



**TÜRKİYE'DE İKİ BOYUTLU ANİMASYON (ÇİZGİ FİLM)  
SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ  
VE SORUNLARININ İNCELENMESİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

**Özge Burçin AKDENİZ**

Kütahya-2024

T.C.  
KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
Grafik Anasanat Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**TÜRKİYE’DE İKİ BOYUTLU ANİMASYON (ÇİZGİ FİLM)  
SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ  
VE SORUNLARININ İNCELENMESİ**

Danışman:  
Dr. Öğr. Üyesi Beste ÇOK

Hazırlayan:  
Özge Burçin AKDENİZ

Kütahya-2024

## Kabul ve Onay

Grafik Ana Sanat dalında, 202285311009 öğrenci numaralı, Özge Burçin AKDENİZ'in hazırlamış olduğu "TÜRKİYE'DE İKİ BOYUTLU ANİMASYON (ÇİZGİ FİLM) SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ VE SORUNLARININ İNCELENMESİ" başlıklı yüksek lisans tez çalışması ile ilgili tez savunma sınavı jüri tarafından yapılmış ve adayın tezinin OY BİRLİĞİ ile kabul edilmesine karar verilmiştir.

22/04/2024

| Tez Jürisi                          | İmza  |     |
|-------------------------------------|-------|-----|
|                                     | Kabul | Ret |
| Dr. Öğr. Üyesi Beste ÇOK (Danışman) |       |     |
| Dr. Öğr. Üyesi Nurullah ARI         |       |     |
| Doç. Dr. Sabahattin ÇALIŞKAN        |       |     |

## Onay

Doç. Dr. Eray ACAR  
Enstitü Müdürü

## Bilimsel Etik Bildirimi

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım “*Türkiye’de İki Boyutlu Animasyon (Çizgi Film) Sektörünün Gelişimi ve Sorunlarının İncelenmesi*” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

22/04/2024

Özge Burçin AKDENİZ

## Özgeçmiş

Özge Burçin AKDENİZ, öğrenim hayatından sonra 2009 yılında kendi firmasını kurdu. 2013'te Eskişehir Teknokentte iki yıl boyunca kendi proje ofisinde ar-ge çalışmaları gerçekleştirdi. Yine aynı yıllarda Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Animasyon Bölümünde görev yaptı. Eskişehir'de ve İstanbul'da bulunan Pembe Panda film stüdyolarında hizmet vermeye devam etmektedir. 2022 yılında "Pembe Panda" proje ekibini kurdu. İstanbul Teknik Üniversitesi Kuluçka Merkezinde İ.T.Ü. Çekirdek girişimcisi olarak ar-ge çalışmalarına devam etmektedir.

## Kişisel Bilgiler:

**Adı Soyadı:** Özge Burçin AKDENİZ

**Öğrenim Durumu:** Yüksek Lisans

| Derece        | Alan                    | Üniversite / Alan                                                                 | Yıl                     |
|---------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Lise          | Resim                   | Eskişehir Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi                                           | 1995-1999               |
| Lisans        | Animasyon (Çizgi Film)  | Eskişehir Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi                           | 1999-2006               |
| Lisans        | Görsel İletişim Tasarım | Eskişehir Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi                             | 2022-<br>(devam ediyor) |
| Yüksek Lisans | Grafik                  | Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı | 2022-2024               |

## Eserler:

### A.Yapımcılığını ve Yönetmenliğini Yaptığı Çizgi Film ve Kısa Filmler

**A1.** T.C. Kültür Turizm Bakanlığı "Tarihten Günümüze On Büyük Türk" (2016)

**A2.** "Veco ilk Çocuk Astronot ve Uzak Maceraları" Uzun Metraj film yapım (2024)

### B.Post Prodüksiyon Alanında Görev aldığı Uzun Metraj Sinema Filmleri:

**B1.** ZENNE" (2012)

**B2.** SON OSMANLI – YANDIM ALİ (2007)

## ÖZET

### TÜRKİYE'DE İKİ BOYUTLU ANİMASYON (ÇİZGİ FİLM) SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ VE SORUNLARININ İNCELENMESİ

AKDENİZ, Özge Burçin  
Yüksek Lisans Tezi, Grafik Ana Sanat Dalı  
Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Beste ÇOK  
Nisan, 2024, 131 sayfa

Bu tez, Türkiye'de iki boyutlu animasyon (çizgi film) sektörünün kapsamlı bir şekilde incelemesini sunmaktadır. Araştırma, sektörün tarihsel evrimini, mevcut durumunu, sorunlarını ve gelecek potansiyelini ele almaktadır.

Tezin başlangıcında, Türk çizgi film tarihine odaklanılarak 1950'lerden günümüze kadar olan gelişmeler incelenmiştir. Bu dönemdeki önemli animasyon karakterleri, yapımlar ve sektördeki kilometre taşları detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Ardından, 2000'li yıllardan itibaren Türkiye'deki iki boyutlu animasyon sektörünün yeniden canlanması incelenmiştir. Teknolojik ilerlemeler, genç yeteneklerin sektöre katılımı ve devlet destekleri çerçevesinde sektördeki büyüme ve çeşitlenme süreci analiz edilmiştir. Çalışmanın bir diğer odak noktası, Türkiye'de iki boyutlu animasyonun kültürel içeriğe olan katkısı ve yerel hikâyelerin animasyon aracılığıyla nasıl anlatıldığıdır. Bu bağlamda, Türk kültürünün animasyon aracılığıyla nasıl yorumlandığı ve dünya çapında nasıl temsil edildiği incelenmiştir. Ayrıca bu tez sektörün karşılaştığı sorunlara odaklanmıştır. Bu sorunlar arasında finansal kısıtlamalar, teknik altyapı eksiklikleri, pazarlama yetersizliği ve uluslararası rekabetin etkileri gibi faktörler bulunmaktadır. Bu sorunların sektör üzerindeki etkileri ve çözüm önerileri tartışılmıştır. Animasyon sektörünün güncel durumu hakkında detaylı bilgi edinmek amacıyla görüşmeler yapılmış ve görüşmeler sonucunda bulgular analiz edilmiştir.

Sonuç olarak, bu tez, Türkiye'de iki boyutlu animasyon sektörünün tarihini, gelişimini, mevcut durumunu ve geleceğini anlamak adına kapsamlı bir bakış sunmaktadır. Bu analiz, sektördeki güçlü yanları vurgulamaya ve zayıflıkları anlamaya hem akademik hem de endüstri perspektifinden değerli bir katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Canlandırma, Çizgi Film Teknolojisi, Çizgi Film, Dijital Animasyon, İki Boyutlu Animasyon, İki Boyutlu Bilgisayarlı Animasyon, Türk Animasyon Sektörü

**ABSTRACT****DEVELOPMENT OF TWO-DIMENSIONAL ANIMATION (CARTOONS)  
SECTOR IN TURKEY AND EXAMINATION OF PROBLEMS**

**AKDENİZ, Özge Burçin**  
**Master's Thesis, Graphic Glass Major Art**  
**Supervisor: Asst. Prof. Beste ÇOK**  
**April, 2024, 131 pages**

This thesis offers a comprehensive analysis of the two-dimensional animation (cartoon) industry in Turkey. The research addresses the historical evolution, current situation, problems and future potential of the sector.

At the beginning of the thesis, developments from the 1950s to the present were examined, focusing on the history of Turkish cartoons. Important animation characters, productions and milestones in the industry during this period are discussed in detail.

Then, the revival of the two-dimensional animation industry in Turkey since the 2000s was examined. The growth and diversification process in the sector was analyzed within the framework of technological advances, the participation of young talents in the sector and government supports. Another focus of the study is the contribution of two-dimensional animation to cultural content in Turkey and how local stories are told through animation. In this context, how Turkish culture is interpreted through animation and how it is represented worldwide is examined. Additionally, this thesis focuses on the problems faced by the sector. These problems include factors such as financial constraints, technical infrastructure deficiencies, marketing inadequacy and the effects of international competition. The effects of these problems on the sector and solution suggestions were discussed. Interviews were held to obtain detailed information about the current situation of the animation industry and the findings were analyzed as a result of the interviews.

As a result, this thesis offers a comprehensive view to understand the history, development, current situation and future of the two-dimensional animation industry in Turkey. This analysis makes a valuable contribution to highlighting strengths and understanding weaknesses in the sector from both an academic and industry perspective.

**Keywords:** Animation, Cartoon Film, Cartoon Technology, Digital Animation, Turkish Animation Industry, Two Dimensional Animation, Two Dimensional Computerized Animation

## ÖNSÖZ

Bu çalışma Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlanmıştır. “Türkiye’de İki Boyutlu Animasyon (Çizgi Film) sektörünün incelenmesi ve bir anket çalışması” başlıklı tez çalışmam süresince, değerli fikirleri, bilgi ve yardımlarıyla çalışmalarımı yönlendiren, desteğini esirgemeyen danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Beste ÇOK’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Tez çalışmam sırasında yardımlarını sunan, tecrübeleriyle destek olan Prof. Dr. Levent MERÇİN, Prof. Dr. Fethi KABA, Prof. Dr. Selda MANT MENAY, Doç. Dr. Sabahattin ÇALIŞKAN, Dr. Öğr. Üyesi Nurullah ARI, Dr. Öğr. Üyesi Ali Aycan GÜRBÜZ, Doç. İsmet YÜKSEL, Öğr. Gör. Ceyda BAYRAKDAR, Prof. Dr. Yaşar USLU, Öğr. Gör. Figen YAVUZ, Av. Necmettin KOÇ ve Bahadır SOYER’e en derin şükranlarımı sunarım.

Tez araştırmalarımın destek olan Berat İLK, Özgül GÜRBÜZ, Cengiz YILMAZ, Eren SARITAŞ, Jaki BARUH, Emre KONYALI, Mustafa Yavuz GÜL, Furkan ÇEKMECE, Dilan SARI başta olmak üzere tüm meslektaşlarıma, teze devam etmeme destek sağlayan aileme ve arkadaşlarım Bessey AKDAL ve Ramazan KALKAVAN’a sonsuz teşekkürler.

## İÇİNDEKİLER

### Sayfa

|                         |      |
|-------------------------|------|
| ÖZET.....               | v    |
| ABSTRACT .....          | vi   |
| TABLolar LİSTESİ.....   | xi   |
| ŞEKİLLER LİSTESİ.....   | xii  |
| GÖRSELLER LİSTESİ ..... | xiii |
| GİRİŞ .....             | 1    |

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TARİHTEN GÜNÜMÜZE TÜRKİYE’DE İKİ BOYUTLU ÇİZGİ FİLM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1. TARİHSEL GENEL BAKIŞ .....                                                 | 6  |
| 1.1.1. Çizgi Film Sektörüne Genel Bakış .....                                   | 6  |
| 1.1.2. Türk Çizgi Film Sektörünün Gelişim Süreci .....                          | 17 |
| 1.1.3. Türk Çizgi Film Sektörünün Tarihi .....                                  | 18 |
| 1.2. KÜLTÜR VE ÇİZGİ FİLM İLİŞKİSİ .....                                        | 31 |
| 1.2.1. Çizgi Filmlerde Türk Kültür Unsurları .....                              | 31 |
| 1.2.2. Türk Kültürel Kimliğinin Korunması .....                                 | 31 |
| 1.2.3. Kültürel ve Toplumsal Faktörlerin Çizgi Filmlere Etkileri .....          | 33 |
| 1.2.4. Kültür Politikalarının Güçlendirilmesi .....                             | 36 |
| 1.2.5. Küresel Hedef Kitlelere Uyum Sağlamak .....                              | 37 |
| 1.2.6. Yerel ve Uluslararası Temaların Dengelenmesi .....                       | 37 |
| 1.3. TÜRKİYE’DEKİ ANİMASYON EĞİTİMİ .....                                       | 38 |
| 1.3.1. Animasyon Okulları ve Programları .....                                  | 38 |
| 1.3.2. Endüstri Odaklı Eğitim Girişimleri .....                                 | 40 |
| 1.4. SEKTÖRDEKİ ÇALIŞMALARIN DURUMU .....                                       | 41 |
| 1.4.1. Son On Yılda Yapılmış Yerli Yapım İki Boyutlu Başarılı Çizgi Filmler ... | 41 |
| 1.4.2. Ulusal ve Uluslararası Yarışmalara Katılım .....                         | 41 |

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜRKİYE’DE İKİ BOYUTLU ÇİZGİ FİLM SEKTÖRÜNÜN FIRSATLARI VE SORUNLARI

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| 2.1. PAZARLAMA VE KİTLE İLETİŞİM .....               | 44 |
| 2.1.1. Sosyal Medyayı Tanıtım Amaçlı Kullanmak ..... | 44 |
| 2.1.2. Hayran Toplulukları ve Satış .....            | 45 |

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.3. Dağıtım Kanallarının Çeşitlendirilmesi.....                     | 47        |
| 2.1.4. Yurtiçi ve Uluslararası İzleyici .....                          | 48        |
| 2.1.5. Gelişen Piyasalar ve Trendler .....                             | 48        |
| <b>2.2. EKONOMİK FAKTÖRLER.....</b>                                    | <b>49</b> |
| 2.2.1. Pazar Büyüklüğü ve Gelir.....                                   | 49        |
| 2.2.2. Uluslararası İş Birliği ve Ticaret .....                        | 59        |
| 2.2.3. Sektördeki Ekonomik Zorluklar .....                             | 60        |
| 2.2.4. Stüdyoların Karşılaştığı Zorluklar .....                        | 60        |
| 2.2.5. Sektörün Büyümesi ve Desteklenmesi için Finansal Öneriler ..... | 63        |
| <b>2.3. DEVLET DESTEKLERİ VE ENDÜSTRİ İŞ BİRLİKLERİ .....</b>          | <b>66</b> |
| 2.3.1. Çizgi Film Üretimine Yönelik Destek ve Teşvikler .....          | 66        |
| 2.3.2. Stüdyolar Arası İş Birliklerinin Teşvik Edilmesi .....          | 67        |
| 2.3.3. Çizgi Film Endüstrisi ve Akademi İş Birlikleri.....             | 69        |
| 2.3.4. Farklı Sektörler Arası Ortaklıklar .....                        | 69        |
| 2.3.5. Pazarı Genişletmeye Yönelik Uluslararası Ortak Yapımlar.....    | 71        |
| <b>2.4. TELİF HAKLARI YASALARI.....</b>                                | <b>72</b> |
| 2.4.1. Telif Hakkı Yasalarının Korunması ve Güçlendirilmesi .....      | 72        |
| 2.4.2. Korsanlık ve Telif Hakkı İhlali .....                           | 73        |
| <b>2.5. TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN SEKTÖRE ETKİSİ .....</b>               | <b>74</b> |
| 2.5.1. Animasyon Teknolojilerinin Gelişimi ve Yatırım.....             | 74        |
| 2.5.2. Dijitalleşmenin ve Yeni Teknolojilerin Sektöre Etkisi.....      | 75        |
| 2.5.3. Türkiye’de Teknolojik Alt Yapı Eksikliği.....                   | 77        |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### SEKTÖRDEKİ FİRMALARLA YAPILAN GÖRÜŞMELER VE BULGULAR

|                                                                                                                                                                                                      |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>3.1. SORULAR .....</b>                                                                                                                                                                            | <b>80</b> |
| <b>3.2. GÖRÜŞME SORULARINA VERİLEN CEVAPLAR.....</b>                                                                                                                                                 | <b>80</b> |
| 3.2.1. Kendinizi ve Firmanızı Tanıtınız? .....                                                                                                                                                       | 80        |
| 3.2.2. Türkiye’de Sektörün ve Firmanızın Yaratım, Tasarım ve Üretim Sürecini Nasıl Değerlendiriyorsunuz? Yeterli Nitelikli Personele Sahip misiniz? Hangi Çalışma Modelini Tercih Ediyorsunuz? ..... | 84        |
| 3.2.3. Teknolojik Alt Yapınız Yeterli mi? Karşılaştığınız Sorunlar Oldu mu? .....                                                                                                                    | 88        |
| 3.2.4. Film Üretimi ve Teknik Alt Yapı İçin Bugüne Kadar Hiç Hibe Destek ve Yatırım Aldınız mı? .....                                                                                                | 89        |
| 3.2.5. Sektörde Ne Gibi Sorunlarla Karşılaştınız? Çözüm Önerileriniz Nelerdir? .....                                                                                                                 | 89        |
| 3.2.6. Ulusal Stüdyolarla İş Birlikleriniz Bulunuyor mu? Var ise Ne Tür Birliktelikler Yapıyorsunuz?.....                                                                                            | 94        |

|                                                                                                                                                              |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.2.7. Firmanız ve Çalışmalarınız Uluslararası Pazara Ulaşabildi mi?<br>Uluslararası İş Birlikleriniz Var mı? Bu Konuda Ne Tür Çalışmalar<br>Yaptınız? ..... | 95         |
| 3.2.8. Telif Hakkı ve Hukuki Sorunlarla Karşılaştınız mı? .....                                                                                              | 97         |
| 3.2.9. Pazarlama Konusunda Yaptığınız Çalışmalar ve Karşılaştığınız<br>Sorunlar Nelerdir?.....                                                               | 98         |
| 3.2.10. Sektördeki Gelecek Planlarınız Nelerdir? .....                                                                                                       | 99         |
| <b>3.3.BULGULAR .....</b>                                                                                                                                    | <b>100</b> |
| <b>SONUÇ .....</b>                                                                                                                                           | <b>103</b> |
| <b>EKLER.....</b>                                                                                                                                            | <b>106</b> |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>                                                                                                                                        | <b>110</b> |
| <b>DİZİN .....</b>                                                                                                                                           | <b>115</b> |

**TABLolar LİSTESİ****Sayfa**

|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 1.1:</b> Türkiye’de Animasyon Bölümü Olan Üniversiteler.....                                                | 40 |
| <b>Tablo 1.2:</b> Türkiye’de 2013-2023 Yılları Arasında, İki Boyutlu Animasyon Türünde<br>Yapılmış Olan Filmler..... | 41 |



## ŞEKİLLER LİSTESİ

### Sayfa

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Şekil 1.1:</b> Türkiye’deki Animasyon Stüdyolarının Yarışmalara Katılım Durumu.....           | 42 |
| <b>Şekil 2.1:</b> Yıllık Satış Hasılatı (TL).....                                                | 56 |
| <b>Şekil 2.2:</b> TRT Çocuk ile Yürütülen Projeler Firmaların Toplam Projelerinine<br>Oranı..... | 56 |
| <b>Şekil 2.3:</b> İhraç Hizmetleri Oranı.....                                                    | 57 |
| <b>Şekil 2.4:</b> Alınan Destek Oranları.....                                                    | 57 |
| <b>Şekil 2.5:</b> Animasyon Sektörünün Gelişmesi İçin Öncelikli İhtiyaçlar.....                  | 57 |



## GÖRSELLER LİSTESİ

|                                                                                                                                        | <u>Sayfa</u> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>Görsel 1.1:</b> Koşan Domuz, Altimira.....                                                                                          | 7            |
| <b>Görsel 1.2:</b> Yüzyıl Kircher'in Sihirli Feneri .....                                                                              | 8            |
| <b>Görsel 1.3:</b> Magic Lantern (Magic Shadows'dan Kircher'in Sihirli Feneri, Quigley<br>Publishing Company, Inc.'in İzniyle).....    | 8            |
| <b>Görsel 1.4:</b> Thaumatrope (19.Yüzyıl) .....                                                                                       | 9            |
| <b>Görsel 1.5:</b> Eadweard Muybridge Tarafından Yapılmış Bir Phenakistoscop, 1893 ve<br>Viktorya Dönemi Zoetrope Repröduksiyonu ..... | 10           |
| <b>Görsel 1.6:</b> Mutoscope Makinesi .....                                                                                            | 10           |
| <b>Görsel 1.7:</b> Tek Sütunlu Animasyon Film Yapım Stantı, Oxberry Technical'ın<br>İzniyle.....                                       | 11           |
| <b>Görsel 1.8:</b> Zoetrope Örneği ve Reynaud, Charles- Emile “Pauvre Pierro” 1892 .....                                               | 11           |
| <b>Görsel 1.9:</b> Stuart Blackton'un “Humorous Phases of Funny Faces”den Kareler<br>1906.....                                         | 12           |
| <b>Görsel 1.10:</b> Emile Cohl'un 1908'de Çizdiği Çöp Adam Karakterleri.....                                                           | 13           |
| <b>Görsel 1.11:</b> Emile Cohl'un “Fantasmagorie” Filminden Örnek Bir Kare (1908) .....                                                | 13           |
| <b>Görsel 1.12:</b> Emile Cohl'un “The Hasher's Delirium” Filminden Örnek Bir Kare<br>(1910) .....                                     | 14           |
| <b>Görsel 1.13:</b> McCay "Gertie the Dinosaur" (1914) ve McCay "Gertie the Dinosaur"<br>Orijinal Çizimleri (336. Kare).....           | 15           |
| <b>Görsel 1.14:</b> Disney'in Mickey Mouse Karakteri .....                                                                             | 15           |
| <b>Görsel 1.15:</b> Nezih Danyal, Globanatolizeyşin Başlıklı Karikatür Albümünde Yer<br>Alan “Hacivat ve Karagöz” .....                | 18           |
| <b>Görsel 1.16:</b> Cemal Nadir Güler (1902-1947) ve Güler'in “Amca Bey” Tiplemesi.....                                                | 19           |
| <b>Görsel 1.17:</b> 1947- Zeybek Oyunu Filminin Atölye Çalışmaları.....                                                                | 20           |
| <b>Görsel 1.18:</b> Evvel Zaman İçinde Filminin Atölyesinden Bir Kare.....                                                             | 20           |
| <b>Görsel 1.19:</b> Evvel Zaman İçinde Filminden Tasarım Örnekleri.....                                                                | 21           |
| <b>Görsel 1.20:</b> Türk Sinemasının İlk Uzun Metrajlı Çizgi Filmi: “Evvel Zaman İçinde”<br>Kitap Kapağı .....                         | 21           |
| <b>Görsel 1.21:</b> Tonguç Yaşar (1932-2019) “Amentü Gemisi Nasıl Yürüdü” Filmi,<br>1970.....                                          | 22           |

|                                                                                                                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Görsel 1.22:</b> Derviş Pasin ve Ateş Benice'nin "Az Gittik Uz Gittik" TRT'de<br>Yayınlanan Nasrettin Hoca Serisinden Bir Kare.....                                                               | 23 |
| <b>Görsel 1.23:</b> Tan Oral 1937 (86 yaşında) .....                                                                                                                                                 | 24 |
| <b>Görsel 1.24:</b> Hal Barwood'un "Bir Çocuğun Evrene Girişi" Güney Kaliforniya<br>Üniversitesi'nin İzniyle; Abidin Dino Karikatürü .....                                                           | 25 |
| <b>Görsel 1.25:</b> Eskişehir Anadolu Üniversitesi GSF Animasyon Bölümü Erim Gözen<br>Atölyesi .....                                                                                                 | 26 |
| <b>Görsel 1.26:</b> Tahsin Özgür'ün "Kebababula" .....                                                                                                                                               | 27 |
| <b>Görsel 1.27:</b> Tahsin Özgür 1956 (68 Yaşında) .....                                                                                                                                             | 28 |
| <b>Görsel 1.28:</b> Tahsin Özgür 1999 Tarzan (Yapım: Walt Disney) .....                                                                                                                              | 28 |
| <b>Görsel 1.29:</b> Dream Works Şirketinin Ortaklarından Biri Olan Şahin ERSÖZ<br>Hazırladığı Örümcek Adam (Televizyon Serisi) Sony Imageworks<br>Entertainment İçin Yapılan Storyboard Örneği ..... | 29 |
| <b>Görsel 1.30:</b> Kral Şakir.....                                                                                                                                                                  | 30 |
| <b>Görsel 1.31:</b> Superman ve Yandım Ali .....                                                                                                                                                     | 33 |
| <b>Görsel 1.32:</b> Hayao Miyazaki – Ruhların Kaçışı (Spirit Away) .....                                                                                                                             | 34 |
| <b>Görsel 1.33:</b> Matt Groening -"Simpsonlar" .....                                                                                                                                                | 35 |
| <b>Görsel 1.34:</b> Özge Burçin AKDENİZ – İlk Roketi yapan Türk Lagari Hasan Çelebi...35                                                                                                             |    |
| <b>Görsel 2.1:</b> 2024 Haritadaki Pazar Büyüklüğü.....                                                                                                                                              | 50 |
| <b>Görsel 2.2:</b> Animasyon pazar istatistikleri .....                                                                                                                                              | 50 |
| <b>Görsel 2.3:</b> Dünya Animasyon Sektörü Pazar Büyüme Oranı .....                                                                                                                                  | 51 |
| <b>Görsel 2.4:</b> Pazardaki Dönüşüm Oranı (2023) .....                                                                                                                                              | 52 |
| <b>Görsel 2.5:</b> Uluslararası Hasılatlara Örnekler .....                                                                                                                                           | 53 |
| <b>Görsel 2.6:</b> Ulusal Hasılatlara Örnekler .....                                                                                                                                                 | 53 |
| <b>Görsel 2.7:</b> Türk Oyun Şirketi Veloxia 3 Milyon Dolar Yatırım Aldı.....                                                                                                                        | 62 |
| <b>Görsel 2.8:</b> Muhafakatname .....                                                                                                                                                               | 73 |



**TEZ METNİ**

## GİRİŞ

Türkiye'deki iki boyutlu animasyon (çizgi film) sektörünün önemli dinamikleri açısından değerlendirilmesi ve incelenmesi amaçlamaktadır. Animasyonun sanatsal ve ekonomik değerinin ortaya konması, sektörün geçmişi ve bugününün analiz edilmesi, Türk animasyonunun kültürel zenginliklere katkısının değerlendirilmesi, bu tezin temel hedeflerindendir.

Ayrıca, tez kapsamında sektörün gelişimi, güçlü yanları, sorunları ve sektörde faaliyet gösteren profesyonellerin görüşleri alınarak, daha detaylı bir şekilde irdelenmiştir. Elde edilen veriler, Türkiye'deki iki boyutlu animasyon sektörünün genel bir çerçevesini sunmak ve sektörün gelecekteki potansiyelini değerlendirmek adına önemli bir kaynaktır.

### Tanımlar

Türkçeye genellikle canlandırma olarak çevrilen animasyon, anlamına bakıldığında TDK'ya göre “*tek tek resimleri ya da hareketsiz nesneleri, filmin gösterilmesi sırasında hareket ediyormuş duygusunu verecek biçimde düzenleme ve filme aktarma işi*” şeklinde tanımlanmıştır. Literatürde yapılan diğer tanımlamalar da TDK'nin tanımını ile benzerlik göstermektedir (<https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/animasyon-sektoru-raporu-2022/2736>, 2024).

Fransızca kökenli olan animasyon terimi Türk Dil Kurumunca “canlandırma” olarak karşılanmaktadır. Animasyon en basit tanımıyla ufak hareket farklılıklarıyla birbiri ardına dizilmiş durağan karelerin oluşturduğu hareket yanılsaması prensibi üzerine kurulu olan bir sinema türüdür (<http://tdkterim.gov.tr>, 2024).

Türkiye'deki genel algıya göre iki boyutlu animasyonlar “çizgi film”, üç boyutlu bilgisayar animasyonları ise “animasyon film” olarak nitelendirilmektedir. “Animasyonun Önlenemez Yükselişi” adlı kitabının yazarı Özge Samancı'ya göre “çizgi film” animasyon sinemasının sınırlı bir kısmını karşılayan ve temelde çizgiye dayanan iki boyutlu animasyondur (Samancı, 2004, s. xii).

Canlandırma film, salt; grafik sanatçıların asetat ya da kâğıt yapraklara hareket evrelerinin kendi düzenlemeleriyle yeniden canlandırılması anlamında kullanır (İlgaz, 1997, s. 9).

Canlı ya da cansız nesneleri canlandırmak ya da onlara yeni bir kimlik verme işlemidir. Canlandırma, hareket eden çizgiler sanatı değil, çizilmiş olanların hareketlendirilmesi sanatıdır (Güler, 1992).

Çizgi film; hareketli görüntülerin çizilerek oluşturulduğu ve günümüzde genellikle bilgisayar ortamında çizilen karakterlerin tıpkı bir kukla gibi hareket ettirilerek, kare kare kaydedilmesi sonrasında bu karelerin sürekli hareket ediyor izlenimi verilerek oluşturulan sinema türüdür. (Alicenap, 2004).

Bu nedenle bu tez çalışmasında, el çizimi animasyonlar, bilgisayar destekli iki boyutlu dizi ve film niteliğindeki animasyonlar “çizgi film ” olarak nitelendirilmiş, “çizgi film ve animasyon film” diye bir ayrım gözetilmemiştir.

### **Çalışmanın Önemi**

Türkiye'nin iki boyutlu çizgi film endüstrisinin dinamiklerini geliştirmek isteyen sanatçılar, eğitim kurumları, paydaşlar, yapımcılar, endüstriyel tüccarlar için stratejik bir rehberlik sunmaktadır. Animasyon sektörü, ekonomik kalkınmaya olan katkısının yanı sıra kültürel zenginliği artırma potansiyeline sahiptir. Bu tez, sektördeki güçlü ve zayıf yönleri ortaya koyarak, sorunlara odaklanmak yerine çözümlere odaklanmayı amaçlamaktadır.

Ekonomik, kültürel ve teknolojik değişimlerin hızla yaşandığı günümüzde, Türkiye'nin animasyon sektörü, ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet edebilir ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulmalıdır. Bu bağlamda, tezin amacı, sektördeki güçlü ve zayıf yönleri anlamak, sorunları belirlemek ve önerilen çözümlerle sektörü daha güçlü ve rekabetçi hale getirmektir.

Sonuç olarak, bu tez, Türkiye'nin iki boyutlu animasyon sektörünü güçlendirmek ve küresel arenada daha etkin bir konuma getirmek için somut adımlar atmaya yönelik bir rehberlik sunmaktadır.

Animasyonun sadece bir eğlence biçimi değil, aynı zamanda ekonomik ve kültürel bir güç olarak nasıl değerlendirilebileceği konusunda kapsamlı bir anlayış sağlamak amacıyla bu çalışma önemli bir kaynaktır.

### **Amaç ve Kapsam**

Bu tez, Türkiye'de iki boyutlu çizgi dizi ve sinema endüstrisinin karşı karşıya olduğu çok yönlü zorlukları araştırmakta, büyüme ve sürdürülebilirliği teşvik etmek için

uygulanabilir çözümler önermektedir. Ekonomik, kültürel, teknolojik ve eğitimsel faktörlerin kapsamlı bir analizi yoluyla bu çalışma, mevcut sorunlara ışık tutmayı ve sektör paydaşlarına pratik öneriler sunmayı amaçlamaktadır.

Türkiye'deki iki boyutlu animasyon sektörünü geniş bir perspektiften ele alarak; Türk çizgi film sektörünün tarihsel gelişimini, evrimini, şu anki durumunu, eğitimini, kültürel faktörlerini, mevcut stüdyolarını, yapımlarını, başarı öykülerini, sektördeki sorunları ve karşılaşılan engelleri, tezin sonuçlarına dayanarak, sektördeki güçlü ve zayıf yanlar ile gelecekteki sektörün potansiyellerini, inceleme ve irdelemeyi kapsamaktadır.

Bu tez, Türkiye'deki iki boyutlu animasyon sektörünün genel bir portresini çizerek sektörün sürdürülebilir gelişimine katkı sağlayan değerli bilgiler sunar.

## **Yöntem**

Bu çalışmada “Literatür taraması”, “Belge Analizi”, “Araştırma ve gözlem”, “Görüşme” yöntemleri kullanılmıştır.

Literatür taraması yöntemiyle; Türkiye'deki iki boyutlu çizgi film sektörü hakkında daha önce yapılmış çalışmalar ve sektörle ilgili mevcut tezler incelenmiştir.

Belge Analizi yöntemiyle; sektörle ilgili belgeleri, raporları, makaleleri ve diğer yazılı kaynakları inceleyerek sektörün tarihi, yapısal özellikleri, ekonomik etkileri belirlenmiştir.

Araştırma ve gözlem yöntemiyle; sektörde faaliyet gösteren iki boyutlu çizgi film stüdyoları ziyaret edilerek, yapılan projeler gözlemlenmiş ve sektördeki profesyonellerle görüşmelere dayanarak sektördeki deneyimler ve görüşler değerlendirilmiştir.

Görüşme yöntemiyle; sektördeki profesyoneller, animasyon öğrencileri, potansiyel izleyici kitlesi ve BEBKA Kalkınma Ajansının 2022 de düzenlemiş olduğu anket çalışması incelenerek sektörle ilgili bakış açısı elde edilmiştir.

Bu yöntemlerle, Türkiye'deki iki boyutlu çizgi film sektörü kapsamlı bir şekilde analiz edilmiş, sektörün güçlü ve zayıf yönleri belirlenerek, bulgular sonucunda sektörün gelecekteki gelişimini şekillendirmek için kapsamlı bir kaynak oluşturulmuştur.

Araştırmanın görüşme kısmında ise; alanında uzman kişilerin görüşleri sonucunda görüşme soruları hazırlanmıştır. Ayrıca araştırmacı, alan uzmanıyla beraber soruların uygulanacağı kişiler belirlenmiştir. Belirlenen bu kişilerin isimleri yazılmamış

olup etik açısından uygun olmayacağı düşünülmektedir. Görüşmeye katılan kişiler; A1, A2, A3, A4, A5 şeklinde 5 katılımcı olarak belirlenmiştir.

Görüşme soruları aşağıda verilmiştir.

1. Kendinizi ve firmanızı tanıtınız?
2. Türkiye’de sektörün ve firmanızın yaratım, tasarım ve üretim sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz? Yeterli nitelikli personele sahip misiniz? Hangi çalışma modelini tercih ediyorsunuz?
3. Teknolojik alt yapınız yeterli mi? Karşılaştığınız sorunlar oldu mu?
4. Film üretimi ve teknik alt yapı için bugüne kadar hiç hibe destek ve yatırım aldınız mı?
5. Sektörde ne gibi sorunlarla karşılaştınız? Çözüm önerileriniz nelerdir?
6. Ulusal stüdyolarla iş birlikleriniz bulunuyor mu? Var ise ne tür birliktelikler yapıyorsunuz?
7. Firmanız ve çalışmalarınız uluslararası pazara ulaşabildi mi? Uluslararası iş birlikleriniz var mı? Bu konuda ne tür çalışmalar yaptınız?
8. Telif hakkı ve hukuki sorunlarla karşılaştınız mı?
9. Pazarlama konusunda yaptığınız çalışmalar ve karşılaştığınız sorunlar nelerdir?
10. Sektördeki gelecek planlarınız nelerdir?



**BİRİNCİ BÖLÜM**  
**TARİHTEN GÜNÜMÜZE TÜRKİYE’DE İKİ BOYUTLU ÇİZGİ FİLM**  
**SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ**

## 1.1. TARİHSEL GENEL BAKIŞ

### 1.1.1. Çizgi Film Sektörüne Genel Bakış

Uluslararası icatlar, gelişmeler ve yapılan eserlerin Türkiye’de izlenme olanağının sağlanması, sektörün oluşmasına ve gelişmesine katkı sağlamaktadır. Çok eski çağlardan beri insanlık, durağan karelerle hareketi tanımlanma çabası içinde olmuştur. Bunun en belirgin örnekleri mağara resimlerinde görülmektedir.

Başlangıçta, mağara insanı, pterodaktil taşın yerinden oynayıp ona doğru yuvarlanmasıyla birlikte, resmetmiş olduğu primitif çizimlerin hareketleriyle karşılaşmıştır. Böylece Animasyon yaratılmış veya belki de keşfedilmiştir (Davis, 2006).

Paleolitik yani Yontma Taş devrine ait mağara resimlerinde ilk olarak durağan resimlerle hareket tanımı gözlemlenmektedir.

Bronz Çağı’nda M.Ö 5200 yıllarında Pers’lere ait bazı çömlekler üzerinde çeşitli hayvanların hareketleri sıralı şekilde resmedilerek hareket tasvirleri yapılmıştır.

Günümüzden 4000 sene öncesinde Mısır duvar resimlerinde de figürler aracılığıyla hikâyelerin kare kare çizildiği tarihi örnekler bulunmaktadır (Thomas, 1992, s. 17).

Bu tarih öncesi sanatçıları, Altamira, Lascaux gibi birçok mağaranın duvarında içgüdüsel olarak çizdikleri resimlerini canlandırmaya çalışmışlardır. Mağara adamı sanatçı haline gelerek bir estetik anlayış geliştirmiş ve durağan figürler onu tatmin etmemiş ve sürekli bir çaba ile çizdiği figürlerin canlı gibi görünmesine özen göstermiştir. (Madsen, 1969, s. 3), John Halas'ın yorumuna göre de, *"yarattıklarının içine hayatın canlılığını vermeye çalışarak belki de tanrılarla büyük bir gizi paylaşmanın umudunu yaşamışlardı"* (Halas, 1976, s. 23; Kaba, 1992, s. 6).

**Görsel 1.1:** Koşan Domuz, Altimira



**Kaynak:** (Madsen, 1969, s. 3).

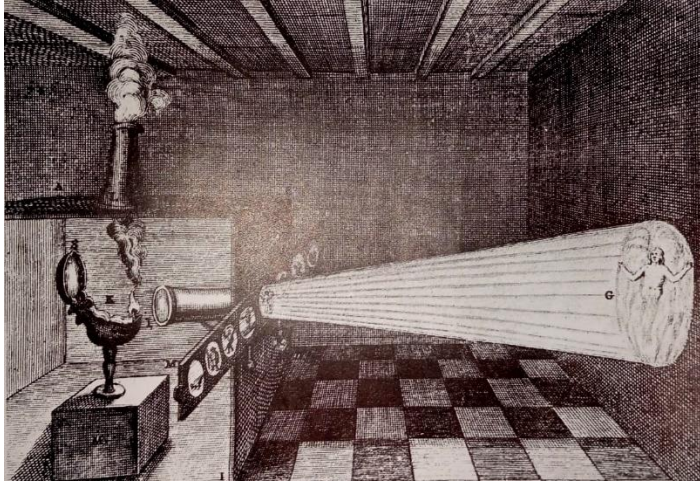
1659'da sihirli fener cihazı Christiaan Huygens tarafından icat edilmiştir ([https://tr2tr.wiki/wiki/Magic\\_lantern](https://tr2tr.wiki/wiki/Magic_lantern), 2024).

Kircher rahip arkadaşları için bir gösteri düzenledi. Slaytlara bir dizi resim çizdi ve buna direniş unsuru olarak çok iyi yapılmış bir şeytan çizimini ekledi. Bu büyük bir dini çatışma dönemi idi ve Kircher beklediğinden daha fazla tepki aldı. Rahipler kargaşaya sürüklendi Kircher'ı büyücülük ve şeytanla gizli anlaşma yapmakla suçladılar ve kilise yetkililerine onun kara sanatlarla uğraştığı konusunda şikâyetle bulundular (Madsen, 1969, s. 5-6)

Bu cihazın çalışma sistemini anlatan ve konuya açıklık getiren *Ars Magna Lucis, et Umbrae*'yi (Büyük Işık ve Gölge Sanatı) 1671'deki baskısında yayınlamıştır. Bu eserde ışık, mercek, ayna, yansıma ve kırılma kavramlarını incelemiş, bu kavramları görmenin doğası, gözün yapısıyla ilişkilendirmiştir ([https://en.wikipedia.org/wiki/Ars\\_Magna\\_Lucis\\_et\\_Umbrae](https://en.wikipedia.org/wiki/Ars_Magna_Lucis_et_Umbrae), 2024).

Sihirli fener, şeytanın bir aracı olarak değil, mekanik bir alet olarak kabul edilmiş ve bir eğlence aracı olarak hemen kullanım alanı bulmuştur. Gezici şovmenler Avrupa çapında sihirli fenerler taşımaya başlamış ve popüler çağdaş oyunları gösteren slaytlarla izleyicileri memnun etmişlerdir (Madsen, 1969, s. 5-6).

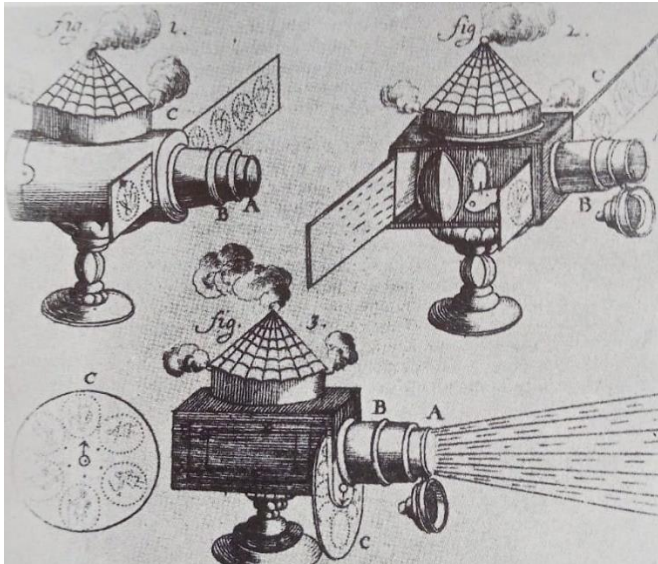
**Görsel 1.2:** Kircher'in Sihirli Feneri



**Kaynak:** (Madsen, 1969, s. 5).

Bir sonraki aşama, hareketli filmlerin ve animasyonun geliştirilmesinde Gaspar Schott'un hareketli görüntüleri sunan bir projektörün icadıdır. Çizimlerin bir tekerleğe monte edilmesiyle Kircher'in cihazına bir iyileştirme eklenir, böylece çizimler hızla döndürülmekte ve böylece hızla yansıtılabilmektedir.

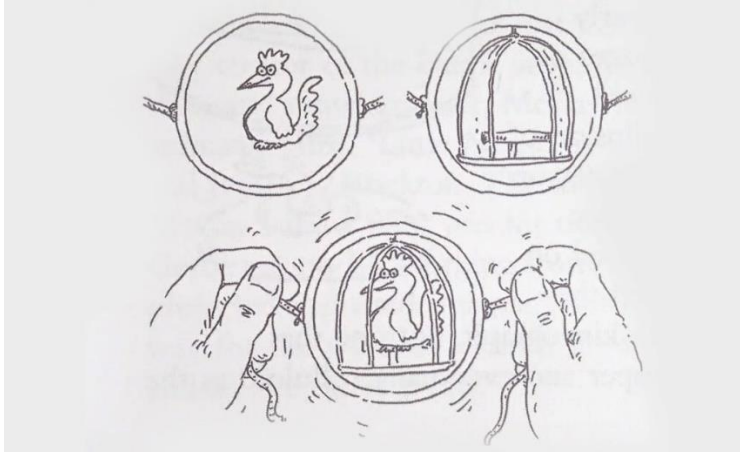
**Görsel 1.3:** Magic Lantern (Magic Shadows'dan Kircher'in Sihirli Feneri, Quigley Publishing Company, Inc.'in İzniyle)



**Kaynak:** (Madsen, 1969, s. 6).

“Thaumatrope”; İki boyutlu görüntülerden oluşan bir dizide animasyon üreten bir cihazdır (Madsen, 1969, s. 6.)

**Görsel 1.4:** Thaumatrope (19.Yüzyıl)



**Kaynak:** (Davis, 2006, s. 15).

“Thaumatrope”, (1924) bir tarafında bir kuş, diğer tarafında boş bir kuş kafesi bulunan yaklaşık yarım dolar büyüklüğünde (yaklaşık 1,25-1,50 inç çapında) bir disk. Diskin her iki tarafına da bir ip iliştilir. Tellerin bükülüp, çarkın hızla dönmesi ve görüntülerin tek bir görüntüde görünmesine neden olur. Böylece kuşun kafesin içindeymiş gibi görünmesine neden olur. İnsan gözü, eğer hızlı hareket ediyorsa, iyi aydınlatılmışsa ve düzenli aralıklarla kesintiye uğramışsa, bir dizi görüntüyü tek bir hareketli görüntüde harmanlayabilir (Davis, 2006, s. 15).

M.S. 180 yıllarında animasyon sinemasının ilk temelleri Çin’li Thig Huan tarafından icat edilen ilk “zoetrope” isimli alet ile atılmıştır. Hareket yanılsamasını sağlayan bu buluş tarihte ilk kez içine yerleştirilen sıralı görüntülerin belirli bir hızla çevrilmesi prensibiyle çalışmaktadır. 1831 yılında Joseph Plateau ve Simon von Stampfer tarafından icat edilen phenakistoscope, daire biçiminde bir kâğıdın etrafına sırayla resmedilmiş hareketlerin el ile döndürülmesiyle hareket ederken diğer bir icattır. Bu buluş, 1834 yılında zoetrope George Horner tarafından geliştirilmiş ve halen günümüzde animasyon eğitimine yeni başlayanlar için örnek olarak gösterilmektedir.

**Görsel 1.5:** Eadweard Muybridge Tarafından Yapılmış Bir Phenakistoscop, 1893 ve Viktorya Dönemi Zoetrope Repröduksiyonu.



**Kaynak:** (wikipedia.org, 2024; Zoetrope Was Patented by William Lincoln in 1867 Celebrate and Learn).

1894 yılında “mutoscope”, el ile çevrilen bir kol sayesinde sadece tek bir kişi tarafından izlenebilir bir kutu içerisinde dizilmiş resimleri hareketli gösteren bir eğlence aleti olarak bilinmektedir.

**Görsel 1.6:** Mutoscope Makinesi



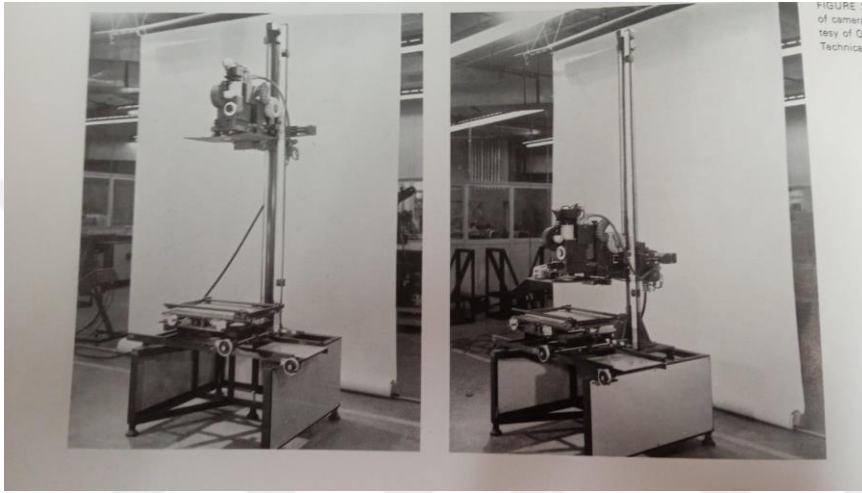
**Kaynak:**(<https://arch365bilgi.blogspot.com/2016/03/mutoscope-giphoscope.html>, 2024).

1877 yılında Charles-Émile Reynaud tarafından icat edilen gelişmiş bir modeli olan paraksinoscope, zoetropun aleti, “zoetrop”la aynı teknolojiyi kullanmasına rağmen tek farkı dönen silindirin içine aynalar yerleştirilmesi görüntüyü daha net kılarak animasyonun takibini kolaylaştırmıştır.

Sinema sanatının bir kolu olarak var olan animasyon sineması, kullandığı farklı teknik ve teknolojilerle hayal gücünün tüm zenginliklerini yarattığı farklı biçemlerle izleyici kitlesine sunmaktadır (Kaba, 2002).

Magic Lantern, Thaumatrope, Zoetrope, Mutoscope, animasyon kameraları, stantları ve Numatik gibi cihazlar yerini günümüz teknolojisinde bilgisayarlı ve yapay zekâ destekli animasyon uygulamalarına bırakmıştır.

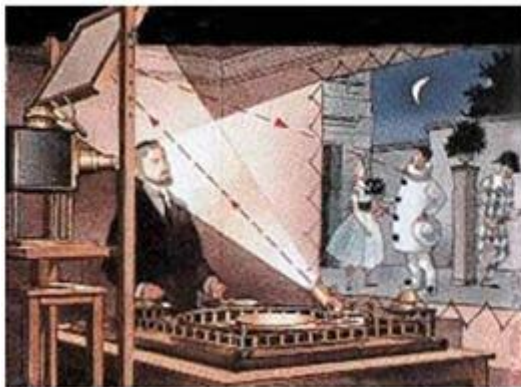
**Görsel 1.7:** Tek Sütunlu Animasyon Film Yapım Stantı, Oxberry Technical’ın İzniyle



**Kaynak:** (Madsen, 1969, s. 40).

1918 yılında Paris Grévin müzesinde izleyiciye sunulan Reynaud’ un Pauvre Pierrot’u (1892) ilk animasyon filmlerinden biridir. Film beş dakika ve beş yüz kare resmin tek tek renklendirilmesi ve art arda dizilmesiyle yapılmıştır.

**Görsel 1.8:** Zoetrope Örneği ve Reynaud, Charles- Emile “Pauvre Pierro” 1892



**Kaynak:** (<http://praxinoscope.free.fr/historiqueB.html>, 2024; [https://en.wikipedia.org/wiki/Pauvre\\_Pierrot](https://en.wikipedia.org/wiki/Pauvre_Pierrot), 2024).

Animasyon sineması, teknolojinin büyük gelişme gösterdiği 19. yüzyılda peş peşe icat edilmiş çeşitli yansıtma ve görüntüleme araçları sayesinde ilk temellerini atmıştır. İcat edilen bu araçlarla birlikte fotoğraf çizim veya çizim karelerinin arka arkaya oynatılmasıyla hareket yanılgısı oluşturulmuştur.

1906 yılında, James Stuart Blackton'un karatahta üzerine tebeşir ile önce çizilip sonra kare kare filme kaydedilen eseri "Humorous Phases of Funny Faces" ilk animasyon uygulamasıdır.

**Görsel 1.9:** Stuart Blackton'un "Humorous Phases of Funny Faces"den Kareler 1906

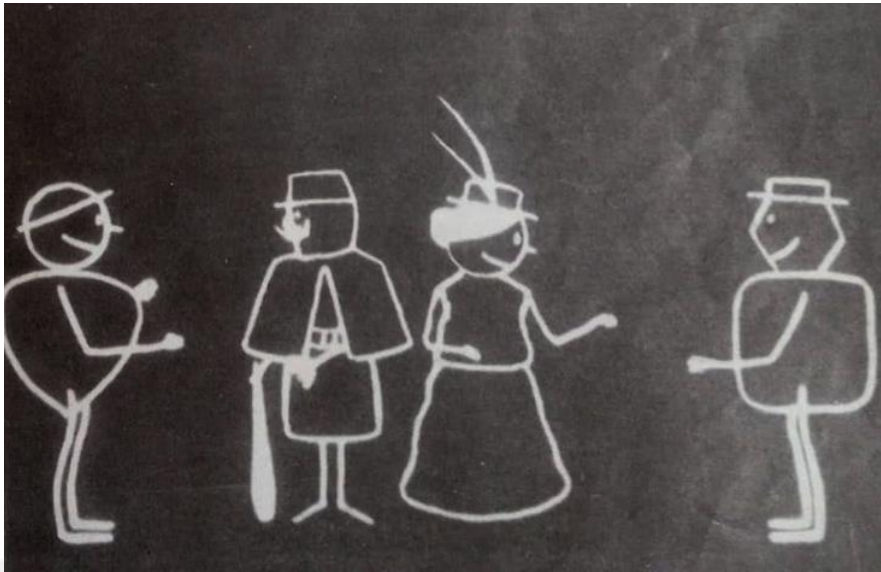


**Kaynak:** (<https://hdl.handle.net/11421/6576>, 2024).

Hâlâ ilk filmin kimin olduğu tartışılıyor olsa da birçok fikre göre animasyon sinemasının önderi olarak Emile Cohl gösterilmektedir. 1908 yılında yaptığı "Fantasmagorie" isimli eseri yaklaşık iki dakikalık bir animasyon filmidir (Kartal, 2010).

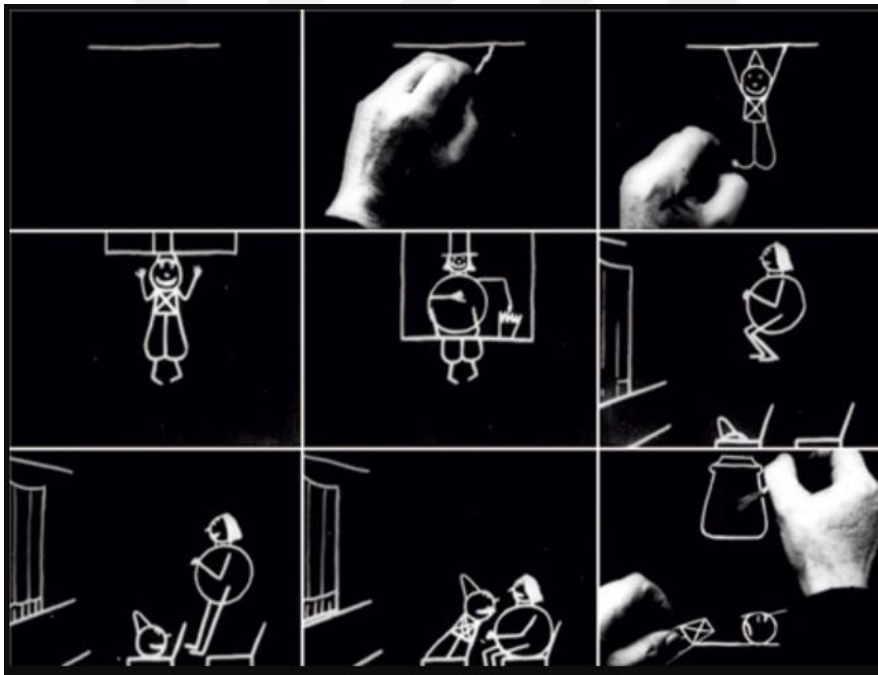
Doç. Sevil Ilgaz'a göre ise; Blackton'un bu buluşundan yararlanan ilk kişi, Emile Cohl olmuştur. Canlandırma filminin ilk büyük yaratıcılarından olan Emile Cohl, 17 Ağustos 1908 gibi erken bir tarihte Paris'teki Gimnase Tiyatrosunda çöpe benzeyen adamlarını, kara perdede oynatıp zıplatmaya başlar (Ilgaz, 2004, s. 11) (Görsel 1.10 ve Görsel 1.11).

**Görsel 1.10:** Emile Cohl'un 1908'de Çizdiği Çöp Adam Karakterleri



**Kaynak:** (Ilgaz, 1997, s. 11).

**Görsel 1.11:** Emile Cohl'un "Fantasmagorie" Filminden Örnek Bir Kare (1908)



**Kaynak:** (<https://thehelpfulteacher.blogspot.com/2018/09/the-history-of-animation-and-what-you.html?showComment=1536535225150>, 2024).

**Görsel 1.12:** Emile Cohl'un "The Hasher's Delirium" Filminden Örnek Bir Kare (1910)



**Kaynak:** ([https://m.imdb.com/title/tt0131024/?ref\\_=tt\\_sims\\_tt\\_i\\_1](https://m.imdb.com/title/tt0131024/?ref_=tt_sims_tt_i_1), 2024).

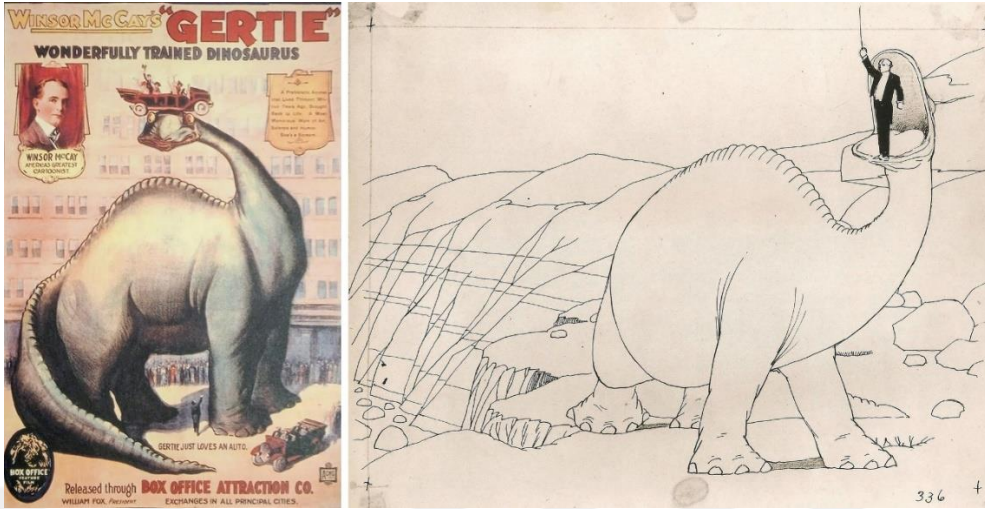
1910'da Cohl'un "The Hasher's Delirium" adlı animasyon filmi Fransa'dan sonra Amerika'ya giderek animasyon tekniğini tüm dünyada yayılmasını sağlamıştır. Bu filmde oluşturulan animasyon tekniği objelerin birbirine dönüşümüyle üretilmiştir (Kartal, 2010).

Bazı fikirlere göre; Emile Cohl gibi o dönemin sanatçılarının çalışmaları daha çok deneysel ve küçük denemeler olarak değerlendirilir.

McCay'in "Gertie the Dinosaur" (1914) ise yapılan ilk kısa metrajlı animasyon filmi olarak kabul edilmektedir. Canlandırma sinemasının sektör olarak anılmasını sağlayan ilk örnekler; Pat Sullivan'ın "Felix the Cat" (1919) ve ilk sesli çizgi film olan Walt Disney'in "Steamboat Willie" (1928) çizgi filmleridir (Williams, 2001, s. 16-17).

Animasyon filmleri, "Ses Bandı" (sound track) gelişinceye dek öz kimliğine kavuşamamıştır. Sesli filmin ilk on yıllık döneminde, en büyük animasyon ustası Walt Disney olmuştur. "Disney "Little Red Riding Hood'u, 1923'te kendi stüdyosunu kurduktan sonra yapmış ve senkronize olmuş tam sesli yapımın olanaklarını kullanabilmek için, ilk kısa metraj "Mickey Mouse'u 1928'e dek ertelemeyi uygun görmüştür (İlgaz, 1997, s. 12).

**Görsel 1.13:** McCay "Gertie the Dinosaur" (1914) ve McCay "Gertie the Dinosaur" Orijinal Çizimleri (336. Kare)



**Kaynak:** (Samancı, 2004 s, Giriş; [https://tr.pinterest.com/pin/4493045003\\_04570486/](https://tr.pinterest.com/pin/4493045003_04570486/) 2024).

1930 yılında Türkiye'ye sinema salonlarının girişiyle birlikte ilk çizgi film gösterimi 1932'de Kadıköy Opera Sineması'nda gösterilen Turgut Çeviker'in (1994) "Türk Canlandırma Sineması" adlı belgeselinde (1929) Walt Disney'in "The Skeleton Dance" (İskelet Dansı) olarak belirtilir. Türkiye'de canlandırma sineması ile ilgili herhangi bir kaynağa 1930 öncesi rastlanmamaktadır (Kaba, 2002, s. 2)

**Görsel 1.14:** Disney'in Mickey Mouse Karakteri



**Kaynak:** (Kallen, 2015, s. 31).

1928'de bir şarkı söyleyen ve dans eden Mickey adında komik küçük bir fare Amerika'nın kalbinde yer edinmiştir. Yaratıcısı Walt Disney olan Mickey Fare tüm dünya da animasyon sanatının tanıtılmasında başrol oynamıştır.

Çizgi film sektörünün kurucusu olarak nitelendirilen Walt Disney tarafından üretilen filmler Türk karikatür sanatçılarındaki büyük bir merak uyandırmış ve bu sanatçılar resimleri hareketlendirme üzerine denemeler yapmaya başlamışlardır. Bazı karikatür ustaları yurt dışına giderek çizgi film üzerine eğitim almış ve Türkiye’de çizgi film sektörünün başlamasında öncü olmuşlardır. Bu dalda çalışan ilk ve önde gelen isimlerden biri; Rene Clair’in öğrencisi olan Vedat Ar’dır. Ar, “Filmar” adlı stüdyosunda ürettiği 2-3 dakikalık çizgi filmlerin yanı sıra değişik biçim araştırmaları da yapmıştır (Kaba, 2002).

Uluslararası bu gelişmeler Türk animasyon sektörünün oluşmasına ve gelişmesine de katkı sağlamıştır.

Türkiye'deki animasyon sanatının ve endüstrisinin geçmişini, gelişimini, mevcut durumunu ve sektördeki temel oyuncularını içeren geniş bir perspektifi bulunmaktadır. Türk çizgi film sektörü, geçmişten günümüze birçok zorluğa rağmen önemli gelişmeler kaydetmiştir.

Türk animasyonu, zaman içinde teknolojik ve sanatsal açıdan evrim geçirmekte, başlangıçta basit animasyon tekniklerinden günümüzdeki karmaşık dijital teknolojilere kadar birçok değişikliği içermektedir.

Türk çizgi film sektöründe faaliyet gösteren başlıca stüdyolar ve yapımcılar zaman içinde çeşitlenmiştir. Türkiye'nin önde gelen medya ve reklam şirketleri de animasyon üretimine katkıda bulunmaktadır.

Çizgi film sektörü, ekonomiye önemli katkılarda bulunan bir sektördür. Animasyon yapımları, reklamcılık, eğitim sektörlerinde çeşitli ekonomik etkiler yaratmaktadır. “TRT çocuk” ve “Minika” gibi televizyon kanalları sektörün büyümesini desteklemişlerdir.

Bunun dışında yan gelir olarak endüstriyel ürünler (oyuncak, tekstil, kırtasiye) pazarda oldukça yüksek bir gelir kaynağı oluşturmaktadır.

Türkiye'de animasyon sektörü, sanatsal yeteneklerin ve teknik becerilerin geliştirilmesine yönelik eğitim programlarına önem vermektedir. Animasyon sektörü,

genç yeteneklere istihdam olanağı sağlamakta ve sektörün büyümesine katkıda bulunmaktadır.

Türk animasyon sektörü, uluslararası platformlarda da başarılar elde etmiştir. Yapılan bazı projeler, uluslararası ödüller kazanmış ve dünya çapında tanıtılmıştır.

Bu sektör, teknolojik gelişmelere hızla adapte olmaktadır. Dijital teknolojiler ve yeni animasyon yazılımları, sektördeki üretkenliği artırmaktadır. Dijital platformların artan etkisi ve uluslararası iş birlikleri, sektörün önündeki fırsatları göstermektedir. Gelecekte büyüme potansiyeli taşıyan bir sektördür.

### 1.1.2. Türk Çizgi Film Sektörünün Gelişim Süreci

Türkiye'de çizgi film, uzun bir tarihsel evrim sürecinden geçmiştir. Türkiye'de çizgi filmin evrimine dair bazı önemli dönemler şöyle sıralanabilir.

*İlk Dönemler (1950-1960):* Türk çizgi filmi, 1950'lerin ortalarında önemli bir ivme kazanmıştır. Bu dönemde çeşitli kısa animasyonlar üretilmiş ve genellikle sinemalarda gösterilmiştir. "Karaoğlan" ve "Tomruk" gibi karakterleriyle tanınan çizgi filmler bu dönemde popülerlik kazanmıştır.

*Sesli Çizgi Filmler (1960-1970):* Bu dönemde Türk çizgi filmi, ses teknolojisinin gelişmesiyle birlikte sesli hale gelmiş, "Keloğlan" ve "Nasrettin Hoca" gibi ünlü karakterlerle üretilen animasyonlar, Türk sinemasında kendine sağlam bir yer edinmiştir.

*Yeni Dönem (1980-1990):* 1980'lerle birlikte Türk çizgi filmi sektöründe bir yavaşlama dönemi yaşanmasına rağmen ilk uzun metraj çizgi film bu dönemde yapılmıştır ve bazı festivallere Türk Çizgi Filmleri gönderilmiştir.

Ancak 1990'lı yıllarla birlikte özellikle televizyon kanallarının çocuklara yönelik programları, çizgi filmlerin popülerliğini artırmıştır. TRT'nin çocuk kanalı, Türk çizgi film sektörünü destekleyen önemli bir unsur olmuştur.

1990'larda çocuklar, kendileri için hazırlanmış, içinde canlandırma, hayvanlar, kuklalar bulunan, öyküler biçiminde, hareket dolu, komik programlardan hoşlanırlar (Hofmann, 1972).

*Yeniden Canlanma (2000-2010):* 2000'li yıllarla birlikte Türk çizgi film sektörü, teknolojik gelişmeler ve genç yeteneklerin katkısıyla canlanmaya başlamıştır. Bağımsız animasyon stüdyoları, kısa filmler ve diziler üreterek sektöre çeşitlilik getirmiştir. Bu

dönemde, "Pepee" gibi çizgi filmler çocuklar arasında popüler olmuştur.

*Uluslararası Başarılar (2010-2024):* Son yıllarda Türk çizgi filmleri, uluslararası alanda da dikkat çekmeye başladı. Ayas, Kral Şakir ve Rafadan Tayfa gibi yapımlar, uluslararası festivallerde ödüller kazanarak, Türk animasyonunu küresel arenada temsil etmiştir.

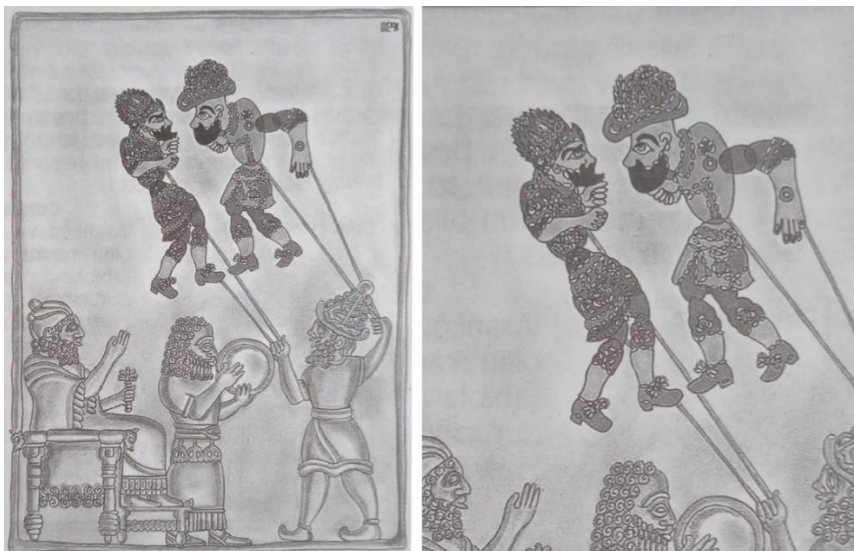
Türkiye'de çizgi film sektörü, bu evrim sürecinde birçok zorluğa rağmen gelişmeye devam etmektedir. Teknolojik alt yapının güçlenmesi, genç yeteneklerin sektöre katılımı ve ulusal destekler, sektörün geleceğini şekillendirmeye devam etmektedir.

### 1.1.3. Türk Çizgi Film Sektörünün Tarihi

Türkiye, animasyon sektörü geniş bir yelpazeye sahiptir ve yıllar geçtikçe hızla gelişmektedir. Günümüzde animasyon sanatı, gerek ticari, gerek sanatsal ve ideolojik fikirlerin yansıtılmasında çok çeşitli medyalarda etkin biçimde kullanılır.

Türk çizgi film sanatının kökleri, 17. yüzyıla kadar gitmektedir. İlk çizgi karakterlerin çubuklara bağlı olarak doğaçlama hareketlendirme yöntemiyle yapılan canlandırma sanatına örnek “Hacivat ile Karagöz”dür (Karagöz ve Hacivat, wikipedia.org, 2024).

**Görsel 1.15:** Nezih Danyal, Globanatolizeyşin Başlıklı Karikatür Albümünde Yer Alan “Hacivat ve Karagöz”



**Kaynak:** (Şenyapılı, 2000, s. 21).

Aslında her ne kadar canlandırma sanatı içinde yer alsa da bu teknik bir gölge oyunu veya gölge tiyatrosu olarak nitelendirilmiştir. Tam olarak çizgi film kategorisinde yer almasa da ilk canlandırma sanatı olarak geçer.

Türkiye’deki ilk animasyon 1932 yılında Cemal Nadir Güler tarafından “Amca Bey Plajda” karikatüründen yapılmış ancak teknik ve maddi yetersizlikler nedeniyle tamamlanamamıştır.

**Görsel 1.16:** Cemal Nadir Güler (1902-1947) ve Güler’in “Amca Bey” Tiplemesi

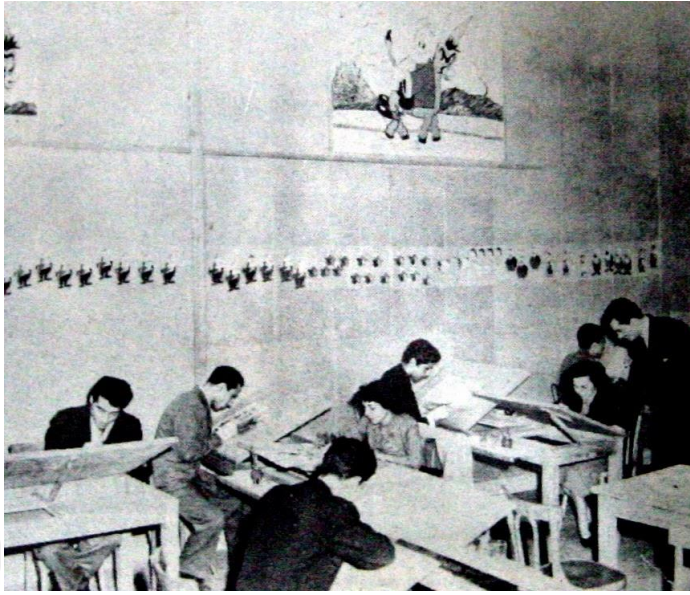


**Kaynak:**([https://tr.wikipedia.org/wiki/Cemal\\_Nadir\\_G%C3%BCler#/media/Dosya:](https://tr.wikipedia.org/wiki/Cemal_Nadir_G%C3%BCler#/media/Dosya:Cemal_Nadir_G%C3%BCler.jpg)

Cemal\_Nadir\_G%C3%BCler.jpg; cn07.jpg (400×506) wordpress.com, 2024).

Türk Animasyon Sektörünün Ortaya Çıkışı (1948'ler-1960'lar): Türkiye’de ilk çizgi film denemeleri 1947–1949 yıllarında Devlet Güzel Sanatlar Akademisinde öğretim üyesi olan Vedat Ar’ın verdiği bir kursla başlamıştır. Ar’ın, 1947 yılında kurstaki on beş öğrencisiyle birlikte yaptığı üç dakikalık “Zeybek Oyunu” adlı çalışması Türkiye’nin ilk animasyon filmidir (<http://www.animasyongastesi.com/turkiyede-animasyonun-dunu-ve-bugunu/>, 2024).

**Görsel 1.17:** 1947- Zeybek Oyunu Filminin Atölye Çalışmaları



**Kaynak:**(<https://animasyonsenaryosu.blogspot.com/2014/03/turkiyede-animasyonun-dunu-ve-bugunu.html>, 2024).

**Görsel 1.18:** Evvel Zaman İçinde Filminin Atölyesinden Bir Kare

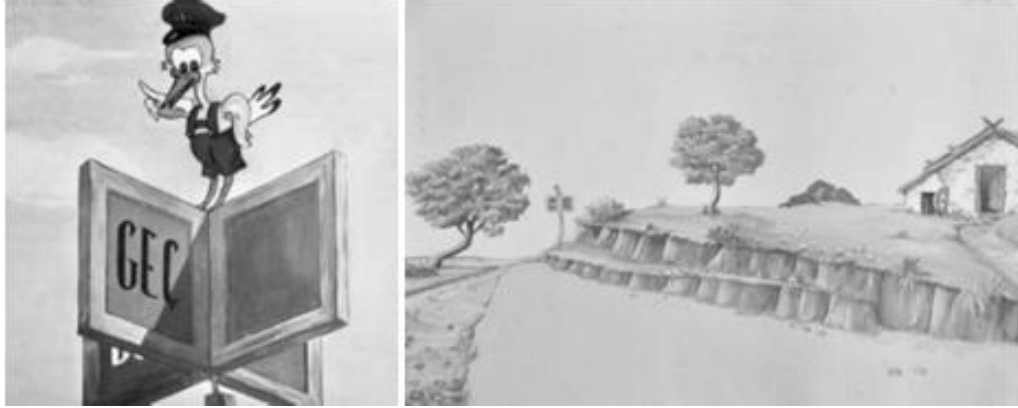


**Kaynak:** (Evren ve Yıldırım, 2014).

1947’de, Animasyon film çalışmalarının emekleme döneminde riskleri azaltmak adına genelde kısa metrajlı öykülerin tercih edilmesine karşılık, yönetmen Turgut Demirağ büyük bir cesaret örneği göstererek Türkiye'nin ilk uzun metrajlı çizgi filmini yapmıştır. Yapımcı ve yönetmen Turgut Demirağ Yönetmen Yüksel Ünsal önderliğinde Türkiye’de yapılan ilk uzun metraj çizgi yapıt unvanına sahip "Evvel Zaman İçinde", aynı zamanda da ilk renkli çizgi filmidir. Türkiye’de o tarihlerde henüz "çizgi film sanatçılığı" mesleği ve sektörü yoktur, çalışan ekipler reklam illüstratörleri ve karikatüristlerden

oluşur. Dört yılda tamamlanan film Türkiye'deki teknik yetersizliklerden dolayı teknik işlemler için 1951'de Amerika'da ünlü bir laboratuvara gönderilmiştir. Ancak laboratuvar filmi yanlışlıkla çöpe atmış ve kaybetmiştir. Bu olay, tüm çizgi film ekibinin umutlarını kırmıştır.

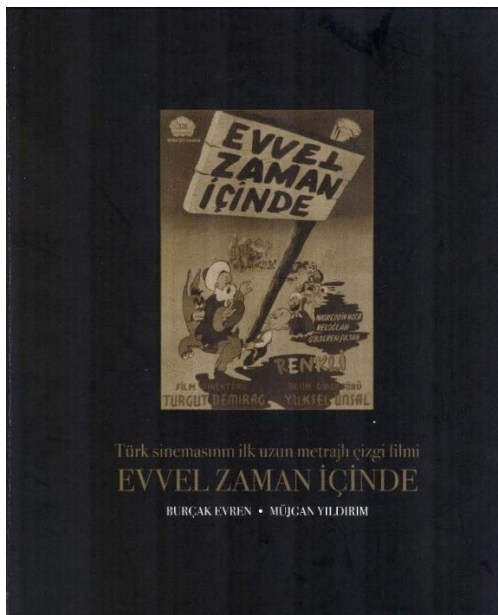
**Görsel 1.19:** Evvel Zaman İçinde Filminden Tasarım Örnekleri



**Kaynak:** (Evren ve Yıldırım, 2014).

Türk çizgi film sektörü uzun metraj çizgi film yapımı için bir süre sessizliğe gömülmüştür.

**Görsel 1.20:** Türk Sinemasının İlk Uzun Metrajlı Çizgi Filmi: “Evvel Zaman İçinde” Kitap Kapağı



**Kaynak:**(<https://sadibey.com/2014/11/03/turk-sinemasinin-ilk-uzun-metrajli-cizgi-filmi-evvel-zaman-icindenin-kitabi-tuyap-fuarinda/>, 2024).

2014 yılında bu önemli eser, *Sinema Tarihçisi* ve yazarı Burçak EVREN ve *Maltepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi öğretim üyesi* Müjgan YILDIRIM tarafından “Türkiye’nin ilk uzun metrajlı ve ilk renkli çizgi filmi: Evvel zaman içinde” adlı kitap yazılmıştır ve sektörel duyumlara göre filmin yeniden yapılması muhtemeldir.

1960’lı yıllar, Türkiye’de birçok reklam ajansının kurulduğu dönem olmuştur. Bu ajansların temel hedefi, reklam alanında belli bir gelir elde ederek başarılı animasyon filmleri ortaya çıkarmak olmuştur. Bu dönemde televizyonun yayın hayatına girmesi, animasyon sektörünü etkileyen önemli gelişmelerin başında yer almıştır.

1960’lı yıllarda, Oğuz Aral, Yalçın Çetin, Bedri Koraman, Orhan Özdemir gibi bazı karikatür ustaları bu alanla ilgili çalışmalar yapmışlardır. Oğuz Aral’ın “Koca Yusuf, Bu Şehri İstanbul” gibi filmleri örnek verilebilir (<http://www.animasyongastesi.com/canlandirmanin-tarihcesi-ve-turk-canlandirma-sanati-ibrahim-halil-turker/>, 2024).

Canlandırma ile ilgilenenlerin yakından tanıdığı Orhan Büyükdoğan, Erim Gözen, Tonguç Yaşar, Tan Oral, Derviş Pasin, Ateş Benice, Ali Murat Erkorkmaz gibi sanatçılar, doğrudan eğitimini almadıkları halde, bu sanata yönelmiş ve birçok eserler üretmişlerdir.

1965’li yıllarda reklam filmleriyle canlandırma yapmaya başlayan Tonguç Yaşar’ın ilk kişisel filmi “Amentü Gemisi Nasıl Yürüdü” filmi ile 1970 yılında II. Altın Koza film şenliğinde büyük ödülü almıştır. Bu film Fransa’nın Annecy kentinde düzenlenen 9.Uluslararası Kısa Film şenliğine de katılmıştır.

**Görsel 1.21:** Tonguç Yaşar (1932-2019) “Amentü Gemisi Nasıl Yürüdü” Filmi, 1970



**Kaynak:** (<https://www.investineskisehir.gov.tr/wp-content/uploads/2023/02/BEBKA-Animasyon-Sektoru-Raporu-2022.pdf>, 2024).

1970'ler, Tonguç Yaşar, 1970'de yaptığı “Yaşa Don Kişot” adlı filmiyle de TRT başarı ödülü ve Darüşşafaka kulübünün düzenlediği I. Uluslararası Kısa Filmler Şenliği “En iyi Film” ödülünü almıştır.

1970'te yapılan Hisar kısa film yarışmasına Engin İnal “Silgi” adlı eseriyle yer almıştır. Bunun dışında Gönül ve Orhan Taylan'ın “Lingo Lingo Şişeler” isimli kukla filmi de bu yarışmada izleyici ile buluşmuştur. Ardından 1974'te ise Boğaziçi Üniversitesi Sinema Kulübü tarafından başlatılan kısa film yarışmaları döneme damgasını vurmuştur. 1978'de Balkan Filmleri Şenliği olarak düzenlenen ulusal kısa film yarışması Meral Erez'in İtalya'da gerçekleştirdiği 5 dakikalık Kedi (Il Gatto) adlı çizgi filmi kazanmıştır (Alsaç, 1994, s. 49).

Yarışmalar için hazırlanan deneysel çalışmalar, 1970'li yıllarda, Türk canlandırma sanatının gelişiminde önemli rol oynamıştır. Bu yıllarda, TRT'de çok sayıdaki Amerikan çizgi film dizilerinin yanında, pek çok Doğu Avrupa canlandırma filmi gösterilmesine rağmen, başarılı Türk yarışma deneyselleri, siyah-beyaz televizyonlarda çok nadir gösterilmiştir (<https://www.karikatürcülerderneği.com/>, 2024).

1970'ten sonra televizyon en önemli tüketici durumuna gelmişse de yapılan filmlerin sayısı azdır. Özel televizyonların yayına başlamasıyla kanal sayısının çoğalması da bunu değiştirememiş ve yabancı çizgi filmlere duyulan beğeni hep üstün gelmiştir. Gene de çizgi film üreticileri Derviş Pasin-Ateş Benice iş birliği üretimleri, Ali Murat Erkorkmaz' ın Artnet'i önemli eserler arasında yer almıştır. TRT, Artistik Hizmetler Müdürlüğü'ne bağlı bir canlandırma işliği kurmuş ve yöneticiliğine Tufan Subaşı'nı getirmiştir. (Alsaç 1994, s. 50).

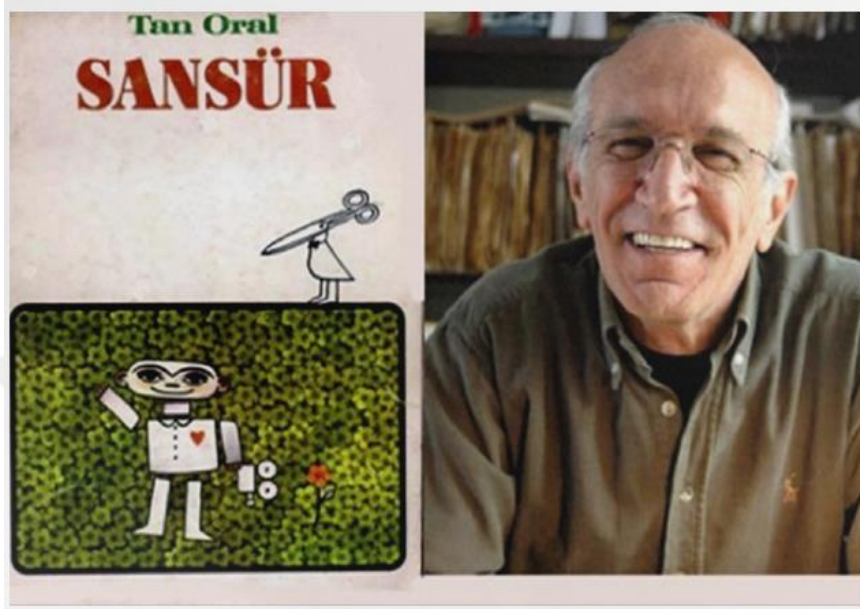
**Görsel 1.22:** Derviş Pasin ve Ateş Benice'nin “Az Gittik Uz Gittik” TRT'de Yayınlanan Nasrettin Hoca Serisinden Bir Kare



**Kaynak:** (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Az-gittik-uz-gittik.png>, 2024).

Karikatürist Tan Oral'ın kolaj yöntemini kullanarak yaptığı “Sansür” isimli animasyon filmi, TRT Kültür ve Sanat Bilim Ödülleri Kısa Film Yarışması’nda birincilik ödülünü ve Akşehir Nasrettin Hoca Canlandırma Film Yarışması büyük ödülünü almıştır.

**Görsel 1.23:** Tan Oral 1937 (86 yaşında)



**Kaynak:**(<https://www.investineskisehir.gov.tr/wp-content/uploads/2023/02/BEBKA-Animasyon-Sektoru-Raporu-2022.pdf>, 2024).

Ödüllü yarışmaların düzenlendiği 1970’li yıllarda, reklam dışında animasyon filmlerinin yaygınlaştığı ve yeni çalışmaların teşvik edildiği bu dönemin dikkat çekici çalışmaları arasında Yalçın Çetin’in Stüdyo Çizgi’de oluşturduğu yedişer dakikalık iki film halindeki “Evliya Çelebi” yer alır.

1980’li yıllarda Türk hükümeti, girişimler ve hibeler yoluyla animasyon prodüksiyonunu desteklemeye başladı.

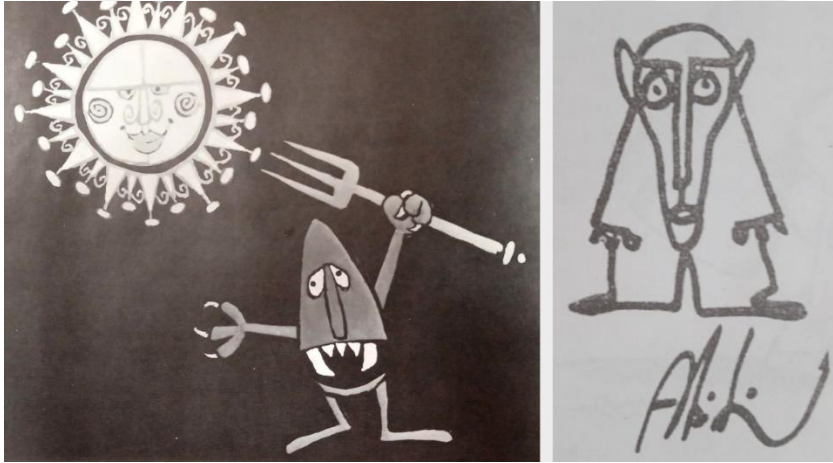
1980 yılında Ateş Benice’nin “Stereo” isimli filmi, Zagreb Film Festivali’nde gösterime girmiştir.

1983 dönemindeki toplumun çoğunluğu çizgi okumayı tam anlamıyla öğrenmemiş olduğu için, karikatür Sanatçısı Abidin Dino; iletinin sağlıklı ve eksiksiz olarak alınmasını çoğu zaman yazının sağlamakta olduğunu ortaya koymuştur. Toplum algısı için yazılı karikatürleri önermiştir. Uluslararası karikatür ve çizgi film örneklerini inceleyen, izleyen ve film denemeleri yapan Türk karikatüristler çizgi ile anlatıma daha da yoğunlaşmış, uluslararası çizimlerden de etkilenmiş ve esinlenmişlerdir.

1959-61 yılları arasında uluslararası araştırma grupları, film tekniklerinin öğrenme sürecini etkileyebilecek yönleriyle ilgilenmeye başladılar. Pensilvanya Eyalet Üniversitesi, siyah beyaz üretim kalitesi, animasyonun ve filmlerin karşılaştırılması üretim özellikleri üzerine testler gerçekleştirildi. Listelenen filmlerin neredeyse üçte birinin bir tür animasyon içerikli olduğu Eğitici Film Kütüphanesi dernekleri raporunda sunulmuştur.

Bu dönemde Amerikan üniversiteleri tarafından yeni trendler ortaya çıkmış ve araştırmalar sonucu üniversite yapımı filmlerde animasyon, üretilen toplam görüntü açısından 1959'dan 1961'e kadar yüzde 360 artış gösterdiği belirlenmiştir. Böylece animasyon giderek bir sanat formu olarak kabul edilmeye başlanmıştır.

**Görsel 1.24:** Hal Barwood'un “Bir Çocuğun Evrene Girişi” Güney Kaliforniya Üniversitesi'nin İzniyle; Abidin Dino Karikatürü



**Kaynak:** (Madsen, 1969, s. 16; Şenyapılı, 2000, s. 46).

1960’larda İspanyol çizirler çizgi roman sanatı konusunda büyük bir atak yaparak gerçekçi (ışıklı, gölgeli, renkli ve detaylı) bir ekol yarattılar. Türk çizgi roman sanatçıları da karikatür tarzı dizi serisi çizgi romanlardan, çok daha farklı karakterler yaratarak bu gelişmelerden etkilenmiştir. Sanatçılar öğrenmek için kopya denemelerde bulunmuşlar ve usta çırak ilişkisi yoluyla deneyimler elde etmişlerdir (Bolan, 1992, s. 2-3).

1984 yılında Derviş Pasin ve Ateş Benice tarafından kurulan Pasin-Benice Stüdyoları’nda 1988’ de, Derviş Pasin yönetmenliğinde, Dede Korkut hikâyeleri’nden alınarak animasyona aktarılan elli dakikalık “Boğaç Han” isimli çalışma, Türkiye’nin ilk uzun metrajlı animasyon filmi olarak kabul edilmektedir.

Bu yıllarda, Türk animasyon sanatçıları, yurt dışı kaynaklı birçok festivale animasyon filmleri ile katılmış ve çeşitli ödüller kazanmışlardır.

Bahattin Alkaç'ın "Tombiş'in Öyküsü" isimli çizgi filmi, Almanya'da katıldığı bir yarışmada olumlu eleştiriler almıştır.

Ali Murat Erkorkmaz'ın "Quick Case" isimli çalışması ise 1983 yılında Annecy Film Festivali'ne katılarak 350 film arasında ilk ona girmiştir.

1987'den sonra Kültür Bakanlığı, ulusal kahramanlarımızın öykülerinin canlandırılması yönünde istekte bulunmuştur. O yıllarda, özellikle atölye bazında çalışan çizgi film sanatçıları, devlet desteğinden yararlanarak, Ergenekon Destanı, Keloğlan, Pembe İncili Kaftan, Falaka, Nasrettin Hoca, Deli Dumrul, Manas Destanı gibi Türk Yazınından çizgi filmlerini üretmişlerdir.

1989 yılında Anadolu Uluslararası Çizgi Film Festivali düzenlenmiş ve Türkiye'nin ilk çizgi film semineri gerçekleştirilmiştir.

Televizyonlarda animasyon patlaması: 1990'lar, televizyonun yükselişiyle sektörün genişlediği Türk animasyonu için önemli bir dönem olmuştur. Animasyon dizileri popülerlik kazanmış ve yerel stüdyolar çocuk programları için içerik üretmeye başlamıştır.

1990'lı yılların önemli gelişmelerinden birisi de bugün sektöre önemli oranda animasyon sanatçısı yetiştiren Eskişehir Anadolu Üniversitesi Animasyon Bölümünün 1992 yılında kurulmasıdır.

**Görsel 1.25:** Eskişehir Anadolu Üniversitesi GSF Animasyon Bölümü Erim Gözen Atölyesi



**Kaynak:**(<https://www.dailysabah.com/arts/cinema/turkeys-first-cartoon-animation-school-trains-future-visual-artists/amp>, 2024).

**Görsel 1.26:** Tahsin Özgür’ün “Kebababula”



**Kaynak:**([https://www.google.com/search?q=Kebababula&sca\\_esv=600777061&tbm=isch&sxsrf=ACQVn09aXhPZS-s9F29Om-5r2Ujw2ePQhQ:1706027488849&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKEwi4oczT9\\_ODAxUtQPEDHUr-DFMQ\\_AUoAXoECAEQAw&biw=1920&bih=991&dpr=1#imgsrc=FK4rg-IMxEsTKM](https://www.google.com/search?q=Kebababula&sca_esv=600777061&tbm=isch&sxsrf=ACQVn09aXhPZS-s9F29Om-5r2Ujw2ePQhQ:1706027488849&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKEwi4oczT9_ODAxUtQPEDHUr-DFMQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1920&bih=991&dpr=1#imgsrc=FK4rg-IMxEsTKM), 2024).

Enis Tahsin Özgür, Bilkent Üniversitesinde, animasyon dersi vermeye başladığı dönemde çok sevimli bir dönerci ustası olan ‘Hamdi’yi çizerek “Kebababula” adlı bir dakikalık kısa animasyon film hazırladı. Film 1995 Fransa’da Annecy animasyon festivalinde gösterilmiştir.

1993’te de ilk çizgi filmciler derneği kurulmuştur. Bu dönemde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, animasyona verilen desteği daha da artırarak Çizgi Filmciler Derneği üyelerini proje yapmaları konusunda teşvik etmiştir. Ancak dernek, bu dönemde çok fazla etkin olamamıştır.

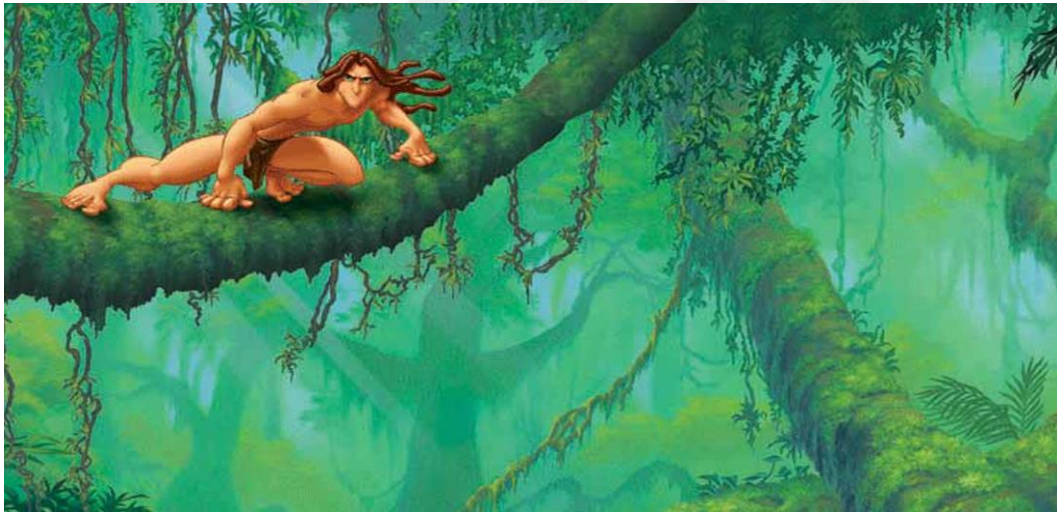
Türk animasyon sanatçılarının bu dönemde uluslararası animasyon stüdyolarında görev aldıkları da görülmektedir.

**Görsel 1.27:** Tahsin Özgür 1956 (68 Yaşında)



**Kaynak:** (<https://www.serrafun.com/tahsin-ozgur/>, 2024).

**Görsel 1.28:** Tahsin Özgür 1999 Tarzan (Yapım: Walt Disney)



**Kaynak:**([https://www.yandex.com.tr/gorsel/search?from=tabbar&img\\_url=https%3A%2F%2Foir.mobi%2Fuploads%2Fposts%2F2021-03%2F1616713225\\_23-p-tarzan-krasivo-26.jpg&lr=115708&pos=7&rpt=simage&text=tarzan%20 tahsin%20 %C3%B6zg%C3%BCn,](https://www.yandex.com.tr/gorsel/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Foir.mobi%2Fuploads%2Fposts%2F2021-03%2F1616713225_23-p-tarzan-krasivo-26.jpg&lr=115708&pos=7&rpt=simage&text=tarzan%20 tahsin%20 %C3%B6zg%C3%BCn,) 2024).

Tahsin Özgür, Walt Disney’de Tarzan, Asteriks ve Herkül isimli projelerde animatör olarak görev yapmıştır. Walt Disney’de Şahin Ersöz storyboard sanatçısı olarak

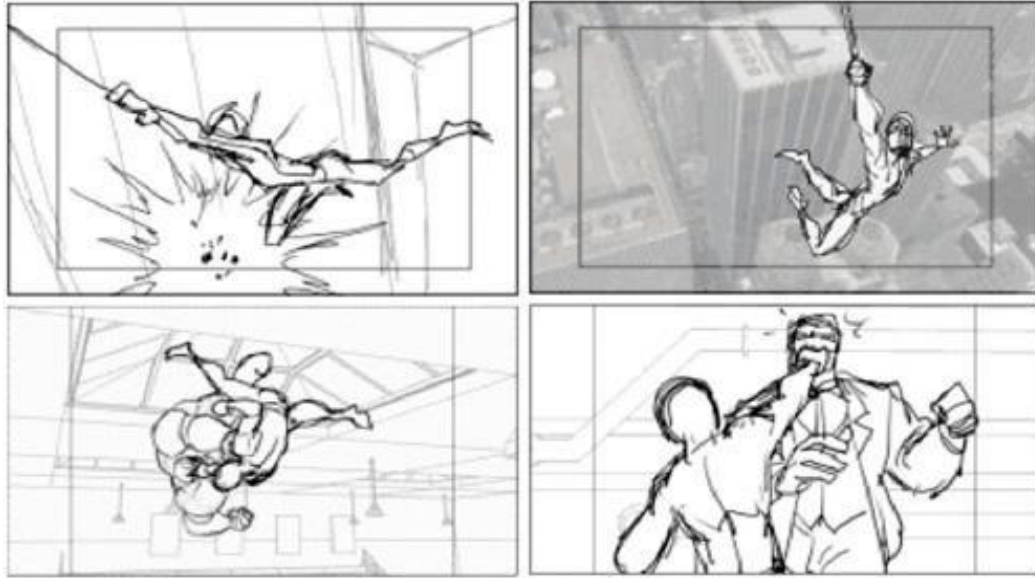
çalışmıştır ve Balto ve Herkül isimli projelerde görev yapmıştır (Uçarcan, 2010, s. 24).

Küresel Tanınırlık (2000'li Yıllar): 2000'li yılların başında Türk animasyonu uluslararası tanınırlık kazanır. Bu dönemde yapılan filmler Türk animasyonunun potansiyelini küresel sahnede ortaya koyar (<http://www.animasyongastesi.com/canlandirmanin-tarihcesi-ve-turk-canlandirma-sanati-ibrahim-halil-turker/>, 2024).

2008 yılında TRT Çocuk kanalının yayın hayatına başlaması ile birlikte yerli çizgi dizi yapımlarına teşvikler sağlanmıştır. Aynı zamanda, TRT Çocuk ile birlikte animasyon sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sayısında da ciddi oranda artış yaşanmıştır.

2009 yılında Cihat Hazardağlı'nın Suluboya isimli çizgi filmi vizyona girdi. Gerçek karakterlerle ve suluboya arka planlarla yapılmış olan film, deneysel bir animasyon örneğidir. Karakterlerin İngilizce konuşması, konunun Venedik'te geçmesi ve sahnelerin suluboya efektleriyle oluşturulmuş olması nedeniyle Türk seyircisi filme ilgi göstermemiştir.

**Görsel 1.29:** Dream Works Şirketinin Ortaklarından Biri Olan Şahin ERSÖZ Hazırladığı Örümcek Adam (Televizyon Serisi) Sony Imageworks Entertainment İçin Yapılan Storyboard Örneği



**Kaynak:** (<http://www.animasyongastesi.com/author/editor/>, 2024).

Dijital Dönüşüm (2010'lar): 2010'lar dijital animasyon tekniklerine doğru bir değişime tanık oldu. Stüdyolar, geleneksel elle çizilmiş animasyonun yanı sıra bilgisayar tarafından oluşturulan görüntüleri (CGI) birleştirmeye başladı. Yeni teknolojilerin

kullanımı daha sofistike ve görsel olarak çekici yapımlara olanak sağladı.

Animasyon yapımcısı ve yönetmeni Berat İlk, her yıl tekrar eden yetenek kampının yanı sıra 2011 yılında Canlandırılar Derneği'ni, 2012 yılında ASIFA Türkiye'yi kurdu.

Teknolojik gelişmelerle birlikte bilgisayarlı iki boyutlu animasyonlar yerine üç boyutlu animasyonlar daha çok üretilmeye başlanmıştır.

Artan Üretim ve Çeşitlilik (2010'lar-2020'ler): Animasyonla ilgili Anfiyap Derneği ise 2017 yılında kurulmuştur. Derneğin de katkıları ile İstanbul'da ve Ankara'da belirlenen pilot okullarda müfredat yeniden oluşturularak, sektördeki uzmanların da öğrencilere ders vereceği ve öğrencilerin sektör işletmelerinde uygulamaya yönelik beceri eğitimleri alabilecekleri Animasyon Lisesi projesi çalışmalarına başlanmıştır.

2010 ve sonrasında Türkiye'de animasyon üretiminde bir artış görüldü. Stüdyolar, animasyon alanında filmler, TV dizileri ve kısa filmler yaratarak içeriklerini çeşitlendirdi. Uluslararası iş birlikleri sektörün büyümesine katkıda bulundu.

Bilgisayar destekli iki boyutlu teknikle yapılmış olan, 2013 "RGG Ayas", 2016 Kral Şakir, 2019 Maceracı Yüzgeçler: Büyük Gösteri, 2023 Doğu Ekspresi'nin Gizemi gibi başarılı çizgi filmler oldukça geniş hayran kitlesi elde etmiştir.

**Görsel 1.30:** Kral Şakir



**Kaynak:**([https://vignette.wikia.nocookie.net/cartoonnetworkcizgifilmleri/images/2/23/Kral-sakir-cati-kati\\_10260596-85450\\_1920x1080.jpg/revision/latest?cb=20180425185351&path-prefix=tr](https://vignette.wikia.nocookie.net/cartoonnetworkcizgifilmleri/images/2/23/Kral-sakir-cati-kati_10260596-85450_1920x1080.jpg/revision/latest?cb=20180425185351&path-prefix=tr), 2024).

*Kral Şakir*, Cartoon Network Türkiye için Grafi2000 tarafından yapılmış bir Türk çizgi dizisidir. Seri, 23 Nisan 2016'da ön gösterim yapmış ve 16 Mayıs 2016 tarihinde de yayınlanmaya başlamıştır.

Uluslararası Festivaller ve Ödüller: Türk animasyon filmleri ve dizileri uluslararası prestijli festivallere katılmaya ve ödüller kazanmaya başladı. Türkiye'de çizgi filmin ilk dönemlerinde 1930'lardan başlayan serüveniyle, deneysel ve geleneksel öyküleri içeren çalışmalar ilerledikçe kısa metrajlı ve çocuklara yönelik projelerle dönüşmüştür.

Bu gelişmeler, Türk animasyonunun dünya çapındaki profilinin yükselmesine ve sektördeki yaratıcılığa ve yeteneğe dikkat çekilmesine yardımcı olmuştur. Özellikle (2013-2023) son yıllarda, Türk çizgi filmi popüler hale gelmiş ve daha fazla çocuk kitlesine ulaşmıştır.

Günümüzde televizyon ve internet iletişim araçlarının fazlaca geliştiği, Amerika ve Avrupa'daki şirketler reklamlarda animasyon kullanımını, çocukları geliştirici çeşitli konulardaki dizilere ve programlara da ayılmış durumdadır. Türkiye'de ise durum reklam sektöründe iyi gitse de animasyon dizi ve program üretiminde geriden seyretmektedir. Bu programlar içinde çizgi filmlerin sadece çocuğa hitap etmesi, sunum biçimi, bilgi verici, öğretici olması nedeniyle, çocuk ve tiyatro programlarının konumundan farklıdır (Güler, 1992).

## **1.2. KÜLTÜR VE ÇİZGİ FİLM İLİŞKİSİ**

### **1.2.1. Çizgi Filmlerde Türk Kültür Unsurları**

Türk kültürel kimliği, dil, din, gelenek, görenek, sanat, müzik, folklor, kıyafet, takı, yemek kültürü gibi çeşitli unsurlardan oluşur. Türklerin tarih boyunca içinde yaşadıkları coğrafyadan kaynaklanan zengin kültürel birikimi içerir. Mitolojiler, masallar, halk hikâyeleri, efsaneler, destanlar, ninniler ve daha pek çok geleneksel anlatı çizgi filmler aracılığıyla aktarılmıştır (Taş Alicenap, 2015, s. 12-13).

### **1.2.2. Türk Kültürel Kimliğinin Korunması**

Türk çizgi filmleri, kültürel kimliğin korunması ve gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir araçtır. Çocuklar ve gençler, bu çizgi filmler aracılığıyla kendi kültürlerini tanıyabilir ve bu kimliği benimseyebilirler. Ayrıca dünya pazarında yer alan

Türk çizgi filmleri, global izleyiciye Türk kültürü ve hikâyeleri hakkında bilgi edinmesine katkı sağlamaktadır.

Türk karakter tasarımları, kostümleri, hikâye temaları, Türk mitolojisi, masalları ve efsanevi kahramanları kullanılarak üretilen içerikler kültürel kimliğin temsili açısından önemli rol oynamaktadır.

Genç nesillerin kendi köklerini anlaması, değer vermesi ve gelecekte de kültürlerine sahip çıkması açısından çizgi filmlerde kültürel kimliğin korunması önemlidir. Toplum, bu çizgi filmler sayesinde, kültürel çeşitlilik içinde güçlenir. Özgün Türk kimliği korunmuş olur.

Uzman Psikolog Tarık Solmuş, bir çizgi filmin temel yapısının, temasının olması gerektiğini vurgulamıştır. Çocuklar ve çizgi filmler üzerine yaptığı araştırmalar sonucunda; bu temel yapılar ve temalara değinecek olursak; çizgi filmlerin çocukta zihinsel gelişimi destekleyici, besleyici öğeler taşıması ve çocukların olaylar arasında bağ kurabilmesi, sorun çözebilmesi, yaratıcılığını geliştirebilmesi, mantıksal çıkarımlar yapabilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Ayrıca; bir çizgi film, çocuğun duygusal, sosyal, kültürel, ahlaki, dil ya da vicdan gelişimine katkıda bulunması ve sözel ya da sayısal zekâsının gelişimine hizmet etmesi gerektiğinin altını çizmiştir. Bir çizgi filmin çocuğun sağlıklı bir cinsel rol kimliği geliştirmesine de destek olmasını savunmuştur. Son olarak çizgi filmlerin çocukların psikolojik, fiziksel bir şiddet / suç işleme davranışı özendirmemesi gerektiğini, rol modellerinde aşırı kusursuzluk yaratılmaması gerektiğinden bahsetmiştir. Çizgi filmlerin çocuk gelişimine ve becerilerine katkı sağlayacak unsurlar içermesinin doğru olduğunu savunmuştur (Solmuş, 2016, s. v)

Yapılan araştırmalarda kanalların çocuk yayınlarının büyük çoğunluğu çizgi filmlerden oluşur.

Okul öncesi çocuklar, içeriğinde hayvanlar, kuklalar bulunan, hareketli komik öykülü çizgi filmlerden ve ilkokulun ortasında ise, macera, aksiyon, komedi türünde çizgi filmlerden hoşlanırlar. Yaş gruplarına göre içerik seçimi değişiklik gösterse de genel olarak bütün çocuklar her yaşta çizgi filmlere ilgi duyarlar (Güler, 1992, s. 82-83).

Türk çizgi filmlerinde Türk kültürel kimliğinin korunması, içerik üreticilerin ve toplumun birlikte çalışmasıyla mümkün olabilir. Bu çabalar, kültürel çeşitliliği ve zenginliği desteklerken, gelecek nesillere de güçlü bir kültürel miras bırakılmasına katkı

sağlamaktadır.

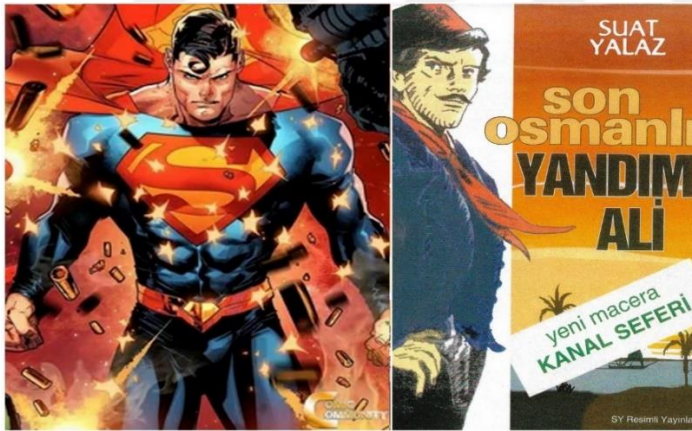
Kültürel mirasın aktarılmasında sözlü gelenekler ve anlatımlar arasında; destanlar, efsaneler, halk hikâyeleri, atasözleri, masallar, fıkralar, kukla, halk tiyatrosu, düğünler, ritüeller, şölenler, kutlamalar, geleneksel yemekler, halk hekimliği, halk takvimi, halk meteorolojisi, el sanatları geleneği, yöresel giysiler ve halk mimarisi vb. konular yer almaktadır.

Türkiye 19 Ocak 2006 tarihli ve 5448 sayılı Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinin uygun bulunduğu kanunla bu sürece dâhil olmuştur (Taş Alicenap, 2015, s. 14).

### 1.2.3. Kültürel ve Toplumsal Faktörlerin Çizgi Filmlere Etkileri

Kültürel faktörler, animasyon dünyasını zenginleştiren ve izleyiciyle güçlü bir bağ kurulmasına olanak tanır. Ayrıca eserlerin derinliğini ve çeşitliliğini arttıran etkenlerdendir.

**Görsel 1.31:** Superman ve Yandım Ali



**Kaynak:**(<https://www.pinterest.co.uk/pin/495184921520994439/>,<https://derin hakikatler .blog spot. com/ 2022/08/cizgilere-derkanar-20.html?m=1>, 2024).

Film konusu ve anlatım biçiminin seçimi, o ülkenin ve dönemin, toplumsal ve ekonomik etmenlerinden soyutlanamaz. Uluslararası bir örnek verirsek, çizgi kahraman Superman (1933) yasalara karşı gelir, güvenlik kuvvetleri ile çatışır "adalet ve gerçeğin savunucusu" olur. (1942) Sonradan değişime uğrar güvenlik kuvvetlerinin safına katılır. Böylece toplumsal bir kişiliğin yansıması haline gelir (Güler, 1992, s. 84-85).

Türkiye'de benzer şekilde bir örnek vermemiz gerekirse, kabadayılığın meşhur olduğu dönemde çizgi roman ustası Suat Yalaz'ın son Osmanlı karakteri "Yandım Ali" başkaldıran, asi bir kabadayı iken çıkan savaşta, mahalle dayılığını bırakıp memleketi için savaşan bir kahramana dönüşmüştür.

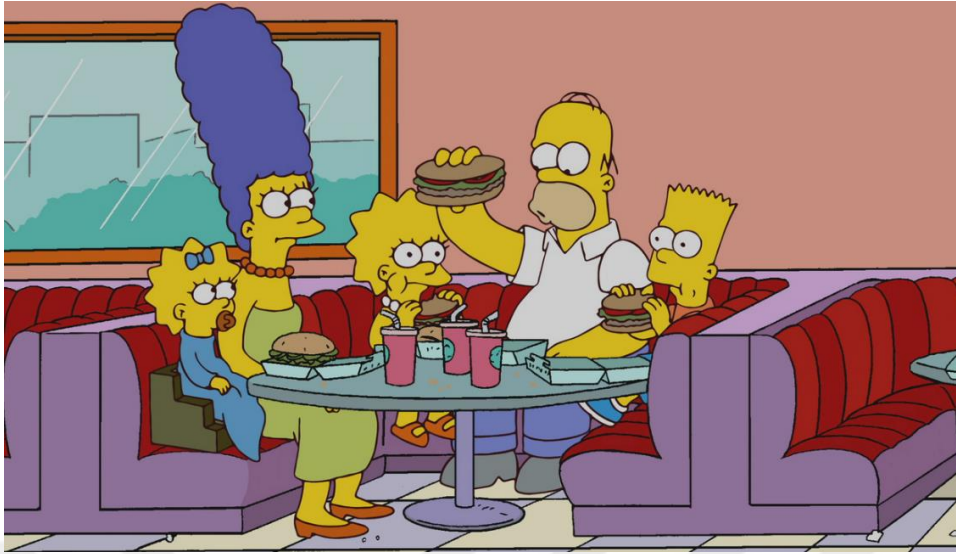
Kültürel faktörlerin animasyona etkilerine örnek olarak; Matt Groening tarafından yaratılan “Simpsonlar” çizgi filmi, orta sınıf bir Amerikan ailesinin kültürünü yansıtmaktadır. Bu çizgi filmde karakterler eve ayakkabılarla girdiği görülürken, Hayao Miyazaki tarafından yaratılan ve Japon kültürünü yansıtan “Spirited Away” çizgi filminde ise iç mekânlara ayakkabılar çıkarılarak girildiği incelenmiştir. Bu iki değerli başyapıt üzerinden kültürün ve sosyolojik faktörlerin animasyona etkisi incelendiğinde; yemek yeme kültürlerinin farkı açıkça anlaşılmaktadır. “Simpsonlar” çizgi filminde karakterlerin Amerikan kültürüne özgü, sabah kahvaltılarında bolca mısır gevreği, okul ve iş molalarında fast food ürünleri (hamburger, patates cipsi vb.) akşam saatlerinde pizza gibi hazır yiyecekler ve patlamış mısır atıştırmalıklar tükettiği gözlemlenmiştir. “Spirited Away” çizgi filmindeki karakterlerin ise tamamen Japon kültürüne özgü çubuklarla sushi gibi Japon mutfağından yemekler yediği, yer yataklarında yattığı, detaylı incelemelerimiz sonucu Japon sanatıyla süslenmiş sürgülü raylı kapı sistemlerini kullandıklarını söylemek mümkündür. Yine aynı şekilde iki farklı kültürü bu iki çizgi filmler üzerinde incelediğimizde; karakterlerin selamlaşmaları, birbirlerine davranış biçimlerinin farklılıkları da sosyolojik faktörlerin filmlere nasıl yansıdığını veya başka bir deyişle filmler aracılığıyla farklı kültürlerin nesillere aktarıldığı ve dünyaya tanıttığı fark edilmektedir.

**Görsel 1.32:** Hayao Miyazaki – Ruhların Kaçışı (Spirit Away)



**Kaynak:**(<https://www.beyazperde.com/filmler/film-37485/fotolar/detay/?cmediafile=21716586>, 2024).

**Görsel 1.33:** Matt Groening -“Simpsonlar”



**Kaynak:**([https://static-media.fxx.com/img/FX\\_Networks\\_-\\_FXX/885/235/Simpsons\\_20\\_21\\_P1.jpg](https://static-media.fxx.com/img/FX_Networks_-_FXX/885/235/Simpsons_20_21_P1.jpg), 2024).

Türk çizgi filmlerini genel olarak incelediğimizde, eski dönem yapıtlarda Türk Mitolojisi (Karaoğlan, Tarkan vb.) ve masallarının (Keloğlan, Nasrettin Hoca, Dede Korkut vb.) ön plana çıktığı, yeni dönem çizgi filmlerde ise karakterlerin birbirleriyle olan iletişimlerinde; bayramlaşma, el öpme, büyüklere saygı vb. Türk kültüründe önem taşıyan davranış biçimlerinin ön plana çıktığı bulgularına rastlanmıştır.

**Görsel 1.34:** Özge Burçin AKDENİZ – İlk Roketi yapan Türk Lagari Hasan Çelebi



**Kaynak:** ([www.pembepanda.com](http://www.pembepanda.com), 2024).

#### 1.2.4. Kültür Politikalarının Güçlendirilmesi

 izgi film sektöründe kültür politikalarının güçlendirilmesi, yerel kültürün ve sanatın korunması, geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesini amaçlayan bir dizi strateji içermektedir. Kültür politikalarının güçlendirilmesi için alınabilecek önlemleri şöyle sıralayabiliriz:

*Yerel Hik yelere Destek:* Türk kültürünü ve tarihini yansıtan yerel hik yelere özel destek programları oluşturulması ve yerel halkın katılımını teşvik ederek onların yaşam deneyimlerini yansıtan projelere destek sağlanması gerekmektedir.

*Sanat ve Eğitim İş Birlikleri:*  izgi film ve animasyon eğitimine yönelik iş birlikleri ve programları geliştirilmelidir. Sanat okulları ve üniversitelerle iş birlikleri yapılarak yetenekli gençlerin sektöre kazandırılması sağlanmalıdır.

*Kültürel  eşitliliğe Teşvik:* Farklı etnik gruplara ve kültürlere ait içeriklerin desteklenmesi ve teşvik edilmesi gerekmektedir. Çeşitli kültürlerin bir araya geldiği projeleri teşvik ederek kapsayıcı bir içerik üretimi sağlanmalıdır. Türk kültürünü ve tarihini yansıtan içeriklerin üretilmesine teşvikler getirilmesi önerilmektedir.

*Kültür ve turizm için özel etkinlikler ve festivaller düzenlemek:* Yerel hikâyeleri ve kültürleri yansıtan çeşitli içeriklerin üretilmesinin teşvik edilmesi önerilmektedir.

*Tarih ve Mitolojiye Dayalı Projeler:* Türk tarihini ve mitolojisini işleyen çizgi film projelerine özel destekler sağlanmalıdır. Tarih  ve kültürel mirası güçlendiren projelerin desteklenmesi gerekmektedir.

*Animasyon Festivalleri ve Etkinlikler:* Ulusal ve uluslararası animasyon festivallerini destekleyerek Türk animasyonu dünya çapında duyurulması beklenmektedir. Çocuklar ve gençler için animasyon atölyeleri ve etkinlikler düzenleyerek sektöre olan ilgilerinin arttırılması hedeflenmektedir.

*Kültürel Mirasın Dijitalleştirilmesi:* Geleneksel hikâyeleri ve kültürel mirası dijitalleştirerek yeni nesillere ulaştırılması ve dijital platformlarda yer alacak projelerin desteklenmesi uygun görülmektedir.

*Kültür Politikaları İçin Finansman:* Kültür projelerine ayrılan bütçeyi artırmak ve çizgi film sektörüne bu bütçeden pay ayırmak gerekmektedir. Özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarıyla iş birlikleri yapılarak kültürel projelere destek sağlanmalıdır.

*Uluslararası İş birlikleri:* Uluslararası projelerde Türk kültürünü temsil edebilen çizgi filmlere destek verilmesi önerilmektedir. Türk çizgi filmlerini uluslararası festivaller ve etkinlikler aracılığıyla tanıtılması gerekmektedir.

Bu kültür politikaları, Türk çizgi film sektörünü güçlendirerek hem yerel kültürün korunmasına katkı sağlar hem de Türk animasyonunu uluslararası düzeyde daha rekabetçi hale getirir.

### **1.2.5. Küresel Hedef Kitlelere Uyum Sağlamak**

Türk çizgi filmlerinin küresel çapta ilgi çekmesi ve uluslararası izleyici kitlesine hitap etmesi açısından önemli bir konudur.

Yabancı kültürlerin baskısı, global dile hizmet eden popüler çizgi filmler, dijital medyanın etkisi ve hızlı yaşam tarzları gibi etkenlerin Türk kültürel kimliğini tehdit ettiği görülmektedir. Globalleşme, çizgi filmleri etkileyen bir faktördür. Türk kültür içerikler, global eğilimlerin etkisi altında kaybolabilir. Bu durumu önlemek için yerel kültürlerin güçlendirilmesi önem taşımaktadır.

Türk çizgi filmlerin hikâyeleri, Türk mitolojisi ve geleneksel hikâyelerden esinlenerek Türk kültürünü yansıtır. Bu temalar, izleyicilere kendi kültürlerinin zenginliğini keşfetme fırsatı sunar. Çizgi film karakterleri, sadece Türk kültürünü değil, evrensel deneyimleri de yansıtmalıdır. Karakterlerin evrensel duygulara ve deneyimlere hitap etmesi, küresel izleyici kitlesinin bağ kurmasını kolaylaştırır.

Kültürel Çeşitlilik ve Evrensellik açısından değerlendirildiğinde, Türk çizgi filmlerinin kültürel öğeleri, evrensel temalarla birleştirilerek uluslararası izleyici kitlesine daha geniş bir çekim gücü kazandırılabilir. Kültürel zenginlik, uluslararası alanda ilgi uyandırabilir.

Türkçe dilinde üretilen çizgi filmler, uluslararası pazarlarda daha geniş bir kitleye ulaşmak için altyazı veya çeviri seçenekleriyle sunulmalıdır. Farklı dillerdeki versiyonlar, küresel izleyici kitlesini artırabilir.

### **1.2.6. Yerel ve Uluslararası Temaların Dengelenmesi**

Çizgi filmler, küresel meselelere ve temalara duyarlılık göstererek, izleyicilerin farklı kültürleri anlama ve bağ kurma ihtimalini artırır.

Türk çizgi filmleri, uluslararası animasyon endüstrisi standartlarına uygun kalitede üretilmelidir. Kaliteli animasyon ve teknik özellikler, uluslararası izleyicilerin dikkatini çeker.

Bu değerlendirme, Türk çizgi filmlerinin küresel pazarda nasıl bir etki yaratabileceğini ve uluslararası izleyici kitlesine nasıl ulaşabileceğini anlamak adına önemli bir adımdır. İlgili stratejilerin geliştirilmesi ve çizgi filmlerin küresel gelişime uyum sağlaması, Türk animasyon sektörünün daha geniş bir kitleye ulaşmasına olanak tanıyacaktır. Dünya animasyon pazarında Türk çizgi filmlerinin daha geride kaldığı görülmesine rağmen yabancı yapımlar, Türk çizgi film stüdyolarından fason üretim olarak destek almaktadır. Fason üretim konusunda Türkiye'nin tercih edilmesini zorlaştıran diğer Hindistan, İran vb. Asya ülkeleri de pazarda çok hızla fason üretimde ön planda yerini almaktadır.

Bazı Türk yapım şirketleri Türk çizgi film üreticilerini tercih etmek yerine Hindistan ve İran'a film üretimi yaptırarak pazara girmeyi tercih etmektedir. Bu durum Türk stüdyoların gelişimine gölge düşürmektedir. Bu konuda düzenlemeler yapılmalı teşvik ve destekler arttırılmalıdır.

Türk çizgi film endüstrisi, uluslararası animasyon stüdyoları ve yapımcılarla iş birlikleri yaparak küresel bir perspektif kazanmaktadır. Ortak projeler, farklı kültürlerin bir araya gelmesini sağlamaktadır.

Türk çizgi filmleri, uluslararası izleyici kitlesinden gelen geri bildirimlere açık olmalıdır. İzleyici talepleri ve beklentilerine duyarlılık, çizgi filmlerin evrimleşmesine ve küresel izleyicilerle daha iyi bağ kurmasına yardımcı olmaktadır.

Türk çizgi filmleri, uluslararası film festivallerinde ve ödül törenlerinde başarı elde ederek küresel alanda tanınırlık kazanmaktadır. Ödüller, çizgi filmlerin kalitesini ve çekiciliğini vurgulamaktadır.

### **1.3. TÜRKİYE'DEKİ ANİMASYON EĞİTİMİ**

#### **1.3.1. Animasyon Okulları ve Programları**

Türkiye'de animasyon alanında eğitim veren birçok üniversite bulunmaktadır.

Bu üniversiteler, çeşitli disiplinlerde eğitim fırsatları sağlamakta ve genellikle uluslararası standartlara uygun eğitim hizmeti vermektedir. Çizgi film animasyon ana

branş dalı eğitimi bulunmayan üniversitelerde ise, grafik, görsel iletişim tasarım, endüstriyel tasarım, sanat ve tasarım, oyun tasarım vb. bölümlerin altında animasyon dersleri yer almaktadır.

Çizgi Film (Animasyon bölümü) ilk defa Eskişehir Anadolu Üniversitesinde kurulmuştur. O dönemde, Uygulamalı Güzel Sanatlar Yüksek Okulu adı altında başlayan animasyon derslerinin başlangıcı 1988 yılına dayanmaktadır.

1983'te kurulan Uygulamalı Güzel Sanatlar Yüksek Okulu 1992 yılında Güzel Sanatlar Fakültesine dönüştürülmüştür. Çizgi film animasyon bölümü dört yıllık lisans eğitimine başlamıştır (<https://gsf.anadolu.edu.tr/hakkimizda/genel-bilgi>, 2024).

Devlet üniversiteleri arasında Kütahya Dumlupınar Üniversitesi'nde açılan çizgi film animasyon bölümü, dört yıl süreli olup ve her yıl 60 öğrenci alarak eğitim-öğretime devam etmektedir (<https://gsf.dpu.edu.tr/tr/index/sayfa/8478/cizgi-film-animasyon-bolumu>, 2024).

Devlet üniversiteleri arasında bu iki üniversite, düzenlediği animasyon festivalleriyle de ön planda yer alır. Ayrıca 2023 yılında Türkiye Gençlik ve Eğitime Hizmet Vakfı (TÜRGEV) tarafından düzenlenen Yapay zekâ ile Görsel Tasarım Yarışmasında, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Dekanı Prof. Dr. Levent MERÇİN ve Öğretim Görevlisi Ceyda BAYRAKDAR önderliğinde yönlendirdikleri öğrencileri birincilik ödülü kazanmasıyla birlikte ilgili fakülte girişimci ve yenilikçi alanda ön plana geçmiştir (<https://www.esyenigun.com/dpulu-ogrenci-yapay-zeka-ile-gorsel-tasarim-yarismasinda-birinci-oldu>, 2024).

Türkiye'de lisans alanında Çizgi Film ve Animasyon Bölümü ve ön lisans alanında Bilgisayar Destekli Tasarım ve Animasyon Bölümlerinin yer aldığı üniversiteleri

**Tablo 1.1: Türkiye’de Animasyon Bölümü Olan Üniversiteler**

| Üniversite                               | Şehir         |
|------------------------------------------|---------------|
| Amasya Üniversitesi                      | Amasya        |
| Anadolu Üniversitesi                     | Eskişehir     |
| Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi     | Ankara        |
| Aydın Adnan Menderes Üniversitesi        | Aydın         |
| Bahçeşehir Üniversitesi                  | İstanbul      |
| Bandırma On yedi Eylül Üniversitesi      | Balıkesir     |
| Başkent Üniversitesi                     | Ankara        |
| Beykent Üniversitesi                     | İstanbul      |
| Beykoz Üniversitesi                      | İstanbul      |
| Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi    | Burdur        |
| Çukurova Üniversitesi                    | Adana         |
| Dokuz Eylül Üniversitesi (KKTC Uyraklı)  | İzmir         |
| Dumlupınar Üniversitesi                  | Kütahya       |
| Haliç Üniversitesi                       | İstanbul      |
| İstanbul Arel Üniversitesi               | İstanbul      |
| İstanbul Aydın Üniversitesi              | İstanbul      |
| İstanbul Ayvansa ray Üniversitesi        | İstanbul      |
| İstanbul Gelişim Üniversitesi            | İstanbul      |
| İstanbul Kültür Üniversitesi             | İstanbul      |
| İstinye Üniversitesi                     | İstanbul      |
| Kafkas Üniversitesi                      | Kars          |
| Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi    | Kahramanmaraş |
| Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi          | Kırşehir      |
| Maltepe Üniversitesi                     | İstanbul      |
| Marmara Üniversitesi                     | İstanbul      |
| Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi | Sakarya       |
| Selçuk Üniversitesi                      | Konya         |
| Üsküdar Üniversitesi                     | İstanbul      |
| Yakın Doğu Üniversitesi                  | KKTC-Lefkoşa  |
| Yaşar Üniversitesi                       | İzmir         |
| Yozgat Bozok Üniversitesi                | Yozgat        |

**Kaynak:** ÖSYM (2021), YÖK (2021).

Üniversiteler dışında Anadolu Güzel Sanatlar liseleri, Teknik meslek liseleri ve özel kolejlerin ders programlarına da animasyon ve tasarım dersleri yer almaktadır.

Ayrıca Sabancı Vakfının “Fark Yaratıcılar” Programı desteğiyle Fatih Küçük tarafından Antalya'nın Kaş ilçesinde kurulan ve Türkiye'nin ilk bağımsız çizgi film okulu olarak eğitim veren The Cartoon Mill (Çizgi Film Değirmeni), küçük yaştaki çocuklara uluslararası düzeyde ücretsiz eğitim olanağı sağlamaktadır (<https://www.ntv.com.tr/sanat/turkiyenin-ilk-bagimsiz-cizgi-film-okulathe-cartoon-mill-sabanci-vakfi-tarafindan-fark-yaratan-secildi,ywUa5vaU70G7FojfsufIFQ>, 2024).

### 1.3.2. Endüstri Odaklı Eğitim Girişimleri

Üniversiteler, sektörde ticari faaliyet gösteren firmaları davet ederek seminerler, konferanslar, workshoplar, çalıştay ve atölyelerle eğitim girişimlerinde bulunmaktadır.

Bu faaliyetlerin arttırılması sektörün gelişimi ve eğitim açısından büyük önem taşımaktadır. Ticari kurumlar veya online eğitimler veren sektörde çalışan profesyoneller çizgi film konusundaki uzmanlık alanlarını dijital platformlar üzerinden paylaşarak üniversitelerin eğitim kaynaklarına katkı sağlamaktadır.

Bu, öğrencilere sektördeki güncel gelişmeleri takip etme ve profesyonellerle bağlantı kurma imkânı sunmaktadır. Aynı zamanda bu dijital platformlar sayesinde işverenlerle çalışanların buluşma olanağı da sağlanmış olmaktadır.

#### 1.4. SEKTÖRDEKİ ÇALIŞMALARIN DURUMU

##### 1.4.1. Son On Yılda Yapılmış Yerli Yapım İki Boyutlu Başarılı Çizgi Filmler

Tablo 1.2’de, Türkiye’de 2013-2023 yılları arasında, iki boyutlu animasyon türünde yapılmış olan, sinema da ve dijital platformlarda yayınlanmış uzun metraj animasyon sinema filmleri listelenmektedir ([https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrk\\_animasyon\\_sinema\\_filmleri\\_listesi](https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrk_animasyon_sinema_filmleri_listesi), 2024).

**Tablo 1.2: Türkiye’de 2013-2023 Yılları Arasında, İki Boyutlu Animasyon Türünde Yapılmış Olan Filmler**

| 2013-2023 |                                          |                   |                                                                      |
|-----------|------------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Yıl       | Film                                     | Yapımcı           | Teknik                                                               |
| 2013      | <i>RGG Ayas</i>                          | BKM, Düşyeri      | Bilgisayar destekli 2D                                               |
| 2018      | <i>Kral Şakir: Oyun Zamanı</i>           | BKM, Grafi2000    | Bilgisayar destekli 2D/3D                                            |
| 2019      | <i>Maceracı Yüzgeçler: Büyük Gösteri</i> | Imaginite Studios | Bilgisayar destekli 2D                                               |
| 2023      | <i>Doğu Ekspresi’nin Gizemi</i>          | Koza Yayın AŞ     | Bilgisayar Destekli 2D                                               |
| 2023      | <i>Minder adası</i>                      | Resimli Film      | Bilgisayar Destekli 2D<br>(not: 2024 mayıs ayında gösterime girecek) |

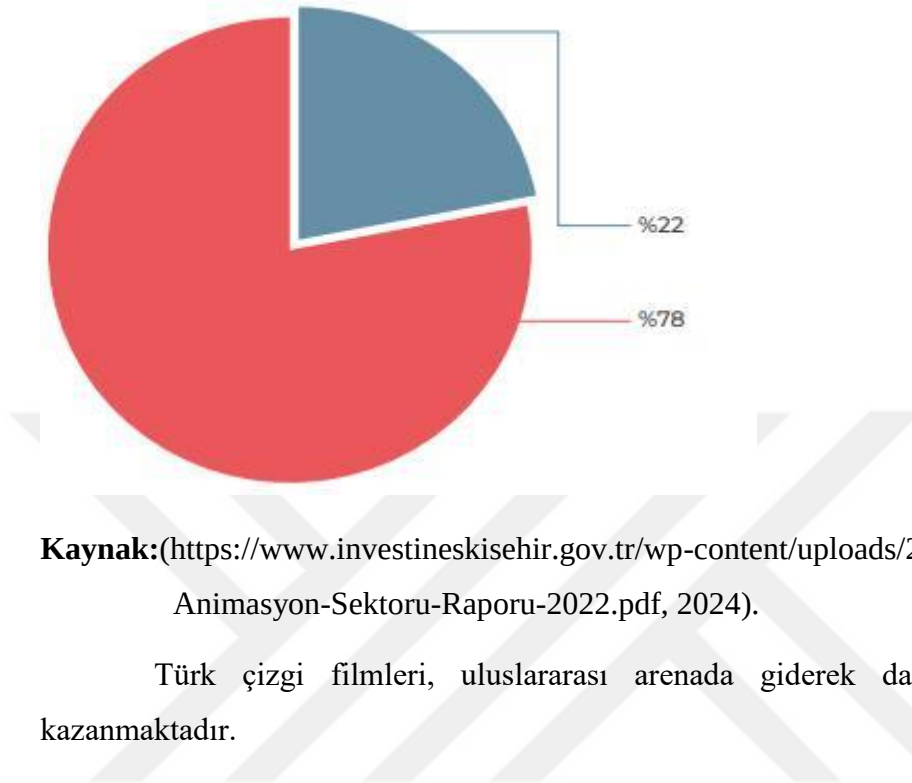
Tablo 1.2’deki çizgi filmler, Türk sinema sektörünün animasyon alanındaki gelişimini yansıtan örneklerdir. Ancak, Türk sinemasındaki iki boyutlu çizgi filmler genellikle dizi niteliğinde olup, televizyon ve diğer dijital platformlarda daha yaygın olarak izleyiciyle buluşmaktadır.

##### 1.4.2. Ulusal ve Uluslararası Yarışmalara Katılım

“Bebka Kalkınma Ajansı”nın hazırladığı animasyon sektörü raporuna göre; Türkiye’deki animasyon firmalarının ulusal veya uluslararası ödüllü yarışmalara katılma

durumu aşağıdaki grafikte gösterilmiştir. 2021 yılında yapılan araştırmaya göre firmaların % 78'nin katıldığı, % 22'sinin katılmadığı belirlenmiştir.

**Şekil 1.1:** Türkiye'deki Animasyon Stüdyolarının Yarışmalara Katılım Durumu



**Kaynak:**(<https://www.investineskisehir.gov.tr/wp-content/uploads/2023/02/BEBKA-Animasyon-Sektoru-Raporu-2022.pdf>, 2024).

Türk çizgi filmleri, uluslararası arenada giderek daha fazla tanınırlık kazanmaktadır.

Bu çizgi filmler, yaratıcı hikâyeleri, kaliteli animasyonları ve kültürel zenginlikleriyle dikkat çekmektedir. Ancak, belirli ödüllerin kazanıldığı birçok çizgi film bulunsa da genel olarak Türk çizgi filmlerinin dünya çapında aldığı büyük ödüller sınırlıdır.



**İKİNCİ BÖLÜM**  
**TÜRKİYE’DE İKİ BOYUTLU ÇİZGİ FİLM SEKTÖRÜNÜN FIRSATLARI VE**  
**SORUNLARI**

## 2.1. PAZARLAMA VE KİTLE İLETİŞİM

### 2.1.1. Sosyal Medyayı Tanıtım Amaçlı Kullanmak

Türk çizgi filmlerinin sosyal medyayı tanıtım amacıyla kullanması, bu yapımların geniş bir izleyici kitlesiyle etkileşimde bulunmasını, Türk çizgi filmlerinin ve yapım stüdyolarının bilinirliğinin artırılmasını ve hayran kitlesini oluşturmalarını sağlamaktadır. Türk çizgi filmlerinin sosyal medyayı tanıtım amacıyla kullanmasının bazı yolları aşağıdaki maddelerde özetlenmektedir.

#### İçerik Paylaşımı:

Çizgi filmin karakterleri, sahneleri veya çıkartmaları gibi görsel içeriklerin sosyal medya platformlarında paylaşılması, izleyicilerin dikkatini çekebilmektedir. Tanıtım afişleri, teaserlar ve kısa animasyon klipleri gibi içerikler, izleyicileri heyecanlandırarak merak uyandırmaktadır.

#### Arka Plan Hikâyeleri ve Bilgileri:

Çizgi filmin yapım sürecine dair ilginç hikâyeler, karakter tasarım süreçleri veya dublaj kayıtları gibi arka plan bilgileri paylaşılarak izleyicilerle bağ kurulması sağlanmakta, bu tür içeriklerle, izleyenlerin çizgi filmin oluşumuna dair daha fazla bilgi edinmelerine olanak tanınmaktadır.

Yabancı yapımların oldukça detaylı şekilde hazırlanmış film yapımında arka plan aşamaları olduğu gözlemlenmiştir.

#### Etkileşimli Yarışmaları ve Soruları:

Sosyal medya platformlarında düzenlenen etkileşimli yarışmalar, anket çalışmaları ve çizgi film karakterlerinden oluşan oyuncakların hediye çekilişleri izleyicilerle etkileşimi artırılabilir. Örneğin, izleyiciler çizgi filmin konusuyla ilgili sorular sorarak veya kendi çizimlerini paylaşmalarını isteyerek etkileşim sağlanabilmektedir.

#### Hashtag Kampanyaları:

Çizgi filmin adı veya belirli bir tema etrafında oluşturulan “hashtag”ler, sosyal medya üzerinden konuşulan ve paylaşılan içerikleri bir araya getirebilir. Bu, çizgi filmin popülerliğini artırabilir.

### Teaser ve Fragman Paylaşımları:

Çizgi filmin fragmanları veya teaserları, izleyicilere heyecan verici bir ön izleme sunabilir. Sosyal medya platformlarında bu tür kısa videoların paylaşılması, izleyicileri meraklandırabilir.

### Özel Canlı Yayınlar ve Etkinlikler:

Çizgi filmin yapımcıları veya çizgi film karakterlerin canlı yayınlar yapması, takipçilerle doğrudan etkileşim kurma şansı tanır. Özel etkinlikler, röportajlar veya karakter canlandırmaları gibi içeriklerle izleyicilerle bağlar güçlendirilmesi önerilmektedir.

### Duyuru ve Lansmanlar:

Çizgi filmin tanıtımı, prömiyer tarihleri ve özel etkinliklere dair duyurular, sosyal medya üzerinden yapılabilecek etkili tanıtım stratejilerindendir.

Sosyal medya, çizgi filmler için güçlü bir pazarlama ve tanıtım aracıdır. İyi planlanmış ve hedef kitleye hitap eden içeriklerle, çizgi filmler sosyal medyada geniş bir izleyici kitlesiyle etkileşimde bulunabilir ve büyük bir hayran kitlesi oluşturabilir.

Ayrıca Youtube, ve dijital TV kanalları aracılığıyla da sadece sosyal mecralarda yayınlanmak üzere yapılan çizgi film yapımları olduğu gözlemlenmektedir. Ancak son dönemde Youtube gibi mecraların on iki yaş altı çocuklara yönelik içeriklerde reklam kısıtlamaları getirilmiştir ve gelir yüzdeleri düşürülmüştür.

Dijital platformlardaki reklamlardan kazanılan ve alınan ödemelerin yüzde miktarının oldukça düşürülmüş olması çizgi film yapımcılarının ek kampanyalar üretmeye gereksinim duymalarını gündeme getirmiştir.

Birçok dijital mecrada hizmet veren çizgi film içerik üreticileri, endüstriyel ürün üretimi ve satışlarına yönelmektedirler. Bu ürünlerin pazara çıkabilmesi için üreticilerin alışveriş merkezleri ve büyük markaların adı altında veya sponsorluğunda çalışmalar yaptığı gözlemlenmiştir.

## **2.1.2. Hayran Toplulukları ve Satış**

Türk çizgi filmlerinin hayran toplulukları, çizgi filmlerin başarısı ve izleyici kitlesiyle doğrudan ilişkilidir. Hayran toplulukları, çizgi filmleri destekler, paylaşır ve sosyal medya üzerinden etkileşimde bulunarak çizgi filmlerin popülerliğini artırabilir. Bu

hayran kitlesi aynı zamanda çeşitli ürün ve hizmetlere yönelik potansiyel bir satış kitlesi oluşturabilir. Bu bağlamda hayran toplulukları ve satış ilişkisine yönelik bazı stratejiler aşağıdaki başlıklarda bazı öneriler sıralanmıştır.

*Lisanslı Ürünler:* Çizgi film karakterlerinin lisanslı ürünleri, hayranların ilgisini çekmektedir. Tişörtler, oyuncaklar, defterler, kupa bardaklar gibi lisanslı ürünler hem çocuklar hem de yetişkin hayranlar arasında popüler olmaktadır. Bu ürünlerin online ve fiziksel mağazalarda satışa sunulması, hayran topluluğunu çizgi filmle etkileşime geçmeye teşvik etmektedir. Örnek olarak ters bir satış stratejisinde bulunan yapımcılar tarafından uluslararası ünlü “Hello Kitty” karakterinin önce oyuncacı çıkarılmış, karakter sevilip, ünlü olduktan sonra çizgi filmleri üretilmiştir.

*Özel Sürümler ve Koleksiyonlar:* Sınırlı sayıda üretilen özel sürümler veya koleksiyon ürünleri, hayranlar arasında özel bir ilgi uyandırmaktadır.

*Etkinlik ve İmza Günleri:* Çizgi film karakterlerinin canlandırıcıları veya yapımcıları ile düzenlenen etkinlikler ve imza günleri, hayranlar için özel bir deneyim sunmaktadır.

Bu etkinlikler sırasında lisanslı ürünlerin satışı da gerçekleştirilmektedir. Ayrıca karakterlerin maskot kostümleri veya kuklaları yapılarak çeşitli etkinliklerde, tiyatrolarda ve alışveriş merkezlerinde izleyici ile etkileşimde bulunmaları, tanışmaları, dans etmeleri, fotoğraf çektirmeleri oldukça dikkat çekici bir yöntemdir.

*Çevrimiçi Satış Platformları:* Lisanslı ürünlerin çeşitli çevrimiçi satış platformlarında satılması, çizgi film hayranlarına kolay erişim sağlar. Büyük e-ticaret platformları veya çizgi filmle özdeşleşmiş özel bir web sitesi üzerinden satışlar düzenlenmektedir.

*Sosyal Medya Reklamları:* Sosyal medya platformlarında hedeflenmiş reklam kampanyaları, çizgi filmle ilgili ürünleri tanıtmak için etkili bir yol olmaktadır. Reklamlar, hayranlara özel indirimler, kampanyalar veya sınırlı süreli teklifler içermektedir.

*Özel İçerik ve İndirimler:* Hayran topluluklarına özel içerikler, indirimler veya erişim avantajları sunmak, satışları artırabilir. Örneğin, özel bir indirim koduyla lisanslı ürünlerin satın alınması gibi teşvikler kullanılabilir.

*Hayran Kitlesi ile Etkileşim:* Çizgi film stüdyosu veya markası, hayran kitlesi ile etkileşimde bulunarak onların isteklerini ve beklentilerini anlamalıdır. Geri bildirim almak, yeni ürünlerin geliştirilmesi ve satış stratejilerinin belirlenmesi açısından önem taşımaktadır.

Hayran kitlesi ve satış stratejileri arasında kurulan sağlam bir bağ, çizgi filmin sadece bir eğlence değil, aynı zamanda bir marka olarak güçlü bir şekilde konumlanmasını sağlamaktadır.

### **2.1.3. Dağıtım Kanallarının Çeşitlendirilmesi**

Türk çizgi filmlerinin başarılı bir şekilde dağıtılması için çeşitli dağıtım kanallarını kullanmak, daha geniş bir izleyici kitlesi ve potansiyel gelir kaynaklarına ulaşmak için önemlidir.

#### *Televizyon Yayını:*

Türk çizgi filmleri, yerel televizyon kanallarında belirli saatlerde yayınlanarak geniş bir yurtiçi izleyici kitlesine ulaşabilir. Özellikle çocuk kanalları, çizgi filmlerin hedef kitlesine ulaşmak için ideal bir platform sunmaktadır.

#### *Dijital Platformlar:*

Türk çizgi filmleri, yerel dijital platformlarda (örneğin, Blue TV) ve uluslararası çevrimiçi yayın platformlarında (örneğin, Netflix US) izlenebilir. Bu platformlar, izleyicilere çizgi filmleri istedikleri zaman ve yerde izleme olanağı sunmaktadır.

#### *Sinema Gösterimleri:*

Özellikle büyük prodüksiyonlu animasyon filmleri için sinema gösterimleri, yurtiçinde çocuk, genç ve aile odaklı izleyici kitlesine ulaşma fırsatı sağlamaktadır.

#### *Eğitim Kurumları ve Etkinlikler:*

Çizgi film karakterleri ve temaları, okullarda ve çeşitli etkinliklerde kullanılabilir. Eğitim materyalleri ve özel etkinlikler, kitaplar veya etkileşimli çalıştaylar aracılığıyla çizgi filmler eğitim amaçlı olarak kullanılmaktadır.

#### *Sosyal Medya ve Reklam Kampanyaları:*

Çizgi filmlerin resmi sosyal medya hesapları, izleyicilere güncellemeler ve etkileşim sunar. Ayrıca, sosyal medya üzerinden yapılan hedeflenmiş reklam

kampanyalarıyla çizgi filmler daha geniş bir kitleye tanıtılmaktadır.

#### Mobil Uygulamalar:

Çizgi film karakterleri ve hikâyeleri içeren interaktif mobil uygulamalar, çizgi filmin etkileşimini artırmaktadır. Bu uygulamalar aynı zamanda çizgi filmle ilgili içeriklerin ve ürünlerin satışını teşvik etmektedir.

Bu maddeler, çizgi filmlerin dağıtım kanallarını çeşitlendirmek için kullanılabilecek stratejiler arasında yer almaktadır. Bu çeşitli dağıtım kanalları, çizgi filmlerin hem geniş bir izleyici kitlesiyle buluşmasını hem de farklı gelir kaynaklarına ulaşmasını sağlamaktadır. Her bir kanalın avantajları ve hedef kitlesi göz önüne alınarak stratejiler belirlenmelidir.

#### **2.1.4. Yurtiçi ve Uluslararası İzleyici**

Yurtiçi ve uluslararası izleyicilik stratejileri, çizgi filmin hedef kitlesini genişletme ve farklı kültürlerden izleyicilere ulaşma açısından önemlidir. Bu stratejiler, çizgi filmlerin sadece ulusal değil aynı zamanda küresel bir başarı elde etmesine yardımcı olmaktadır.

Yurtiçi izleyicilik; televizyon yayınları, dijital platformlar, sinema gösterimleri, eğitim kurumları ve etkinlikler olarak sıralanmaktadır.

Uluslararası İzleyicilikde; dijital yayın platformları, uluslararası film festivalleri, yabancı dil dublajları, altyazılar, uluslararası pazarlama, tanıtım, ortak prodüksiyonlar ve iş birlikleri olarak sıralanmaktadır. Örnek olarak; uluslararası stüdyolar ve prodüksiyon şirketleri ile ortak çalışmalar ve iş birliği yaparak küresel izleyici kitlesine daha kolay ulaşmaktadır.

Çeşitli kültürlerden izleyicilere hitap etmeye ulaşmak için dublaj ve alt yazı çalışmaları yapılmaktadır. Türk çizgi filmleri, uluslararası film festivallerine katılarak global çapta tanınmaktadır. Ödül kazanma veya seçkiye dahil olma, çizgi filmin uluslararası prestijini artırmaktadır.

#### **2.1.5. Gelişen Piyasalar ve Trendler**

Türk çizgi film endüstrisi, bu gelişen piyasalara ve trendlere uyum sağlayarak ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet eder. Stratejik planlama, teknolojik yeniliklere açıklık ve izleyici taleplerini anlama konularında dikkatli bir yaklaşım, sektördeki

oyuncular için kritik öneme sahiptir.

Dijital Platformlar ve Çevrimiçi Yayın: Dijital yayın platformları, çizgi filmleri çevrimiçi olarak izleme ve paylaşma olanağı sunar. Netflix, Disney+, Youtube gibi platformlar üzerinden çizgi filmlerin popülerliği artmaktadır.

Çevrimiçi İçerik Üretimi: Çevrimiçi platformlar, çizgi filmleri daha geniş kitlelere ulaştırmak için özgün içerik üretmeye yönelik yatırımları desteklemektedir.

Çeşitlilik ve Temsiliyet: Kültürel çeşitlilik, farklı kökenlere sahip karakterleri ve hikâyeleri içeren çizgi filmleri teşvik eder. İzleyici kitlesinin çeşitlenmesi, küresel pazarda daha geniş bir etki yaratma şansı tanımaktadır.

Ortak Yapımlar ve İş birlikleri: Türk çizgi film endüstrisi, uluslararası stüdyolar ve yapımcılarla ortak çalışmalar yaparak küresel pazarda daha fazla yer bulma yoluna gidebilmektedir.

Yabancı Pazarlarda Büyüme: Türk çizgi filmleri, yabancı pazarlarda popülerlik kazanarak uluslararası başarı elde edebilmektedir.

Yenilikçi Animasyon Teknikleri: Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri, çizgi filmleri daha etkileşimli ve deneyimsel hale getirir. Bu teknolojilerle yapılan projeler, izleyiciye farklı bir seyir deneyimi sunar.

Yapay Zekâ Uygulamaları: Yapay zekâ, animasyon prodüksiyon süreçlerini optimize etmede ve yeni yaratıcı fırsatlar yaratmada kullanılabilir.

Küresel Pazarlama ve Lisanslama: Çizgi filmlerin küresel pazarlarda tanıtımı için güçlü pazarlama stratejileri geliştirmek önemlidir.

Çizgi filmlerin sosyal medyada aktif olarak tanıtılması ve izleyici katılımının sağlanması, marka bilinirliğini artırabilmektedir. Çizgi filmlerin etrafında oluşan güçlü hayran toplulukları, endüstri için organik bir destek ve pazarlama gücü oluşturabilir.

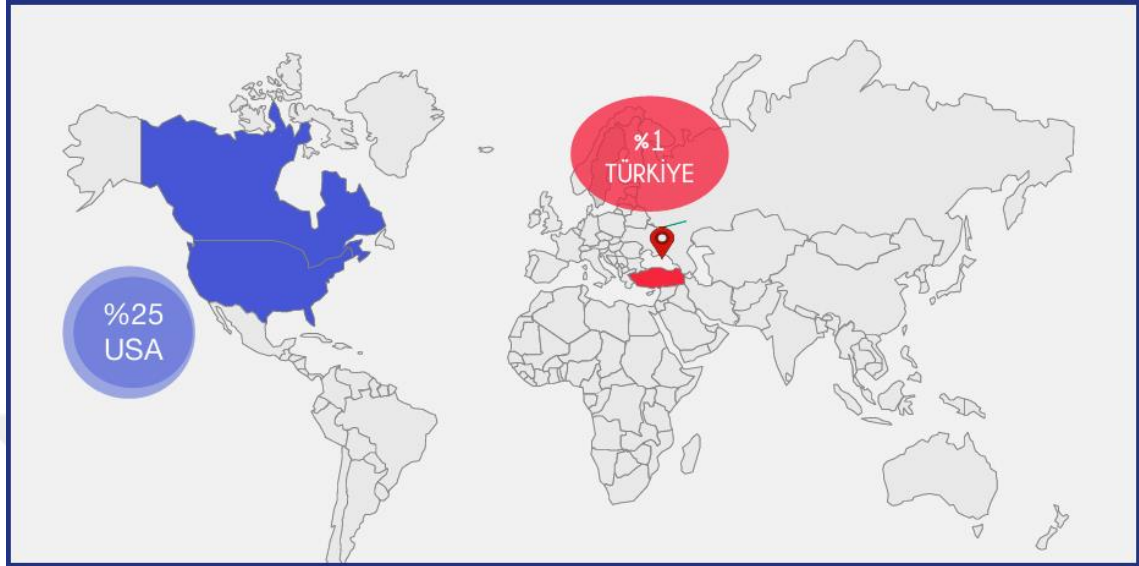
## 2.2. EKONOMİK FAKTÖRLER

### 2.2.1. Pazar Büyüklüğü ve Gelir

Verilere göre, animasyon sektörü son yıllarda Türkiye’de de gelişmektedir. Her yıl yeni filmlerin üretildiği Türk animasyon sektörünün pazar hacmi yaklaşık 80 milyon dolardır. Ancak dünya pazarından alınan pay, yüzde 0,1’in altındadır ([https:// www.dun](https://www.dun)

ya.com/sectorler/teknoloji/turkiyede-uretilen-animasyonlar-dunyayla-rekabet-ediyor-haberi-681791, 2024).

**Görsel 2.1:** 2024 Haritadaki Küresel Animasyon Pazar Büyüklüğü



**Kaynak:** Animasyon Pazarı İstatistikleri: 2024'teki Nihai Liste (academyofanimatedart.com, 2024).

**Görsel 2.2:** Küresel Animasyon Pazar İstatistikleri

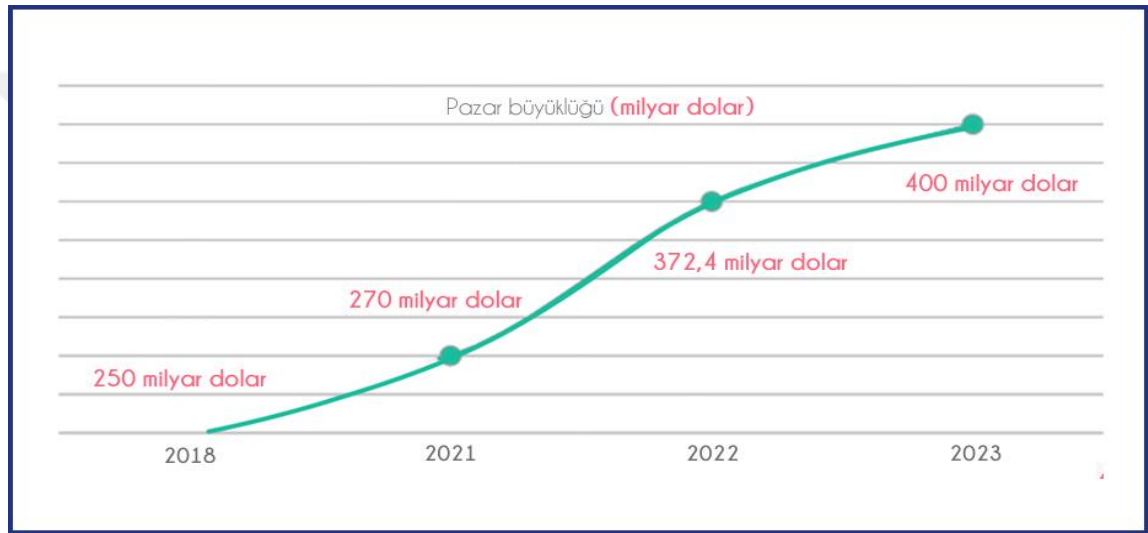


**Kaynak:** Animasyon Pazarı İstatistikleri: 2024'teki Nihai Liste (academyofanimatedart.com, 2024).

2024'te genel animasyon pazar istatistikleri:

Küresel animasyon pazar büyüklüğünün bu yılın sonuna kadar 400 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. En büyük animasyon pazarına ev sahipliğini Kuzey Amerika yapmaktadır. Disney, dünyanın en büyük animasyon stüdyosudur, onu Sony ve Netflix izlemektedir. Bilgisayarlı animasyon, pazarın % 85'ini oluşturuyor. Animasyon filmler, animasyon olmayan filmlere göre % 30 daha yüksek kâr marjına sahiptir. Çocuklu her dört aileden üçü en az bir animasyon filmine sahiptir. (academyofanimatedart.com,2024)

**Görsel 2.3:** Küresel Animasyon Sektörü Pazar Büyüme Oranı

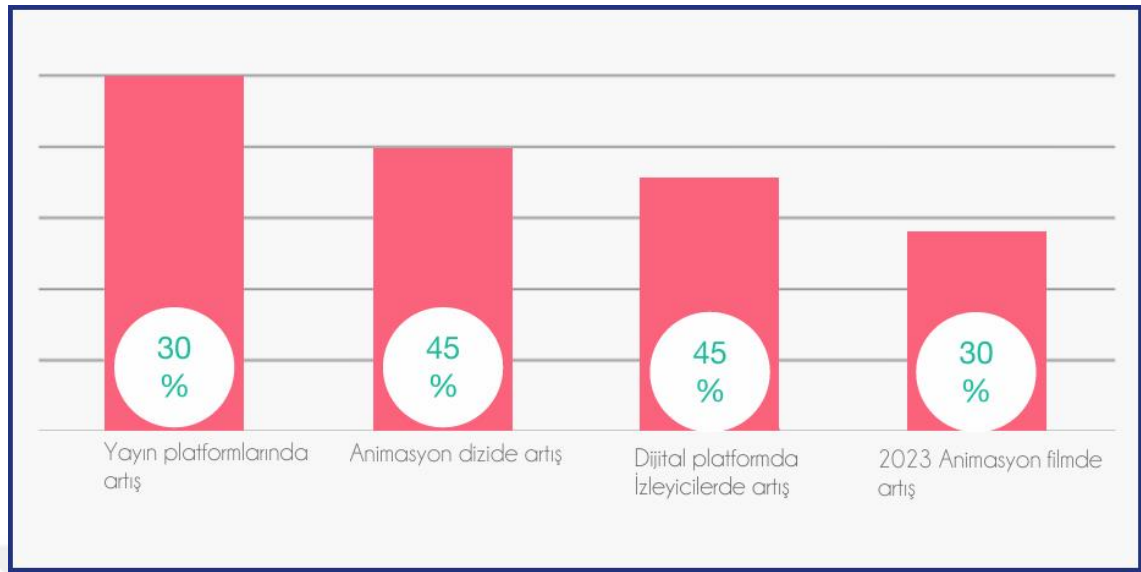


**Kaynak:** Animasyon Pazarı İstatistikleri: 2024'teki Nihai Liste (academyofanimatedart.com, 2024).

Küresel animasyon 2022'de 391 milyar dolardan 2023'ün sonunda 400 milyar dolara ulaşmaya hazırlanıyor. (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

Bebka Kalkınma Ajansı 2022 raporuna göre, günümüzde bu oran hızla artmış ve animasyon 2021 yılı itibariyle 270 milyar dolar pazar hacmine ulaşmıştır. Son dönemde gerçekleştirilen pazar araştırmalarına göre animasyon sektörünün 2023 yılında 404,83 milyar dolar pazar hacmine ulaşacağı tahmin edilmektedir. Ülkemizde sektörün büyüklüğü yaklaşık 1 milyar dolar (animasyon, VFX & oyun) olarak kabul edildiği takdirde ülkemizin dünya pazarından aldığı payın yaklaşık % 0,37 oranında olduğu söylenebilmektedir (<https://bebka.org.tr/wp-content/uploads/2021/07/Animasyon-Sekto%CC%88ru%CC%88- Raporu-2018.pdf>, 2024).

**Görsel 2.4:** Küresel Animasyon Pazarındaki Dönüşüm Oranı (2023)



**Kaynak:** Animasyon Pazarı İstatistikleri: 2024'teki Nihai Liste (academyofanimatedart.com, 2024).

Türk dizi sektörü son zamanlarda yurt dışı pazarda oldukça ilgi görmeye başlamıştır ve 2023 yılında “Ekonomist Habere” göre % 184 artış gözlemlenmiştir. Ancak çizgi film dizi sektörü ihracatta yavaş ilerlemektedir (<https://listelist.com/turk-dizisi-ihracati/>, 2024).

Türk çizgi film sektörü gelişime ve hızla büyümeye açık bir sektördür. Bu sektörün büyüebilmesi için devlet teşviklerinin artırılması gerekmektedir. RTÜK’ün televizyonlarda % 20 yerli film kullanımı uygulamasının aktif olarak uygulanması gerektiğine dikkat çekmesi ile birlikte TRT Çocuk, TRT, Diyanet TV başta olmak üzere

yerli iç ve dış yapım çizgi film üretimine katkıda bulunmaya başlanmıştır.

Ancak televizyon kanallarının bütçelerinin yetersiz olması, çizgi filmlerin ülkemizde dizi sektörü kadar sponsor yatırımı alamamaları iş kalitesinin düşük olmasına ve dünya standartlarının altında kalmasına sebep olmaktadır.

Türk çizgi filmlerinin uluslararası pazarlarda etkili bir şekilde pazarlanması ve dağıtılması için stratejiler geliştirilmelidir. Film festivallerine katılım, küresel tanıtım kampanyaları ve dijital platformlarda yer alması, uluslararası başarıyı artırmasına katkı sağlamaktadır.

**Görsel 2.5: Uluslararası Hasılatlara Örnekler**

|           |      | southpark                                                                                                        | simpsons                                                                                                                                    | Family guy                                                                |
|-----------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 2023      |      | 900 milyon dolar yatırım aldı.                                                                                   |                                                                                                                                             |                                                                           |
|           | 1999 | Bütçe - 21 milyon dolar<br>Film Cişe - 83 milyon dolar                                                           | 2007<br>Bütçe - 75 milyon dolar<br>Film Cişe - 536 milyon dolar<br>Video oyunları - 141 milyon dolar<br>Ürün satışları - 4.223 milyar dolar | 2012<br>Bütçe - 80 milyon dolar<br>Film Cişe - 710 milyon dolar           |
| Tv serisi |      | Bölüm başı maliyet \$2 milyon dolar<br>Tv serisi hasılat : ... bilinmiyor                                        | Bölüm başı maliyet \$2 milyon dolar<br>Tv serisi hasılat : ... bilinmiyor                                                                   | Bölüm başı maliyet \$2 milyon dolar<br>Tv serisi hasılat : ... bilinmiyor |
|           |      | Amerikan kanalları ortalama bölüm başı (20dk) lisanslar dışında, üretime 92bin - 150bin dolar ödeme yapmaktadır. |                                                                                                                                             |                                                                           |

**Kaynak:** (Box Office Türkiye).

**Görsel 2.6: Ulusal Hasılatlara Örnekler**

|      |  | Rafadan tayfa sinema filmi                                                                                                | Kral şakir sinema filmi                                                                                               |
|------|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2023 |  | 3. Film 2023<br>1,6 yıl üretim, gider 12,870,00 TL<br>30 hafta toplam seyirci: 2.852,854<br>Toplam hasılat 170.219,462 TL | 3. Film 2023<br>Üretim süresi, gider bilinmiyor<br>11 hafta toplam seyirci: 197.875<br>Toplam hasılat 13.337.445 TL   |
|      |  | 2. Film 2020<br>1,4 yıl üretim, gider 6,480,00 TL<br>24 hafta toplam seyirci: 3.444,814<br>Toplam hasılat 55,735,111 TL   | 2. Film 2019<br>Üretim süresi, gider bilinmiyor<br>17 hafta toplam seyirci: 2.107.865<br>Toplam hasılat 34.302.699 TL |
|      |  | 1. Film 2018<br>1,1 yıl üretim, gider 2,480,00 TL<br>31 hafta toplam seyirci: 1.702,339<br>Toplam hasılat 18,400,022 TL   | 1. Film 2018<br>Üretim süresi, gider bilinmiyor<br>15 hafta toplam seyirci: 346.964<br>Toplam hasılat 4.125.583 TL    |
|      |  | NOT: sadece sinema gişe gelirleri belirtilmiştir. TV kanalı, dijital platform ve ürün satış ve reklam gelirleri hariçtir. |                                                                                                                       |

**Kaynak:** (Box Office Türkiye).

Animatedart Akademisi'nin 2024 araştırma verilerine göre küresel animasyon pazarının önümüzdeki yedi yıl içinde yıllık %5'in üzerinde bir bileşik büyüme oranına sahip olacağı düşünülmektedir.

Küresel oyun pazarı bu yıl 281,77 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Küresel 3D animasyon pazarının da önümüzdeki beş yıl içinde iki katına çıkması beklenmektedir. (40 milyar dolar)

Animasyon ve VFX pazarı 181.38 milyar dolardır.

#### Animasyon istihdam ve iş segmenti istatistikleri:

Dünya çapında, yetenekli animasyon profesyonellerine olan talep %30 artmıştır.

#### Animasyon stüdyosu ve prodüksiyon istatistikleri:

2022'de bilgisayar tarafından oluşturulan animasyon pazarın %85'ini oluşturur.

Animasyonlu içeriğin %80'inden fazlası televizyon ve akış platformlarında bulunur. Buna Disney+, Netflix ve Prime Video gibi platformlar dahildir. (Abdalslam).

#### Animasyon izleyici eğilimi istatistikleri:

Akış platformları, 2022'de tüm animasyon tüketiminin %30'unu oluşturmuştur. (Kaynak: Statista, Marketsplash) Ayrıca, animasyonlu içeriğin %60'ı Netflix, Amazon ve Disney+ gibi dijital platformlarda tüketilmektedir.

Son yıllarda akış platformlarındaki animasyon dizilerinde, izleyici sayısında %45'lik bir artış görülmektedir. (Yahoo Finans).

Araştırmalar, insanların animasyon özelliklerini art arda izlemekte ve serileştirilmiş animasyonlu hikâye anlatımıyla ilgilenmeyi tercih ettiğini göstermektedir.

12 milyar dolarlık geliriyle Disney, geçen yıl dünyanın en çok hasılat yapan animasyon stüdyosu olmuştur (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

Pixar'ın animasyon filmleri dünya çapında ortalama 800 milyon dolardan fazla gişe hasılatı elde etmektedir.

(2018 ve 2022) Dört yılda, animasyon filmlerinin sayısı %20 artmıştır (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

Animasyon filmlerinin ortalama kâr marjı, animasyon olmayan filmlere göre %30 daha yüksektir.

2023'te şimdiye kadar, bir animasyon filmi (Super Mario Bros), Barbie'den bile daha iyi performans göstererek en yüksek hasılat yapan film olmuştur.

Animasyon filmlerin çeşitliliğinde %30'luk bir artış görülmektedir (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

Ortalama bir hane, animasyonlu içeriğe yılda 200 dolar harcıyor. Bu, online hizmetlerine yıllık abonelikleri de içermektedir (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

Çocuk TV programlarının % 40'ından fazlası animasyondur. (Yahoo Finans). En popüler çocuk animasyon içeriği Peppa Pig ve Bluey'dir.

Eğitim kurumlarının % 90'ından fazlası müfredatlarında animasyon kullanıyor (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

Reklamlarda, Tüketicilerin % 40 kadarı, metin okumak yerine animasyonlu içerikleri izlemeyi tercih ettiklerini söylemektedir.

2022'de animasyon filmler gişede 21 milyar dolar kazanmıştır (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

Disney, tüketilen tüm animasyonlu içeriğin %25'ini oluşturur (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

Kuzey Amerika, dünyanın en büyük animasyon endüstrisi unvanına sahiptir. (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

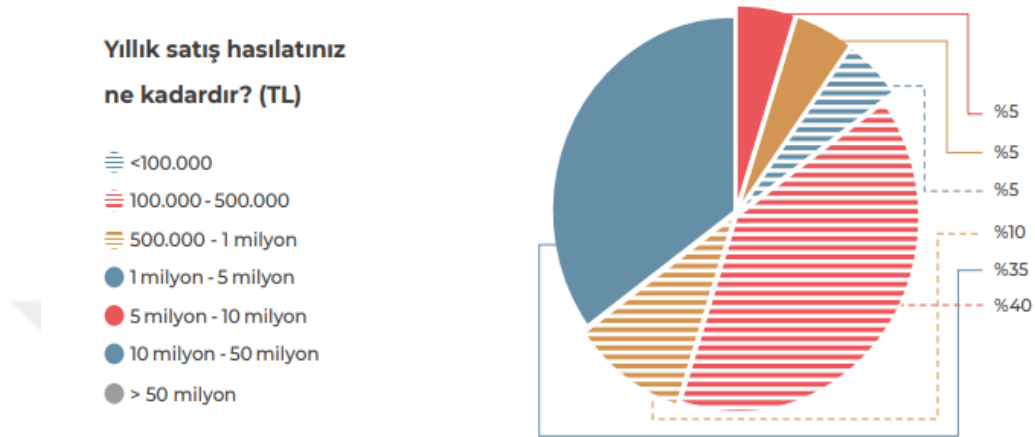
Bunun nedeni, Disney, Sony ve Netflix dahil olmak üzere en büyük animasyon stüdyolarının çoğunun orada bulunmasıdır. Ancak, en yüksek CAGR Asya Pasifik'ten gelmektedir.

82.7 milyar dolarlık geliriyle Disney, en büyük animasyon stüdyosudur (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

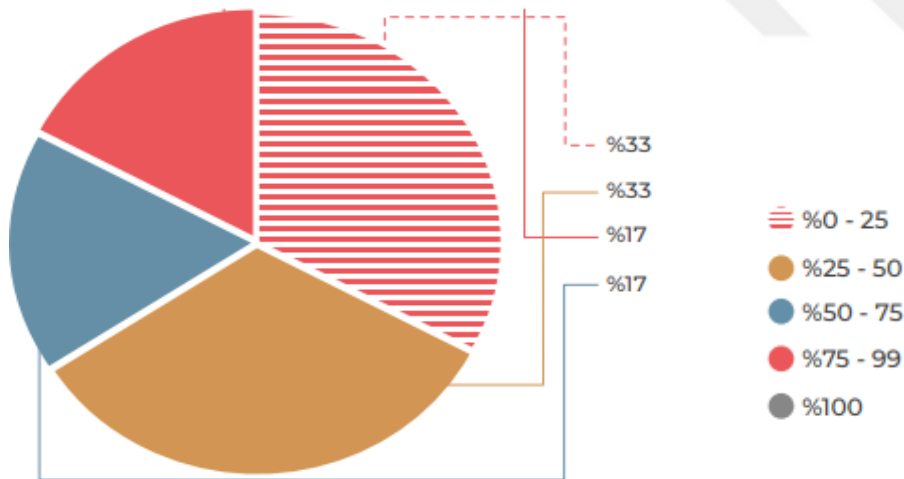
Disney'i, Sony (81 milyar dolar), Netflix (32 milyar dolar), DreamWorks (916 milyon dolar), Pixar (770 milyon dolar) ve Nickelodeon (628 milyon dolar) takip etmektedir (<https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>, 2024).

Küresel istatistiklere baktığımızda sevindirici oranda sektörde büyüme kaydedildiği açıkça görülmektedir. Ancak Türkiye’de rakamsal net verilerde, gerçekçi bir istatistik ve analiz bulunmamaktadır. (2022) Bebka kalkınma ajansının hazırladığı raporlara göre:

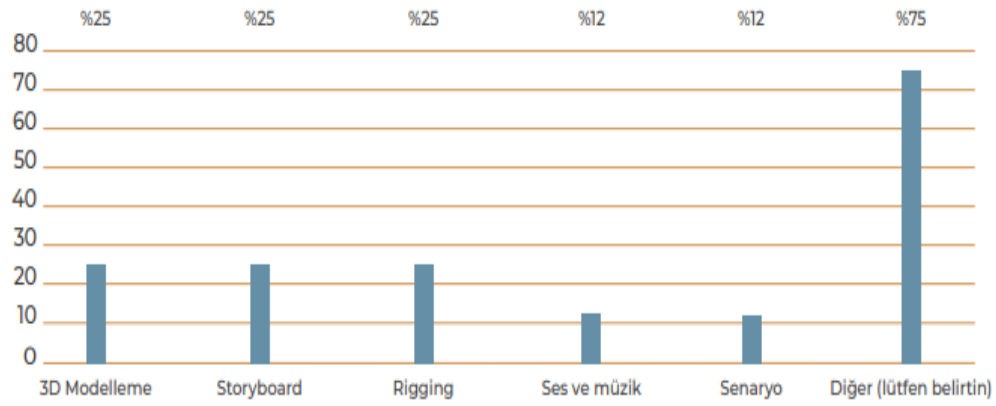
**Şekil 2.1:** Yıllık Satış Hasılatı (TL)



**Şekil 2.2:** TRT Çocuk ile Yürütülen Projeler Firmaların Toplam Projelerine Oranı

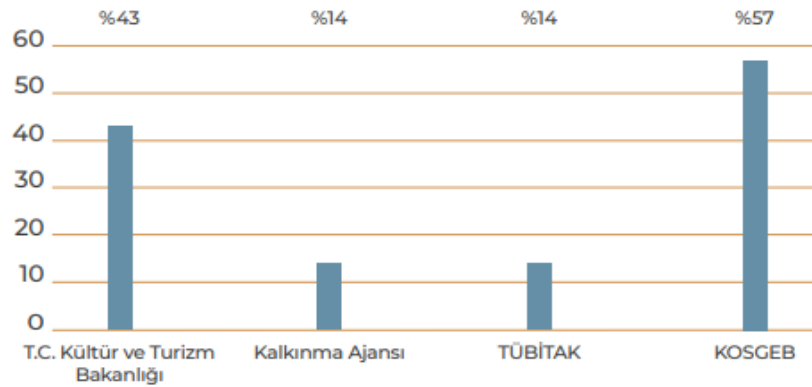


**Şekil 2.3: İhraç Hizmetleri Oranı**

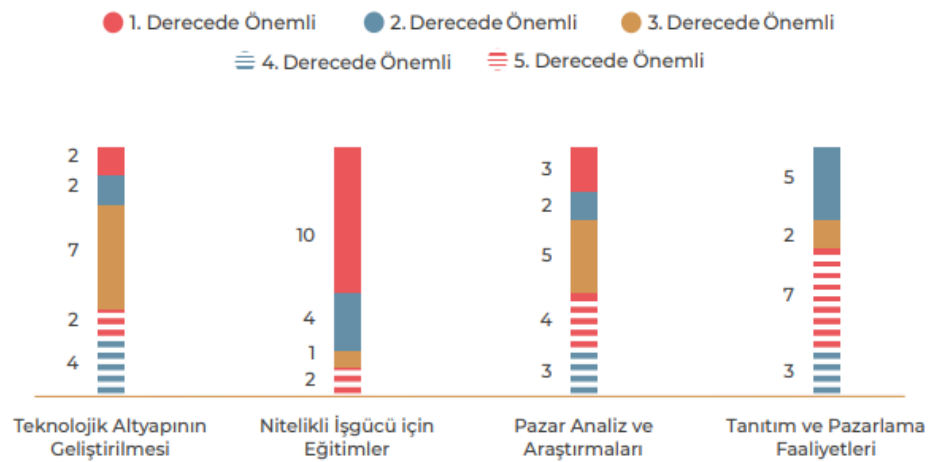


Firmaların %75'i yıllık ihracatının 100 bin doların altında ve %25'i ise yıllık ihracatının 100 bin ile 500 bin dolar arasında olduğunu belirtmiştir.

**Şekil 2.4: Alınan Destek Oranları**



**Şekil 2.5: Animasyon Sektörünün Gelişmesi İçin Öncelikli İhtiyaçlar**



Yurt dışı ile ortak üretim ihtiyacının bulunmasının yanı sıra birinci derece nitelikli işgücü için eğitim olduğu belirlenmiş; bunu, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, teknolojik altyapının geliştirilmesi ve pazar analizi ve araştırmaları da sırayla takip etmiştir.

Türk çizgi film endüstrisinin pazar büyüklüğü ve geliri, bir dizi faktöre bağlı olarak değişmektedir ancak genel olarak şu etkenler bu büyüklüğü etkileyebilir:

#### İç Pazar Talebi:

Çocuklar, gençler ve aileler arasında popüler çizgi filmler olan Kral Şakir, Neşeli Dünyam, Maysa Bulut gibi iki boyutlu yapımlar iç pazarda büyük bir izleyici kitlesi çekmektedir.

#### Dış Pazar ve İhracat:

Türk çizgi filmleri, uluslararası pazarlarda da talep görebilir. Dış pazarlara yapılan ihracatlar, sektör gelirini arttırmaktadır. Özellikle Türk çizgi filmlerinin farklı kültürlerle hitap edebilmesi önemlidir.

#### Lisanslama ve Ticarileştirme:

Çizgi film karakterlerinin lisanslanması ve ticarileştirilmesi, sektör gelirini arttırmaktadır.

Oyuncaklar, giyim ürünleri, kitaplar ve diğer ürünlerle yapılan lisans anlaşmaları, ek gelir kaynakları oluşturmaktadır.

#### Televizyon ve Dijital Platformlardaki Yayın Hakları:

Çizgi filmlerin televizyon kanallarında veya dijital platformlarda yayın hakları, sektör gelirini etkilemektedir. Yüksek izlenme oranlarına sahip çizgi filmler, reklam gelirleri veya abonelik modelleri aracılığıyla önemli gelir elde etmektedir.

#### Sinema Gösterimleri:

Büyük prodüksiyonlu çizgi filmler, sinemalarda gösterildiğinde bilet satışlarından elde edilen gelirler, sektörde önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

#### Reklam ve Sponsorluk:

Çizgi filmlerin, daha fazla reklam ve sponsorluk anlaşmaları yoluyla daha fazla gelir elde ettiği görülmektedir. Özellikle popüler çizgi filmler, markalar için çekici bir reklam platformu oluşturmaktadır.

### Devlet Desteği ve Teşvikler:

Devlet tarafından sağlanan teşvikler, çizgi film prodüksiyonlarını desteklemekte ve sektörün büyümesine daha fazla katkıda bulunmaktadır.

### Online Satış ve İzleme Platformları:

Çizgi filmlerin online satış platformları veya izleme servisleri aracılığıyla satışı, doğrudan tüketici ile etkileşimi artırılarak gelir sağlanmaktadır.

Çizgi film endüstrisinin büyüklüğü ve geliri, sektördeki projelerin başarısı, pazarlama stratejileri, teknik kalite ve içerik çeşitliliği gibi birçok faktöre bağlıdır. Bu nedenle sektördeki paydaşların çeşitli strateji ve iş birliği içinde olmaları, endüstrinin sürdürülebilir büyümesine katkı sağlar.

### **2.2.2. Uluslararası İş Birliği ve Ticaret**

Türk çizgi film endüstrisi için uluslararası iş birliği ve ticaret, sektördeki büyümeyi destekleyen önemli bir faktördür. Bu iş birlikleri global pazara erişim, kültürler arası değişim, yatırım destekleri, teknik iş birliği, global lisanslama ve ticaret avantajları sağlanmaktadır.

Uluslararası projeler ve ortak yapımlar, farklı kültürler arasında bilgi ve deneyim değişimine olanak tanımaktadır. Bu, çizgi filmlerin kültürel çeşitliliği yansıtarak daha geniş bir izleyici kitlesi çekmesine yardımcı olacağı görülmektedir.

Uluslararası iş birliği ve ticaret, Türk çizgi filmlerinin uluslararası pazarlara erişmesini sağlar.

Uluslararası projeler ve ortak yapımlar, farklı kültürler arasında bilgi ve deneyim değişimine olanak tanır. Bu, çizgi filmlerin kültürel çeşitliliği yansıtarak daha geniş bir izleyici kitlesi çekmesine yardımcı olur.

Uluslararası stüdyolar veya ortaklarla yapılan iş birlikleri, projelerin finansmanını güçlendirir. Finansal kaynakların paylaşılması, büyük ölçekli projelerin üstesinden gelmeyi kolaylaştırır. Yurtdışında ki stüdyolarda yapılan iş birlikleri, teknik bilgi ve beceri paylaşımını içerir. Bu, daha kaliteli üretim ve teknik gelişmelerin hızlı bir şekilde benimsenmesine olanak tanır.

Uluslararası iş birliği, Türk çizgi filmlerinin uluslararası film festivallerine katılımını artırır.

Uluslararası iş birliği ve ticaret, Türk çizgi film endüstrisini küresel arenada daha rekabetçi hale getirmektedir. Ancak başarılı bir şekilde yönetilmeleri için dikkatli planlama, güçlü bir alt yapı oluşturulmalıdır.

### 2.2.3. Sektördeki Ekonomik Zorluklar

Türk çizgi film endüstrisi, bir dizi ekonomik zorlukla karşı karşıya kalmaktadır. Bu faktörler, sektörün gelişimi üzerinde etkili olmaktadır.

#### Ekonomik Zorluklar:

Stüdyolar yüksek üretim maliyetlerini karşılamakta zorlanmaktadır. Üretim süreçlerinin uzun olması yatırımların geri dönüşlerini geç almaları nedeniyle yatırımcılar sektöre yatırım yapmakta çekimser kalmaktadır. Stüdyolar, döviz kurlarındaki dalgalanmalardan etkilenmektedir. Özellikle iç pazarlarda satış yapılıyorsa, kurlardaki değişimler gelirleri olumsuz etkilemektedir. Dış pazara yapılan satışlar ve dış pazardan gelen yatırımcılarla iş birliktelikleri her iki taraf için de kâr oranlarını arttırır.

Küresel ölçekte bir rekabet söz konusu olduğunda, Türk çizgi film endüstrisi, globaldeki diğer büyük çizgi film üreticileriyle rekabet etmekte zorlanmaktadır. Türk üreticiler, hikâye anlatımı, üretim kalitesi ve pazarlama stratejileri açısından yurtdışı üreticilerle iş birliğine giderek sorunları çözmeyi kolaylaştırabilirler.

Oyun sektörüne her geçen gün ilginin artmasıyla birlikte animasyon için alınan yatırımlar oldukça büyük rakamlara ulaşmış, ancak bununla beraber oyun sektörü ile rekabet edemeyen animasyon stüdyoları nitelikli personel transferleri nedeniyle sıkıntılı bir sürece girmiştir.

### 2.2.4. Stüdyoların Karşılaştığı Zorluklar

Türk çizgi film stüdyoları, birçok zorlukla karşılaşmaktadır. Bu zorluklar, sektörde rekabetin artması, finansal sıkıntılar, teknolojik altyapı gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanmaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda Türk çizgi film stüdyolarının karşılaştığı bazı zorluklar aşağıda sıralanmıştır.

#### Finansal Zorluklar:

Stüdyolar, bütçe sınırlamaları ve finansman sorunları ile mücadele etmektedir. Proje finansmanını sağlamak ve sürdürmek, stüdyolar için büyük bir problemdir.

Çizgi film yapım aşamaları ön yapım, (pre-production) yapım, (production) ve yapım sonrası (post-production) şeklindedir. TV kanalları ve yatırımcılar filmin belirli bir kısmı olan pilot filmi (demo/prototipi) gördükten sonra onay ve finans desteği sağlamak istemektedir. Ancak stüdyolar ve sanatçılar için çizgi film yapımının en maliyetli süreci ve yapımı uzun süren bu pilot filmi (demo/prototipi) oluşturma ve ortaya çıkarma aşamasıdır.

Sanatçılar ve Stüdyolar finansman bulabilmek için demo yapmak zorundadır. Fakat demo yapımı için ön finansman bulmakta zorlanmaktadır. Çizgi film yapımına başlayamamak ve ilerleyememek üreticide bir kısır döngü oluşturmaktadır. Devlet desteklerinin bütçeleri ise ön yapımlar için yetersiz kalmaktadır.

Kendi olanaklarıyla pilot filmi hazırlayan sanatçılar ve stüdyolar kanallar tarafından satın alınmaya uygun görülmemesi veya yatırımcıların fonlamaması durumunda büyük zarara uğramaktadır.

Telif hakları konusundaki düzenlemeler, stüdyoların projelerini pazarlaması ve lisanslaması açısından önemlidir. Bu süreçlerde yaşanan hukuki karmaşalar, stüdyoların iş yapma sürecini etkilemektedir.

#### Rekabet:

Küresel ölçekte birçok ülkeden gelen çizgi filmler, Türk çizgi filmleri için rekabet oluşturmaktadır. Bu durum, yerel yapımların pazar payını koruma ve artırma konusunda bir zorluk yaratır.

#### İstihdam Eksikliği:

Çizgi film yapımı konusunda uzmanlaşmış nitelikli profesyonellerin sayısı sınırlıdır. Bu durum, stüdyoların kalifiye yetenekleri bulma ve çizgi film endüstrisinde yeterli eğitim almış çalışanları istihdam etme konusunda zorlanmalarına neden olmaktadır.

Dijitalleşmeyle birlikte son yıllarda oyun sektörünün büyük yatırımlar alarak atak yapması sonucunda, animasyon sanatçıları oyun sektörüne yönelerek çizgi film yapmayı bırakmışlardır. Türkiye’de yatırımcılar tarafından oldukça ilgi gören ve mali geri dönüşleri çizgi filme oranla çok daha hızlı olan bu alana milyon dolarlık yatırımlar yapılmaktadır. Nitelikli animasyon sanatçılarının oyun sektörüne transfer olması, oyun sektöründeki maaşların çok yüksek olması bu tercihe etkenlerden biridir. Birçok

animasyon stüdyosu bu sebeple çizgi film üretimini bırakıp oyun sektörü için animasyon üretimine başlamışlardır.

**Görsel 2.7: Türk Oyun Şirketi Veloxia 3 Milyon Dolar Yatırım Aldı**



**Kaynak:** (<https://mobidictum.com/tr/oyun-sektoru/turk-oyun-sirketi-veloxia-3-milyon-dolar-yatirim-aldi/>, 2024).

Türk Oyun Şirketi Veloxia 3 milyon dolar yatırım almıştır. iOS ve Android platformlarında yayınladıkları Space Colony: Idle adlı oyun Collective Spark, Boğaziçi Ventures, Ak Portföy Girişim Sermayesi ve birçok sayıda “melek yatırımcı”nın katılımıyla yatırım turunu başarıyla tamamlamıştır. Şirket bugüne kadar toplamda 4 milyon dolar yatırım almıştır.

Yapım şirketleri ve TV kanalları tarafından çizgi film yapımında stüdyoların ve sanatçıların çoğunlukla servis ücreti karşılığında çalıştırılması, sinema film gişe gelirleri, yan endüstri gelirlerinden herhangi bir telif bedeli alamamaları sebebiyle çizgi film sanatçıları gün geçtikçe sektöre küsmüş ve başka çıkış yolları aramaya başlamışlardır. Çok yetenekli birçok eğitilmiş Türk çizgi film sanatçısı yurt dışına giderek çalışmalarına başka ülkelerin çizgi filmlerine hizmet vererek devam etmektedir.

**Teknolojik Altyapı:** Güncel teknolojiye ayak uydurmak ve modern animasyon tekniklerini kullanmak, stüdyolar için bir diğer sorundur. Yeni teknolojilere yatırım yapma ve eğitilmiş, nitelikli personel bulma konusundaki zorluklar, stüdyoların rekabet avantajlarını korumasını etkilemektedir.

2020 (PANDEMİ) dönemiyle birlikte Türkiye’de ekonomik krizin başlaması, döviz kurlarının artışı yeniden düzenlenen vergi oranlarının çok hızlı ve yüksek oranda artması uzun soluklu çizgi film ve dizi üretiminde TL cinsinden anlaşmalar yapılması ve dönem başında anlaşılan ücretlerin güncellenmemesi nedeniyle birçok stüdyo iflas

aşamasına kadar gelerek çizgi film yapımlarını durdurmuştur. Kısa reklam film animasyonlara yönelmiştir.

2020 yılı sonrası değişen dünya düzeniyle ve online haberleşmenin artmasıyla birlikte animasyon sanatçıları işe gitmek istemeyerek serbest çalışan (freelance) olarak evlerinde çalışmaya daha fazla eğilim göstermeye başlamıştır. Fakat bu çalışma biçimi de sanatçılara daha büyük zorluklar getirmiştir. Geç ödenen ödemeler, ödemeleri alamamaları, sosyal güvencelerinin olmaması, bilgisayar, tablet, kamera, animasyon yazılım program vb. kullanılan malzemelerin fiyatlarının artması ve normalde stüdyoların karşıladığı bu maliyetleri kendilerinin karşılamak zorunda kalmaları, evden çalışma sisteminde sıkıntılar gündeme getirmiştir. Bunun tam tersi stüdyolar ofis giderleri ve personele ödenen ek giderleri en aza indirmiş ve yüksek teknoloji bilgisayar ve yazılımlara yatırım yapmaktan da kurtulmuşlardır.

Bu zorluklara rağmen, Türk çizgi film stüdyoları, yaratıcılıkları ve kaliteli üretimleri ile ulusal ve uluslararası düzeyde başarı elde etme potansiyeline sahiptir. Ulusal ve uluslararası iş birlikleri, eğitim programları ve sektördeki gelişmeleri takip etme gibi stratejiler, stüdyoların bu zorluklarla başa çıkmasına yardımcı olmaktadır.

#### **2.2.5. Sektörün Büyümesi ve Desteklenmesi için Finansal Öneriler**

Sektör çalışanları ve eğitmenler ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilere dayanarak, Türk iki boyutlu çizgi film sektörünün büyümesini destekleyebilecek potansiyel politikalar ve müdahaleleri için sunulan öneriler:

*Mali Teşvikler:* Günümüzde Türk Televizyon kanalları tarafından film yapım maliyetleri karşılanarak dış yapım, çizgi dizi programları teşvik edilmesine rağmen bölüm başı verilen ödeneklerin yetersiz kalmasıyla birlikte, iflas ederek kapanan stüdyoların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Ekonomideki piyasa dalgalanmaları ve döviz kurlarının hızla artışı da sektörü olumsuz etkilemiştir.

Türkiye'nin neredeyse birçok ilinde açılmış olan teknokentlere devlet tarafından projelere güzel destekler sağlanmaktadır. Ancak teknokentlerde yer problemleri nedeniyle birçok girişimci açıkta sıra beklemekte ve bu olanaklardan faydalanamamaktadır. İki boyutlu çizgi film yapan stüdyolarına ve yapım şirketlerine sektörün gelişimini desteklemek adına daha fazla vergi teşvikleri getirilmelidir.

Genç girişimcilere eğitimlerle ve finansal yatırım (makine parkuru, personel istihdam giderleri vb.) destekleri arttırılmalıdır. Orijinal Türkçe iki boyutlu animasyonlu içeriklerin geliştirilmesi ve üretilmesi için özel olarak hibe programları oluşturulmalıdır.

*Eğitim ve Öğretim Programları:* Animatörlere yönelik özel eğitim programları geliştirmek için devletin ilgili bölümleriyle, animasyon endüstrisi ve eğitim kurumları arasında daha fazla ortaklıklar kurulmalıdır. Öğrencilerin araç gereç ve teknolojiye dayalı karşılamakta zorlandıkları maliyetleri de göz önüne alarak, animasyonla ilgili derece ve sertifika almak isteyen öğrencilere hibe veya burs olanakları artırılmalıdır.

*Endüstri İş birliği:* Türk iki boyutlu animasyon profesyonelleri, stüdyoları ve uluslararası endüstri uzmanları arasındaki iş birliğini teşvik etmek için ağ oluşturma etkinliği, film festivali, konferans ve çalıştay düzenlemeleri kolaylaştırılmalıdır. İş birliği ortamını ve paylaşılan kaynakları teşvik etmek için endüstri kümeleri veya merkezleri oluşturulmalıdır.

*İçerik Yerelleştirme Desteği:* Türk kültürünü ve değerlerini yansıtan içeriklerin oluşturulması teşvik edilmeli ve bunlar yerel ve küresel kitlelere daha çekici hale getirilmelidir. Türk iki boyutlu animasyonlu içeriklerin daha geniş bir küresel kitleye ulaşması için destekler sağlanmalıdır.

*Uluslararası Ortak Yapımlar:* Türk iki boyutlu çizgi film projelerinin kalitesini ve küresel çekiciliğini artırmak için uluslararası animasyon stüdyoları ile ortaklıklar ve ortak yapımlar kolaylaştırılmalıdır. İş birliği engellerini hafifletmek ve sınır ötesi ortaklıkları teşvik etmek için anlaşmalar müzakere edilmelidir. Bu anlaşmalar ilgili devlet kurumlarının denetimine tabi tutulmalıdır.

*Düzenlemelerin Kolaylaştırılması:* Animasyon prodüksiyon ile ilgili izin ve lisansların alınmasına ilişkin düzenleyici süreçleri basitleştirilmelidir.

Animasyonlu içeriğe ilişkin telif haklarını ve ticari markaları edinme süreci kolaylaştırılmalıdır. Bakanlık tarafından verilen telif belgeleri sadece dijital platformlarla sınırlıdır. Yapılan çalışmanın endüstriyel üretim aşamasına geçilmesi durumunda Türk patent kurumundan alınması gereken belgeler karakter başına yüksek maliyetleri ve patent onay sürelerinin uzun olması yapımcı, sanatçı ve üreticiyi zorlamaktadır.

*Pazara Erişim Desteği:* Türk iki boyutlu animasyon içeriklerinin uluslararası film festivalleri ve pazarlarda pazarlanması ve tanıtılmasına yardımcı olunmalıdır.

Türkçe animasyon içeriğinin ihracatını desteklemek için devlet tarafından bir birim oluşturulmalı veya özel bir ofis veya ajans kurulması teknokentlerdeki gibi denetlemeye tabi tutularak desteklenmelidir.

*Altyapı Geliştirme:* Animasyon stüdyoları, post prodüksiyon tesisleri ve teknoloji kaynakları da dahil olmak üzere animasyon altyapısının geliştirilmesine yatırımlar yapılmalıdır.

Stüdyoların ekipmanlarını ve teknolojilerini yükseltmeleri için düşük faizli krediler veya hibeler sağlanmalıdır. KOSGEB ve TÜBİTAK gibi kuruluşlar bu konuda çalışmalar yapmaya devam etmektedir fakat desteklerden yararlanmak oldukça zorlu bir süreci kapsamasının yanı sıra sınırlı destek gruplarının da çeşitlendirilmesi gerekmektedir.

*Araştırma ve Geliştirme Hibeleri:* Yatırımcılar, üniversiteler ve devletin ilgili birimleri tarafından animasyon teknolojisinde araştırma ve geliştirme için hibeler sağlanmalı, yeniliği ve yeni tekniklerin benimsenmesi teşvik edilmelidir. Animasyonla ilgili araştırma iş geliştirme ve üretim merkezleri artırılması desteklenmelidir.

Bu merkezlerde görev alacak ve girişimcileri yönlendirecek mentorler yetiştirilmeli ve eğitim platformları kurularak düzenli online hizmetler sunulmalıdır.

*Erişilebilirlik ve Kapsayıcılık:* Türk animasyon sektöründe çeşitliliği ve kapsayıcılığı teşvik eden politikalar uygulanmalıdır. Animasyonlu içerik için erişilebilirlik standartlarını destekleyerek bu içeriğin engelli bireyleri de kapsayıcı olması sağlanmalıdır. Engelli bireylere eğitimler verilerek sektörde istihdam yaratılmalıdır. Engelli bireylerin kullanımı için özel bilgisayar sistemleri mevcuttur.

El ve ayaklarının kas sistemini kullanamayan serebral palsi hastası Elif Ece Çekil, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi İletişim Fakültesi Sinema TV bölümünü bitirdikten sonra Apple'ın engelli bireyler için ürettiği özel bilgisayarı kullanarak Yönetmen Özge Burçin Akdeniz ile birlikte engelli çocukların okul ortamında yaşadıkları zorlukları konu alan çizgi film projesi yürütmüş, proje çok ilgi görmesine rağmen hiç bir kurum ve kuruluş tarafından maddi olarak desteklenmemesi nedeniyle proje fon bulamamış ve yapımı tamamlanamamıştır.

Bu öneriler, finansal, eğitimsel, iş birlikçi ve düzenleyici yönleriyle ele alınarak Türk iki boyutlu çizgi film endüstrisinin büyümesi için elverişli bir ortam yaratmayı

amaçlamaktadır. Bu politikaların sektörün özel ihtiyaçlarına ve zorluklarına göre uyarlanması, bunların başarılı bir şekilde uygulanması için hayati önem taşıyacaktır.

## **2.3. DEVLET DESTEKLERİ VE ENDÜSTRİ İŞ BİRLİKLERİ**

### **2.3.1. Çizgi Film Üretimine Yönelik Destek ve Teşvikler**

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü başta olmak üzere devletin bazı birimlerinde dönem dönem açılan teşvik ve destekler bulunmaktadır. Devlet hem vergi muafiyeti hem de ödenek vererek çizgi film üretimini desteklemektedir. Ayrıca Belediyelerin ve Sabancı Vakfı gibi kurumların düzenlediği yarışmalarda teşvik etmeye yöneliktir.

KOSGEB, TUBİTAK, Kalkınma Ajansları ve STK'larda belli dönemlerde hibe destekleri açmaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü; Proje Geliştirme Desteği, Senaryo ve Diyalog Yazım Desteği, Uzun Metrajlı Sinema Film Yapım Desteği, İlk Uzun Metrajlı Kurgu Film Yapım Desteği, Belgesel Film Yapım Desteği, Animasyon Film Yapımı, Kısa Film Yapım Desteği, Dağıtım ve Tanıtım Desteği, Etkinlik ve Proje Desteği ve Yapım Sonrası destekleri vermektedir.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından bünyelerinde tasarım merkezi kurmaları halinde; Tasarım İndirimi, Gelir Vergisi Stopajı Teşviki, Sigorta Primi Desteği, Damga Vergisi İstisnası, Gümrük Vergisi İstisnası kapsamında animasyon sektörüne belirli şartlar altında destek verilmektedir.

KOSGEB, Girişimcilik Destekleri, İşletme Geliştirme, Büyüme ve uluslararasılaşma Destekleri, Ar-Ge, Teknolojik Üretim ve Yerileştirme Destekleri olanakları sunmaktadır. (<https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekler/3/destekler>, 2024)

TUBİTAK ise, TUBİTAK BİGG programı sayesinde animasyon stüdyosu kurmak isteyen yeni mezun girişimcilere en fazla 450.000 TL destek verilebilmektedir ([tubitak.gov.tr](http://tubitak.gov.tr), 2024)

Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde bulunan animasyon stüdyoları; Gelir ve Kurumlar Vergisi İstisnası, Ücretlerde Gelir Vergisi İstisnası ve SGK İşveren Primi Desteği, Gümrük Vergisi ve Toplu Konut Muafiyeti, Katma Değer Vergisi İstisnası

desteklerinden yararlanabilmektedir. Hazır bina, ofis, üretim birimleri, altyapı (doğalgaz, su, internet hattı vb.), kuluçka hizmetleri ve risk sermayesi gibi desteklerinden de yararlanabilmektedirler (<https://www.investineskisehir.gov.tr/wp-content/uploads/2023/02/BEBKA-Animasyon-Sektoru-Raporu-2022.pdf>, 2024).

Ticaret Bakanlığı tarafından; Pazara Girişin Desteklenmesi, Mobil Uygulamalar ve Bilgisayar Oyunlarının Komisyon Giderlerinin Desteklenmesi, Mobil Uygulamalar ve Bilgisayar Oyunlarının Geliştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Desteklenmesi, Film Platosu/Stüdyosu Kullanım Giderlerinin Desteklenmesi, Film Kapsamında Yapılan Reklam Giderlerinin Desteklenmesi, Yurtdışı Fuar, Kongre, Konferans, Seminer, Festival, Film Market Katılımlarına Yönelik Destek Programı kapsamında animasyon sektörüne belirli şartlar dahilinde destek sağlanabilmektedir (<https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekler/3/destekler>, 2024).

Ayrıca özel kurum ve kuruluşlar sponsorluk ve yatırım desteği olanakları sağlamaktadır.

Üniversitelerin Kuluçka Merkezlerinde ve teknokentlerde de kabul edilen projelere çeşitli vergi muafiyetleri, indirimleri, nitelikli personel sigorta masrafları ve teknik malzeme desteği olanakları sunulmaktadır.

### **2.3.2. Stüdyolar Arası İş Birliklerinin Teşvik Edilmesi**

Yurt içi ve yurt dışındaki animasyon stüdyoları arası iş birliği, sektördeki yenilikleri artırabilir, küresel pazarlarda rekabet avantajı sağlayabilir ve ortak projelerin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesine olanak tanır.

Yurt içi ve yurt dışı animasyon stüdyoları arasında iş birliğini teşvik etmek için öneriler:

#### **Uluslararası Animasyon Festivalleri ve Etkinlikler:**

Yurt içi ve yurt dışındaki animasyon stüdyolarının katılımını sağlamak amacıyla uluslararası animasyon festivalleri ve etkinliklerde ikili buluşmalar düzenlenmelidir.

#### **Proje Pazarları:**

Animasyon projelerini tanıtmak ve potansiyel iş birliği fırsatları oluşturmak için uluslararası proje pazarları düzenlenmeli ve katılımlar desteklenmelidir.

### Ortak Projelere Finansal Destek:

Yurt içi ve yurt dışındaki stüdyoların bir araya gelerek ortak projeler üretmelerini teşvik etmek için özel fonlar oluşturulmalıdır. Yurt dışı fonlardan yararlanılmalıdır.

### Yatırım Teşvikleri:

İki ülke arasındaki animasyon stüdyolarının yatırım yapmalarını teşvik etmek adına çeşitli vergi indirimleri ve teşvikler sağlanmalıdır.

### Eğitim ve İş Geliştirme Programları:

Animasyon stüdyoları arasında personel değişimini teşvik etmek ve bilgi paylaşımını artırmak için ikili eğitim programları düzenlenmelidir.

İki ülke arasında iş birliği potansiyeli bulunan stüdyolar için iş geliştirme atölyeleri ve etkinlikler düzenlenmelidir.

### Dijital Platformlarda İş birliği:

Çevrimiçi İş birliği Platformları: İki ülke arasında animasyon stüdyolarını bir araya getirecek çevrimiçi platformlar oluşturularak iş birliği olanakları arttırılmalıdır.

Kültürel ve Sanatsal İş birliği (Ortak Kültürel Projeler): İki ülkenin kültürel ve sanatsal zenginliğini yansıtan ortak projelerin desteklenmesi, animasyon stüdyoları arasındaki iş birliğini artırır.

Sanatçı Değişim Programları: Sanatçı değişim programları aracılığıyla yaratıcı fikirlerin paylaşılması ve ortak projelerin oluşturulması teşvik edilmelidir.

Ortak Lisanslama Projeleri: Animasyon karakterlerinin ve içeriklerinin ortak lisanslama projeleriyle ticarileştirilmesi teşvik edilmelidir.

Pazarlama ve Satış Ortaklıkları: İki ülkedeki stüdyolar arasında pazarlama ve satış konularında ortaklıklar kurulabilir.

Yukarıda bahsedilen önlemler, yurt içi ve yurt dışındaki animasyon stüdyoları arasında iş birliğini artırmak için kullanılabilecek stratejik yaklaşımları temsil etmektedir. Bu tür iş birlikleri, animasyon endüstrisinde yaratıcı çözümler bulma, kaynakları birleştirme ve küresel pazarda daha güçlü bir rekabet avantajı elde etme fırsatı sunabilir.

### 2.3.3. Çizgi Film Endüstrisi ve Akademi İş Birlikleri

Çizgi film endüstrisi ile akademiler arasındaki iş birliği reformları, sektöre nitelikli profesyoneller kazandırmak açısından oldukça önem taşımaktadır. Bu iş birlikleri, öğrencilere ve yeni mezunlara endüstri tecrübesi ve piyasa deneyimi kazandırmaktadır.

Bu iş birlikleri, ticari kurumlar için yetenek havuzunu artırmada ve genç yetenekler için ise sektördeki gelişmelere daha hızlı adapte olmaları için fırsatlar sunmaktadır. Genç yeteneklerin sektöre bu iş birlikleri ile hazırlanması, sektöre taze fikirler ve nitelikli profesyoneller kazandırmanın yanı sıra, gelecekteki projelerin inovasyonunu desteklemek amacıyla hayata geçirilmektedir.

Ticari çizgi film prodüksiyon şirketleri, üniversitelerle iş birliği yaparak öğrencilere staj ve workshop programları sunmaktadır. Bu programlar, öğrencilerin sektöre ilk adımlarını atmalarını ve profesyonel deneyim kazanmalarını sağlamaktadır.

Film yapım şirketleri ile akademiler arasında proje ortaklıkları öğrencilerin gerçek projelerde yer almasını, portfolyolarına iş beceresi eklemelerini ve sektördeki uzmanlarla bir araya gelmelerini sağlamaktadır.

Bazı üniversiteler kuluçka merkezleri aracılığıyla sektör profesyonelleri ve büyük markaları öğrencilerle bir araya getirerek mentorluk programları düzenlemektedir. Bu eğitimleri tamamlayan genç girişimcilerle yatırımcıları buluşturan üniversite programları hem genç yetenekleri destekleyerek istihdam olanağı sağlar hem de gençlerin yeteneklerini ortaya koymalarını, yeni teknolojileri keşfetmelerini ayrıca iş kurma, yönetme, üretim becerilerine ve ar-ge çalışmalarına katkısının yanı sıra ticari kazançta elde etmelerini sağlamaktadır.

Son yıllarda üniversite kampüslerinde yer alan teknokentlerde çizgi film stüdyolarının açılmasıyla hem devlet teşvik ve olanaklarından faydalanılarak üretim desteklenmiş hem de akademi iş birliğiyle öğrenciler ve mezunlara iş olanakları sağlanmıştır.

### 2.3.4. Farklı Sektörler Arası Ortaklıklar

Animasyon sektörü, diğer sektörlerle çeşitli ortaklıklar kurarak yaratıcılık, pazarlama, eğitim ve diğer alanlarda sinerji yaratma potansiyeline sahiptir. İşte animasyon sektörünün diğer sektörlerle olan ortaklıklarına örnekler:

Eğitim kurumları ve yayıncılar, öğrencilere çeşitli konularda eğitim sağlamak amacıyla animasyonları kullanmaktadır. Matematik, bilim, tarih ve dil gibi konularda interaktif eğitim materyalleri üretilmektedir.

E-öğrenme platformları, animasyonla yapılan öğrenme materyalleri olarak kullanmakta ve interaktif eğitim deneyimleri sunmaktadır.

Sağlık kuruluşları, hasta eğitimi ve sağlık bilgilendirmesi için animasyonları kullanmaktadır. Özellikle cerrahi müdahalelerin anlatılması veya sağlıklı yaşam konularında bilgilendirme amaçlı animasyonlar üretilmektedir.

Turizm sektöründe, destinasyonları tanıtmak için animasyonları kullanılmaktadır. Şehirlerin tarihini, kültürünü ve turistik yerlerini anlatan animasyonlar, turistlerin ilgisini çekmektedir.

Havacılık endüstrisi, pilot eğitimi ve uçuş simülasyonları için animasyonları kullanmaktadır. Bu, güvenli ve etkili bir eğitim ortamı sağlamaktadır.

Yeni teknoloji ürünlerinin özelliklerini ve kullanımını göstermek için animasyonlar kullanılmaktadır. Özellikle mobil uygulama ve yazılım şirketleri, ürünlerini tanıtmak için animasyonları tercih etmektedir.

Markalar, ürün veya hizmetlerini tanıtmak, hikâyelerini anlatmak ve tüketicilere etkileşimli bir şekilde ulaşmak için reklam animasyonlarını kullanmaktadır.

Sosyal medya platformlarında paylaşılan animasyonlar, markaların dikkat çekmesine ve takipçi kitlesini artırmasına yardımcı olmaktadır.

Oyun ve oyuncak şirketleri, oyunlarının hikâyesini anlatmak ve karakterleri tanıtmak için animasyonları kullanmaktadır. Stüdyo ve yapımcılarla iş birliği çerçevesinde Oyuncak şirketleri ile anlaşmalar yapılarak çizgi karakterlerinde oyuncakları satışa sunulmaktadır.

Bilgisayar oyunları için hazırlanan animasyonlar, oyun geliştiricilerinin oyunculara etkileşimli ve etkileyici bir deneyim sunmalarına yardımcı olan kritik bir unsurdur. Başarılı animasyonlar, oyunun atmosferini zenginleştirir, oyuncu bağlılığını artırır ve genel oyun deneyimini geliştirir. Bilgisayar oyunlarında animasyonlar, oyun dünyasını daha gerçekçi, etkileyici ve interaktif hale getirmek için önemli bir rol oynamaktadır.

Bu örnekler, animasyonun çok çeşitli sektörlerde kullanım potansiyelini göstermektedir. Animasyon, görsel hikâyeleştirme ve etkileşimli yapısı sayesinde birçok sektörde bilgi iletişimini güçlendirmekte ve tüketicilerle daha etkili bir bağ kurmaktadır.

### 2.3.5. Pazarı Genişletmeye Yönelik Uluslararası Ortak Yapımlar

Türk çizgi film sektöründe pazar genişletmeye yönelik uluslararası ortak yapımlar, yerel yapımların sınırları aşarak küresel izleyici kitlesine ulaşmasını sağlar. Türk animasyonunun uluslararası alanda daha fazla tanınması amacına yönelik stratejiler ve potansiyel avantajlar şunlardır.

Türk çizgi film stüdyoları, uluslararası stüdyolar veya yapımcılarla iş birliği yaparak ortak projeler üretirse farklı kültürleri bir araya getiren projelerin ortaya çıkmasına olanak tanır.

Çizgi film stüdyoları, uluslararası yatırımcılardan ve finansman kaynaklarından destek alarak büyük bütçeli projeleri hayata geçirebilirler.

Türk yapımları, uluslararası film festivallerinde gösterilerek uluslararası alanda dikkat çekmektedir. Bu festivaller, ortak projelerin tanıtılması ve ödüller kazanması için önemli bir platform sağlar.

Ortak yapımlar, uluslararası dağıtım anlaşmalarıyla dünya genelinde daha geniş bir izleyici kitlesine ulaştırır. Uluslararası çizgi film karakterleri, lisanslama yoluyla o ülkelerde tüketici ürünleri pazarında yer alabilir. Oyuncaklar, giyim, kırtasiye gibi ürünlerle çizgi film markası güçlendirilebilir.

Uluslararası senaristler, yönetmenler ve animatörlerle çalışmak, projelere çeşitlilik ve kültürel zenginlik katabilir. Türk çizgi film stüdyoları, uluslararası çapta tanınmış yapım şirketleriyle stratejik iş birlikleri yaparak projelerini küresel bir platforma taşıyabilir.

Pazar analizi yapılarak uluslararası izleyici taleplerine ve sektör trendlerine uygun projeler geliştirilebilir.

Uluslararası ortak yapımlar, Türk çizgi film sektörünü sadece Türkiye'de değil, dünya genelinde daha rekabetçi hale getirir. Bu tür ortaklıklar, kültürler arası alışverişi artırabilir, sektördeki yetenekleri bir araya getirir ve Türk animasyonunu küresel bir marka haline getirmeye katkı sağlar.

## 2.4. TELİF HAKLARI YASALARI

### 2.4.1. Telif Hakkı Yasalarının Korunması ve Güçlendirilmesi

Türk çizgi filmlerinin telif hakkı yasalarının ve korumanın güçlendirilmesi, sektördeki yaratıcılığın teşvik edilmesi, yapımcıların haklarının korunması ve adil rekabetin sağlanması amacıyla önemli bir konudur.

Türkiye’ de ilk kez fikir ve sanat eserleri kanunu olan “Hakkı Telif Kanunu” 8 Mayıs 1910 tarihinde çıkarılmıştır.

5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanununa göre T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürlüğünden eser telif hakları tescil edilmektedir (<https://telifhaklari.ktb.gov.tr/>, 2024).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü desteklenmesi uygun bulunan projelerin tamamlanıp teslim edilmesinden sonra tüm telif haklarını mali hak devir sözleşmesiyle yapımcıya devreder. Hem film yapım maliyetini karşılamakta hem de telif haklarını teslim ederek yapımcının ticari gösterimlerden gelir elde etmesine olanak tanımaktadır.

Telif hakkı ihlallerine karşı hızlı ve etkili ceza mekanizmaları güçlendirilmedi, çizgi film yapımcıları haklarını daha etkin bir şekilde savunmalıdır. Çizgi filmlerin dijital platformlarda paylaşılması ve kullanılmasıyla ilgili güçlü koruma önlemleri alınabilir. Bu da çizgi filmlerin izinsiz kullanımını önleyerek yapımcıların mali haklarını korur.

Çizgi filmlerin senaryolarının, karakterlerinin ve tasarımlarının da teliflerinin alınması ve Türk Patent Kurumu’ndan tescil edilmesi izinsiz kullanılmasını önleyerek yapımcıları koruma altına alır.

Çizgi film yapımcılarının telif haklarını daha iyi anlamaları ve bu haklardan nasıl yararlanabilecekleri konusunda bilgi sahibi olmaları için eğitim programları düzenlenmelidir. Bazı okullarda müfredat ilgili dersler konulduğu gözlemlenmiştir ancak eğitim alamayan dışarıdan kendini geliştirmeye çalışan, alaylı denilen sistemde usta çırak yöntemiyle stüdyolarda çalışarak iş öğrenen, online kurslar ve eğitim merkezleri aracılığıyla eğitim almaya çalışan üreticilerin bilgilendirmeleri de arttırılmalıdır.

Türk çizgi filmleri için tescil süreçleri hızlandırılabilir ve daha etkili bir hale getirilebilir. Bu, yapımcıların eserlerini hızla kayıt altına almalarını ve haklarını daha

etkin bir şekilde korumalarını sağlar.

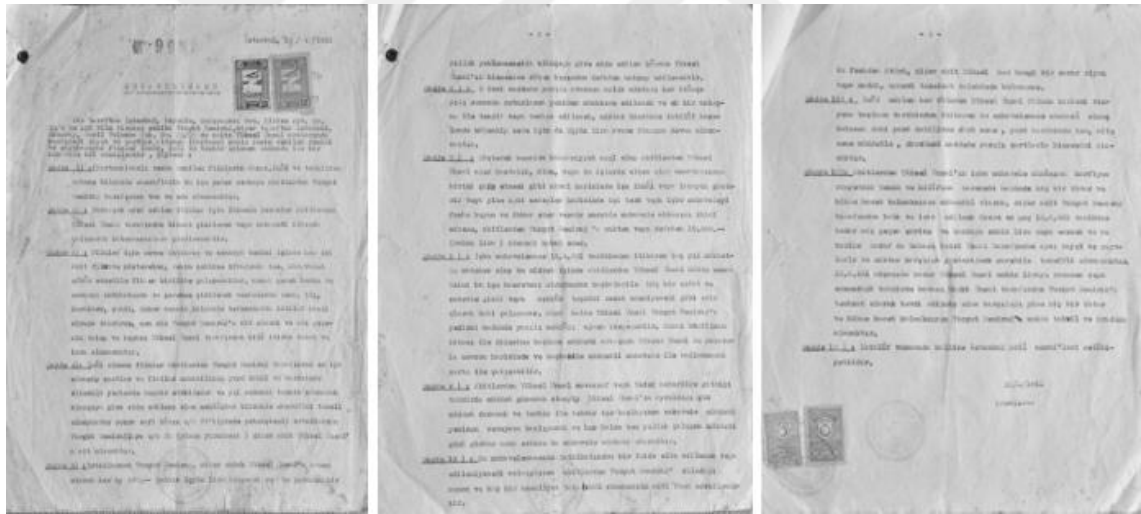
Çizgi filmlerin lisanslama süreçleri, yapımcılar, üreticiler ve diğer taraflar arasında adil ve şeffaf bir şekilde düzenlenmelidir. Bu, hakların açık bir şekilde tanımlanmasını ve çizgi filmlerin kullanımının denetlenmesini sağlamaktadır.

Türk çizgi filmlerinin uluslararası pazarda daha fazla tanıtılması ve izinsiz kullanımına karşı mücadelede uluslararası iş birlikleri geliştirilmelidir.

Ayrıca, stüdyolar ve sanatçılar arası da telif hakkı paylaşımları veya servis anlaşmaları var ise mali hak devir sözleşmelerinin yanı sıra yapımcı ile yönetmen ve yayın mecraları arasında da yapılan hukuki anlaşmalar önem taşır.

Örneğin, Yapımcı ve Yönetmen Turgut Demirağ ile Yönetmen-Animatör Yüksel Ünsal arasında, “Evvel Zaman İçinde” filminin yapım serüvenine başlamadan önce ekteki (EK2) anlaşma 10.04.1951 tarihinde imzalanır.

#### Görsel 2.8: Mukavelename (Sözleşme)



**Kaynak:** (Evren, ve Yıldırım 2014).

#### 2.4.2. Korsanlık ve Telif Hakkı İhlali

Korsanlık ve telif hakkı ihlalleriyle mücadelede etkili bir strateji benimsemek, çizgi film endüstrisinin sürdürülebilirliği ve yaratıcılığını korumak için önemlidir.

### Dijital İzleme ve İhlal Tespiti:

Dijital izleme araçları kullanarak çizgi filmlerin izinsiz olarak paylaşıldığı platformları tespit etmek ve takip etmek önemlidir.

### Hukuki Süreçler ve Tazminatlar:

Hukuki süreçler başlatarak telif hakkı ihlalleri nedeniyle tazminat talep etmek, yasal çözümler arasında yer alır.

### Lisanslama ve Resmi Yayın:

Çizgi filmleri resmi ve lisanslı platformlarda yayınlamak, izleyicilere yasal ve erişilebilir bir seçenek sunarak korsan paylaşımları azaltmaktadır. Lisanslama aşamasında ve lisanslı ürünlerin piyasaya hem çizgi film hem de yan endüstrileri olan (oyuncak, kırtasiye, tekstil ürünleri vb.) alanlarda bilirkişiler, mentorlar ve marka patent avukatları birlikte çalışmalı piyasaya sürülmüş korsan ürünler toplatılmalı ve cezai işlemler uygulanmalıdır. Lisanslama ve patent işlemleri sonlanmadan stüdyo çalışanları hiçbir dijital platformda karakter tasarımlarını paylaşmamaları hususunda gerekli önlemler alınmalı ve gizlilik sözleşmeleri yapılmalıdır. Süreç tamamlanmadan paylaşım yapılması durumunda patent onaydan geçmemektedir. Bu nedenle, Telif hakları konusunda yapımcılara, çalışanlara eğitim verilmesi ve bilinçlendirilmesi önemlidir.

### Uluslararası İş birlikleri:

Uluslararası düzeyde iş birliği yapılarak korsanlıkla mücadele etmek, telif haklarının daha etkili bir şekilde korunmasına yardımcı olur.

### Dijital Hak Yönetimi Çözümleri:

Dijital hak yönetimi sistemleri kullanılarak çizgi filmlerin dijital haklarını daha etkili bir şekilde yönetmek mümkündür.

## **2.5. TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN SEKTÖRE ETKİSİ**

### **2.5.1. Animasyon Teknolojilerinin Gelişimi ve Yatırım**

Türkiye'de ileri animasyon teknolojilerine yatırım yapmak ve teknolojik engelleri aşmak, animasyon sektörünün gelişimine katkıda bulunarak daha rekabetçi ve yenilikçi projelerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Yüksek kalitede animasyon üretimi için gerekli olan teknolojik altyapı güçlendirilmelidir. Sektörde çalışan profesyonellere, özellikle yeni teknolojilere hâkim olmaları için eğitimler verilmelidir.

Animasyon teknolojilerinde yenilikçi projelere yönelik Ar-Ge (Araştırma ve Geliştirme) destekleri sağlanarak, sektördeki teknolojik gelişim teşvik edilmelidir.

Animasyon sektörüne özel teknoloji merkezleri kurularak, sektördeki profesyonellerin ve şirketlerin ileri teknolojiye erişimini artırma ve ortak projeler geliştirmelerine olanak sağlanmalıdır.

Yabancı teknoloji şirketleri ile iş birlikleri kurarak, Türk animasyon sektörünün uluslararası standartlarda teknoloji kullanımını artırılmalı ve global pazarda daha rekabetçi olması sağlanmalıdır.

Animasyon projeleri dijital platformlarda daha etkin bir şekilde tanıtılmalı, uluslararası projelerle rekabet edebilmeli ve sektördeki dijital trendlere ayak uydurabilmelidir.

Animasyon teknolojilerine yönelik uygulamaların, prototiplerin geliştirilmesi teşvik edilmeli ve sektördeki yenilikler hızlı bir şekilde hayata geçirilmelidir.

Türkiye'deki animasyon sektörünün teknolojik açıdan güçlenmesi, uluslararası alanda daha etkin bir rol almasını destekleyecektir.

### **2.5.2. Dijitalleşmenin ve Yeni Teknolojilerin Sektöre Etkisi**

Dijitalleşme, animasyon endüstrisini büyük ölçüde etkilemiş ve animasyon üretimini daha erişilebilir, esnek ve verimli hale getirmiştir. Dijitalleşmenin animasyon üzerindeki etkileri:

#### *Çizim ve Boyamanın dijitalleşmesi*

El çizimi animasyonlarının dijitalleşmesi, sanatçılara dijital tabletler ve çizim kalemleri kullanarak doğrudan bilgisayar ortamında çalışma imkânı sunar. Bu, çizim süreçlerini hızlandırır ve düzeltmelerin daha kolay yapılmasına olanak tanır.

#### *Bilgisayar destekli tasarım teknikleri*

Animatörler, dijital olarak üç boyutlu karakterler ve sahneler oluşturabilir, bu da daha gerçekçi ve detaylı animasyonlar elde etmelerini sağlamaktadır.

### Dijital Animasyon Yazılımlarının gelişmesi:

İki Boyutlu animasyon üretimi için birçok güçlü dijital yazılım bulunmaktadır.

Adobe Animate, Toon Boom Harmony, Moho, Blender Grace Pencil gibi yazılımlar, animatörlere çeşitli araçlar ve efektler sunar. Bu yazılımlar, animasyon sürecini daha hızlı ve verimli kılar.

### Dijital Dağıtım ve Yayın:

Dijitalleşme, animasyonların daha hızlı bir şekilde dağıtılmasını ve izleyicilere ulaşmasını sağlar. Dijital platformlar, animasyonları çevrimiçi olarak izleme olanağı sunar, bu da geniş bir izleyici kitlesine ulaşmasını arttırmaktadır.

### Yaratıcılık ve Esneklik:

Dijitalleşme, sanatçılara daha fazla yaratıcılık ve esneklik sunar. Çeşitli efektlerin kolayca uygulanabilmesi, renk düzeltme işlemlerinin hızlıca gerçekleştirilebilmesi gibi özellikler, animatörlerin daha özgün eserler ortaya koymasına olanak tanır.

### Dijital Depolama ve Yedekleme:

Dijitalleşme, animasyon üretiminin daha düzenli ve güvenli hale gelmesini sağlar. Sanatçılar, çalışmalarını dijital olarak depolayabilir ve yedekleyebilir, böylece veri kaybı riskini azaltır.

Yeni teknolojilerin uygulanması hususunda, animasyon endüstrisinde, yeni teknolojiler ve yapay zekâ uygulamaları, animasyon üretim süreçlerini daha verimli, etkileyici ve yaratıcı hale getirmekte büyük rol oynamaktadır.

Yapay zekâ, animasyon yazılımlarına entegre edilerek animatörlere daha güçlü araçlar sunabilir. Bu, çeşitli efektlerin otomatik oluşturulması, animasyon düzenleme ve senaryo önerileri gibi alanlarda kullanılabilir.

Yapay zekâ, karakter animasyonlarını daha gerçekçi ve etkileyici hale getirmek için kullanılabilir. YZ algoritmaları, karakterlerin duygusal ifadelerini ve hareketlerini daha doğal bir şekilde simüle edebilir. Yapay zekâ, dijital insanların oluşturulmasında kullanılmaktadır. Bu, film ve video oyunlarında karakter yaratma sürecini daha hızlı ve etkili hale getirir. Yapay zekâ, hareket yakalama teknikleriyle entegre edilerek karakter hareketlerini analiz ve optimize eder. Bu sayede animatörler, daha hızlı ve doğal

animasyonlar oluşturabilir.

Yapay zekâ, animasyon tekniklerinin gelişmesine katkı sağlar. Bu teknikler, animasyonun belirli kurallar ve parametreler doğrultusunda otomatik olarak oluşturulmasını sağlar. Ayrıca yapay zekâ uygulamalarına doğru “prompt”lar girilerek programlar içinde kullanılan kodlamalar otomatik olarak yazdırılıp programın içerisinde çalıştırılmaktadır.

Yapay zekâ, animasyon üretim süreçlerini hızlandırmak amacıyla kullanılabilir. Algoritmalar, tekrar eden görevleri otomatikleştirerek animatörlerin daha verimli çalışmasına yardımcı olmaktadır.

Yapay zekâ, konuşma animasyonlarını ve dublaj işlemlerini daha hızlı şekilde oluşturabilir. Ses analizi ve yüz ifadesi takibi, karakterlerin konuşurken daha doğal ve uyumlu görünmesini sağlar. Bunun yanı sıra yapay zekâ ile üretilen animasyon içeriklerinin tüm dillere otomatik alt yazı ve otomatik çevirisi ile çok daha geniş hedef kitlelere ulaşması sağlanmaktadır.

Bu teknolojiler, animasyon endüstrisine daha fazla yaratıcılık, verimlilik ve esneklik katmaktadır. Animatörler ve animasyon stüdyoları, bu yeni teknolojilere adapte olarak daha önce mümkün olmayan animasyon projelerini hayata geçireceklerdir.

### 2.5.3. Türkiye’de Teknolojik Alt Yapı Eksikliği

Türk çizgi film endüstrisinde teknik alt yapı eksikliği, sektörün büyüme ve gelişme potansiyelini sınırlamaktadır.

Yüksek kaliteli çizgi filmlerin üretilmesi için gerekli olan güncel animasyon yazılımlarına ve teknolojilere erişim maddi olanaklar nedeniyle kısıtlı olabilir. Dijital çizim tabletleri, “render farm”lar ve diğer teknik ekipmanlara erişim konusundaki zorluklar, üretim sürecini etkilemektedir.

Animasyon prodüksiyonu için uygun stüdyo alanları ve altyapı ve ekipman eksikliği, büyük ölçekli projelerin gerçekleştirilmesini sınırlayabilir. Sahip olunan stüdyoların teknik kapasiteleri yetersiz olabilir.

Türk çizgi film endüstrisindeki sektör çalışanları arasında yeterince iş birliği ve ağ kurma eksikliği, sektördeki paydaşların bir araya gelerek projeler geliştirmesini ve paylaşılan kaynakları kullanmasını sınırlayabilir.

Çizgi film sektörü, hızla gelişen teknolojik trendleri takip etmekte zorlanmaktadır. Yeni animasyon teknikleri, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, yapay zekâ gibi alanlardaki gelişmelerin sektöre entegre edilmesinde eksiklikler yaşanmaktadır.

Bu zorluklara rağmen, Türk çizgi film endüstrisi, bu eksiklikleri aşmak ve daha güçlü bir teknik alt yapı oluşturmak için çeşitli önlemler almalıdır. Bu önlemler arasında eğitim programlarının artırılması, yatırımcı ve finansör bulma çabalarının güçlendirilmesi, teknolojik altyapının güncellenmesi ve sektördeki iş birliklerinin teşvik edilmesi yer almaktadır.





**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**  
**SEKTÖRDEKİ FİRMALARLA YAPILAN GÖRÜŞMELER VE BULGULAR**

### 3.1. SORULAR

1. Kendinizi ve firmanızı tanıtınız?
2. Türkiye’de sektörün ve firmanızın yaratım, tasarım ve üretim sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz? Yeterli nitelikli personele sahip misiniz? Hangi çalışma modelini tercih ediyorsunuz?
3. Teknolojik alt yapınız yeterli mi? Karşılaştığınız sorunlar oldu mu?
4. Film üretimi ve teknik alt yapı için bugüne kadar hiç hibe destek ve yatırım aldınız mı?
5. Sektörde ne gibi sorunlarla karşılaştınız? Çözüm önerileriniz nelerdir?
6. Ulusal stüdyolarla iş birlikleriniz bulunuyor mu? Var ise ne tür birliktelikler yapıyorsunuz?
7. Firmanız ve çalışmalarınız uluslararası pazara ulaşabildi mi ? Uluslararası iş birlikleriniz var mı? bu konuda ne tür çalışmalar yaptınız?
8. Telif hakkı ve hukuki sorunlarla karşılaştınız mı?
9. Pazarlama konusunda yaptığınız çalışmalar ve karşılaştığınız sorunlar nelerdir?
10. Sektördeki gelecek planlarınız nelerdir?

### 3.2. GÖRÜŞME SORULARINA VERİLEN CEVAPLAR

Araştırmanın bu kısmında Türkiye'deki iki boyutlu animasyon (çizgi film) sektörünün gelişimi ve sorunlarının incelenmesi konulu görüşme ve cevapları aşağıda sunulmuştur.

#### 3.2.1. Kendinizi ve Firmanızı Tanıtınız?

**A1 Firması 1. Cevap:** 2018 yılında kuruldu firmamız. Ben şahsen 2004 yılında başladım sektörde çalışmaya. Sanırım bu sene 20. yılımız olacak. Uzun yıllar VFX ağırlıklı olarak animasyon endüstrisinde çalışıyordum ama 2009 yılıydı, TRT Çocuk’un açılmasıyla beraber sektördeki çizgi film talebi artınca rotamızı çizgi filme doğru çevirmiş bulunduk. Uzun süre çizgi film projelerinde çalıştıktan sonra 2018’de kendi firmamı kurdum. O günden bugüne kadar da çalışmalarımıza devam ediyoruz. Bu işlerin var olduğunu fark etmem lise yıllarıma dayanıyor. Aslında üniversite öncesinde o dönemde bilgisayar öğretmenim vardı. Bahsettiğim dönemde internet yok, kaynaklar çok az. Bilgisayar öğretmenim üç boyutlu modelleme yapardı. Ondan görünce ilgimi çekti. Biraz araştırma yaptım. O zamanlar internette de hiç doğru düzgün kaynak yoktu. 3d

Studio Max kullanırdık o zaman. Programın dökümanlarını print edip sayfa sayfa nasıl kullanılıyor, ne yapılabiliyor diye translate edip anlamaya çalışıyorduk. Böyle bir dönemde başladık. İstanbul Üniversitesi “yazılım bölümü”nde okuyordum. Aklımda hep çizgi film, animasyon işleri yapmak vardı. O zamanın şartlarında meslek lisesi okurken bir “güzel sanatlar” bölümü de seçemiyordum. Dönemin şartlarında geçiş yapamıyordum ve istediğim bölümü okuyamayınca da tamamlayamadım açıkçası. Uğraştığım işleri bir yerlerde paylaşıyordum. Güzel bir iş teklifi aldım o dönem. Bir firmada çalışmaya başladım.

*“İki boyutlu animasyonu kullanıyor musunuz ?”*

Asıl disiplini 3D animasyon üzerine orada elimiz çok güçlü ama dönem dönem iki boyutlu animasyon da yapıyoruz. Hatta bazen iki boyutlu üç boyutlu hibrit animasyonlar yaptığımız da oluyor. Sahneleri iki boyutlu yapıyoruz. Karakterleri üç boyutlu yapıyoruz. Bazen üç boyutlu yapıp iki boyutluymuş gibi gösteriyoruz ama yani karışık teknikler de kullanabiliyoruz. Günün sonunda yüzde yetmiş 3D yapıyorsak yüzde otuz 2D animasyon yapıyoruz diyebilirim.

**A2 Firması 1. Cevap:** Dijital platformda farklı formatlarda içerikler üretiyoruz. Bunu bazen markalar için, bazen kendimiz için, bazen bireyler için yapabiliyoruz. Çocuk içerik üretiyoruz. Markalar için kendi içeriklerimizi ürettik. Çocuk odaklı içerik ürettik. Özetle bir yapım şirketi ve içerik ajansıyız. Ben endüstri mühendisiyim. Animasyon hep merak ettiğim ve yapamayacağımı düşündüğüm bir şeydi. Daha çok basit table tab videolarda markalara animasyonlar ürettik. İllüstratörlerle çalışarak sonrasında yaklaşık 2000-2022 gibi markamız Eti için Balık TV’ ye iki boyutlu bir animasyon yaptırdı. Orda üç bölümlük kısa bir içerik üretmiştik onlara. Senaryolarını yazdık, animasyon ekibiyle çalıştık ve iki boyutlu bir animasyon yapıldı. Karaman’da ekip var. Elimizde bulunan bir senaryoyu onlarla birlikte hayata geçiriyoruz. Şimdi bitmek üzere.

*“Daha çok hangi animasyon tekniğini kullanıyorsunuz?”*

Toon boom kullanıyoruz. (İki boyutlu animasyon üzerine)

**A3 Firması 1. Cevap:** İki boyutlu üç boyutlu proje üretimleri yapıyoruz. Bunun yanında yazılım tabanını ürünlerde var yaptığımız. Aslında daha çok animasyon ve karakter konsepti üstünde çalışıyoruz. Görsel efekt de var tabii. Anadolu Üniversitesi çizgi film animasyon mezunuyum. Bunu da gururla söylüyorum. 2005 yılında mezun oldum. 2005 yılında işe girdim. Bir prodüksiyon şirketinde video mapping ve üç boyutlu

iki boyutlu animasyon yaparak başladım. Masal hizmeti veren bir telekom firmasının iki boyutlu üç boyutlu video anlatımını yapmıştık. İlk işim oydu. Şu anda görev tanımım kreatif director olarak geçiyor, yaratıcı yönetmen gibi aslında. Bu süreci idare edebiliyorum tek başıma onun için daha genaralist gibi oluyorum, bu süreç içinde farklı farklı kollara ayrılıyor bu sistem. Aslında yönetmenlik tarafında kalmaya çalışıyorum.

**A4 Firması 1. Cevap:** Ben kıdemli karakter sanatçısı, karakter süpervizörü, yönetmen ve sanat yönetmeni olarak on beş yılı aşkın deneyimle animasyon endüstrisinde özellikle yaratıcı IP alanlarında, IP üretimi 3D karakter konsept geliştirme, film içeriği üretimi gibi alanlarda çalıştım ve uzun metrajlı animasyon filmleri, bireysel kısa animasyon filmleri, animasyon dizileri, reklamlar, oyun karakteri yapımları, VR/AR deneyimler ve NFT art gibi çeşitli segmentlere de katkıda bulundum. Firmamız yaratıcı IP'ler ve projelerden oluşmaktadır. Yani özellikle uzmanlık alanımız aslında IP'ler yaratmak ve projenin yaratıcı kısmını oluşturmak daha sonra prodüksiyonunu devam ettirmek.

*“Mezuniyet durumunuz nedir?”*

Anadolu Üniversitesi animasyon bölümünden mezun olduktan sonra araştırma görevlisi olarak çalıştım bir süre ve ardından sektörde full time çalışmaya başladım. Bir süre freelance olarak devam ettim ve daha sonra kendi şirketimi kurmaya karar verdim. Şu anda üç ortak olarak şirketimizde projelerimizle işimize devam ediyoruz. Kariyerim boyunca özellikle kısa animasyon filmleri için uluslararası tanınırlık olmak üzere çok sayıda ödül aldım. Teknik becerilerime geliştirme ötesinde, animasyon dünyasındaki yolculuğum genel olarak yaratıcı sınırları zorlamak ve ilginç içerik sunmak için yenilikçi yollar aramakla ilgili oldu diyebilirim. Türkiye'de önemli bir proje olarak gösterilen ve küresel izleyiciye sunulan uzun metraj bir animasyon olan “Kötü Kedi Şerafettin” projesinde süpervizör, kıdemli karakter modelcisi olarak görev aldım ve çevre modellerinde de bu filmin atmosferinin yaratılmasında da katkılarım olmuştu. Hayata geçirmesini rol oynadığım Türk mitolojisinden esinlenen VR deneyimi “Ak Ana-Kabuğun Hafızası”nın, Cannes Film Festivali’ nin “Marché du Film” programı kapsamında “CannesXR Development Showcase” seçilmesiyle birlikte burada sunum yapma şansını yakaladık. Özetlemek gerekirse, birçok markayla da çalışma şansım oldu. Onun dışında ayrıca Türkiye'nin bilinen saygın üniversitelerinde görev aldım, bir yandan eğitmenlik yaptım. Diğer yandan da küresel festivallerde yarışma jüriliği yapma

deneyimlerim oldu ve animasyonun gücü ve potansiyeli konusundaki bakış açımı da bu tecrübeler bir yandan zenginleştirdi diyebiliriz.

*“Nitelikli personele sahip misiniz? Çalışma modeliniz nedir ?”*

Projenin ihtiyacına göre değişebiliyor. Mesela uzun soluklu projeler olduğunda bizimle uzun süre çalışmasına gereken çekirdek ekibi tam zamanlı olarak kurmayı tercih ederken, kısa süreli projelerde kısmi süreli freelance, fatura bazlı çalışmayı tercih edebiliyoruz. Bazen de sürekli üretim yapması gereken ekip elemanları full time olurken, kısmi olarak çalışması gereken ekip üyeleri de olabiliyor. Onlarla da çalışacağımız süre boyunca anlaşıyoruz. Yani aslında ekip projenin ihtiyacına göre büyüyor, küçülüyor, genişliyor, değişiyor yani böyle değişken bir durum var ekipte genel olarak.

**A5 Firması 1. Cevap:** Eskişehir çizgi film mezunuyum. Uzun bir zaman reklam yaptım, sonra da oradan ayrılıp Bilgi Üniversitesi’nde canlandırma dersleri vermeye başladım. 2008 yılında ilk önce Bilgi Üniversitesi öğrencilerine yönelik 2010 yılında da “Avrupa Kültür Başkent”i desteğini alarak herkese açtığım “Canlandırın” başlıklı projeler geliştirmeye başladım. Bu projelerin arasında “Yetenek Kampı” var. Aslında kısa bağımsız canlandırma film üretimini de destekledim. Kronolojik sırayla gidecek olursam da 2011 yılında Canlandırınlar Derneği’ni kurdum. Dernek kurucusu ve başkanıyım. 2012 yılında ASIFA Türkiye’yi kurdum, onun da kurucusu ve başkanıyım. 2013 yılında da “Canlandırınlar Uluslararası Festival”ini yapmaya başladım. Bu sene festivalin 12. senesi olacak. “Yetenek Kampı”nın da 14. senesi olacak. Şimdiye kadar otuzdan fazla da kısa film ürettik ve üretmeye de devam ediyoruz. Bunların ulusal ve uluslararası bir sürü gösterim yeri ve ödülleri var. Türkiye’de çok önemli bir yer tuttuğumuzu düşünüyorum ürettiğimiz ve de gösterdiğimiz filmlerle festivalde.

Şimdi ben okuldan mezun olduktan sonra animasyon hayatıma animatör olarak başladım. Aslında profesyonel olduğum teknik stop motion tekniği ama bir sürü animasyon tekniğini de bir arada kullanarak da yüze yakın reklam filmi ürettik. Sırayla gidersem animatör, baş animatör sonra danışman, yönetmen, yapımcı şu anda da bağımsız olarak yönetmenlik ve yapımcılık yapmaya devam ediyorum. Engelli hakları filmleri, çocuk hakları filmleri, uzun metraj, kimlikli belgesel filmimiz var altın portakal ödüllü. Üzerinde çalıştığım “Canlandırınlar” belgeseli de var uzun metraj. O da yakında bitecek diye umuyorum.

*“Festival sürecinden bahseder misiniz?”*

Her teknikten film başvuruyor aslında. Geçen sene 1500 film başvurmuştu. Ondan önceki sene gene 1.000 küsur film başvurmuştu. Türkiye'den de geçen sene 70 film başvurmuştu. Şimdiye kadar hiç 25 altına düşmedik. Ana akım festivallerde biliyorsunuz, animasyon kısa kurmaca deneysel sepetinin içinde yer alıyor. Dolayısıyla Türkiye'de üretilen filmler çok fazla gösterilmiyor. Seyirciye ulaşamıyor ve gösterim yerini bulamıyor. Biraz o misyonla da aslında biz festivali yapmaya başlamıştık. İşte bunun da karşılığını fazlasıyla alıyoruz; çünkü özellikle animasyonla ilgilenenler, film yapmak isteyenler için bir mihenk taşı olduk. Türkiye'de büyük ana akım festivallerden daha fazla film topluyoruz. Bu filmlerde her teknikte oluyor. 2d, 3d, mix, stop motion açıkçası her sene başvurular ve teknikler değişebiliyor ama biz bütün tekliflere açığız. Onun oranı için bir liste yapmam lazım. Yani bir istatistik çıkarmam lazım. Öyle bir istatistik bilimiz yok. Küçük bir ekiple çalıştığımız için her şeyi yüklenemiyoruz.

### **3.2.2. Türkiye’de Sektörün ve Firmanızın Yaratım, Tasarım ve Üretim Sürecini Nasıl Değerlendiriyorsunuz? Yeterli Nitelikli Personele Sahip misiniz? Hangi Çalışma Modelini Tercih Ediyorsunuz?**

**A1 Firması 2. Cevap:** Şöyle bir avantajım oldu, bizim çalışmaya başladığımız dönemde tasarımcısı ayrı, modelcisi ayrı, “rigci”si ayrı, animatörü ayrı, hepsi ayrı iş tanımları gibi gözüксе de bizim zamanımızda bir kişi vardı, hepsini o kişi yapardı. O dönemde dizi sektöründe çalışıyorduk. Haftalık yapılan işlerde çalıştığımız için, biz böyle bir komando gibi yetiştik. Sektörün konumuna baktığımızda bir iş geldiği zaman, müşteri bazen tasarımlarını oluşturmuş oluyor, hikâyesini oluşturmuş oluyor. O durumdan üstümüze bir yük düşmüyor. Biz sadece modellemeler yapıyoruz, animasyonlar yapıyoruz ve finalize ediyoruz projeleri. Bazı müşterimizde tasarımlarını da bizden istiyor. O pozisyonlarda zaman zaman kendim üstleniyorum, zaman zaman proje bazlı arkadaşlarla çalışıyoruz. Ama memnunuz sektörde. Nitelikli arkadaşlarımız da var, iyi bir iş networkümüz de oluştu yıllar içerisinde. Bir çekirdek kadromuz var altı kişilik. Şu anda onlar sabit çalışıyor ama proje bazlı ekibi büyüttüğümüz pozisyonlar oluyor.

**A2 Firması 2. Cevap:** Türkiye’de animasyon, çocuk içeriği odaklı bakıldığında gelir elde etmek amaçlı bir iki yaklaşım var. “Youtube Kids” içeriklerinde çok fazla gelir elde edilebiliyorken bazı ekipler, çocukların dikkatini çekebilecek üç boyutlu ama niteliksiz içerikler ürettiler. Burada önemli olan çocukların beğendiği video olabilir, oyun

olabilir. “Kral Şakir” örneği var. “Sizinkiler” örneği var. O tarz içeriklerle gelirler elde etmeye başladılar. Onlar üretmeye devam ediyorlar. Globale oynanabilecek içerikler konusunda ne yazık ki ben çok emin değilim. Nitelikli çocuk içeriği üretip yurt dışına satılabilecek içerikler hedefliyoruz.

*“Youtube gelirleri hakkında ne düşünüyorsunuz?”*

Youtube da çizgi film çok izleniyor ve gelir elde ediyorlar. Üç dört sene öncesine kadar çok daha fazla gelir ederken “Youtube Kids”ın açılması ile çocuk içeriklerindeki bazı kısıtlamalar sebebiyle ve reklamlama yönetimi çok değişti ve gelir üçte bire düştü. Eskiden bir gösterim başına 1 dolar kazanırken herhangi bir içerik, (çocuk içerikleri) 0,3 kazanmaya başladı. Manuel kontrol ediliyor, uygun mu değil mi bakılıyor. Bazı markaların verdiği reklamların karşılığını alamaması, ya da herkesin reklam verebilmesi Youtube’u zor duruma düşürdü. Bunu takiben zaten “Youtube Kids”ı oluşturdu ve çocuk içeriklerinde de çok temkinli davranıyor.

*“Hangi iş modelini tercih ediyorsunuz?”*

Şu aşamada senaryo yazılabiliyor, seslendirme yapılabiliyor, ama animasyon yapmadığımız için bu projeyi birlikte yürütebileceğimiz firma ya da veya freelance ekiplerle çalışıyoruz.

*“Yeterli nitelikli personele sahip olduğunuzu düşünüyor musunuz?”*

Türkiye’de reklam tarzı işlerde çalışıyorlar çünkü en çok bütçenin en çok paranın döndüğü yerde reklam dünyası olduğu için çocuk içeriğine yeterince özen gösterilemiyor maalesef. Türkiye’de büyük para harcanarak yapılan herkesin heyecanla beklediği ama tam yerini alamadığı “Kötü Kedi Şerafettin”i hatırlıyorum. Beklediğim bir animasyondur. Bir de “Kral Şakir” var. Disney’de yayınlandı. Çok iyi bir örnek. Daha çok öyle örneğe ihtiyacımız olduğunu düşünüyorum. Bazı büyük yapım şirketleri yani sermayesi olan ekipler, yurt dışına, Singapur’da, Vietnam’da. Kore gibi yerlerde yapım, animasyon ekibi kurup oradan yönetiyorlar. Türkiye’de yeterli ekip yok demek oluyor bu. O yüzden daha fazla nitelikli elemana hala ihtiyaç olduğunu düşünüyorum.

**A3 Firması 2. Cevap:** Şirketim ve çalışma arkadaşlarım adına bu süreci gayet sağlıklı yönettiğimizi düşünüyorum. Türkiye’de ve dünyada teknik olarak bir üretim planı var ve biz de onu uygulamaya çalışıyoruz. Müşterilerimizden aldığımız briefi varsa senaryoyu, hikâyeyi alıp, şekillendirip değer katacak teknolojiyi de kullanarak, insanlara deneyim kazandıracak hale sokuyoruz. Bazen Kendi imkânlarımızla ürettiğimiz işler de

oluyor ama genellikle dışarıdan müşteride ya da arada fason dediğimiz, arada kaldığımız üretimler de oluyor.

*“Nitelikli personele sahip misiniz?”*

Projelere göre değişiyor, işine değer katan kaliteli insanlarla çalışıyorum. Bu benim için çok önemli. Çalışma arkadaşlarımız da ona göre şekilleniyor. Üretirken işin uzmanıyla çalışmaya başlıyoruz. Şirketimizin konumundan da faydalanıyoruz. Yurt dışındaki insanlarla da çalışabiliyoruz. Yurt içindeki insanlarla çalışıyoruz. Tabii ki bu tamamen bütçeyle alakalı ve zamanla alakalı oluyor. Aslında finale bakınca dizi, mimari, medikal video mapping yani kendi alanlarında da farklı disiplinler gerektiriyor ve biz onlara göre şekillendiriyoruz. İyi bir çizer, her zaman iyi bir still karakteri tasarımcısı olamıyor. Onun farklı bir disiplini var.

*“Çalışma modeliniz nedir?”*

Bir dizi işi olacaksa kesinlikle animasyon yapan arkadaşların in house dediğimiz hep birlikte çalışan bir ortam oluşturmamız gerekiyor. Çünkü iki üç sene boyunca beraber bir yoldan gitmemiz, aynı dili konuşmamız gerekiyor. Aynı ruhu çıkarmaya çalışıyoruz. Faturalı ve maaşlı insanlarla çalışıyoruz. Projeye göre değişiyor tabi ki. Kadromuz var maaşlı olarak. Bu da dört ya da beş kişi arasında gelip gidiyor. Yine projenin zamanına göre kimi zaman üç kişiyle kimi zaman yirmi kişiyle ilerliyoruz. “Pandemi”den sonra gelişti bu. Merkeziyetsiz üretim diyoruz. Şimdi koşullardan dolayı yan yana gelemiyoruz tabii. Ama aynı dili konuşabilen insanları önceden de bildiğimiz tanıdığımız için bir araya toplamamız kolay oluyor. Bir zoom, bir discort ortamında saatlerce çalışılabilir.

**A4 Firması 2. Cevap:** Projelerin pre-production sürecine önem veriyoruz. Alanında en iyi isimlerle çalışmaya dikkat ediyoruz ve projeyi mümkün olduğunca pre-production aşamasında çözümlemeye dikkat ediyoruz ve projenin bu şekilde çözümlenmesinin, projeye her anlamda önemli katkılarının olduğunu ve zaman kaybını önlediğine inanıyoruz. Animasyon çok pahalı bir iş olduğu için 3D animasyon özellikle, orda fikir değiştirme şansımız yok. Öncelikle storyboardunu yapıp, orada zamanlamasını çözümledikten sonra 3D’ye geçiyoruz ki zaman kaybını, enerji kaybını önlemek amacıyla.

*“İki boyutlu nerelerde kullanıyor musunuz?”*

Bizim uzmanlık alanımız çoğunlukla üç boyutlu animasyon olduğu için, projenin ihtiyacına göre 3D, 2D asset üretimi de gerekecek projelerde ya da özel olarak projenin ihtiyacı varsa, örneğin bir artırılmış gerçeklik projesi vardı. Sergi projesi. Orada 2D animasyon canlandırmamız gerekmişti. Orada da kullandık. Yani projenin ihtiyacına

göre zaman zaman 2D animasyon da kullanabiliyoruz, onun dışında 3D projelerin pre-production aşamasında kullanıyoruz. Çünkü pre-productionı çözülmeden, 3D projelerde de direkt prodüksiyona girmiyoruz. Özellikle buradaki karakter tasarımları modelleme sürecinden önce yani 3D'ye girmeden önce işte storyboard aşaması, animatik aşaması, 2D çözdükten sonra projeyi 3D taşıyoruz. Burada bir filmin maketini 2D olarak oluşturmak tasarımları orada bitirmek çok önemli.

**A5 Firması 2. Cevap:** Çok zor çünkü animasyon zaten çok emekli olan bir iş ama bir film yapım tekniği aynı zamanda. Bu genelde anlaşılmıyor. Üretimi çok uzun zaman aldığı ve büyük ekipler gerektirdiği için genelde buna ihtiyaç duyuluyor. Bunun için bir ilk önce kaynak gerekiyor. Yani bir filmi üretmek için. Üretilen filmlerde Türkiye'de genelde hikâyesi, senaryo ve müzik eksikleri oluyor. Biz bunu festivalde de çok görüyoruz. “Yetenek Kampı”nda da çok buna odaklanıyoruz. Bunu geliştirmeye çalışıyoruz. İlk önce filmi yönetmek için bir kaynak bulmanız gerekiyor. Bunun için sadece Kültür Bakanlığı var şu anda. Başka bulabileceğiniz bir kaynak yok. Yurt dışı hibelerini deneyebilirsiniz ama bunun için de çok fazla Türkiye için bir seçenek yok. Buldunuz parayı, ürettiniz diyelim bu sefer de onu satmanız gerekiyor. Pazara çıkarmanız gerekiyor. Bu da bir masraf, maliyet ve zaman. Türkiye'de maalesef bunu yapan profesyonel yerlerde yok alıp kendiniz çıkmanız gerekiyor. Kendiniz karşılayıp, şanslıysanız Ticaret Bakanlığı'ndan belki faturaları gösterip geri alma şansınız oluyor. Aslında bu işin sürdürülebilirliğinin amiral gemisi reklamdı. Sonra oyun da buna dahil oldu. Hatta oyun reklamı geçti şu anda. Onlar daha başarılı yapıyor bu işleri. Kaynakları ve de bütçeleri olduğu için. Ama eğer kısa film, uzun metraj, dizi gibi şeylerle uğraşıyorsanız biraz kaynaklarımız kısıtlı maalesef, işte “TRT Çocuk” var, özel kanallar var ve bir de “Youtube” gibi mecralar var ama çok kolay değil. Burada üretmek satmak, oradan gelir elde edip devamını getirmek, sürdürülebilir olması gibi koşullar çok rahat değil, ülkemizde maalesef.

*“Hangi çalışma modelini tercih ediyorsunuz? Nitelikli personeliniz var mı?”*

Aslında ben 90 yılından beri animasyon yaptım, piyasada da çalıştım. Mimar Sinan ve Beykoz animasyon bölümünde ders veriyorum. Oldukça yetenekli insanları tanımama, onlarla buluşmama, yaptıkları filmleri de görme şansına sahip olmama neden oluyor. Dolayısıyla yetenek bulma ve bunlarla çalışma anında hiçbir sorun yaşamıyorum. Aslında bütçelerde genelde sorun yaşıyoruz. Genelde serbest zaman, serbest mekân olarak devam ettiriyoruz. Dedğim gibi yerleşik stüdyo yok. Bunun nedeni de Türkiye'deki ekonomik sistem. Dolar, euro kur farkı, vergilerinin ağır olması, bu tip

Çalışma modellerine yönlendirdi bizi. Projesine göre bir ekip kurup ekipmanı da ihtiyaçlara göre sağlayıp üretilmesini yapıyoruz. Ayrıca da genel olarak ben kısa bağımsız canlandırma filmine odaklandığım için de bir stüdyoya ihtiyaımız olmuyor. Projeler tasarlıyoruz, bir yol haritası çıkartıyoruz.

### 3.2.3.Teknolojik Alt Yapınız Yeterli mi? Karşılaştığınız Sorunlar Oldu mu?

**A1 Firması 3. Cevap:** Yani son dönemdeki teknolojiler özellikle render konusu hep zaten zor. Yatay teknolojiler başladı. Elimizi çok güçlendirdi açıkçası. Yani biz son on sene öncesine göre kıyaslırsak şu an ciddi anlamda rahatız teknoloji açısından. Eskiden yirmi tane render makinesi bulundurmamız gerekirken, şu an belki beş makineyle aynı işi yapabiliyoruz. Bir iş yükü hafiflemesi oldu o anlamda.

**A2 Firması 3. Cevap:** Bir sorun yaşamadık.

**A3 Firması 3. Cevap:** Her zaman sorunumuz olan bir soru bu, güzel bir soru. Bir proje oluşuyor. Bu projeye göre bir teknik altyapı oluşturuyoruz kendi içimizde. şirketime bakınca, bir plan projesini, bir klip projesini rahat rahat bitirebilecek bir sürece giriyoruz. Bir film projesiyle, dizi projesi arasında dünya kadar fark oluyor. Ona göre teknoloğimizi şekillendirmemiz gerekiyor. En basiti, ekran kartları ya da bilgisayarları st seviyeye çıkarmak gibi. Bitmiyor çünkü hep gelişiyor. HD görüntülerden 2K görüntülere geçtik. 2K görüntülerden 4K'lara geçtik. Bu durmuyor. Devamlı geliştirmek zorundayız. Aslında sorun değil, şart oldu bizim gibi firmalar için.

**A4 Firması 3. Cevap:** şu anda teknolojik altyapımız ihtiyaımızı karşılıyor, ihtiyaçlarımız için yeterli. İleride yapmayı planladığımız projeler için ekip, teknik altyapı konusunda ihtiyaçlarımız tabi ki olacak. Bu konuda da alternatif çözümler planlıyoruz. şu anda yeterli aslında.

**A5 Firması 3. Cevap:** Karşılaşıyoruz tabii. Özellikle Türkiye'de internet problemi var. Animasyon stdyolarıyla dirsek temasımız olduğu için, onlardan da destek görüyoruz.

### 3.2.4. Film Üretimi ve Teknik Alt Yapı İçin Bugüne Kadar Hiç Hibe Destek ve Yatırım Aldınız mı?

**A1 Firması 4. Cevap:** Sigorta teşvikleri oluyordu. Onlardan aldık. Ama büyük bir destek almadık açıkçası.

**A2 Firması 4. Cevap:** Markayla yaptığımız için çalışmayı, onların bütçesiyle gerçekleştirdik. Diğerinde de bir sermaye ve yatırım vardı. O yatırımla birlikte hayata geçirdik.

**A3 Firması 4. Cevap:** Evet çok net söyleyebilirim bir kere aldık. 2018 yılında “Kayra” diye bir projemiz oldu Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bütçe başvurusu yaptık ve aldık. O sene içinde bitirdik fakat günümüz koşullarında hayal ettiğimiz uzun metrajlı animasyonları gerçekleştirmek artık şart oldu. Yatırımlar arıyoruz üç proje için. Oyun yatırımcıları ile görüşme halindeyiz. Mesela bir tane projemiz dizi, bir tanesi de uzun metrajlı. Ama uzun metraj başlı başına bir büyük bir dünya. Disney ya da Pixar bile ortak yatırımcılarla giriyor işlere. Çünkü onlar bizim üç senede yaptığımızı, dört beş senede yapıyorlar. Düşünün aradaki farkı. Bir yanda 100 kişi, bir tarafta 1500 kişilik ekip.

**A4 Firması 4. Cevap:** Aldık. Kısa filmlerimiz için Kültür Bakanlığı fonlarından daha önce faydalanmıştık. Başka bir şirketle ortaklığımız bulunan bir proje de yani VR projede, yine Kültür Bakanlığı fonlarından faydalandık. Aynı projeye Artizan platformunda bir hibe kazanmıştık. Ve bir NFT projesinin pre-production aşaması için yatırım aldık. Daha sonra, bu proje NFT'den başka bir projeye dönüştü. O zaman NFT projesi sırasında yatırım almıştık.

**A5 Firması 4. Cevap:** Aldım. Kültür Bakanlığından birçok seferler aldım. Hem belgesel film için hem animasyon film için. Ayrıca yetenek kampındaki bir sürü film içinde destek tabii aldık Kültür Bakanlığı başta olmak üzere. Antalya Film Festivali platformundan ödüller aldık. Pitching platformundan ödüller aldık, destek aldık. Yeni film fonu vardı, yapılmıyor uzun zamandır. Yani Türkiye'deki bütün şeyleri deniyoruz, ister istemez ama aldığımız destekler oldu tabii ki...

### 3.2.5 Sektörde Ne Gibi Sorunlarla Karşılaştınız? Çözüm Önerileriniz Nelerdir?

**A1 Firması 5.Cevap:** Bir fikir değiştirilmesi pozisyonunda bize yansıyan iş yükü, oluşan iş hacminin farkında olmadığı durumlar olabiliyor bazı müşterilerimizin. Orda böyle configler yaşıyoruz ama çözülüyor zaman içerisinde. Bir işi yaptığımız zaman

izleyen herkes bizim işimiz hakkında bir fikir yürütüyor ama oradaki en ufak bir talebin arkasında nasıl bir iş yükü olduğu her zaman tahmin edemeyebiliyor. Böyle durumlarda ufak tefek problemler yaşıyoruz ama çözülüyor günün sonunda.

*“Daha çok 3D kullanmayı tercih eden bir ekip olarak; Türkiye’deki özellikle iki boyutlu animasyon alanında sektörü nasıl değerlendirirsiniz?”*

Açıkcası çok olumlu gelişmeler oluyor. Sektörümüzde özellikle son dönemde her ne kadar dizi, film ve animasyon; yapan şirketleri biraz zorlasa da oyun sektörü çok ciddi bir atak yaptırdı. Yani toplam yapılan iş arttığı için piyasada nitelikli arkadaşların gelişmesi, yetişmesi de sağlandı. Yani gittikçe daha kaliteli işler, daha bilinçli çalışanlar gözlemliyorum. Yeni jenerasyon iyi gidiyor yani umutluyuz, mutluyuz.

**A2 Firması 5. Cevap:** Piyasada bir sorun var. Kendi içeriğimizi üretirken eksik kalıyoruz ve kolay yolu seçiyoruz bence. İçerik üretmek ve bunun sonunu getirmek de özen gerektiriyor. Ve bunlar tam yapılamadığında tam tatmin edici olmayan içerikler oluşuyor. Bu filmde, dizide de bu böyle bence. İyi senaryo, iyi içerik üretmekten ziyade hızlı üretelim, kısa yoldan en hızlı şekilde kâr edelim. Ama animasyon süreçleri çok uzun. Gerçekten çok aşaması var, yapım ekiplerinin, animasyon ekiplerinin, kreatif ekibin. Böyle çok yakın ve uzun soluklu çalışabilmesi gerekiyor. Bunlar epey zaman alacak şeyler olarak gözüküyor, bu da mali sorunumuz olabilir ve bu yatırımların geri dönüşünü alıp almama ihtimali biraz zorlu bir süreç. İyi içerik üreticisiyseniz para kazanma potansiyeli var ama iyi içerik için de birileri elini cebine atamıyor. İster istemez risk daha büyük oluyor çünkü daha iyi bir içerik üretebilmek için bir iki seneye ihtiyaç var. “Netflix”, yapılan animasyonlar için iki boyutlusu da üç boyutlusu da epey zamana ihtiyacı olduğunu düşünüyor. İşte “Arcane”. Bunun hala ikinci sezonu gelmedi. “Blue Samuray”ın yapımı çok uzun sürmüş. Teknolojik olarak herhalde hızlandıracak şeyler yavaş yavaş geliyor. Yapay zekâ, işi kolaylaştıracak gibi gözüküyor ama buna biraz daha zaman var.

**A3 Firması 5. Cevap:** Aşağı yukarı yirmi-yirmi iki yıldır film, dizi, klip, reklam oyun üç senedir yapay zekâ üretimi bunun gibi projeler yapıyoruz ve farklı teknolojiler kullanıyoruz. Her seferinde bunların çoğu Türkiye’de de daha önce denenmemiş teknolojiler diye giriyoruz. Bazı malzemeleri yurt dışından getirmek zorunda kalıyorduk ki coğrafyamızda bulunmuyor. Belki de coğrafyamız derken dünyadaki bir sorun galiba. Çünkü Panasonic’in bir 360 derece çeken kamerası sadece Amerika da ya da Malezya’da bir yerde olabiliyor. Gitmek zorunda kalıyorsun, bunu yapımcımıza anlatıyoruz ve o

müdahale ediyor. Ona göre de bu işi çözmüş oluyoruz. Mesela stereoscopic üretimi, VR üretimleri pek çok projede yer aldık, şimdiye kadar hep tamamen çeşitli insan sorunu değil, tamamen teknolojik sorunlarla karşılaştık. Bu da aşılmayacak bir şey değil. Sadece üretiliyor. Üretimi yapılan yerlerden almakla çözülebiliyor ki tamamen yine burada bütçeye dayanıyor iş.

*“Bildiğimiz kadarıyla, firmanız Türkiye'den İngiltere'ye taşındı. Bu tercihi nasıl yaptınız?”*

Tabii aslında duygusal da oldu. Çünkü belli teknolojilere ya da imkânlarla yurt dışında ulaşılabilirdi kadar ulaşamıyorum. Bunu yurt dışında çözeceğimizi düşündük. Özellikle prodüksiyon kısmını çözerken yurt dışındaki firmalarla çalışma şansımız oldu. Türkiye'deyken İspanya ve İtalya'nın içinde olduğu bir belgesel ekibi vardı ve üç ay süreyle onlarla çalıştık. Şu rahatlıkları vardı, istedikleri teknolojiye anında ulaşabiliyorlardı. Araştırma yaptığımızda İngiltere'nin de Amerika'nın da çok daha fazla bu olanaklara sahip olduğunu fark ettik. Dedik ki neden olmasın ve pandemi zamanında yaptık. Biraz riskliydi ama çok şükür bir sorunla karşılaşmadık. Hatta yardım ve destek bile aldık bu konuda. Çünkü insanların gördüğü bir teknoloji firması mıydı bizimki, aslında içeriğine çok fazla bakıyorlardı ve buna destek veriyorlarmış gibi bir anlaşma ile de İngiltere'ye taşıma şansımız oldu şirketimizi. Yani aslında bu İspanyol ve İngiliz ortaklı şirketlerin de orada görüp de işledikleri know-how'u fark ettiğimizde adım atmaya karar verdik. Şu anda aynı desteği Arap Yarımadası da veriyor. Abu Dabi, Dubai'de de 2006'yla 2011 arasında faaliyetler gösterdik. Reklam olsun animasyon olsun gerçekten de o teknolojiye ulaşamıyorlar vardı ama onu kullanamıyorlardı. Onlar teknolojiye ulaşamıyorsa, biz teknolojiye ulaştığımızda, en iyisi biz teknolojiyle gidelim dedik. “

*“Türkiye'deki animasyon sektörünü nasıl değerlendirirsiniz?”*

Türkiye'de iki boyutlu animasyon sektörü çok fazla gelişemedi. Yeterli rağbet görmedi. Aslında iki boyutlu üretim daha sanatsal bir yapı ve ben bunu çok daha fazla seviyorum. Bu üretimin ve daha doğal daha akıcı bir sistemi var. İki boyutlu animasyonun çok fazla desteklenmediğini düşünüyorum. Bir ülke olarak da stil ve tarz olarak da...

**A4 Firması 5. Cevap:** Yani şimdi hepsi için çözüm önerisi sunabilir miyim bilemiyorum ama başlıca karşılaştığımız sorunlardan bahsedebilirim. Sektörde genel olarak çalıştığımız bazı çalışanların yetkinlikleri ile beklentilerin aynı seviyede olmaması, zaman zaman projeyi zora sokabiliyor. Biz de projenin sağlığı için ekip konusunda seçim yaparken bu tip çalışanlara karşı daha dikkatli olmaya çalışıyoruz. Onun dışında Türkiye'

de animasyon projeleri için devletin kurumlarınca sağlanan, fon hibelerinin yeteri kadar olmaması, bizi ister istemez yurt dışı fonlarına yöneltiyor. Çünkü yurtdışında önemli fonlar veriliyor. Diyelim, benim bir projem var. Ben yurt dışında Avrupalı bir şirkette anlaştım, anlaşılan şirketin projenin çoğunluğuna yani yüzde olarak çoğunluğuna sahip olması gerektiği için ve bu durum da bize çok uygun olmadığı için ya onlarla da anlaşma konusu cazip olmuyor. Çünkü projenin tamamını da vermek istemediğimiz için, böyle bir zorlukla karşılaşıyoruz. Yani diliyoruz ki Türkiye'deki fonların ve hibelerin de yeteri kadar artması ve animasyon profesyonellerine ve yeni yetişen animasyon kısmındaki yetenekli insanları desteklemesini bekliyoruz. Umarım yerine ulaşır.

Şirketin kurucuları olarak bizler, yani teknik ve artistik konularda tecrübeli olmamızın çok fazla avantajını yaşıyoruz. Ama bazen bu dezavantaja dönüşebiliyor. Nasıl bir dezavantaja dönüşüyor diyeceksiniz? Mesela bir sorun çıktığında, ya o sorunu hemen kısa yoldan kendimiz hallederim diye çözmek isterken hem yönetim hem üretim kısmında yer alma anlamında zaman zaman bizim için çok yorucu olabiliyor. Yani uzun saatler çalışmak hem projenin üretimiyle ilgilenmek hem müşteriyle ilgilenmek hem yönetimle, hem takvimle, hem ekibin revizyonlarını vermek yorucu olabiliyor.

*“Bir kişiyi çalıştırırken hem öğretmen gibi eğitici tarafta da yer alıyorsunuz. hem yönetici tarafta da yer alıyorsunuz.”*

Öğretmen demeyelim ama yine ekibin tecrübesine bağlı olarak bazen çok juniorlarla çalıştığımızda öğretmem gerekebiliyor. Artık çok juniorlarla da çalışmıyoruz ama yine de yani bazen hızlı bir dönüş yapmak için kendin girdiğin zamanlar olabiliyor. O da bize daha çok çalışma saati olarak yansıyabiliyor. Sorun olarak söyleyebileceğimiz Türkiye'de animasyon, film ve dizi pazarlama dağıtım alanında projeleri uluslararası mecrada yayma konusunda deneyimli ekiplerin altyapının olmaması. Yurt dışındaki distribütörlere, dağıtımıcılara mecbur gibi oluyoruz ya da onlarla iletişim kurmak zorunda oluyoruz. Çok fazla bir opsiyon yok o yüzden. Türkiye’de Dizi ve film pazarlama dağıtım konusunda da işbirliği yapabileceğimiz deneyimli ekiplerin artmasını diliyorum. *Türkiye'deki 2 boyutlu animasyonun gelişimiyle alakalı düşüncelerinizi paylaşabilir misiniz?)* Daha çok 2D konusunda bir cut out diye teknik gelişti. Bu cut out ile yapılan işler bir şekilde gerçekten daha popüler. 2D konusunda klasik, cel animasyon artık çok fazla görmüyoruz. Ekonomik nedenlerle çünkü pahalı ve bunu yapan sayısı da artık çok fazla yok. Buna da nedense yönlendirilmiyor insanlar. Teknik olarak yapılma sürecinin belki zorluğu olabilir ya da pratik olmaması olabilir. Belki de assetler elimizde kalsın diye

3D'yi tercih ediyorlar. Birçok sebepten dolayı olabilir ya da pahalı olması olabilir burada. Daha çok gördüğüm kadarıyla oyun sektöründe de kullanım alanı var. Bir şekilde bunu bazı programlarla üretmek pratik hale geldi. Toon Boom, burada karakterler riglenebiliyor ve daha sonra tekrar tekrar kullanılabilir. Layoutlar oluşturulabiliyor. Bu alana doğru yöneldi gibi görünüyor. Şimdi yapay zekânın da kullanımının artmasıyla birlikte büyük ihtimalle bu kısıtlı alan daha da gelişecektir. Yani 2D konusunda şimdi 3D kıyaslamak, çok doğru olmaz ama bu alanda gelişecek gibi duruyor. Cut out ve belki yapay zekâyla üretip öyle birkaç örnek görmüştüm sadece. Onun dışında 2D üretim 3D'nin de bir parçası olmazsa olmazı. Biz de pre-production aşamamızı 2D olarak çözümlemeden 3d ye adım atmıyoruz. Gelişimiyle ilgili de tabii ki hani güzel bir projelerde yapılıyordur Muhakkak. Onları da takip edip, değerlendirip, gelişimine destek olmak lazım.

**A5 Firması 5. Cevap:** Birincisi sektör var mı diye bir soru soracağım çünkü ben olup olmadığından emin değilim. Bunun nedeni de bu alanda yapılmış yeterince araştırma, istatistik, raporlama yok. Bir tek “Bebka” bunu yapıyordu, birkaç sefer yaptı ama onlar da çok başarılı diyemem açıkçası. Raporlarında da eksikler var, yanlışlar var fakat onlarda galiba kaynak ve zaman ayıramaya biliyorlar artık. Onun dışında da akademik çalışmalar, tezler, doktora tezleri var. Onlara baktığınızda da çok fazla copy-paste bilgiler var. Yani derinlemesine bir araştırma yok. Ben bu konuda kafaya taktığım için biliyorum. Ben daha okurken doksanlı yıllarda benden önce burada neler olmuş diye merak ettim. Araştırmaya başladım. O yıllardan beri yaptığım, kendi animasyonlarımı arşivlemeye başladım. Sonra yeni filmler bulmaya başladım, onları da arşivlemeye başladım. Yani benim üniversiteye açtığım dersler arasında “Canlandırma Tarihi” dersi var. Burada bir kaynak oluştu festivalle birlikte. Festivalde belki bilirsiniz, “Saygı Kuşağı”mız var. Türkiye’deki animasyon sanatçılarına odaklanıyoruz. Çok önemli konuklarımız oldu. Tonguç Yaşar, Tahsin Özgür gibi isimleri konuk edip filmleriyle birlikte sohbet ettiğimiz çok değerli bir bölüm. Aynı zamanda kaynak oluşturuyor. Yani “Canlandırılar” da kendi arşivini yapıyor. Canlandırılar’lara baktığımızda Türkiye’deki animasyon üretimine alternatif bir model aslında. Çünkü çok parasal bir desteğimiz olamıyor, Kültür Bakanlığı gibi. Film yapmak isteyenlere bir know-house, network sağlıyoruz ve film üretmesine yardımcı oluyoruz. Yan yana duruyoruz. Filmini ürettikten sonra da hangi festivallere gidebilir, ne yapabilir, Bunlarla ilgili ne bilimiz, birikimimiz varsa hepsini paylaşıyoruz. Dolayısıyla sorunlar çok. Benim nacizane kendi adıma

yapabileceğim şey Canlandırılar'dır. Biz, film üretiyoruz, film gösteriyoruz, yarışma düzenliyoruz, atölye düzenliyoruz, konferanslar düzenliyoruz ve bunları kayıt altına alıyoruz. Dolayısıyla sektörde çok daha fazla sorunlar var ama oralara giremeyeceğim ve bu tarafla cevaplamak benim için daha sağlıklı geldi.

### **3.2.6. Ulusal Stüdyolarla İş Birlikleriniz Bulunuyor mu? Var ise Ne Tür Birliktelikler Yapıyorsunuz?**

**A1 Firması 6. Cevap:** Ortak projeler geliştirdiğimiz oluyor. Bazı işler geliyor; mesela modelleri, tasarımları yapılmış. Bizden sadece animasyonları yapmamız isteniyor. Mesela “Kral Şakir”in çok fazla işini yaptık, “Kral Şakir”in assetleri yıllar evvel yapılmış duruyor kenarda. Onlar bize sadece senaryoyla geliyorlar ve assetleri teslim ediyorlar. Biz de onu filme dönüştürüp, teslim ediyoruz. Keza “Pepe” için çalıştık çok uzun süre ve Pepe çok eski bir proje. Yıllar evvel hazırlanmış her şeyi. Biz assetleri teslim alıp onlarla yeni filmler, yeni bölümler hazırlayıp teslim ediyoruz.

**A2 Firması 6. Cevap:** Bu anlattığım iki projede iki farklı ekiple çalıştık. Türkiye’de yerel ekiplerle çalıştık.

**A3 Firması 6. Cevap:** Ulusal stüdyolarla iş birliklerimiz var. Bu sürecin gerektiğini 2010 yılında bir arkadaşımın şirketi ile yaptığımız ortak bir reklam işinde fark ettik. Bizim yaptığımız işe destek almak için de bu ulusal şirketler, ulusal stüdyolara ihtiyacımız vardı. Bu ulusal stüdyoların başta gelen, aslında TRT’nin, bize ön ayak olması ve bizim yaptığımız sunumla bize destek vermesi sayesinde bu adımı attık ve aşağı yukarı beş sene boyunca da sorunsuz bir şekilde çalıştım. 15 Temmuz olayı oldu ve o sırada bir ilişkilerimiz arasında kopukluk oldu ve durdu. Bu süreç iki sene sonra tekrar başladı. Bunun gibi etkileri de oluyor. Doğal afet gibi bir açıklaması vardı ama tam hatırlamıyorum. Onun dışında yerel şirketler anlamında da networklerimiz oluştu. Bu sayede ve dört beş tane de Türkiye’de çalıştığımız, halen de çalıştığımız on seneyi geçti, iş yaptığımız firmalar da var.

**A4 Firması 6. Cevap:** Ulusal stüdyolarla çok fazla iş birliklerimiz şimdiye kadar olmadı. Yani tabii ki böyle. İrili ufaklı yani şahıs şirketi olarak hizmet aldıklarımız var ama çok büyük iş birliklerimiz olmadı ulusal stüdyolarla.

**A5 Firması 6. Cevap:** Tabii hepsiyle bağlantımız var. “Yetenek Kampı”ndan örnek vereceğim. Biz aslında fikre, hikâyeye, senaryoya, ağırlıklı olarak da genç yeteneklere odaklanıyoruz. Şimdi bunlar da filmlerini ile ilk defa yapan insanlar

olabiliyor ya da ekipmanı olmayan insanlar olabiliyor. Müzik ihtiyacı olabiliyor. Rendering ihtiyacı olabiliyor. Bazen teknik ihtiyaçları olabiliyor; “Cintiq” gibi. Onlar “Canlandıranlar”ı biliyor, biz onları biliyoruz, sağ olsunlar her seferinde stüdyolarını açıyorlar bize. İstedığımız gibi kullanıyoruz.

### **3.2.7. Firmanız ve Çalışmalarınız Uluslararası Pazara Ulaşabildi mi? Uluslararası İş Birlikleriniz Var mı? Bu Konuda Ne Tür Çalışmalar Yaptınız?**

**A1 Firması 7. Cevap:** Oldu oluyor. Seviyoruz uluslararası işlerin içinde bulunmayı. İspanya’da da birlikte çalıştığımız bir partnerimiz var. İki adet “Youtube” kanalları var. Pre-school şarkı, müzik klipi tarzında bölümlerden oluşan seriler var. 100 bölümden fazla bölüm hazırladık, devam ediyoruz, hala çalışıyoruz. Umarım daha fazla projelerimiz de olacak.

**A2 Firması 7. Cevap:** Yurt dışında böyle görüşmeler oldu ama sonlandırılmadı, Yurt dışındakiler herkes kendi içeriğini üretiyor. Bir arkadaşım buradaki bir yapım şirketiyle anlaştı. Yapım şirketi animasyonu Singapur’ daki bir ofisinde yaptırdı. Üç boyutlu bir deneme pilot projeydi bu. Dışarda yapıldı. Burada senaryolar yazıldı, şarkılar bestelendi, seslendirme... Her şey burada ama içerik orada üretildi.

*“Sizin uluslararası iş birlikleriniz şu anda var mı?”*

Denemeler var şu anda, animasyon anlamında yok.

**A3 Firması 7. Cevap:** Uluslararası pazara 2007 yılında oyun sektörüyle geçiş yaptık. Aslında konsept art çalışmaları yapıyorduk. Sonrasında Meksika’da görsel efekt stüdyosuna, animasyon desteği verdik. Malezya, Malta, Amerika gibi üç farklı şirkette animasyon ve karakter konsepti hizmeti veriyoruz. Amerika üstünden yapay zekâ öğrenimi yapan bir yazılım şirketine mekân ve animasyon desteği veriyoruz. İngiltere içinde animasyon belgesel çekimlerine destek veriyoruz. Yine kendi yapabildiğimiz Sadece animasyon veya konsept kısmında kalıyoruz.

**A4 Firması 7. Cevap:** Bir Fransız yapımcıyla ortak üretmekte olduğumuz bir VR proje vardı. O proje “Cannes Festivali”nde finale kaldı ve Cannes Development Showcase’de sunma şansına sahip olduk. Bu projeyi daha sonra Berlinale’de başka bir Avrupalı yapımcının dikkatini çekti. Daha önceki aşamada (pre-production aşamasında) development aşamasındaydı. Şimdi bu projenin devam etmesi ve gerçekleşmesi için ortak yapımcıyla görüşmeler sürüyor. Yine İngiltere’de bir ortağımız var. Orada bir stüdyosu bulunuyor. Onun dışında ürettiğimiz kısa filmlerimizle uluslararası festivallerde ödül ve

gösterimlerle yer aldık. Kendi ürettiğimiz sinema ve dizi alanında, hedeflediğimiz alanda bir pazarlama hedefine ulaşmış değiliz ama bu konuda çalışmalarımız devam ediyor. Çalışmalarımızın hedeflediğimiz gibi sonuçlanacağını ve dizi projelerimizle uluslararası pazara da açılabilceğimize inanıyoruz.

*“Daha çok kendi projelerinizi mi üretiyorsunuz, başkalarının projelerine fason üretim şeklinde mi gerçekleşiyor süreç?”*

Aslında son üretimi de ikiye ayırabiliriz. Biz kendi projelerimizi servis olarak üretiyoruz. Aynı zamanda hizmet de veriyoruz ama hizmet verdiğimiz alanda ikiye ayrılabilir genelde. Projelerin IP’sini üretmek konusunda da biz olabiliyoruz. Çünkü bizim en güçlü olduğumuz taraf IP yaratmak. Ekibimizde karakter tasarımcısı, karakter modelcisi, render artist, TD ve karikatüristten oluşan yönetmen, art director gibi titleları olduğu için daha çok IP yaratmada biz daha güçlü görüyoruz kendimizi. Yani fason üretimin dışında, biz bu kısmı da yapabiliyoruz. Projenin yaratım kısmını alabiliyoruz. Yaratım kısmıyla birlikte üretim kısmını alabiliyoruz. İkisini de yapıyoruz. Şirketin devam etmesi, zaten belli bir nakit akışı gerektiği için, tabi ki servis vermek de gerekiyor. Bir yandan da kendi projelerimizi arka planda geliştirmeye devam ediyoruz.

**A5 Firması 7. Cevap:** ASIFA Türkiye’yi kurma nedenim buydu aslında; “Canlandırılar”ın ve ürettiğimiz filmlerin yurt dışı kapısı. Dolayısıyla yurt dışında sürekli bir irtibatımız var. Özellikle ve Annecy, Otto, Zagreb gibi en eski, en büyük festivallerle iletişimimiz var. 2010’lu yıllarda Annecy’ Film Festivali’nde de açılan Türkiye stantında da. O zaman CD’ler yolluyorduk, filmleri öyle çıkartıyorduk ama şimdi internet üzerinden daha çok yapılıyor bunlar. Başka yurt dışı animasyon şirketleriyle de kontak halindeyiz. Mesela 2022’deydi galiba 10. yılında festivalin onur konuğumuz Peter Lord’du. Aardman stüdyoları ile kontağımız var. Onlarla iş birlikleri geliştirmeye çalışıyoruz. Bunların artması için uğraşıyoruz ama özellikle pazara ulaşamıyoruz. Maalesef dolar, euro kur farkından dolayı öyle bir bütçemiz yok. Annecy’e ben çok uzun zamanlardır gidemiyorum; yani çünkü çok pahalı geliyor. Öyle bir masrafı karşılayamıyorum. Türkiye’den stantların açıldığını duyuyorum ama bizimle hiç iletişime geçen yok ya da elimizde bir sürü film olmasına rağmen haberleri yok diye düşünüyorum. Hiç o taraftan hiçbir davet ya da haber gelmiyor bize maalesef.

### 3.2.8. Telif Hakkı ve Hukuki Sorunlarla Karşılaştınız mı?

**A1 Firması 8. Cevap:** Ciddi bir sorunumuz olmadı. Zaten telif hakkı konusunda hem müşterilerimiz hem de biz çok dikkatli davranıyoruz. Hep böyle yaptığımız çalışmaların sözleşmelerinin içinde hep avukatlar bulunduğu için açıkcası önemli bir problem yaşamadım, umarımda yaşamayız.

**A2 Firması 8. Cevap:** Sorunlarla henüz karşılaşmadık, inşallah karşılaşmayız.

**A3 Firması 8. Cevap:** Evet karşılaştık. Telif hakkı büyük bir sorun ülkemizde özellikle. Belki genelde bir sorun aynı zamanda. Çünkü yaratıcı firmaların ürettiği konsept ve karakterlerinin kullanılma hakları ile ilgili sorunlar yaşanıyor. Kişisel olarak bu hakları işin üretiminde bize destek veren tasarımcıları da korumaya çalışıyoruz. Bu anlamda ciddi önem taşımakta gelecek için bu tasarımlar. Mesela Disney ya da benzeri şirketler aslında karakterler üzerinden ilerliyor. IP'leri çok güçlü karakterler oluşturuyorlar. Çıkardıkları her karakter aslında büyük ölçüde merchandising pazarını içeriyor. Biz hiçbir zaman sorunlarımızı anlatamıyoruz. Bir bütçe veriliyor, bir zaman veriliyor. Hepsi yapılmış ve hizmet edilmiş gibi. Yani bu karakterleri de kapsıyor aslında. Özel bir karakter çıkartırsak bu sorun ortaya çıkıyor ama firmaların bir karakteri varsa onları yorumlamak aslında normal. Zaten onların. Sorun olmuyor ama şöyle bir örnek veriyorum, ben müşteriye bunu anlatırken; Kadir İnanır'ı reklamında oynatıyorsun, Kadir İnanır da senin olmuyor. Bunun gibi bir örnekle anlatmaya çalışıyorum aslında işi.

**A4 Firması 8. Cevap:** Bu konuda tabii ki telif hakkı konusu çok önemli. Ciddi bir konu olduğunu biliyoruz. Bu konuda herhangi bir sorunla karşılaşmamak için herhangi bir mecrada paylaşmadan karakterlerimizin telifini almaya özen gösteriyoruz. Karakterlerimizin artı yazdığımız sinopsislerin, theratmanların telifini almaya özen gösteriyoruz.

**A5 Firması 8. Cevap:** Telif hakkı ve hukuki sorunlarla karşılaşmadım şimdiye kadar. Zaten avukatlarımız var. Bir sorun yaşarsak da onlara danışıyoruz. Özellikle “Yetenek Kampı”nda farklı bir model yapıcılık uyguluyorum ben. “Yetenek Kampı”nda üretilen filmlerin yapımcısıyım ama bu yapıcılık bir para ilişkisine dayanmıyor. Ben bilgimi, birikimlerimi paylaşıyorum onlarla. Onlar filmlerini paylaşıyorlar benle ve en iyi şekilde filmlerini bitirmeye çalışıyoruz. Ondan sonra da ödül aldıklarında filmleriyle, ödül parası onlara kalıyor ya da bir masraf yapmaları gerektiğinde kendileri o masrafı yapıyorlar. Eğer benim gücüm yetiyorsa bazen ona da

destek atıyorum ya da Kültür Bakanlığı'na başvuruyoruz. Onlara yardım ediyorum başvurularında. Oradan bir kaynak yaratmaya çalışıyoruz. Şimdiye kadar hep güven ve karşılıklı doğru iletişimle diyelim.

### **3.2.9. Pazarlama Konusunda Yaptığınız Çalışmalar ve Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir?**

**A1 Firması 9. Cevap:** Pazarlama konusunda her ne kadar sektör böyle büyüyor, geliyor desek de aslında inşaat sektörü kadar hızlı bir sektör değil. Herkes birbirini çok fazlaca tanıyor ve ben de uzun yıllar sektörün içinde bulunduğum için, reklam ajansları, bir iki yapım şirketi... Bir networkümüz var. Kendi networkümüz, kendimize yetiyor. Bir pazarlama telaşında değiliz.

**A2 Firması 9. Cevap:** Genellikle biz platform olarak Youtube'u kullandığımız için, Youtube reklamcılığı kullanılıyor. Çünkü çocuk içeriğinde reklam vermek çok riskli şeyler oldukları için, kötüye kullanmamak adına, orada biraz daha temkinli, dikkatli oluyoruz. Ama bir zorluk olduğunu zannetmiyorum. Hep animasyona tanıtım harcanması gerekiyor. Tanıtım yapmadığınızda, yaymakta zor.

**A3 Firması 9. Cevap:** Pazarlama konusu çok ciddi bir mesele. İşin satışı yapılarak değere dönüşmesini sağlayan bir adım. Tanıtım için, belki de yapılan projenin on katı, otuz katı, elli katı daha fazla uğraşılması gerekiyor pazarlama konusunda. Günümüzde iyi bir tanıtım ile satılmayacak ürün olmuyor. Zaten kendi kurumsal alanlarımız içinde, az kişi de olsa, PR için bir proje ekibi oluşuyor. Ön çalışma için de satışta nasıl bir strateji izlenir gibi. Tabii ki bu işi profesyonel olarak yapan insanlarla görüşüp uzmanlarına danışarak yapmaya çalışıyoruz. Karşılaştığım sorun yok çünkü çok uzun zamandır planlayarak işimizi ortaya koymaya çalışıyoruz. Ama bir karakter çıkıyorsa o karakter nasıl satılır? Bir ürün çıkıyorsa, üç boyutlu, iki boyutlu, nasıl pazarlamasını yaparız? gibi düşünerek ilerliyoruz. Üretim yapılmaya başlamadan önce de bunları da düşünmeye çalışıyoruz ki daha sonrasında bir zorluk yaşamayalım.

**A4 Firması 9. Cevap:** Daha önce pazarlama konusunda bir NFT projesi için özel bir ekip oluşturarak pazarlama çalışmaları yürütmüştük ancak o zaman NFT konusunda bilgi ve deneyimimiz tam istediğimiz seviyede olmadığı için bu alanda ihtiyacımız vardı. Ayrıca bu alanda tecrübeli güvenilir çalışanlar bulmakta zorlanmıştık. Türkiye animasyon film, dizi alanında, pazarlama, dağıtım uluslararası mecralara taşıma, yayma konusunda distribütörler, deneyimli ekipler ve alt yapının olmaması bizi yurt

dışındaki şirketlerle çalışmaya mecbur bırakıyor. Biz de ister istemez oradaki networklere bakıyoruz. Keşke burada da olsa ve daha güçlü olsa...

**A5 Firması 9. Cevap:** Biz bu kadar film üretiyoruz ama bunları pazarlayamıyoruz yani anlayana satamıyoruz. Geçen sene “Mobil”de bir dijital platformla bir anlaşma yaptık. Onlara bir seçki hazırladık, on filmlik, mesela onu sattık. İlk defa onun devamını getirmeyi düşünüyoruz ama uluslararası pazara çıkmak için özellikle Annecy’deki marketler gibi Avrupa’daki Amerika’daki marketlere katılmak gerekiyor. Şu anda sağlayamıyoruz maalesef.

### 3.2.10. Sektördeki Gelecek Planlarınız Nelerdir?

**A1 Firması 10. Cevap:** Gelecek planımız şöyle; yeni teknolojiden çıkıyor. Mesela son dönemde AI teknolojileri çok aktif oldu bu yeni teknolojilerle beraber. Böyle oyuncaklı işler yapmayı çok seviyorum. Mesela son dönemde, “anamorphic” deniyor, köşeli ekranlardan çıplak gözle izlenen üç boyutlu, yapmaya başladık. Mesela bu tarz yeni teknolojileri, ilgi çekici denenmemiş şeyleri denemeyi çok seviyoruz. Bu anlamda bakacağız; gelecek ne gösterecek...

**A2 Firması 10. Cevap:** Daha fazlasını yapabilmek. Yani kendi ekiplerimizi oluşturabilmek. Sinema filmi olsun, dizi olsun... Yurt dışında tüketilebilecek seviyede animasyonlar yapmak.

**A3 Firması 10. Cevap:** Çok uzun zamandır bir plan yapamıyoruz. 3D çizgi dizi projemizi hakkı ile bitirmedik. Dört beş aydır uğraştığımız, dizi ve uzun metraj filmimizi yerelde ya da globalde yatırım ya da destek bulmak için bağlantı kurmaya çalışıyoruz. Yatırımcılarla konuşuyoruz. Gelecek hayalim; planımdan çok, ortak çalışma alanları oluşturup hep beraber markalarımızı ve geleceğimize değer katan farklı projelerimizi de üretmek istiyorum.

**A4 Firması 10. Cevap:** Sektörde bizim gelecek planlarımız; tabii ki bir yandan hizmet vermeye devam etmek diğer yandan kendi projelerimizi, ürünlerimizi gerçekleştirmek, ortaya koymak. Hedefimiz dünya pazarına açılmak ve animasyon film, eğlence sektöründe özellikle uluslararası mecrada ürün ve hizmetlerimizle lider içerik üreticileri arasında yer almak ve lider markalar yaratmak.

**A5 Firması 10. Cevap:** Devir teslim ve “Canlandırılar” başlıklı projelerin sürdürülebilir olması aslında. Çünkü 2008’den beri görüyorum ki, ben ilk önce tek başıma

başladım. Şimdi giderek çoğaldık ama sayımız yeterli anlamına gelmiyor. Hala ihtiyacımız var, bir sürü anlamda. Animasyonun teknolojik tarafı da olduğu için yapısı gereği, hiç bitmeyeceğini düşünüyorum. Özellikle yapımcılık, finans konularında da kendimizi geliştirmek istiyoruz. Aslında buna yönelik de birtakım adımlar atmaya planlıyoruz.

### 3.3.BULGULAR

Türkiye'deki iki boyutlu animasyon (çizgi film) sektörü incelenmiştir. Yapılan araştırma sonuçları, çeşitli önemli bulgulara işaret etmektedir.

Bu tezde yapılan araştırmalar ve görüşmeler sonucunda; Türkiye'de iki boyutlu animasyon sektörü; üniversitelerde verilen eğitimler, açılan özel kurslar ve dijital platformlardaki komiteler sayesinde sanatçıların ve teknik personelin yetişmesinde büyük katkı sağlar.

Günümüzde sipariş reklam ve tanıtım amaçlı animasyon film üretimi için online platformlarda sektör çalışanlarına ve profesyonellerine ulaşmak kolaylaşmıştır. Firmalar ve sektör çalışanları kendi işlerini sergilemekte ve yeni müşteriler edinmekte sorunlar yaşamıyor olsa da dizi ve film üretirken filmlerini pazarlamakta zorlanmaktadır. Türkiye’de pazarlama sektörünün neredeyse hiç gelişmediği ve bu konuda büyük bir açık olduğu tespit edilmiştir. TV kanalları pazarlama sürecine destek olsalar da sanatsal veya ticari amaçlı bağımsız filmlerden çok azı yurt dışı pazarlama şirketlerine kendi imkânlarıyla ulaşabiliyor fakat Türk içerikleri global pazarda yerini alamıyor. Animasyon projelerinin pazarlamaya ihtiyaç duyduğu ortaya konmuştur. Türkiye’de çizgi dizi ve film sektörünün pazarlama alanının geliştirilmesi, sektörün yeniden ruh bulmasını ve canlanmasını sağlayacaktır.

Türkiye’de klasik animasyon üretimi okullar dışında neredeyse yok olma ve tükenme noktasına gelmiştir. Piyasada bu tekniğin tercih edilmeme sebeplerine, klasik teknikteki üretimin çok iş gücü gerektirmesi, çok uzun zaman alması ve yapım maliyetlerinin çok fazla olması nedenleri gösterilmektedir.

Canlandırıcılar Derneği başkanının yorumuna göre; “Türkiye’de böyle bir sektör var mı bilmiyorum” açıklaması düşündürücüdür. İki boyutlu animasyon grubu içinde cut out ve bilgisayarlı 2D animasyon olarak adlandırılan tekniklerin daha güncel kalabilmesi sebebi ise tıpkı üç boyutlu animasyonda olduğu gibi assetlerin hazırlanabiliyor ve ekipler

değişse bile yeniden kullanılabilir olmalıdır.

Dizi ve film üretimleri için yatırım, destek ve pazarlama yetersizliklerinden dolayı iki boyutlu animasyon sektörü oyun sektörüne doğru yönelmiştir. Oyun sektörü ülkemizde hızla gelişmektedir. Yayın, dağıtım ve pazarlama alanı güçlü olduğundan, pazarda yerini alması, yapılan yatırımın hızlı geri dönüşlerinin olması nedenleriyle yatırımcılar bu alanı tercih etmektedir.

Oyun sektörüne her geçen gün ilginin artmasıyla birlikte animasyon için alınan yatırımlar oldukça büyük rakamlara ulaşmış, bununla beraber oyun sektörü ile rekabet edemeyen animasyon stüdyoları nitelikli personel transferleri nedeniyle sıkıntılı bir sürece girmiştir.

Sektörün karşılaştığı diğer sorunlardan biri de, üretim için gerek duyulan animasyon programlarının ve yüksek hızlı bilgisayar donanımlarının yeni teknolojilere uyum sağlayabilmek için sürekli yenilenmesi ve teknolojiye ayak uydurma çabasıdır.

Türkiye'deki döviz kur farkının sürekli oynaması nedeniyle üreticiler bazı zorluklarla karşılaşmaktadır.

Küresel istatistiklere baktığımızda sevindirici oranda sektörde büyüme kaydedildiği açıkça görülmektedir. Ancak Türkiye'de gerçekçi bir istatistik ve analiz bulunmamaktadır.

Küresel ölçekte bir rekabet söz konusu olduğunda, Türk çizgi film endüstrisi, globaldeki diğer büyük çizgi film üreticileriyle rekabet etmekte zorlanmaktadır. Türk üreticilerinin hikâye anlatımı, üretim kalitesi ve pazarlama stratejileri açısından yurtdışı üreticilerle iş birliğine giderek sorunları çözmeleri mümkün olabilir.

Yatırımcılara veya platformlara proje sunma aşamasında, üreticiler pilot oluşturmada fon bulamadıkları için üretim yapamamaktadırlar. Pilot yapamadığı için de yatırım bulma açısından kısır döngüye düşmektedir. Kendi imkânlarıyla pilot filmi hazırlayan sanatçılar ve stüdyolar, kanallar tarafından satın alınmaya uygun görülmemesi veya yatırımcıların fonlamaması durumunda büyük zarara uğramaktadır. Animasyon teknolojilerine yönelik uygulamaların, prototiplerin geliştirilmesi teşvik edilmeli ve sektördeki yenilikler hızlı bir şekilde hayata geçirilmelidir.

Yüksek kalitede animasyon üretimi için gerekli olan teknolojik altyapı ve destekler güçlendirilmeye ihtiyaç duyulmaktadır.

Animasyon teknolojilerinde yenilikçi projelere yönelik Ar-Ge (Araştırma ve Geliştirme) destekleri sağlanarak sektördeki teknolojik gelişimin teşvik edilmesi gerektiği anlaşılmıştır.

Yabancı teknoloji şirketleri ile iş birliği kurarak, Türk animasyon sektörünün uluslararası standartlarda teknoloji kullanımını artırılmalı ve global pazarda daha rekabetçi olması sağlanmalıdır.



## SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye'deki iki boyutlu animasyon (çizgi film) sektörünün gelişimi ve sorunlarının incelenmesi için çaba gösterilmiştir.

Bu tezde, Türkiye'deki çizgi film sektörünün mevcut durumunu anlamak ve gelecekteki gelişimine ışık tutmak amaçlanmıştır.

Öncelikle, Türkiye'deki çizgi film sektörünün genel durumu incelenmiş ve sektörün zaman içindeki tarihsel gelişimine odaklanılmış; bu bilgiler sektörün günümüzdeki mevcut durumu ile harmanlanmıştır.

Bu araştırmada sektörün büyüklüğü, potansiyel iş gücü ve üretilen içerik çeşitliliği konularında önemli bilgiler sunulmuştur. Eğitim ve yetenek geliştirme alanında yapılan çalışmaların sektördeki kaliteyi ve profesyonelliği artırdığı gözlenmiştir. Ayrıca, devlet desteklerinin ve özel sektör yatırımlarının sektörün finansal sürdürülebilirliğine olumlu katkılarda bulunduğu tespit edilmiştir. Kültürel kimliğin korunması ve yansıtılması açısından çizgi filmlerin önemi vurgulanmış, yerel hikâyelerin ve karakterlerin animasyon projelerinde daha fazla yer bulması gerektiği üzerinde durulmuştur.

Özetle, Türkiye'deki iki boyutlu animasyon sektörünün genel durumu, eğitim çabaları, finansal destekler ve kültürel vurgular açısından pozitif bir eğilim göstermektedir. Ancak, sektörün karşılaştığı bazı zorluklar da göz ardı edilmemelidir.

Araştırmanın sonucunda; sektör profesyonellerinin genellikle animasyon bölümü mezunları olduğu tespit edilmiştir. İki Boyutlu animasyonla başlayan sektörel deneyimlerinin daha çok üç boyutlu alana evrildiği fakat bu çalışmalar esnasında iki boyutlu tekniklerden de yararlanmaya devam ettikleri belirlenmiştir.

İki boyutlu animasyonun sektörde tercih edilmemesinin nedenleri kısaca; zaman alması ve maliyetlerin fazla olması olarak ortaya konmuştur. Sanatçıların iki boyutlu animasyona daha hevesli oldukları ve sanatsal buldukları ama piyasa koşulları gereği daha çok üç boyutlu animasyona yöneldikleri gözlemlenmiştir. Firmaların en çok reklam ve tanıtım filmleri alanlarında çalıştığı, bu çalışmalar esnasında her türlü karışık teknik animasyon ürettiği görülmüştür.

Kendi özgün film projelerine yatırım ve hibe almakta zorlandıkları biten projeleri de pazarlamakta sorunlar yaşadıkları anlaşılmıştır. Kendi projeleri dışında başka

firmalara fason üretim gerçekleştirdikleri ortaya konmuştur. Studyoların büyük yapım şirketlerine ve reklam ajanslarına iş yaptıkları gözlemlenmiştir. Firmaların kendilerini tanıtmaya ve pazarlama alanında ise sektörde edindikleri kariyer geçmişleri ve bilinirlikleri sayesinde daha çok tavsiye yoluyla müşteri edindikleri anlaşılmıştır.

Dernek aracılığıyla bağımsız sanatsal film yapımının yapımcılık alanında desteklendiği ancak finansal olarak derneğin fon ve yatırıma ihtiyaç duyduğu anlaşılmıştır. Dernek arşivinde pazara çıkamamış birçok filmin olduğu ve Türkiye’de ki pazarlama eksiklikleri nedeniyle satılamadıkları öğrenilmiştir. Raflarda bekleyen çok sayıda değerli eserimiz bulunmaktadır. 2024 yılında hala bu eserlerin hedef kitleleriyle kavuşamaması hüznün vericidir.

TRT Çocuk kanalının %20 yerli yapımlara destek vermeye başlamasıyla hareketlenen çocuk içerikli animasyon dizi sektörü çocuk kanallarının artışı ve dijital platformların yaygınlaşmasıyla birlikte umut verici görünmektedir. Üretime sağlanan bu katkılarla birlikte sektöre hareketlilik gelmiştir. Ancak “Youtube” gibi platformlarda çocuk izleyicinin her reklama ve içeriğe ulaşması sakıncalı olduğundan “Youtube Kids” in kurulması, reklam içeriklerin kısıtlanması ve reklamların incelemelerden geçmesinin yanı sıra çocuk içeriklerine yapılan ödemeler 1 dolardan 0,3 dolara düşürülmüştür. Gelirlerdeki bu düşüş oranı sektörü olumsuz etkilemiştir.

2020 sonrası Türkiye’deki döviz kurlarının yükselmesi ve piyasadaki dalgalanmalar nedeniyle yurt dışı festivallere gitme, katılma ve stant açma imkânlarının kısıtlandığı saptanmıştır. Bu ekonomik faktörler nedeniyle uzun soluklu dizi ve film projelerinin üretiminde proje başında yapılan bütçe anlaşmaları, üretimin sürdürülebilirliğinde zorlanmalar gündeme getirmiştir. Bunun dışında dövizle endexli olan ve devamlı güncellenmesi gereken bilgisayar ve program yatırımları da stüdyoları zorlamakta olmasına rağmen buna alıştıkları gözlemlenmiştir. Yeni kurulmaya, büyümeye çalışan küçük stüdyolar veya freelance çalışanlar için de bu ekonomik dalgalanmalar oldukça büyük bir soruna işaret etmektedir.

Bu ekonomik ve finansal konular, stüdyoların yurt dışına iş üretme çabaları, yurt dışından yatırımcı ve pazarlamacı arayışına yönlendirmiş, hatta bazı firmalar yurt dışı ortaklıklara girmiştir. Birçok profesyonel yurt dışına göç etmiştir. Ayrıca gerekli teknik malzemelerin Türkiye’de bulunamaması nedeniyle de göç eden stüdyolar olduğu belirlenmiştir.

“Yetenek Geliştirme” ve “Eğitim Programları”nın geliştirilmesi, uluslararası ortak yapımların ve globalde Türk endüstrisinin bilinirliğinin artırılması, çeşitlilik ve kültürel içeriğin zenginleştirilmesi, finansal destek ve teşviklerin verilmesi, dijital pazarlama stratejilerinin büyümeye katkısı, sosyal medyada bilinirlik ve hayran kitlesi faaliyetlerinin daha çok yapılması, yapay zekâ ve yeni teknolojilerin animasyonda uygulanması, arge-inovasyon merkezlerinin genişletilmesi konularında detaylı öneriler yoluyla çözümler belirlenmiştir.

Sonuç olarak, çizgi film sektörü, daha yenilikçi, kültürel çeşitliliği destekleyen, teknolojiye hızla adapte olan bir yapıya evrilme sürecindedir. Bu gelişmede, sektördeki paydaşların işbirlikçi çabaları, Türk çizgi filminin ulusal ve uluslararası düzeyde daha güçlü bir konuma gelmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca, devlet desteklerinin de sektörün finansal sürdürülebilirliğine olumlu katkılarda bulunduğu tespit edilmiştir. Eğitim ve yetenek geliştirme alanında yapılan çalışmaların sektördeki kaliteyi ve profesyonelliği artırdığı gözlenmiştir.



**EKLER**

**Ek-: Anket Formu****DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ****GRAFİK ANASANAT DALI YÜKSEK LİSANS TEZİ GÖRÜŞME SORULARI**

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'de iki boyutlu çizgi dizi ve sinema endüstrisinin karşı karşıya olduğu çok yönlü zorlukları araştırmakta, büyüme ve sürdürülebilirliği teşvik etmek için uygulanabilir çözümler önermektedir. Ekonomik, kültürel, teknolojik ve eğitimsel faktörlerin kapsamlı bir analizi yoluyla bu çalışma, mevcut sorunlara ışık tutmayı ve sektör paydaşlarına pratik öneriler sunmayı amaçlamaktadır. Araştırma sorularına içtenlikle vereceğiniz cevaplar, araştırmanın niteliği açısından son derece önemlidir. İlginiz için şimdiden teşekkür ederim.

**Özge Burçin AKDENİZ**

Görüşme soruları aşağıda verilmiştir.

1. Kendinizi ve firmanızı tanıtınız?
2. Türkiye’de sektörün ve firmanızın yaratım, tasarım ve üretim sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz? Yeterli nitelikli personele sahip misiniz? Hangi çalışma modelini tercih ediyorsunuz?
3. Teknolojik alt yapınız yeterli mi? Karşılaştığınız sorunlar oldu mu?
4. Film üretimi ve teknik alt yapı için bugüne kadar hiç hibe destek ve yatırım aldınız mı?
5. Sektörde ne gibi sorunlarla karşılaştınız? Çözüm önerileriniz nelerdir?
6. Ulusal stüdyolarla iş birlikleriniz bulunuyor mu? Var ise ne tür birliktelikler yapıyorsunuz?
7. Firmanız ve çalışmalarınız uluslararası pazara ulaşabildi mi ? Uluslararası iş birlikleriniz var mı? bu konuda ne tür çalışmalar yaptınız?
8. Telif hakkı ve hukuki sorunlarla karşılaştınız mı?
9. Pazarlama konusunda yaptığınız çalışmalar ve karşılaştığınız sorunlar nelerdir?
10. Sektördeki gelecek planlarınız nelerdir?

## **Ek-2: Mukavelename (Sözleşme)**

Yapımcı ve Yönetmen Turgut Demirağ ile Yönetmen-Animatör Yüksel Ünsal arasın da, “Evvel Zaman İçinde” filminin yapım serüvenine başlamadan önce ekteki anlaşma 10.04.1951 tarihinde imzalanır.

MUKAVELENAME Bir taraftan İstanbul, Beyoğlu, Sakızağacı Cad. Kilise Apt. No. 33/4 de AND Film firması sahibi Turgut Demirağ, diğer taraftan İstanbul, Aksaray, Yeşil Tulumba Sok. no. 23/25 de mukim Yüksel Ünsal aralarında aşağıdaki kayıt ve şartlar altında (Kartoon) canlı resim denilen renkli ve siyah-beyaz filmler ahzar, imal ve teşhir eylemek maksadı ile bir mukavele akt etmişlerdir. Şöyle ki: Madde 1) (Kartoon) canlı resim denilen filmlerin ihzar, imal ve teşhirine mahsus bil cümle masraflarla bu işe yeter sermaye akitlerden Turgut Demirağ tarafından vaz ve eda olunacaktır. Madde 2) Yukarıda sözü edilen filmler için lüzumlu resimler akitlerden Yüksel Ünsal tarafından bizzat çizilerek veya nazareti altında çalışılacak mütehassıslara çizdirecektir. Madde 3) Filmler için mevzu intihabı ve senaryo temini içinde her iki akit fiilen ve müştereken, resim şekline ifrağında ise, müdevelei efkar suretile fikren birlikte çalışacaklar, ancak gerek mevzu ve senaryo intihabında ve gerekse çizilecek resimlerde renk, tip, karakter, şekil, dekor vesair bilcümle teferruatta ihtilaf hasıl olduğu takdir de, son söz Turgut Demirağ’a ait olacak ve adı geçen taleb ve beyanı Yüksel ÜNSAL tarafından itiraz kabul ve icra olunacaktır. Madde 4) İmal olunan filmler akitlerden Turgut Demirağ tarafından en iyi münasip şartlar ve fiyatlar mukabilinde yurd dahil ve haricinde dilediği yerlerde teşhir ettirilecek ve yıl sonunda tanzim olunacak bilançooya göre elde edilmiş olan meblağdan bilcümle masraflar tenzil olunduktan sonra safi karın %75’i (yüzde yetmiş beşi) ortaklardan Turgut DEMİRAĞ’a ve %25’i (yüzde yirmi beşi) diğer akit Yüksel Ünsal’a ait olacaktır. Madde 5) Ortaklardan Turgut Demirağ, diğer ortak Yüksel Ünsal’a avans olarak her ay 300-yalnız üç yüz lira ödeyecek ve bu paranın bir yıllık ye senelik bilançooya göre elde edilen kardan Yüksel Ünsal’ın hissesine düşen kısımdan defaten mahsup edilecektir. Madde 6) 5 inci maddede yazılı avansın aylık miktarı her bilanço yılı sonunda ortak larca yeniden müzakere edilecek ve ek bir anlaşma ile tezyit veya tenkis edilecek, miktar üzerinde ihtilaf husulunda müteakip sene için de üç yüz lira avans itasına devam olunacaktır. Madde 7) Müşterek mesaide hüsnüniyet asıl olup akitlerden Yüksek ÜNSAL ağır hastalık, ölüm veya bu işlerde elzem olan uzuvlarından birini kaybetmesi gibi ahval hari 248 cinde işi terk veya işbu mukaveleyi feshe kıyam ve ihbar eder vesair suretle mukavele ahkâmını ihlal ederse akitlerden Turgut DEMİRAĞ’a

nakten veya defaten 10.000- (on bin lira) ödemeyi kabul eder. Madde 8) İşbu mukavelename 15.4.951 tarihinden itibaren beş yıl müddetle muteber olup bu müddet içinde akitlerden Yüksel Ünsal bütün mesaisini bu işe hasretmiş olduğundan başkaları ile hiçbir sıfat ve surette gizli veya aşikar teşriki mesai edemeyeceği gibi ecir olarak dahi çalışamaz. Aksi halde Yüksel Ünsal Turgut Demirağ'a ye dinci maddede yazılı meblağı aynen ödeyecektir. Ancak bir filmin hitamı ile diğerine başlama müddeti arasında Yüksel Ünsal bu mukavele mevzuu haricinde ve başkası ile müddetli mukavele ile bağlanmamak şartı ile çalışabilir. Madde 9) Akitlerden Yüksel ÜNSAL muvazzaf veya yedek askerliğe gittiği takdirde müddet güzeran etmeyip Yüksel ÜNSAL'ın ayrıldığı gün müddet duracak ve terhis ile tekrar işe başlayınca mukavele müddeti yeniden cereyana başlayacak ve herhalde beş yıllık çalışma müddeti günü gününe sona erince bu mukavele münkezi olacaktır. Madde 10) Bu mukavelenamenin tatbikatından bir faide edilemez veya edilemeyeceği anlaşılırsa akitlerden Turgut DEMİRAĞ dilediği zaman ve hiçbir mesuliyet takabbül etmeksizin akti fesh edebilecektir. Bu feshden ötürü, diğer akit Yüksel herhangi bir zarar ziyan veya maddi, manevi tazminat talebinde bulunamaz. Madde 11) İmal edilen her filmde Yüksel Ünsal filmin birinci vizyona başlama tarihinden itibaren bu mukavelename münkazi olmuş bulursa dahi yurd dahilinde dört sene, yurd haricinde ise, altı sene müddetle, dördüncü maddede yazılı şartlarla hisse sini alacaktır. Madde 12) Akitlerden Yüksel Ünsal'ın işbu mukavele ahkâmına harfiyen riayetini temin ve hilafına hareketi halinde hiçbir ihtar ve hükme hacet kalmaksızın muhaniki olarak, diğer akit Turgut Demirağ tarafından kabz ve irat edilmek üzere en geç 15.6.951 tarihine kadar adı geçen emrine ve bankaya on bin lira depo edecek ve bu tarihe kadar da babası Kadri ÜNSAL tarafından aynı kayıt ve şartlarla bu miktar karşılık gösterilmek suret ile tekeffül olunacaktır. 16.6.951 akşamına kadar Yüksel ÜNSAL on bin lirayı tamamen depo edemediği takdirde babası Kadri ÜNSAL tarafından Turgut DEMİRAĞ'a teminat olarak tevdi edilmiş olan karşılığı yine hiçbir ihtar ve hükme hacet kalmaksızın Turgut DEMİRAĞ nakde tahvil ve iradına alacaktır. Madde 13) İhtilaf vukuunda halline İstanbul Adli merci'leri selahiyetlidir.

## KAYNAKÇA

- Alicenap, Ç. T. (2015). Kültürel mirasın çizgi film senaryolarında kullanılması. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 37, 11-26.
- Alsaç Ü. (1994) *Türkiye'de karikatür, çizgi roman ve çizgi film* (1. Basım) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Anadolu Üniversitesi. (2024, 3 Ocak), Erişim Adresi: <https://gsf.anadolu.edu.tr/hakkimizda/genel-bilgi>.
- Animasyon Pazarı İstatistikleri: 2024'teki Nihai Liste. (2024, 9 Mart). Erişim Adresi: [academyofanimatedart.com](https://academyofanimatedart.com).
- Animasyon Sektörü Raporu. (2024, 17 Ocak). Erişim Adresi: <https://www.investine.eskisehir.gov.tr/wp-content/uploads/2023/02/BEBKA-Animasyon-Sektoru-Raporu-2022.pdf>, 2024.
- Animasyon Sektörü Raporu. (2024, 17 Ocak). Erişim Adresi: <https://bebka.org.tr/wp-content/uploads/2021/07/Animasyon-Sekto%CC%88ru%CC%88-Raporu-2018.pdf>.
- Animasyon Senaryosu Atölyesi. (2024, 12 Ocak). Erişim Adresi: <https://animasyon-senaryosu.blogspot.com/2014/03/turkiyede-animasyonun-dunu-ve-bugunu.html>.
- Animation Market Statistics: The Ultimate List in 2024. (2 February). Retrieved from: <https://academyofanimatedart.com/animation-market-statistics/>.
- Ars Magna Lucis et Umbrae. (2024, 7 April). Retrieved from: [https://en.wikipedia.org/wiki/Ars\\_Magna\\_Lucis\\_et\\_Umbrae](https://en.wikipedia.org/wiki/Ars_Magna_Lucis_et_Umbrae).
- Bolan, B. (1992). *Çizgi roman sanatı* (1. Basım). İstanbul: Engin Yayıncılık.
- Canlandırmanın Tarihçesi ve Türk Canlandırma Sanatı (İbrahim Halil Türker). (2024, 10 Ocak). Erişim Adresi: <http://www.animasyongastesi.com/canlandirmanin-tarihcesi-ve-turk-canlandirma-sanati-ibrahim-halil-turker/>.
- Cemal Nadir Güler. (2024, 12 Ocak). Erişim Adresi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/Cemal\\_Nadir\\_G%C3%BCler#/media/Dosya:Cemal\\_Nadir\\_G%C3%BCler.jpg](https://tr.wikipedia.org/wiki/Cemal_Nadir_G%C3%BCler#/media/Dosya:Cemal_Nadir_G%C3%BCler.jpg).
- Davis, B. (2006) *Creating 2D animation in a small studio, concepts, methods, uses* (1<sup>st</sup> ed.). Kanada: Garth Gardner.

- Derin Hakikatler. (2024, 11 Mart). Erişim Adresi: <https://derinhakikatler.blogspot.com/2022/08/cizgilere-derkanar-20.html?m=1>.
- Disney Tarzan. (2024, 18 Ocak). Erişim Adresi: [https://www.yandex.com.tr/gorsel/search?from=tabbar&img\\_url=https%3A%2F%2Foir.mobi%2Fuploads%2Fposts%2F2021-03%2F1616713225\\_23-p-tarzan-krasivo-26.jpg&lr=115708&pos=7&rpt=simage&text=tarzan%20 tahsin%20 %C3%B6zg%C3%BCn](https://www.yandex.com.tr/gorsel/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Foir.mobi%2Fuploads%2Fposts%2F2021-03%2F1616713225_23-p-tarzan-krasivo-26.jpg&lr=115708&pos=7&rpt=simage&text=tarzan%20 tahsin%20 %C3%B6zg%C3%BCn).
- Dosya: Az-Gittik-Uz-Gittik. (2024, 10 Mart). Erişim Adresi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Az-gittik-uz-gittik.png>.
- DPÜ'lü Öğrenci Yapay Zekâ İle Görsel Tasarım Yarışmasında Birinci Oldu. (2024, 10 Ocak). Erişim Adresi: <https://www.esyenigun.com/dpulu-ogrenci-yapay-zeka-ile-gorsel-tasarim-yarismasinda-birinci-oldu>.
- Evren, B. ve Yıldırım, M. (2014). *Türk sinemasının ilk uzun metrajlı çizgi filmi: Evvel zaman içinde* (1. Basım). Adana: Altın Koza Yayınları.
- Fenakistiskop. (2024, 1 Mart). Erişim Adresi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Fenakistiskop>
- Güler, D. (1992) *Çizgi filmlerin eğitim iletişim boyutları ve bir örnek olay incelemesi yapım* (1. Basım). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Historique. (2024, 20 Mart). Erişim Adresi: <http://praxinoscope.free.fr/historiqueB.html>.
- Hofmann, H.J. (1972) *Children's use television and other media, Television and social behavior, television in day-to-day life* (1st ed.). Washington: Department of Health Welfare.
- İlgaz, S. (1997). *Çizgi film, temel ilkeleri, yapım tekniği* (1. Basım) İstanbul: Leya Yayıncılık.
- Kaba, F. (1992). *Animasyonun eğitim amaçlı kullanımı* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kaba, F. (2002, 10 Mart). *Türkiye'de çizgi film gelişimi ve eğitimi*. Erişim Adresi: [172732.pdf anadolu.edu.tr](https://www.anadolu.edu.tr/172732.pdf).
- Kallen, S. A. (2015). *Animasyon sanatının keşfi* (Discovering Art Animation) (1st ed.). London: Reference Point Press.
- Karikatürcüler Derneği. (2024, 15 Ocak). Erişim Adresi: <https://www.karikaturculerdernegi.com/>.

Kartal, A. (2010). *Karışık teknik animasyon sineması ve Malfunction uygulama filminde mizansen* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Eskişehir.

Kebababula. (2024, 19 Ocak). Erişim Adresi: [https://www.google.com/search?q=Kebababula&sca\\_esv=600777061&tbm=isch&sxsrf=ACQVn09aXhPZS-s9F29Om-5r2Ujw2ePQhQ:1706027488849&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKEwi4oczT9\\_ODAxUtQPEDHUr-DFMQ\\_AUoAXoECA EQAw&biw=1920&bih=991&dpr=1#imgrc=FK4rg-lMxEsTKM](https://www.google.com/search?q=Kebababula&sca_esv=600777061&tbm=isch&sxsrf=ACQVn09aXhPZS-s9F29Om-5r2Ujw2ePQhQ:1706027488849&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKEwi4oczT9_ODAxUtQPEDHUr-DFMQ_AUoAXoECA EQAw&biw=1920&bih=991&dpr=1#imgrc=FK4rg-lMxEsTKM).

KOSGEB. (2024, 18 Ocak). Erişim Adresi. <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekler/3/destekler>.

Kral Şakir. (2024, 17 Ocak). Erişim Adresi: <https://www.cizgi.site/tr/kral-sakir>.

Kral Şakir. (2024, 18 Ocak). Erişim Adresi: [https://vignette.wikia.nocookie.net/cartoonnetworkcizgifilmleri/images/2/23/Kral-sakir-cati-kati\\_10260596-85450\\_1920x1080.jpg/revision/latest?cb=20180425185351&path-prefix=tr](https://vignette.wikia.nocookie.net/cartoonnetworkcizgifilmleri/images/2/23/Kral-sakir-cati-kati_10260596-85450_1920x1080.jpg/revision/latest?cb=20180425185351&path-prefix=tr).

Liderliğe Oynuyor! The Economist Verilerine Göre Türkiye Dünyada En Çok Dizi İhrac Eden Üçüncü Ülke. (2024, 20 Şubat). Erişim Adresi: <https://listelist.com/turk-dizisi-ihracati/>

Madsen, R. (1969) *Animated film, concepts, methods, uses* (1<sup>st</sup> ed.) Newyork: Interland Press.

McCay Gertie the Dinosaur. (2024, 21 Mart). Erişim Adresi: <https://tr.pinterest.com/pin/49304500304570486/>.

Mutoscope - Giphoscope. (2024, 18 Şubat). Erişim Adresi: <https://arch365bilgi.blogspot.com/2016/03/mutoscope-giphoscope.html>.

Pauvre Pierrot. (2024, 7 Mart). Erişim Adresi: [https://en.wikipedia.org/wiki/Pauvre\\_Pierrot](https://en.wikipedia.org/wiki/Pauvre_Pierrot).

Pembepanda. (2024, 11 Ocak). Erişim Adresi: [www.pembepanda.com](http://www.pembepanda.com).

Ruhların Kaçışı. (2024, 20 Ocak). Erişim Adresi: <https://www.beyazperde.com/filmler/film-37485/fotolar/detay/?cmediafile=21716586>.

- Samancı, Ö. (2004). *Animasyonun önlenemez yükselişi* (1. Basım). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Sihirli Fener. (2024, 10 Mart). Erişim Adresi: [https://tr2tr.wiki/wiki/Magic\\_lantern](https://tr2tr.wiki/wiki/Magic_lantern).
- Simpsons. (2024, 10 Ocak). Erişim Adresi: [https://static-media.fxx.com/img/FX\\_Networks\\_-\\_FXX/885/235/Simpsons\\_20\\_21\\_P1.jpg](https://static-media.fxx.com/img/FX_Networks_-_FXX/885/235/Simpsons_20_21_P1.jpg).
- Solmuş T. (2016). *Çocuk psikolojisi ve çizgi filmler* (1. Basım) Ankara: Nobel Yayın.
- Superman. (2024, 12 Mart). Erişim Adresi: <https://www.pinterest.co.uk/pin/495184921520994439/>.
- Şenyapılı, Ö. (2000) *Karikatür ve iletişim* (1. Basım) Ankara: Karikatür Vakfı Yayınları.
- Tahsin Özgür. (2024, 10 Ocak). Erişim Adresi: <https://www.serrafun.com/tahsin-ozgur/>.
- Telif Hakları. (2024, 20 Ocak). Erişim Adresi: <https://telifhaklari.ktb.gov.tr/>.
- The Helpful Art Teacher. (2024, 16 Mart). Retrieved from: <https://thehelpfulteacher.blogspot.com/2018/09/the-history-of-animation-and-what-you.html?showComment=1536535225150>.
- Thomas, B. (1992) *The art of animation (disney editions)* (1<sup>st</sup> ed.). New York: Simon and Schuster.
- TUBITAK, (2024, 19 Ocak). Erişim Adresi: [tubitak.gov.tr](http://tubitak.gov.tr).
- Turkey's First Cartoon, Animation School Trains Future Visual Artists. (2024, 12 Ocak). Erişim Adresi: <https://www.dailysabah.com/arts/cinema/turkeys-first-cartoon-animation-school-trains-future-visual-artists/amp>.
- Türk Animasyon Sinema Filmleri Listesi. (2024, 20 Ocak). Erişim Adresi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrk\\_animasyon\\_sinema\\_filmleri\\_listesi](https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrk_animasyon_sinema_filmleri_listesi).
- Türk Dil Kurumu. (2024, 15 Şubat). Erişim Adresi: <http://tdkterim.gov.tr>.
- Türk Oyun Şirketi Veloxia 3 Milyon Dolar Yatırım Aldı. (2024, 18 Ocak). Erişim Adresi: <https://mobidictum.com/tr/oyun-sektoru/turk-oyun-sirketi-veloxia-3-milyon-dolar-yatirim-aldi/>.
- Türkiye’de Animasyonun Dünyü ve Bugünü. (2024, 13 Ocak). Erişim Adresi: <http://www.animasyongastesi.com/turkiyede-animasyonun-dunu-ve-bugunu>.

Türkiye'de Üretilen Animasyonlar Dünyayla Rekabet Ediyor. (2024, 18 Ocak). Erişim Adresi:<https://www.dunya.com/sektorler/teknoloji/turkiyede-uretilen-animasyonlar-dunyayla-rekabet-ediyor-haberi-681791>.

Türkiye'nin İlk Bağımsız Çizgi Film Okulu The Cartoon Mill, Sabancı Vakfı Tarafından 'Fark Yaratan' Seçildi. (2024, 18 Ocak). Erişim Adresi: <https://www.ntv.com.tr/sanat/turkiyenin-ilk-bagimsiz-cizgi-film-okuluthe-cartoon-mill-sabanci-vakfi-terafindan-fark-yaratan-secildi,ywUa5vaU70G7FojfsufIFQ>.

Uçarcan, Ç. (2010). *1970 sonrasında Türk çizgi film sektörünün gelişmesi ve sorunlar* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Williams, R. (2001). *The animator's survival kit*. Retrieved from: <https://docs.google.com/file/d/0B-OTUJDZcAzLcDhFbVN3TjdwUnc/view?resourcekey=0-0xnyoFuQV-5wokzxfpawLg>.

21 Draw. (2019, 10 May) *Character designer- ebook*. Retrieved from: <https://www.21-draw.com/wp-content/uploads/2020/04/The-Character-Designer-ebook-2019-SAMPLE-21-Draw.pdf>.

## DİZİN

### A

Animasyon, 4, 5, 6, 7, v, vii, viii, ix, xi, xii, xiii, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 21, 23, 24, 25, 26, 33, 34, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 51, 52, 54, 58, 60, 61, 62, 64, 66, 70, 72

Araştırma, 4

### Ç

Çizgi Film, 4, 5, v, vii, viii, ix, 5, 6, 7, 11, 13, 17, 18, 21, 23, 24, 25, 43, 45, 72

### D

Dijitalleşme, 52

### F

Film, 6, v, 9, 10, 11, 13, 25, 32, 34, 43, 44, 46

### K

Kültür, 5, viii, 10, 11, 13, 17, 20, 21, 43, 49

### P

Pazarlama, 32, 33, 45, 64, 67

### S

Stüdyo, 10, 37, 47