T.C.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETLERİNDE EBEVEYN KONTROLÜ UYGULAMALARI

UZMANLIK TEZİ

Selman SALMANLI

ANKARA

KASIM/2021

T.C.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETLERİNDE EBEVEYN KONTROLÜ UYGULAMALARI

UZMANLIK TEZİ

Selman SALMANLI

DANIŞMAN

Hüseyin Tuğrul OKTAY

Üst Kurul Uzmanı

ANKARA

KASIM/2021

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanlığına

Bu çalışma, Tez Değerlendirme Komisyonu tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Uzmanlık Tezi olarak kabul edilmiştir.

	Adı Soyadı:	İmza:
Başkan :		
Üye :		
Üye :		
Üye :		
Üye :		

ONAY

…/…/2021

Ebubekir ŞAHİN

Üst Kurul Başkanı

TEZ TESLİM TUTANAĞI VE DOĞRULUK BEYANI

Radyo ve Televizyon Üst Kurulunda görev yapan Üst Kurul Uzman Yardımcısı olarak, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Tez Hazırlama Yönergesi'ne uygun şekilde hazırlamış olduğum uzmanlık tezi ilişikte sunulmuştur.

Bu uzmanlık tezindeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplayıp sunduğumu; ayrıca, bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.

…./…/2021

Selman SALMANLI

Üst Kurul Uzman Yardımcısı

Uzmanlık Tezinin Adı:
İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinde Ebeveyn Kontrolü Uygulamaları

EK:
1-Tez (6 Adet)
2-CD (1 Adet)

Tezi Teslim Alan

Daire Başkanı

…./…/2021

Adı-Soyadı-İmzası

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER I

KISALTMALAR V

TABLO, ŞEKİL VE ŞEMALAR VII

GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM

YENİ MEDYA, İNTERNET VE İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETİ 11

1.1. YENİ MEDYA 12

1.1.1. Yeni Medyanın Özellikleri 14

1.1.2. Sayısallaşma 16

1.1.3. Yöndeşme (Yakınsama) 17

1.1.4. Etkileşim 19

1.1.5. Multimedya 20

1.2. YENİ MEDYA VE İNTERNETİN YAYINCILIĞA ETKİSİ 21

1.3. İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETİ 25

1.3.1. İnternet TV (Web TV) 27

1.3.2. IPTV (İnternet Protocol TV) 28

1.3.2.1. IPTV ve İnternet TV'nin Karşılaştırması 30

1.3.3. OTT TV (Over-The-Top Television) 32

1.3.3.1. IPTV ile OTT Hizmetinin Karşılaştırması 34

1.3.4. VoD (Video on Demand – İsteğe Bağlı Video) 35

1.3.4.1. AVoD - Reklam Temelli İsteğe Bağlı Video 36

1.3.4.2. SVoD - Abonelik Temelli İsteğe Bağlı Video 36

1.3.4.3. TVoD - İşlem Temelli İsteğe Bağlı Video 37

1.3.5. VoD ile OTT TV'nin Karşılaştırması 37

İKİNCİ BÖLÜM

ETKİ ARAŞTIRMALARI, EBEVEYN KONTROLÜ, ÇOCUK VE GENÇLERİN KORUNMASI

2.1. ETKİ ARAŞTIRMALARI 39
2.1.1. Güçlü Etkiler Dönemi 40
2.1.2. Sınırlı Etkiler Dönemi 42
2.1.3. Güçlü Etkiye Geri Dönüş 43
2.2. MEDYA VE ÇOCUK İLİŞKİSİ 45
2.3. EBEVEYN KONTROLÜ ARAÇLARI 50
2.3.1. Akıllı İşaret / Koruyucu Sembol / Derecelendirme Sistemi 52
2.3.2. Korumalı Saatler (Watershed) 55
2.3.3. Yaş Sınırlaması 56
2.3.4. Pin Kodu / Çocuk Kilidi 57
2.3.5. Çocuk Profili 58
2.3.6. Çocuklara Özel Uygulama / Oynatıcı 58
2.4. ÇOCUKLARIN KORUNMASINA YÖNELİK YASAL DÜZENLEMELER 59
2.4.1. Türkiye'de Yapılan Yasal Düzenlemeler 59
2.4.2. Amerika Birleşik Devletleri'nde Yapılan Yasal Düzenlemeler 62
2.4.3. Birleşik Krallık'ta Yapılan Yasal Düzenlemeler 63
2.4.4. Bazı Avrupa Birliği Ülkelerinde Yapılan Yasal Düzenlemeler 64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETLERİNDE EBEVEYN KONTROLÜ UYGULAMALARI

3.1. TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER 72
3.1.1. beIN CONNECT 72
3.1.1.1. beIN Connect'te Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 73
3.1.2. BLUTV 74

3.1.2.1. BluTV'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 75
3.1.3. DEEZER 75
3.1.3.1. Deezer'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 76
3.1.4. D-SMART GO 77
3.1.4.1. D-Smart Go'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 77
3.1.5. DÜŞYERİ TV 79
3.1.5.1. Düşyeri TV'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 79
3.1.6. EXXEN 80
3.1.6.1. Exxen'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 80
3.1.7. FILM BOX LIVE 81
3.1.7.1. Film Box Live'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 81
3.1.8. FİZY 81
3.1.8.1. Fizy'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 82
3.1.9. GAİN 82
3.1.9.1. Gain'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 82
3.1.10. MUBI 82
3.1.10.1. Mubi'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 83
3.1.11. MUUD 83
3.1.11.1. Muud'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 83
3.1.12. NETFLIX 84
3.1.12.1. Netflix'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 85
3.1.13. PRIME VIDEO 87
3.1.13.1. Prime Video'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 88
3.1.14. PUHU TV 90
3.1.14.1. Puhu TV'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 90
3.1.15. SPOTIFY 91

3.1.15.1. Spotify'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 91
3.1.16. TİVİBU GO 92
3.1.16.1. Tivibu Go'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 93
3.1.17. TV+ 94
3.1.17.1. TV+'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 95
3.1.18. VODAFONE TV 96
3.1.18.1. Vodafone TV'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 96
3.2. DÜNYADAN ÖRNEKLER 97
3.2.1. DISNEY+ 97
3.2.1.1. Disney+'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 97
3.2.2. HULU 98
3.2.2.1. Hulu'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 98
3.2.3. BBC iPlayer 99
3.2.3.1. BBC iPlayer'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları 99
3.3. EBEVEYN KONTROLÜ ARAÇLARI KARŞILAŞTIRMA TABLOSU 100
DEĞERLENDİRME, SONUÇ VE ÖNERİLER 103
KAYNAKÇA 111
ÖZET 120
ABSTRACT 121
ÖZGEÇMİŞ 122

KISALTMALAR

a.g.a.	Adı Geçen Araştırma
a.g.e.	Adı Geçen Eser
a.g.k	Adı Geçen Kanun
a.g.m.	Adı Geçen Makale
a.g.r.	Adı Geçen Rapor
a.g.s.	Adı Geçen Site
a.g.y.	Adı Geçen Yönetmelik
ABC	American Broadcasting Company (Amerikan Yayın Şirketi)
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line (Asimetrik Sayısal Abone Hattı)
AVMSD	Avrupa Görsel-İşitsel Medya Direktifi
AVoD	Advertising Video On Demand (Reklam Temelli İsteğe Bağlı Video)
BBC	British Broadcasting Corporation (Britanya Yayın Kuruluşu)
BBC ID	BBC Kimliği
BBFC	British Board of Film Classification (İngiliz Film Derecelendirme Kuruluşu)
BM	Birleşmiş Milletler
BTK	Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
CERN	Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi
DARPA	The Defense Advanced Research Projects Agency (Savunma İleri Araştırma Projeleri Ajansı)
Der.	Derleyen
DTR	Download to Rent (Sınırlı Bir Süre için İçerik Kiralama)
Ed.	Editör
EPG	Elektronic Program Guide (Elektronik Program Rehberi)
EST	Electronic Sell-Through (Elektronik Satış)
FCC	Federal Communications Commission (Federal İletişim Kurulu)

GSM	Global System for Mobile Communications (Mobil İletişim için Küresel Sistem)
Haz.	Hazırlayan
HD	High Definition (Yüksek Çözünürlük)
IPTV	İnternet Protokol Televizyonu
ISS	İnternet Servis Sağlayıcısı
ITU	Uluslararası Telekomünikasyon Birliği
IOS	Apple İşletim Sistemi
İTÜ	İstanbul Teknik Üniversitesi
nPVR	Network Personel Video Recorder (Ağ Üzerinden Kişisel Video Kaydedici)
NSF	Amerikan Ulusal Bilim Vakfı
ODTÜ	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
OFCOM	Office of Communications (İletişim Ofisi)
OTT	Over The Top (Her Şeyin Üstünde)
PVR	Personal Video Recorder (Kişisel Video Kaydedici)
RCA	Radio Corporation of America (Amerikan Radyo Şirketi)
RG	Resmî Gazete
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
s.	Sayfa
SVoD	Subscription Video On Demand (Abonelik Temelli İsteğe Bağlı Video)
TCP	Transmission Control Protocol (Veri İletim Kontrol Protokolü)
TDK	Türk Dil Kurumu
TRT	Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu
TVoD	Transactional Video On Demand (İşlem Temelli İsteğe Bağlı Video)
VoD	Video On Demand (İsteğe/Talebe Bağlı Video)
VoIP	Voice Over Internet Protocol (IP Üzerinden Ses İletimi)
www	World Wide Web (Dünya Çapında Ağ)

TABLO, ŞEKİL VE ŞEMALAR

Tablo 1: IPTV İş Modelleri 30
Tablo 2: IPTV ile İnternet TV Arasındaki Farklar 31
Tablo 3: IPTV ile OTT Arasındaki Temel Farklar 34
Tablo 4: VoD ile OTT Hizmetlerinin Benzer ve Ayrılan Yönleri 38
Tablo 5: Küçüklerin Görsel-İşitsel Medya Hizmetlerinde Korunmasına İlişkin Avrupa'da Yer Alan Bazı Ülkelerin Uygulamaları 66
Tablo 6: beIN Connect Çocuk Odası Yaş Sınırı 74
Tablo 7: D-Smart Go İçerik Kısıtlama Seçenekleri 78
Tablo 8: Exxen Yetişkin Kontrolleri 80
Tablo 9: Netflix'in Türkiye'de Uyguladığı Yetişkinlik Düzeyleri 85
Tablo 10: Prime Video Yaş Kategorileri 89
Tablo 11: TV+ Ebeveyn Kontrolü Yaş Sınırı 95
Tablo 12: Ebeveyn Kontrolü Karşılaştırma Tablosu 101

Şema 1: İsteğe Bağlı Video Ekosistemi 26

Şekil 1: Koruyucu Semboller ve Anlamları 54

GİRİŞ

İletişim, insanlık ile başlar. İçinde bulunduğumuz dünyayı iletişim ile anlamlandırırız. İletişim hayatın olmazsa olmazıdır. İlk insandan günümüze kadar yaşamak için iletişimden faydalanılmıştır. Aysel Aziz iletişimi, *"belirli araçlar kullanarak, bilgi, düşünce ve tutumların karşılıklı aktarılması"* olarak tanımlar.[1] Nurettin Bay, iletişimin yakın ve uzak iletişim ana başlıklarıyla işlenebileceğini ve yakın iletişimde var olan doğal araçlardan yararlanılırken, uzak iletişimde ise insanın kendisi tarafından üretilen araçların devreye girdiğinden bahseder. Tarihin en eski dönemlerinden bugüne, en ilkel araçlardan, en modern teknolojik cihazlara kadar istifade eden insanoğlu iletişimi en geniş çerçevede tutmaya çalışmıştır.[2]

Peki, ilk iletişim aracı neydi? Bu sorunun bilimsel olarak yanıtlanmasının imkânsız olduğundan bahsediyor Crowley ve Heyer. Belki ilk araçlar, sürüdeki geyiklerin sayısını belirlemek için basit bir çubuk veya bir arazinin önemini belirtmek için düzenlenmiş taş ve kütüktür. Ancak, burada önemli olanın süreç olduğunu ve insanlığın, iletişim araçları yaratarak kendi iletişim alanını genişlettiğini belirtirler. Crowley ve Heyer'e göre iletişim, bilgi ve haberlerin karşılıklı değişimi ve bir edimdir. Yüzyıllar önce sözsüz jestler ve evrilmekte olan bir konuşma dili ile iletişim kuran atalarımız, yaşamın daha karmaşık hâle gelmesi ile önemli şeyleri hatırlamak için ortak bellekten daha fazlasına ihtiyaç duymuşlardır. İletişimdeki artış, iletişim araçlarının ortaya çıkışına ve gelişimine yol açmıştır.[3]

İnsanlık, tarih boyunca kitlelerle iletişim kurmanın yollarını aramıştır. Ancak, gelişen teknoloji sayesinde 20. yüzyılda kitlelere ulaşma olanağı

[1] Aysel Aziz, *Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler*, A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, Ankara, 1996, s. 4.
[2] Nurettin Bay, *Radyo ve Televizyon Yayıncılığı,* Nüve Kültür Merkezi Yayınları, İstanbul, 2007, s. 21-22.
[3] David Crowley, Paul Heyer, *İletişim Tarihi - Teknoloji, Kültür, Toplum,* Çev.: Berkay Ersöz, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2007, s. 18.

bulmuştur. Aysel Aziz kitle iletişiminden, iletişim olgusunda çeşitli ve karmaşık teknikler kullanılan bölümünde yer alan küçük ancak önemli bir kesim diye bahseder ve kitle iletişimi *"bilgi, düşünce ve tutumların büyük ve dağınık bir kitleye, bu amaç için geliştirilmiş araçlarla iletilmesi"* olarak tanımlar. Kitle iletişim araçları ise kitle iletişimin yapıldığı araçlar topluluğu olarak tanımlanmaktadır. Tiyatro, gazete, kitap, dergi, sinema, film, radyo, televizyon, kaset gibi farklı zamanlarda ortaya çıkan kitle iletişim araçlarının kendine özgü farklı özellikleri vardır. Ancak, Aziz'e göre kitle iletişim araçlarının tek ve en önemli ortak özellikleri verilen iletiyi çoğaltmalarıdır.[4]

İletişimin geniş kitleler üzerinde etkin olmasını sağlayan kitle iletişim araçları, yazılı ve sözlü medya ile görüntülü ve elektronik medya olarak 4 ana bölümde toplanmaktadır.[5] Görüntülü medya olarak adlandırılan ve kitle iletişimin merkezinde yer alan en önemli kitle iletişim aracı televizyondur. Günümüzde hemen hemen herkesin evinde bulunan, haber verme, eğitme, eğlendirme gibi işlevlerinin yanı sıra geniş kitleleri etkileme ve yönlendirme güce de bulunan televizyonun çeşitli tanımları bulunmaktadır.

20. yüzyılın insan hayatını en çok etkileyen cihazlarından biri olan televizyonu, kimileri "en yaygın ve etkili haber kaynağı", kimileri ise "aptal kutusu" olarak tanımlamaktadır.[6] Yunanca "uzak" anlamına gelen "tele" ile "görme" anlamına gelen "visio" kelimelerinden türeyen ve "uzağı görmek" anlamına gelen "televisio" sözcüğü Türkçeye "televizyon" olarak geçmiştir. Tabii Mutlu'nun belirttiği gibi televizyon söz konusu olunca "uzağı duyma"yı da eklemek gerekmektedir.[7] Teknik anlamda televizyon "*görüntü ve görüntüyle ilgili seslerin bir vericiden iletilen elektromanyetik dalgalar hâlinde yayılmasını*

[4] Aysel Aziz, *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı (Giriş),* Hiperlink Yayınları, İstanbul, 2013, s. 30-33.
[5] N. Bay, 2007, s. 24.
[6] Millî Eğitim Projesi, *Gazetecilik-Radyo TV Tarihi,* Millî Eğitim Bakanlığı Yayınevi, Ankara, 2011, s. 24.
[7] Erol Mutlu, *Televizyonu anlamak,* Gündoğan Yayınları, Ankara, 1991, s. 15.

ve televizyon alıcıları sayesinde yeniden görüntülenmesini sağlayan kitle iletişim aracı" şeklinde tanımlanmaktadır.[8]

Televizyon, icat edildiği ilk günden bu yana, kitle iletişim araçları içinde en popüleri olmuştur. Hem göze hem de kulağa hitap eden televizyon, hemen hemen bütün evlerde bulunmaktadır. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak çeşitlenen medya araçlarına rağmen, klasik televizyon önemini korumaktadır. RTÜK tarafından 2018 yılında yapılan Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmasının sonucuna göre klasik televizyon %64 oranında hanelerde en çok bulunan kitle iletişim aracıdır.[9] Araştırmaya katılanların, hafta içi günlük ortalama televizyon izleme süresi 3 saat 30 dakika, hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme süresi ise 3 saat 45 dakikadır.[10]

Televizyonun bu yaygın kullanımı beraberinde birçok tartışmayı getirmektedir. Televizyona getirilen olumlu değerlendirmeler çoğunlukla teknolojik potansiyeline yönelikken, olumsuz yaklaşımlar ise televizyon ile iletilen içerikler üzerinedir.[11] Kitle iletişim araçlarının bireyler üzerinde az ya da çok, uzun ya da kısa vadeli, güçlü ya da zayıf etkisi olduğu varsayılır. İletişim araştırmaları bu etki sorusu üzerinde yoğunlaşmıştır. Medya alanının düzenlenmesi ve denetlenmesinin gerekliliği medyanın varsayılan bu etkisinden kaynaklanmaktadır.[12]

Teknolojik gelişmeler beraberinde değişim getirmiş, birçok araç gibi televizyon da değişime uğramıştır. Bu durum medyayı denetlemeyi daha da zor hâle getirmiştir. Önceleri kısıtlı zamanda, kısıtlı kanal ile yayın yapan televizyon, zaman içinde teknoloji ve içerik olarak büyük değişim göstermiştir.

---

[8] Grolier İnternational Americana'dan akt. Ali Murat Kırık, *IP Televizyon Yayın Teknolojisi,* Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (2010), s. 4.

[9] RTÜK, "*Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması",* Ankara, 2018, s. 15.

[10] a.g.a., s. 27.

[11] E. Mutlu, 1991, s. 16.

[12] Nilüfer Timisi, "*Medyada Çocukları Koruyucu Önlemler*", Çocuk Hakları ve Medya, (Der.) Mustafa Ruhi Şirin, Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 2011, s. 142.

İnternetin hayatımıza girmesi ile birlikte başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarında yaşanan değişim, geleneksel yayıncılık biçimini değiştirdiği gibi izleyicide de değişime neden olmuştur. Yeni teknolojiler ile televizyon zamandan ve mekândan bağımsız olarak her yerden izlenir durumu gelmiş, ekran sayıları çoğalmıştır. İsteğe/talebe bağlı video anlamına gelen *Video on Demand* servisleri hayatımıza girmiştir. Yeni teknolojiler ile etkileşim de artmıştır. Önceleri pasif olarak nitelendirilen izleyici, aktif ve sadece tüketen değil aynı zamanda üreten konuma geçmiştir. Yeni medya olarak adlandırılan bu dönemde televizyon oturma odalarından çıkmış, zamandan ve mekândan bağımsız olarak izlenebilir duruma gelmiştir. Tüm bu gelişmeler ile birlikte çocukların yayınlara erişimi de kolaylaşmıştır.

Televizyona kolay ulaşım, çocukların televizyon izleme sürelerini arttırmış ve izleme alışkanlarını kolaylaştırmıştır. Ekranda her şey herkese açıktır ve çocuklar sadece çocuk programları izlememektedir. Bu sebeple televizyonun çocuklar üzerindeki etkisinin büyük ve kapsayıcı olduğunu belirten Mustafa Ruhi Şirin, ayrıca televizyon çocuğu olarak adlandırdığı bu yeni çocuğun, yetişkinler için hazırlanan içerikleri izleyerek yetişkin dünyasına yakınlaşırken, çocukluktan hızla uzaklaştığından bahseder.[13] Ertürk ve Gül, çocukların yetişkinler için yapılan programları da aktif olarak izleme eğiliminde olduğunu ve dizi, film gibi yetişkinlere hitap eden program türlerinin, çocuklar tarafından büyüklerin etkinliği olarak görüldüğünü ve çocuklara bu türlerin çekici geldiğinden bahseder.[14] Yıldız Dilek Öztürk ise çocukların yetişkinlere göre daha yönlendirilebilir ve etki altına alınabilir olduğunu ve çocuğun gelişim sürecinde etki eden değişkinler içinde medya etkisinin kaçınılmaz olduğunu, teknolojideki değişimden dolayı medyanın sadece yetişkinlere hitap etmediğini belirtir. Ayrıca Öztürk, medyaya katılım hakkı olan çocuğun, medya

[13] Mustafa Ruhi Şirin, *Televizyon Çocuk ve Aile, Yeni Çocukluğun Medya Sarmalı,* İz Yayıncılık, İstanbul, 2015, s. 14-16.
[14] Yıldız Dilek Ertürk, Ayşen Akkor Gül, *Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin: Televizyon Haberlerinin Çocuklar Üzerindeki Stres Etkileri ve Ailesel Haber İzleme Alışkanlıkları,* Nobel, Ankara, 2006, s. 25.

kullanımının ve medyada kullanımının önemine vurgu yapılmaya başlandığını belirtmektedir.[15]

Medyanın yaygın kullanımı ve çocukların medyaya artık daha da kolay ulaşabilmesi neticesinde çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişiminin korunması ve çocukların yaşlarına uygun olmayan yetişkin içeriklerine erişimlerinin önüne geçilmesine ilişkin önlemler alınması ve bu alanda yasal düzenlemeler yapılması geleneksel televizyonda olduğu gibi yeni medya ortamı sayılan isteğe bağlı yayın hizmetlerinde de önem arz etmektedir.

Medyanın olası olumsuz etkilerinden çocukları ve gençleri korumak amacıyla, 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un "Koruyucu Sembol Sistemi" başlıklı 24. maddesi ile *"(1) Medya hizmet sağlayıcılar, koruyucu sembol sistemi kullanarak, izleyicileri program hizmetlerinin içeriği hakkında sesli veya yazılı olarak bilgilendirir. (2) Koruyucu sembol sistemi ile ilgili usul ve esaslar Üst Kurulca belirlenir. (3) Bu madde Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu hakkında da uygulanır."* 8. maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "*Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamaz."* Yine aynı maddenin üçüncü fıkrasında, *"İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetlerinin, bunların bu tür hizmetleri normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür*." hükümleri getirilmiştir.[16]

[15] Yıldız Dilek Öztürk, "*Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı*", Çocuk Hakları ve Medya, (Der.) Mustafa Ruhi Şirin, Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 2011, s. 49.

[16] 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun RG:03.03.2011, 27863.

Konu ile ilgili olarak ayrıca, Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmeliğin "Çocukların Korunması" başlıklı 21. maddesinin 1. fıkrasında *"İnternet ortamından yayın lisansı verilen medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile yayın iletim yetkisi verilen internet yayın platform işletmecileri, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde yayınlara ebeveyn kontrolünü sağlayıcı tedbirleri almakla yükümlüdür."* hükmü ile çocuk ve gençlerin medyanın olası zararlı etkilerinden korunmasına yönelik önlemler alınmıştır.[17]

Yasal düzenlemeler ile medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar tarafından çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır. Bu araçlar platformdan platforma değişebildiği gibi aynı platformda, hizmet verilen ülkeye göre de değişiklik göstermektedir.

Bu kapsamda "İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinde Ebeveyn Kontrolü Uygulamaları" isimli bu tez çalışması ile isteğe bağlı yayın hizmetlerinde sunulan ebeveyn kontrolü araçlarının neler olduğunun incelenmesi hedeflenmektedir.

Tezin Amacı

Bu tezin amacı, Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmeliğin "Çocukların Korunması" başlıklı 21. maddesinin 1. fıkrasında *"İnternet ortamından yayın lisansı verilen medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile yayın iletim yetkisi verilen internet yayın platform işletmecileri, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde yayınlara ebeveyn kontrolünü sağlayıcı tedbirleri almakla yükümlüdür."*[18] hükmü kapsamında isteğe bağlı yayın hizmeti veren medya hizmet sağlayıcı kuruluşların sundukları "ebeveyn kontrolü" araçları hakkında

[17] Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik RG:01.08.2019, 30849.
[18] a.g.y.

değerlendirme yapmaktır. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların sunduğu ebeveyn kontrolü araçları incelenerek, karşılaştırma yapılması amaçlanmaktadır.

Tezin Önemi

Çocukları ve gençleri televizyonun zararlı etkilerinden korumak amacıyla 2006 yılında "Akıllı İşaretler" olarak adlandırılan Koruyucu Sembol Sistemi uygulaması hayata geçirilmiştir. Ancak yeni medya ve internetin gelişimi ile birlikte, isteğe bağlı yayın hizmeti sunan medya hizmet sağlayıcı kuruluşların sayısında artış yaşanmış ve televizyon izleme alışkanlıklarında değişim meydana gelmiştir.

RTÜK tarafından 2018 yılında yapılan Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması sonuçlarına göre televizyonun öğrenciler açısından önem derecesine baktığımızda, 2015 yılında "çok önemli" diyenlerin oranı %15 iken, 2018 yılında %7,3'e, televizyonu 2015 yılında "önemli" olarak görenlerin oranı %50,7 iken, 2018 yılında %25'lere düştüğü tespit edilmiştir. Araştırmaya göre televizyonun öneminin yıllar içindeki değişimini etkileyen faktörlerden biri yeni medya araçlarının yaygınlaşmasıdır. Yeni medya araçları ile internete erişim ve internet kullanımı her an ve her yerden yapılabilmektedir. Araştırmada, internetin birçok içeriği bir arada sunmasının geleneksel medya araçlarında sunulan içeriklere erişimi kolaylaştırdığı ve bu durumun geleneksel medya aracı olan televizyonun önemini çocuk ve gençler arasında azalttığı belirtilmiştir. Araştırmaya göre, yayınları klasik/akıllı televizyondan takip edenlerin oranı %29,2, cep telefonundan takip edenlerin oranı %26,1 olduğu tespit edilmiştir. Bunu sırasıyla %12,3 oranıyla masaüstü/dizüstü bilgisayar ve %9,7 oranıyla tablet takip etmektedir.[19] RTÜK tarafından yapılan bir başka kamuoyu araştırmasına göre Türkiye'de dijital yayın platformlarını kullananların oranının %25'lere

[19] RTÜK, "*Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık 2018 Araştırması",* Ankara, 2018, s. 10-12.

çıktığı ve 18-24 yaş arasındaki gençlerin %43 oranında bu dijital yayın platformlarını takip ettiği belirtilmektedir. Ayrıca dijital yayınlara %63 oranında akıllı telefon ile bağlanılmaktadır.[20]

Çocuk ve gençler arasında geleneksel televizyonun öneminin azalması ve dijital platformların kullanımının artması doğrultusunda ücretli veya ücretsiz olarak isteğe bağlı yayın hizmeti sunan medya hizmet sağlayıcı kuruluşların kullandıkları "ebeveyn kontrolü" uygulamalarının, çocuk ve gençlerin, yaşlarına uygun olmayan içerikler karşısında korunması gerekliliğini yerine getiren araçlar olarak, önemli ve incelemeye değer olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca, bu çalışma kapsamında incelenen "ebeveyn kontrolü" uygulamaları daha önce hiçbir akademik teze konu olmamıştır. Bu nedenle bu çalışmanın literatürde yer alan boşluğu dolduracağı ve yapılacak inceleme ile bu tür uygulamaların günümüzde ne düzeyde olduğunu ortaya koyarak, daha da geliştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Tezin Yöntemi

Yapılan bu çalışmada yöntem olarak nitel bir araştırma yöntemi olan doküman analizi kullanılmıştır. Doküman analizi, belgelerin incelenmesi veya değerlendirmesi için kullanılan sistematik bir prosedür olarak tanımlanmaktadır ve hem basılı hem de elektronik (bilgisayar tabanlı ve internet üzerinden iletilen) materyalleri kapsamaktadır. Nitel araştırmalardaki diğer analitik yöntemler gibi, doküman analizinde de amaç anlamı ortaya çıkarmak, anlayış kazanmak ve deneysel bilgiyi geliştirmektir. Bunun için verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını gerektirmektedir. Doküman analizi, verilerin okunması, değerlendirilmesi ve yorumlanması aşamalarını içermektedir.[21]

[20] RTÜK Başkanı Şahin Dijital Dünya Çalıştayı'na Katıldı, https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-baskani-sahin-dijital-dunya-calistayina-katildi/3072 (12.10.2021)

[21] Corbin ve Strauss'dan akt. Glenn A. Bowen, Document Analysis as a Qualitative Research Method, *Qualitative Research Journal,* Vol: 9, No: 2, s. 27, 2009

Bu tanımdan yola çıkarak bu çalışmaya konu olan isteğe bağlı yayın hizmeti platformlarında, kullanıcılara sunulan ebeveyn kontrolü araçları incelenmiş, değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

Üç bölümden oluşan tezin birinci bölümünde internet ve internetin yayıncılığa olan etkisinden bahsedilmiş, isteğe bağlı yayıncılık hizmeti ile yeni medya kavramları açıklanmıştır.

İkinci bölümde ilk dönem kitle iletişim araştırmalarında tartışılan "etki" kavramından, medyanın çocuklara olası etkilerinden bahsedilmiş ve ebeveyn kontrolü kavramı açıklanmıştır. Ayrıca ülkemizde ve dünyada çocukların medyanın olası etkilerinden korunmasına yönelik bazı ülkeler tarafından yapılan yasal düzenlemelere değinilmiştir.

Üçüncü ve son bölümde ise Türkiye'de faaliyet gösteren ve isteğe bağlı yayın lisansı bulunan 18 adet platform ile Türkiye'den erişimi bulunmayan 3 farklı türde örnek platformun sunduğu ebeveyn kontrolü araçları incelenmiştir.

Sonuç ve değerlendirme bölümünde ise, çalışmaya konu olan isteğe bağlı yayın hizmetlerinde sunulan ebeveyn kontrolü araçları değerlendirilmiş ve sunulan araçlara yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Tezin Kapsamı ve Sınırlılıklar

Bu tez çalışmasında isteğe bağlı yayın hizmetlerinde sunulan "ebeveyn kontrolü" araçları incelenmiştir. Örneklem olarak, Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamında Sunumu Hakkında Yönetmeliğe göre tezin yazıldığı tarihte isteğe bağlı yayın lisansı almış platformlar arasından yaygın olarak kullanılan 18 adet platform seçilmiştir.

Dünyadan ise yine tezin yazıldığı tarih itibariyle Türkiye'den erişimi olmayan ve yaygın olarak kullanılan üç isteğe bağlı yayın hizmeti sunan

platform seçilmiştir. Bu üç örnek seçilirken farklı türde VoD (Talebe Bağlı Video) hizmeti olması göz önünde bulundurulmuş ve abonelik temelli SVoD hizmeti olarak Disney+, ücretsiz ve reklamsız bir şekilde İngiliz kamu yayıncısı BBC tarafından sunulan BBC iPlayer ve son olarak OTT TV hizmeti sunan Hulu seçilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

YENİ MEDYA, İNTERNET VE İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETİ

Televizyonun icadından günümüze kadar teknik ve içerikte önemli gelişme ve değişiklikler yaşanmıştır. Sayısallaşma, bilgisayar teknolojilerinde yaşanan değişimler, gelişmeler, internetin yaygınlaşması ve bu teknolojilerin telekomünikasyon, kitle iletişim ve yayıncılık alanında kullanılması, geleneksel televizyon yayıncılığını ve televizyon izleme deneyimini kökten değiştirmiştir. İzleyici kullanıcıya dönüşmüş, etkileşim artmış, zaman ve mekândan bağımsız izleme biçimleri ortaya çıkmıştır. Geleneksel yayıncılıktan farklı yeni medya olarak adlandırılan, yeni araç ve ortamlar ortaya çıkmış ve televizyon yeniden icat edilmiştir.

Sedat Özel, araç ve hizmetlerde yaşanan yakınsamanın bir sonucu olarak ağ üzerinden içerik akışına dâhil olan internet kullanıcılarının, mevcut teknik altyapı üzerinden ulaşılan kitle iletişim hizmetlerine yeni bir araç ve ortam üzerinden ulaşabilir hâle geldiğinden bahseder. Özel, kitle iletişim araçları üzerine yapılan araştırmalarda vurgulandığı gibi, her yeni aracın bir önceki aracın özelliklerini içselleştirdiğini ve üzerine yeni özellikler de sunduğunu belirtmektedir. Video üretimi için gereken pahalı ve herkesin ulaşamayacağı donanımların ucuzlaması ve video üretiminin internet üzerinden dağıtılmasının önünü açan donanımsal ve yazılımsal gelişmeler, internet üzerinden alternatif içeriklerin artmasını ve izleyicinin farklı deneyimler yaşamasına imkân tanımıştır. Özel, bu gelişmeler sonucunda, televizyon

içeriğinin sınırlı yapısından çıktığını ve farklı platformlar üzerinden, her yerden ulaşılabilir bir hâl aldığını belirtir.[22]

Tezin bu bölümünde, yayıncılıkta ve özellikle televizyon yayıncılığında yaşanan gelişme ve değişimler doğrultusunda ortaya çıkan internet, yeni medya, etkileşimli televizyon gibi kavramlar üzerinden yeni yayın iletim teknolojilerinden bahsedilecektir.

1.1. YENİ MEDYA

Bilgisayar ve internet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler neticesinde geleneksel medyanın dönüşümü kaçınılmaz olmuştur. Kitle iletişim araçlarını değişime uğratan ve günümüzde hayatın vazgeçilmezi hâline gelmiş yeni ortam ve araçlar yeni medya olarak isimlendirilmektedir.

Ali Murat Kırık, iletişim alanında yeni teknolojilerin ortaya çıkması ve kitle iletişim araçlarının yeni ve değişik işlevler kazanmasıyla ortaya yeni medya kavramının çıktığını ve yeni medya kavramının günümüz kitle iletişimine hâkim bir durumda olduğundan bahseder. Yeni medyanın kapsamı çok geniş olduğundan, çeşitli tanımları bulunmaktadır.[23]

Medya, kelime anlamı olarak Latince ortam, araç anlamına gelen "medium" kelimesinin çoğulundan türetilmiştir.[24] Yeni medya kavramı ise yeni araçlar, yeni ortamlar anlamına gelmektedir. Törenli'ye göre yeni medya günümüze özgü iletişim araçlarını temsil etmektedir ve geleneksel iletişim araçlarından farklıdır. Törenli yeni medyayı, sayısal teknoloji ile üretilen dijital televizyon, internet, GSM, WAP, GPRS, CD, VCD, DVD gibi teknolojiler, mobil sistemler ve benzer dijital teknolojinin tümüne verilen genel ad olarak

[22] Sedat Özel, "*Televizyon Ekseninde İzleyici ve İnternet Üzerindeki Video Hizmetlerinin İzleyiciye Etkisi",* (Ed.) Sedat Özel, *Yeni Medya Çağında Televizyon,* Derin Yayınları, İstanbul, 2015, s. 1-2.
[23] Ali Murat Kırık, *Etkileşimli Televizyon,* Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 2010a, s. 83.
[24] Ersoy Soydan, Nuray Alpaslan, "Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi", İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, sayı 7, 2014, s. 57.

tanımlamaktadır. Melez olarak nitelendirilen yeni medyanın, sayısal ağlara bağlanabilme, karşılıklı işleyen iki yönlü iletişim ve çoklu ortam gibi kullanıcısına sunduğu yeni hizmet seçenekleri vardır.[25]

Mutlu Binark, gündelik yaşamın her alanında yaygın olarak kullanılan ve farkında olmadan gündelik yaşam pratiklerimizi kökten değiştiren, toplumsal yaşam içinde birtakım gereksinimlerimiz nedeniyle kullanımı giderek artan ve bedenin bir uzantısı/parçası haline gelen bilgisayar, internet, cep telefonu, oyun konsolları gibi dijital teknolojiler olarak adlandırılan tüm bu teknolojilerin yeni medya başlığı altında toplanabileceğinden bahseder.[26]

Yeni medya, 1970'li yıllarda bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. 1970'lerde ortaya atılan anlam, 1990'lı yıllarda bilgisayar ve internet teknolojisinde yaşanan ivme ile birlikte genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır.[27]

Bilgisayar ve internet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler çerçevesinde sayısal teknolojilerin yayıncılık da dâhil iletişimin her alanında kullanılmaya başlanması, yeni medya kavramını biçimlendiren en önemli ivme olmuştur. Yeni medya kavramıyla, çoklu-ortam yapısına sahip iletişim araç ve kanalları kastedilmektedir. Geleneksel medyadan farklı olarak, bu iletişim araç ve kanalları, iletişim kuran unsurlar arasında etkileşimin yüksek hızda gerçekleştiği, eş zamanlı, geniş kapasiteli ve çok katmanlı bir yapıdadır.[28]

Yeni medya ile bugün bilinen bütün farklı ortamları bir araya getiren, etkileşimin en üst düzeyde olduğu kitle iletişim araçları kastedilmektedir. Yeni

---

[25] Nurcan Törenli, *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı,* Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2005, s. 87.

[26] Mutlu Binark, "*Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu*", Yeni Medya Çalışmaları, (Der.) Mutlu Binark, Dipnot Yayınları, Ankara, 2007, s. 21.

[27] Thompson'dan akt. Necmi Emel Dilmen, "Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları"*,* Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 12, 2014, s. 114.

[28] Hasan Ali Erdem, *Yeni Medya Hizmetleri ve Düzenlemeleri,* Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), 2011, s. 1.

medya ortamında görüntü, ses ve metin gibi öğeler bir arada bulunmaktadır ve bu duruma çoklu ortam denilmektedir. Başlangıcı ve sonu olmayan, istenilen veriye, istenilen zamanda ulaşılan ve veri kaybının olmadığı ortamlar olarak ifade edilmektedir.[29]

1.1.1. Yeni Medyanın Özellikleri

Yeni medya sayısaldır ve kullanıcısına etkileşim olanağı sağlamaktadır. Bilgisayar teknolojisi ile kullanılan bir medya alanıdır. Kullanıcısına kontrol etme ve seçim yapma imkânı sunması açısından geleneksel medyadan ayrılmaktadır.[30]

Binark, yeni medyanın, geleneksel medyadan ayrılan temel özellikleri arasında etkileşimli ve multimedya biçemine sahip olmasını saymaktadır. Yeni medya dijital kodlama sistemini temellendirdiği için çok fazla miktarda enformasyon aktarabilmekte ve kullanıcısına geri dönüşümde bulunma olanağı sağlamaktadır.[31]

Rogers, yeni medyayı üç özellik ile açıklamaktadır: Etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansız olabilme:[32]

- **Etkileşim:** Yeni medya araçları etkileşimli bir boyuta sahiptir. Böylece tek yönlü veri ve bilgi akışı söz konusu değildir. Bu sayede kaynak alıcı, alıcı da kaynak olabilmektedir. Yeni medyanın olmazsa olmazı etkileşim unsurudur.

---

[29] Türkiye Büyük Millet Meclisi, Bilgi Toplumu Olma Yolunda Bilişim Sektöründeki Gelişmeler ile İnternet Kullanımının Başta Çocuklar, Gençler ve Aile Yapısı Üzerinde Olmak Üzere Sosyal Etkilerin Araştırılması Amacıyla Kurulan Meclis Araştırma Komisyonu Raporu, 2012, s. 928.

[30] Mert Gürer, "*TV İstasyonlarının Web ve Sosyal Medya Kullanımı",* (Ed.) Sedat Özel, *Yeni Medya Çağında Televizyon,* Derin Yayınları, İstanbul, 2015, s. 58.

[31] M. Binark, 2007, s. 21.

[32] Rogers'dan akt. Haluk Geray, *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*, Ütopya Yayınları, Ankara, 2003, s. 18-19.

- **Kitlesizleştirme:** Yeni medya kitlelere yönelik olduğu kadar, özele de inebilmektedir. Kitlesizleştirici özelliği sayesinde bir kaynaktan birden çok alıcıya veri, bilgi ve haber akışı sağladığı gibi bir alıcıya özel bilgi ve veri akışı da sağlayabilmektedir. Her kullanıcıya farklı içerik sunma imkânı bulunmaktadır.

- **Eş zamansızlık:** Yeni medya ile birlikte bireye istediği anda mesaj gönderme, alma ve karşılıklı iletişime geçme imkânı sunulmaktadır. Eş zamanlılık gerekliliği ortadan kalkmaktadır.

Lev Manovich ise yeni medyayı beş temel ilke ile betimlemektedir: [33]

- **Sayısal Temsil (Numerical Representation):** İster bilgisayarda oluşturulsun isterse analog medya kaynaklarından, tüm yeni medya araçları dijital kodlardan oluşan sayısal temsillerdir. Yeni medya nesnesi matematiksel olarak tanımlanabilir ve programlanabilir hale gelebilmektedir. Böylece örneğin bir fotoğraftaki gürültü otomatik olarak kaldırılabilir, kontrastı iyileştirebilir veya oranları değiştirilebilir.

- **Modülerlik (Modularity):** Görüntü, ses, şekil veya davranış olan medya elemanları farklı örneklerin koleksiyonları olarak temsil edilmektedir. Ancak, daha büyük ölçekteki nesneler ile bir araya gelirlerken, kendi kimliklerini de korumaya devam edebilirler. Örnek olarak bir web sayfası verilebilir. Web sayfasını oluşturan tüm elemanlar birbirinden bağımsızdırlar ve değişiklik yapılmak istenildiğinde ayrı ayrı değiştirilebilirler.

- **Otomasyon (Automation):** Medyanın sayısal kodlanması ve modüler yapısı, ortam yaratma, idare ve erişimle ilgili birçok işlemde otomasyona izin vermektedir. Bu sayede insan yaratıcı süreçten kısmen de olsa çıkarılabilmektedir. Örneğin, Hollywood filmlerinde kuş sürüsü, karınca

[33] Lev Manovich, "*The Language of New Media"*, The MIT Press, London, 2001, s. 27-48.

ve insan kalabalıkları gibi öğelerin yazılım tarafından otomatik üretilmesi veya tek bir komutla elinde bulunan fotoğraflar ile bir albüm yapabilmesi.

- **Değişkenlik (Variability):** Manovich'e göre değişkenlik ilkesi, sayısal kodlamanın ve modülerliğin bir sonucudur. Yeni medya nesnesi bir kez ve herkes için sabitlenmiş bir şey değildir. Farklı ve potansiyel olarak sonsuz sürümlerinin olduğu söylenebilir. Eski medya, yazılı ve görsel/işitsel öğeleri manuel olarak düzenlemeyi gerektirmektedir. Yeni medyada ise değişkenlik özelliği sayesinde özdeş kopyalar yerine farklı uyarlamalar yapılabilmektedir.

- **Kod Çevrimi (Transcoding):** Manovich'e göre yeni medya genel olarak iki katmandan oluşmaktadır. Bunlar kültürel katman ve bilgisayar katmanıdır. Kültürel katmana ansiklopedi ve kısa öykü; kompozisyon ve bakış açısı; komedi ve trajedi örnek verilebilir. Bilgisayar katmanına ise bilgisayar dili ve veri yapısı, ağ üzerinden iletilen veri paketleri; işlev ve değişken örnek verilebilir. Kültürel katman ve bilgisayar katmanı birbirini etkilemektedir. Yeni medya dilinde bir şeyin "transcode" edilmesi yani dönüştürülmesi, onu başka bir formata dönüştürmek anlamına gelmektedir.

Yeni medyanın bu özellikleri iletişim teknolojilerini şekillendirmiş ve yeni ortam ve araçlar ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, yeni medyanın eşzamansız olması, kullanıcısına içeriği seçme ve kontrol etme ve etkileşim imkânı sunması gibi özellikleri nedeniyle televizyon izleme biçimi ve alışkanlıklarını da değiştirmiştir.

1.1.2. Sayısallaşma

Sayısal teknoloji veri, ses, müzik, metin, fotoğraf ve görüntü biçiminde her türlü enformasyonun mikroişlemciler yardımıyla "bit"lere yani 0 ve 1'lere

dönüştürülmesidir. Sayısal teknolojinin yardımıyla bu biçimlerin tümünün üretilmesi, saklanması, iletilip, dağıtılması analog döneme göre oldukça kolaylaşmıştır. Maddi işlem yeteneği ve hızı artmıştır.[34]

Analog teknolojiden sayısal teknolojiye geçiş, veri işleme, depolama ve iletme kapasitelerini arttırmış ve maliyetleri azaltmıştır. Analog teknolojideki sınırlı içerik, sınırlı bant genişliği ve tek yönlü olan iletim, sayısal teknoloji ile değişime uğramıştır. Sayısal teknolojinin sıkıştırma tekniği, tahsis edilen bant genişliğinde daha çok yayının iletilmesini sağlamıştır. Sayısallaşma, aynı içeriğin farklı şebekeler üzerinden taşınmasını mümkün kılarak yakınsama sürecini güçlendirmiştir.[35]

1.1.3. Yöndeşme (Yakınsama)

Mevcut iletişim teknolojilerinin yeni ürün ve hizmetleri ortaya çıkaracak şekilde birbirine yakınlaşmasını ifade eden yöndeşme kavramı, son yıllarda medya endüstrisinde meydana gelen önemli değişikliklerin arkasındaki itici güç olarak görülmektedir.[36]

Yöndeşme veya diğer bir ifade ile yakınsama, İngilizce “convergence” kelimesindeki ile, birlikte anlamına gelen “con” ve yaklaşma, varma, meyletme anlamına gelen “verge” sözcüklerinin birleşiminden oluşmaktadır. Türkçede yakınlaşma, yakınsama anlamlarında kullanılmaktadır. 1970’li yıllarda iletişim ve enformasyon teknolojilerinde yaşanan teknolojik gelişmeler sonrası kitle iletişim araçlarının birbirleriyle bağlanmasını ifade etmektedir.[37]

---

[34] N. Törenli, 2005, s. 98.

[35] Rekabet Kurumu, “Dijitalleşme ve Yakınsama Bağlamında Televizyon Yayıncılığı Sektör İncelemesi Raporu”, s. 1-2. https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/sektor-raporlari/13-dijitallesme-ve-yaki?AspxAutoDetectCookieSupport=1. (23.01.2021).

[36] Vedat Çakır, Birol Gülnar, “Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Türkiye’de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2007, Sayı: 18, s. 208.

[37] Dilek Beybin Kejanlıoğlu, “*Türkiye’de Yayıncılık Politikası: Ekonomik ve Siyasal Boyutlarıyla Türkiye’de Radyo Televizyon Yayıncılığı”*, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo-Televizyon-Sinema Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1998, s.54.

Geray, yöndeşme kavramını teknolojik, ekonomik ve toplumsal alanda yaşanan çeşitli gelişmeler sonucu kitle iletişimi, telekomünikasyon olarak da adlandırılan iki nokta arasındaki iletişim ve veri iletişimi gibi çeşitli iletişim biçimlerinin birbirlerine yaklaşması, farklılıkların yok olması şeklinde tanımlamaktadır.[38] Törenli ise telekomünikasyonun bilgisayarlaşması ve bunun sonucunda birbirleri ile bağlantı kurabilir hâle gelmesi olarak tanımlamaktadır.[39]

Binark'a göre iletişim teknolojilerinde yaşanan yöndeşme olgusu küçük, bağımsız ve alternatif medyanın gelişmesine zemin hazırlamıştır. Ana akım medyanın gündem belirlemedeki egemenliğine karşı, yerel gündemin bağımsız şekilde oluşturulabildiği haber siteleri ve çevrimiçi yurttaş gazeteciliği olgusu ortaya çıkmıştır.[40] Radyo ve televizyon yayıncılığı için de bu durum geçerlidir. Sayısallaşma ve internet teknolojisi sayesinde ucuz ve kolay bir şekilde internet üzerinden yayınlar yapılabilmektedir.

Sayısallaşma ve geniş bant şebekelerinin ortaya çıkmasıyla telekomünikasyon, radyo ve televizyon yayıncılığı ile bilişim sektörleri arasındaki teknik ve düzenleyici sınırların bulanık ve belirsizleştiğini söyleyen Kibar, yöndeşme sürecini üç kategoride ele almaktadır.

- **Teknik Süreçte Yöndeşme**: Santraller, uydular, kablo kanalları ve arayüzlerin, şebeke seviyesinde ortak kullanımı olarak tanımlanmaktadır. Farklı iletişim araçlarının ortak bir şebeke üzerinden iletim gerçekleştirmesidir.
- **İşlevsel Süreçte Yöndeşme**: Veri yayıncılığı (data broadcasting), sesli yanıt sistemi (audiotex) gibi yeni melez hizmetlerin gelişmesi ile yayıncılık ve telekomünikasyon sektörlerinin işlevlerine ilişkin algıda yaşanan değişimi ifade etmektedir.

[38] H. Geray, 2003, s.19.
[39] N. Törenli, 2005, s. 124.
[40] M. Binark, 2007, s. 22.

- **Kurumsal Süreçte Yöndeşme**: Telekomünikasyon ve yayıncılık altyapısının aynı şirket mülkiyetinde olması ve aynı şirket tarafından telekomünikasyon ve yayıncılık hizmetlerinin birlikte sunulması olarak tanımlanmaktadır. Örnek olarak IPTV hizmeti verilebilir.[41]

Önceleri ayrık olarak tanımlanan radyo, televizyon ve bilgisayar gibi iletişim araçları, mobil cihazları da içine alacak şekilde yöndeşmesi sonucu günümüzde bir bütün olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Kitle iletişim araçlarının yöndeşmesi sonucu televizyon yayıncılığı internet ortamı da dâhil olmak üzere kapsama alanını genişletmiştir.[42]

Yöndeşme ile iletişim araçları kendi kullanım alanlarından çıkarak yepyeni boyutlar kazanmıştır. Örneğin akıllı televizyon üzerinden internete bağlanmak, akıllı telefonlar ile müzik dinlemek, internette gezinmek ve televizyon izlemek gibi. Günümüzde tüm iletişim alanları tek bir cihazda toplanmaya başlamıştır. Tek bir işlevi olan cihaz neredeyse kalmamıştır.

1.1.4. Etkileşim

20. yüzyılda başlayan geleneksel televizyon yayıncılığı bu yüzyılın sonuna kadar bilgi üreten merkez ve bilgi alan çevreden oluşmaktaydı. Yayıncı ve izleyici arasında hiçbir geri beslemenin olmadığı tek yönlü bir ilişki bulunmaktaydı. Bu sebeple izleyici pasif konumda bulunuyordu. Analog yayıncılıktan sayısal yayıncılığa geçiş ile seyircinin içerik üzerinde daha fazla denetim imkânı doğmuştur. Bu sayede etkileşimlilik, bu yeni iletişim sürecinde güçler dengesini değiştirmiştir.[43]

[41] Yunus Şevki Kibar, "Telekomünikasyon ve Radyo-TV Yayıncılığı Sektörleri Arasındaki Yakınsamanın Getirdiği Düzenleyici Sorunlar", HABTEKUS Sempozyumu 08, (2008).
[42] Ergün Bilen, "*İzleyici Ölçümlerinde Kullanılan Yeni Yöntemler ve Ülke Uygulamalarının İncelenmesi",* Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), 2018, s. 5.
[43] Birgül Taşdelen, Mehmet Kesim, "Etkileşimli Televizyon Geleneksel Televizyona Karşı: Televizyon İzleyicisi Ne İster?", *Selçuk İletişim,* 2014, Cilt:8, Sayı: 3, s. 269.

Yeni medyanın en önemli unsurlarından biri etkileşimdir. Etkileşim, TDK tarafından "birbirini karşılıklı olarak etkileme işi" olarak tanımlanmaktadır. Etkileşimlilik (interaction) kelimesi, arasında anlamına gelen "inter" ve hareket etme ya da etkileme anlamına gelen "action" kelimelerinden oluşan ve karşılıklı hareket etme, birbirini etkileme anlamında kullanılmaktadır.[44]

Yayıncılık alanında bilgisayar ve internetin kullanımı ile yaşanan sayısallaşma ve iletişim araçlarının birbirleriyle bağlanması ile geleneksel medyada pasif olarak adlandırılan izleyici davranışı da değişime uğramıştır. Bu yeni iletişim alanında yeni medyanın sunmuş olduğu etkileşim imkânı ile ekran karşısında aktif konuma gelen izleyici, artık kullanıcı olarak adlandırılmaktadır. Etkileşim özelliği ile kullanıcının televizyon üzerindeki kısıtlı olan etkisi artmış, hangi içeriği, ne zaman ve nerede izleyeceğine karar verir duruma gelmiştir. Sayısal yayıncılık ile gelen etkileşim olgusu, internetin, yayıncılık alanında kullanılması ile daha da gelişmiştir.

Etkileşimli televizyon yayıncılığının sunduğu hizmetler incelendiğinde reklam, etkileşimli ticaret, spor bahisleri, kullanıcı kontrolü, ürün kampanyaları, interaktif bankacılık ile isteğe bağlı video ve izle-öde gibi uygulamalar karşımıza çıkmaktadır.[45]

1.1.5. Multimedya

Multimedya kelime anlamı olarak çoklu ortam anlamına gelmektedir. Geleneksel medya araçlarında ses, görüntü ve metin genellikle farklı araçlarda bulunmaktadır. Ancak, yeni medyanın multimedya özelliği ile ses, görüntü ve metin tek bir medya aracında bulunabilmektedir. Birçok işlevin tek bir cihazda toplanması olarak da tanımlanabilir.

[44] Varey'den akt. a.g.m., s. 270.
[45] A. M. Kırık, 2010a, s. 54.

Yeni medyanın iletişim alanına kazandırdığı önemli bir unsur olan multimedya kavramı, günümüzde yeni medya yerine de kullanılmaktadır. Ancak, Kırık bunun yanlış olduğunu belirtmektedir. Ona göre multimedya, yeni medyanın oluşturduğu çoklu iletişim ortamıdır.[46]

Van Dijk, yeni medyanın sahip olduğu multimedya biçemselliği özelliğini göstergelerin, simge sistemlerinin, iletişim çeşitlerinin, farklı veri türlerinin tek bir araçta toplanması olarak tanımlamaktadır.[47] Binark ise iletişimin farklı boyutları (telekomünikasyon, veri iletimi, kitle iletişimi gibi) ile farklı veri türlerinin (imge, ses, metin ve sayısal veri gibi) bir arada bulunması olarak tanımlamaktadır. Yeni medyanın depolama kapasitesi yüksek olduğu için kullanıcısına seçicilik imkânı da sunmaktadır.[48]

Multimedya hizmetlerinin hem ekonomik hem de toplumsal etkileri bakımından yüksel potansiyele sahip olduklarını belirten Özçağlayan, Multimedya hizmetlerini; eğlence hizmetleri (isteğe bağlı ve etkileşimli video ve tele-oyunlar vb.), tele-pazarlama, tele-öğrenme, tele-sağlık gibi tele hizmetler, görüntülü telefon, video konferans ile bilgisayar destekli tasarım, üretim, mühendislik ve elektronik yayıncılık şeklinde sıralamaktadır.[49]

1.2. YENİ MEDYA VE İNTERNETİN YAYINCILIĞA ETKİSİ

İnternet ve sayısal teknolojiler ile bütünleşen yeni medya araçlarıyla birlikte ses, görüntü, veri ve bilgi dolaşımı giderek hızlanmıştır. Bu hızlanma ile başta televizyon olmak üzere tüm kitle iletişim araçları değişime uğramıştır. 2000'li yıllarla birlikte internet hayatımızın önemli bir parçası hâline gelmiştir. Geleneksel televizyon yayınlarını izlemek için ekranın başında oturmak

[46] Ali Murat Kırık, *IP Televizyon Yayın Teknolojisi,* Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2010b, s. 55.
[47] Van Dijk'ten akt. M. Binark, 2007, s. 21.
[48] a.g.e., s. 22.
[49] Mehmet Özçağlayan, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim,* Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1998, s. 147.

zorunlu iken, yeni medya ile günümüzde zamana ve televizyon ekranına bağlı kalmadan internet bağlantısı üzerinden bilgisayar, tablet, akıllı telefon gibi cihazlar ile televizyon izlemek mümkün hale gelmiştir.[50]

Yeni medyanın günümüzde yaygınlaşmasını sağlayan en önemli unsur internettir. İnternet, bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan iletişim ağıdır. Türk Dil Kurumu (TDK), interneti genel ağ olarak tanımlamaktadır. Nurettin Bay interneti basitçe tüm dünya üzerinde bulunan bilgisayar ağlarının birleşmesinden oluşan büyük bir bilgisayar ağı olarak tanımlamaktadır.[51] Ancak bu ağ sadece bilgisayarlardan oluşun bir yapı değildir. Görüntü, müzik, ses ve metinsel içeriklerin sayısal olarak gönderilmesini sağlayan araçların tamamı bu yapıda yer almaktadır.[52]

İnternet, 20. yüzyılın sonlarına doğru radyo ve televizyon yayıncılığında kullanılmaya başlanmıştır. İnternet üzerinden yayın önce radyo ile başlamış, 2000'li yıllarda ise televizyon yayınları internet üzerinden iletilmeye başlanmıştır. İnternet, dünya üzerinde herhangi bir yerde yayın yapan bir yerel televizyon yayınını bile izlemeyi mümkün kılması açısından önemli bir teknolojidir.[53] İnternet teknolojisi, internet üzerinden televizyon yayın teknolojilerinin temel yapısını oluşturmaktadır. Bu sebeple kısaca internetin gelişiminden bahsetmek doğru olacaktır.

İnternet, diğer kitle araçlarında olduğu gibi askerî amaçlar sonucunda ortaya çıkmıştır. İlk ortaya çıkışı Amerikan Federal Hükümeti Savunma Bakanlığı'nın araştırma ve geliştirme birimi "Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu'na (DARPA – Defense Advanced Research Project Agency) dayanmaktadır. 1969 yılında Amerikan Savunma Bakanlığı tarafından bilgisayar ve askeri araştırma projelerini desteklemek için ARPANET isimli bir ağ tasarlanmaya başlanmıştır. Daha sonra bu ağa, ABD'de bulunan bazı

[50] RTÜK, "*Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması",* Ankara, 2018, s. 108.
[51] N. Bay, 2007, s. 57.
[52] H. Geray, 2003, s.20.
[53] A. Aziz, 2013, s. 75-76.

üniversite ve araştırma kuruluşlarının da bilgisayarları katılmıştır. 1973 yılında bu ağ için bir protokol seti geliştirmek amacıyla bir proje başlatılmış ve 1978'e kadar "İletim Kontrol Protokolü" (TCP) geliştirilmiştir.[54] Geliştirilen TCP protokolü 1983 yılından itibaren ARPANET üzerinde kullanılmaya başlanmıştır. 1986 yılında ise Ulusal Bilim Vakfı NSFNet tarafından ilk internet omurga ağı oluşturulmuştur. İnternetin halka açık hala gelmesi ise ancak 1989 yılından sonra olmuştur. 1990 yılında ARPANET kullanımdan kaldırılmış, bu ağın yerini ABD, Avrupa, Japonya ve Pasifik ülkelerinde ticaret ve hükûmet işletimindeki yeni omurgalar almıştır. 1989 yılında Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi CERN'de internet üzerinde yer alan bilgi, dosya ve arşivlere kolay ve hızlı erişmek amacıyla bir çalışma başlatılmıştır. Bu çalışma 1991 yılına geldiğimizde www (World Wide Web) protokolü adını almıştır.[55]

Türkiye'de ise ilk bağlantı ODTÜ'den gerçekleştirilmiştir. 1991 yılında ODTÜ ve TÜBİTAK tarafından internet teknolojisini kullanan yeni bir ağ kurmak amacıyla bir proje başlatılmıştır. Bu proje ile 1993 yılında TCP/IP protokolü üzerinden Amerikan Ulusal Bilim Vakfı (NSF) ile internet bağlantısı sağlanmıştır. İnternet, ilk yıllarında üniversitelerde kullanılmıştır. ODTÜ'nün ardından 1994-96 yılları arasında Bilkent, Boğaziçi, Ege ve İstanbul Teknik Üniversitesinde kullanılmaya başlanmıştır. İnternetin geniş kitlelere ulaşması 1996 yılından sonra olmuştur.[56] 1996 yılında ise ticari kuruluşların ve servis sağlayıcıların internetten faydalanması için TURNET projesi hayata geçirilmiştir. TURNET projesi ile ortaya çıkan İnternet servis sağlayıcılar (ISS), internet hizmetini üçüncü kişilere satmaya başlamışlardır.[57] 2000'li yıllardan itibaren telefon hatları üzerinden ADSL hizmeti sunulmaya başlanan internet, günümüzün vazgeçilmez iletişim teknolojisi olmuştur.

[54] İnternetin Tarihçesi, https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarih%C3%A7esi. (03.01.2021)
[55] İnternet Tarihi, http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php. (03.01.2021)
[56] İnternetin Türkiye'de 25. Yılı, http://internet.org.tr/. (03.01.2021)
[57] Türkiye'de İnternet, https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_internet. (03.01.2021)

Telekomünikasyon ve internet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde, televizyon yayıncılığının tek yönlü yayın aracı olarak tasarlanan doğası değişime uğramıştır. 1980'lerde izleyiciye seçme şansı vermek amacıyla ortaya çıkan VCR (Video Kaset Kaydedici) büyük ilgi görmüş ve sonraki yıllarda VHS kasetleri ve DVD'ler ortaya çıkmıştır. Fiber optik ve lazer teknolojileri ile birlikte çevrimiçi içerik sunan platformların yayıncılık alanına girmesi ile izleyicilere yayını istedikleri zaman izleme gibi planlama özgürlüğü sunulmaya başlanmıştır. Yayıncılıkta yaşanan bu gelişmeler ile toplu olarak ekran önünde ve pasif bir şekilde televizyon izleme alışkanlığı değişmiş ve çoklu medya ve mobil ekranlar aracılığıyla etkileşime izin veren ve doğrusal olmayan yayıncılık hayatımıza girmiştir.[58]

İnternet ve televizyonun yöndeşmesi, programcılar ve dağıtımcılar için maliyet tasarrufu da sağlamıştır. Geleneksel yöntemlerde üretilen içeriklerin farklı formatlara çevrilip birden çok ekrana iletilmesi için formatlar arası dönüştürülmesi gerekmektedir. İnternet sayesinde artık üretilen içeriğin iletilmesi için dağıtımcılara, programcılara ve yayıncılara ihtiyaç duyulmamaktadır. İletim, internet üzerinden doğrudan kullanıcı ya da abonelere gerçekleştirilmektedir.[59]

Kısaca sayısal uydular, sayısal televizyonlar ve internet gibi yeni medya teknolojileri ile radyo ve televizyon yayıncılığında zamana ve mekâna bağlı kalmadan, izleyici istediği içeriği, istediği zaman, istediği kadar izleme ve izlediğini kaydetme gibi birçok imkâna kavuşmuş ve izleme sürecinde daha fazla aktif rol almaya başlamış ve etkileşim artmıştır. Bu sayede Web TV, IPTV, OTT, VoD, Mobil TV gibi yeni iletişim ve yayıncılık ortamları ortaya çıkmış ve yeni hizmet türleri geliştirilmiştir.

---

[58] Birgül Taşdelen, *Yeni Ekran: Etkileşimli ve Kullanıcı Odaklı Televizyon,* Eğitim Yayınevi, Konya, 2020, s. 15.

[59] The Evolution Of TV: TV's Migration To The Cloud, s. 5. https://www.thinkwithgoogle.com/_qs/documents/196/evolution-of-tv-migration-to-the-cloud.pdf (30.01.2021)

1.3. İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETİ

Sayısal yayıncılığın gelişimi, internetin yayıncılık alanında kullanılması ve yeni medya kavramı ile birlikte geleneksel yayıncılıkta köklü değişimler yaşanmış ve yayıncılık alanında yeni hizmet türleri ortaya çıkmıştır. Yeni iletişim teknolojileri ile hayatımıza giren hizmet türlerinden biri de isteğe bağlı yayın hizmetidir.

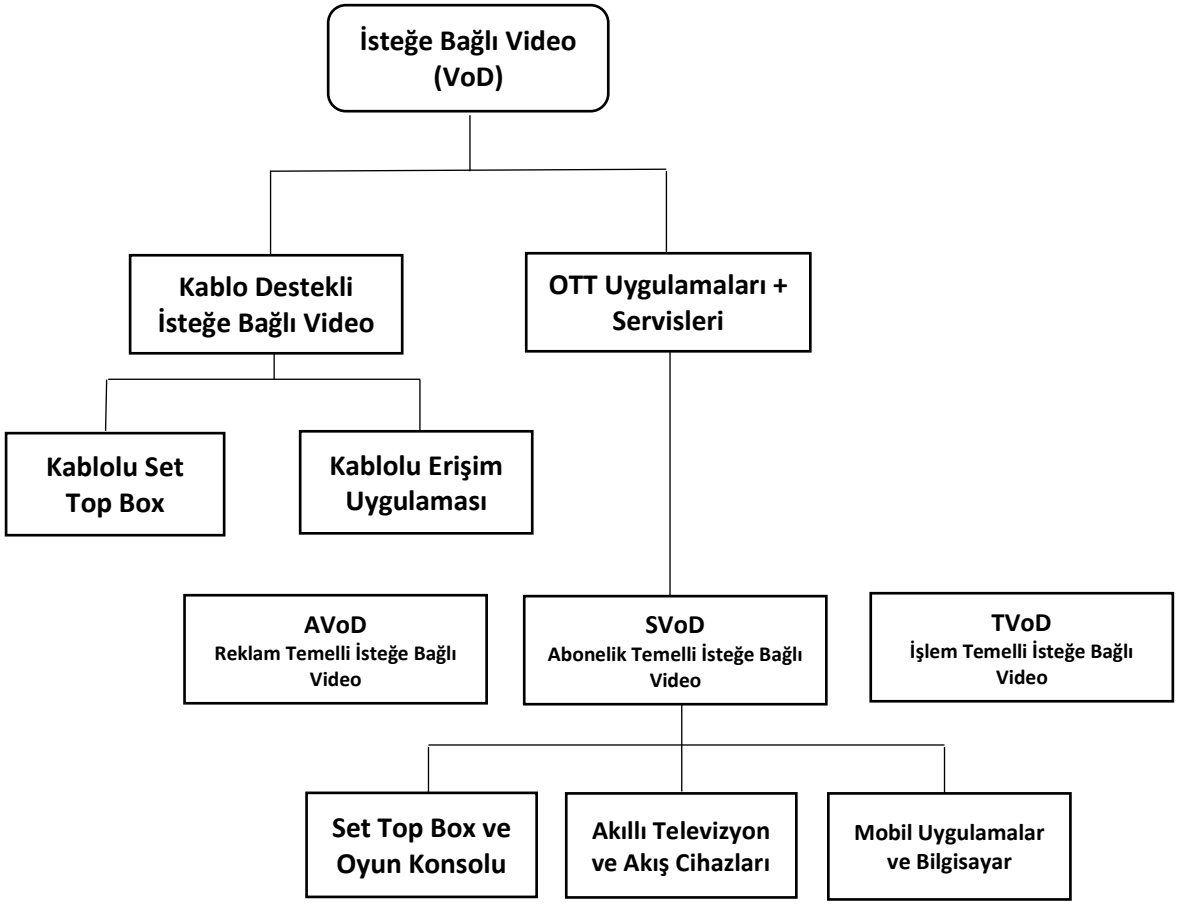
Geleneksel yayıncılıkta 24 saatlik zaman dilimine ayrılmış bir çizelgede yayın planı oluşturulur ve oluşturulan bu plan üzerinde izleyicinin etkisi yok denecek kadar azdır. İzleyici, izlemek isteği program için o yayın saatinde ekran başında olmak zorundadır. Ancak yayıncılıkta yaşanan dönüşüm ile bu durum kökten değişime uğramıştır. Artık izleyici için aktif bir izleme biçiminden bahsedilmektedir. Televizyon, yeni yayın teknolojileri ile birlikte salondan çıkmış ve internete bağlı olan tüm cihazlardan izlenir duruma gelmiştir. Geleneksel televizyonun doğrusal yayın biçimi değişime uğramıştır. İsteğe bağlı yayın hizmetleri gelişmiş ve zamandan ve mekândan bağımsız, bir başka ifadeyle yayın akışsız bir izleme biçimi ortaya çıkmıştır.

İsteğe bağlı yayın hizmeti, RTÜK tarafından *"Programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve/veya münferit isteği üzerine medya hizmet sağlayıcı tarafından düzenlenmiş bir program kataloğuna bağlı olarak izlendiği veya dinlendiği yayın hizmeti"* olarak tanımlanmaktadır.[60] Tanımdan anlaşıldığı üzere bu hizmette geleneksel medyada olduğu gibi sabit bir yayın akışı bulunmamaktadır. İzleyici yerine kullanıcı kavramı gelişmiş ve kullanıcı izlemek istediği içeriği, istediği zaman diliminde kendi seçmektedir.

İsteğe bağlı yayın hizmeti IPTV, Kablo TV ile OTT servisleri veya dijital yayın platformu olarak adlandırılan yayın hizmetleri gibi farklı iletim biçimlerinde var olan bir yayın hizmeti türüdür. İlk olarak sayısal teknolojinin

[60] Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik RG: 01.08.2019, 30849.

yayıncılığa girmesi ile başlamış ve internetin yayıncılık alanına girmesiyle Web TV, IPTV, VoD ve OTT gibi yeni yayıncılık türlerinde kullanılmaya başlanmıştır. İsteğe bağlı video ekosistemi *Şema 1*'de gösterilmektedir.



Şema 1: İsteğe Bağlı Video Ekosistemi[61]

Şema 1'de gösterildiği üzere VoD, özellikle IPTV ve OTT hizmetinin temelini oluşturmaktadır. Bu üç kavram sıklıkla karıştırılan ve zaman zaman birbiri yerine kullanılan terimlerdir. Aralarında keskin bir ayrım olmasa da birbirinden ufak farklarla ayrılan yeni yayıncılık hizmeti ve teknolojileridir.

[61] The Entire OTT Ecosystem in a Nutshell, https://blog.zyp.tv/ott-vs-vod (08.01.2021).

1.3.1. İnternet TV (Web TV)

İnternet TV ya da diğer adıyla Web TV, geleneksel televizyon yayınının internet üzerinden iletilmesidir. Gerçek zamanlı veri akışı sağlayan *video streaming* teknolojisi ile internet üzerinden televizyon yayınları anlık olarak izlenebilmektedir. Ancak Kırık, iletilen bu yayının geleneksel televizyon yayıncılığından tek farkı olarak yayının internet üzerinden yapılmasıdır diye bahsetmektedir. Ayrıca, geleneksel medyada olduğu gibi Web TV'de de etkileşim imkânı bulunmamaktadır.[62] Ancak internet bağlantısı olan her yerden, iletilen yayını izleme imkânı vermesi açısından önemlidir.

Geleneksel televizyonun internet ile iletilmesi dışında sadece internet üzerinden yayın yapın televizyon kanalları da bulunmaktadır. İnternetin olduğu her yerde Web TV'nin izlenebilmesi ve maliyetin düşük olması nedeniyle birçok televizyon kanalı yayınlarını uydu, kablo gibi yayın sistemlerinin yanında internet üzerinden Web TV ile de iletmektedir.

Gelişen yayıncılık teknolojileri sayesinde yüksek çözünürlükte iletilen televizyon yayınlarının sağlıklı izleyebilmesi için güçlü bir internet altyapısı gerekmektedir. Bu nedenle yayının niteliği, izleyicinin bağlantı hızına bağlıdır. Video ve ses dosyalarını indirmeden izleme imkânı sağlaması, içeriklerin çeşitli ve kolay ulaşılabilir olması Web TV'nin avantajları arasında sayılırken, yayın kalitesinin kararlı olmaması ve güvenlik problemleri dezavantajları olarak sayılmaktadır.[63]

Ücretli veya ücretsiz olarak sunulan örnekleri bulunmaktadır. TRT, Show TV, Kanal D gibi ulusal kanalların kendi web siteleri üzerinden yayınlarını iletmesi ücretsiz, D-Smart Go ise ücretli Internet TV'ye örnek gösterilebilir.

---

[62] A. M. Kırık, 2010a, s. 70.

[63] Rıfat Erkek, *Yeni Medya Teknolojilerinin Film Endüstrisine Etkileri: Netflix Örneği,* İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo, Televizyon, Sinema Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019, s. 47.

1.3.2. IPTV (İnternet Protocol TV)

Yayıncılık ve telekomünikasyon sektörlerinde yaşanan yakınsamanın en temel örneği olan IPTV, ses iletimi amacıyla geliştirilen telefon hatlarından standart veya yüksek çözünürlüklü canlı TV yayını ile isteğe bağlı videoları içeren veri hizmetinin sunulmasıdır. İnternet altyapısını oluşturan *IP* (Internet Protokol) ve geniş bant erişim teknolojilerindeki gelişme ve yaygınlaşma ile sayısal sıkıştırma tekniklerinin gelişmesi sayesinde, dünyanın herhangi bir yerinde üretilen içeriklere ulaşmak kolaylaşmıştır. Bu gelişmeler neticesinde ses, görüntü ve verinin tümleşik hali olarak tanımlanan ve tıpkı kablo TV hizmeti gibi geniş bantlı internet hatları üzerinden iletilen sayısal TV hizmeti olan IPTV (Internet Protocol TV) hayatımıza girmiştir.[64]

IPTV, televizyon veya görüntü sinyallerinin, geniş bant internet altyapısı ile İnternet Protokolü (IP) üzerinden son kullanıcıya ulaştırılan sistem olarak tanımlanmaktadır.[65] RTÜK tarafından ise *"Radyo, televizyon yayınları ile isteğe bağlı yayın hizmetlerini geniş bant iletim ve erişim teknolojileri kullanarak belli bir hizmet kalitesinde, özel yönetilen bir ağ üzerinden, DVB-IPTV standartlarında abonelere veya izleyicilere, internet protokolü (IP) uygulanarak set üstü cihaz veya bütünleşik TV alıcıları ile alınmasına imkân tanıyan yayın"* şeklinde tanımlanmaktadır.[66]

IPTV genelde abone sistemi ile çalışmaktadır. Yayını alabilmek için abone olunması gerekmektedir. IPTV'nin çalışma prensibini Cebrail Taşkın şöyle tanımlamaktadır: TV kanalları IP paketlerine dönüştürülerek, geniş bant internet hizmeti üzerinden abonelere iletilir. Abonenin, bir modem ile televizyona bağladığı Set Top Box isimli bir decoder'e ihtiyacı vardır. Abone, Set Top Box kullanıcı arayüzü ile seyretmek istediği TV kanalı veya içeriği

[64] Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, "IPTV Hizmetlerine İlişkin Uluslararası Uygulamalar ve Türkiye İçin Öneriler", s. 1-2. https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/slug/iptv-hizmetlerine-iliskin-uluslararasi-uygulamalar-ve-turkiye-icin-oneriler.pdf. (19.12.2020).

[65] Atıf Ünaldı, "İnternet ve Yayıncılık Birleşiyor", *Emo Elektrik Mühendisliği Dergisi,* Sayı:432, Aralık 2007, s. 23.

[66] Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kablolu Yayın Yönetmeliği, RG: 15.06.2011, 27965.

seçmektedir.[67] IPTV hizmetinde yayın, internet ile aynı kablo üzerinden aktarılır ancak, internet bağlantısından farklı, ayrı bir arabirimden aktarılmaktadır. Böylece IPTV kullanırken internet gezintinizde, internet gezintisi yaparken IPTV hizmetinde herhangi bir yavaşlama olmamaktadır.

İnternet üzerinden ilk televizyon yayını denemesi 1994 yılında ABD'de ABC kanalı tarafından yapılmıştır. 1999 yılında ise İngiltere'de Kingston Communications isimli bölgesel bir telekom şirketi tarafından DSL bağlantısı üzerinden IPTV hizmeti sağlanmıştır.[68]

Türkiye'de ise IPTV ile ilgili çalışmalar 2008 yılında başlamıştır. Türkiye'de faaliyete geçen ilk IPTV hizmeti TTNet tarafından sunulan Tivibu'dur. Tivibu, 2009 yılı Mart ayında başlayıp, bir buçuk yıl süren deneme yayınından sonra, 24 Eylül 2010 tarihinde IPTV Platform İşletmeciliği lisansıyla yayınlarına başlamıştır. TTNet tarafından sunulan IPTV altyapısı; TV yayını, isteğe bağlı içerik yayını, içeriği kaydetme, yayını durdurma, ileri-geri sarma, izle ve öde gibi hizmetler ile internet, oyun, sohbet gibi interaktif servislerden oluşmaktadır. Ayrıca, kişiselleştirilmiş reklam ve ebeveyn kontrolü hizmetlerini vermeye uygun şekilde oluşturulmuştur.[69] Bir diğer IPTV hizmeti ise Turkcell tarafından Superonline internet altyapısı üzerinden sunulan, TV+'dır. 2020 yılı üçüncü çeyrek itibariyle, Tivibu'nun 857.997, TV+'nın ise 811.060 abonesi bulunmaktadır.[70]

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) tarafından temelde üç IPTV iş modeli tarif edilmektedir. Bunlar: İçerik Sağlayıcı (Content Provider), Hizmet Sağlayıcı (Service Provider) ve Şebeke Sağlayıcı (Network Provider)'dır. Her

---

[67] Cebrail Taşkın, "IPTV Mimarisi ve Servisleri", *Birey Eksenli İnteraktif Yayıncılık IPTV*, RTÜK Yayını, 2008, s. 41.
[68] IPTV, https://tr.wikipedia.org/wiki/IPTV. (07.01.2021)
[69] Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, "IPTV Hizmetlerine İlişkin Uluslararası Uygulamalar ve Türkiye İçin Öneriler", s. 33. https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/slug/iptv-hizmetlerine-iliskin-uluslararasi-uygulamalar-ve-turkiye-icin-oneriler.pdf. (07.01.2021).
[70] Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, "Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü", Üç Aylık Pazar Verileri Raporu, s. 88. https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/uc-aylik-pazar-verileri-raporu-2020-3.pdf. (07.01.2021).

bir iş, aynı firmalar tarafından yapılabildiği gibi, ayrı ayrı firmalar tarafından da gerçekleştirilebilmektedir. Uluslararası Telekomünikasyon Birliği tarafından tarif edilen üç iş modeli *Tablo 1*'de gösterilmektedir.

Tablo 1: IPTV İş Modelleri[71]

İçerik Sağlayıcı (Content Provider)	Hizmet Sağlayıcı (Service Provider)	Şebeke Sağlayıcı (Network Provider)
- Sunulan içeriğin sahibi. -Telif hakkı idaresi (DRM) sorumluluğu vardır.	-IPTV hizmetini sunar. -İçeriğin korunması ile müşteri ilişkileri ve yönetiminden sorumludur. -Ücretlendirmeyi gerçekleştirir.	-İçeriğin, IP akışıyla hizmet sağlayıcıdan tüketiciye ulaşmasını sağlar. -Sahip olduğu xDSL, Fiber, Kablo ya da Mobil şebekeleri işletir. -İletim sisteminin yönetim ve kalitesinden sorumludur.

IPTV üzerinden, TV yayını ve isteğe bağlı video hizmeti dışında ayrıca, isteğe bağlı müzik, izle ve öde hizmeti, ağ tabanlı kişisel içerik kaydı (nPVR) ve kişisel içerik kaydı (PVR), kaydedilmiş TV yayınlarını izleme ve TV yayınını durdurma, oyunlar, TV üzerinden internette gezinme ve TV e-posta hizmeti, e-eğitim, e-ticaret hizmeti ile sesli görüşme (VoIP) ve video konferans gibi birçok etkileşimli hizmet sunulmaktadır.[72]

1.3.2.1. IPTV ve İnternet TV'nin Karşılaştırması

İnternet TV ile IPTV temelde benzer sistemler gibi görünse de teknik ve sundukları hizmetler bakımından farklılıklar bulunmaktadır. İki sistem arasındaki temel fark yayının iletim şeklidir. Bu çalışmanın İnternet TV bölümünde bahsettiğimiz gibi internet TV özel bir altyapı üzerinden verilmediği için yayının kalitesi internet altyapısının kalitesine bağlıdır ve kalite garantisi verilememektedir. Ancak IPTV de sunulan hizmet özel bir altyapı üzerinden

[71] Deloitte, "Sayısal TV Yayıncılık", s. 20. http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/deloitte-turkey_tr_tmt_sayisal%20tv%20yayincilik_200911.pdf. (07.01.2021).
[72] C. Taşkın, 2008, s. 57-61.

iletildiği için yayın kalite garantisi verilmektedir. IPTV, abone temelli ve ücretli bir hizmettir. Internet TV ise genelde ücretsiz sunulan bir hizmettir. IPTV yayınını izlemek için bir set top box'a ihtiyaç varken, internet TV ise bilgisayar üzerinden internet tarayıcısı ile izlenmektedir. IPTV'de kullanıcıya daha fazla etkileşim sunulurken, internet TV'de etkileşim kısıtlıdır.

IPTV ile İnternet TV arasındaki farklar *Tablo-2*'de gösterilmektedir.

Tablo 2: IPTV ile İnternet TV Arasındaki Farklar[73]

	IPTV	**İnternet TV**
Kapsama alanı	Operatörün Kapsama Bölgesi	Dünya Geneli
Kullanıcılar	IP adresi ve yeri belirli kullanıcılar	Genellikle bilinmeyen herhangi kullanıcı
Görüntü Kalitesi	TV yayını kalitesi	Şartlara bağlı kalite, garanti yok
Bağlantı Bant Genişliği	1-4 Mbit/sn.	Genellikle 1 Mbit/sn.nin altı
Görüntü Formatı	MPEG-2, MPEG-4, Microsoft VC-1	Windows Media, Quick Time, Flash
Alıcı Cihaz	Set top box bağlanmış TV	PC
Çözünürlük	Tam TV Ekranı	QCIF/CIF (176x144 / 352x288)
Güvenlik Durumu	Yetkilendirilmiş ve korunan kullanıcılar	Yetkilendirilmemiş, korumasız ve güvensiz ortam
Telif	Telif hakları gözetilmektedir	Genellikle telif ödenmemiştir.
Diğer Servisler	EPG ve PVR	Ses ve video iletimi dışında bir hizmet yoktur
Müşteri İlişkileri	Desteklenmekte	Genellikle destek yoktur
Kablo, Uydu ve Karasal Yayınlarla Bütünleşme	Set Top Box aracılığıyla bütünleşme mümkündür	Bütünleşme yoktur

[73] Taha Yücel, "IPTV ve Düzenlemeler", *Birey Eksenli İnteraktif Yayıncılık IPTV,* RTÜK Yayını, 2008, s. 28-29.

1.3.3. OTT TV (Over-The-Top Television)

Her şeyin üstünde veya üstte anlamına gelen "Over-The-Top", sabit veya mobil ağlarda trafik oluşturan çeşitli hizmetlerden oluşmaktadır. Peitz ve Valletti tarafından bu hizmetler: İletişim (Skype, WhatsApp, Facetime), gerçek zamanlı eğlence (Netflix, Hulu, YouTube, Spotify), sosyal ağ (Facebook, Twitter, Instagram), indirme (iTunes, Android Marketplace, Amazon), dosya paylaşımı (Bittorrent, eDonkey), depolama (Dropbox, Google, Apple), video ve bilgisayar oyunları ile web'de gezinme olarak kategorize edilmektedir.[74]

Over The Top (OTT) kavramı, klasik tanım olarak kablo veya telekomünikasyon operatörlerinden geçmeden ses, video ve veri hizmetinin dağıtılması olarak tanımlanmaktadır. Örnek olarak, internet üzerinden ses ve video hizmeti sunan Skype uygulaması verilmektedir. İsteğe bağlı görsel-işitsel hizmetler alanında ise OTT hizmetlerinin farklı tanımlamaları bulunmaktadır. Bazı tanımlar OTT hizmetlerini çevrimiçi erişilen herhangi bir isteğe bağlı görsel-işitsel hizmete benzetirken, bazı tanımlar ise OTT hizmetlerini bilgisayar, tablet, akıllı TV gibi cihazlardan çeşitli uygulamalar aracılığıyla erişilen hizmetlere benzetmektedir. Ayrıca, OTT hizmetleri klasik medya hizmet sağlayıcı ekosisteminin bir parçası olmayan (kablo, IPTV, uydu) yeni paydaşlar tarafından sunulan bir hizmet olarak da tanımlanmaktadır.[75]

Şebekeler üstü hizmet olarak nitelendirilen OTT hizmetleri, elektronik haberleşme ve yayıncılık öğelerini içine alan ve çeşitli hizmetlerden oluşan, içeriğin internet üzerinden son kullanıcıya ulaştırıldığı hizmet türüdür. OTT TV hizmetinde içerik geniş bant bağlantı üzerinden iletilir ancak, görsel-işitsel içeriğin kontrolünde veya dağıtımında bir şebeke sağlayıcısı ya da internet servis sağlayıcının (ISS) kontrolü bulunmamaktadır. İnternet servis

[74] Martin Peitz, Tommaso Valletti, "Reassessing Competition Concerns in Electronic Communications Markets" ZEW Discussion Papers, No. 14-101, (2014), s. 5.
[75] On-Demand Audiovisual Markets İn The European Union, Final Report, 2014, s. 13.

sağlayıcıların tek işlevi içeriği iletmektir.[76] Telif hakkı ve içeriğin denetimi gibi konularda internet servis sağlayıcısının herhangi bir denetimi veya sorumluluğu bulunmamaktadır.

OTT TV'de, internet bağlantısı olan akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayar ve oyun konsolları, DVD/Blu-ray Disc oynatıcılar, televizyonlar ve set-top box'lar aracılığıyla internet üzerinden, Netflix, Amazon Video, HBO Now, Hulu, iTunes gibi servislerin sunduğu içeriğe erişilmektedir.[77]

OTT hizmetlerinde üç iş modeli tanımlanmaktadır. Canlı TV (Live TV), elektronik satış (Electronic Sell-Through – EST) ve isteğe bağlı video (VoD). [78]

- **Canlı TV:** Son kullanıcının izlemesi için içeriğin internete bağlı bir cihaza canlı olarak aktarıldığı bir abonelik biçimidir.

- **Elektronik satış (EST):** Tüketicinin bir dijital içeriği satın aldığı veya süresiz olarak lisansladığı model olarak tanımlanmaktadır. Bu satın alma veya lisanslama, tüketicinin internete bağlı cihazına veya sabit diskine indirilen bir dosya şeklinde veya talep üzerine akış için oluşturulmuş sanal bir depolama ile bulut üzerinden kullanıcının içeriğe erişmesi şeklinde olabilmektedir.

- **İsteğe bağlı video (VoD):** Tüketicinin talebi ile içeriğin internete bağlı bir cihaza indirildiği ya da izlendiği ancak tüketicinin sürekli olarak lisansa sahip olamadığı hizmet türüdür.

OTT TV'nin gelişmesini sağlayan en büyük örnek Netflix'tir. Amazon Prime Video, HBO Now, Hulu, BluTV, Exxen ve Mubi bilinen diğer örnekleridir.

---

[76] Rekabet Kurumu, "Dijitalleşme ve Yakınsama Bağlamında Televizyon Yayıncılığı Sektör İncelemesi Raporu", s. 5-6. https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/sektor-raporlari/13-dijitallesme-ve-yaki?AspxAutoDetectCookieSupport=1. (09.01.2021).
[77] Chris Roberts ve Vince Muscarella, "Defining Over-The-Top (OTT) Digital Distribution", *The Entertainment Merchants Association.* 2015, s. 1-2.
[78] a.g.m., s. 2-3.

1.3.3.1. IPTV ile OTT Hizmetinin Karşılaştırması

IPTV ve OTT TV sundukları hizmet bakımından birbirine benzeyen ve bu yüzden birbirleri ile karıştırılan, iki farklı internet üzerinden yayın hizmeti türüdür. Bu iki hizmeti birbirinden ayıran temel fark iletim için kullandıkları ağ yapısıdır. OTT hizmetinde içerik açık ağ üzerinden iletilirken, IPTV'de ise içerik kapalı ve hizmete özel bir ağ üzerinden iletilmektedir. OTT, var olan açık internet üzerinden iletildiği için yatırım yapmaya gerek duyulmadan çalışmaktadır. Ancak, IPTV'de durum farklıdır. Diğer ağ işlevlerini etkilemeden, görüntü kalitesini sağlamak için yatırım gerektirmektedir. IPTV'nin kapalı ve özel bir ağ üzerinden iletilmesi, onu daha güvenilir kılmakta, izlenmesi kolay ve yüksek kalitede hizmet vermesini sağlamaktadır. OTT hizmetinde ise altyapı açık olduğu için güvenlik ve kalite garantisi bulunmamaktadır. IPTV ile OTT arasındaki temel farklar *Tablo-3*'te gösterilmektedir.

Tablo 3: IPTV ile OTT Arasındaki Temel Farklar[79]

IPTV	OTT
En önem verdiği üç alan: Ağ ölçeklenebilirliği, son kullanıcı uygulamaları ve alt yapıdır.	İçeriği kontrol etmek ve dağıtmak için birden fazla sistem operatörü gerektirmemektedir.
Üç ana bileşen gerektirir: -Özel, IP tabanlı ağa bağlı TV, -IPTV sinyallerini almak, işlemek ve dağıtmak için bir içerik merkezi, -Bir set üstü kutu.	İçerik genel bir İnternet ağı üzerinden, internete bağlı herhangi bir cihaza gönderilir. Set üstü kutu gibi harici ekipman gerekmemektedir.
İçerik, bir ISS'nin kendi altyapısı aracılığıyla sağlanır ve mevcut dijital kablolu TV kurulumlarına benzer, ancak IPTV sinyalleri farklı bir protokol ve farklı ağ kullanılarak iletilir.	Özel bir ağ kullanmaz, altyapı var olan bir operatör tarafından sağlanır.
IPTV hizmet sağlayıcıları, TV kanallarıyla çalışır ve kayıt, tekrar oynatma, ileri-geri sarma gibi seçeneklerle kanal içeriğini dağıtmayı amaçlarlar. İsteğe bağlı video içeriği sunulabilir veya sunulmayabilir.	OTT hizmet sağlayıcıları, dağıtımcılar/prodüksiyon evleri ile birlikte çalışır ve öncelikli olarak isteğe bağlı video içeriği sunmayı amaçlarlar.
IPTV, cihazın geniş bant kablo tabanlı bir bağlantıyla bağlanmasını gerektirmektedir.	OTT, geniş bant tabanlı bir bağlantı gerektirmez. Herhangi bir cihaz verisi veya Wi-Fi üzerinden görüntülenebilir.

[79] Get This Straight: OTT vs IPTV, https://www.muvi.com/blogs/get-this-straight-ott-vs-iptv.html. (16.01.2021)

1.3.4. VoD (Video on Demand – İsteğe Bağlı Video)

İsteğe bağlı video (Video on Demand – VoD) hizmeti, kullanıcısına yayın saati kısıtlaması olmadan içeriklere istediği zaman erişme olanağı tanıyan medya dağıtım sistemidir.[80] Bu servisin ana bileşenleri videoları depolayan ve erişime açan video sunucuları, bağlantıyı sağlayan network ile kullanıcının televizyonuna bağlı set top box'lardan oluşmaktadır.[81] Set top box uydu, kablo veya karasal yayın sinyallerini alarak içeriğe dönüştürüp ekrana gönderen, televizyon ile dışardan gelen sinyaller arasında bağlantı kuran cihaz olarak tanımlanmaktadır. VoD hizmetinde ise IP ağından gelen paketleri alan ve bunları ekranda izlenebilir duruma getiren cihazdır. Cebrail Taşkın set top box'ların işlevlerini; gelen sinyali televizyona uygun formata getirmek, şifrelemeyi çözmek ve şebeke ile haberleşerek EPG verilerini almak şeklinde sıralamaktadır.[82]

Kullanıcı, izlemek istediği içeriği seçmekte, istediği zaman ve istediği kadar izlemekte özgürdür. Bu hizmet türünde kullanıcı sistemde yer alan tüm içerikler için aylık sabit bir ücret ödediği gibi, sadece izlemek istediği tekil içerik için (kiralama/satın alma) belirlenen ücreti ödeyerek de hizmetten faydalanabilmektedir. İsteğe bağlı video, internet ile ortaya çıkan bir hizmet türü değildir. Yayıncılıkta yaşanan sayısallaşma ile ortaya çıkmış ve kablo TV'den, IPTV'ye, dijital yayıncılık platformlarından, OTT TV olarak adlandırılan yayıncılık türlerinde bulunan bir hizmettir.

İsteğe bağlı video, iş modeli olarak 3 kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar AVoD, SVoD ve TVoD'dur.

[80] Video On Demand, https://en.wikipedia.org/wiki/Video_on_demand. (19.12.2020)
[81] C. Taşkın, 2008, s. 49.
[82] a.g.e., s. 54-55.

1.3.4.1. AVoD - Reklam Temelli İsteğe Bağlı Video

AVoD (Advertising Video on Demand) hizmeti, reklam temelli olarak sunulan genellikle ücretsiz bir isteğe bağlı video hizmetidir. Kullanıcıdan ücret talep edilmemektedir. Onun yerine reklam izlettirilmektedir. Gelirlerin büyük çoğunluğu reklama dayalıdır. Ancak bazı durumlarda kullanıcıya sunulan katalogların bir kısmı ücretli olabilmektedir. Bu yöntem *"freemium"* veya karma AVoD/SVoD modeli olarak adlandırılmaktadır.[83] Bazı AVoD hizmetlerinde ise reklam görmek istemeyen kullanıcılara, ücrete dayalı reklamsız abonelikler sunulmaktadır. Örneğin Düşyeri TV platformunda kullanıcılar ücret ödeyerek reklamsız olarak içerikleri izleyebilmektedirler. Düşyeri TV ve Puhu TV, AVoD örnekleri olarak sayılabilir.

1.3.4.2. SVoD - Abonelik Temelli İsteğe Bağlı Video

SVoD (Subscription Video On Demand) hizmeti abonelik temelli sunulan bir hizmet türüdür. Kullanıcılarına, aylık sabit bir ücret karşılığında kataloglarına sınırsız erişim sağlayan bir hizmet olarak tanımlanmaktadır. Kullanıcı aboneliği üzerinde tam kontrole sahiptir ve üyeliğini ne zaman isterse başlatabilmekte veya sonlandırabilmektedir. Kullanıcı neyi, ne zaman ve ne sıklıkla, nerede ve hangi cihaz ile görüntülemek konusunda özgürdür. SVoD hizmetinin rekabetçi argümanı, kataloğundaki içeriğin kalitesi, ucuzluğu ve kişiselleştirilmiş görüntüleme deneyimi yani kullanıcının tercihine göre içerik önermesidir.[84] Kullanıcı her ay ödemesini gerçekleştirdiği sürece içeriklere ulaşabilmektedir.

SVoD, dünyada en çok tercih edilen isteğe bağlı video hizmetlerinden birisidir. 2020 yılında gelişmiş ülkelerde yaşayan yetişkinlerin %50'sinin en az 4 adet çevrim içi aboneliği olacağı öngörülmektedir.[85] En fazla aboneye sahip

[83] Chris Roberts ve Vince Muscarella, "Defining Over-The-Top (OTT) Digital Distribution", *The Entertainment Merchants Association.* 2015, s. 3.
[84] On-Demand Audiovisual Markets İn The European Union, Final Report, 2014, s. 140.
[85] Technology, Media and Telecommucations Predictions Report, 2018, s. 37.

SVoD hizmeti sunan dijital yayın platformu ise Netflix'tir. 2020 yılı üçüncü çeyreği itibariyle Dünya çapında 195,15 milyon ücretli abonesi bulunmaktadır.[86] Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Mubi, Exxen, BluTV, SVoD örnekleri arasında sayılmaktadır.

1.3.4.3. TVoD - İşlem Temelli İsteğe Bağlı Video

TVoD (Transactional Video On Demand), SVoD'nin tersi bir hizmet türüdür. TVoD hizmetine kaydolmak için kullanıcıdan ücret alınmamaktadır. Sadece izlenen içeriğe göre para ödenen bir hizmettir.[87]

SVoD hizmetinin aksine, TVoD'da kataloğa sınırsız erişim imkânı sunulmamaktadır. Onun yerine kullanıcı izlemek istediği içeriği kiralamakta ya da satın almaktadır. Kendi içinde iki alt kategorisi bulunmaktadır. Birincisi, bir içeriğe kalıcı erişim sağlamak için bir kez ödeme yapılan *Electronic Sell-Through* (EST) seçeneği. İkincisi ise kullanıcının daha düşük bir ücret karşılığında bir içeriği sınırlı bir süre için kiraladığı *Download to-Rent* (DTR) seçeneğidir. TVoD hizmeti hak sahiplerine daha yüksek gelir, kullanıcısına yeni içeriğe zamanında erişim imkânı sağlama eğilimindedir.[88] ITunes, Google Play Filmler ve Sky Box Office bu hizmet türüne örnek verilebilir.

1.3.5. VoD ile OTT TV'nin Karşılaştırması

VoD ve OTT TV içeriğin internet üzerinden iletilmesi, isteğe bağlı video hizmeti sunulması ve akıştan bağımsız izleme özelliklerinden dolayı birbirine benzeyen ve çoğu zaman birbirleri ile karıştırılan iki terimdir.

---

[86] Number of Netflix Streaming Subscrebers Worldwide, https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/. (09.01.2021).
[87] Understanding The Difference Between VoD and OTT, https://clipbucket.com/2019/03/07/understanding-the-terms-svod-avod-tvod-and-the-difference-between-vod-and-ott/. (09.01.2021).
[88] What are SVOD, TVOD, AVOD, https://imagen.io/resources/what-are-svod-tvod-avod/. (09.01.2021).

VoD yani isteğe/talebe bağlı video, KabloTV, IPTV ve OTT TV ile sunulan bir servis veya bir hizmet çeşididir. OTT TV ise bir teknoloji ve yayın iletim türüdür. OTT TV dağıtım modeli (internet üzerinden gönderilen video içeriği) üzerinden, VoD'nin ise tüketim modeli (isteğe bağlı gönderilen video içeriği) üzerinden tanımlanmaktadır. Ayrıca, OTT TV daha çok tüketiciye dönük medya hizmetleriyle ilgilenirken, VoD tüm endüstriyi ve sektörü kapsamaktadır. OTT TV'de canlı TV varken, VoD'de canlı TV bulunmamaktadır.[89] VoD ile OTT TV'nin benzer ve ayrılan yönleri *Tablo-4*'te gösterilmiştir.

Tablo 4: VoD ile OTT Hizmetlerinin Benzer ve Ayrılan Yönleri[90]

VoD	VoD ve OTT	OTT
-Kablo veya uydu hizmeti aracılığıyla dağıtılan isteğe bağlı içerikler (Türksat Kablo TV İ-Kutu veya Bein Medya İzle-öde servisi)	-Kablo alternatifi (internet) ile iletilen isteğe bağlı akış içerikleri (Netflix, BluTV vb.)	-İnternet üzerinden sunulan canlı yayınlar (Spor veya canlı haberler) -Akış yoluyla sunulan planlı yayınlar (Hulu, Sling TV)

[89] VoD Streaming: What it is and How it is Relates to OTT, https://www.wowza.com/blog/vod-streaming-what-it-is-and-how-it-relates-to-ott. (17.01.2021)
[90] a.g.s., (17.01.2021)

İKİNCİ BÖLÜM

ETKİ ARAŞTIRMALARI, EBEVEYN KONTROLÜ, ÇOCUK VE GENÇLERİN KORUNMASI

Kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerindeki etkisi sorunu kitle iletişim araçların ilk çıktığı günden itibaren araştırma ve tartışma konusu olmuştur. Bu etki sorusu üzerinden farklı görüşler ortaya atılmış, birçok kuram ve model geliştirilmiştir. Tezin bu bölümünde ilk olarak, ilk dönem kitle iletişim araştırmaları alanındaki etki paradigmasından söz edilecektir.

Etki paradigması içinde yer alan kuramlara baktığımızda medyanın toplum üzerinde doğrudan, dolaylı güçlü veya zayıf etkileri olduğu varsayılmaktadır. Etki araştırmaları ile ortaya konulan medyanın toplum üzerindeki etkileri konusunda özellikle yaşamlarının en savunmasız ve etkiye en açık döneminde olan çocukların medya karşısında korunması gerekliliği üzerinden ebeveyn kontrolü kavramı ve bu alanda yaygın olarak kullanılan araç ve uygulamalara değinilecektir. Ayrıca konu ile ilgili olarak Türkiye dâhil dünyada bazı ülkelerin almış olduğu yasal düzenlemeler incelenecektir.

2.1. ETKİ ARAŞTIRMALARI

Kitle iletişimi olgusu matbaanın bulunması ile başlamış, gelişen teknolojiye bağlı olarak aynı anda birden fazla alıcıya ulaşma imkânı artmış ve kitle iletişim kuramlarının temeli bu dönemde atılmıştır.[91] Kitle iletişim araştırmaları 1900'lü yıllarda kitle basınının siyasal etkileri ve film ve radyonun ahlaksal ve toplumsal sonuçlarına duyulan ilgi ile başlamıştır. İletişim

[91] Murat Pazarbaş, "Kitle İletişiminde Temel Kavramlar 'Co-Oryantasyon Modeli'", *Akdeniz İletişim Dergisi,* Sayı: 19, Haziran 2013, s. 127.

araştırmalarının kökeni eğitim, propaganda, telekomünikasyon, reklam, kamu ve insan ilişkileri alanlarının etki ve verimliliğini arttırmak ve bu etki ve verimliliği sınamak isteğine dayanmaktadır.[92] Kitle iletişim araçları, ortaya çıktığı dönemden itibaren bu araçların toplum ve birey üzerindeki etkileri üzerinden tartışılmıştır. Kitle iletişim araçlarının bireyler üzerinde az ya da çok, uzun ya da kısa vadeli, güçlü ya da zayıf etkisi olduğu varsayılır. İletişim araştırmaları bu etki sorusu üzerinde yoğunlaşmıştır.[93] Etki araştırmaları, iletişim biliminin ayrı bir disiplin hâline gelmeye başladığı 1920'ler ile 1970'lere kadar iletişim biliminde büyük yer tutmuş ve ana akım medya çalışmalarının yoğunlaştığı alan olmuştur.[94]

Etki araştırmalarına göre medyanın etkileri her dönem aynı olmamıştır. Yıllar içinde medyanın etkileri konusunda farklı değerlendirmeler ve tanımlamalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalar, genel olarak üç döneme ayrılmıştır. 1930'ların sonlarına kadar *güçlü etkiler* dönemi, 1940 ve 1960 yılları arası *sınırlı etkiler* dönemi ve son olarak 1960'lardan sonra ise farklı yaklaşımlar ile *güçlü etkiye geri dönüş* dönemi olarak adlandırılmaktadır.

2.1.1. Güçlü Etkiler Dönemi

1900'lü yıllardan başlayarak 1930'lara kadar bu ilk dönem çalışmalar, iletişim araçlarını görüş ve inançları biçimlendiren, yaşam alışkanlıklarını değiştirebilen, insanların davranışlarını yönlendiren önemli bir güç olarak görmekteydi. İki dünya savaşının merkezinde olan bu dönemde yapılan çalışmalar propaganda aracılığıyla tutum ve davranışların nasıl değiştirilebileceği yönündeki yaklaşım ve teorilere yoğunlaşmaktadır.[95]

[92] Dennis McQuail, Sven Windahl, *İletişim Modelleri,* (Çev. Konca Yumlu), İmge Kitapevi, Ankara, 2010, s. 20.
[93] N. Timisi, İstanbul, 2011, s. 142.
[94] Mehmet Emin Begtimur, "Ana Akım Etki Araştırmalarının Sınırlılıkları", *Arel EYSAD, Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 2, Kasım 2018, s. 63.
[95] Nilüfer Timisi Nalçaoğlu, *Kitle İletişim Kuramları,* İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Lisans Programı, İstanbul, s. 41.

Dönemin egemen düşüncesi ve yaklaşımı kitle iletişim araçlarının etkilerinin güçlü ve sınırsız olduğu yönündedir.

Amerikalı siyaset bilimci Harold D. Lasswell 1948 yılında yazdığı makalede "Lasswell Formülü" olarak bilinen iletişim sürecinin öğelerini gösteren modeli oluşturmuştur. Lasswell bir iletişim eylemini; Kim?, Ne söyler?, Hangi kanal ile?, Kime?, Ne gibi bir etki ile? sorularını yanıtlayarak açıklanabileceğini belirtmektedir. Bu formül ilk dönem iletişim modellerinin tipik bir özelliği olan ileticinin alıcıyı etkilemek amacı ve iletişimin iknaya yönelik bir süreç olduğu kabul edilmektedir. Gönderilerin her zaman alıcı üzerinde bir etkisi olduğu varsayılmaktadır.[96] Lasswell'in bu formülü tek yönlü bir iletişim modeli olarak tasarlanmıştır. Alıcı pasif konumdadır ve geri besleme bulunmamaktadır. Hipodermik iğne, sihirli mermi, uyarıcı-tepki olarak da bilinen bu model ana akım iletişim çalışmalarının temelini oluşturmaktadır. Bu yaklaşıma göre kitle iletişim araçlarından iletilen gönderilerin alıcı üzerinde deri altına enjeksiyon edilen bir şırınga ya da sihirli mermi gibi doğrudan ve anında bir etkide bulunduğu varsayılmaktadır.[97] Bu gibi modeller kitle iletişim araçlarının yarattığı etkiyi abartma eğiliminde olmuşlardır. Ancak, Lasswell'in bu eğilimi o dönem siyasal iletişim ve propagandaya olan ilgisi düşünüldüğünde şaşırtıcı değildir. Çünkü Lasswell'in formülü propaganda analizine uygun düşmektedir.[98]

1910'lardan itibaren başlayan güçlü etkiler dönemi televizyon ile birlikte yoğunlaşmıştır. İzleyici nasıl etkilenir?, medya satın alma veya oy verme davranışları üzerinde belirleyici midir? gibi sorulara yanıt bulmak amacıyla oluşturulan deneysel çalışmalar ile etkilerin nasıl işlediği ve sonuçlarının ne olduğu tam olarak ortaya koyulamasa da, ana akım iletişim araştırmaları tarihi

[96] D. McQuail, S. Windahl, 2010, s. 29.
[97] Levent Yaylagül, *Kitle İletişim Kuramları,* Dipnot Yayınları, Ankara, 2016, s. 56.
[98] D. McQuail, S. Windahl, 2010, s. 29.

genel olarak medyanın etkilerinin ne olduğuna ilişkin modeller ve teorik yaklaşımlar üzerinden ilerlemiştir.[99]

2.1.2. Sınırlı Etkiler Dönemi

1950'li yıllarla birlikte iletişim araştırmalarında yapılan çalışmalar sonucunda *güçlü etkiler* dönemi sona ererek yerini *sınırlı etkiler* dönemi olarak adlandırılan bir döneme bırakmıştır. Yapılan çalışmalar sonucunda medyanın düşünüldüğü kadar alıcı üzerinde doğrudan bir etkisi olmadığı anlaşılmıştır. Bu dönemde izleyici ön plana konulmuştur.

Amerika Decatur bölgesinde yürütülen ve 1955'te yayımlanan "Kişisel Etkiler" (Personel Influence) araştırması, kitle iletişim araştırmaları ve etki araştırmaları açısından önemlidir. Bu araştırma ile Lazarsfeld, *iki aşamalı akış* isimli kuramını geliştirmiştir.[100] *İki aşamalı akış* kuramına göre kitle iletişim araçlarının etkisi kamuoyu önderleri isimli aracı kişilerin etkisine bağlıdır. Kamuoyu önderleri diye adlandırılan kişiler medya içeriklerini yoğun şekilde tüketen ve bu içerikleri kendi yorumları ile mesajları yeniden biçimlendiren ve kitlelere aktaran kişiler olarak tanımlanmaktadır. Kamuoyu önderinin etkinliği toplumda gördüğü saygı ve güvene bağlıdır. *İki aşamalı akış* ve kamuoyu önderi yaklaşımı tutum ve davranışlar üzerindeki medya etkisini kısa dönemli etkiler olarak görmektedir.[101]

Sınırlı etkiler döneminin sonlarına doğru iletişim araştırmalarında değişim yaşanmış ve medya insanlara ne yapıyor? sorusundan insanlar medya ile ne yapıyor? sorusuna bir yönelme yaşanmıştır. Bu dönemde Elihu Katz tarafından geliştirilen *kullanımlar ve doyumlar* kuramı karşımıza çıkmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı Katz'ın araştırma ve

[99] Nilüfer Timisi Nalçaoğlu, *Kitle İletişim Kuramları,* İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Lisans Programı, İstanbul, s. 42-43.
[100] Eric Maigret, *Medya ve İletişim Sosyolojisi,* (Çev. Halime Yücel), İletişim Yayınları, İstanbul, 2014, s. 102.
[101] L. Yaylagül, 2016, s. 59-60.

çalışmalarına dayanmaktadır. Katz, insanların toplumsal ve psikolojik ihtiyaçları olduğunu belirtir. İnsanlar bu ihtiyaçlarını gidermek için medya ve diğer kaynaklardan birtakım beklentilere girer ve medyaya maruz kalma neticesinde bu ihtiyaçlarının bazılarını giderirler. Bu yaklaşıma yönelik araştırmalar 1960-70 yılları arasında yapılmıştır. Farklı araştırmalara rağmen insanların sosyal ve psikolojik ihtiyaçları olduğu ve bu ihtiyaçları doyurmak için medya içeriklerine yöneldikleri ön kabulü, yapılan araştırmaların ortak özelliğidir. İlk dönem etki araştırmalarının aksine izleyici ve tüketici pasif konumda değildir. Bu yaklaşım ile izleyiciye belli bir düzeyde aktiflik atfedilmiştir.[102]

2.1.3. Güçlü Etkiye Geri Dönüş

Kitle iletişim araçlarının gücünün tek yönlü olmadığı ve sınırlı etkileri olduğu yönündeki görüşlere rağmen 1970 ve 1980'lerde eleştirel kuramın gelişmesi ile kitle iletişim araçlarının sadece sosyal etkinin tarafsız kanalları olmadığı, ekonomik ve siyasal gücü olanların avantajlarını aktardığı yönündeki algılamayı kuvvetlendirmiştir.[103] *Güçlü etkilere geri dönüş* olarak adlandırılan dönemin öncü isimleri Elisabeth Noelle Neumann ve George Gerbner olmuştur.

Neumann tarafından geliştirilen *suskunluk sarmalı* yaklaşımına göre insanlar, kendi düşünceleri toplumun egemen genel düşüncesinden farklı olduğu zaman toplum tarafından dışlanma korkusu yaşarlar ve düşüncelerini dile getirmezler. Medya tarafından işlenen konular toplumun genel görüşünü yansıtmaktadır. Medyada sunulan görüşe katılmamak ve aksini savunmak insanlar için güçtür ve pek çok insan kendi görüşlerini dile getirmekten kaçınmaktadır. Dışlanma korkusu nedeniyle insanlar sessiz kalmaya devam etmektedirler.[104]

[102] a.g.e., s. 62-63.
[103] D. McQuail, S. Windahl, 2010, s. 23.
[104] L. Yaylagül, 2016, s. 84.

Suskunluk sarmalı kuramı gibi Gerbner tarafından 1960'larda ortaya atılan *ekme kuramı* da etki geleneği içerisinde yer alır ve televizyon izlemenin izleyicilerin gündelik yaşam hakkındaki düşüncelerini etkileyip etkilemediğini araştırmaktadır. Ekme kuramına göre televizyonun etkisi uzun dönemlidir ve bu etki azar azar, dolaylı ve zamanla birikerek gerçekleşir. Televizyon izlemenin etkisi izleyici davranışlarından çok tutumları üzerindedir. Örneğin televizyonda şiddet içeriği izlemek doğrudan şiddet davranışına sebep olmamaktadır. Ancak, dünyadaki şiddet hakkında insan zihnini biçimlendirmektedir. Gerbner'e göre medya, bir kültürde var olan egemen değer ve tutumları ekmektedir.[105]

Bu dönem yapılan bir diğer önemli çalışma Maxwell McCombs ve Donald L. Shaw tarafından ortaya atılan *gündem belirleme/kurma* yaklaşımıdır. 1968 yılında Amerikan Başkanlık seçimlerinde gündem belirleme modeli ile kararsız seçmenlerin kararlarının nasıl etkilendiği araştırılmıştır. Seçimler sırasında medyanın önemli gördüğü olayların seçmenler tarafından da önemli olaylar olarak görülmeye başlandığı ve medyanın kurduğu gündem ile izleyici ve okuyucuların dünyalarını biçimlendirdiği görülmüştür. Bu kurama göre insanlar dünyada neler olduğunu anlamak için medyaya bağlıdır. Ancak, kitle iletişim araçları meydana gelen bazı olaylara daha çok ilgi gösterirken, bazılarını ise görmezden gelebilmektedir. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının daha çok önemli gördüğü konular toplumun da gündeminde önemli olacaktır. Medyanın görmezden geldiği konular ise önemini yitirecektir. Kuramın temel varsayımına göre izleyicilerin hem hangi konularla ilgileneceklerini hem de konu ile ilgili ne derece ilgileneceklerini medya belirlemektedir. Kısaca gündem kurma yaklaşımı, medyanın insanların nasıl düşüneceklerini belirlemediğini, ancak ne hakkında düşüneceklerini belirlediğini ifade etmektedir.[106]

Kitle iletişim araştırmaları ile medyanın izleyiciler üzerinde etkilerinin araştırmasında yıllar içinde farklı kuram ve görüşler gündeme gelmiştir. Kitle

[105] a.g.e., s. 76.
[106] a.g.e., s. 80-83.

iletişim araçları içinde en önemlilerinden biri olan televizyonun, kitleler üzerinde önemli etkileri olduğu kabul edilmektedir. İletişim araçlarının etkileri söz konusu olduğunda en çok tartışılan konuların başında medya içeriğinin çocuklar üzerindeki etkileri gelmektedir. Çünkü çocuklar hem bedensel hem de zihinsel bakımdan tam erginliğe ulaşmamıştır ve dolayısıyla etkiye daha açık, istismar ve sömürüye karşı savunmasızdırlar. Bu sebeple çocukların gelişimine zarar verebilecek medya içeriklerine karşı özel korumaya gereksinim duydukları genel kabul edilen bir görüştür.[107] Gelişim dönemlerinde her türlü etkiye açık olan ve günümüzde doğdukları andan itibaren medya ile çevrili olan çocukların, televizyonun olası etkilerinden korunması önem arz etmektedir. Özellikle yeni medya araçları ile günümüzde çocukların hayatlarında önemli bir yere sahip olan televizyonun, çocuklar ile ilişkisine bakmak yerinde olacaktır.

2.2. MEDYA VE ÇOCUK İLİŞKİSİ

Günümüzün benzeri olmayan bağlantılı dünyasında, bilgilerin büyük çoğunluğu bize medya tarafından birçok biçimde iletilmektedir. Medya ile öğrenir, anlar, diğer insanlar ve dünya ile bağlantı kurar, eğlenceli deneyimler yaşarız. Medyanın, bizimle olduğu gibi çocukların dünyasında da çok önemli bir yeri vardır. Çocuklar artık doğdukları andan itibaren medya ile çevrilidirler. Medya platformları ve içerikler, çocukların çevrelerinin, aile yaşamlarının, eğlence ve oyun zamanlarının, öğrenme ve sosyal beceri gelişimlerinin bir parçasıdır.[108]

Ertürk, çocukları yarının yetişkinleri olarak görmemiz gerektiğini ve çocukların yetişkinlere göre daha yönlendirilebilir, etki altına alınabilir olmalarından dolayı, onların ileride karşımıza çıkacak yetişkin zevkinin belirleyicisi olacaklarını belirtmektedir. Ertürk'e göre çocuğun gelişim sürecine

[107] Ruhdan Uzun, "Çocukların Medyadan ve Medyada Korunması: Çocuklara Yönelik Etik Davranış Kurallarının İncelenmesi", *Akdeniz İletişim Dergisi,* Sayı 22, 2014, s. 153.
[108] *Media Regulatory Authorities and Protection of Minors,* Council of Europe, Strasbourg, 2019, s. 11.

etki eden toplumsal değişkenler içerisindeki "medya etkisi" artık kaçınılmaz olmuştur ve teknolojide yaşanan sürekli ve hızlı gelişim paralelinde medyanın yetişkinlere hitap ettiği kanısı, yerini çocukların göz ardı edilmemesi gerekliliği bilgisine dönüştürmüştür.[109]

20. yüzyılda hayatımıza giren televizyon 1980'ler sonunda hem dünyada yaşanan toplumsal dönüşümler hem de devlet kanalları yanında özel kanalların yayın hayatına başlamasıyla Türkiye'de yaygınlaşmış ve yaşamın önemli bir parçası hâline gelmiştir. Günümüzde televizyon yaşam tarzımızı belirleyen, duygu ve düşüncelerimizi yönlendiren, tutum, değer ve davranışımızı etkileyen bir güç hâline gelmiştir. Ayrıca televizyonun hayatın merkezine gelmesiyle çocuklar için aile, okul gibi önemli toplumsallaşma araçlarına televizyon da eklenmiştir. Çocuklar, ekrandaki karakterlerden model alma yoluyla etkilenmekte ve şiddet, tüketim, cinsellik ile yaş ve cinsiyet gibi sosyal rolleri televizyon ile öğrenmektedirler.[110]

Çocuk ve televizyon arasındaki ilişki eğlence amaçlıdır. Bir çocuğu eğlenmek dışında başka bir amaçla televizyon karşısına oturtmak zordur. Bu noktada çocuk ve televizyon arasındaki ilişki bağlılıktan, bağımlılık ilişkisine doğru ilerlemektedir. Amerikalı medya araştırmacısı Neil Postman, içinde bulunduğumuz yüzyılda çocukların medyanın etkisi ile çocuk olma özelliklerinin ortadan kalktığını belirtir ve televizyonun çocuklar için rahat ulaşılan bir araç olmasından dolayı çocukların yetişkinler için hazırlanan içerikleri rahatça izleyebildiklerini ifade eder. Televizyon oldukça etkili bir kitle iletişim aracıdır ve salt olumsuz yönleri vardır denilemez. Ancak, televizyonun pratiğine baktığımızda birçok olumlu davranışın yerine geçen ve daha az beceri ile işlev gören bir araç niteliğindedir. İzleyici çekebilmek için televizyon programlarının çoğu hafif ve eğlenceye kaçan özellikler barındırmaktadır. Bu

[109] Y. D. Öztürk, İstanbul, 2011, s. 49.
[110] Hasan Hüseyin Taylan, *Televizyon ile Yetişmek: Televizyon Şiddetinin Etkileri Üzerine Bir Araştırma*, Çizgi Kitapevi, Konya, 2011, s. 27.

durum programların niteliğinin düşük olmasına neden olmaktadır.[111] En etkili, en yaygın ve en çok tüketilen medya mecrasının televizyon olduğundan bahseden Şirin, televizyona alışmış izleyicinin ondan uzaklaşmasının zor olduğunu belirtir. Şirin'e göre televizyon alışkanlığı modern dünyanın yaygın medya hastalığıdır. Televizyon kolay ulaşılan, izlemesi kolay ve okuma-yazma bilmeyi gerektirmeyen bir medya aracıdır. Televizyonun medya türlerinin odağı konumuna gelmesini bu kolay ulaşılıp, izlenmesi ile görsel-işitsel, elektronik ve dijital medyadan beslenmesi sağlamaktadır. Merkez konumda olması ve kolay ulaşılması nedeniyle çocukların televizyon izleme alışkanlıkları kolaylaşmıştır. Medya ile çevrili bir dünyaya doğan çocuk, "televizyon çocuğu", "ekran çocuğu" olarak adlandırılmaktadır. Bebeklikten itibaren ekran ile tanışan, beş-altı yaşında televizyon izlemeyi öğrenen bu yeni çocuk, yetişkinle aynı ekrana bakarak, yetişkin ile aynı içerikleri izlemektedir. Televizyon yaş, eğitim düzeyi ve hiyerarşi aramayan serbest ve herkese açık bir iletişim aracıdır.[112] Çocuklar hiçbir ön bilgi edinmeden küçük yaşlardan itibaren kendilerini televizyon karşısında bulmaktadırlar. Televizyonun gösterdiği her şeye bakan çocuklar, kendi kendilerine bilinçli veya bilinçsiz tercih yapamazlar. Televizyon içerikleri yetişkinler tarafından hazırlanır, denetlenir ve çocuğa aktarılır. Çocuklar neleri izlemesi neleri izlememesi bilincinden yoksundurlar. Çocuklar neyi, nasıl ve neden seyredeceklerini bilmeden televizyon izleyicisi olmaktadırlar.[113]

Medya ve çocuklar üzerine yapılan araştırmalar, medyanın onlar üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabileceğini göstermektedir. Televizyonun çocuklar üzerinde tüketim toplumu bireyi olmaları, cinsel kimliğin oluşması ve karşı cinsle olan ilişkisi, anne-baba ile ilişkisi, şiddet eğilimleri, okumaya, düşünmeye ve başarıya etkisi, kültürel yabancılaşma ve dildeki yozlaşma ile kimlik oluşumu ve çocukluğun yitirilişi gibi konularda belli başlı etkileri olduğu değerlendirilmektedir. Televizyonun gelişmekte olan çocuk beyni için olumsuz etkileri nedeniyle çocukların televizyon izleme

[111] Mevlana Çakıral, *Televizyon Kıskacında Çocuk ve Subliminal Mesajlar,* Ferfir Yayınları, İstanbul, 2016, s. 10.
[112] M. R. Şirin, İstanbul, 2015, s. 13-17.
[113] a.g.e., 2015, s. 45-46.

alışkanlıklarının kontrol edilmesi gerektiği ortaya konulmuştur. Çocukların dikkatlerini toplama süreleri kısadır. Bu sebeple televizyonda hızla akan görüntüler çocuklarda konsantrasyon ve dikkat dağınıklığına neden olabilmektedir.[114] Ancak Mutlu, özellikle etkileşimli televizyon yayıncılığının, yani izleyicinin elindeki kumanda ile içeriği seçebildiği ve içerik üzerinde öyküye müdahil olma, film ya da dizide karakterin davranışı konusunda karar alabilme gibi aktif şekilde yer alması gibi olanakları sağlayan teknolojik gelişmelerin, çocukların öğrenmelerini kolaylaştırdığı ve eleştirel izleme becerilerini geliştirdiğini belirtmektedir.[115] Ayrıca bazı televizyon programlarının çocukta istenen sosyal davranışı geliştirmede, paylaşma ve yardımlaşma duygusu aşılama, zihinsel gelişim sürecini hızlandırma, erken ve etkin öğrenmeyi geliştirme, dil gelişimi ve çocuğun birey olarak gelişimine büyük katkıları bulunmaktadır.[116]

Televizyon karşısında kaliteli zaman geçirmek mümkündür, ancak, burada ebeveynlere görev düşmektedir. Televizyon içeriğinin toptan zararlı olmadığı bilincine vararak çocuk ve gençlerin bu televizyon ile neler yaptığını kontrol ederek daha güvenli bir ortam oluşturmak gerekmektedir. Şirin, iletişim araçlarının etkileri incelenirken, ilk hedef olarak çocukların gösterildiğini ancak, vurgunun aileye yapılması gerektiğini belirtmektedir. Çünkü çocuklar, televizyon ve diğer medya araçlarını kullanmayı ve tüketmeyi aile ortamı içinde öğrenmektedir. Medya kullanma ve tüketme alışkanlığı ailede kazanılır ve aile içinde biçimlenmektedir.[117] Çok televizyon izlenilen bir ailede yetişen çocuk çok televizyon izleme eğilimi gösterecektir. Burada sorumluluk ebeveynlere düşmektedir. Televizyon ekranında her şey herkese açıktır ve çocuklar sadece çocuk programları izlememektedir. Yetişkin programları izleyen çocuklar büyüdüğü duygusuna kapılır ve çocuk programlarından uzaklaşmaya, onları

[114] Güven Büyükbaykal, "Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* Sayı 28, 2007, s. 35.
[115] Erol Mutlu, *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya,* Ütopya Yayınevi, Ankara, 2005, s. 174.
[116] Alev Önder ve Asude B. Dağal, "Okul Öncesi Çocukların Annelerinin 'Benimle Oynar mısın?' Çocuk Programını Kalite Kriterlerine Göre Değerlendirmesi", *II. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi,* 2005, s. 174.
[117] M. R. Şirin, İstanbul, 2015, s. 23.

izlememeye başlar ve bu durum erken olgunlaşma duygusu oluşturmaktadır.[118]

Geleneksel televizyonun yeri salondu ve aile ile birlikte izlenilen bir konumdaydı. Bu durumda kontrol etmesi ve çocukların ne izlediklerini takip etmek kolaydı. Ancak günümüzde televizyon her yerden izlenen bireysel bir eyleme dönüşmüştür. İnternet, akıllı telefonlar, dijital platformlar vb. araçlar ile birlikte izleme biçimi değişmiş ve ebeveynler için kontrol edilmesi zor bir duruma gelmiştir.

Dijital çağda büyüyen çocuklar için etkileşimli medya yeni bir olgu değildir. Teknolojik gelişmeler ile birlikte bilgisayar ve diğer akıllı cihazların erişilebilir olması, internetin yaygın olarak kullanılması ile etkileşim artmış ve etkileşimli medya deneyimi modern çocukluk döneminin başat unsuru haline gelmiştir. Yeni medya araçlarının sunduğu imkânlar, çocukların çok erken yaşlardan itibaren görselliğin ve çoklu ortamın etkin olduğu bir hipergerçeklik içerisinde yaşamalarına neden olmuştur.[119] Günümüzde çocukların yeni medya deneyimleri ebeveynlerine göre daha gelişmiştir. Çocuklar yeni medya araçlarını yetişkinlere göre daha iyi kullanmaktadır. Anne ve babanın yeni medya deneyimleri yoksa çocuğun yeni medya kullanma biçimi öne geçmektedir.[120]

Timisi, yeni medyanın yaygınlık kazanması, enformasyon kanalları ve miktarının artması, medya alanının ticarileşmesi gibi nedenlerle çocukların medya karşısında korunması konusunda politika üretmenin küresel bir sorumluluk ve zorunluluk haline geldiğinden bahseder. Timisi'ye göre bu alandaki politika süreci, insan yaşamının en korunmasız dönemi olan çocukluk döneminde özel önlemler almaya ve bunların uygulanmasını takip etmeye

[118] a.g.e., 2015, s. 14.
[119] Nur Cemelelioğlu Altın, *"Çocuk Gelişiminde Bir Eğitim Aracı Olarak Etkileşimli Medya Tasarımı ve Müze Deneyimi"*, (Ed.) Ali Murat Kırık, *Yeni Medyada Çocuk ve İletişim,* Çizgi Kitapevi, Ankara, 2019, s. 69-70.
[120] M. R. Şirin, İstanbul, 2015, s. 23-27.

dayanmaktadır. Radyo ve televizyon gibi geleneksel iletişim araçları karşısında çocukların ve yetişkinlerin iletişim sürecine müdahaleleri sınırlı olmaktadır. Ancak internet, geleneksel medyadan farklıdır bu konuda. İnternette mesaj, önceden belirli bir kaynak tarafından seçilip, hazırlanıp, denetlenerek ulaşmamaktadır. Mesaj anında ve herhangi bir denetlemeye tabi tutulmadan sunulmakta ve alıcı tarafından istenildiği zaman ulaşılabilmektedir. Bu anındalık ve denetlenmesindeki zorluklar nedeniyle çocuklar istenilen içerikler yanında istenmeyen içeriklere de maruz kalmaktadırlar. Aile merkezli olan ve çocukların ebeveynleri tarafından korunması politikası ön planda olan geleneksel medya, internetin gelişi ve teknolojide yaşanan gelişmeler ile bireysel yapılan bir etkinlik haline dönüşmüştür. Ancak Timisi'ye göre çocuk yetişkin değildir ve gelişim süreçleri bu sürece uygun olmayan iletişime maruz kalındığında zarar görmektedir.[121]

Çocuklar yeni olana daha açıktır ve ebeveynlerin çocuklarının yeni medya ile ne yaptıklarını bilmek ve kendine uygun olanı seçmek için bu yeni medya alanını öğrenmesi gerekmektedir. Televizyonda geçirilen zamanın azaltılması, bilinçli kullanımının sağlanması, yaşa uygun içeriklerin izlenmesi gerekmektedir. Televizyon kökten kötüdür, zararlıdır demek yanlış olacaktır. Artık vazgeçilmez bir noktaya gelmiştir. Önemli olanın televizyonun nasıl kullanıldığı ve onunla neler yapıldığıdır. Teknoloji ile birlikte televizyonun zararlı etkilerini azaltacak, çocukların kendi yaş gruplarına uygun içeriği izleyebilecekleri ve görmemeleri, duymamaları gereken içeriklere erişmelerinin önüne geçilebilecek birçok ebeveyn kontrolü araç hayatımıza girmiştir. Ancak bunların neredeyse tamamı için farkındalık gerekmektedir. Bu tür araçları kullanmak ebeveynlerin sorumluluğundadır.

2.3. EBEVEYN KONTROLÜ ARAÇLARI

Ebeveyn kontrolü veya ebeveyn denetimi, çocuk ve gençlerin internette, televizyonda veya diğer medya araçlarında yaşlarına uygun olmayan, onlar

[121] N. Timisi, İstanbul, 2011, s. 142-144.

için zararlı olabilecek içeriklere erişimlerinin sınırlanması, engellenmesi anlamına gelmektedir. Bu sayede ebeveynler, çocuklarının medya kullanımını kontrol edebilir, sınırlama getirebilir veya tamamen engelleyebilmektedirler. Ebeveyn kontrolü denilince genellikle çocuk ve gençlerin çevrimiçi ortamlarda korunması akla gelmektedir. Ancak, geleneksel televizyon dâhil birçok medya aracını içine alan geniş bir kavramdır. Görsel-işitsel medya alanında ebeveyn kontrolünün ilk örnekleri olarak çoğu televizyon veya uydu alıcıda bulunan çocuk kilidi veya kanal kilidi olarak adlandırılan şifreleme sistemi gösterilmektedir. Televizyon veya uydu alıcısında yerleşik olarak bulunan uygulama ile istenilen kanala 4 haneli bir şifre konulmaktadır. Bu sayede o kanalın şifre girilmeden izlenmesi engellenmektedir. Ancak, günümüzde geleneksel televizyonun değişmesi ile birlikte bu sistemlere yenileri eklenmiş ve bu araçlar çeşitlenmiştir.

Görsel-işitsel medya hizmet sağlayıcılar tarafından ebeveynlerin, çocuklarının ne izlediğini takip etmek, izlemesini istemediği içeriği kontrol etmek ve onları medyanın zararlı içeriklerinden korumak için çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır. Bu araçların sunumu Türkiye dâhil birçok ülkede yasal olarak zorunlu tutulmakta ya da kullanılması tavsiye edilmektedir. Bu araçlar koruyucu sembol sistemleri, pin/şifre uygulaması, çocuk profili ve içerik kısıtlama gibi çeşitlilik göstermektedir. Tüm bu ebeveyn kontrolüne yönelik uygulamalar “aktif izleyici” tanımına uygun araçlardır.

Görsel-işitsel medya alanında teknik ilerleme çok hızlı olmaktadır. Bu yüzden çocuk ve gençlerin korunmasını zorlaştırmaktadır. Ancak, bu teknik ilerlemeler sayesinde onları daha iyi korumak için yeni araçlar geliştirme yeteneği de artmaktadır. Medya şirketleri ve düzenleyici kurum ve kuruluşlar arasındaki iş birliği aracılığıyla ebeveyn kontrolü araçları en verimli şekilde kullanma ve ebeveynlere çocuklarını içinde bulunduğumuz dijital çağda güvenli bir şekilde yetiştirme imkânı sunulmaktadır.[122]

[122] Protection of Minors in The Audiovisual Media Services: Trends & Practices, ERGA Raporu, 2017, s. 4.

Medyanın yöndeşmesi ile çocuk ve gençlerin korunması konusu çok yönlü hale gelmiş ve özellikle ebeveynleri farklı araçlardan oluşan bir teknoloji ile tanışmaya zorlamıştır. Çocuk ve gençleri korumaya yönelik bu araçlardan bazıları yasa koyucular, bazıları ise özerk girişimler tarafından belirlenmiştir. Geleneksel tek ekranlı bir ortamda, ebeveynlerin çocuklarının ne izlediklerini denetlemesi oldukça kolaydı. Koruyucu saatler uygulaması ile çocuklar için uygun olmayan programların yayınlanabileceği saatleri belirlemek veya içeriğin hangi yaş grupları için uygun olduğuna dair yaş sınıflandırmaları göstermek bu geleneksel tek ekranlı ortam için uygulaması kolay araçlardı. Ancak günümüzde birbiri ile bağlantılı çok ekranlı ortama geçiş ile bu durum daha zor ve karmaşık duruma gelmiştir. Korumalı saatler ve yaş sınıflandırması yanında çocukların bazı içeriklere, TV veya isteğe bağlı yayın hizmetlerinde erişmesini kısıtlamak için çeşitli teknolojik önlemler bulunmaktadır.[123] Bu önlemlerin neler olacağı çoğu yasa koyucu tarafından özel bir şekilde belirlenmemiştir. Bu tür araçlarda temel amaç normal şartlar altında çocuk ve gençlerin, yaşlarına uygun olmayan içerikleri duymasının ve görmesinin engellenmesine yöneliktir. Çalışmanın bu kısmında medya hizmet sağlayıcılar tarafından yaygın olarak kullanılan ebeveyn kontrolünü sağlayan araçlara değinilecektir.

2.3.1. Akıllı İşaret / Koruyucu Sembol / Derecelendirme Sistemi

6112 sayılı kanunun "Tanımlar" başlıklı 3. Maddesinin "j" bendinde koruyucu sembol sistemi "*Yayın hizmetinin içeriği hakkında izleyicilerin bilgilendirilmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcılar tarafından kullanılan ortak sembolleri"*[124] şeklinde tanımlanmıştır. Akıllı işaretler veya koruyucu sembol sistemi, televizyon yayınlarının içeriğiyle ilgili bilgilendirici bir sınıflama sistemidir. Koruyucu sembol sistemi, televizyon yayıncıları ile anne babaların,

[123] Francisco Javier Cabrera Blazquez, Maja Cappello, Sophie Valais, "The Protection of Minors in a Converged Media Environment" *European Audiovisual Observatory,* IRIS plus 2015-1, s. 7.
[124] 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun RG: 03.03.2011, 27863.

çocukları ve gençleri televizyonun olası zararlı etkilerinden koruma sorumluluğunu yerine getirmede onlara yardımcı olmak üzere tasarlanmıştır.

Televizyon için uygulanan bu sınıflandırma sistemi, televizyon endüstrisi tarafından, ailelerin çocuklarını televizyonun zararlı içeriğinden koruyabilmeleri için geliştirilmiştir.[125] Koruyucu simge kullanımına dayanan TV sınıflandırma sistemleri 1990'lardan itibaren dünyada geniş kabul görmektedir. Ülkeler kendi ihtiyaçları ve kültürel yapısına uygun olarak sınıflandırma sistemleri geliştirmekte ve kullanmaktadır. ABD, Belçika, Fransa, Danimarka, Almanya, Hollanda gibi pek çok Avrupa ülkesinde devlet, yayın kuruluşları ya da kamu yararına çalışan kurumlar tarafından bu tür koruyucu sistemler geliştirilmekte ve kullanılmaktadır.[126]

Ülkemizde 2006 yılında hayata geçirilen bu sistem, programın olası zararlı içeriği ve hangi yaş grubuna uygun olduğuna dair iki konuda izleyiciye bilgi vermektedir.

- Programın olası zararlı içeriğine ilişkin: Şiddet ve korku, cinsellik ve örnek oluşturabilecek olumsuz davranışlar (ayrımcılık, alkol, sigara ve madde kullanımı, yasa dışı davranışlar, kaba konuşma ve küfür) olarak belirlenmiştir.
- Programın hangi yaş grubuna uygun olduğuna ilişkin: Dört yaş grubu belirlenmiştir. Tüm izleyici, 7 yaş, 13 yaş, 18 yaş.[127]

[125] Defne Özonur, "Televizyon Programlarını Sınıflandırma Sistemleri 'Akıllı İşaretler' Ne İşe Yarar?", *Global Media Journal TR Edition,* Cilt: 6, Sayı: 12, Bahar 2016, s. 217.
[126] Ferhunde Öktem, Melike Sayıl, Sevilay Çelenk Özen, "Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi" Kodlayıcı Eğitim Kitapçığı, Ankara, 2006, s. 3.
[127] Akıllı İşaretler Nedir?, https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=1&mid=3 (12.02.2021)

İki konuda bilgi veren akıllı işaretler sistemi *şekil 1*'de gösterilmektedir.



Şekil 1: Koruyucu Semboller ve Anlamları[128]

Ülkemizde uygulanan sistemde bir programın hangi türde zararlı içerik taşıdığı ve hangi yaş grubunun izlemesi için uygun olduğunu belirlemek için "Kodlama Formu" geliştirilmiştir. Sınıflama sistemine dâhil tüm programlar için yayıncı kuruluşun görevlendirdiği bir kodlayıcı tarafından elektronik ortamda bu kodlama formu doldurulur ve verilen yanıtlara göre hangi sembolün kullanılması gerektiği otomatik olarak çıkmaktadır. Çıkan sonuca göre program başlamadan önce ilgili sembol ekranda gösterilmektedir.[129]

Ülkemizde koruyucu sembol sisteminin kullanılması zorunludur ve yayınlanacak programa göre birden fazla sembol birlikte kullanılabilmektedir. Genel izleyici ve 7+ sembollerine sahip programlar herhangi bir saatte yayınlanabilirken, 13+ sembolüne sahip bir program saat 21.30'dan sonra, 18+ almış bir program ise saat 24.00'den sonra yayınlanabilmektedir. 13+ ve 18+ sembollerinin, yayın süresince ekranın bir köşesinde sabit ve sürekli olarak kalması gereklidir ve ayrıca 13+ ve 18+ sembollerinin ilgili programın tanıtım

[128] Semboller ve Anlamları, https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=2&mid=4 (12.02.2021)
[129] Akıllı İşaretler Nedir?, https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=1&mid=3 (12.02.2021)

duyurularında da gösterilmesi gerekmektedir. Canlı yayınlanan programlar, haber bültenleri, reklamlar, spor müsabakaları ve dini tören yayınları için sembol olması zorunlu değildir.[130]

Benzer sistemler birçok ülkede kullanılmaktadır. Doğrusal yayın yapan televizyon yayınları için başlayan uygulama doğrusal olmayan isteğe bağlı yayın hizmetlerinde de uygulanmaktadır.

2.3.2. Korumalı Saatler (Watershed)

Koruyucu veya korumalı saatler RTÜK tarafından, çocuk ve gençlerin, yayınları izleme veya dinleme ihtimali olduğu zaman dilimi olarak tanımlanmaktadır. Bu saatler 24:00 – 05:00 saat aralığı dışında kalan zaman dilimi olarak belirlenmiştir. Yayıncı kuruluş, korumalı saatlerde koruyucu sembol kullansa dahi çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türdeki içerikleri yayınlayamamaktadır.[131]

İngiliz düzenleyici kuruluş Ofcom tarafından korumalı saatler, çocuklar için uygun olmayabilecek televizyon programlarının yayınlanabileceği zaman aralığı şeklinde tanımlanmaktadır. Ofcom'a göre bu saat 21:00'dır ve bu saatten önce televizyonda nelerin gösterilebileceği konusunda katı kurallar bulunmaktadır. Saat 21:00'da başlayan korumalı saatler sabah 5:30'a kadar sürmektedir.[132]

ABD'de ise Federal İletişim Kurulu FCC, çocukların izleme ve dinleme riskinin olduğu 06:00 ile 22.00 saatleri arası korumalı saatler olarak belirlemiştir.[133]

---

[130] Bunları Biliyor musunuz?, https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/spots?spotTarget=doYouKnow (12.02.2021)
[131] Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik RG: 02.11.2011, 28103.
[132] What is the watershed?, https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/advice-for-consumers/television/what-is-the-watershed (12.02.2021)
[133] Obscene, Indecent and Profane Broadcasts, https://www.fcc.gov/consumers/guides/obscene-indecent-and-profane-broadcasts (12.02.2021)

Dünyada birçok ülkede yayıncılık için bu tür korumalı saatler belirlenmiştir. Ülkenin kültürüne ve yaklaşımına göre bu saatler değişmektedir. Ancak bu tür korumalı saat uygulaması genellikle ücretsiz yayın yapan geleneksel televizyon yayıncılığında uygulanmaktadır. Bazı ülkelerde paralı üyelik gerektiren kanal ve yayınlar için bu saatler uygulanmamaktadır. İnternet üzerinden üyelik ile erişilen ve bir katalog üzerinden erişilen isteğe bağlı yayın hizmetlerinde bir yayın akışı olmadığı için bu tür bir korumalı saatler belirlenmesi mümkün olmamaktadır. Avrupa Birliği ülkeleri arasında isteğe bağlı video konusunda korumalı saat uygulayan tek ülke Fransa'dır. İsteğe bağlı video hizmetinde 16 yaş altı çocuklar için uygun olmayan içerikler 22:30 ve 05:00 saatleri dışında halka açık ve kolayca erişilebilir olarak ücretsiz sunulmamalıdır kuralı getirilmiştir.[134]

2.3.3. Yaş Sınırlaması

Yaş sınırlaması özelliği günümüzde çoğu geleneksel yayıncılık ve isteğe bağlı yayıncılık türlerinde kullanılan bir ebeveyn kontrolü aracıdır. Ülkemizde akıllı işaretler sisteminde kullanılan ve programın hangi yaş grubuna uygun olduğunu gösteren dört yaş grubu bunun bir örneğidir. Buna benzer yaş sınırlaması sistemleri isteğe bağlı yayıncılık hizmetlerinde de kullanılmaktadır. Ancak, bu tür bir sistem geleneksel yayıncılık için sadece yayının kimler için uygun olduğu ya da olmadığı yönünde bir uyarı niteliğindedir. Çocuk ve gençlerin bu tür yayınları görmesini engelleyen bir araç bulunmamaktadır. Medya hizmet sağlayıcı kuruluş sorumluluğu izleyiciye bırakmaktadır. İsteğe bağlı video hizmetlerinde ise yaş sınırlaması katı bir şekilde uygulamaya daha elverişlidir. Belirlenen yaş sınırına uymayan bir içerik pin/çocuk kilidi gibi araçlar ile çocukların göremeyeceği veya duyamayacağı şekilde engellenebilmektedir.

[134] Protection of Minors in The Audiovisual Media Services: Trends & Practices, ERGA Raporu, 2017, s. 34.

Yaş sınırlaması ülkeden ülkeye değişmektedir. Bazı ülkelerde geleneksel televizyon için kullanılan sistem isteğe bağlı yayınlar içinde kullanılırken bazı ülkelerde isteğe bağlı yayın hizmetleri için ayrı sınırlar belirlenmektedir. Birleşik Krallıkta VoD içerikleri için bir yaş derecelendirmesi veya sınıflandırma sistemi bulunmamaktadır. Ancak, çoğu medya hizmet sağlayıcı kuruluş VoD içerikleri için geleneksel yayıncılıkta uyguladıkları yaş sınıflandırma sistemini uygulamaktadır.[135]

Yaş sınırlaması veya sınıflandırması isteğe bağlı yayın hizmetlerinde içeriğin tanıtım sayfasında ya da içeriği açınca ekranın bir köşesinde görünür şekilde yer almaktadır. Ancak, bazı VoD hizmetlerinde ebeveyn kontrolü aktif edilmişse, belirlenen yaş grubu için içerikler filtrelenerek hiçbir şekilde görülmemesi sağlanabilmektedir.

2.3.4. Pin Kodu / Çocuk Kilidi

Pin kodu veya çocuk kilidi yayıncılıkta uzun süredir kullanılan bir ebeveyn kontrolü aracıdır. Sayısallaşma ile birlikte yıllardır çoğu televizyon ve uydu alıcısında çocuk kilidi özelliği bulunmaktadır. Ancak, bu tür özellikler tamamen üreticinin eklediği ve yayıncı ile alakası bulunmayan araçlardır. Ebeveyn tarafından, çocuğunun görmesini istemediği bir televizyon kanalı şifrelenebilmektedir. Bir kanal şifrelendiğinde, dört haneli pin kodu girilmeden izlenmesi mümkün olmamaktadır.

Bu şifreleme sistemi günümüzde Web TV, IPTV ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinde de kullanılmaktadır. Ebeveynler belirli içerikleri tek tek şifreleyebildikleri gibi, belirli türdeki içerikleri de şifreleyebilmektedirler. Örneğin Netflix'te mevcut içerikleri tek tek seçerek pin eklenebilmektedir. Ya da beş farklı yaş grubunda (Genel izleyici, 7+, 13+, 16+ ve 18+) tüm içerikler şifrelenebilmektedir. Pin Kodu aracı çocuk ve gençlerin izledikleri içerikleri kontrol etmek açısından etkili bir ebeveyn kontrolü aracıdır.

[135] a.g.r., s. 35.

2.3.5. Çocuk Profili

İsteğe bağlı yayıncılık hizmetlerinde kullanılan bir başka ebeveyn kontrolü aracı çocuk profilidir. İsteğe bağlı yayın hizmetlerinde kullanıcının birden fazla profil oluşturmasına izin verilmektedir. Her kullanıcı kendi profiline girerek içeriklere erişebilmektedir. Birçok isteğe bağlı yayıncılık hizmetinde oluşturulan bu profillerin, "çocuk profili" olarak ayarlanabilmektedir. Çocuk profili seçildiğinde kullanıcı sadece çocuklara özel ve onların yaş grubuna uygun olan içeriklere erişebilmektedir. Örneğin Netflix'te 4 adet profil oluşturulabilmektedir ve oluşturulan her bir profil için ayrı ayrı yetişkinlik düzeyi seçilebilmektedir. Ayrıca, her bir profile erişim için pin kodu zorunluluğu getirilebilmektedir. Böylece uygulamaya giren bir çocuk sadece çocuk profiline erişim sağlayabilmekte, diğer yetişkin profillerine pin kodunu girmeden erişememektedir.

2.3.6. Çocuklara Özel Uygulama / Oynatıcı

Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar tarafından sağlanan VoD hizmetlerinde nadir de olsa sadece çocuklara yönelik uygulama ve oynatıcılar bulunmaktadır. Danimarka'nın ulusal yayın kuruluşu olan DR'nin çocuklara yönelik iki ayrı oynatıcısı vardır. Bunlar 3-6 yaş çocuklar için *Ramasjang,* 7-12 yaşındakiler için ise *Ultra*'dır. Yine Danimarka'da yayın yapan TV2 isimli yayıncı kuruluşun çocuklar için ayrı bir oynatıcısı bulunmaktadır. Bir diğer özel çocuk oynatıcısına sahip VoD hizmeti sunan yayıncı Norveç'ten NRK'dır. 2-12 yaş arası çocuklar için ayrı bir oynatıcı sunmaktadır. Son olarak Birleşik Krallık'ta yayın yapan SKY televizyonunun "Sky Kids" isimli çocuklara özel bir uygulaması bulunmaktadır. Uygulama ile çocuğun içeriği ne kadar süre izleyebileceğine sınırlama getirilebilmekte ve uyku vakti gibi özel ayarları bulunmaktadır. Uygulamada çocuklara uygun isteğe bağlı içerikler bulunmakta ve farklı yaşlardaki çocuklara farklı içerikler sunulmaktadır.[136] Son olarak dijital

[136] a.g.r., s. 49.

müzik, podcast ve video içerikleri sunan Spotify'da da çocuklar için hazırlanmış "Spotify Kids" isimli ayrı bir uygulama bulunmaktadır.[137]

2.4. ÇOCUKLARIN KORUNMASINA YÖNELİK YASAL DÜZENLEMELER

Çocuk haklarının korunmasına ilişkin temel belge, çocuk haklarına yönelik BM sözleşmesidir. Çocuk haklarının korunmasına yönelik kapsamlı standartlar içermekte ve ayrım gözetmeksizin tüm çocukları kapsayan ilk uluslararası belge niteliği taşımaktadır. Sözleşmeye göre çocuk kavramı, 18 yaşın altında ve özel bakıma ihtiyaç duyan savunmasız bir grup olarak tanımlanmaktadır.[138]

Televizyonun her evde bulunması, teknolojik gelişmeler ile birlikte televizyonun artık her yerden izlenebilmesi neticesinde, televizyon ile büyüyen çocukları televizyonun olası etkilerinden korumak hem daha zor duruma gelmiş hem de bu alanı daha da önemli kılmıştır. Hem dünyada hem de ülkemizde bu konuda yasal düzenlemeler yapılmış ve yapılmaya devam edilmektedir. Çalışmanın bu bölümünde çocuk ve gençleri medyanın olası etkilerinden korumak için bazı ülkelerde yapılan yasal düzenlemeler incelenecektir.

2.4.1. Türkiye'de Yapılan Yasal Düzenlemeler

Ülkemizde medya alanında çocuk ve gençleri korumak amacıyla koruyucu ve önleyici politikalar yürüten kurumlardan birisi RTÜK'tür. 1994 yılında mülga 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'un yürürlüğe girmesi ile kurulan RTÜK, radyo ve televizyon faaliyetlerini düzenlemekle görevli Anayasanın 133. Maddesi kapsamında özerk ve tarafsız bir kamu tüzel kişiliğidir. RTÜK'ün faaliyetleri arasında

[137] Spotify Kids, https://support.spotify.com/tr/article/spotify-kids/ (18.08.2021)
[138] *Media Regulatory Authorities and Protection of Minors,* Council of Europe, Strasbourg, 2019, s. 11-12.

çocukların ve gençlerin yayınların olumsuz etkileri konusunda bilgilendirme çalışmaları yapmak yer almaktadır. Üst Kurulun almış olduğu müeyyide kararlarının önemli bir kısmını çocuklar için zararlı yayın içerikleri oluşturmaktadır. Hassas bir alan olan bu konu ile ilgili RTÜK tarafından, çocuk ve gençlerin olumsuz yayın içeriklerinden korunmasına yönelik bazı projeler hayata geçirilmiştir. Akıllı işaretler sembol sistemi, medya okuryazarlığı dersi, iyi uykular çocuklar projesi, çocuk web ve medya okuryazarlığı web siteleri ile ilgili çalışmalar ve projeler yürütülmektedir.[139]

6112 sayılı Radyo ve Televizyon Yayınlarının Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un çeşitli bölümlerinde çocuk ve gençleri korumaya yönelik bazı yasal düzenlemeler yer almaktadır. 6112 sayılı Kanun'un "Tanımlar" başlıklı 3. Maddesinin "j" bendinde koruyucu sembol sistemi tanımlanmıştır. Koruyucu sembol "*Yayın hizmetinin içeriği hakkında izleyicilerin bilgilendirilmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcılar tarafından kullanılan ortak sembolleri"*[140] ifade eder şeklinde tanımlanmaktadır. Koruyucu sembol sistemi tanımdan da anlaşılacağı üzere sadece çocuklara yönelik değildir. Yetişkin ve ebeveynleri de ilgilendirmektedir. Aynı kanunun "Yayın Hizmeti İlkeleri" başlıklı 8. Maddesinin 2. bendinde "*Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamaz"*[141] hükmü getirilmiş ve çocuk ve gençlere zarar verebilecek türdeki yayınlara zaman kısıtlaması getirilmiştir. Yayın hizmeti usul ve esasları hakkında yönetmelik ile çocuk ve gençlerin, yayınları izleme ve dinleme ihtimali olduğu 24:00-05:00 saat aralığı dışındaki zaman dilimi "koruyucu saatler" olarak tanımlanmıştır.[142]

[139] RTÜK Hakkımızda, https://www.rtuk.gov.tr/hakkimizda/1749 (09.09.2021)
[140] 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun RG: 03.03.2011, 27863.
[141] a.g.k.
[142] Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik RG: 02.11.2011, 28103.

Sayısallaşma ve internet ile birlikte geleneksel televizyon değişmiş ve yeni yayın iletim türleri ortaya çıkmıştır. 6112 sayılı Kanuna bu gelişmeler ile birlikte bu yeni yayın türleri de eklenmiştir. Söz konusu Kanunun "Yayın hizmeti ilkeleri" başlıklı 3. Maddesinin 2. bendinde "*İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetlerinin, bunların bu tür hizmetleri normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür"*[143] hükmü getirilmiştir. Konu ile ilgili olarak ayrıca, Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmeliğin "Çocukların Korunması" başlıklı 21. Maddesinin 1. fıkrasında *"İnternet ortamından yayın lisansı verilen medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile yayın iletim yetkisi verilen internet yayın platform işletmecileri, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde yayınlara ebeveyn kontrolünü sağlayıcı tedbirleri almakla yükümlüdür."*[144] hükmü ile internet ortamında da çocuk ve gençleri korumaya yönelik tedbirlere yer verilmiştir.

Yapılan düzenlemelerde ticari iletişim konusunda da bazı tedbirler alınmıştır. 6112 sayılı Kanunun "Yayın hizmetlerinde ticari iletişim" başlıklı 9 Maddesinin "ç" bendinde "*Çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar vermemek, deneyimsizliklerinin veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın almaya veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemek; çocukları reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almak için ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik etmemek; çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemek veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemek"* hükmü ile aynı maddenin 7. bendinde "*Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve maddeler içeren yiyecek ve içeceklerin ticari iletişimine, çocuk programlarıyla birlikte*

[143] 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun RG: 03.03.2011, 27863.
[144] Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik RG: 01.08.2019, 30849.

veya bu programların içinde yer verilemez"[145] hükmü getirilmiştir. Ayrıca çocuk programlarında ürün yerleştirmeye de izin verilmemektedir.

2.4.2. Amerika Birleşik Devletleri'nde Yapılan Yasal Düzenlemeler

Amerikan Federal İletişim Komisyonu FCC tarafından elektronik medyanın çocuklar tarafından güvenli bir şekilde kullanılmasını teşvik etmek amacıyla ebeveynlere yönelik, günümüz karmaşık medya ortamında çocukların güvenliğini arttırmak için çeşitli çalışmalar yapılmıştır. FCC tarafından, 1 Ocak 2000 tarihinden itibaren üretilen 13 inç ve daha büyük televizyonların "V-Chip" içermesi zorunluluğu getirilmiştir. V-Chip, ebeveynlerin çocuklarının televizyon izleme alışkanlıklarını denetlemelerine yardımcı olmaya yarayan bir ebeveyn kontrolü aracıdır.[146] V-Chip ile çocukların izlemesi istenmeyen programlar engellenebilmektedir. TV endüstrisi tarafından, çoğu televizyon programı için ebeveyn yönergelerine göre bir derecelendirme atanmaktadır. Bu derecelendirme programın içeriği ve hangi yaşa uygun olduğu hakkında bilgi vermektedir. Derecelendirmede ücretli kablo TV kanallarındaki haberler, spor programları ve filmler hariç tutulmaktadır. Ebeveynler V-Chip ile iki unsura göre programları engelleyebilmektedir. Programın uygun olduğu yaş grubuna göre yaşa dayalı bir derecelendirme ve bir programın müstehcen diyalog (D), kaba dil (L), cinsellik (S) ve şiddet (V) gibi içerdiği unsurları belirten içerik tanımlayıcılarıdır. Yaşa ve içeriğe dayalı bu derecelendirme sistemi her programın ilk 15 saniyesinde ve genellikle reklam aralarından sonra ekranın sol üst köşesinde görülmektedir. Ayrıca, televizyonlar dışında, içerisinde bir televizyon alıcısı bulunan ve 13 inçten daha büyük monitörü olan kişisel bilgisayarlarda da V-Chip bulunması zorunludur.[147] V-Chip dışında benzer işlevi yerine getiren ve

[145] 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun RG: 03.03.2011, 27863.
[146] Parents, https://www.fcc.gov/general/parents (20.02.2021)
[147] The V-Chip, https://www.fcc.gov/consumers/guides/v-chip-putting-restrictions-what-your-children-watch (20.02.2021)

çoğunlukla medya hizmet sağlayıcıların kendi sistemleri için gönüllü olarak oluşturdukları ebeveyn kontrolü araçları da bulunmaktadır.

2.4.3. Birleşik Krallık'ta Yapılan Yasal Düzenlemeler

İngiliz düzenleyici kuruluş Ofcom tarafından on sekiz yaşından küçüklerin korunmasına ilişkin çeşitli ilkeler belirlenmiştir. Ofcom Yayın Kodu'na (Ofcom Broadcasting Code) göre on sekiz yaşın altındaki kişilerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerine ciddi şekilde zarar verebilecek materyaller yayınlanmamalıdır ve ayrıca, çocukların da kendileri için uygun olmayan içeriklerden uygun bir planlama ile korunmalıdır maddeleri bulunmaktadır. Burada Ofcom tarafından "çocuk" kelimesi ile on beş yaşın altındaki kişiler, uygun bir planlama ile de doğrusal yayınlar kastedilmektedir.

Yayın Kodu'na göre bir diğer koruma önlemi "korumalı saat" uygulamasıdır. Korumalı saat uygulamasının sadece televizyonlar için olduğunu bahseden Ofcom'a göre çocuklar için uygun olmayan içerikler saat 21:00'dan önce ve sabah 5:30'dan sonra gösterilmemelidir. Ancak, abonelik gerektiren film servislerinde bu madde farklı bir şekilde uygulanmaktadır. BBFC 15[148] dereceli filmler, abonelik gerektiren film servislerinde günün herhangi bir saatinde yayınlanabilmektedir. Ancak, 20:00'dan önce ve 05:30 saatlerinden sonra yayınlanacaksa pin ile şifrelenerek gösterilmesi gerekmektedir. Üyelik gerektiren film hizmetleri ve izle-öde servislerinde yayınlanacak filmler için ayrıca, İngiliz Film Sınıflandırma Kurulu olan BBFC tarafından sınıflandırılmamış hiçbir film yayınlanamaz kuralı getirilmiştir. Ayrıca, BBFC tarafından sınıflandırma koşulu olarak bazı sahneleri kesilmiş filmler, ancak kesilmiş halleri ile yayınlanabilmektedir. Son olarak Ofcom, çocukları korumak için yürürlükte olan ebeveyn kontrolü araçları hakkında tüm abonelere yayıncılar tarafından bilgi verilmesini istemektedir.[149]

[148] İngiliz Film Sınıflandırma Kurulu (BBFC) tarafından sınıflandırılan ve 15 yaşın altındakiler için uygun olmayan içerik. Bkz.https://www.bbfc.co.uk/rating/15

[149] Section One: Protecting the Under-Eighteens, https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/section-one-protecting-under-eighteens (25.02.2021)

Ofcom göre isteğe bağlı video servisleri ırk, cinsiyet, din veya milliyete dayalı olarak nefreti kışkırtabilecek herhangi bir materyal içermemelidir. İsteğe bağlı yayın hizmetleri 18 yaşın altındaki kişilerin normalde görmemesi veya duymamasını sağlayacak şekilde sunulmadığı sürece özel olarak kısıtlanmış materyal içermemelidir. Özel olarak kısıtlanmış materyal ile BBFC tarafından R18 sınıflandırması yapılmış ve 18 yaşın altındaki kişilerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini ciddi şekilde bozabilecek materyaller kastedilmektedir.[150]

2.4.4. Bazı Avrupa Birliği Ülkelerinde Yapılan Yasal Düzenlemeler

Görsel-işitsel medya hizmetlerinin düzenlenmesinin en temel mantığı, küçüklerin korunmasına ilişkin olanlar da dâhil olmak üzere belirli kamu çıkarlarını koruma yükümlülüğüne dayanmaktadır. Bu sebeple Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifinin (AVMSD) en önemli yönlerinden bazıları, küçüklerin uygunsuz içeriklerden korunması ile ilgilidir. Yönergenin genel yaklaşımı iki aşamalı bir düzenleme sistemidir. Biri doğrusal görsel-işitsel medya hizmetlerine, diğeri ise isteğe bağlı video hizmetlerine yönelik düzenlemelerdir. Düzenlemeler, doğrusal görsel-işitsel medya hizmetlerinde, isteğe bağlı yayın hizmetlerine göre daha katıdır. Bu genel yaklaşım küçüklerin geleneksel TV hizmetlerinden, isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerine doğru kademeli bir düzenleme sistemi aracılığıyla korunmasına yöneliktir. Yönerge, küçükler için zararlı olma potansiyeli olan içeriği iki temel kategoride ele almaktadır: Ciddi şekilde zarar verebilecek içerik ve fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerini bozma ihtimali olan içerik. Küçüklerin korunması konusu kültürel algıların çeşitliliği ve hassas bir alan olduğu için bu konuda görsel-işitsel medya hizmetleri için daha katı hükümler uygulamaları üye devletlerin kendi yetki alanlarını bırakılmıştır.[151]

---

[150] On Demand Programme Service Rules, https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/on-demand-programme-service-rules (25.02.2021)

[151] *Media Regulatory Authorities and Protection of Minors,* Council of Europe, Strasbourg, 2019, s. 14-15.

2016 yılında Avrupa Komisyonu tarafından görsel-işitsel pazarda, medya tüketimi ve teknolojideki yaşanan değişikliklere ayak uydurmak için yönergede bazı değişiklikler yapılması gündeme gelmiştir. Özellikle televizyon ve internet üzerinden dağıtılan hizmetler arasında sürekli artan yakınsama ile ortaya çıkan yeni isteğe bağlı video sağlayıcıları, video paylaşım siteleri ve platformlara yönelik düzenlemeler yapılması gerekli görülmüştür. Küçüklerin korunmasına yönelik iki aşamalı bir yaklaşım yerine, tüm görsel-işitsel medya hizmetlerine uygulanabilen ve zararın düzeyiyle ilişkili bir yaklaşım getirilmiştir. Daha önce olduğu gibi yeni zarar düzeylerini ve onlara uygun önlemleri almak ve değerlendirmek (gereksiz/nedensiz şiddet ve pornografi gibi en katı önleme tabi olanlar hariç) üye devletlere bırakılmıştır. Ancak, izleyicilere içeriğin potansiyel olarak zararlı yapısını açıklayan bir sistem ile yeterli bilgi sağlanması hususuna vurgu yapılmıştır. Zarar düzeyi ile orantılı olması belirtilen önlemler ile ilgili olarak raporlama, işaretleme veya derecelendirme araçları, yaş doğrulama ve ebeveyn kontrolü sistemleri ile medya okuryazarlığı gibi bir dizi önlem ve araçlar sayılmaktadır. Yapılan yenileme ile kullanıcıları özellikle ebeveynleri, çocukların medya içeriğine maruz kalmasına aktif olarak katılmalarını ve bu konuda bilinçli kararlar vermelerini güçlendirmeyi yani öz ve ortak denetleme ve düzenlemenin kullanımına vurgu yapılmaktadır.[152]

Avrupa devletlerine baktığımızda küçüklerin korunması hususunda görsel-işitsel yönergeye uygun şekilde önlemler aldıkları görülmektedir. Geleneksel yayınlar ve isteğe bağlı yayın hizmetlerine yönelik önlemlerde birinci amaç çocuk ve gençlerin korunmasıdır ve yönergede olduğu gibi içeriklerin zarar düzeyine göre önlem düzeyi değişmektedir. Zarar düzeylerinin "ciddi şekilde zarar" ve "zarar vermesi muhtemel" olarak ikiye ayrıldığı görülmektedir. Küçüklerin görsel-işitsel medya hizmetlerinde korunmasına ilişkin Avrupa'da yer alan bazı ülkelerin uygulamaları *Tablo-5*'te gösterilmektedir.

[152] a.g.e., s. 16-17.

Tablo 5: Küçüklerin Görsel-İşitsel Medya Hizmetlerinde Korunmasına İlişkin Avrupa'da Yer Alan Bazı Ülkelerin Uygulamaları[153]

Ülke	Doğrusal ve Doğrusal Olmayan Hizmetlere Yönerge Yaklaşımları	Doğrusal Hizmetlerde Koruma Araçları	Doğrusal Olmayan Hizmetlerde Koruma Araçları
Avusturya	İki hizmet arasında içeriklere "ciddi şekilde zarar" verme şeklinde kademeli bir yaklaşım.	"Ciddi derecede zarar": (Pornografi, nedensiz şiddet): Yasaklanmıştır.	"Ciddi derecede zarar": Erişim kısıtlamasıyla izin verilir.
		"Zarar vermesi muhtemel: Yasaların gerektirdiği ekran simgeleri, teknik filtreleme cihazları veya yayıncı tarafından kullanılan yazılımlar gibi bu tür korumayla izin verilir.	Zarar vermesi muhtemel: Kısıtlama olmaksızın izin verilir.
Almanya	İki hizmet arasında içeriklere "ciddi şekilde zarar" verme şeklinde kademeli bir yaklaşım.	"Ciddi derecede zarar verme" (mutlak yasa dışı içerik / pornografi / şiddet, cinsellik gibi küçükleri ciddi şekilde etkileyen içerik): Yasaklanmıştır.	"Ciddi derecede zarar verme": Yasaklanan yasa dışı içerikler hariç, isteğe bağlı video hizmetlerinde kapalı kullanıcı grubu ve yaş doğrulama sistemleri ile izin verilir.
		"Zarar vermesi muhtemel": Korumalı saat, yasanın gerektirdiği ekran simgesi veya sesli uyarılar gibi bu tür korumayla izin verilir.	"Zarar vermesi muhtemel": Korumalı saat, elektronik etiketleme, resmi olarak onaylanmış filtre yazılımları gibi bu tür korumayla izin verilir.

[153] Sophie Valais, "Comparative Tables on The Protection of Minors in Audiovisual Media Services" *European Audiovisual Observatory,* IRIS Bonus 2015-1, s. 1-22.

Danimarka	İki hizmet arasında içeriklere "ciddi şekilde zarar" verme şeklinde kademeli bir yaklaşım. Filmler, DVD'ler, TV ve İsteğe bağlı video hizmetleri için tüm teknolojilere yayılacak ve küçükler için "ciddi" veya "hafif" zararlı olabilecek her türlü içeriği kapsayacak bir sınıflandırma ve etiketleme planlanmaktadır.	"Ciddi derecede zarar verme" (Pornografi ve gereksiz şiddet): Yasaklanmıştır.	"Cidde derecide zarar verme" (Pornografi ve gereksiz şiddet): izleyicilerin zararlı içerikten haberdar olmasını sağlayan bu tür bir korumayla izin verilir.
		"Zarar vermesi muhtemel" (Müstehcen içerik gibi): Programın yayında olduğu süre boyunca kanunun gerektirdiği akustik uyarı veya ekrandaki görsel simgeler gibi bu tür korumayla izin verilir.	"Zarar vermesi muhtemel: Kısıtlama olmaksızın izin verilir.
Estonya	İki hizmet arasında içeriklere "ciddi şekilde zarar" verme şeklinde kademeli bir yaklaşım.	"Ciddi derecede zarar verme" (pornografi, şiddet ve zulmün gösterimi/tanıtılması): Yasaklanmıştır.	"Ciddi derecede zarar verme": Bir tür koruma ile izin verilir.
		"Zarar vermesi muhtemel": Korumalı saat ve yasanın gerektirdiği akustik uyarı gibi bu tür korumayla izin verilir.	"Zarar vermesi muhtemel" Koruma olmadan izin verilir.
İspanya	İki hizmet arasında içeriklere "ciddi şekilde zarar" verme şeklinde kademeli bir yaklaşım.	"Ciddi derecede zarar verme" (pornografi, nedensiz şiddet, cinsiyete dayalı şiddet ve kötü muamele): Yasaklanmıştır.	"Ciddi derecede zarar verme" (pornografi, nedensiz şiddet, cinsiyete dayalı şiddet ve kötü muamele): Kataloğa özel erişim kısıtlamaları ve ebeveyn kontrolü sistemi ile izin verilir.
		"Zarar vermesi muhtemel": Yaş derecelendirmesi, ekran simgeleri, 18+ içerikler için akustik uyarı, korumalı saat ve yaş derecelendirmesi için dijital kodlama	"Zarar vermesi muhtemel": Yaş derecelendirmesi ve ebeveyn kontrolü sistemlerinin kullanılması ile izin verilir.

		kullanılarak ebeveyn kontrolü sağlanması gibi koruma biçimleriyle izin verilir.	
Fransa	TV ve VoD hizmeti için "Ciddi şekilde zarar verme" içeriklerine yönelik genel bir yasak bulunmaktadır. VoD hizmetleri için korumalı saat ve bazı uyarlanmış kurallar gibi teknik koruma araçlarıyla hafif bir dokunuş yaklaşımı benimsenmiştir.	"Ciddi şekilde zarar verme" (cezai açıdan yasadışı materyal, insan onuru, şiddet, cinsel sapıklık, insanı aşağılama, çocuk pornografisi ve sert şiddet): Yasaklanmıştır.	"Ciddi derecede zarar verme": VoD hizmetlerinde yasaklanmıştır.
		"Zarar vermesi muhtemel": Bir tür korumayla izin verilir. "-18" yalnızca belirli Pay TV servislerinde yaş derecelendirmesi, korumalı saat, yayın süresi kısıtlaması ve erişim kodu ile kısıtlı erişim sistemi olan yayınlar. "-16" ve "-12" Erotik materyal, fiziksel veya psikolojik şiddet / 12 yaşın altındaki çocukları rahatsız edecek tema: Sinema ve İzle-öde hizmetlerinde yaş sınırı, korumalı saat ve yayın süresi kısıtı ile izin verilir.	"Zarar vermesi muhtemel": Bir tür korumayla izin verilir. Tüm programlar derecelendirmeli ve uyarı sembolleri katalog ve fragmanlarda gösterilmelidir. Pin kodu tüm -18 programlar için zorunludur ve bu yayınlar ücretsiz olarak sunulamaz. İki ayrı alan bulunmalıdır. Tüm izleyiciler için uygun programlar içeren " güven bölgesi" ve 18 yaşın altındakilere uygun olmayan tüm programların olduğu "yetişkin bölgesi". Ücretsiz olarak sunulan -16 içerikler için korumalı saat (22:30 – 05:00) uygulaması sunulur.

Büyük Britanya	İki hizmet arasında içeriklere "ciddi şekilde zarar" verme şeklinde kademeli bir yaklaşım.	"Ciddi şekilde zarar verme": Yasa dışı içerik, aşırı şiddet içeren pornografi, R18+: Yasaklanmıştır.	"Ciddi şekilde zarar verme": Irk, cinsiyet, din veya milliyete dayalı olarak nefret uyandırması muhtemel materyal VoD hizmetlerinde yasaklanmıştır. 18 Yaşın altındaki kişilerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini ciddi şekilde bozabilecek materyallere erişim kısıtlamaları ile izin verilir.
		"Zarar vermesi muhtemel": Bir tür koruma ile izin verilir. (R18 Sert içerikli pornografi hariç) Yasaların gerektirdiği korumalı saat, ekran simgeleri veya sesli uyarılar ile teknik filtreleme cihazları.	"Zarar vermesi muhtemel": Bir tür korumayla izin verilir.
İtalya	İki hizmet arasında içeriklere "ciddi şekilde zarar" verme şeklinde kademeli bir yaklaşım. (Kamu hizmeti yayıncıları, ticari yayıncılardan daha katı kurallara tabidir)	"Ciddi şekilde zarar verme": Nedensiz, ısrarcı veya acımasız şiddet, pornografi ile 18 yaşın altındaki izleyiciler için uygun olmayan sinematografik çalışmalar yasaklanmıştır.	"Ciddi şekilde zarar verme": Kamu hizmeti yayıncıları tarafından sunulan VoD hizmetleri hariç, erişim kısıtlaması, ebeveyn kontrolü sistemleri ve pin kodu gibi bu tür korumayla izin verilir.
		"Zarar vermesi muhtemel": Derecelendirme, korumalı saat, ekran simgeleri ve sesli uyarılar gibi bu tür korumayla izin verilir.	"Zarar vermesi muhtemel": Koruma olmadan izin verilir.

Hollanda	Kamu hizmeti yayıncıları, özel medya hizmet sağlayıcılara göre daha katı kurallara tabidir. Kamu hizmeti yayıncılarının sunduğu doğrusal ve doğrusal olmayan içerik ve özel medya hizmet sağlayıcılarının doğrusal içeriği için şu kurallar geçerlidir: -"Ciddi derecede zararlı programlar kesinlikle yasaklanmıştır. (CvdM[154] tarafından denetlenmektedir.) -Zararlı programlara yalnızca yayıncı NICAM'a[155] katılırsa izin verilir. Özel medyanın doğrusal olmayan içerikleri için geçerli olan kurallar: -Ciddi derecede zararlı içerik, yalnızca küçüklerin bunları duymaması veya görmemesini sağlayacak şekildi sunulur. -Zararlı içeriklerle ilgili kural bulunmamaktadır.	"Ciddi şekilde zarar verme": Yasaklanmıştır.	"Ciddi şekilde zarar verme": Kamu hizmeti yayıncılarının doğrusal olmayan içerikleri hariç erişim kısıtlamalarıyla izin verilir.
		"Zarar vermesi muhtemel": Erişim kısıtlaması ile izin verilir. Medya hizmet sağlayıcısı NICAM ile bağlantılıysa korumalı saat ve geçerli sembolleri gösterir.	"Zarar vermesi muhtemel": Özel medya hizmet sağlayıcılara izin verilir. Ancak, kamu hizmeti sunan medya hizmet sağlayıcılara erişim kısıtlaması ile izin verilir.

Tablo 5'te görüldüğü üzere ülkelerin çoğunda geleneksel/doğrusal yayınlar ve doğrusal olmayan isteğe bağlı yayın hizmeti sunan içeriklerde farklı koruma önlemleri alınsa da tüm yayın türlerinde çocuk ve gençleri korumak için bir tür koruma hizmeti sunulması gerekmektedir. Ciddi şekilde zarar

[154] CvdM, Commissariaat voor de Media: Hollanda Medya Otoritesi. Bkz. https://www.cvdm.nl/english-summary-dutch-media-authority

[155] NICAM: Hollanda merkezli içerik derecelendirme sistemi uygulayıcı kuruluşu. Bkz. https://nicam.nl/en/

verecek içeriklerin (gereksiz şiddet, pornografi vb.) tamamının geleneksel televizyon hizmetlerinde yasaklandığı görülmektedir. Doğrusal olmayan yayın hizmetlerinde ise yine ciddi şekilde zarar verecek içerikler ya yasaklanmış ya da ebeveyn kontrolü sistemi aktif edilmeden yayınlanması yasaklanmıştır. Zarar vermesi muhtemel içeriklerde ise yine geleneksel yayın hizmetlerinde sesli-görsel bir uyaran olmadan ya da buna benzer çeşitli ebeveyn kontrolü araçları kullanılmadan gösterilmesi yasaklanmıştır. İsteğe bağlı yayın hizmeti türlerinde ise bazı ülkelerde ebeveyn kontrolü uygulamaları zorunlu tutulurken, bazı ülkelerde ise bu tür içerikler için herhangi bir kontrol aracı zorunlu tutulmamıştır. Ülkelerin çoğunda geleneksel televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleri için kademeli bir yaklaşım benimsenmiştir. Ancak, İtalya ve Hollanda'da kamu hizmeti sunan yayıncılara karşı daha katı önlemler alınmıştır. Fransa ve Büyük Britanya'da ciddi derecede zarar verme potansiyeli olan içerikler VoD hizmetlerinde de yasaklanmıştır. İtalya'da ise kamu hizmeti yayıncılarının sunmuş olduğu VoD içeriklerinde ciddi derecede zarar veren içerikler yasaklanmıştır. Diğer ülkelerde ise bu tür içeriklerin ebeveyn kontrolü tedbirleri alınarak yayınlanmasına izin verilmiştir.

Medya ve özellikle televizyon söz konusu olunca çocuk ve gençlerin korunması her zaman birinci öncelik hâline gelmektedir. Yukarıda sayılan ebeveyn kontrolü araçlarının kimileri doğrusal yayınlar için etkiliyken, isteğe bağlı yayın hizmetleri için uygun olmamaktadır. Teknoloji ile birlikte bu araçlarda değişim ve gelişim göstermiştir. Çok dinamik olan bu yeni yayıncılık türleri ve teknolojileri için ülkeler ve düzenleyici otoriteler önlem almaya ve değişime ayak uydurmaya devam etmektedirler. Kimi önlemler düzenleyici kuruluşlar tarafından alınırken, kimi ülkelerde medya hizmet sağlayıcıların gönüllülük esasına göre aldıkları önlemler yer almaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETLERİNDE EBEVEYN KONTROLÜ UYGULAMALARI

3.1. TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER

İsteğe bağlı yayın hizmeti RTÜK tarafından *"Programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve/veya münferit isteği üzerine medya hizmet sağlayıcı tarafından düzenlenmiş bir program kataloğuna bağlı olarak izlendiği veya dinlendiği yayın hizmeti"* olarak tanımlanmaktadır.

İsteğe bağlı yayını tanımlayan en önemli özellikler yayın akışından bağımsız, bir katalogdan kullanıcının istediği içeriği, istediği zaman, istediği kadar izleyebilmesidir. Dünyada ve Türkiye'de çeşitli türlerde ücretli veya ücretsiz, reklamlı veya reklamsız, içerik olarak çocuklara veya yetişkinlere özel olan, tüm kataloğa erişilebildiği gibi bazı içeriklerin kiralama veya satın alma yoluyla izlenebildiği birçok örneği bulunmaktadır.

Farklı türdeki bu platformlarda, çocuk ve gençleri televizyonun olası zararlarından korumak için çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır. Tezin bu kısmında isteğe bağlı yayın hizmeti lisansı bulunan çeşitli platformlardaki ebeveyn kontrolü araçları incelenecektir.

3.1.1. beIN CONNECT

beIN Connect, Bein Medya (Digitürk) platform işletmecisinin internet üzerinden sunduğu isteğe bağlı yayın hizmeti türüdür. beIN Connect'te katalog

üzerinden seç-izle hizmetinin yanı sıra canlı TV izleme hizmeti de sunulmaktadır. Canlı TV hizmetinde Bein Medyanın uydudan sunmuş olduğu TV kanalları izlenebilmektedir. Seç-izle hizmetinde ise yerli ve yabancı dizi, film, belgesel, çocuk ve spor içerikleri bulunmaktadır. Bu yönüyle hem bir Web TV hizmeti hem de abonelik temelli bir SVoD hizmeti olarak sayılabilmektedir.

İnternet üzerinden sunulan beIN Connect hizmeti, Bein Medya platform işletmecisi üyelerine kullandıkları pakete göre ücretsiz olarak sunulmaktadır. Ayrıca, Bein Medyaya üye olmadan da sadece beIN Connect hizmetine üye olunabilmektedir. Kullanıcılara aylık ve yıllık olmak üzere çeşitli paketler sunulmaktadır. Bu paketler kendi içinde izlemek istenilen ortama bağlı olarak değişmektedir. Örneğin web, cep ve tablet üzerinden izlenilen bir paket satın alınabildiği gibi, bunların dışında Smart TV, Apple TV ve Android TV'den izlenebilen paket seçenekleri de sunulmaktadır. Ayrıca Süper Lig maçlarını internet üzerinden izlemek isteyen kullanıcılar için sezonluk veya takım maçlarına özel paketler de sunulmaktadır.[156]

3.1.1.1. beIN Connect'te Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

beIN Connect'te, koruyucu sembol sistemi, pin kodu ve içerik kısıtlaması gibi çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır.

Koruyucu sembol sistemi olarak ülkemizde uygulanan ve *şekil 1*'de gösterilen sembol sistemi kullanılmaktadır. Sadece içeriğin bilgi sayfasında semboller gösterilmekte, içeriğin başında ekranın herhangi bir yerinde gösterilmemektedir.

Bir diğer ebeveyn kontrolü aracı ise "Çocuk Odası" olarak adlandırılan ve içerisinde çocuklara uygun içeriklerin olduğu bölümdür. Bu ayrı bir profil uygulaması değildir. Tarayıcı üzerinden veya uygulamadan "çocuk odası"

[156] Paket Seçenekleri, https://www.beinconnect.com.tr/landing (16.03.2021)

seçilerek ve beIN Connect şifresi girilerek aktif edilmektedir. Aktif edilmeden önce *tablo 6*'da gösterilen yaş sınırından birini seçmek gerekmektedir.

Tablo 6: beIN Connect Çocuk Odası Yaş Sınırı

Çocuk Odası			
3 Yaşa Kadar	7 Yaşa Kadar	13 Yaşa Kadar	Tüm Çocuk İçerikleri

Tablo 6'da gösterilen 4 adet yaş sınırından biri seçildikten sonra 4 haneli bir "Ebeveyn Kodu" belirlenmekte ve oluşturulan "çocuk odasında" sadece seçilen yaş sınırına uygun içerikler gösterilmektedir. Birden fazla "çocuk odası" oluşturmaya izin verilmemekte ve farklı bir yaş sınırı seçilmek istenirse yine "Ebeveyn Kodu" girilerek işlem yapılabilmektedir. Çocuk odasından çıkmak için belirlenen 4 haneli "Ebeveyn Kodunun" girilmesi gerekmektedir. Ayrıca, çocuk profilinde Canlı TV izleme seçeneği bulunmamaktadır.

Son olarak birden fazla profil oluşturmaya izin verilmeyen beIN Connect'te "Çocuk Odası" dışında herhangi bir içerik kısıtlaması yapılamamaktadır.

3.1.2. BLUTV

BluTV, Türkiye'nin ilk internet televizyonu olarak 23 Ocak 2016 tarihinde hizmet vermeye başlamıştır. Daha önce platform işletmecisi D-Smart'a ait içeriklerin "D-Smart Blu" adıyla yayınlandığı bir servis iken, Mayıs 2016'da D-Smart'tan ayrılarak abonelik temelli SVoD hizmetine dönüşmüştür.[157]

BluTV'de, beIN Connect'de olduğu gibi isteğe bağlı video hizmeti yanı sıra canlı TV hizmeti de sunulmaktadır. Ayrıca, kullanıcılar bazı içeriklere

[157] Gökçe Ayışığı Aral, *A New Audience Experience: Revisiting Uses and Gratifications Approach in The Framework of Subscription Video-on-Demand Platforms,* İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Sistemleri Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2018, s. 55.

kirala-izle seçeneği ile de erişebilmektedir. Kullanıcılara aylık veya yıllık iki farklı abonelik seçeneği sunulmaktadır.

3.1.2.1. BluTV'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

BluTV'de ebeveyn kontrolü aracı olarak sadece koruyucu sembol sistemi ve pin kodu kullanılmaktadır.

Koruyucu sembol sistemi olarak ülkemizde uygulanan ve *şekil 1*"de gösterilen sembol sistemi kullanılmaktadır. İçeriğe dair belirlenen simgeler içeriğin detay sayfasında gösterilmektedir. İçeriğin başında ekranda herhangi bir yerde gösterilmemektedir.

Bir diğer ebeveyn kontrolü aracı ise "Ebeveyn kilidi" adı verilen pin kodu sistemidir. Ancak, ebeveyn kilidi aktif edildiğinde sadece 18 yaş altı kişiler için uygun olmayan içerikler sınırlanmaktadır.[158] Diğer yaş grupları için bir içerik kısıtlaması veya içerikleri tek tek kısıtlama imkânı sunulmamaktadır.

Kullanıcılara birden fazla profil oluşturma seçeneği sunulmadığı için herhangi bir çocuk profili oluşturma seçeneği de bulunmamaktadır. Çocuklara yönelik olarak "Kids" isimli bir bölüm bulunmakta ve burada sadece çocuklara yönelik içerikler gösterilmektedir. Ancak, "Kids" isimli bölümden çıkmak ve yetişkin içeriklerine erişmek için bir kısıtlama veya pin kodu koyma seçeneği bulunmamaktadır.

3.1.3. DEEZER

Deezer, 2007 yılında kurulan, içerisinde milyonlarca müzik eseri barındıran ve 180'den fazla ülkede faaliyet gösteren bir dijital müzik dinleme

[158] BluTV'de ebeveyn kilidi özelliği var mı? https://destek.blutv.com/hc/tr/articles/360018587439-BluTV-de-ebeveyn-kilidi-%C3%B6zelli%C4%9Fi-var-m%C4%B1-, (04.03.2021)

hizmetidir.[159] Ücretli veya ücretsiz iki farklı üyelik türü bulunmaktadır. Ücretsiz üyelik seçeneği reklamlı olarak sunulmaktadır. Ücretli olarak ise üç farklı üyelik seçeneği sunulmaktadır. Ücretli üyelikler ile reklamsız ve çevrimdışı olarak sınırsız müzik dinleme imkânı sunulmaktadır.

3.1.3.1. Deezer'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Deezer'da, çocuk profili, içerik kısıtlama ve dinleme geçmişi gibi çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır.

Ücretsiz olarak sunulan "Deezer Free" ve ücretli olarak sunulan "Deezer Premium" üyelik seçeneklerinde ebeveyn kontrolü olarak "dinleme geçmişi" ve "müstehcen içeriği gizle" seçenekleri sunulmaktadır. Dinleme geçmişinde, kullanıcının hangi şarkıları dinlediği gösterilmektedir. Müstehcen içeriği gizle özelliği ile içerisinde argo, küfür ve müstehcenlik barındıran müzikler gizlenmekte ve kullanıcılara bu müzikler önerilmemektedir.

Çocuk profili seçeneği ise bir diğer ücretli üyelik seçeneği olan "Deezer Family" üyeliğinde sunulmaktadır. Bu üyelik seçeneğinde diğerlerinden farklı olarak 6 adet kullanıcıya izin verilmektedir. Her bir kullanıcı için ayrı ayrı profil oluşturulabilmekte ve bu profiller çocuk profili olarak ayarlanabilmektedir. "Deezer Kids" isimli bu özellik ile 16 yaşından küçük çocukların yaşlarına uygun, içerisinde argo, küfür ve müstehcenlik barındırmayan müziklere erişimleri sağlanmaktadır. Bu üyelik seçeneği kapsamında oluşturulan profiller, çocuk profili olarak seçilmese dâhi müstehcen içeriklere erişimi ana hesap sahibi tarafından kısıtlanabilmektedir. Son olarak tüm üyelik seçeneklerinde hesap sahibi istediği sanatçı veya şarkıyı engelleyebilmektedir.

[159] Deezer, https://en.wikipedia.org/wiki/Deezer (10.09.2021)

3.1.4. D-SMART GO

D-Smart Go, platform işletmecisi olan D-Smart'ın internet üzerinden sunduğu bir isteğe bağlı yayın hizmetidir. Uydu üzerinden sunulan D-Smart platformunda yer alan kanallar canlı izlenebilmekte ve ayrıca kataloglarında yerli ve yabancı filmler, diziler, çocuk içerikleri, belgesel ve televizyon programları bulunmaktadır. Seç-izle özelliği ile abonelik tabanlı bir SVoD hizmeti, canlı TV hizmeti sunması açısından ise Web TV hizmeti olarak sayılabilmektedir.

"Seç-izle" seçeneği ile bir katalog üzerinden film, dizi, belgesel, çocuk ve yaşam içerikleri izlenebilmektedir. "TV izle" seçeneği ile canlı TV izlenebildiği gibi ayrıca üye olunan paket dâhilinde yayın akışına bağlı kalınmadan içerisinde yer alan tüm TV kanalları 72 saate kadar geri alınabilmekte, ileri-geri sarılarak izlenebilmektedir. "Bulut Kayıt" özelliği ile kullanıcı istediği programı kaydederek bulutta 30 gün saklayabilmektedir.[160]

D-Smart aboneleri kullandıkları paketin özelliklerine göre D-Smart Go içeriklerini ücretsiz izleyebilmektedir. D-Smart abonesi olmayan kullanıcılar için ise üç adet ücretli üyelik paketi sunulmaktadır. Satın alınan paket türüne göre kullanıcının izleyebileceği içerik sayısı değişmektedir. Ayrıca, D-Smart Go hizmeti sadece Türkiye ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde kullanılabilmektedir.

3.1.4.1. D-Smart Go'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

D-Smart Go'da koruyucu sembol sistemi, çocuk profili ve pin kodu gibi çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır.

[160] İçerik Bilgilendirme, https://www.dsmartgo.com.tr/bilgi/yardim (06.03.2021)

Koruyucu sembol sistemi olarak ülkemizde uygulanan ve *şekil-1*'de gösterilen sembol sistemi kullanılmaktadır. Semboller içeriğin detay sayfasında gösterilmektedir.

Birden fazla profil oluşturmaya izin verilmektedir. Oluşturulan profiller "hesap türü" olarak "yetişkin", "genç" veya "çocuk" olarak ayarlanabilmektedir. Bir profil "çocuk" olarak ayarlanırsa sadece çocuklara uygun içerikler gösterilmektedir. Ancak bu profillere kilit konulamamaktadır.

Ayrıca, kullanıcılara "Ebeveyn Koruması" isimli bir pin kodu sistemi sunulmaktadır. "Ebeveyn Koruması" aktif edildiğinde ebeveyne *tablo'7*'de gösterilen içerik kısıtlama seçenekleri sunulmaktadır.

Tablo 7: D-Smart Go İçerik Kısıtlama Seçenekleri

D-Smart Go İçerik Kısıtlama Seçenekleri				
+7	+13	+18	Tüm İçerikler	Hiç sorma

*Tablo 7'*de gösterilen içerik kısıtlama seçenekleri ile derecelendirme sistemine göre üç tür içerikler kısıtlanabildiği gibi tüm içeriklerde kısıtlanabilmektedir. Seçilen kısıtlamaya göre o içerik katalogda görünmekte ancak izleyebilmek için belirlenen 4 haneli pin kodunun girilmesi gerekmektedir. Ancak, yapılan kısıtlama tüm profillerde geçerli olmaktadır. Oluşturulan her bir profil için ayrı ayrı kısıtlama belirlenememektedir.

Son olarak izleme geçmişini takip etmek mümkündür. Sunulan bu araç ile seç-izle'deki içerikler izlendikten sonra izleme listesine kaydedilmektedir. Böylece hangi içeriğin ne zaman izlendiği takip edilebilmektedir.

3.1.5. DÜŞYERİ TV

Düşyeri TV, içerisinde çocuklara özel içerikler bulunun reklam temelli (AVoD) bir isteğe bağlı yayın hizmetidir. Abone olunmadan ücretsiz olarak izlenebildiği gibi ücret ödenerek reklamsız izleme seçeneği de bulunmaktadır. Akıllı telefon uygulaması veya internet tarayıcısı ile erişim sağlanabilmektedir.

Katalogları ağırlıklı olarak çizgi filmlerden oluşmakta, çizgi film dışında bazı çocuk programları da bulunmaktadır. Uygulama ile çevrimdışı izleme, İngilizce ve Rusça dublajlı olarak izleme seçenekleri de sunulmaktadır.[161]

3.1.5.1. Düşyeri TV'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Düşyeri TV'de sadece çocuklara yönelik içerikler yer almaktadır. Herhangi bir yetişkin içeriği bulunmamaktadır.

Kataloglarında yer alan bu içerikler yaşa göre sınıflandırılmaktadır.[162] Yaşa uygun içerik gösterimi için üye olunması gerekmektedir. Yaşa uygun içeriklerin gösterilmesi için kullanıcı tarafından bir çocuk profili oluşturulması ve o profili kullanacak çocuğun doğum tarihinin girilmesi gerekmektedir. Ancak içeriklere dair yapılan derecelendirme ekranda veya detay sayfasında gösterilmemektedir.

Diğer bir ebeveyn kontrolü aracı ise reklamsız izlemek için ücret ödeyen abonelere özel olarak sunulan "Abone ol, Süreyi Ayarla" isimli izleme süresini kısıtlama hizmetidir. Bu hizmet ile çocuğun ne kadar süre ile içerikleri izleyebileceği ayarlanabilmektedir.

[161] Hakkımızda, https://www.dusyeri.com/about (11.03.2021)
[162] a.g.s., (01.04.2021)

3.1.6. EXXEN

Exxen, 01 Ocak 2021 tarihinde yayına başlayan abonelik temelli (SVoD) bir isteğe bağlı yayın hizmetidir. Kataloglarında dizi, film, belgesel ve yarışma programları sunulmaktadır. Kullanıcılar için aylık veya yıllık, reklamlı veya reklamsız olarak farklı abonelik seçenekleri sunulmaktadır. Üyelik kapsamında tüm kataloğa ulaşmak mümkündür.

3.1.6.1. Exxen'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Exxen'de ebeveyn kontrolü olarak koruyucu sembol sistemi, pin kodu, çocuk profili ve içerik kısıtlama gibi çeşitli araçlar sunulmaktadır.[163] Koruyucu sembol sistemi olarak ülkemizde uygulanan ve *şekil 1*'de gösterilen sembol sistemi kullanılmaktadır.

Exxen"de yer alan ebeveyn kontrolü ayarlarını aktif etmek ve değişiklik yapabilmek için dört haneli bir pin kodu belirlenmesi gerekmektedir. Bu pin kodu ile çeşitli derecelendirmeye sahip içerikler kısıtlanabilmektedir. Yetişkin kontrolleri başlığı altında yapılan içerik kısıtlama seçenekleri *tablo 8*'de gösterilmektedir.

***Tablo 8*: Exxen Yetişkin Kontrolleri**

Genel İzleyici – Tüm İçerikler	7+ ve Üstü	13+ ve Üstü	18+

Tablo 8'de gösterildiği üzere içerikler, derecelendirme sistemine göre çeşitli yaş grupları için kısıtlanabilmektedir. "Genel izleyici" seçeneği seçildiğinde ise tüm içerikler kısıtlanmakta ve pin kodu girilmeden izlenememektedir. Ayrıca, Exxen'de birden fazla profil oluşturmaya izin verilmektedir. Oluşturulan profiller istenirse "Çocuk Profili" olarak ayarlanabilmekte ve böylece çocukların yaşlarına uygun içeriklere erişmesi

[163] Exxen'de Akıllı İşaretler var mı?, https://yardim-exxen.ortusdesk.com/exxende/, (05.03.2021)

sağlanmaktadır. Ancak, yapılan içerik kısıtlaması tüm profiller için belirlenmektedir. Profiller için ayrı ayrı içerik kısıtlaması yapılamamaktadır. Ayrıca, çocuk profilinden çıkıp yetişkin profiline erişmek için pin kodu belirlenememektedir.

3.1.7. FILM BOX LIVE

Film Box Live, film tedarikçisi SPI International tarafından sunulan abonelik temelli (SVoD) bir isteğe bağlı yayın hizmetidir. FilmBox+ uygulaması veya internet tarayıcısı üzerinden Türkiye dâhil birçok ülkede faaliyet gösterilmektedir. Kataloglarında bulunan dizi ve filmlere seç-izle özelliği ile ulaşılmakta ayrıca bazı ülkelerde (Türkiye'de bulunmamakta) canlı TV özelliği de sunulmaktadır. Film Box Live SVoD hizmetine aylık ücret karşılığı üye olunabilmektedir. Üye olunduğu süre boyunca tüm kataloğa sınırsız erişim sağlanabilmektedir.

3.1.7.1. Film Box Live'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Film Box Live'da profil oluşturma, akıllı işaretler, içeriğin derecelendirilmesi benzeri herhangi bir ebeveyn kontrolü aracı bulunmamaktadır.

3.1.8. FİZY

Fizy, 2008 yılında kurulan müzik veri akışı hizmeti sunan bir dijital müzik platformudur. İçerisinde milyonlarca yerli ve yabancı müzik ve müzik klipleri bulunmaktadır. Ücretli veya ücretsiz olarak iki farklı üyelik modeli ile sunulmaktadır.[164] Ücretsiz üyeliklerde sınırlı katalog ile reklamlı bir şekilde müzik dinlenebilmektedir.

[164] Fizy, https://tr.wikipedia.org/wiki/Fizy (18.08.2021)

3.1.8.1. Fizy'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Fizy'de akıllı işaretler, içeriğin derecelendirilmesi, pin kodu benzeri herhangi bir ebeveyn kontrolü aracı bulunmamaktadır. Sadece profil oluşturma seçeneği sunulmaktadır, ancak oluşturulan profiller müzik listesi oluşturmak ve bu listeleri diğer kullanıcılar ile paylaşmak amacıyla kullanılmaktadır.

3.1.9. GAİN

Gain, 30 Aralık 2020 tarihinde yayın hayatına başlayan bir isteğe bağlı yayın hizmetidir. Kataloglarında güncel, haber, dizi, film, program, belgesel, müzik başlıklarında yerli yabancı çeşitli içerikler bulunmaktadır. İçerikleri izlemek için üye olmak gerekmektedir. Kataloglarında yer alan bazı içerikler ücretsiz izlenebiliyorken, bazı içerikleri izlemek için aylık ücret ödemek gerekmektedir.

3.1.9.1. Gain'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Gain platformunda, ebeveyn kontrolü olarak sadece ülkemizde uygulanan ve *şekil 1'*de gösterilen koruyucu sembol sistemi kullanılmaktadır. Koruyucu sembol sistemi içeriğin detay sayfasında gösterilmekte, içeriğin başında ekranda gösterilmemektedir.

3.1.10. MUBI

Mubi, 2007'de yayın hayatına başlayan abonelik temelli (SVod) bir isteğe bağlı yayın hizmetidir. Efe Çakarel tarafından kurulmuştur. Diğer SVoD hizmetlerinden ayıran en önemli özelliği içeriğinin kült ve klasik filmlerden oluşmasıdır. Uzun ve kısa metraj sinema filmleri ve belgesellerden oluşan

kataloglarında dizi bulunmamaktadır. Mubi, "Yaratıcı Avrupa" kapsamında Avrupa Birliği Medya Programı tarafından desteklenmektedir.[165]

Aylık veya yıllık üyelik seçeneği bulunmakta ve öğrenciler için özel üyelikler sunulmaktadır. Üyelik kapsamında tüm içeriğe ulaşmak mümkündür.

3.1.10.1. Mubi'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Mubi'de profil oluşturma, koruyucu sembol sistemi, içeriğin derecelendirilmesi benzeri herhangi bir ebeveyn kontrolü aracı bulunmamaktadır. Sadece kullanım koşulları kısmında Mubi hizmetine abone olmak için 18 yaşında veya reşit sayılmanız gerektiği ve ayrıca küçüklerin hizmeti yalnızca yetişkin gözetiminde kullanabileceği belirtilmektedir. Ancak, abone olurken veya hizmeti kullanırken bunu teyit edebilecek bir araç sunulmamaktadır.

3.1.11. MUUD

Muud (eski adıyla Türk Telekom Müzik), Türk Telekom tarafından sunulan bir müzik dinleme ve indirme servisidir. İçerisinde yerli yabancı milyonlarca müzik eseri bulunmaktadır. Ücretli veya ücretsiz olarak iki farklı üyelik türü bulunan Muud'da, ayrıca kullanıcılara müzik indirme imkânı da sunulmaktadır.[166]

3.1.11.1. Muud'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Muud'da akıllı işaretler, içeriğin derecelendirilmesi, pin kodu benzeri herhangi bir ebeveyn kontrolü aracı bulunmamaktadır.

[165] Mubi, Delivering European Cinema Globally, https://mubi.com/creative_europe, (05.03.2021)
[166] Yardım, https://www.muud.com.tr/yardim (18.08.2021)

3.1.12. NETFLIX

Netflix, internet üzerinden reklamsız olarak dizi, film, belgesel gibi içeriklerin izlendiği, abonelik tabanlı bir isteğe bağlı (SVoD) yayın hizmetidir. Şirket, 1997 yılında ilk iş modeli olarak DVD satışı ve kiralaması üzerine kurulmuştu. Şirket tarafından 2007 yılına kadar abonelerine posta yoluyla DVD kiralama hizmeti sununmuş, 2007 yılında ise DVD kiralama hizmeti yanında internet üzerinden video akış hizmeti devreye alınmıştır. 2008 yılında internet üzerinden dizi, film izleme hizmetini geliştirmek için Xbox 360, Blu-ray oynatıcılar ve TV alıcı kutularından yayın yapılmasını sağlamak için çeşitli ortaklıklar kurulmuştur. 2009 yılında üye sayısı on milyonu geçen Netflix tarafından internete bağlı televizyonlardan da izlenebilmek için çeşitli geliştirmeler yapılmıştır. 2010 yılında ABD dışında ilk olarak Kanada da hizmet sunmaya başlamış ve mobil cihazlar üzerinden izleme imkânı ile ilk özel çocuk deneyimi hizmetini devreye almıştır. Genişlemeye devam eden Netflix, 2011 yılında Latin Amerika ve Karayipler'de, 2012 yılında Birleşik Krallık, İrlanda ve Kuzey Ülkelerinde hizmet sunmaya başlamıştır. 2014 yılında 50 milyon aboneye ulaşan Netflix, Avusturya, Belçika, Fransa, Almanya ve İsviçre'de hizmet sunmaya başlamıştır. 2016 yılında ise Türkiye de dâhil 130 ülkede faaliyete geçip, 21 farklı dilde 190'dan fazla ülkede hizmet sunmaya başlanmıştır.[167] Günümüzde Çin, Kırım, Kuzey Kore ve Suriye dışında tüm dünyada hizmet sunan Netflix, isteğe bağlı yayın hizmeti dışında dizi ve film yapımcılığı da yapmaktadır. Netflix, günümüzde en büyük abonelik temelli SVoD hizmetidir.

Netflix, aylık ödenen ücret, aynı anda izleyecek kişi sayısı, görüntü kalitesi (HD, Ultra HD) gibi açılardan farklılıklar gösteren "Temel, Standart ve Özel" olarak adlandırdığı üç ayrı üyelik tipi sunmaktadır. Bu farklar dışında kataloglarında yer alan bütün içerikler tüm abonelik planlarında açıktır ve aylık ödemesini yapan kullanıcı tüm içeriklere aboneliği boyunca sınırsız bir şekilde ulaşabilmektedir.

[167] Netflix'in Hikayesi, https://about.netflix.com/tr (02.03.2021)

3.1.12.1. Netflix'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Netflix, koruyucu sembol sistemi, yetişkinlik düzeyine göre profil oluşturma, yetişkinlik düzeyleri üzerinden tüm içerikleri veya istenilen içerikleri engelleme, profil kilidi oluşturma, bir profilin izleme geçmişine erişme gibi çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunmaktadır.

Netflix, abonelik türüne göre 5 adete kadar profil oluşturmaya izin vermektedir. Kişiselleştirme imkânı sunulan profil sistemi ile her profile özel bazı özellikler sunulmaktadır. Bunların bazıları:

- Dil tercihi
- Yetişkinlik düzeyi
- Belirli içerikleri izlemeye yönelik kısıtlamalar
- Profil kilidi
- İzleme etkinliği günlüğü
- Kişiselleştirilmiş içerik önerileri[168]

Oluşturulan bu profillerin her biri için ayrı ayrı yetişkinlik düzeyleri belirlenebilmekte ve bu profillere erişim için pin kodu getirilebilmektedir. Netflix'in Türkiye'de uyguladığı yetişkinlik düzeyleri *tablo 9*'da gösterilmektedir.

***Tablo 9*: Netflix'in Türkiye'de Uyguladığı Yetişkinlik Düzeyleri[169]**

Çocuk	Gençler	Yetişkinler
Genel İzleyici, 7+	13+	16+, 18+

Uygulanan yetişkinlik düzeyleri bazı ülkelerde Netflix tarafından, bazı ülkelerde ise o ülkenin düzenleyici kuruluşu tarafından belirlenmektedir. Netflix, yetişkinlik düzeylerinin yetişkine yönelik sahnelerin (şiddet, cinsellik,

[168] Profillerin oluşturulması ve düzenlenmesi, https://help.netflix.com/tr/node/10421 (03.03.2021)
[169] Netflix'te geçerli olan yetişkinlik düzeyleri ve sınıflandırmalar, https://help.netflix.com/tr/node/2064 (03.03.2021)

argo, çıplaklık veya madde kullanımı gibi) bulunma sıklığına ve bu sahnelerin etki derecesine göre belirlediğini ifade etmektedir. Ayrıca dizi ve filmlerde uygulanan yetişkin düzeyleri ülkelere göre farklılık göstermekte ve bir dizi için belirlenen yetişkinlik düzeyi, o dizinin bir bölümü için değil dizinin geneli için belirlenmektedir. İçeriğin yetişkinlik düzeyi, içeriğin başında ekranın sol köşesinde ve ayrıca, içeriğin detay sayfasında gösterilmektedir. Ayrıca, bir içerik için *tablo 9*'da sayılan yetişkinlik düzeylerinin belirlenmesinde rol oynayan cinsellik, argo, uyuşturucu, çıplaklık gibi ayrıntılılarda içeriğin başında ve detay sayfasında gösterilmektedir.[170]

Netflix, hizmet sunduğu bazı ülkeler de farklı yetişkinlik düzeyleri kullanmaktadır. Bu ülkeler, Almanya, ABD, Avustralya, Birleşik Krallık, Brezilya, Güney Afrika, Güney Kore, Hollanda, İrlanda, İspanya, İtalya, Japonya, Kanada, Meksika, Rusya, Singapur ve Yeni Zelanda'dır. Bu ülkeler dışında Türkiye de dâhil hizmet sunduğu diğer ülkelerde *tablo 9*'da gösterilen yetişkinlik düzeyi sistemini uygulamaktadır.

Farklı yetişkinlik düzeyi sunduğu ülkelerde yine "çocuk", "genç" ve "yetişkin" olmak üzere üç kategori bulunmaktadır. Ancak, bu kategorilerin altında farklı yaş grupları sunulmaktadır. Örneğin Almanya'da "çocuk" kategorisinde 7+, yerine 6+, gençler de ise 13+ yerine 12+ bulunmaktadır. Birleşik Krallıkta "yetişkinler" için 18+ ile birlikte 15+ da kullanılmaktadır. İtalya'da ise çocuklar için "T" her yaşa uygun, gençler için "VM14" 13 yaş ve altı için uygun olmayan ve yetişkinler için ise "VM18" 17 yaş ve altı için uygun değildir yetişkinlik düzeyleri belirlenmiştir.

Oluşturulan profiller için pin kodu konulabildiği gibi bu profillerin "çocuk profili" olarak ayarlamakta mümkündür. Çocuk profilinde basitleştirilmiş bir görünüm ile bazı yetişkinlik düzeyine erişimde kısıtlama getirilebilmektedir. Ayrıca çocuk profili ile çocukların hesap ayarlarına erişim imkânı da kısıtlanmaktadır.

[170] a.g.s., (03.03.2021)

Çocuk profili dışında, “Netflix Çocuk Deneyimi” isimli bir hizmet de sunulmaktadır. Burada sadece çocuklara özel içerikler gösterilmektedir. Çocuk deneyimi, çocuk profilinden ayrılmaktadır. Eğer “Netflix Çocuk Deneyimi” için izin verilen düzeyi aşan bir yetişkinlik düzeyi seçilirse çocuk deneyimi uygulanmamaktadır.[171] “Çocuk Deneyimi” için izin verilen yetişkinlik düzeyleri “genel izleyici” ve “7+”dır.

Netflix tarafından Türkiye’deki üyeler için eğer hesabı 18 yaş altındaki bir kişi kullanacaksa 18+ yetişkinlik düzeyine sahip içerikleri izlemek için kayıt sırasında dört haneli bir pin oluşturmanın zorunlu olduğu belirtilmektedir.[172] Ayrıca pin kodu uygulaması istenirse diğer yetişkinlik düzeyleri (Genel izleyici, 7+, 13+, 16+, 18+) içinde kullanabilmektedir. Örneğin 13+ yetişkinlik düzeyi seçilirse sadece 13+ ve altında yetişkinlik düzeyine sahip içeriklere erişilebilmektedir. 13+ ve üstü derecelendirmeye sahip içerikleri izlemek için ise belirlenen pin kodunun girilmesi gerekmektedir.

İçerik kısıtlaması yetişkinlik düzeyinden bağımsız olarak tek tek seçilerek de yapılabilmektedir. Kullanıcı isterse her profil için ayrı ayrı olarak o profilin görmesini istemediği içerikleri engelleyebilmektedir.

Uygulanan bir diğer ebeveyn kontrolü aracı ise izleme geçmişinin görüntülenmesidir. Hangi içeriğin hangi profilden izlendiği kaydedilmekte ve rapor olarak sunulmaktadır. Böylece çocuğun ne zaman hangi içerikleri izlediği ebeveyn tarafından takip edilebilmektedir.

3.1.13. PRIME VIDEO

Amazon Prime Video, Dünyanın en büyük e-ticaret sitelerinden biri olan Amazon’un *Prime* abonelerine sunmuş olduğu bir isteğe bağlı video hizmetidir.

---

[171] Belirli bir yetişkinlik düzeyine sahip profil oluşturulması, https://help.netflix.com/tr/node/114275 (03.03.2021)

[172] Hesabınızdaki PIN kodunun yönetilmesi, https://help.netflix.com/tr/node/24805 (03.03.2021)

Hizmet 2006 yılında Amazon Unbox ismi ile ilk olarak ABD'de başlamış, 2008 yılında ismi Amazon Video on Demand olarak değiştirilmiştir. 2011 yılında Amazon İnstant Video ismini alan hizmet, 2016 yılında bugünkü ismi olan Amazon Prime Video ismini almıştır. Öncelikli olarak Amazon Studios tarafından üretilen veya Amazon lisanslı film ve dizilerin yer aldığı hizmette ayrıca diğer sağlayıcılardan alınan içerik ve canlı spor etkinlikleri de bulunmaktadır. Prime Video 14 Aralık 2016'da Çin, Küba, İran, Kuzey Kore ve Suriye hariç dünya çapında faaliyetlerini genişletmiştir. 2016 yılında Euro para birimi ile Türkiye'de de hizmet sunmaya başlayan Prime Video, Eylül 2020 tarihinde Türk lirası üzerinden sunulmaya başlanmıştır.[173]

Prime Video kullanabilmek için amazon.com.tr üyeliğinin bulunması ve "Prime" servisine üye olunması gerekmektedir. "Prime" Amazon tarafından üyelerine aylık ücret karşılığı sunulan bir ek hizmettir. Prime hizmetinde film ve dizi izlemenin yanı sıra bedava ve hızlı kargo, üyelere özel bazı indirimler ile Prime Gaming adında video oyun hizmeti de sunulmaktadır. Aylık ödenen tek bir ücret üzerinden tüm bu servislerden faydalanılmaktadır.[174] Prime Video tür olarak abonelik temelli olması açısından SVoD, akış yanında içerik kiralama ve satın alma (Türkiye'de sunulmamaktadır) hizmeti sunması açısından TVoD olarak adlandırılabilir. Prime Video'yu diğer isteğe bağlı video hizmetlerinden ayıran en temel özelliği "Prime" hizmetinin içinde sunulan bir ek hizmet olmasıdır.

3.1.13.1. Prime Video'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Prime Video'da, profil oluşturma, pin kodu, yaş sınırlaması, içerik kısıtlaması ve koruyucu sembol sistemi gibi çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır. Ebeveyn kontrolünü aktif etmek ve değişiklik yapmak için pin kodunun aktif edilmesi gerekmektedir ve pin kodu 5 haneden oluşmaktadır.

[173] Prime Video, https://en.wikipedia.org/wiki/Prime_Video (04.03.2021)
[174] Amazon Prime, https://www.amazon.com.tr/prime (04.03.2021)

Netflix'te olduğu gibi Prime Videoda da profil oluşturma seçeneği sunulmaktadır. Bu profiller ile her bir kullanıcı için ayrı ayrı kişiselleştirilmiş içeriklere ve önerilere erişme imkânı sağlanmaktadır. En fazla 6 profil oluşturulabilmekte ve bu profiller "çocuk profili" olarak da seçilebilmektedir. Çocuk profilinde yalnızca 12 ve altı yaşa uygun içerikler görüntülenebilmektedir. Çocuk profilinde ayrıca satın alma işlemleri de devre dışı bırakılmaktadır.[175] Ancak, çocuk profilinden çıkmak ve yetişkin profillerine erişim için kilit konulamamaktadır.

Prime Videoda yer alan içerikler beş kategoride yaş derecelendirmesine tabi tutulmaktadır ve içeriğin detay sayfasında bu derecelendirmeler gösterilmektedir. Prime Video'da yer alan yaş kategorileri *tablo 10*'da gösterilmektedir.

***Tablo 10*: Prime Video Yaş Kategorileri**

Çocuklar	Büyük Çocuklar	Gençler	Genç Yetişkinler	Yetişkinler
Tümü	7+	13+	16+	18+

ABD, Birleşik Krallık, Almanya, Japonya, Hindistan, Fransa, İtalya, İspanya, Kanada, Meksika, Singapur, Avustralya ve Brezilya'da yerel derecelendirme değerleri kullanılmaktadır. Bu ülkeler dışında kalan ülkelerde *tablo 10*'da gösterilen derecelendirme sistemi kullanılmaktadır.[176]

Tablo 10'da gösterilen derecelendirme sistemi ile içerikler kısıtlanabilmektedir. Kısıtlanan yaş grubuna ait içerikler katalogda görünmektedir ancak izleyebilmek için 5 haneli pin kodunun girilmesi gerekmektedir.

[175] Prime Video Çocuk Profilleri Nedir?, https://www.primevideo.com/help/ref=atv_hp_nd_cnt?nodeId=GD6ARQYPV5H7RYA4 (04.03.2021)
[176] Yaş Kategorileri, https://www.primevideo.com/help/ref=atv_hp_nd_cnt?nodeId=GFGQU3WYEG6FSJFJ (04.03.2021)

Derecelendirme dışında içeriklere tek tek pin kodu konma seçeneği sunulmamaktadır. Ancak, sunulan içerik gizleme seçeneği ile istenilen içerikler gizlenebilmektedir. Ayrıca, içerik kısıtlaması yaparken sistemde kayıtlı tüm cihazlara uygulama seçeneği de sunulmaktadır. İstenirse bağlanılan bazı cihazlar kısıtlamadan muaf tutulabilmektedir.

6 adete kadar profil oluşturmaya izin verilmesine karşın içerik kısıtlaması yapılırken tüm profilleri kapsayacak şekilde yapılmaktadır. Çocuk profili hariç profile özel kısıtlama yapılamamaktadır.

Netflix'te olduğu gibi profillerin izleme geçmişlerine ulaşmak da mümkündür. Böylece hangi profilden hangi içeriklerin izlendiği takip edilebilmektedir.

3.1.14. PUHU TV

Puhu TV, 2016 yılında yayın hayatına başlayan ve ücretsiz olarak sunulan bir isteğe bağlı yayın hizmetidir. Üyelik ve ücret ödemesi gerektirmeyen reklam tabanlı bir AVoD hizmetidir. İçeriğinin büyük çoğunluğu eski ve yeni Türk dizilerinden oluşmakta, yerli ve yabancı sinema filmlerinin yanı sıra çeşitle televizyon programları da bulunmaktadır. Ayrıca, Star TV ve NTV canlı olarak izlenebilmektedir. Gelir modeli reklam temellidir. Üyelik sadece içeriklere dair favori listesi oluşturmak veya izlenilen içerikte kalınan yerden devam edebilmek için gerekmektedir. İçeriklere sadece Türkiye'den erişilebilmektedir.

3.1.14.1. Puhu TV'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Puhu TV'de ebeveyn kontrolü olarak ülkemizde uygulanan ve *şekil 1'*de gösterilen koruyucu sembol sistemi kullanılmaktadır. Koruyucu sembol sistemi televizyonlarda olduğu gibi içeriğin başında ekranda gösterilmektedir.

Koruyucu sembol sistemi dışında herhangi bir ebeveyn kontrolü aracı sunulmamaktadır.

3.1.15. SPOTIFY

Spotify, 2008 yılında kurulan bir dijital müzik, podcast ve video hizmetidir. Ücretli ve ücretsiz iki farklı üyelik tipi bulunmaktadır. Ücretsiz üyelik, sınırlı erişim ve reklamlı müzik dinleme seçeneği ile sunulmaktadır. Ücretli üyeliklerde ise çevrimdışı veya reklamsız olarak sınırsız müzik dinleme imkânı sunulmaktadır.[177] Dört ayrı üyelik planı mevcuttur. Bunlar "Bireysel", "Duo", "Aile" ve "Öğrenci"dir. Bu üyelik çeşitleri, hesabın kaç kişi ile birlikte kullanılabileceğini göstermektedir.[178]

3.1.15.1. Spotify'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Spotify'da içerik derecelendirme sistemi, pin kodu, dinleme geçmişi ve çocuklar için özel olarak geliştirilen "Spotify Kids" isimli çocuk uygulaması gibi çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır.

Spotify'da ebeveyn kontrolü araçlarını aktif etmek için öncelikle profil oluşturmak gerekmektedir. "Duo" ve "Aile" isimli üyelik seçeneklerinde birden fazla kullanıcıya izin verilmektedir ve her bir kullanıcı için ayrı bir profil oluşturulabilmektedir. Oluşturulan profiller hesap sahibi kullanıcı tarafından denetlenebilmektedir. "Duo" üyelik seçeneğinde 2 kullanıcıya kadar, "Aile" üyelik seçeneğinde ise 6 kullanıcıya kadar izin verilmektedir.

Spotify'da ilk olarak "Sansürsüz içerik filtresi" isimli bir içerik kısıtlama seçeneği sunulmaktadır. Bu seçenek aktif edildiğinde içerisinde argo, küfür ve müstehcenlik bulunan içerikler engellenmektedir. Bu tür içerikler "sansürsüz" veya "S" etiketi ile işaretlenmektedir. Spotify, bu tür içeriklerin hak

[177] Spotify Nedir?, https://support.spotify.com/tr/article/what-is-spotify/ (18.08.2021)
[178] Spotify Premium, https://www.spotify.com/tr/premium/#plans (18.08.2021)

sahiplerinden alının bilgiler doğrultusunda belirlendiğini ve tüm müstehcen içeriklerin etiketlenmediğini belirtmektedir. Kullanıcılar bireysel hesaplarında bu seçeneği aktif edebildikleri gibi, birden fazla kullanıcının olduğu hesap türlerinde hesap yöneticileri istedikleri kullanıcının profiline girerek bu seçeneği aktif edebilmektedirler.[179]

Spotify tarafından 2020 yılında çocuklara özel olarak hazırlanan "Spotify Kids" isimli bir uygulama hayata geçirilmiştir. Bu özel uygulama ile 3 yaşından büyük çocuklar kendilerine ait bir hesaba sahip olabilmektedirler. İçerisinde çocuklara uygun olarak seçilmiş müzikler, film müzikleri ve çalma listeleri bulunmaktadır. Bu uygulama sadece "Aile" isimli üyelik planı ile sunulmaktadır. Çocuk hesabı oluşturabilmek ve tüm ebeveyn kontrolü ayarlarını yönetmek ve değişiklik yapmak için önce bir pin kodu belirlenmesi gerekmektedir. Pin kodu oluşturulduktan sonda 5 adede kadar "Kids Hesabı" oluşturulabilmektedir. Kids hesabında ebeveynlere çocuklarının dinlemesini istedikleri müzik türünü seçme, istemedikleri içeriklerin çalınmasını engelleme ve 3 aylık olarak çocuklarının dinledikleri müzik geçmişlerine erişim imkânı sunulmaktadır. Ayrıca çocukların podcast bölümlerini dinlemesi engellenmektedir.[180] Tezin yazıldığı tarih itibariyle "Spotify Kids" uygulamasına Türkiye'den erişim bulunmamaktadır.

3.1.16. TİVİBU GO

Tivibu, Türk Telekom tarafından 2010 yılından beri internet üzerinden sunulan bir televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetidir. Ayrıca, IPTV ve uydu üzerinden de hizmet verilmektedir. Tivibu Go'da canlı TV ile birlikte kirala-izle, satın-al izle gibi çeşitli hizmetler sunulmaktadır. Kataloglarında yerli ve yabancı dizi, film, belgesel ve spor içerikleri bulunmaktadır.

[179] Sansürsüz İçerikler, https://support.spotify.com/tr/article/explicit-content/ (18.08.2021)
[180] Spotify Kids, https://support.spotify.com/tr/article/spotify-kids/ (18.08.2021)

IPTV hizmetini kullanabilmek için Türk Telekom'un internet altyapısını kullanmak gerekirken, Tivibu Go hizmetinde ise herhangi bir internet bağlantısının olması yeterlidir. İki hizmette de aylık abonelik seçeneği ile farklı içeriklerde paketler sunulmaktadır. Kullanıcı üye olduğunda tüm içeriğe ulaşamamaktadır. Bazı içeriklere kiralama veya satın alma yoluyla ulaşılmaktadır.

3.1.16.1. Tivibu Go'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Tivibu Go hizmetinde profil oluşturma, pin kodu ve koruyucu sembol sistemi gibi çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır.

Koruyucu sembol sistemi olarak ülkemizde uygulanan ve *şekil 1*'de gösterilen sembol sistemi kullanılmaktadır. İçeriğe dair yapılan derecelendirme detay sayfasında gösterilmektedir.

Tivibu Go'da farklı ebeveyn kontrolü araçlarında kullanılmak üzere 4 haneli bir pin kodu belirlenebilmektedir. Bu pin kodu ile canlı TV, profiller ve içerikler kilitlenebilmektedir.

Tivibu Go'da birden fazla profil oluşturmaya izin verilmektedir. Ancak bu profiller "çocuk profili" olarak ayarlanamamaktadır. Ancak profillerin erişebileceği içeriklere sınır getirmek mümkündür. Seçilen profilde "G", "7", "13" ve "18" olarak 4 farklı yaş sınırlaması ayarlanabilmektedir. Böylece o profilde, seçilen yaş sınırına uygun içerikler gösterilmektedir. Yaş sınırı dışında içerikler tek tek kısıtlanamamaktadır.

Pin kodu ile ayrıca profillerde kısıtlanabilmektedir. Böylece çocuklar yetişkin profillerine erişememektedir. Ayrıca pin kodu ile canlı TV kanalları da kısıtlanabilmektedir. Kullanıcı istediği profilde "kanal kilitleme" özelliğini aktif ederek o profil ile canlı TV izlenmesini kısıtlayabilmektedir. Son olarak kirala-

izle seçeneğini için “kiralama şifresi” oluşturarak çocukların içerik kiralaması yapması kısıtlanabilmektedir.

3.1.17. TV+

TV+, Turkcell tarafından internet üzerinden sunulan bir isteğe bağlı yayın hizmetidir. 3 türü bulunmaktadır. Evde TV+, Web’de TV+ ve Cepte TV+. Evde TV+ Superonline fiber altyapısı üzerinden sunulan bir IPTV hizmetidir. Web ve Cepte TV+ ise birer Web TV hizmetidir.[181]

Canlı TV izlenebildiği gibi yerli ve yabancı dizi, film ve belgesellerin yanı sıra spor programları gibi içerikler katalog üzerinden seçip izleme olanağı da sunulmaktadır. Ayrıca içerik kiralama ve satın alma seçenekleri de bulunmaktadır. İstenilen yayını kaydetme, TV kanallarında 24 saate kadar geriye gidip izleme, bir filmi 30 güne kadar kiralayıp, ilk izledikten sonra 48 saat içerisinde kullanıcısına filmi istediği kadar tekrar izleyebilmek gibi çeşitli imkânlar sunulmaktadır.

Birden fazla paket ve birçok üyelik seçeneği sunulmaktadır. GSM operatörü olarak Turkcell kullananlar tarifelerine ek olarak alabilmekte, kredi kartı ile üye olunabilmekte ya da Apple ve Google Play servisleri üzerinden de satın alınabilmektedir. Üye olan kullanıcı tüm içeriğe erişememektedir. Bazı içeriklerin kirala-izle veya satın al-izle özelliği ile kiralanması veya satın alınması gerekmektedir.

IPTV hizmetini kullanabilmek için Superonline fiber kullanıcısı olmak gerekirken, Cep ve Web TV+ hizmetini kullanmak için herhangi bir internet bağlantısının olması yeterlidir.

[181] TV+, https://www.superonline.net/yardim/tv-plus (06.03.2021)

3.1.17.1. TV+'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

TV+'da çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır. IPTV hizmetinde çocuk kilidi özelliği bulunmaktadır. Bu özellik ile istenilen TV kanalı için 4 haneli bir pin kodu belirlenebilmektedir. Pin kodu girilmeden o kanal izlenememektedir. Ebeveyn kontrolü ayarlarının değiştirilmesi veya kirala-izle ve satın-al izle seçenekleri için de pin kodu kullanılmaktadır. Pin kodu girilmeden satın alma ve ebeveyn kontrolü ayarları değiştirilememektedir. Bu özellikler Web ve Cep TV+ içinde geçerlidir.

Koruyucu sembol sistemi olarak ülkemizde uygulanan ve *şekil 1*'de gösterilen sembol sistemi içeriğin başında ekranda gösterilmektedir. Ancak içeriğin detay kısmında gösterilmemektedir.

TV+'da birden fazla profil oluşturulamamakta ve herhangi bir profil kilidi sunulmamaktadır. Çocuklara yönelik olarak "çocuk" isimli bir bölüm bulunmaktadır. Ancak bu bir "çocuk profili" değildir. Çocuklara yönelik içeriklerin bulunduğu ayrı bir sayfadır.

TV+'da ebeveyn kontrolü olarak *tablo 11*'de gösterilen dört adet yaş sınırı belirlenebilmektedir. Ebeveyn kontrolü aktif edildiğinde sadece seçilen yaş sınırına uygun içerikler gösterilmektedir.

***Tablo 11*: TV+ Ebeveyn Kontrolü Yaş Sınırı**

Yaş Sınırı			
Genel İzleyici	7 Yaş ve Üzeri	13 Yaş ve Üzeri	18 Yaş ve Üzeri

Tablo 11'de gösterilenler dışında istenilen içerikler tek tek seçilerek kısıtlanamamaktadır. Ayrıca, Web ve Cep TV+ hizmetinde, IPTV hizmetinde olduğu gibi Canlı TV kanallarına pin kodu konulamamaktadır.

3.1.18. VODAFONE TV

Vodafone TV, Vodafone tarafından sunulan bir Mobil TV ve isteğe bağlı yayın hizmetidir. İçerisinde canlı TV kanalları bulunduğu gibi, seç-izle ile kataloglarında yer alan yerli ve yabancı film, dizi, belgesel ve çocuk içerikleri izlenebilmektedir. Akıllı telefon, tablet, akıllı televizyon veya bilgisayar üzerinden izlenebilmektedir.

Üye olabilmek ve kullanabilmek için Vodafone bireysel mobil abonesi olmak gerekmektedir. Bunun dışında herhangi bir üyelik seçeneği bulunmamaktadır. Vodafone'da yer alan bazı tarifelerde ücretsiz olarak sunulurken, bazı tarifelerde ise mevcut faturaya ek ücret ödenerek kullanılmaktadır. Üye olunan pakete göre kullanıcının erişebileceği içerikler değişmektedir.[182]

3.1.18.1. Vodafone TV'de Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Vodafone TV de ebeveyn kontrolü aracı olarak koruyucu sembol sistemi ve çocuk profili sunulmaktadır.

Koruyucu sembol sistemi olarak ülkemizde uygulanan ve *şekil 1*'de gösterilen sembol sistemi kullanılmaktadır. İçeriğe dair semboller ilgili içeriğin detay sayfasında gösterilmektedir. Bunun dışında içeriğin başında ekranda herhangi bir yerde gösterilmemektedir.

Bir diğer ebeveyn kontrolü aracı olarak çocuk profili sunulmaktadır. Platforma giriş yapınca ekranda "yetişkin" ve "çocuk/genç" olarak iki profil seçeneği sunulmaktadır. Bu iki profilden biri seçilerek, seçilen profile uygun içerikler izlenebilmektedir. Ancak herhangi bir profil kilidi seçeneği sunulmamaktadır. Bu sebeple yetişkin ve çocuk profili arasında geçiş

[182] Vodafone TV Servisi, https://www.vodafone.com.tr/Servisler/vodafone-tv-servisi.php (18.03.2021)

yapılabilmektedir. Çocuk/genç isimli profilde sadece çocuklara yönelik canlı TV çocuk kanalları ve seç-izle olarak çocuk filmleri, çizgi filmler gibi içerikler gösterilmektedir.

Bunlar dışında ebeveyn kontrolü olarak herhangi bir pin kodu ve içerik kısıtlama seçeneği sunulmamaktadır.

3.2. DÜNYADAN ÖRNEKLER

Yayıncılığın ağırlıklı olarak internet ortamına kaydığı günümüzde dünyada birçok isteğe bağlı yayın hizmeti sunan platform bulunmaktadır. Çalışmanın bu kısmında Tezin yazıldığı dönem itibariyle Türkiye'den erişimi bulunmayan ve farklı türlerde isteğe bağlı video hizmeti sunan Disney+ (SVoD), Hulu (OTT TV), BBC iPlayer (Free on Demand) gibi platformlardaki ebeveyn kontrolü araçları incelenecektir.

3.2.1. DISNEY+

Disney+, Kasım 2019'da yayın hayatına başlayan bir abonelik temelli (SVoD) isteğe bağlı yayın hizmetidir. İlk olarak ABD, Kanada dâhil birkaç ülkede hizmet sunmaya başlamış ve kısa sürede 50 milyon aboneye ulaşmıştır. Aylık ve yıllık olarak abone seçenekleri sunulmakta ve kullanıcılar abone oldukları sürece tüm içeriklere erişebilmektedir. Ağırlıklı olarak "aile dostu" yapımlar sunulmaktadır.[183] Eylül 2021 tarihi itibariyle Türkiye'den erişim bulunmamaktadır.

3.2.1.1. Disney+'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Her ne kadar "aile dostu" içerikler bulunsa da, daha fazla kişiye hitap etmek için birden fazla ülkede faaliyet göstermeye başlayan Disney+'da da

[183] Disney Plus, https://www.businessinsider.com/disney-plus-review (13.03.2021)

çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır. Birden fazla profil oluşturmaya ve bu profilleri çocuk profili olarak ayarlamaya izin veren Disney+'da ayrıca yetişkin profillerine erişim için pin kodu ayarlanabilmektedir.

Faaliyet gösterilen ülkeye göre değişiklik gösteren bir içerik derecelendirme sistemi kullanılmaktadır. Her profilin hangi derecelendirmeye sahip içeriklere erişip, erişemeyeceği seçilebilmektedir. Çocuk profili ile çocuklara uygun içerikler gösterilmektedir. Eğer istenirse çocuk profilinden çıkmak için pin kodu yerine çocuğun yanıtlaması gereken basit bir soru sorma seçeneği de ayarlanabilmektedir. Çıkış sorusu yanıtlanmadan çocuk profilinden çıkılamamaktadır.[184]

3.2.2. HULU

Hulu, 2007 kurulan, içerisinde isteğe bağlı video ve canlı TV hizmetleri sunulan bir OTT TV hizmetidir. Aylık abonelik üzerinden çeşitli seçenekler sunulmaktadır. Bazı aboneliklerde reklam gösterilmektedir. Canlı TV özelliği ile kablo TV hizmetine benzeyen Hulu'da, kablo TV'nin aksine herhangi bir kuruluma ve özel bir altyapıya gerek duyulmamaktadır. İnternet olan her yerden erişim imkânı bulunmaktadır. Orijinal yapımların yanı sıra ABD'de faaliyet gösteren TV kanallarına ait diziler de kataloglarında yer almaktadır.[185] Eylül 2021 tarihinde Türkiye'den erişim bulunmamaktadır.

3.2.2.1. Hulu'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

Hulu'da 6 adete kadar profil oluşturulabilmektedir. Oluşturulan profiller "çocuk profili" olarak ayarlanabilmektedir. Çocuk profili olarak ayarlanan profil ile "Kids Hub" diye adlandırılan ve içerisinde "çocuk dostu" içerikler bulunan bir alana erişilmektedir. Ayrıca, uygulanan derecelendirme sistemine göre

[184] Disney Plus Parental Controls, https://www.androidauthority.com/disney-plus-parental-controls-1108634/ (13.03.2021)
[185] How Does Hulu Work?, https://www.digitaltrends.com/movies/how-does-hulu-work/ (13.03.2021)

içerikler kısıtlanabilmektedir.[186] Ayrıca, çocukların yetişkin profillerine erişimlerini kısıtlamak için de pin kodu aktif edilebilmektedir.[187]

3.2.3. BBC iPlayer

BBC iPlayer, İngiliz yayın kuruluşu BBC'ye ait olan ve ücretsiz sunulan bir isteğe bağlı yayın hizmetidir. Abone olmak ve içeriklere ulaşmak için herhangi bir ücret bulunmadığı gibi hizmet kapsamında reklamda gösterilmemektedir.

Birleşik Krallıkta faaliyet gösteren BBC iPlayer'da canlı TV yayınları dışında BBC'ye bağlı televizyon kanallarına ait içerikler ile birlikte ITV, Channel 4, E4 gibi Birleşik Krallıkta yayın yapan televizyon kanallarına ait içerikler de yayınlanmaktadır.[188] 2016 yılında çocuklara yönelik içerikler dışında kalan yetişkin içeriklerine erişim için "BBC ID" olarak adlandırılan bir hesap ile oturum açma zorunluluğu getirileceği duyurulmuş ve Mayıs 2017'de bu özellik aktif edilmiştir.[189]

3.2.3.1. BBC iPlayer'da Yer Alan Ebeveyn Kontrolü Araçları

BBC iPlayer tarafından pin kodu ve koruyucu sembol sistemi gibi çeşitli ebeveyn kontrolü araçları sunulmaktadır. "PG Lock" ismini verdikleri "Ebeveyn Rehberlik Kilidi" anlamına gelen bir pin kodu sistemi bulunmaktadır. iPlayer'da nelerin izlenip, nelerin izlenemeyeceğini kontrol etmek için 4 haneli pin kodu oluşturulmaktadır. Bu kod oluşturulup "Ebeveyn Rehberlik Kilidi" aktif hale

[186] How To Restrict What My Kids Can Watch on Hulu, https://help.hulu.com/s/article/restrict-mature-content?language=en_US (13.03.2021)
[187] Kids Profile and Parental Controls on Hulu, https://help.hulu.com/s/article/restrict-content#restrict (07.09.2021)
[188] BBC iPlayer, https://en.wikipedia.org/wiki/BBC_iPlayer#cite_note-bbc-loginrequired-52 (15.03.2021)
[189] BBC iPlayer login will be required from 2017, https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-37477229 (15.03.2021)

getirilince “G” etiketi yani “BBC Guidance” alan içeriklere erişim kısıtlanmaktadır.[190]

“G” etiketi izleyicilere içeriğin çocuklar için uygun olmadığını (Şiddet, cinsellik, uyuşturucu kullanımı veya kaba dil) veya bazı izleyiciler için zararlı olabileceğini bildirmektedir. “G” etiketi genellikle doğrusal yayın yapan televizyonlarda korumalı saat dışında kalan (21:00’dan sonra) saatlerde yayınlanan televizyon programları için kullanılmaktadır. Ayrıca, “Ebeveyn Rehberliği Kilidinin” izlenilecek her cihaz için ayrı ayrı aktif edilmesi gerekmektedir.[191]

BBC iPlayer’da birden fazla profil oluşturabilmekte ve bu profiller “çocuk profili” olarak ayarlanabilmektedir. Ebeveynler 13 yaşın altındaki çocukları için kendi BBC iPlayer hesapları ile bağlantılı bir çocuk hesabı açabilmektedirler. Bu hesaba çocuğun yaşı girilerek sadece kendi yaşına uygun içerikleri görmesi sağlanmaktadır.[192]

3.3. EBEVEYN KONTROLÜ ARAÇLARI KARŞILAŞTIRMA TABLOSU

Bu çalışmada incelenen isteğe bağlı yayın hizmeti sunan çeşitli türdeki platformların sunduğu ebeveyn kontrolü araçları *tablo 12*’de gösterilmiştir.

[190] Parental Controls, https://www.bbc.co.uk/iplayer/guidance (15.03.2021)
[191] What is the parental guidance lock?, https://www.bbc.co.uk/iplayer/help/questions/parental-controls/parental-guidance (15.03.2021)
[192] How do I use the child experience on iPlayer?, https://www.bbc.co.uk/iplayer/help/questions/recent-changes-to-iplayer/children-tv (15.03.2021)

***Tablo 12*: Ebeveyn Kontrolü Karşılaştırma Tablosu**

	Pin Kodu	**Çocuk Profili**	**Koruyucu Sembol**	**İçerik Kısıtlama**
BBC iPlayer	4 haneli pin kodu	Çocuk profili bulunmaktadır	Tek bir derecelendirme "G"	Derecelendirmeye göre içerik kısıtlanabilmektedir
beIN Connect	4 haneli pin kodu	Çocuk odası bulunmakta	Ülkemizde uygulanan koruyucu sembol sistemi	"Çocuk Odası" bölümünde içerik kısıtlanabilmektedir
BluTV	4 haneli pin kodu	Çocuk profili bulunmamakta, "kids" isimli çocuk bölümü sunulmakta	Ülkemizde uygulanan koruyucu sembol sistemi	18+ içerikler kısıtlanabilmektedir
Deezer	Bulunmamakta	Çocuk profili bulunmaktadır	Sansürsüz içerikler için "Explicit" etiketi bulunmaktadır.	Müstehcen içerikler kısıtlanabilmektedir
Disney+	4 haneli pin kodu	Çocuk profili bulunmaktadır	Ülkeye göre değişen derecelendirme sistemi	Derecelendirmeye göre içerik kısıtlanabilmektedir
D-Smart GO	4 haneli pin kodu	Çocuk, genç, yetişkin olarak ayarlanabilmektedir.	Ülkemizde uygulanan koruyucu sembol sistemi	Derecelendirmeye göre veya tüm içerikler kısıtlanabilmektedir
Düşyeri TV	Bulunmamakta	Sadece çocuklara yönelik içerikler sunulmaktadır	Bulunmamakta	Yaşa uygun içerik gösterilmektedir
EXXEN	4 haneli pin kodu	Çocuk profili bulunmaktadır	Ülkemizde uygulanan koruyucu sembol sistemi	Derecelendirmeye göre veya tüm içerikler topluca kısıtlanabilmektedir
Film Box Live	Bulunmamakta	Bulunmamakta	Bulunmamakta	Bulunmamakta
Fizy	Bulunmamakta	Bulunmamakta	Bulunmamakta	Bulunmamakta

Gain	Bulunmamakta	Bulunmamakta	Ülkemizde uygulanan koruyucu sembol sistemi	Bulunmamakta
Hulu	4 haneli pin kodu	Çocuk profili bulunmaktadır	FCC derecelendirme sistemi	Derecelendirmeye göre içerik kısıtlanabilmektedir
Mubi	Bulunmamakta	Bulunmamakta	Bulunmamakta	Bulunmamakta
Muud	Bulunmamakta	Bulunmamakta	Bulunmamakta	Bulunmamakta
Netflix	4 haneli pin kodu	Çocuk profili bulunmaktadır	Ülkeye göre değişen derecelendirme sistemi	Derecelendirmeye göre veya tek tek içerikler kısıtlanabilmektedir
Prime Video	5 haneli pin kodu	12 yaş ve altı içeriklere yönelik Çocuk profili bulunmaktadır	Ülkeye göre değişen derecelendirme sistemi	Derecelendirmeye göre kısıtlanabilmekte veya istenilen içerik gizlenebilmektedir
Puhu TV	Bulunmamakta	Bulunmamakta	Ülkemizde uygulanan koruyucu sembol sistemi	Bulunmamakta
Spotify	4 haneli pin kodu	Spotify Kids isimli çocuklara özel bir uygulama bulunmaktadır	Sansürsüz içerikler için “S” etiketi bulunmaktadır	Sansürsüz içerikler kısıtlanabilmektedir
Tivibu Go	4 haneli pin kodu	Çocuk profili bulunmaktadır	Ülkemizde uygulanan koruyucu sembol sistemi	Derecelendirmeye göre içerik kısıtlanabilmektedir
TV+	4 haneli pin kodu	“Çocuk” isimli bir bölüm bulunmaktadır	Ülkemizde uygulanan koruyucu sembol sistemi	Derecelendirmeye göre içerik kısıtlanabilmektedir
Vodafone TV	Bulunmamakta	Çocuk profili bulunmaktadır	Ülkemizde uygulanan koruyucu sembol sistemi	Bulunmamakta

DEĞERLENDİRME, SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde internete bağlı tüm cihazlardan içeriğe ulaşmak ve tüketmek kolaylaşmıştır. Yeni teknolojiler ile izleme/dinleme biçimleri değişmiş ve gelişmiştir. Bu yeni izleme/dinleme biçimlerine yayıncılar ve yasa koyucular gibi izleyici/kullanıcılar da ayak uydurmak zorunda kalmışlardır. Bu yeni izleme/dinleme biçimleri ile çocuk ve gençleri medyanın olası zararlı etkilerinden korumak hem güçleşmiş hem de kolaylaşmıştır. Artan ekran ve cihaz sayısı güçleştirirken, yeni teknolojiler ile içeriklere erişimi denetlemek ve kontrol etmek kolaylaşmıştır.

Bu çalışma kapsamında, *tablo 12*'de yer alan isteğe bağlı yayın hizmeti tanımına uyan ve lisans almış platformlar incelendiğinde benzer ebeveyn kontrolü araçları sundukları görülmektedir. Bunlar 4 ana gruba ayrılan pin kodu, çocuk profili, koruyucu sembol sistemi ve içerik kısıtlamasıdır. Bu araçlar birbirleri ile bağlantılı veya birbirini tamamlar bir biçimde sunulmaktadır.

Koruyucu sembol sistemi içerik hakkında kullanıcıyı/izleyiciyi bilgilendiren ve hem doğrusal yayınlar hem de isteğe bağlı yayınlarda kullanılan yaygın bir ebeveyn kontrolü aracıdır. Genel olarak çocuk, genç ve yetişkin ana başlığı altında üçe ayrıldığı görülmektedir. Genellikle içeriğin detay sayfasında, bazen de geleneksel televizyonlarda olduğu gibi ekranda, programın başında gösterilmektedir. İncelenen isteğe bağlı yayın hizmetleri arasında sadece Mubi, Düşyeri TV, Film Box Live, Fizy ve Muud'da kullanılmamaktadır. Diğer platformlarda aktif olarak kullanılmaktadır.

Platformlar incelendiğinde "yerli" olarak nitelendirilen ve sadece Türkiye'de faaliyet gösteren platformların RTÜK tarafından 2006 yılında hayata geçirilen ve *şekil 1*'de gösterilen koruyucu sembol sistemini kullandığı görülmektedir. Dünyada yaygın olarak kullanılan Netflix, Prime Video ve Disney+'da ise faaliyet gösterilen ülkeye göre değişen bir koruyucu sembol sistemi kullanılmaktadır. Bunlar bazen o ülkenin düzenleyici kuruluşu

tarafından belirlenen koruyucu semboller olabildiği gibi yayıncı kuruluş tarafından belirlenen bir derecelendirme de olabilmektedir. BBC iPlayer'da ise sadece "G" derecelendirmesi kullanılmaktadır. İşitsel tarafta yer alan Spotify, Deezer, Muud ve Fizy gibi isteğe bağlı yayın platformları incelendiğinde ise sadece Spotify ve Deezer'da bir içerik derecelendirme sistemi yer almaktadır. Argo, küfür ve müstehcenlik içeren müzik eserleri Spotify'da "S" etiketi ile Deezer'da ise "Explicit" etiketi ile işaretlenmektedir.

Koruyucu sembol sisteminin daha etkin bir şekilde çalışmasının, pin kodu veya içerik kısıtlaması diye adlandırılan diğer ebeveyn kontrolü araçları ile birlikte kullanılması ile mümkün olacağı değerlendirilmektedir. Çünkü koruyucu sembol/derecelendirme sistemi kullanıcıyı içerik hakkında bilgilendirmeye yönelik bir araçtır. Çocukların, yaşına uygun olmayan içeriklere erişmesi konusunda tek başına yeterli olmadığı düşünülmektedir.

Pin kodu, çocukların belirli alanlara erişimlerini kısıtlamak için kullanılan oldukça etkili bir ebeveyn kontrolü aracıdır. Pin kodu aracının incelenen platformlarda birkaç şekilde kullanıldığı görülmüştür. Bunlar, belirli derecelendirmeye sahip içeriklere erişimi kısıtlama, tek tek içeriklerin kısıtlanması, profillere erişimi kısıtlama, kirala-izle ve seç-izle gibi hizmetlere erişimi kısıtlama şeklindedir. Mubi, Puhu TV, Gain, Düşyeri TV, Film Box Live, Vodafone TV, Fizy, Deezer ve Muud hariç diğer yayıncılarda pin kodu aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Bu Pin kodu genelde 4 haneli olarak, Prime Video'da ise 5 haneli olarak belirlenmektedir.

Koruyucu sembol sistemi ile birlikte kullanılması gereken bir diğer ebeveyn kontrolü aracı içerik kısıtlamasıdır. Belirli türdeki içeriklere erişimi kısıtlamak için kullanılmaktadır. İncelenen platformlarda üç türlü kullanıldığı görülmüştür. Birincisi belirli bir derecelendirmeye sahip içerikleri topluca kısıtlamak, istenilen içerikleri tek tek seçerek kısıtlamak, son olarak tüm içerikleri kısıtlamak.

Mubi, Puhu TV, Gain, Film Box Live, Fizy, Muud ve Vodafone TV'de herhangi bir şekilde içerikler kısıtlanamamaktadır. Netflix ve Prime Video'da derecelendirme ile içerikler topluca kısıtlanabildiği gibi, istenilen içerikler tek tek seçilerek de kısıtlanabilmektedir. Bunlar dışında diğer platformlarda değişen derecelendirme sistemine göre içerikler sadece toplu olarak kısıtlanabilmektedir. Örneğin BluTV'de sadece "18+" içerikler kısıtlanabilirken, Düşyeri TV'de ise kayıt esnasında ebeveyn tarafından verilen çocuğun yaşına uygun içeriklerin gösterildiği belirtilmektedir. beIN Connect'te "çocuk odası" bölümündeki içerikler kısıtlanabiliyorken, Prime Video'da ise içerik kısıtlaması yerine gizleme ifadesini kullanmaktadır ve ebeveyn tarafından istenilen içerikler seçilerek gizlenebilmektedir. D-Smart Go ve Exxen'de belirli derecelendirmeye sahip içeriklerin kısıtlanmasının yanında kullanıcı isterse tüm içerikleri topluca kısıtlayabilmektedir. Spotify ve Deezer'da ise argo, küfür ve müstehcenlik içeren müzik eserleri kısıtlanabilmektedir.

Derecelendirmeye göre veya tek tek yapılan kısıtlama ile içerikler platformun kataloğunda görünse dahi belirlenen pin kodu girilmeden izlenmesi mümkün olmamaktadır. Bu sayede çocuk ve gençlerin yaşlarına uygun olmayan içeriklere erişimleri etkin bir şekilde engellenebilmektedir.

Bu çalışmada daha önce belirttiğimiz gibi içeriklerin derecelendirmesi ülkeden ülkeye değişmektedir ve yapılan derecelendirmelerin her ülkenin kültürüne uygun ve doğru olarak yapılması bazen mümkün olmamaktadır. Her ülkenin kültürü ve bu alana yaklaşımı farklı olabilmektedir. Bu yüzden ebeveynin derecelendirme dışında istediği içeriği tek tek seçerek kısıtlayabilmesinin faydalı bir özellik olduğu değerlendirilmektedir.

Pin kodu ile kullanılan veya kullanılması gereken bir diğer araç ise profil kilididir. Profil kilidine değinmeden önce sunulan profil oluşturma seçeneklerine bakmak faydalı olacaktır.

İncelenen yayıncılardan Netflix, Prime Video, BBC iPlayer, Disney+, Hulu, Tivibu Go, D-Smart GO, Spotify, Deezer ve Exxen'de birden fazla profil oluşturmaya izin verilmekte ve bu profiller "çocuk profili" olarak ayarlanabilmektedir. Böylece çocuk profili ile kullanıcının sadece yaşına uygun içeriklere ulaşması sağlanmaktadır. Netflix ve Disney+'da tüm profillerin erişebileceği derecelendirme tek tek belirlenebilirken, Prime Video'da çocuk profili seçilince sadece 12 yaş ve altı içerikler gösterilmektedir. D-Smart Go'da bir profil "çocuk" olarak seçilirse sadece çocuklara yönelik içeriler gösterilmektedir ancak hangi yaş grubu olduğu belirtilmemektedir. Spotify'da ise çocuklar için özel hazırlanan "Spotify Kids" isimli ayrı bir uygulama, Deezer'da ise "Deezer Kids" isimli bir bölüm bulunmaktadır. Bunlar dışında, BluTV, beIN Connect ve TV+'da ayrı "çocuk" bölümleri bulunmaktadır. Bu bölümlerde sadece çocuklara yönelik içerikler sunulmaktadır.

Ancak burada önemli olan noktanın çocuğun, çocuk profili dışında yer alan diğer yetişkin profillerine ulaşmasını engellemek olduğu değerlendirilmektedir. Çünkü herhangi bir kısıtlama olmadan profiller arası geçişin mümkün olduğu platformlarda yetişkin profillerine erişim sağlayan çocuk, yaşına uygun olmayan içeriklere erişebilmektedir. Ancak profillere de erişim için pin kodu konulabilirse bu sorun giderilmiş olacaktır. Profil kilidi sadece Netflix, Disney+, Prime Video, Hulu ve Tivibu Go'da sunulmaktadır. Ebeveyn istediği profile pin kodu koyabilmekte ve o profile erişim için pin kodunun girilmesi gerekmektedir. Tam olarak profil kilidi olarak sayılmasa da beIN Connect'te sunulan "çocuk odası" özelliğinden çıkış yapmak için pin kodu girilmesi gerekmektedir. Böylece pin kodu girilmeden yetişkin içeriklerine erişimin önüne geçilmektedir.

Bir diğer sunulan araç "izleme/dinleme geçmişi" olarak adlandırılan ve hangi içeriğin ne zaman, hangi cihazdan, kaç defa izlendiği veya dinlendiği gibi bilgilerin sunulduğu araçtır. İzleme/dinleme geçmişi bir kısıtlama aracından ziyade bir denetleme işlevi görmektedir. Netflix, Prime Video, D-Smart Go ve Tivibu Go'da izleme geçmişi, Spotify ve Deezer'da ise dinleme geçmişi

sunulmaktadır. Ayrıca, Düşyeri TV'de izleme süresi kısıtlama özelliği sunulmaktadır. Böylece ekran başında geçirilen süreye de sınırlama getirilebilmektedir.

Bu çalışma kapsamında isteğe bağlı yayın hizmeti sunan yayıncılar incelendiğinde Mubi, Fizy, Muud ve Film Box Live hariç diğerlerinde en az 1 adet ebeveyn kontrolü sayılabilecek bir araç sunulmaktadır. En yaygın olarak kullanılan araç koruyucu sembol sistemidir. İncelenen platformlardan Mubi, Filmbox Live, Fizy, Muud ve Düşyeri TV hariç geriye kalan 16'sında koruyucu sembol sistemi kullanılmaktadır.

İkinci sırada içerik kısıtlaması gelmektedir. 14 yayıncı tarafından içerik kısıtlama özelliği sunulmaktadır. Netflix, Prime Video'da içerikler tek tek seçilerek de kısıtlanabilmektedir. D-Smart Go ve Exxen'de ise tüm içerikler tek seferde kısıtlanabilmektedir. Film Box Live, Fizy, Muud, Gain, Mubi, Puhu TV ve Vodafone TV'de içerik kısıtlama özelliği sunulmamaktadır.

Düşyeri TV, Film Box Live, Gain, Mubi, Puhu TV, Fizy, Deezer, Muud ve Vodafone TV hariç incelenen diğer platformlarda pin kodu kullanılmaktadır.

Düşyeri TV, Film Box Live, Gain, Fizy, Muud, Mubi ve Puhu TV'de çocuk profili bulunmamaktadır. Bein Connect, Blu TV ve TV+'da ise çeşitli adlarda çocuklara özel bölümler, Spotify'da ise çocuklara özel uygulama bulunmaktadır. İncelenen diğer platformlarda "çocuk profili" özelliği bulunmaktadır.

Son alarak, incelenen platformlardan BBC iPlayer, Hulu, BluTV, Bein Connect, Disney+, D-Smart Go, Netflix, Prime Video, Tivibu Go, Exxen, Spotify ve TV+'da sayılan dört ebeveyn kontrolü aracı da sunulmaktadır.

Sonuç

İzleme/dinleme etkinliğinin oldukça değiştiği ve geliştiği günümüzde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki ve yaşlarına uygun olmayan yetişkin içeriklerinin, çocukların normal şartlar altında duyamayacakları ve göremeyecekleri şekilde sunulmasına ilişkin yasal düzenlemeler yapılması ve önlemler alınması, geleneksel televizyonda olduğu gibi yeni medya ortamı sayılan ve izleme etkinliğinin giderek bireyselleştiği isteğe bağlı yayın hizmetlerinde de önem arz etmektedir. Bu alanla ilgili olarak 3 taraf bulunmaktadır. Yayıncılar, düzenleyici otoriteler ve ebeveynler.

Çocuk ve gençleri televizyonun olası zararlı etkilerinden korumak için gerekli yasal düzenlemeler yapılıp, yayıncılar tarafından sunulsa da uygulama kısmında ebeveynlere büyük görev düştüğü değerlendirilmektedir. Çünkü pin kodu, içerik kısıtlaması, çocuk profili gibi ne kadar etkin ebeveyn kontrolü araçları sunulsa da, sunulan tüm araçları bir şekilde aktif etmek ve ihtiyaca uygun ayarlamak gerekmektedir. Hiçbir sistem ekran başındaki kullanıcının çocuk veya yetişkin olduğunu ayırt edememektedir. Ayrıca, çocuklar içine doğdukları için yeni teknolojilere ebeveynlerine göre daha yatkın olmaktadırlar. Bu yüzden ebeveyn kontrolü araçları hakkında ebeveynlerin bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Burada en önemli konu medya okuryazarlığıdır. Çocukların bu dersi seçmesi gerektiği gibi ailelerin de bu konu da eğitim almasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, isteğe bağlı yayın hizmeti platformlarının sunmuş olduğu ebeveyn kontrolü araçlarının daha etkin olarak çalışması için korucuyu sembol, pin kodu ve içerik kısıtlaması araçlarının birbirleriyle bağlantılı bir şekilde sunulmasının, platform tarafından kullanıcılara, en az bir adet çocuk profili oluşturma seçeneğinin sunulmasının ve çocuk profilinden çıkmak veya yetişkin profillerine erişmek için pin kodu sisteminin aktif edilmesinin gerekli olduğu, ayrıca ebeveynlerin, platformlarda sunulan ebeveyn kontrolü araçları

hakkında farkındalıklarının arttırılması gerektiği, ancak böyle yapılırsa isteğe bağlı yayın hizmeti sunan platformlarda çocukların yaşlarına uygun olmayan içeriklere erişiminin önüne geçilebileceği değerlendirilmektedir.

Öneriler

- RTÜK tarafından yapılan yasal düzenlemelerde isteğe bağlı yayın hizmeti sunan platformların almaları gereken ebeveyn kontrolü sağlayıcı tedbirlerin ne olduğunun tanımlanmasının yararlı olacağı değerlendirilmektedir.

- İsteğe bağlı yayın hizmeti sunan platformların sundukları ebeveyn kontrolü araçları hakkında, kullanıcılarını daha etkin bilgilendirmeleri gerektiği düşünülmektedir. Konuya ilişkin bir rehber oluşturularak, üye olan her kullanıcıya bu konuda bir bilgilendirme e-postasının platform tarafından gönderilmesinin yararlı olacağı değerlendirilmektedir.

- Platform tarafından sunulan ebeveyn kontrolü araçlarının, platforma üye olma aşamasında kullanıcı tarafından ayarlanmasının istenmesi ile kullanıcının bu alanda farkındalığının artacağı değerlendirilmektedir.

- İsteğe bağlı yayın hizmeti sunun platformlarda farklı koruyucu sembol sistemleri uygulandığı görülmüştür. Her platformda farklı bir sembol sistemi yerine geleneksel televizyon yayınlarında olduğu gibi tek tip bir sembol sisteminin kullanılmasının kullanıcı için faydalı olacağı düşünülmektedir.

- Etkin bir kontrol için pin kodunun tüm platformlarda sunulmasının gerekli olduğu değerlendirilmektedir.

- Koruyucu sembol/derecelendirme sistemine göre içerik kısıtlamasının yanı sıra kullanıcı tarafından istenilen içeriklerin de tek tek seçilerek pin kodu ile kısıtlanabilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

- Kullanıcılara birden fazla profil oluşturma seçeneği sunulmasa dahi en az bir adet “çocuk profili” oluşturma seçeneğinin sunulmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

- Çocuk profilinden çıkmak veya yetişkin profillerine erişmek için pin kodu özelliğinin sunulmasının yararlı olacağı değerlendirilmektedir.

- Çocukların platformlarda ne izlediğinin önemli olduğu kadar, ne kadar süre izlediğinin de önemli olduğu değerlendirilmekte ve kullanıcının “izleme süresi” belirlemesi veya kısıtlaması yapabileceği bir ebeveyn kontrolü aracının sunulmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

- Tam ve etkin bir koruma sağlayabilmek için platformlar tarafından sunulan pin kodu, koruyucu sembol sistemi ve içerik kısıtlaması araçlarının birbirleri ile bağlantılı bir şekilde sunulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

- Üyelik gerektiren platformlarda belirli yetişkinlik düzeyine sahip (örneğin 16+) içeriklere pin kodu girilmeden erişilememesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

- Ücretsiz olarak sunulan veya üyelik gerektirmeyen platformlarda belirli yetişkinlik düzeyine sahip (örneğin 16+) içeriklere yalnızca üye olunarak erişilebilmesi gerektiği veya bu tür içeriklere üye olunmadan erişimin belirli bir saatten sonra olmasının (örneğin 23:00) uygun olacağı düşünülmektedir.

- İsteğe bağlı yayın hizmeti sunan platformlar tarafından, içerisinde sadece çocuklara yönelik içeriklerin olduğu çocuklara özel uygulamaların sunulmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, RG: 03.03.2011, 27863.

Akıllı İşaretler Nedir?, https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=1&mid=3 (12.02.2021)

Altın, Nur Cemelelioğlu (2019), *"Çocuk Gelişiminde Bir Eğitim Aracı Olarak Etkileşimli Medya Tasarımı ve Müze Deneyimi"*, (Ed.) Ali Murat Kırık, *Yeni Medyada Çocuk ve İletişim,* Çizgi Kitapevi, Ankara.

Amazon Prime, https://www.amazon.com.tr/prime (04.03.2021)

Aral, Gökçe Ayışığı (2018), *A New Audience Experience: Revisiting Uses and Gratifications Approach in The Framework of Subscription Video-on-Demand Platforms,* İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Sistemleri Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Aziz, Aysel, (1996), *Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler*, A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, Ankara.

_____ (2013), *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı (Giriş),* Hiperlink Yayınları, İstanbul.

Bay, Nurettin (2007), *Radyo ve Televizyon Yayıncılığı,* Nüve Kültür Merkezi Yayınları, İstanbul.

BBC iPlayer login will be required from 2017, https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-37477229 (15.03.2021)

BBC iPlayer, https://en.wikipedia.org/wiki/BBC_iPlayer#cite_note-bbc-loginrequired-52 (15.03.2021)

Begtimur, Mehmet Emin (2018), "Ana Akım Etki Araştırmalarının Sınırlılıkları", *Arel EYSAD, Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi,* Cilt: 3, Sayı: 2, s. 63-74.

Belirli bir yetişkinlik düzeyine sahip profil oluşturulması, https://help.netflix.com/tr/node/114275 (03.03.2021)

Bilen, Ergün (2018), *İzleyici Ölçümlerinde Kullanılan Yeni Yöntemler ve Ülke Uygulamalarının İncelenmesi,* Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), Ankara.

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, "IPTV Hizmetlerine İlişkin Uluslararası Uygulamalar ve Türkiye İçin Öneriler". https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/slug/iptv-hizmetlerine-iliskin-uluslararasi-uygulamalar-ve-turkiye-icin-oneriler.pdf. (19.12.2020).

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, "Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü", Üç Aylık Pazar Verileri Raporu, s. 88. https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/uc-aylik-pazar-verileri-raporu-2020-3.pdf. (07.01.2021).

Binark, Mutlu (2007), "Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu", (Der.) Mutlu Binark, *Yeni Medya Çalışmaları,* Dipnot Yayınları, Ankara.

Blazquez, Francisco Javier Cabrera, Cappello, Maja ve Valais, Sophie (2015), "The Protection of Minors in a Converged Media Environment" *European Audiovisual Observatory,* IRIS plus 2015-1, s. 7.

BluTV'de ebeveyn kilidi özelliği var mı? https://destek.blutv.com/hc/tr/articles/360018587439-BluTV-de-ebeveyn-kilidi-%C3%B6zelli%C4%9Fi-var-m%C4%B1- (04.03.2021)

Bunları Biliyor musunuz?, https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/spots?spotTarget=doYouKnow (12.02.2021)

Büyükbaykal, Güven (2007), "Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* Sayı 28, s. 31-44.

Corbin, J. ve Strauss, A. (2008) Basic of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory (3rd edb)'den aktaran Glenn A. Bowen, Document Analysis as a Qualitative Research Method, *Qualitative Research Journal,* Vol: 9, No: 2, s. 27, 2009.

Council of Europe (2014), *On-Demand Audiovisual Markets İn The European Union, Final Report,* COE, Strazburg.

_____ (2019), *Media Regulatory Authorities and Protection of Minors,* Council of Europe, Strasbourg.

Crowley, David ve Heyer Paul (2007), *İletişim Tarihi- Teknoloji, Kültür, Toplum,* (Çev. Berkay Ersöz), Siyasal Kitapevi, Ankara.

Çakır, Vedat ve Gülnar, Birol (2007), "Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye'de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 18, s. 208-223.

Çakıral, Mevlana (2016), *Televizyon Kıskacında Çocuk ve Subliminal Mesajlar,* Ferfir Yayınları, İstanbul.

Deloitte (2018), *Technology, Media and Telecommucations Predictions Report,* s. 37. Londra.

Deloitte, "Sayısal TV Yayıncılık", s. 20. http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/deloitte-turkey_tr_tmt_sayisal%20tv%20yayincilik_200911.pdf. (07.01.2021).

Disney Plus Parental Controls, https://www.androidauthority.com/disney-plus-parental-controls-1108634/ (13.03.2021)

Disney Plus, https://www.businessinsider.com/disney-plus-review (13.03.2021)

Deezer, https://en.wikipedia.org/wiki/Deezer (10.09.2021)

Erdem, Hasan Ali (2011), *Yeni Medya Hizmetleri ve Düzenlemeleri,* Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), Ankara.

ERGA (2017), P*rotection of Minors in The Audiovisual Media Services: Trends & Practices,* ERGA Raporu.

Erkek, Rıfat (2019), *Yeni Medya Teknolojilerinin Film Endüstrisine Etkileri: Netflix Örneği,* İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo, Televizyon, Sinema Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Ertürk, Yıldız Dilek ve Gül, Ayşen Akkor (2006), *Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin: Televizyon Haberlerinin Çocuklar Üzerindeki Stres Etkileri ve Ailesel Haber İzleme Alışkanlıkları,* Nobel, Ankara.

Exxen'de Akıllı İşaretler var mı?, https://yardim-exxen.ortusdesk.com/exxende/, (05.03.2021)

Fizy, https://tr.wikipedia.org/wiki/Fizy (18.08.2021)

Get This Straight: OTT vs IPTV, https://www.muvi.com/blogs/get-this-straight-ott-vs-iptv.html. (16.01.2021)

Grolier İnternational Americana (1993), *Cilt 12*'den aktaran Ali Murat Kırık, *IP Televizyon Yayın Teknolojisi,* Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (2010b), s. 4.

Gürer, Mert (2015), "TV İstasyonlarının Web ve Sosyal Medya Kullanımı", (Ed.) Sedat Özel, *Yeni Medya Çağında Televizyon,* Derin Yayınları, İstanbul.

Hakkımızda, https://www.dusyeri.com/about, (11.03.2021)

Hesabınızdaki PIN kodunun yönetilmesi, https://help.netflix.com/tr/node/24805 (03.03.2021)

How do I use the child experience on iPlayer?, https://www.bbc.co.uk/iplayer/help/questions/recent-changes-to-iplayer/children-tv (15.03.2021)

How Does Hulu Work?, https://www.digitaltrends.com/movies/how-does-hulu-work/ (13.03.2021)

How To Restrict What My Kids Can Watch on Hulu, https://help.hulu.com/s/article/restrict-mature-content?language=en_US (13.03.2021)

IPTV, https://tr.wikipedia.org/wiki/IPTV. (07.01.2021)

İçerik Bilgilendirme, https://www.dsmartgo.com.tr/bilgi/yardim, (06.03.2021)

İnternet Tarihi, http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php. (03.01.2021)

İnternetin Tarihçesi, https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarih%C3%A7esi. (03.01.2021)

İnternetin Türkiye'de 25. Yılı, http://internet.org.tr/. (03.01.2021)

Kejanlıoğlu, Dilek Beybin (1998), *Türkiye'de Yayıncılık Politikası: Ekonomik ve Siyasal Boyutlarıyla Türkiye'de Radyo Televizyon Yayıncılığı*, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo-Televizyon-Sinema Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Kırık, Ali Murat (2010a), *Etkileşimli Televizyon,* Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.

_____(2010b), *IP Televizyon Yayın Teknolojisi,* Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Kibar, Yunus Şevki (2008), "Telekomünikasyon ve Radyo-TV Yayıncılığı Sektörleri Arasındaki Yakınsamanın Getirdiği Düzenleyici Sorunlar", HABTEKUS Sempozyumu 08.

Kids Profile and Parental Controls on Hulu, https://help.hulu.com/s/article/restrict-content#restrict (07.09.2021)

Maigret, Eric (2014), *Medya ve İletişim Sosyolojisi,* (Çev. Halime Yücel), İletişim Yayınları, İstanbul.

Manovich, Lev (2001), *The Language of New Media*, The MIT Press, London.

McQuail, Dennis ve Windahl, Sven (2010), *İletişim Modelleri,* (Çev. Konca Yumlu), İmge Kitapevi, Ankara

Millî Eğitim Projesi (2011), *Gazetecilik-Radyo TV Tarihi,* Millî Eğitim Bakanlığı Yayınevi, Ankara.

Mubi, Delivering European Cinema Globally, https://mubi.com/creative_europe, (05.03.2021)

Mutlu, Erol (1991), *Televizyonu Anlamak,* Gündoğan Yayınları, Ankara.

_____(2005), *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya,* Ütopya Yayınevi, Ankara.

Nalçaoğlu, Nilüfer Timisi, *Kitle İletişim Kuramları,* İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Lisans Programı, İstanbul.

Netflix'in Hikayesi, https://about.netflix.com/tr (02.03.2021)

Netflix'te geçerli olan yetişkinlik düzeyleri ve sınıflandırmalar, https://help.netflix.com/tr/node/2064 (03.03.2021)

Number of Netflix Streaming Subscrebers Worldwide, https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/. (09.01.2021).

Obscene, Indecent and Profane Broadcasts, https://www.fcc.gov/consumers/guides/obscene-indecent-and-profane-broadcasts (12.02.2021)

On Demand Programme Service Rules, https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/on-demand-programme-service-rules (25.02.2021)

Öktem, Ferhunde, Sayıl, Melike ve Çelenk Özen, Sevilay (2006), "Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi" Kodlayıcı Eğitim Kitapçığı, Ankara.

Önder, Alev ve Dağal, Asude B. (2005), "Okul Öncesi Çocukların Annelerinin 'Benimle Oynar mısın?' Çocuk Programını Kalite Kriterlerine Göre Değerlendirmesi", *II. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi,* İstanbul.

Özçağlayan, Mehmet (1998), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim,* Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

Özel, Sedat (2015), “Televizyon Ekseninde İzleyici ve İnternet Üzerindeki Video Hizmetlerinin İzleyiciye Etkisi”, (Ed.) Sedat Özel, *Yeni Medya Çağında Televizyon,* Derin Yayınları, İstanbul.

Özonur, Defne (2016), “Televizyon Programlarını Sınıflandırma Sistemleri ‘Akıllı İşaretler’ Ne İşe Yarar?”, *Global Media Journal TR Edition,* Cilt: 6, Sayı: 12, s. 214-234.

Öztürk, Yıldız Dilek (2011), “Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı”, (Der.) Mustafa Ruhi Şirin, *Çocuk Hakları ve Medya*, Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul.

Paket Seçenekleri, https://www.beinconnect.com.tr/landing (16.03.2021)

Parental Controls, https://www.bbc.co.uk/iplayer/guidance (15.03.2021)

Parents, https://www.fcc.gov/general/parents (20.02.2021)

Pazarbaş, Murat (2013), “Kitle İletişiminde Temel Kavramlar ‘Co-Oryantasyon Modeli’, *Akdeniz İletişim Dergisi,* Sayı: 19, s. 127-140.

Peitz, Martin ve Valletti, Tommaso (2014), “Reassessing Competition Concerns in Electronic Communications Markets” *ZEW Discussion Papers*, No. 14-101, s. 5.

Prime Video Çocuk Profilleri Nedir?, https://www.primevideo.com/help/ref=atv_hp_nd_cnt?nodeId=GD6ARQYPV5H7RYA4 (04.03.2021)

Prime Video, https://en.wikipedia.org/wiki/Prime_Video (04.03.2021)

Profillerin oluşturulması ve düzenlenmesi, https://help.netflix.com/tr/node/10421 (03.03.2021)

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kablolu Yayın Yönetmeliği, RG: 15.06.2011, 27965.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Karasal Yayın Lisansı ve Sıralama İhalesi Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, RG: 23.12.2018, 30634.

Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik, RG: 01.08.2019, 30849.

Rekabet Kurumu, “Dijitalleşme ve Yakınsama Bağlamında Televizyon Yayıncılığı Sektör İncelemesi Raporu”. https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/sektor-raporlari/13-dijitallesme-ve-yaki?AspxAutoDetectCookieSupport=1. (23.01.2021).

Roberts, Chris ve Muscarella, Vince (2015), "Defining Over-The-Top (OTT) Digital Distribution", *The Entertainment Merchants Association.* s. 1-6.

Rogers'dan aktaran Haluk Geray, *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*, Ütopya Yayınları, Ankara, 2003, s. 18-19.

RTÜK (2018a), *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması,* Ankara.

RTÜK (2018b), *Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık 2018 Araştırması,* Ankara.

RTÜK Başkanı Şahin Dijital Dünya Çalıştayı'na Katıldı, https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-baskani-sahin-dijital-dunya-calistayina-katildi/3072 (12.10.2021)

RTÜK Hakkımızda, https://www.rtuk.gov.tr/hakkimizda/1749 (09.09.2021)

Sansürsüz İçerikler, https://support.spotify.com/tr/article/explicit-content/ (18.08.2021)

Section One: Protecting the Under-Eighteens, https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/section-one-protecting-under-eighteens (25.02.2021)

Semboller ve Anlamları, https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=2&mid=4 (12.02.2021)

Soydan, Ersoy ve Alpaslan, Nuray (2014), "Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi", İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 7, s. 54-64.

Spotify Kids, https://support.spotify.com/tr/article/spotify-kids/ (18.08.2021)

Spotify Nedir?, https://support.spotify.com/tr/article/what-is-spotify/ (18.08.2021)

Spotify Premium, https://www.spotify.com/tr/premium/#plans (18.08.2021)

Şirin, Mustafa Ruhi (2015), *Televizyon Çocuk ve Aile, Yeni Çocukluğun Medya Sarmalı,* İz Yayıncılık, İstanbul.

Taşdelen, Birgül (2020), *Yeni Ekran: Etkileşimli ve Kullanıcı Odaklı Televizyon,* Eğitim Yayınevi, Konya.

Taşdelen, Birgül ve Kesim, Mehmet (2014), "Etkileşimli Televizyon Geleneksel Televizyona Karşı: Televizyon İzleyicisi Ne İster?", *Selçuk İletişim,* Cilt:8, Sayı: 3, s. 268-280.

Taşkın, Cebrail (2008), "IPTV Mimarisi ve Servisleri", *Birey Eksenli İnteraktif Yayıncılık IPTV*, RTÜK Yayını, Ankara.

Taylan, Hasan Hüseyin (2011), *Televizyon ile Yetişmek: Televizyon Şiddetinin Etkileri Üzerine Bir Araştırma*, Çizgi Kitapevi, Konya.

The Entire OTT Ecosystem in a Nutshell, https://blog.zyp.tv/ott-vs-vod (08.01.2021).

The Evolution Of TV: TV's Migration To The Cloud, s. 5. https://www.thinkwithgoogle.com/_qs/documents/196/evolution-of-tv-migration-to-the-cloud.pdf (30.01.2021)

The V-Chip, https://www.fcc.gov/consumers/guides/v-chip-putting-restrictions-what-your-children-watch (20.02.2021)

Thompson, John B. (1995), *The Media and Modernity: a Social Theory of The Media*'dan aktaran Necmi Emel Dilmen, *Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları,* Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 12, 2014, s. 113-122.

Timisi, Nilüfer (2011), "Medyada Çocukları Koruyucu Önlemler", (Der.) Mustafa Ruhi Şirin, *Çocuk Hakları ve Medya*, Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul.

Törenli, Nurcan (2005), *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı,* Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Türkiye Büyük Millet Meclisi (2012), *Bilgi Toplumu Olma Yolunda Bilişim Sektöründeki Gelişmeler ile İnternet Kullanımının Başta Çocuklar, Gençler ve Aile Yapısı Üzerinde Olmak Üzere Sosyal Etkilerin Araştırılması Amacıyla Kurulan Meclis Araştırma Komisyonu Raporu*, TBMM, Ankara.

Türkiye'de İnternet, https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_internet. (03.01.2021)

TV+, https://www.superonline.net/yardim/tv-plus (06.03.2021)

Understanding The Difference Between VoD and OTT, https://clipbucket.com/2019/03/07/understanding-the-terms-svod-avod-tvod-and-the-difference-between-vod-and-ott/. (09.01.2021).

Uzun, Ruhdan (2014), "Çocukların Medyadan ve Medyada Korunması: Çocuklara Yönelik Etik Davranış Kurallarının İncelenmesi", *Akdeniz İletişim Dergisi,* Sayı 22, s. 153-167.

Ünaldı, Atıf (2007), "İnternet ve Yayıncılık Birleşiyor", *EMO Elektrik Mühendisliği Dergisi,* Sayı 432, s.23.

Valais, Sophie (2015), “Comparative Tables on The Protection of Minors in Audiovisual Media Services” *European Audiovisual Observatory,* IRIS Bonus 2015-1, s. 1-22.

van Dijk, J. (2004). *“Digital Media”, The Sage Handbook of Media Studies*’dan aktaran Mutlu Binark (2007), “Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu”, (Der.) Mutlu Binark, *Yeni Medya Çalışmaları,* Dipnot Yayınları, Ankara.

Varey, R J. (2004) *Informational and Communicational Explanations of Corporations as Interaction Systems’dan* aktaran Birgül Taşdelen ve Mehmet Kesim (2014), *“Etkileşimli Televizyon Geleneksel Televizyona Karşı: Televizyon İzleyicisi Ne İster?”, Selçuk İletişim,* Cilt:8, Sayı: 3, s. 268-280.

Video On Demand, https://en.wikipedia.org/wiki/Video_on_demand. (19.12.2020)

VoD Streaming: What it is and How it is Relates to OTT, https://www.wowza.com/blog/vod-streaming-what-it-is-and-how-it-relates-to-ott. (17.01.2021)

Vodafone TV Servisi, https://www.vodafone.com.tr/Servisler/vodafone-tv-servisi.php (18.03.2021)

What are SVOD, TVOD, AVOD, https://imagen.io/resources/what-are-svod-tvod-avod/. (09.01.2021).

What is the parental guidance lock?, https://www.bbc.co.uk/iplayer/help/questions/parental-controls/parental-guidance (15.03.2021)

What is the watershed?, https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/advice-for-consumers/television/what-is-the-watershed (12.02.2021)

Yardım, https://www.muud.com.tr/yardim (18.08.2021)

Yaş Kategorileri, https://www.primevideo.com/help/ref=atv_hp_nd_cnt?nodeId=GFGQU3WYEG6FSJFJ (04.03.2021)

Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik RG: 02.11.2011, 28103.

Yaylagül, Levent (2016), *Kitle İletişim Kuramları,* Dipnot Yayınları, Ankara.

Yücel, Taha (2008), “IPTV ve Düzenlemeler”, *Birey Eksenli İnteraktif Yayıncılık IPTV,* RTÜK Yayını, Ankara.

ÖZET

Televizyon, en önemli ve popüler kitle iletişim aracı olarak sayılmaktadır. Önceleri kısıtlı zamanda, kısıtlı kanal ile yayın yapan televizyon, zamanla teknoloji ve içerik olarak büyük değişim göstermiştir. Sayısallaşma ve internetin yayıncılıkta kullanılması ile birlikte başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarında yaşanan değişim, geleneksel yayıncılık biçimini de değiştirmiştir. Yeni teknolojiler ile televizyon zamandan ve mekândan bağımsız olarak her yerden izlenir durumu gelmiş, ekran sayıları çoğalmış ve isteğe/talebe bağlı video anlamına gelen *Video on Demand* servisleri hayatımıza girmiştir.

Yapılan araştırmalar çocuk ve gençlerin bu alana olan ilgisinin ve kullanımının arttığını göstermektedir. Medyanın yaygın kullanımı ve içeriğe her yerden ulaşılması neticesinde çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişiminin korunması ve çocukların yaşlarına uygun olmayan yetişkin içeriklerine erişimlerinin önüne geçilmesine ilişkin yeni önlemler alınması gerekmiştir. Geleneksel televizyonda olduğu gibi yeni medya ortamı sayılan isteğe bağlı yayın hizmetlerinde de bu alanda yasal düzenlemeler yapılmıştır.

Çocuk ve gençleri televizyonun olası etkilerinden korumak için RTÜK tarafından yapılan yasal düzenlemeler ile çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayınların, isteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları tarafından, çocukların normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamak amacıyla ebeveyn kontrolü tedbirleri alınması hükmü getirilmiştir.

Hazırlanan çalışma ile yeni medya ile hayatımıza giren isteğe bağlı yayın hizmetlerinin ve ebeveyn kontrolünün ne olduğu anlatılmış ve çocuk ve gençleri televizyonun olası zararlı etkilerinden korumak için kullanılan ebeveyn kontrolü araçları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, İsteğe Bağlı Yayın Hizmeti, VoD, Ebeveyn Kontrolü, Pin Kodu, Çocuk Kilidi

ABSTRACT

Television is considered as the most important and popular mass media. Television, which previously broadcast in a limited time with limited channels, has changed greatly in terms of technology and content over time. With the digitization and the use of the internet in broadcasting, the novelties in mass media, especially television, has made a change to the traditional form of broadcasting. With new technologies, television has become available to watch from anywhere regardless of time and place, the number of screens has increased and Video on Demand services have come into our lives.

Studies show that the interest and use of children and young people in this field have increased. As a result of the widespread use of the media and access to content from anywhere, new measures must be taken to protect the physical, mental and moral development of children and to prevent children's access to adult content that is not suitable for their age. Legislative regulations have been made in this area for on-demand broadcasting services, which are regarded as new media, as well as for traditional television.

The provision for taking parental control measures to ensure that broadcasts provided by the on-demand media service providers which may adversely affect the physical, mental or moral development of children and youth are transmitted in a way that children will not see or hear under normal circumstances is stipulated with the legislative regulation made by RTÜK in order to protect children and youth from the possible effects of television.

With the prepared study, the on-demand media services and parental control that came into our lives with the new media were explained and the parental control tools used to protect children and youth from the possible harmful effects of television were examined.

Keywords: Television, On-Demand Broadcasting, VoD, Parental Control, Pin Lock, Child Lock.

ÖZGEÇMİŞ

1988 yılında Yozgat'ta doğdu. 2006 yılında Ankara Başkent Lisesinden, 2012 yılında da Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema bölümünden mezun oldu. 2016-2018 yılları arasında Posta ve Telgraf Teşkilatı A.Ş. Pazarlama Dairesi Başkanlığında çalıştı. 2017 yılında yapılan yarışma sınavı sonucunda Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna Üst Kurul Uzman Yardımcısı olarak atandı. 2018 yılı Şubat ayından itibaren Üst Kurul Uzman Yardımcısı olarak görev yapmaktadır. Evli ve bir çocuk babasıdır.