AMEA Filologiya və sənətşünaslıq, 2025, № 1 *ISSN 2663-4368*
Səhifə: 265-272 *E-ISSN 2709-2699*
https://doi.org/10.59849/2663-4368.2025.1.265

Uşaq televiziyalarının inkişaf trendləri: Türkiyə və Azərbaycan təcrübəsi

Aynur Nəsirova
Dosent, filologiya üzrə fəlsəfə doktoru
E-mail: aynur.bsu@gmail.com

Annotasiya. Reklam bloklarının çoxluğu, xəbərlərin maqazinləşməsi və televiziyaların reytinq dalınca qaçması tamaşaçını televiziyadan uzaqlaşdırdığı bir vaxtda yaranan tematik kanallar izləyiciyə maraq dairəsinə uyğun proqramlar izləmək şansı verib. Məqalədə texnologiya dünyasındakı dəyişikliklərin və daha az maliyyə ilə çox sayda kanalın ortaya çıxmasının tematik televiziya kanallarının çeşidlənməsinə təsiri araşdırılıb. Araşdırma uşaq kanalları üzərindən aparılıb.
Azərbaycan və Türkiyədə fəaliyyət göstərən uşaq kanalları müqayisəli təhlil edilib. Uşaq kanallarının uşaqların zehni, fiziki və sosial inkişaflarına təsirinə diqqət çəkilib. Uşaq kanallarının sayının artmasına təsir edən amillər araşdırılıb. Azərbaycan və Türkiyədə fəaliyyət göstərən uşaq kanallarının müqayisəli təhlili ilə yanaşı, dünyada fəaliyyət göstərən uşaq kanalları araşdırmaya cəlb olunub. TRT Çocuk kanalının daha çox Türkiyədə istehsal olunan məzmun yayımlaması müsbət hal kimi dəyərləndirilib. "ARB Günəş"in daha çox xarici ölkələrdə istehsal olunan kontent yayımlaması Azərbaycanda animasiya sektorunun inkişaf etməməsi ilə əlaqələndirilib.
Açar sözlər: tematik kanallar, uşaq televiziya kanalları, məzmun, reklam, animasiya sektoru

Məqalə tarixçəsi: göndərilib – 12.03.2025; qəbul edilib – 02.04.2025

Development trends in the of children's television: The experience of Turkey and Azerbaijan

Aynur Nasirova
Associate Professor,
Doctor of Philosophy in Philology
E-mail: aynur.bsu@gmail.com

Abstract. The abundance of advertising blocks, the commercialization of news and the pursuit of ratings by television channels have alienated viewers from television. Thematic channels, which have emerged in this environment, offer viewers the opportunity to watch programs that suit their interests. The article examines the impact of changes in the world of technology and the emergence of a large number of channels with less funding on the diversification of thematic television channels. The research was conducted on children's channels. Children's channels operating in Azerbaijan and Turkey were comparatively analyzed. Attention was drawn to the impact of children's channels on the mental, physical and social development of children. The factors influencing the increase in the number of children's channels were investigated. In addition to the comparative analysis of children's channels operating in Azerbaijan and Turkey, children's channels operating in the world were included in the research. The fact that TRT Çocuk channel broadcasts more content produced in Turkey was evaluated as a positive development. The fact that "ARB Günəş" broadcasts more content produced in foreign countries was associated with the lack of development of the animation sector in Azerbaijan.
Keywords: thematic channels, children's television channels, content, advertising, animation sector

Article history: received – 12.03.2025; accepted − 02.04.2025

Giriş / *Introduction*

Tematik televiziya kanalları, yayım məzmunu və hədəf auditoriyası nəzərə alınmaqla məhdud auditoriyaya ünvanlanır, hədəf kütləsi ümumi tamaşaçı yox, xüsusi auditoriya qruplarıdır. Xəbərlər, sənədli filmlər, idman, musiqi və bənzər janrlarda tematik televiziyalara rast gəlinir [1].

İlk yayımlanmağa başlayan tematik kanallar xəbər və musiqi kanallarıdır. Daha sonralar fərqli məzmun kimi ortaya kino və alış-veriş kanalları çıxıb[1].

Ümumi kütlə üçün nəzərdə tutulmayan yayım növü olaraq ixtisaslaşmış televiziyalar əsas kanallara alternativ olaraq reytinq cədvəllərində ön sıralardadır. Xüsusilə də uşaqlar üçün nəzərdə tutulan tematik kanallar daha fərdi və informativdir.

Televiziya verilişləri, xüsusən də verilişlərin məzmunu böyüklərdən daha çox uşaqlara təsir edir. Müsbət və mənfi cəhətləri olan televiziyanın uşaqların sosiallaşmasına mənfi təsir etməklə yanaşı, onların mənəvi nizamına da təsir etdiyi müşahidə olunur [2]. Meteyə görə, bu gün televiziya verilişləri istifadə etdikləri texnoloji cihazlarla cəmiyyətin bütün üzvlərinə, o cümlədən uşaqlara təsir göstərir [2].

Yapıcıya görə [3], dörd divar arasında doğulub-böyüyən, işləyən valideynlərin uşaqlarını sağlam böyütməsi və cəmiyyətə inteqrasiya müşkülə çevrilir. Ekranın sehrinə düşən uşaqların qidalanması üçün belə valideynin son ümid yeri televiziya olur. Nəzarətsiz və şüursuz şəkildə elektron baxıcıların qucağına atılan uşaqların gələcəyi üçün məsuliyyət televiziyaların üzərində qalır. Elmi araşdırmalarda televiziyanın müsbət və mənfi təsiri birlikdə təhlilə cəlb edilir. Ailədaxili və xarici sosial əlaqələrin minimuma endirilməsi və uşağın sosial-əxlaqi inkişafı mənfi təsir kimi xarakterizə edilir [2]. Əksini düşünənlər isə bu günün uşaqlarının əvvəlki nəsil uşaqlara nisbətən daha yaxşı məlumatlandığını irəli sürürlər [3]. Günün müəyyən vaxtında və müəyyən müddətdə televiziyanın ötürdüyü mesajlar diqqətlə izlənilir. Xüsusən də məzmununu sırf uşaqlar üçün hazırlayan uşaq kanallarının yayım cədvəli xüsusi nəzarətdə saxlanılır.

Uşaq televiziya kanallarının inkişafı əsasən media texnologiyalarının inkişafı və uşaqların psixoloji, təhsil və əyləncə ehtiyaclarına uyğun məzmun istehsalına əsaslanır. Dünyanın ilk uşaq kanallarından biri olan Nickelodeon (1979) əyləncə ilə yanaşı, tədris məqsədli proqramlar da təqdim edir [16]. Bu kanalla bağlı elmi tədqiqatlarda əsasən şouların təsiri, mədəniyyətlərarası mesajlar və gender məsələləri araşdırlır. Cartoon Network (1992) isə daha çox komediya və animasiya fokuslu məzmunu ilə tanınır. Bu kanalın populyar serialları – “Powerpuff Girls”, “Adventure Time” gender, yaradıcılıq və sosial mesajlar baxımından təhlilə cəlb edilib [17].

0-6 yaşlı uşaqlar üçün nəzərdə tutulan CBeebies və Super RTL-in yayımının əsasını təhsil və əyləncə təşkil edir. Məqsəd uşaqların sosial, emosional və intellektual inkişafını dəstəkləməkdir. Almaniyanın populyar uşaq kanallarından biri olan Super RTL tədris, əyləncə və ailəyə fokuslanır [18].

Yaponiyanın NHK Educational uşaq kanalı yayım cədvəlini demək olar ki, təhsil verilişləri üzərində qurub[19]. NHK-nın məşhur layihəsi olan Okaasan to Issho (Ana ilə Birlikdə) uşaqların sosial və emosional inkişafına yönəlib. Yaponiyanın digər uşaq kanalı “Kids Station” animasiya və uşaq proqramlarına fokuslanır [20].

Avstraliya Yayım Korporasiyasının uşaq kanalı olan ABC Kids mədəniyyət və təhsil proqramları ilə məşhurdur [21]. Kontentində animasiya, ailə dəyərləri və macəra janrına əsas yer verən “Disney Channel” uşaq kanalı bir çox ölkədə uşaqların əsas seçimi kimi qəbul edilir [22].

Nickelodeon, Disney və Fox Kids-lə ruşeymi atılan uşaq kanalları sonralar bütün Avropaya yayılıb. Bu gün uşaqları hədəf alan televiziya kanalları dünyanın demək olar ki, bütün ölkələrində var [3].

Əsas hissə / *Main Part*

1997-ci ildə yayıma başlayan Maxi TV Türkiyənin ilk tematik uşaq kanalıdır. Jojo TV 2005-ci ildə tematik uşaq televiziyası verilişlərində Maxi TV-nin monopoliyasına son qoyub. Halbuki Jojo TV milli deyil, Digiturk-də yayımlanır[11]. 2006-cı ildə D Çocuk kanalı bazara çıxıb. Hazırda yayımı olmayan Yumurcak TV, Cartoon Network ilə eyni il, 2007-ci ildə fəaliyyətə başlayıb. TRT-nin 55 alt qurumundan biri olan TRT Çocuk 2008-ci il noyabrın 1-də fəaliyyətə başlayıb. TRT-dən sonra Planet Çocuk bazara girib. Ümumilikdə Türkiyədə 18 uşaq kanalı fəaliyyət göstəriri ki, onlardan da 12-si açıq yayımdadır.

Türkiyədə tematik uşaq televiziyası sahəsində ilk yerli kanal Yumurcak TV-dir. 2007-ci ildə fəaliyyətə başlayan kanal TRT Çocuk-un bazara girməsi ilə tamaşaçılarının böyük bir hissəsini itirib. Xarici və yerli istehsalın bərabər sayda yayımlandığı bu kanal hazırda yayımlanmır. Doğan qrupu tematik uşaq yayımına iki televiziya kanalı ilə girib. D Çocuk bağlandıqdan sonra 2010-cu ildə Smart Çocuk yaradılıb. Digər cizgi filmi televiziya kanalı Cartoon Network [5] isə Türkiyə sərhədləri daxilində çəkilmiş cizgi və sənədli filmləri efirinə salmaması baxımından digərlərindən fərqlənir. Əsasən oğlanları hədəf alan kanalda türkcə filmlər yayımlanır. Hədəf auditoriyası üç yaşa qədər uşaqlar olan Baby TV 2003-cü ildə yayıma başlayıb. Bu kanalda reklamlar yayımlanmır,verilişlərin məzmunu pedaqoqların köməyi ilə müəyyən edilir. Uşaqlar üç yaşında televizora diqqət yetirməyə və televiziya məzmununa diqqətlə baxmağa başlayırlar [2]. 2007-ci ildə D-Smart-da yayıma başlayan Luli TV də üç yaşa qədər uşaqlar üçün nəzərdə tutulub [8]. Qərargahı İsraildədir. Bu iki kanaldan başqa hədəf auditoriyası 0-3 yaş arasında olan digər kanal 2003-cü ildə yayıma başlayan Baby First TV-dir [4]. Turkuvaz şirkəti Türkiyənin digər məşhur uşaq televiziya kanalları olan Minika Go və Minika Çocukun sahibidir. Uşaq televiziya kanallarının sürətlə artdığı bir vaxtda bazara girən media şirkəti 2011-ci ildə Minika adı ilə ilk uşaq kanalını açsa da, daha sonra reklamların hədəf auditoriyasına çatması baxımından bazar araşdırması və qiymətləndirmələr aparılıb və iki Minika Go və Minika Çocuk televiziya kanalları 20 yanvar 2012-ci ildə fəaliyyətə başlayıb [7]. Həm Türkiyədə, həm də dünyada istehsal olunan keyfiyyətli cizgi filmləri yayımlayan bu televiziyalar müxtəlif yaş meyarlarına müraciət edir. Minika Go əsasən məktəb-şagird auditoriyasına yönəldilsə də, Minika məktəbəqədər uşaqlar üçün nəzərdə tutulub [9].

Türkiyədə məktəblinin izləyə biləcəyi başqa bir tematik kanal olan Planet Çocuk 2011-ci ildə yaradılıb [12]. Xarici cizgi filmləri kanalın proqram infrastrukturunu təşkil etsə də, yerli istehsal olan filmlər də bu kanalda yer alır. Doğan və Gökerə [6] görə, demək olar ki, bütün tədqiqatlar televiziyanın uşaqlar üzərində təsirinin olduğunu aşkar edib. Müasir dövrdə Türkiyədə televiziyanın uşaqlara təsiri ilə bağlı araşdırmalara tez-tez rast gəlinməsə də, ilk nümunə 1982-ci ildə Oya Tokgöz tərəfindən aparılıb. Araşdırmalar nəticəsində həm müsbət, həm də mənfi faktorlar üzə çıxarılıb. Araşdırmada uşaqların televiziya verilişlərindən paylaşma və sevmə kimi müsbət davranışlar qazanaraq müsbət təsirləndiyi, əksinə erotik məzmun və zorakı görüntülərdən mənfi təsirləndiyi qənaətinə gəlinib [2]. Ankaralıgilə [3] görə, uşaq televiziyasının sürətlə artması Türkiyə sərhədləri daxilində çəkilən cizgi və uşaq sənədli filmlərinin sayının artmasına səbəb olub. Baş ofisi İstanbulda olan TRT Çocuk kanalının hədəf auditoriyası məktəblilərdir. Yayımlanan proqramlar əsasən Türkiyə sərhədləri daxilində hazırlanır. Kanalın əsas məqsədi ölkənin gələcəyi üçün faydalı olacaq şəxsiyyət yetişdirməkdir. TRT Çocuk milli kanaldır. O, həm yerüstü, həm peyk, həm digər rəqəmsal platformalarda yayımlanır. TRT yarandığı gündən uşaqlar üçün verilişlərin hazırlanmasına diqqət yetirib. Proqramların əksəriyyəti maarifləndirmə məqsədi daşıyıb. Daha sonra tamaşaçılara əyləncəli proqramlar da təqdim olunub [3]. TRT Çocuk 2008-ci il noyabrın 1-dən televiziya yayımına başlayıb [13]. Hədəf auditoriyası məktəbəqədər və məktəb yaşlı uşaqlardır. Kanal bütün verilişlərində adət-ənənə və milli dəyərlərə önəm verir. Xüsusilə idman məşqi və türkcədən düzgün istifadə kanalın yayım prinsipləri arasında ən önəmli yer tutur. Məzmun dərc edilməzdən əvvəl TRT-nin

yayım prinsipləri çərçivəsində qiymətləndirilir. Hədəf auditoriyasının ehtiyaclarını nəzərə alaraq müxtəlif proqramlar hazırlayan TRT Çocuk real dünya haqqında məlumatı olduğu kimi çatdıraraq, gənc tamaşaçılarına cəmiyyətin bütün təbəqələrinə qarşı hörmətli və həssas olmağı öyrədir.

Türkiyədə TRT Çocuk kanalının üzərinə götürdüyü işi Azərbaycanda "ARB Günəş" xüsusi tematik kanalı həyata keçirir. Azərbaycanın ilk və yeganə uşaq kanalı olan "ARB Günəş" paytaxtdan kənarda – Xaçmaz şəhərində yerləşir. Telekanal 1 aprel 2015-ci il tarixindən fəaliyyətə başlayıb. 10 aprel 2015-ci ildən etibarən "Azerspace 1" peyki vasitəsilə yayımını həyata keçirən kanalı kabel televiziyalarında və onlayn izləmək mümkündür. "ARB Media Qrup"una daxilolan[15] "ARB Günəş" ARB Şimal, ARB Aran, ARB Cənub, ARB Kəpəz, ARB Şəki telekanalları ilə sıx əməkdaşlıq edir. Bu əməkdaşlıq nəticəsində həmin kanalların istehsalı olan, maraqla izlənən uşaq verilişləri "ARB Günəş"in efirində yayımlanır [14]. Tərbiyəvi əhəmiyyətə malik olan bu verilişlər vasitəsilə uşaqlara davranış qaydaları, təbiət və heyvanlar aləmi haqqında biliklər, səlis yazmaq, oxumaq vərdişləri öyrədilir. "ARB Günəş" yayımlandığı gündən bir sıra maarifləndirici, əyləncəli, yarışma səpkili verilişlərlə uşaqların görüşünə gəlib.

2015-ci ildə yaradılan kanal "Çərpələng", "Günəşlə oyan", "Öyrənirəm", "Sağlam gələcək", "Biz gələcəyik", "Xəbərdar ol", "Məktəblilər üçün oxu", "Qiraətçi", "Mən məktəbli ikən", "Bizim həyət", "Damdabaca", "Zirvə", "Dostlar" və s. kimi uşaq verilişləri ilə yayıma başlayıb. Telekanal verilişin yayım müddətini sırf uşaqların istəklərinə əsasən müəyyənləşdirir.

"Xəbərdar ol" (15.09.2017 – 31.05.2022) yayımda olduğu beş il ərzində tamaşaçılarını uşaq aləmində baş verən ən son xəbərlərlə tanış edib. İstedadlı uşaqların tanıdılması, uşaqlarla bağlı qəbul olunan qanunlar, tətbiq olunan layihələr, keçirilən əhəmiyyətli tədbirlər haqqında xəbərlər verib, valideynlərə və pedaqoqlara uşaqlarının təlim-tərbiyəsi ilə bağlı maarifləndirici sujetləri təqdim edib. Verilişdə valideynlərin maarifləndirilməsi əsas məqsəd olub. 10 dəqiqəlik proqram həftə içi 5 gün, saat 18:00-da yayımlanıb. "Biz gələcəyik" maarifləndirici və əyləncəli proqram 15.09.2017 – 21.06.2019 illər arasında efirdə olub. "İngilis dili", uşaqların fotoşəkillərindən ibarət "Bu mənəm" rubrikası, "Bacarıqlı əllər", "Rəssamlıq məktəbi" rubrikaları vasitəsilə maarifləndirmək, istedad və bacarıqları nümayiş etdirmək üçün imkan yaradılıb. Verilişdə qonaqlarla söhbət və istedadlı uşaqların çıxışlarına da yer verilib. Proqram həftə içi 5 gün, saat 19:00-da yayımlanıb. Verilişin ümumi xronometrajı 30 dəqiqə olub.

"Bizim həyət" verilişi iki il – 2015 – 2017-ci illərdə efirdə olub. Uşaqlar üçün nəzərdə tutulan əyləncəli və maarifləndirici televiziya proqramında uşaqlara davranış qaydaları öyrədilib, onların istedad və bacarıqları üzə çıxarılıb. Hər həftənin şənbə günü, saat 18:00-da yayımlanan proqramın ümumi xronometrajı 30 dəqiqə olub. "Mən məktəbli ikən" (23.09.2018 – 10.11.2019) verilişində isə tanınmış insanların məktəb illəri haqqında danışılıb. Verilişə qəhrəman kimi yazıçılar, aktyorlar, rejissorlar, millət vəkilləri, tanınmış ifaçılar, elm adamları seçilib. Layihədə onun necə bir şagird olması, dərslərini necə oxuması öz dilindən, yəni xatirələr əsasında işıqlandırılıb. Qəhrəmanımız qarşıya məqsəd qoymaq, bu hədəfə çatmağın yolları və üsullları haqqında səmimi söhbət açıb. Proqramın xronometrajı 15 dəqiqə olub.

Onu da qeyd edək ki, "Mən məktəbli ikən" verilişi "ARB Günəş"in Bakı Dövlət Universiteti ilə birgə layihəsi olub. Çəkilişlər Jurnalistika fakültəsinin Tədris Teleradio studiyasında aparılıb. "ARB Günəş" təkcə əyləncəli və maarifləndirici deyil, eləcə də, sosial xarakterli bir sıra layihələrə də imza atıb və cəbhə bölgəsində yaşayan uşaqları da unutmayıb.

"Onlar uşaqlığını yaşaya bilmir" şüarı altında müharibə şəraitində yaşayan uşaqların çəkdiyi çətinlikləri gündəmə gətirib. Bundan başqa, televiziya Bakı Şəhər Dövlət Yol Polisi İdarəsi ilə birgə "Yollarda uşaqların təhlükəsizliyini qoruyaq" adlı aksiyalar təşkil edib. Maarifləndirici aksiya çərçivəsində balaca polislər sürücüləri yol hərəkəti qaydalarına riayət etməyə çağırıblar. "Məktəblilər üçün oxu" və "Qiraətçi" "ARB Günəş"in Təhsil TV ilə birgə layihəsidir. Bu teleproqramlar gənc nəslin mütaliəyə olan marağını artırmaq məqsədi ilə hazırlanıb. "Bizim həyət"," Biz gələcəyik", "Xəbərdar ol", "Mən məktəbli ikən", "Qiraətçi", "Dostlar" ve-

rilişləri öz baxımlılığına görə seçilib. Həm reytinq cədvəllərində, həm də redaksiyaya gələn elektron məktublarda, eləcə də, sosial şəbəkələrdə tamaşaçıların göstərdiyi aktivlik əsasında bu qənaətə gəlinib. Hazırda yayımda yeddi veriliş var. "Hava necə olacaq?" verilişinin aparıcı personajı "Toplan" ölkə ərazisində havanın necə olacağı barədə sadə və əyləncəli tərzdə məlumat verir. Hava proqnozunu səsləndirərkən rayonların özəlliklərindən, mətbəxindən, tarixi abidələrindən söhbət açır, qarşılaşdığı maraqlı anları dilə gətirir. Proqram hər gün, günün müxtəlif saatlarında yayımlanır.

"Çərpələng" vasitəsilə isə müxtəlif istedadlara malik uşaqların qonaq qismində iştirakına və öz bacarıqlarını nümayiş etdirməsinə şərait yaradılır. Bununla yanaşı, proqramın gedişatı boyu "Bu mənəm" rubrikası yayımlanır ki, burada da ölkənin müxtəlif yerlərindən, eləcə də ölkə hüdudlarından kənarda yaşayan uşaqların fotoşəkilləri yer alır. Proqram həftə içi 5 gün, saat 08:00-da, təkrarı isə 15:15-də yayımlanır. Xronometraj 20 dəqiqədir.

"Mərcangildə" Mərcan personajı vasitəsilə ölkənin müxtəlif yerlərindən və ölkə hüdudlarından kənarda yaşayan uşaqların göndərdiyi maraqlı videolar izləyicilərə təqdim edilir. Bununla da studiyaya gəlmək imkanı olmayan uşaqlara özlərini tanıtmaq üçün şərait yaradılır. Proqramın gedişatı boyunca aparıcı və Mərcan müxtəlif oyunlar oynayır və maraqlı bilgilər səsləndirirlər. Həftənin cümə günü isə həftə ərzində gələn videolar arasından xüsusi seçilən videolar "Həftənin ən yaxşıları" rubrikasında yenidən nümayiş olunmaq şansı qazanır. Proqram həftə içi 5 gün, səhər saat 09:00-da, təkrarı isə 16:25-də yayımlanır. Xronometrajı 15 dəqiqədir.

Canın sağ olsun (teleticarət) – tibbi mövzuda olan veriliş sağlamlıq üzərində qurulur. Xəstəliklər, onların müayinə və müalicə üsulları haqqında mövzular ekspertlərlə müzakirə olunur. Məqsəd müxtəlif xəstəliklərlə bağlı maarifləndirilmədir. Proqram hər həftənin cümə günü, saat 17:50-də yayımlanır.

"Bizi tanıyın" vasitəsilə isə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən müxtəlif özəl bağça və tədris mərkəzlərinin tanıtımı həyata keçirilir. Proqramda çəkilişin aparıldığı məkandakı xidmətlərlə tanışılıqdan ibarət videoçarxlar yer alır. Bununla yanaşı, layihədə məkanın tanıdılıması üçün uşaqlarla qısa oyunlar və yarışların təşkili də həyata keçirilir.

Cəmiyyətin həssas təbəqəsi olan uşaqların təhsili, mədəniyyətə bağlılığı, milli kimliyi kimi məsələlər televiziya vasitəsilə uşaqların şüurunda aşılanır. Uşaqların yetişdirilməsində, onların keyfiyyətli təhsil almasında televiziyanın əhəmiyyəti danılmazdır.

Kanalın hədəf auditoriyası məktəbəqədər yaşlı uşaqlardır və cizgi filmlərinin əksəriyyəti xaricdə istehsal olunan məhsullardır. Kanalın gündəlik yayımlarında müxtəlif cizgi filmləri ilə yanaşı, uşaq proqramları da yer alır. Yayımlanan verilişlər zorakılıq və mənfi nümunələr yarada biləcək davranışlar olmadan təqdim olunur. Kanal 24 saat yayımlanır, uşaqlara məlumat verir və onların asudə vaxtlarını keçirməyə kömək edir. Kanalda yayımlanan verilişlər milli adətənənələrə söykənir, uşaq psixologiyasına müsbət təsir göstərən verilişlərə üstünlük verilir. Televiziya bu günə qədər iki loqodan istifadə edib.

Nəticə / *Conclusion*

Uşaq kanallarının uşaq inkişafı üzərindəki təsirləri isə daha çox araşdırma tələb edən bir sahədir. Uşaq kanallarının çoxalması uşaqların televizor qarşısında keçirdikləri müddəti də artırdığı aydındır. Bu vəziyyətin uşaqların zehni, fiziki və sosial inkişaflarına necə təsir etdiyinin, ümumiyyətlə xarici məzmuna məruz qalan uşaqların yerli mədəni dəyərlərlə olan əlaqələrinin necə dəyişdiyinin pedaqogika və kommunikasiya elmləri baxımından araşdırılması böyük əhəmiyyət daşıyır. Uşaq kanallarının sayının artmasında ən mühüm amillərdən biri də uşaqlara yönəlik reklam gəlirlərinin artması olduğu nəzərə alındığında, uşağa və valideynə müştəri gözü ilə yanaşan bazar iqtisadiyyatının mənfi təsirlərinin qarşısının alınması üçün mövcud qanuni tənzimləmələrin diqqətlə tətbiq edilməsi və daim təkmilləşdirilməsi vacibdir. Tək bir platformadan yayımlanan evlər Türkiyədəki mövcud 18 uşaq kanalından ən çox 12-nə daxil ola bilir [10].

Bu, bir neçə yayım platformasına abunə olan evlər üçün keçərli deyil. Türkiyəyə birbaşa və dolaylı olaraq yeni xarici uşaq kanallarının gəlməsi ehtimalı var. TRT-nin uşaq kanalı üçün yerli proqram istehsalını dəstəkləməsi sektorda güc qazanmasına səbəb olur; əlavə olaraq, uşaq proqramlarının ixracı TRT-yə beynəlxalq nüfuz və gəlir gətirir. Belə halda TRT-nin Disney, Viacom və ya Turkuvaz kimi fərqli uşaq hədəf kütlələrinə yönələn daha peşəkar yayım həyata keçirən bir neçə uşaq kanalına sahib olması ehtimalı artır. TRT Uşaq kanalının bəzi cizgi filmlərini xaricə ixrac etməsi animasiya sektorunun inkişafının göstəricisidir. Dünyada çox az sayda ölkə animasiya məhsullarını ixrac edə bilir. Sayca az olsa da, Türkiyənin bu məhsulları istehsal edib, ixrac etməsi həm sektorun inkişafını asanlaşdıracaq, həm də ölkənin daha çox tanınmasına səbəb olacaq. Buna baxmayaraq, yerli animasiyalar və uşaq proqramlarının istehsalı artsa da, yerli məzmunla bağlı bunu deyə bilmirik. Yerli istehsalda kontentin əksəriyyəti orijinal və yerli deyil. Texniki olaraq məhsullar yerli olsalar da, orijinal format və ssenari çatışmazlığı var. Hekayələr adətən Qərb mənşəli məhsulların təqlidi kimi hazırlanır.

Azərbaycan və Türkiyədə fəaliyyət göstərən uşaq kanallarının müqayisəli təhlili onu deməyə əsas verir ki, Azərbaycanda bu tematik kanala diqqət ayrılmır. TRT Çocuk bütün peyk, yerüstü və rəqəmsal platformalarda yayımlanarkən, "ARB Günəş" rəqəmsal platformalar və peyk üzərindən yayımlarını davam etdirir. "ARB Günəş"in ümumölkə yerüstü yayımı yoxdur.

Araşdırmada TRT Çocuk və "ARB Günəş" arasında həm məzmun, həm də istifadə etdikləri dil baxımından əhəmiyyətli fərqlər və oxşarlıqlar müşahidə edilərək qruplaşdırılıb. Kanalların yayım cədvəli araşdırılıb, yaş, təhsil, mədəni-ənənəvi dəyərlər baxımından, yetişdirmə nəzəriyyəsi nəzərə alınmaqla yanaşılıb. Hər iki kanalda müxtəlif yaş qrupları üçün proqramlar var. Proqramlar əyləncələr, cizgi filmləri, müsabiqələr, canlı yayımlar və s. kimi bir çox fərqli xüsusiyyətlərə malikdir. Azərbaycan və Türkiyənin uşaq televiziya kanallarında təqdim olunan verilişlər, cizgi filmlərinin məzmununda o qədər də fərq yoxdur. "ARB Günəş" televiziya kanalında 15.09.2017 – 31.05.2022-ci illər arasında yayımlanan "Xəbərdar ol" verilişində tarixi günlərdə yayımlanan xəbər proqramlarına diqqət yetirilib, milli kimlik fenomeninin necə çatdırıldığı üzə çıxarılıb. Proqramların uşaqları əhəmiyyətli dərəcədə məlumatlandırdığı nəticəsinə gəlinib.

Kanalları müqayisə edərkən ortaya çıxan bir fərq də TRT Çocuk kanalının daha çox Türkiyədə istehsal olunan məzmuna icazə verməsidir. "ARB Günəş"in yayım məzmunu isə daha çox xarici ölkələrdə istehsal olunan kontentdən ibarətdir ki, bu da Azərbaycanda animasiya sektorunun inkişaf etməməsi ilə əlaqələndirilir.

TRT Çocuk daha çox məktəbəqədər və məktəb yaşlı uşaqlara ünvanlandığı halda [12], "ARB Günəş2 daha çox məktəb yaşlı uşaqlara müraciət edir. TRT Çocuk əsasən 0-6 və 7-12 yaş arası uşaqlar üçün məzmun yayımlasa da, "ARB Günəş" daha çox 7-12 yaş arası uşaqlara diqqət yetirir. TRT Çocuk kanalı ekoloji xəbərlərə çox vaxt ayırsa da, "ARB Günəş"in əsas məqsədi milli-mənəvi dəyərlərin qorunmasıdır.

"ARB Günəş" televiziyasında dublyaj studiyası da fəaliyyət göstərir. Xarici dildə olan cizgi və animasiya filmləri ana dilimizə tərcümə olunaraq azyaşlı izləyicilərə təqdim edilir. Cizgi, animasiya və uşaq filmləri televiziyanın efirində 90 faizlik paya malikdir. Yerdə qalan 10 faiz isə uşaqlar üçün hazırlanan maarifləndirici, əyləncəli verilişlərin payına düşür. Hazırda efirdə yayımlanan cizgi filmlərinin 85 faizini xaricdə istehsal olunan cizgi filmləri təşkil edir ki, bunlar televiziyanın nəzdindəki dublyaj studiyasında ana dilimizdə səsləndirilir. [7]

Yerli istehsala aid olan uşaq bədii və sənədli, eləcə də, cizgi və animasiya filmləri ümumi proqramın 5 faizini əhatələyir.

"ARB Günəş" televiziyasında fəaliyyət göstərən dublyaj studiyası da xarici dildə olan cizgi və animasiya filmlərini Azərbaycan dilinə tərcümə edir. Proses şirkətdə cəlb edilən psixoloq və pedaqoqların nəzarəti ilə reallaşdırılır.

2023-cü ilin yanvarından media sahəsində reytinqlərin ölçülməsi, məlumatların toplanması, araşdırılması üzrə dünya lideri olan Kantar şirkətinin rəsmi texnoloji tərəfdaşı "MARSA"nın Azərbaycanda fəaliyyətə başlaması ilə "ARB Günəş"in reytinqinin bütün tematik kanallardan üstün olduğu faktı ortaya çıxıb. Qeyd edək ki,

yeni nəsil texnologiyalarından istifadə edən "MARSA" MMC ölkədə istehlakçıların baxış vərdişləri haqqında daha ətraflı məlumat təqdim edir və beynəlxalq standartlara uyğunluq, şəffaflıq təmin olunur. Məhz reytinq cədvəlləri açıqlandıqdan sonra "ARB Günəş" televiziyasının reklamvericilərinin sayında artım müşahidə olunur [14].

Ədəbiyyat / *References*

1. Yrd. Doç. Dr. Mihalis K., (2008). Türkiye'de tematik tv yayıncılığı: gençlerin tematik televizyon izleme alışkanlıklarının televizyon yayıncılığına olan yansımaları, The Journal of Academic Social Science Studies, 32 , p. 249-265, doi**:** http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2718
2. Altunok, E.A. ve Altunok, E., (2012). Animasyon Bakir Bir Alan Oluşturacağı İstihdam Fazla. Bilişim Dergisi. Ekim 2012, Sayı:147,120-16 www.bilisimdergisi.org/pdfindir/s147/pdf/120-127.
3. Ankaralıgil, N.. (2012). Avrupa Birliği'nin Görsel İşitsel Politikası ve Türkiye'nin yum Süreci Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Ensititüsü.
4. Baby TV(2014). Hakkımızda. https://babyTVturkiye.com/tr- about.as px. Erişim Tarihi: 20.01.2014
5. Cartoon Network. (2014). International Sites. http://www.cartoonnetwork.com/legal/international.html.
6. Çelik, H., (2013). TRT uluslararası ekran yüzü avında. http:// www.posta.com.tr/siyaset/YazarHaberDetay/TRT NWSA-Humanities, 4C0183, 9, (2), 107-126.
7. Da Vinci Media GmbH (2013). Şirket Profili. http://tr.da-vinci- learning.com/content/şirket-profili. Digitürk. (2014). Kanallar. http://www.digiturk.com.tr/kanal/tumkanallar/.
8. D-Smart. (2013). D-Smart'da Bebek Kanalı: Luli TV. http://www.smartabonelik.com/d_smart39_da_bebek_kanali__luli_TV_-hbr-52.html.
9. D-Smart. (2014). Tüm Kanallar Listesi. https://www.dsmart.com.tr /Kanallar/Kanal-Listesi. D-Smart. (2014a). Hakkımızda. https://www.dsmart.com.tr/kurumsal hakkimizda.
10. EAO (European Audiovisual Observatory). (2013). Children and Audiovisual Services http://www.kijkwijzer.nl/upload/zijbalk2/108_EC_CHILDREN_REPORT_ MAY2013_EXCO.pdf.
11. Mediacat, (2007). Disney Dünyası Digitürk'le Türkiye'ye geliyor. http://www.mediacatonline.com/disney-dunyasi-digiturk%C2%92le-turkiye%C2%92ye-geliyor/.
12. Planet A.Ş. (2013). Şirketler Topluluğu Bilgileri. http://www. planetler.com/images/fecd066c-793e-4ee1-b55c-e530888be2c7.pdf.
13. TRT Çocuk. (2013) Hukuki Şartlar ve Gizlilik. http://www. trt.net.tr/trtcocuk/hukukisartlar.aspx.
14. https://arbgunesh.az/
15. https://www.youtube.com/arbtvaz
16. https://tr.wikipedia.org/wiki/Nickelodeon
17. https://en.wikipedia.org/wiki/Cartoon_Network)
18. https://www.cbeebies.com/
19. https://en.wikipedia.org/wiki/NHK_Educational_TV
20. https://en.wikipedia.org/wiki/Kids_Station
21. https://www.abc.net.au/abckids

Тенденции развития детского телевидения: опыт Турции и Азербайджана

Айнур Насирова
Доцент, кандидат филологических наук
E-mail: aynur.bsu@gmail.com

Резюме. Обилие рекламных блоков, коммерциализация новостей и погоня телеканалов за рейтингами оттолкнули зрителей от телевидения. Тематические каналы, возникшие в этой среде, предлагают зрителям возможность смотреть программы, соответствующие их интересам. В статье исследуется влияние изменений в мире технологий и появления большого количества каналов с меньшим финансированием на диверсификацию тематических телеканалов. Исследование проводилось на детских каналах.

Детские каналы, в Азербайджане и Турции, были подвергнуты сравнительному анализу. Было обращено внимание на влияние детских каналов на умственное, физическое и социальное развитие детей. Были исследованы факторы, влияющие на увеличение числа детских каналов. Помимо сравнительного анализа детских каналов в Азербайджане и Турции, в исследование были включены детские каналы в мире. Тот факт, что канал TRT Çocuk транслирует больше контента, произведенного в Турции, был оценен как положительное явление. Тот факт, что "ARB Günəş" транслирует больше контента, произведенного в зарубежных странах, был связан с отсутствием развития анимационного сектора в Азербайджане.

Ключевые слова: тематические каналы, детские телевизионные каналы, контент, реклама, анимационный сектор