınız ?
2. Uzmanlık alanınız nedir ?
3. Kaç senedir bu işi yapıyorsunuz ?
4. Türk Animasyon Sektörü bir endüstri midir ?
5. Türk Animasyon Sinemasının ekonomik ve istihdam büyüklüğü nedir?
6. Türk Animasyon Sinemasının küresel animasyon endüstrisi içinde(ekonomik, yasal, teknik altyapımız vs.) yeri var mıdır?
7. Türk Animasyon Sineması ve oyun sektörünün ilişkisi nedir?
8. Sizce Türk animasyon sinemasının başlıca sorunları nelerdir?
9. Animasyon sinemasının destekleri ve ekonomik kaynaklarından hangilerinden yararlandınız ? (Devlet, sponsor, reklam, yapımcı)
10. Türkiye’de animasyon alanında yeterli teknik ve yaratıcı iş gücü mevcut mu, sizce yeterli mi?
11. Türk Animasyon filmlerinde fikir ve senaryolar özgün müdür?
12. Türk animasyon sektöründe çalıştınız mı, yaşadığınız herhangi bir zorluk var mı?
13. Türk Animasyon sineması için önerileriniz nelerdir(yasal, ekonomik, işgücü, eğitim)?

Ek.2. Türkiye’de Gösterime Giren Yerli Uzun Metrajlı Animasyon Filmler Listesi¹⁷

Türkiye’de Gösterime Giren Yerli Uzun Metrajlı Animasyon Filmler Listesi				
Filmler	Yapım Şirketi	Dağıtım Şirketi	Yapım Yılı	Gösterim Yılı
Cici Can	Göksel Film	-	1963	1964
Dede Korkut Boğaç Han	-	-	1988	
Zeytinin Hayali	Ella Film	Pinema	2007	2009
Suluboya	Haz-Art Production	Haz-Art Production	2009	2009
Allah’ın Sadık Kulu: Barla	Ser Film	Özen Film	2011	2011
RGG Ayas	Düşyeri BKM Film	United International Pictures	2013	2013
İksir: Dedemin Sırrı	Siyah Martı Animation Studios	Siyah Martı Animation Studios	2014	2014
Uzay Kuvvetleri 2911	Animaj Film	1. Pinema Film 2. MC Film	2013	1. 2014 2. 2015
Evliya Çelebi ve Ölümsüzlük Suyu	Anibera Production	Pinema Film	2013	2014
Rimolar ve Zimolar: Kasabada Barış	Pati Film	CGV Mars Dağıtım	2014	2014
Kötebekgiller: Perili Orman	Arzum Film Animasyon	Warner Bros	2014	2015
Pırdino Sürpriz Yumurta	Siyah Martı Animation Studios Menassa Film	CGV Mars Dağıtım	2015	2015
Kötebekgiller: Gölgenin Tılsımı	Arzum Film Animasyon Şafak Film	Warner Bros	2015	2016
Kötü Kedi Şerafettin	Anima İstanbul Kare Kare	United International Pictures	2015	2016

¹⁷ Bu Tablo Vikipedi, Türk Sinema Araştırmaları ve Box Office Türkiye verilerinden oluşturulmuştur. Bilgi bulunamayan satırlar – işaretiyle gösterilmiştir (Vikipedi, 2020; Türk Sinema Araştırmaları, 2015; Box Office Türkiye, 2008).

	Film			
Canım Kardeşim Benim: Uzaylılar mı Gelmiş	Portakal Animation	Warner Bros	2016	2016
Peppee: Birlik Zamanı	Düşyeri Film	CGV Mars Dağıtım	2016	2017
Fırıldak Ailesi: Batsın Bu Orta Dünya	BKM Film Grafi2000 Prodüksiyon	United International Pictures	2015	2017
Nane İle Limon Kayıp Zaman Yolcusu	Siyah Martı Cordoba	CGV Mars Dağıtım	2017	2017
Doru	Anibera	CGV Mars Dağıtım	2017	2017
Sagu & Pagu: Büyük Define	Horizon Film Siyah Martı Animation Studios	CGV Mars Dağıtım	2017	2018
Renkli Balık: Yeni Dünyalar Kaşifi	Fikrigün Film Digiflame	CGV Mars Dağıtım	2018	2018
Kral Şakir: Oyun Zamanı	BKM CJ Entertainment Turkey	CGV Mars Dağıtım	2018	2018
İstanbul Muhafızları: Ab-1 Hayat Çeşmesi	Neher Prodüksiyon İstanbul Kültür A.Ş.	CGV Mars Dağıtım	2018	2018
Rafadan Tayfa: Dehliz Macerası	İSF Film Prodüksiyon	CGV Mars Dağıtım	2017	2018
Kuklalı Köşk	Fiyaka Film	Bir Film	2019	2019
Kral Şakir: Korsanlar Diyarı	BKM	CJ Entertainment Turkey	2019	2019
Bulmaca Kulesi: Dev Kuşun Gizemi	Yoyo Film	CGV Mars Dağıtım	2019	2019
Hapşuu	Siyah Martı Animation Studios	CGV Mars Dağıtım	2019	2019
Güzel Aşk	Sener Yapım	MC Film	2019	2019
Rafadan Tayfa: Göbekli Tepe	İSF Film Prodüksiyon	CGV Mars Dağıtım	2019	2019

Maceracı Yüzgeçler: Büyük Gösteri	Minika	TME Films	2019	2020
Kaptan Pengu ve Arkadaşları: Mandalina 'nın Günlüğü	Siyah Martı	CJ Entertainment Turkey	2019	2020



ÖZGEÇMİŞ

Yonca Gül ŞEN, 2010-2014 Ordu/Fatsa Bolaman Anadolu İletişim Meslek Lisesi'nde Radyo Televizyon Alanı Radyo Televizyon Programcılığı üzerine eğitim almıştır. 2014-2018 yıllarında Giresun Tirebolu Radyo Televizyon ve Sinema Bölümünü birincilikle bitirmiştir. 2018-2020 Giresun Tirebolu İletişim Fakültesinde Yüksek Lisans yapmıştır.

