

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



TV KANALLARINDA YAYIN PLANLAMA STRATEJİLERİ;
BENGÜTÜRK TV ÜZERİNE BİR İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Osman YILMAZ

Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı
Televizyon ve Sinema Programı

Ocak, 2020

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



TV KANALLARINDA YAYIN PLANLAMA STRATEJİLERİ;
BENGÜTÜRK TV ÜZERİNE BİR İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Osman YILMAZ

(Y1612.380021)

Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı

Televizyon ve Sinema Program

Tez Danışmanı: Dr. Öğretim Üyesi Hüseyin KAZAN

Ocak, 2020

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Televizyon Kanallarında Yayın Planlama Stratejileri; Bengütürk TV Üzerine bir inceleme” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (15/01/2020)

Osman YILMAZ

ÖNSÖZ

Bu çalışmada televizyon kanallarındaki yayın planlama stratejilerinin nasıl planlandığı ve bu planlama esnasında gelişen durumlar, planlamanın nasıl daha düzgün bir şekilde yapılması gerektiği ve bu esnada izleyicinin yapılan planlamaya verdiği geribildirim değerlendirilmesi incelenmiştir.

Tez çalışmam süresince bana her konuda desteği bulunan tez konusundan, başlayarak tezin içeriğindeki her konuda beni yönlendirmeleri sayesinde yardımları ve önerdikleri ile tezimi bu noktaya getirmemde büyük emekleri olan saygıdeğer hocam Sayın Dr. Öğretim Üyesi Hüseyin KAZAN'a çok teşekkür ederim.

Tez çalışmama başlamadan lisans dönemim zamanında bana bu bölümü ve bu alanı sevdiren, bu anlamda ilerlememi ve kendimi geliştirmemi söyleyen beni yönlendiren sevgisiyle ve şevkatiyle dört yıllık bir lisans dönemimde gelişmem konusunda elinden geleni yapmış ve hala herhangi bir durum olduğunda bir telefon kadar uzağımda olan Sayın Prof. Melis Oktuğ ZENGİN hocama çok teşekkür ederim.

Destekleriyle bana yardımcı olan Sayın İsmail Burak TATLI'ya teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmam esnasında beni destekleyen bana yardımcı olan ve uzaktan destek sağlayan Sayın Fatih YURTTAŞ'a çok teşekkür ederim.

Aynı zamanda tez konumun bel kemiğini oluşturan BENGÜTÜRK TV kanalı ve çalışanlarına bir teşekkürü borç bilirim.

Ocak, 2020

Osman YILMAZ

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
KISALTMALAR.....	viii
ÇİZELGE LİSTESİ.....	ix
ŞEKİL LİSTESİ	x
ÖZET.....	xi
ABSTRACT	xii
1. GİRİŞ	1
2. TV KANALLARI.....	3
2.1 Tv Kanallarında Program Yapım Unsurları	4
2.1.1 Gerilim	5
2.1.2 Aksiyon	5
2.1.3 Cinsellik	5
2.1.4 Güldürü	6
2.1.5 Enformasyon	6
2.1.6 Önem	6
2.1.7 Değer	6
2.1.8 Kişisellik	7
2.1.9 Merak	7
2.1.10 Gerçekçilik	7
2.1.11 Yenilik	8
2.2 Televizyonda Program Türleri	8
2.2.1 Haber	9
2.2.1.1 Haber bülteni	9
2.2.1.2 Haber programları	10
2.2.1.3 Ekonomi bülteni	10
2.2.1.4 Hava ve yol durumu	10
2.2.1.5 Spor bülteni	11
2.2.2 Güncel programlar	11
2.2.2.1 Yorum programları	11
2.2.2.2 Sohbet programları.....	12
2.2.2.3 Dini tören yayınları	12
2.2.2.4 Kriz dönemi canlı yayınlar	12
2.2.2.5 Seçim yayınları.....	12
2.2.2.6 Siyasi parti faaliyetleri yayınları	13
2.2.2.7 Sosyal amaçlı kampanya programları	13
2.2.3 Kültür programları	13
2.2.3.1 Belgesel programlar	13
2.2.3.2 Bilgi kültür yarışmaları	14
2.2.3.3 Kültür ve sanat programları	14
2.2.3.4 Yaşam tarzı ve eğilimlerle ilgili yapımlar	14

2.2.3.5	Sektör tanıtım programları	14
2.2.3.6	Gezi programları	15
2.2.4	Eğitim programları	15
2.2.4.1	Örgün eğitime destek programları	15
2.2.4.2	Yaygın eğitim programları	15
2.2.4.3	Bilgi-beceri programları.....	15
2.2.5	Dini eğitim programları.....	16
2.2.5.1	Gerçek yaşamlar.....	16
2.2.5.2	Reality show.....	16
2.2.5.3	Gerçek hayat hikayeleri.....	16
2.2.6	Drama.....	17
2.2.6.1	Dizi filmler	17
2.2.6.2	Sinema ve televizyon filmleri	17
2.2.6.3	Eğlence programları	17
2.2.6.4	Magazin programları.....	17
2.2.6.5	Drama öğeleri içeren eğlence programları.....	18
2.2.7	Müzik ağırlıklı programlar.....	18
2.2.7.1	Müzik video klipleri.....	18
2.2.7.2	Konser yayınları	18
2.2.7.3	Beceri ve direnç yarışmaları.....	19
2.2.7.4	Spor karşılaşmaları yayınları	19
2.2.8	Show ve gösteriler.....	19
2.2.8.1	Talk-show	19
2.2.8.2	Kuşak programları.....	19
2.2.8.3	Çocuk programları	20
2.2.8.4	Okul öncesi çocuk programları	20
2.2.9	Çizgi ve animasyon filmler	20
2.2.9.1	Çocuk eğitim programları	20
2.2.9.2	Çocuk aktivite programları	21
2.2.9.3	Çocuklara yönelik drama	21
2.2.9.4	Çocuk haber	21
2.2.9.5	Çocuk yarışma.....	21
2.2.10	Ticari iletişim ve tanıtım	21
2.2.10.1	Reklam kuşakları.....	22
2.2.10.2	Tele alışveriş.....	22
2.2.10.3	Bant reklam	22
2.2.10.4	Siyasi reklam.....	22
2.2.10.5	Program desteklenmesi	23
2.2.10.6	Ürün yerleştirme.....	23
2.2.11	Program tanıtımları	23
2.2.11.1	Logo ve çağrı işareti.....	23
2.2.11.2	Koruyucu sembol	24
2.2.11.3	Kamu spotları	24
3. MEDYA PLANLAMA	25	
3.1	Tv Program Planlama.....	27
3.2	Yayın Akışı Planlama	30
3.3	İzleyici Beklentileri ve Yayın Planlama Stratejileri	35
3.4	TV Kanallarında Geribildirim.....	36
3.4.1	Kaynak	37
3.4.2	Mesaj.....	37

3.4.3 Kanal	38
3.4.4 Alıcı	38
3.4.5 Geri besleme.....	38
3.5 Yapım ve İzlerle Beklentileri	39
3.5.1 İçerik yaklaşımı.....	39
3.5.2 Etkiden nedene yaklaşımı	40
3.5.3 Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı.....	40
3.6 Kamu Yayıncılığı	42
3.7 Özel Yayıncılık.....	43
3.8 Tv Kanallarında Yayın Planlama Stratejileri.....	44
4. BENGÜTÜRK TV YAYIN STRATEJİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME ..	49
4.1 Çalışmanın Amacı	50
4.2 Çalışmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	51
4.3 Çalışmanın Hipotezi.....	51
4.4 Çalışmanın Yöntemi.....	51
4.5 Bengütürk Tv Hakkında	54
4.6 Bengütürk Tv Yayın Akışı.....	55
4.7 Yayın Planlama Stratejileri.....	59
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	64
KAYNAKLAR	67
ÖZGEÇMİŞ.....	69

KISALTMALAR

TV	: Televizyon
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
VB.	: Ve benzeri
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
VS	: Vesaire
VTR	: Video Tape Recorder
KJ	: Karakter Jeneratörü
DSF	: Doğal Ses Fonda
Prime-Time	: Altın Saatler
Corner	: Logo

ÇİZELGE LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Çizelge 1.1: BengüTürk TV Günlük Yayın Planlama Çizelgesi.....	56
Çizelge 1.2: BengüTürk TV Haftalık Yayın Planlama Çizelgesi	58

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1.1: Akıllı İşaretler	28
Şekil 2.1: TV8 Yayın Akışı	32
Şekil 2.2: A Spor Yayın Akışı	32
Şekil 2.3: TRT Haber Yayın Akışı.....	33
Şekil 2.4: TRT Çocuk Yayın Akışı.....	34
Şekil 3.1: Bilinçlendirici Yayınların Logosu	47
Şekil 4.1: A Spor Yayın Ekranı	52
Şekil 4.2: CNN TÜRK Yayın Ekranı	52
Şekil 4.3: Çiftçi TV Yayın Ekranı	53
Şekil 4.4: BengüTürk TV Yayın Ekranı	54

TV KANALLARINDA YAYIN PLANLAMA STRATEJİLERİ; BENGÜTÜRK TV ÜZERİNE BİR İNCELEME

ÖZET

Yayın planlama izleyiciyi ekranda tutmak ve izlenirliği arttırmak için yapılır. Ana amaç bu strateji üzerine kurulmuştur. TV kanallarının reyting arttırmak ve bu anlamda hem kendini geliştirmek hem de kurumun bir basamak daha yukarıya çıkarmak için yayın planlamanın önemi büyüktür. Yalnız bir planlama kurumun tepki almasına sebep olabilir. Tüm TV kanallarının kendi yayın politikalarında, siyasi, maddi durumlarına veya izleyici potansiyelini geliştirmek için yayın planlama stratejileri bulunmaktadır. Burada amaç kanalı daha iyi bir yere taşımaktır. Bu da yayın planlamanın ve planlanan programların içerik zenginliği ile de ortaya çıkmaktadır. Bu zenginlik ekran sayesinde izleyiciye ulaşmaktadır. İzleyici kitlesine göre kimi zaman bilgi, kimi zaman eğlence, kimi zaman yarışma bazen de kültür-sanat VB. tarzda programlarla etkilenmelidir. Planlamanın önemi ise bu şekilde ortaya çıktığı görülmektedir. Bu yayın planlama stratejilerinin ana iskeleti RTÜK tarafından belirlenmiştir. Tüm TV kanalları bu çerçevede uyması gereken kurullarla birlikte bunları kendi stratejilerine entegre ederek planlamalar geliştirmektedirler. Planlamalar TV izleyicisinin en çok izlenim yaptığı anları yakalamak bu izlenen saatler üzerinden giderek o bölümleri diğer saatlere göre daha zenginleştirerek geliştirmek için yapılır ve yapılmalıdır. Fakat genel anlamda birçok program içeriğinin saatleri bellidir. Yani bir siyaset programının veya bir çizgi filmin belli saat kuşakları vardır. Yayın planlamalarında da bunlar dikkate alınmaktadır. Yöntem planlamanın nasıl uygulandığına göre değişmektedir. Kanalın stratejisine göre bazen daha çok belli içeriklere ağırlık verilerek istenilen sonuca ulaşmak için çabalamak olarak değişebilir. Bengütürk TV haber kanalı ağırlıklı yayın yaptığı için haber içerikli programlara daha çok yer vererek izleyici bu anlamda ekranda tutmaya çalışmaktadır ki bu çaba olması gereken doğal bir çabadır. Bazı kanallarda bu değişebilir. Kimi kanallar daha çok eğlence tarzı programlara yer verirken bazı kanallar ise yarışma programları yada siyaset programları VB. gibi içeriklere yer vermektedir. Bu nedenle TV kanalının daha zengin bir içerik ağına sahip olması, izleyici sayısının artması ve kaliteli izleyici kazanıp, kaliteli yayınlar çıkarabilmesi için yayın planlama bir TV kanalında oldukça büyük bir önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yayın Planlama Stratejileri , TV Kanalları , Program , İzleyici , Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK).*

BROADCAST MANAGEMENT AND STRATEGIES OF TV CHANNELS; RESEARCH ABOUT BENGÜTÜRK TV

ABSTRACT

Broadcast scheduling is made to keep the audience on the screen and to increase visibility. The main purpose is based on this strategy. It is very important to plan the broadcasts to be broadcasted in a way that will increase the ratings of TV channels, improve themselves and take the institution one step further. Incorrect planning can cause the institution to react from people or institutions. All TV channels have broadcast planning strategies in their broadcasting policies to develop political, financial, or audience potential. The aim is to move the channel to a better place. This is also due to broadcast planning and the content of planned programs. This wealth, reaches the viewer through the screen. The audience is interested in information, entertainment, competition and sometimes culture and arts. The basis of broadcast planning strategies has been determined by RTÜK. Together with the rules that all TV channels must comply with, they develop plans by integrating them into their strategies. The plans are calculated over the hours when the TV viewers make the most impressions and are made to improve those sections more than other hours. However in general terms, the hours of many program content are predetermined. In other words, the hours of a political program or a cartoon are determined in advance. These are also taken into account in broadcast planning. The method may vary depending on how planning is implemented. Since Bengütürk TV is mainly broadcasting news channels, it tries to keep the audience on the screen by giving more place to news programs. This situation may change in some channels. Some channels broadcast more entertainment programs, while others may include game shows or political programs. Therefore, broadcast planning has a great importance in a TV channel for the TV channel to have a richer content network, to increase the number of viewers and to gain quality viewers and produce quality broadcasts.

Key Words: *Broadcast Management Strategies , TV Channels , Programs , Wiewer , Radio and Television Suprime Council (RTÜK).*

1. GİRİŞ

Geçmişten günümüze insanlar her zaman topluluk halinde yaşamışlardır ve birbirleriyle iletişim içinde bulunmuşlardır. Haber öğrenme, sanat ve eğlence üreten ve bu ürettikleriyle de sağlıklı bir toplum oluşmasında büyük önem arz etmiştir. Doksalı yılların başında TV yayıncılığı TRT sayesinde yürütülmekteydi. Zaman içerisinde bu sektörde özel radyo ve televizyonların ortaya çıkmasıyla günümüz dünyasında çok önemli bir noktaya gelmiş ve küresel aktör olarak yerini almıştır. Haber kanallarının propaganda amacıyla kurum, kuruluş veya bireylerin bu tür mecralara sahip olarak çıkarlar ve amaçlar uğruna kullanımı günümüz medyasında apaçık görülmektedir. İşte bu nedenledir ki TV kanallarında yayın akışları tamamen izleyiciyi ekrana çekmek için planlanır. Özellikle eğlence programlarına ağırlık verilir. Bu da insanların gün içerisindeki streslerini izledikleri bu eğlence programlarıyla atabilsinler. Bazı TV kuruluşları haber-program-dizi kısacası bütün dağılımı dengeli bir şekilde yaparak izleyenlerin hepsini ekrana çekmeyi planlamaktadır. Bazı TV kuruluşları sadece eğlence sektörü dizi film ile kuşaklarını ile doldururken bazıları da sadece haber kanalı olarak yayınlarını yapmaktadırlar. Bu doğrultuda genel haber kanallarında her saat başı güncel haberler verilerek seyirciyi dünyada ne olup bittiğini anlatmak, en güncel haberlerin kendi kurumunda olduğunu gösterebilmek, en flaş gelişmelerin ilk kendi TV kurumundan verildiğini göstermeye çalışarak izleyiciyi ekrana çekmeye çalışmaktadır. TV kanalları büyük oranda maddi gider ve gelirlerden oluşmaktadır. Kanalların üye oldukları yayınlarını sürdürdükleri platformlar maddi bir gider durumu oluştururken kanallarda yayınlanan sundu-sunar, alt bant reklamlar, spot reklamlar ve ücretli yayınlarla kurumlar bir gelir elde etmektedir. Bu durum kanalların tanınırlığı, izlenme oranlarına bağlı olarak değişmektedir. İzlenmesi yüksek TV kanalları saniye başına büyük paralar kazanırken, tanınmayan küçük kanallar ise doğru orantıda daha düşük ücretler kazanırlar. Bu durum kanalların zaman içerisinde kendilerini geliştirmeleri, eğlenceli bilgilendirici ve içerik anlamında zengin programlar yapıp yayınlamaları ve güncel yaşanan olayları hızlı ve yönlendirmeden yapılan haberler ile gerçekleşir. Bu da TV kanalının kalitesini göstermektedir. Bir TV kanalının kaliteli olması demek o kanalın

planlamasının düzenli ve iyi planlanmış bir kanal olduğunu gösterir. Yayın planlamasının iyi yapılması bu planı yapan ekibin kalifiye eleman olmasıyla alakalıdır. Tecrübe, bilgi birikimi ve öngörü en başta gelen özellikler olmalıdır. TV kanallarının her saniyesi önem arz etmektedir. Girilmesi gereken bir şeyin girilmemesi yada girmemesi gereken bir klibin yayınlanması kurumu zor durumda bırakabilir.

Kamu Spotları, Zorunlu Yayınlar, Reklamlar, Devlet Büyüklerinin açıklamaları, Siyasi konular vs. Bu durumlar yayıncılık refleksi gerektirmektedir. Bu refleks tecrübeyle doğru orantılıdır. Ekranaya verilen her şey bir daha dönüşü olmaksızın yayımlandığı için sonuçları da ağır olabilmektedir. Özellikle bir siyasi kanal ise orada yalnızlıkla ekranaya verilebilecek olan farklı bir siyasi görüş neticesinde belki de kanal yönetimi tarafından kanalın kapatılması dahi konuşulabilir ki bu durumlar ülkemizde yaşanabilecek durumlar olarak önümüze çıkmaktadır. Bu sebeplerden ötürüdür ki ekranaya verilecek olan her bir klip, video, program, haber vs... öncesinde titizlikle izlenmeli, izleme ve değerlendirme biriminden geçmeli ve sonrasında planlamaya alınarak ekranaya o şekilde iletilmelidir. İletildikten sonra geri bildirim kontrol edilmeli ki izleyiciye istenilen etki sağlanmış ve amaca ulaşıp ulaşılmadığının kontrolü sağlanmalıdır. Daha sonrasında ise bu geri bildirimlere göre formatta tekrar düzenleme yapıp izleyici daha fazla ekranda tutmak, TV kanalının izlenirliğini daha da yükseltmek için izleyiciye sunulması gereklidir. Bu durumda izleyici de kendi fikirlerinin değerlendirildiğini görmesi ve buna göre farklı bir durum oluştuğunda düzenlenmesi adına tekrar geri bildirimlerde bulunması TV kanallarının gelişmesine daha fazla katkıda bulunmuş olduğunu göstermektedir.

Yayın planlama bir TV kanalının ana omurgasını oluşturduğu için planlamanın önemi yadsınamaz bir şekilde görülmektedir. Saniye saniye hesaplanarak hazırlanan bu planlama en ufak bir gecikme veya yayın kayması durumunda sonrasındaki tüm planlamanın bir revizeye ihtiyacı olacaktır. Bu durumlar doğan afetler, ani açıklamalar veya siyasi olaylar neticesinde olan durumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Böyle durumlarda tekrar bir düzenlemenin hemen ardından yayın akışı izleyiciye her hangi bir aksilik hissettirilmeden kaldığı yerden devam ettirilmektedir. Bu şekilde planlanmış olan yayın akışı aktarılmış olur. Akışın kalitesi ise geri bildirimlerle anlaşılmaktadır. Bu bildirimler dikkate alınarak tekrar izleyiciye aktarılması önemlidir.

2. TV KANALLARI

Türkiyede yaklaşık 600 civarı yayın yapan TV kanalı bulunmaktadır. Bu TV kanallarının hepsinin yayın içerikleri, izleyici sayıları ve bütçeleri birbirinden çok farklı olarak değişiklik göstermektedir. Bazı TV kanalları çok büyük ücretler kazanırken bazı TV kanalları ise iflasın eşiğindedir.

Bu reyting ölçümleri ile aldığı reklam oranlarına göre değişmektedir. Türkiye'deki özel yayın yapan televizyon kanallarının yayın politikası yayınların düzgün planlaması durumuna dayanmaktadır. Seyircilerin hoşuna gidecek yayınlar yayıncılık için önem arz etmektedir. Bir yayın planlama çalışmasında birçok birim birlikte beraber çalışarak bu planlamayı oluşturup insaları ekrana getirebilmek için uğraşırlar.

TV kanalları bir puzzle parçaları gibi ekip işidir. Bir haberin yada bir programın izleyiciye aktarırken içeriğinin zenginliği ve haber kalitesi bu ekibin birlikte olduğu organize sonucu ortaya çıkar. Haber içeriğinin yada program içeriğinin sağlanmasından, metinlerinin hazırlanmasından tanıtımlarından grafik ve kçlerinin hazırlanmasından başlayarak ortaya çıkan yayının izleyiciye sunulduğu izlenme saatine kadar hepsi bir süreç ve ekip işi olduğu için TV yayın planlama tamamen bu ekibin ortaya çıkardığı bir eser gibidir. Özel televizyon kanalları içerik sağlayıcı olarak belirli konularda yapım şirketleri ile doğru orantıda çalışmaktadırlar. Yapım şirketleri içeriğini kanalın belirlediği koşullarda hazırladığı yapımları tv kanalına sunar. Bu şirketlerin hazırladıkları yapımların tüm maliyetleri kendilerine aittir. Televizyona hazır bir şekilde sunulur. Televizyon kanalı buna bir para ödeyerek yapıyı satın alır ve bu yapıya verdiği reklamlarla kendi bütçesini oluşturur. Bazı tv kanalları ise tamamen ideolojik yayınlarla izleyicileri etkilemeye çalışmaktadır. Bu tür TV kanallarında izleyiciyi eğlendirmek veya seveceği türde programlarla etkilemeye çalışmazlar. Tamamen bir ideoloji ile alakalı yayınlar yaparak algı oluşturmaya çalışmaktadırlar. Bu tür yayınlar o ideolejiye sahip insanların en çok izlediği kanallar sıralamasına girerken bazıları için ise hiçbir anlamı ve önemi

olmayan bir kanal olarak kalır. Bu tür kanallarda izleyiciye bir algı yerleştirilmeye çalışılır. En bilinen bir kanal olma yada büyük bir maddi gelir kazanma gibi durumları yoktur. Kanal giderleri doğrultusunda bir kazanım elde etmeleri o TV için bir kazanç olur.

2.1 Tv Kanallarında Program Yapım Unsurları

TV kanallarındaki yapımların hepsi bir fikir ile ortaya çıkar. Bu yapımlar izleyiciye sunulduktan sonra izleyicilerden gelen tepkilere göre düzenlenir ve tamamlanır. Yapım ekranda izleyiciye sunulduktan sonra geri gelen tepkilere göre tekrar düzenlenmelidir. Bazı istenmeyen kısımlar çıkartılmalı yada başka istenilen bölümler varsa onlar eklenmelidir. Bu şekilde yapım daha da zenginleşecek ve izleyiciyi daha çok ekranda kalmasını sağlayacaktır. Bütün yapımların temel amacı izleyiciyi etkilemektir. TV kanalındaki yapım hedef kitleye olabildiğince ulaşıp ekranda tutabilmektir. Örneğin; Kurtlar Vadisi ismiyle 15 Ocak 2003'te Show TV'de ekranlarda "Bu bir mafta dizisidir" sloganıyla yayınlanmaya başlanan dizide başrol oyuncularından biri olan Süleyman Çakır ismiyle dizide yer alan Oktay Kaynarca dizinin 43. bölümünde öldürülmüştür. Dizi tüm Türkiye'yi ekrana bağlamış ve dizinin yayınlandığı gün ve saatlerde hayat durma noktasına geldiği görülmüştür. Bu dizide Süleyman Çakır bir oyuncu ve film icabı öldürülmüş olmasına rağmen bazı gazetelerde ölümü sebebiyle baş sağlığı ilanları verilmiştir. Türkiye genelinde ise gıyabi cenaze namazları kılınmıştır. Yapım o kadar önemli olduğunu burada göstermiştir. Gerçek olmayan bir durum olmasına rağmen bu şekilde bir olay ortaya çıkmıştır. Yapımcılık, bir düşüncenin, hazırlanacak olan yapımın televizyon tekniklerini kullanarak izleyiciyi etkilemek ve ekranda kalmasını sağlamaktır. Bu da program türlerini ortaya çıkarmıştır. Yapım unsurlarının içeriklerindeki mesajlar izleyiciye ulaştıktan sonra toplumsal yada bireysel olarak yaşamlarında değişikliklere neden olmaktadır. Bu aynı Kurtlar Vadisi dizisinde gerçekleşen durum gibidir. Bir yapımın izleyiciye verdiği mesaj içeriğindeki anlatımıyla çok yakından ilgilidir. Bu nedenle yapımcılık uzmanlık ister. Tür, format ve içerik titizlikle oluşturulmalıdır. Yapımın bir hedef kitlesi olmalıdır. Yaş aralığı ise yapımın içeriğinin izlenebilme potansiyeline göre belirlenmesi önemlidir.

Rogers Walters bu durumu şu şekilde maddelerle anlatmıştır;

2.1.1 Gerilim

Olayların insaları nasıl etkileyeceğine ilişkin belirsizlik ve beklenti duygusu ortaya çıkarmaktadır. Özellikle dramatik programlarda kişinin kendi vicdanıyla başbaşa kalarak savaşması problem çözüme gerilimidir. Bu sadece dramatik programlarda değil, bütün programlar için geçerlidir. Bu televizyon anlatım özellikleriyle izleyiciye aktarılmaktadır. Müzik, ses efekti, kamera açıları gibi durumlarla yansıtılmakta, bu durum teknik desteklerle de sağlanmaktadır.

Örneğin bir korku filminde yada film/dizideki olay örgüsünde sonuç nereye varacağı az çok belli dahi olsa oraya müzikle yada olayın anlatımıyla bir gerilim yaşatılarak izleyicinin diziden yada filminden daha fazla etkilenmesi sağlanabilir. Scream filmi örnek gösterilebilir.

2.1.2 Aksiyon

Bir programdaki hareket olarak tanımlanabilir. Macera filmleri/dizileri aksiyon unsurunun en çok kullanıldığı programlardır. Kavgalar, çatışmalar, araba yarışları programdaki aksiyon unsurlarıdır. Bununla birlikte spor müsabakaları, yaşamları anlatan belgeseller yada haber programları da aksiyon unsuru barındırır. Aksiyon program hızı, çekimlerin uzunlukları gibi öğelerle izleyiciye sunulmaktadır. Özellikle Jackie Chan filmleri örnek gösterilebilir. Bitirim İkili filmini örnek verecek olursak orada gelişen kovalamaca sahneleri izleyiciye bir aksiyon yaşatır.

2.1.3 Cinsellik

TV kanallarında Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kuralları çerçevesinde kullanılan bir öğedir. Kanallarda bu durum kısıtlı bir şekilde kullanılmaktadır. Kullanım şekli daha çok program içerisindeki kişilerin fiziksel özellikleri vurgulanarak yapılmaktadır. Bunun yanı sıra kişisel özellikleri ses tonu, akıcı konuşması, sıcak dostca sergilenen tavırlarla öne çıkmaktadır. Genelde belli saat aralıklarında +18 izlenme akıllı işaretiyle yayınlanan bu filmler içeriğinde müstehcen sahneler barındırmaktadır.

2.1.4 Güldürü

Durum komedileri gibi bazı programlar tamamen güldürüye dayanmaktadır. Güldürünün temelinde abartı bulunmaktadır. Bu da izler kitlenin beklentilerini karşılamaktadır. Bazı drama programları güldürme sesiyle desteklenir. Bu da güldürünün yan unsuru olarak kullanılmaktadır. Şuanda ekranlarda olan Kanal D televizyonunda yayınlanan Çok Güzel Hareketler Bunlar isimli tiyatro tarzına yönelik yayınlanan güldürü programı buna örnek verilebilir. Burada insanları daha çok eğlendirme ve güldürürken bir alt metni ile birşeyler anlatma yoluyla izleyiciye sunulmaktadır.

2.1.5 Enformasyon

İzler kitleyi bilgilendirme, eğitim-kültür programları, belgeseller, haber bültenleri enformasyonun temelini oluşturmaktadır. Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından TV kanallarında yayınlanması için hazırlanan bazı zorunlu yayın ve kamu spotları da bu enformasyon kapsamına girmektedir. Zaman zaman canlı yayınlar dışında yayınlanan özellikle hayvanlar dünyasını anlatan belgeseller buna örnek gösterilebilir.

2.1.6 Önem

İzleyicinin programa verdiği önem o programla alakalı doyum unsurunun oluşmasından kaynaklıdır. Örneğin bir haber programındaki anlatılmak istenen durum izleyici için önem arz ediyorsa o program izleyiciyi meraklandırmış ve programın izlenmesini sağlamayı başarmıştır. Her haber her kişiye hitap etmeyebilir. Bu bakımdan izleyicinin dikkatini çekebilecek haberler için önem sırası oluşturmaktadır.

2.1.7 Değer

Değer unsuru enformasyon ve önem ile de bağlantılıdır. İzleyicinin programa verdiği özelliştir değer.

Örneğin Atatürk ile ilgili bir programda izleyicilerin gururlanması ve programın sağladığı duygusal uyarıyla bu program bir değere dönüşmektedir. Yada Devlet

büyüklerinin anlatıldığı belgeseller/programlar izleyici tarafından o programa daha fazla değer vermesi ve keyifle izlemesi görülmektedir.

2.1.8 Kişisellik

TV kanalında kendi yaşamından bir parça görebilmesi o programla kendi kişisel hayatını özdeşleştirmesidir. Psikolojik gereksinimlerini karşılamanın en uygun yolu o programlarda özdeşlik kurabileceği kişi yada yaşamlara yer vermektir. Şuan için TV8 televizyon kanalında yayınlanmakta olan Kırmızı Oda isimli program kişisellik için örnek gösterilebilir. Bu tür programlarda seyirci kendisini o programdaki kişi yerine koyarak kendiyile ve hayatıyla alakalı bir bağ kurar.

2.1.9 Merak

Televizyon dilindeki merak unsurunun ingilizce karşılığı teaser'dır. Teaserlar olayın en önemli kısımlarından oluşan çok kısa VTR'lerdir. Bu VTRler insanlarda merak unsurunu tetikler ve programın yayınlanmasını merakla beklemesi için doruk noktaya ulaşmasını sağlamaktır. Herhangi bir sinema filmi, program yada dizinin yayınlanmadan önce hazırlanan ortalama 1 dakikalık bir tanıtımı merak uyandırabilir. Özellikle bu gösterime giren sinema filmlerinde daha çok karşımıza çıkmaktadır. Bu filmlerde öne çıkan sahnelerden oluşan ve seyircide merak uyandıracak sahneler ön plana çıkarılarak merak duygusu uyandırılmaya çalışılmaktadır.

2.1.10 Gerçekçilik

Haberlerden gerçek yaşam öyküleri, belgeseller ve magazinlerin izleyici tarafından gerçek olduğuna inanılması bu gerçekliğin seyirci tarafından benimsenip ekranda tutması çok önemlidir. Seyircinin gerçeklik algısı televizyondaki gördükleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Türkiye televizyonlarında daha çok magazin olaylara değinilerek ortaya çıkarılmak istenilmektedir. Bu tür programlar her kanal tarafından yayınlanasa da magazin olayların da farklı bir izleyici kitlesi bulunmakta ve takip edilmektedir.

2.1.11 Yenilik

Televizyon programı eskidiğinde izleyici için o programın çekiciliği de azalmış demektir. Bu nedenle başarılı bir program içerik ve yapı açısından izleyicinin beğenisini kazabilen, doluluk oranı yüksek bir program olmalıdır. Rutin devam eden bir program bir süre sonra seyircisinin azalmasıyla birlikte o program yada dizi içerisine yeni karakterler yeni durumlar eklendiğinde içerik anlamında yenilik kazandırılmış ve izleyiciyi da ekrana tutmak sağlanmak istenilmiştir.

2.2 Televizyonda Program Türleri

TV Kanallarında bir çok farklı türde program bulunmaktadır. Şarkı, şiir, türkü, edebiyat, siyaset vs. birçok tarzda program türü vardır. Bu program türlerinin hepsi farklı bir amaç gözetmektedir. Örneğin bir siyasi programın vermek istediği mesajlar bulunur. Bu mesajlar neticesinde programın içeriği ve ana iskeleti oluşturulup ona göre yayın yapılmaktadır. Bu mesaj izleyiciye sunulduktan sonra geri bildirim de bir o kadar önemlidir ki bu geri bildirim direk izleyici kafasındaki karmaşıklığı bir yöne doğru yönlendirip mümkünse amaçlanan siyasi bir durum değişikliğidir. Bazı programlar direk siyasi amaç güden ve bu doğrultuda halkı yönlendirmeye çalışan programlardır. Örneğin; İki siyasi liderin ekranlarda konuşması ve izleyiciyi yaptığı ve yapacağı işler konusunda, ülkenin gidişatının daha iyiye ilerlemesi konusunda etkilemesidir. Bu tür programlar veya buna benzer siyasi liderlerin açıklamaları, ülke sorunları ve gidişata yönelik verdiği beyanlar önemlidir. Bengütürk TV bu tür yayın yapan kanallara bir örnektir. Siyasi ve haber ağırlıklı yayın yapan bir kanaldır. Bazı kanallar vardır ki sadece eğlence tarzı ağırlıklı yayın yaparlar Buna örnek olarak TV8 verilebilir. Daha çok şarkı yarışmaları, eğlence programları, yemek yarışmaları VB. ağırlıklı programlar yayınlanmaktadır. Kanalın yayın planlama stratejisi bu şekilde kurgulanmıştır. TV içeriğinde yayınlanan program türler bu şekilde düzenlenmiştir. Bu tür planlama yapan kanalların kendilerine özgü stratejileri bulunmaktadır. İzleyici kitlesi diğer kanallara göre farklılık göstermektedir. İki kanalı ele alacak olursak ikisinin de halka verdiği mesajlar birbirinden çok farklılık göstermektedir. TV8 daha çok vakit geçirmek, belki günün yorgunluğunu atmak için yayınlar yaparak izleyiciyi ekrana çekmek istiyorken, Bengütürk TV ise daha çok ülkenin durumunu anlatan, ülkede yaşanan gelişmeler ve yaşanan olaylara değinen yayınlar yaparak TV8'e göre daha farklı olan izleyici kitlesini ekrana çekmek istemektedir. Farklı olarak A Haber

ve FOX TV'yi ele alacak olursak, A Haber bir haber kanalıdır. Kanal ismi ile de bunu net bir şekilde göstermektedir. Belli bir siyasi görüşe sahip olup siyasi bir haber kanalıdır. FOX TV ise haber ağırlıklı ama tam anlamıyla bir haber kanalı değildir. Haber kaygısı güdmektedir fakat içeriğinde farklı program türleri de yayınlamaktadır. İki farklı siyasi görüşü benimseyen birbirlerine zıt yayınlar yapan iki kanal olarak önümüze gelmektedir. İkisinin de farklı izleyici kitlesi bulunmaktadır. Program türleri iki farklı kanalda da dağılım olarak değişiklik göstermektedir. Program türleri kendi içinde çok fazla seçeneğe bölünmektedir. Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından hazırlanan program türleri şu şekildedir.

2.2.1 Haber

Kamuoyunu bilgilendirme amacıyla tamamen tarafsız bir şekilde ekranlara herhangi bir amaç gütmeyen RTÜK kuralları çerçevesinde nesnel bir yazım tarzıyla abartısız şekilde ekranlara getirilmelidir. Bu program türüyle bireylerin haber alması, bilenip öğrenmesi amaçlanmalıdır. Bu türde haberlerin asparagas haber olmaması en önemli etkidir. İzleyiciyi ekranda tutmak amacıyla haber bülteni yada haber program türleri şova dönüşmemelidir. Ülkemizde haber programları genellikle kurumun stratejisine göre belirlenme noktasına gelmiştir. Fakat haber tamamen tarafsız bir şekilde yapılmalı ve sunulmalıdır. Haberler çoğu televizyon kanalında ajans haberciliğine dönüşmektedir. Bu da televizyon sektörü açısından olumlu bir gidiş olarak görülmemektedir.

2.2.1.1 Haber bülteni

Kamuoyunun bilgi edinme ihtiyacını karşılamak amacıyla her alanda gelişmelerin, basın ve yayın meslek ilkeleri uyarınca, doğruluk ve çabukluk ilkesine uygun olarak ekranlara getirilmesi gerekmektedir. Genelde haber bültenleri saat başları ekranlara gelmektedir. Her an bu tür programlar izleyicilerle buluşarak bilinçlendirme yapılabilir. Haber bültenleri ani gelişen olaylar, patlamalar, salgınlar, Devlet Büyüklerinin açıklamaları gibi durumlarda son dakika geçerek ve direk canlı yayımla bağlanarak oluşabilmektedir. Haber kanallarında genelde her saat başında bülten olacak şekilde halkı bilgilendirmek ön plana çıkmıştır.

2.2.1.2 Haber programları

Kamuoyunun bilgi edinmek ihtiyacını karşılamak amacıyla gündemde olan olayları ayrıntılı bir şekilde ele alarak gelişmeleri değerlendirip insanları bilgilendiren yayın saatleri ve yayın günleri genelde belli saatlerde olan ve sınırlı saatlerde ekranlarda olan düzenli bir şekilde izleyiciye sunulan bir haber program türüdür. Bu tür diğer türlere göre daha ciddi içerisinde belki çok az bir derecede eğlence olabilecek bir tür olarak karşımıza çıkmaktadır. Genellikle bültenler içinde değinilen aktüalite, siyaset, ekonomi gibi çeşitli konuların daha geniş ve daha detaylı bir şekilde aktarılır. Programlar, haftanın ekonomik olaylarının tartışıldığı yapımlardır. Bu türde programlarda günlük gazetelerin okunup yorumlanabilmektedir. Haber programları bültenlere göre biraz daha detaylı olan programlardır. Anlatılan konu üzerine tarafsız yorumlara izleyicilerde bir bilinç yakalama ve olayı daha iyi algılama üzerine çalışılarak yapılmaktadır. Bu tür programlarda en az konuyla alakalı bir konuk alınmaktadır. Haber programlarının süresi haber bültenlerine göre biraz daha fazla ve daha çok kuşak program niteliği kazandığı görülmektedir.

2.2.1.3 Ekonomi bülteni

Ekonomiye dair bilgilerin aktarıldığı ve para ve sermaye piyasasını detaylı bir şekilde anlatıldığı bir program türüdür.

Bu programlarda piyasalarda olan gelişmeler ve bu gelişmeler doğrultusunda ön görümler uzman konuklarla değerlendirilip izleyiciye sunulmaktadır. Ekonomi bültenleri sadece ekonomiyle alakalı haberlerin yer aldığı bir bülten türüdür. Sadece bu konuyla alakalı durumlar aktarılır. Farklı haberlere yer verilmez ve uzman konukla pekiştirilerek detaylı anlatım sergilenmektedir.

2.2.1.4 Hava ve yol durumu

Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nden ve uydudan alınan veriler ışığında genel izleyici kitlesinin bilgilendirilmesi ve önlem alması amacıyla hava tahminlerinin, yağmur, kar, fırtına yada hava durumunda gerçekleşecek olan tüm gelişmelerin anlatılarak seyircinin bilgilendirildiği bir program türüdür. Genelde ortalama süresi beş dakika kadar olabilmektedir. Aynı zamanda yol durumunun Karayolları Genel Müdürlüğü'nden alınan çalışma yapılan yerlerle alakalı bilgilerin alınarak izleyicinin

bilgilendirildiği program türüdür. Günlük olarak gelen veriler ışığında aktarılmaktadır. Hava durumu yağış-kar ve güneşli olup olmayacağı ele alınarak seyirciyi önlem almaya iter. Aynı zamanda bakım yapılan yollar veya geçici yada tamamen ulaşıma kapatılan yolların bilgisi de gene bu programda verilerek izleyici bilinçlendirmek ön plandadır.

2.2.1.5 Spor bülteni

Sporun her türüyle ilgili dünyada ve Türkiye’de yaşanan gelişmelerin aktarıldığı program türüdür. Spor camiasında gelişen transferler, ligler ve kazanılan şampiyonluklar VB. gibi tüm spor alanlarında olan durumların anlatıldığı bültenlerdir. Bütün spor dallarının ele alındığı bu bülten türünde karşılaşmaların sonuçları, kupa galibiyetleri ve maç skor tahminleri gibi sporla alakalı tüm bilgiler bu bültente aktarılmaktadır. Bu bültenlerin izleyicisi ve kitlesi hem oldukça geniş hem de koyu taraftar kitleleri tarafından izlenilmekte ve takip edilmektedir.

2.2.2 Güncel programlar

Toplum ve insan yaşamında karşılaşılan durum ve gelişmelerin ele alındığı bu tür olayların anlatıldığı program türüdür. Güncel programlarda genel anlamda uzun bir süre eskimeyen tekrarı çok girilebilen program türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu programlar tüm kitle tarafından takip edilebilen fakat izleyici kitlesi çok olmayan bir programdır. Genel halk tarafından en hafif deyimle anlatılan konunun bilgi sahibi olduğu görülmektedir.

2.2.2.1 Yorum programları

Siyaset, ekonomi, spor VB... Kamuoyunu ilgilendiren güncel konuların farklı farklı uzman konuklarıyla gelişen olaylar çerçevesinde kişi yorumlarıyla anlatıldığı bir program türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Yorum programları tamamen anlatıcının kendi fikirlerinden oluşmaktadır. Bu seyirci tarafından kimi zaman çok koyu bir savunma ile kimi zaman tamamen olumsuz bir bakış açısıyla kabul görür.

Yorum programları izleyicisi aynı bir taraftar kitlesi gibi kişi bazlı savunucusu olan programlardır.

2.2.2.2 Sohbet programları

Çeşitli konuları ele alan biraz daha günlük konuşma tarzında rahat bir ortamda anlatılan ve sohbet bazlı program türüdür. Sunucu sanki karşısında izleyiciden birisi ile konuşuyormuşcasına anlatımından kaynaklı daha samimi bir konuşma türü ile öne çıkmaktadır. Bu programlar genelde soru cevap şeklinde de ilerleyebilmektedir.

Seyircinin dikkatini çekmesi ve aradığı sorulara cevaplar bulabilmesi durumu sebebiyle ekranlarda izlenmesi daha kolay izleyicinin dikkatini daha çabuk çekmektedir.

2.2.2.3 Dini tören yayınları

Çeşitli dini günlerde canlı olarak ekranlara gelen bazı aylar ve bazı günlerde izlenilebilen bir program türüdür. Örneğin bir Cuma hutbesi yada bir dini mekanlardan yapılan yayınlar gösterilebilir. Bu yayınlarda din adamları insanlara anlatımlarda bulunur. İzleyiciyi kendi dini görüşü çerçevesinde ekranda tutar. Genel anlamda reyting amacı pek güdülmez.

2.2.2.4 Kriz dönemi canlı yayınlar

Saldırıları, terör olayları, dini olaylar, siyasi olaylar, ekonomik durumlar veya devlet büyüklerinin açıklamaları olarak ekranlara gelen ve saati ve günü çok belli olmayabilen ani canlı yayınlarla ekrana gelen bir program türüdür. Ülkenin kriz durumlarında yapılan yayınlardır. Bu tür yayınlarda bütün kanallar bu yayınları frekans bilgileri girilerek kendi ekranlarında farklı bir yayın dahi olsa yayınlamaktadır. Ülkelerin beka durumlarını ilgilendiren yayın olma olasılıkları yüksektir.

2.2.2.5 Seçim yayınları

Yüksek Seçim Kurumu tarafından seçim zamanları belli RTÜK kuralları çerçevesinde belli yayın saatleri dilimlerinde gerçekleştirilen ve bu dilimler dışına çıkıldığında büyük maddi cezaların uygulandığı yayın türüdür. Belli senelerde yapılan seçimleri aynı kriz durumları yayınları gibi tüm kanallar kendi planlamaları çerçevesinde yayın yaparak ekranlara getirmektedir. Sonuçlar tüm ülkeyi

ilgilendirdiği için tüm kanallar tarafından ortak bir yayın planlaması yapılabilmektedir.

2.2.2.6 Siyasi parti faaliyetleri yayınları

Seçim zamanı dönemlerinde siyasi partilerin kendilerini anlatmaları konusunda belirli zaman çerçevesinde yapılan yayın program türleridir. Televizyon kanallarına bu tür yayınlar için kısıtlı zamanlar verilmektedir. Bu zamanlar dışına çıkıldığında ise RTÜK yaptırım uygulanmaktadır. Bu kuralların hepsi RTÜK tarafından detaylı olarak TV kanallarına yollanmaktadır.

Her siyasi parti kendi görüşü doğrultusunda bu yayınlara katılabilmektedir.

2.2.2.7 Sosyal amaçlı kampanya programları

Ulusal ve uluslararası çapta özellikle kriz dönemlerinde yapılan toplumsal amaçlara uygun yayın türüdür. İzleyiciler tarafından bir sosyal sorumluluk projesi gibi takip edilmektedir. Bu programlar bir takım olabilir. İhtiyaç sahipleri olabilir. Bu tür durumlar karşısında destek istenilerek yapılan yayınlardır.

2.2.3 Kültür programları

Nesilden nesile süregelen gelenek ve göreneklerin anlatıldığı izleyiciyi farklı yerlerin kültür ve geleneklerini göstererek anlatılan bir türdür. Gezelim görelim tarzı programlar bunlara örnek olabilir. Türkiye televizyonlarında özellikle bir yörenin yemekleri, giyim tarzları gibi konular işlenilerek o yörenin kültürü ve yaşam tarzı aktarılabilmektedir. Bu tarz programlar seyircinin dikkatini çeker ve öğretici tarzı olan programlardır.

2.2.3.1 Belgesel programlar

Doğa tabiat ve gerçek olayların anlatıldığı, kendinden bişeyler katmadan yaşanmış veya yaşanan olayların kendi akışı içerisinde anlatılan bir program türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha çok hayvan belgeselleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu programlarda ele alınan hayvanın ailesi ve yaşam şartları aktarılmaktadır. Yemek yemesi avlanması ve hayata karşı kendini nasıl koruduğu gösterilmektedir.

2.2.3.2 Bilgi kültür yarışmaları

Katılımcıların bir yarışma programı çerçevesinde aynı zamanda izleyiciyi bilgilendiren eğitici ve öğretici bir program türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna örnek olarak Kanal D ekranlarında yayınlanan Kim 500 Milyoner Olmak İster isimli program gösterilebilir. Ödüllü soruların olduğu ve soruları bildikçe ödülün yükseldiği yayınlardır.

2.2.3.3 Kültür ve sanat programları

Toplumun düşünce ve hayat şekillerine, nesilden nesile aktarılan uygulamaların izleyiciyle buluştuğu ve seyirciyi kültür-sanat anlamında geliştiren bir program türüdür. Giyim tarzları yaşamlar gibi durumların anlatıldığı, sunucuların güzel Türkçe konuşmalarıyla öne çıkarıldığı tarz programlardır.

2.2.3.4 Yaşam tarzı ve eğilimlerle ilgili yapımlar

Çeşitli yaşam tarzlarını anlatan ve bu tarzların detaylarını, nasıl yaşadıklarını hayat tarzlarını ve eğilimlerini anlatan bir program türüdür. TLC ekranlarında yayınlanan Ağır Yaşamlar isimli program örnek gösterilebilir. Burada bireyin yaşam tarzı iyi yada kötü durumları ele alınır ve bir yol belirlenerek sonuca ulaşılmaya çalışılmaktadır. Bu programlar aynı zamanda izleyici tarafından kensinin de aynı duruma düşmemesi için uyarıcı niteliği taşıyan programlardır.

2.2.3.5 Sektör tanıtım programları

Çeşitli sektörlerde yapılan ve o sektörle alakalı anlatımlı olarak bilgilendiren, sektörde olan işletmelerin tanıtıldığı bir program türüdür.

Bengütürk TV'de yayınlanan Sektör Özel programı buna örnek olarak gösterilebilir. Bu tür programlar genelde röportaj tarzı soru cevaplı olarak ilerlemektedir. Aynı sektörde yada anlatılan sektörle alakalı bir iş içerisinde girecek olan izleyiciler için ders niteliğinde olduğu görülmektedir.

2.2.3.6 Gezi programları

Ülke ülke yada il il gezilerek o yerlerdeki kültürel olayların ve yaşam tarzlarının anlatıldığı bir program türüdür. Bu programlar tüm izleyici kitlesine hitap eden programlardır. Gezilip görülerek o an izleyiciyi de programın içine çekerek seyirciyi ekranda tutmayı başaran programlar olarak karşımıza çıkmaktadır. TRT ekranlarında eskiden yayınlanmış olan Gezelim-Görelim programı buna örnek olarak gösterilebilir.

2.2.4 Eğitim programları

Özellikler sınav zamanları daha çok ön plana çıkan fakat diğer zamanlarda da ileriye dönük olarak sınav ve okul sistemlerinin değişen durumların anlatıldığı program türüdür. Daha çok okul çağındaki bireyleri ilgilendiren programlardır. Daha çok tercih zamanları yapıldığı görülmektedir. Tercih yapacak olan öğrencileri bilgilendirmek, yanlış yönlendirilmesini engellemek ve bilinçlendirmek için yapılmaktadır.

2.2.4.1 Örgün eğitime destek programları

Doğrudan örgün eğitimi ve her seviyede eğitimi destekleyici veya kişisel anlamda geliştirici program türü. Öğrencileri ilgilendiren ve örgün eğitimle alakalı tüm bilgilerin aktarıldığı ve bilinç gelişimi sağlaması açısından eğitici olan program türleridir.

2.2.4.2 Yaygın eğitim programları

Örgün eğitim imkanlarından hiç yararlanmamış, gittikleri okuldan erken ayrılmış ya da örgün açık eğitim kurumlarına devam etmekte olanlar veya meslek dallarında, toplumsal yaşamda daha yeterli duruma gelmek isteyenler için hazırlanan program türü. Daha çok açık öğretim ile eğitim hayatına devam etmekte olan bireylerin bilgilendirilmesini sağlayan bir program türüdür.

2.2.4.3 Bilgi-beceri programları

Bilgi ve beceri kazandırmaya yönelik elişi yemek programları gibi programlardır. Bu programlar özellikle bayanlara daha çok hitap etmesiyle bilinir. TRT1 ekranlarında

eskiden yayınlanmakta olan Eline Sağlık programı örnek olarak gösterilebilir. Beceri kazanma, değişik elişi öğrenme becerilerini anlatıldığı bir program türüdür. Daha çok orta yaş aralığındaki bayanlara hitap etmesi amaçlanmaktadır.

2.2.5 Dini eğitim programları

Dini yayınların izleyicileri bilinçlendirmesi amacıyla yapılan program türüdür. Din hakkında bilgi verilen ve izleyiciye detaylı anlatımı yapılan bir türdür. Seyicinin kendi dini inanç çerevesinde takip ettiği ve ilgilendiği program türüdür. Bu tür programlar reyting kaygısı gütmeksizin yayınlar ekrana getirmektedir. Bengütürk Tv'de yayınlanan Özün Sözü programı buna örnek olarak gösterilebilir.

2.2.5.1 Gerçek yaşamlar

Kişilerin gerçek yaşamlarını ele alan ve bu yaşanan olayların canlandırma yoluyla anlatılan bir program türüdür. Bu yaşamlar çoğu zaman kötü sonuçlanabilir. Bir cinayet, aldatılma yada benzeri bu tarz gerçek yaşamı olayları anlatır. Bazı izleyiciler bu tür programlarda kendi hayatlarından kesitler bulduğu için çok sıkı takip etmektedirler.

2.2.5.2 Reality show

Reality-show olarak tanımlanan, genellikle canlı olarak yayınlanan, (cinayet, aile içi kavgalar VB.) konu alan program türüdür.

Eskiden Kanal 7'de yayınlanan Kalp Gözü gibi programlar bu türe bir örnek olarak gösterilebilir. Bu tür programlar özellikle aile içinde yaşanan durumları anlatan programlardır.

2.2.5.3 Gerçek hayat hikayeleri

Kişilerin hayat hikâyeleri ele alınarak anlatılan bir program türüdür. Gerçek yaşamdan hikayelerden oluşmaktadır. Bu tür programlar yaşanmış olayları anlatan programlar olarak karşımıza çıkar. Biraz daha sosyal medya üzerinden yapılan programlar olarak görmekteyiz. Çok fazla TV konseptine RTÜK kuralları gereği uygun düşmemektedir. Bir telefon bağlantısı ile sunucuyla konuşularak anlatılmaktadır.

2.2.6 Drama

Bir sözcüğün, bir kavramın, bir davranışın, bir fikir ya da yaşantının veya bir olaylar dizisinin, tiyatro ve sinema tekniklerinden yararlanarak canlandırıldığı yapım türü. Daha çok tiyatrosal tarzı olan drama türü sinemada da öne çıkmaktadır. Genelde film sitelerinde yayınlanan filmlerde gördüğümüz drama türüne örnek olarak bodyguard filmi verilebilir.

2.2.6.1 Dizi filmler

Birden fazla bölümler şeklinde ekranlara gelen ve bütün bölümler birbirlerini takip ederek süregelen bir program türüdür. Dizilere örnek olarak Hakan Muhafız, Çocuklar Duymasın, Çukur, Aşk 101 gibi çoğaltabileceğimiz dizi filmler bunlara örnektir. Bu tür yapımlarda bir devam filmi şeklinde olay örgüsünü bozmadan peş peşe haftalık yada günlük olarak akışın devam ettiği görülmektedir.

2.2.6.2 Sinema ve televizyon filmleri

Gerçek görüntüler ve sinema tekniği ile bilgisayar tarafından kurgulanıp çeşitli animasyonlarla desteklenen bir program türüdür. Yüzüklerin Efendisi, John Wick tarzı yapımlar örnek gösterilebilir. Daha çok büyük bütçeler ve sağlam prodüksiyonlarla çekilen ve içeriğinde animasyon grafiklerinin bulunduğu türlerdir. İzleyici kitlesi de bu oranda büyüktür.

2.2.6.3 Eğlence programları

İnsanları iş yaşamları veya gün içerisinde yaşadıkları olaylardan bir nebze uzaklaştırmak için neşeli, güldürücü ve eğlendiren program türüdür. Show TV'de yayınlanan Güldür Güldür Show buna örnek verilebilir. Bu tarz programlar gündelik hayattaki yorgunluğu atmak açısından insanları eğlendiren program türleridir.

2.2.6.4 Magazin programları

Eğlence dünyası ile ilgili magazin konularını işleyen üzerine yorum yapılan ve anlatılan insanların özel hayatlarını anlatan program türüdür. Kana D'de yayınlanan Magazin D programı örnek olarak gösterilebilir. Bu tarz programlar magazinelle olayların anlattığı daha çok özel hayatların ön plana çıktığı program türleridir.

2.2.6.5 Drama öğeleri içeren eğlence programları

Tiyatro, skeç gibi yada daha önce çekilen video bant kayıtlarıyla izleyiciye sunulan doğaçlama gerçekleşen program türleridir. Fox TV'de yayınlanan TolgShow buna örnek verilebilir. Oyuncunun tamamen doğaçlama içeren bazen drama bazen de eğlendiren bir tarzı ile yapılan yayınlardır.

2.2.7 Müzik ağırlıklı programlar

Programın sunucusunun olduğu şiir-türkü-sohbetin birarada olduğu kimi zaman müzik klipleriyle kimi zaman canlı olarak söylenen şarkı türkünün olduğu program türüdür. Bengütürk TV'de yayınlanan Uzun İnce Yol programı buna örnek olarak gösterilebilmektedir. Bu tür programlarda ara ara şiir türkü ve sohbetin harmanlanarak sunucu tarafından anlatılması yoluyla öne çıkmaktadır. Sunucu yada konuğu bazen türkü söyler, üzerine biraz sohbet ve kimi zaman şiirle pekiştirerek yayını götürmektedir.

2.2.7.1 Müzik video klipleri

Sunucu olmaksızın sadece müzik video kliplerinin ekrana verilerek izleyiciye sunulan program türüdür. Bengütürk TV'de yayınlanan Müzik Saati programı buna örnek olarak gösterilebilir. Bu program türünde müzik klipleri araya geçiş jeneriği yada jenerik koyulmadan peş peşe VTR'ler bağlanarak verilerek yayınlanır. Birisi bittiği zaman direk diğeriyle devam eder. Genelde TV kanalları bir dinlenme arası olarak bu tür dolgu niyetine bu yayınları kullanabilmektedirler.

2.2.7.2 Konser yayınları

Sanatçı ve müzisyenlerin toplu alanlarda izleyiciye canlı olarak ekranlara gelen program türüdür. Konser yayınlarda şarkıcı performansı dışında farklı etkinlikler de olabilmektedir. Bengütürk TV'de yayınlanan Söz Müzik Ahmet Şafak programı konser yayınlara örnek olarak gösterilebilir. Bu tür programlarda sanatçı kimi zaman ufak sohbetlerle pekiştirerek canlı olarak şarkılarını söylediği program türüdür.

2.2.7.3 Beceri ve direnç yarışmaları

Beceri yada şans ağırlıklı ortaya sağlık sorunları çıkarmayacak şekilde yapılan yarışma program türleridir. Şans Kapıyı Çalınca isminde eskiden Show TV'de yayınlanan bir program bu türe örnek olarak gösterilebilir. Burada çeşitli beceriler yada direnç gösterebileceği oyunları başarıyla geçtiğinde ödül alınarak yapılan ve izleyici tarafından heyecanla izlenen program türüdür.

2.2.7.4 Spor karşılaşmaları yayınları

Her türlü spor dallarına ait karşılaşmaların yayınlarının yapıldığı bir program türüdür. Zaman zaman festivalleri olduğu zaman Bengütürk TV'de yayınlanan Güreş Müsabakaları programı buna örnek olarak gösterilebilmektedir. Herhangi bir spor dalına ait müsabaka yada turnuva gibi yayınların yapıldığı bir yayın türüdür.

2.2.8 Show ve gösteriler

Topluluk önünde gösterim yapılan ve show ağırlıklı olan bir program türüdür. Tiyatro benzeri bir program türü olmakla birlikte halka açık alanlarda yapılan ve izleyiciyi daha gerçekçi olması bakımından ekranda tutan yayın türüdür. Dans gösterileri, akrobasi gösterileri, hayvanların enterasan hareketleri bu program türüne örnek olarak gösterilebilir.

2.2.8.1 Talk-show

Daha çok sunucunun eğlendirme becerisinin öne çıktığı, konuk ve seyircilerle sohbet ağırlıklı eğlence program türüdür. Kanal D'de yayınlanan Beyaz Show bu program türüne bir örnek olarak gösterilebilir. Burada seyirciyi daha çok ön plana tutarak karşılıklı konuşmalar ile konu içerisine katılan espirilerle pekiştirip ekranlara geldiği bir program türüdür.

2.2.8.2 Kuşak programları

Gündem ağırlıklı konuların işlendiği süreleri uzun olan ve izleyiciye detaylı açıklamalarda bulunarak konuları ele alan birden fazla sunuş tekniği ile programın işlendiği kendi içinde akış planlamasına göre bir bütünlüğü olan program türüdür. Genelde diğer program türlerine göre daha uzun sürmektedirler. Gün içerisinde belli

kuşak saatleri vardır. O bölümlerde yapılmaktadır. Konuklar VTR'lerle pekiştirilerek sunucunun anlatımıyla ekranlara gelmektedir. Bengütürk TV'de yayınlanan Günün Raporu programı örnek olarak gösterilebilir.

2.2.8.3 Çocuk programları

Çocuklar için hazırlanmış eğitici ve öğretici olabilen, çocukların anlayabileceği şekilde sade bir dille hazırlanan bir program türüdür. Özellikle sabah kuşağı saatleri bu programları ana yayın saatleridir.

Show TV'de yayınlanan Çocuktan Al Haberi programını örnek olarak gösterebiliriz.

2.2.8.4 Okul öncesi çocuk programları

Okula başlama çağına ayak basacak olan çocukların okul öncesi eğitimlerini anlatan bir program türüdür. Dış dünyaya uyum sağlamaları açısından okul öncesi bireylerin hayata daha çabuk adapte olabilmesi için hazırlanan ve yayınlanan program türüdür.

2.2.9 Çizgi ve animasyon filmler

Tek kare çekimlerle hazırlanan çizgilerden oluşan veya animasyon tekniğiyle kullanılarak izleyiciye sunulan bir program türüdür. Bengütürk TV'de yayınlanan Çizgi Film Saatini örnek olarak gösterebiliriz. En uygun yayınlanma saati sabah kuşakları olmakla birlikte çocukların dikkatini çekecek eğitici ve öğretici programlar olarak yayınlanmaktadır.

2.2.9.1 Çocuk eğitim programları

Çocukların ihtiyaçlarına göre hazırlanan ve eğitimleri, gelişmesi için planlanan bir program türüdür.

Daha çok eğitim sertifikalı olan bu program için özel yetiştirilmiş sunucuların bu programları yapması daha uygun olarak ayarlanmıştır. Bu tür programlar RTÜK tarafından bu programın hatları sert bir çizgiyle birlirlenmiştir.

2.2.9.2 Çocuk aktivite programları

Çocukların arkadaşlarıyla birlikte yapacakları aktiviteleri anlatan veya tek başlarına bu tür planlamaları öğreten bir program türüdür. Çocukların etkinliklere katılmasını sağlamak ve çevresiyle daha uyum içerisinde anlaşmasını sağlayan program türüdür.

2.2.9.3 Çocuklara yönelik drama

Çocukların anlam dünyası göz önünde bulundurularak, onların anlayabileceği bir dilde, tiyatro ve sinema teknikleri kullanılarak hazırlanır. Tamamen çocukların anlayabileceği bir dil ile anlatılan bu türde etkisi sebebiyle çok ince ve titizlikle hazırlanır.

2.2.9.4 Çocuk haber

Çocuklara yönelik olarak güncel, toplumsal, kültürel, olay konu ve gelişmelerin sunulduğu program türüdür. Çocukların yaşanan olaylara verdikleri tepkiler ve hayatlarındaki durumları anlamaları açısından onlara özel olarak yapılan haber programlarıdır.

2.2.9.5 Çocuk yarışma

Çocukların yarışma duygusuyla beceri kazanması amaçlanan ya da bilgi ve kültür seviyelerini ölçen program türüdür. TRT Çocuk TV kanalında yayınlanan Yarışçı isimli program örnek olarak gösterilebilmektedir. Burada çocukların bilgi ve becerilerin daha iyi geliştirmesi hedeflenmektedir.

2.2.10 Ticari iletişim ve tanıtım

Radyo ve televizyonda reklamlar, alt bant, tele alışveriş, ürün yerleştirme gibi ticari faaliyetlerin bir ücret karşılığında hem kanalın maddi olarak kazanım sağlaması hem de reklam veren firmaların kendi ürünlerini tanıtması amacıyla verilen tanıtımlardır. Firmaların tanıtımları, program içerikleri VS gibi durumları anlaşılır bir şekilde anlatmasıyla yapılan bir program türüdür.

2.2.10.1 Reklam kuşakları

Bir ya da birden çok reklamın birbiri ardına verildiği reklam yayınlarıdır. Reklam kuşakları saat bazlı olarak belirli dakikalar ekrana verilebilir. 60 dakikada toplamda 12 dakika reklam verilebilmektedir. Bu da RTÜK tarafından koyulmuş bir kuraldır. Uygulanmaması durumunda TV kanalı çeşitli cezalara maruz kalabilmektedir. Reklam kuşaklarında 7 saniye başa ve sona reklam jeneriği girmek zorundadır. Reklamlarda izleyiciyi yanıltma gib durumların oluşmaması gerekmektedir. Reklamlar TV kanallarının büyük bir gelir kaynağını oluşturmaktadır.

Bu şekilde kurumlar da kendi giderlerini karşılayabilmektedirler.

2.2.10.2 Tele alışveriş

Reklam kuşaklarındaki gibi süreleri kısa değildir. Genelde 12 yada 15 dakika olarak ekranlara görebiliriz.

24 saatte toplam 60 dakikalık bir tele alışveriş reklamı açılabilir. Bunlar genelde 15 dakikalık 4 farklı kuşak olarak TV kanallarında yayınlanmaktadır. 15 dakika boyunca verilen bir reklam olduğu için bir süre sonra kendini tekrar eden bir tarzı oluşmaktadır.

2.2.10.3 Bant reklam

Program yayın esnasında alttan yayını bölmeden, yayın devam halindeyken verilen reklam türüdür. Alt bant reklamı 8sn yada 10sn olarak verilmektedir. Reklamın verildiği anda sağ yada sol üst köşede bir "R" logosu verilmesi zorunludur. Bu "R" logosu alt bantın reklam olduğu gösterir.

Bu alt bant reklamlar da reklam kuşaklarında verilen reklamların süresine eklenmektedir. Yani bu reklamlarda ayrı olarak bir reklam dakikası oluşturulamaz.

2.2.10.4 Siyasi reklam

Yüksek Seçim Kurulu tarafından yayın yasakları başlayana kadar siyasi partilerin TV kanallarına verdiği reklamlardır. Bu reklamlar siyasi partilerin kendilerini anlatması için onlara sunulan süreye kadar verilebilmektedir. Bu süreden sonra verilen reklam

ise TV kanalına cezai işlem olarak geri dönmektedir. Bu süre zarfında siyasi kuruluşlar vaad ettikleri durumlarla alakalı kendi reklamlarını yaparlar ve bu şekilde yayınlanan bir program türüdür.

2.2.10.5 Program desteklenmesi

Ticari kuruluşların kendi firmalarını tanıtmak için ve yayınlanan programı da desteklemiş olmak için verdikleri reklamlardır. Ticari kuruluşlar tarafından desteklenen bu programlar o ticari kuruluşun kendi tanıtımını daha fazla yapması için tamamen çıkar amaçlı verdiği bir destektir. Bengütürk TV'de yayınlanan Piyasa Gayrimenkul programında verilen destek bu duruma örnek olmaktadır.

2.2.10.6 Ürün yerleştirme

Dizi, film, sinema yada herhang bir programda sanki programın içerisindeki bir parça gibi gözükmek o firmanın reklamı ürün yerleştirme adı altında yapılabilmektedir. Şuan birçok dizi film ve show programlarında ürün yerleştirme uygulanmaktadır.

2.2.11 Program tanıtımları

TV kanalında yayınlanan programların gün saat ve içerik bilgilerinin anlatıldığı, programları tanıtan bir türdür. Bu tanıtımlar ortalama 60 saniyeyi geçmemelidir. Fazla uzun sürdüğü zaman programın da takip edilmesini düşürebilmektedir. Programın içeriğinde anlatılacak olan bilgilerin kısa bir tanıtımı olarak ekranlara gelmektedir.

Diğer

2.2.11.1 Logo ve çağrı işareti

Medya hizmet sağlayıcılarının Üst Kurul ve ilgili kurumlara tescil ettirmek zorunda oldukları hizmet adının veya bu adın harf veya sözcüklerinin blok hâlinde grafik tasviri veya sesli duyurusu. TV kanallarında logo olmaması cezai işlem uygulanma sebebidir.

Tüm medya hizmet sağlayıcılarının sabit ekranın herhangi bir köşesinde okunaklı ve görülecek bir şekilde logosunun olması gerekmektedir. Örnek olarak Bengütürk logosu sol üst köşede bulunmaktadır.

2.2.11.2 Koruyucu sembol

Medya tarafından kullanılan ortak sembollerdir. Buna örnek akıllı işaretler gösterilebilir. Her program başladığında programın içeriğine göre genel izleyici, şiddet, korku VS. durumları belirten ve seyircinin programı izlemeye başlamadan önce ortalama nasıl bir program izleyeceğini gösteren bir sembol türü yayındır.

2.2.11.3 Kamu spotları

Kamu kurum ve kuruluşları ile dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarınca hazırlanan veya hazırlatılan RTÜK tarafından uygun görülen bilgilendirici ve bilinçlendirici kısa ama öz tanıtım klipleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Kamu spotlarında bir köşesinde kamu spotu olduğuna dair logosu bulunmalıdır. Bu zorunludur. Bu şekilde bir kamu spotu yayını olduğunu gösteren işaret ile yayın yapılan bir türdür.

İlk tür çalışmaları Aristoteles ile temellendirilir. Aristonun türleri kendi oluşturduğu ölçütleri sıralar; taklit ederken kullanılan araç, taklit edilen nesnelere ve taklit tarzı Aristo'nun ortaya koyduğu türsel sınıflandırmanın temelini bulmak mümkündür.

Rick Altman, türün çoklu işlevlerinin sinema ve televizyon endüstrisinin çeşitli öğeleri arasında bağ kurma gücü verdiğini ifade eder ve türün yapımcıdan yönetmene endüstriden dağıtımçıya ve hatta izleyiciye kadar materyalin ulaşmasını sağlayan hem bir yapı hem de bir kanal olduğunu savunur" Altman (2006).

Her tür farklı bir program içeriği yansıtmaktadır. Geçmişten günümüze program türleri gelişmiş ve çoğalmıştır. Bu çoğalmanın sonucunda ortaya yeni yeni farklı tür programlar ortaya çıkmıştır. Gelecekte belki de daha farklı programlar türleri ile karşılaşılabilir.

3. MEDYA PLANLAMA

Planlama TV kanallarının vazgeçilmezidir. Planlama hem izleirliğini arttırmak hem daha düzgün bir yayın sunmak ve izleyiciyi ekranda tutmak açısından mühim bir yere sahiptir. Aynı zamanda bazı yayınların girmemesi gereken bir saatte yayınlanmaması için planlama önem arz eder. Tüm Tv kanallarında bununla ilgili işe hakim ekipler çalıştırılmaktadır. Medya günlük hayatımızda çok önemli bir rol oynamaktadır. Medya üç önemli ihtiyacı gidermektedir; bilgi, eğlence ve reklam. Medya hem taşıyan hem de ileten bir sistem olarak görülmelidir. Medya, kendisini ilk planda eğlencenin ve bilginin kalitesine ve türüne göre ve reklamların türüne göre tercih eden bireylere reklamları aktarır.

Bilimsel yöntemlerle,izleyici hakkında ampirik verilerin elde edilmesi, izleyici sayısını arttırarak en çok izlenen televizyon olmak amacıyla kullanılmış, izleyici ölçümlerinde yüksek oranlar elde etmenin, izleyicinin beğeniyle doğru orantılı olduğu varsayılmıştır. Dolayısıyla, endüstri tüm işleyişini bu veriler üzerine kurmuş ve bu şekilde izleyiciyi tanımladığını sanmıştır. (Çaplı,2002:159-160)

Ürün ve hizmet satışına yönelik olarak daha çok karşımıza çıkan reklamlar bazen sadece ürün/hizmet yerine kurumu ön plana çıkaran reklamlar olarak da sunulmaktadır. Kurumsal itibar yönetimin temel bir parçası olarak görülen kurumsal reklamlar ürün ve hizmet reklamları gibi satış amacı taşımamaktadır. Kurumun saygınlık duyuruları, yönetim kutlamaları, yaptığı sponsorlukları, yardım kampanya duyuruları ve herhangi bir nedenden ötürü teşekkür iletilerini içeren reklamlar kurumsal reklamlar olarak adlandırılmaktadır (Okay, 2009; 89).

Dünyadaki son gelişmeleri öğrenmek istediğimizde medyaya başvuruyoruz. Aynı zamanda günlük rutin durumdan kurtulup günlük koşuşturmacalardan kaçmak için de yine medyayı takip ederiz. Televizyon insanları dizi-film, komediler, şovlar ve spor karşılaşmaları ile eğlendirir. Program türleri çeşitlilik arz etmektedir. Hazırlanan “Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları” kitapçığıyla Radyo

Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), programlarda yapılan ihlallere yönelik olarak önemli bir başvuru kaynağı elde etmiştir. Böylelikle ihlalin yapıldığı programın hangi türe, tanıma veya koda girdiği bu rehber yardımıyla bulunabilmekte ve uygulanması öngörülen müeyyide konusunda daha rahat karar verilebilmektedir.

Tek televizyon kanalı olduğu zamanlarda ve çok az gazete ve derginin yayımlandığı dönemlerde medya planlama çok da önemli değildi. Fakat günümüzde birçok farklı TV kanalları ve çeşitli yayın organlarının faaliyete geçmeler sayesinde medya planlama kendine çok önemli bir yer bulmuştur.

Bir program planlayıcısının özgürce hareket edebilmesine imkan verildiği ve her türlü kısıtlamalardan uzak tutulduğu şartlarda, yüksek erişim elde edilebilecek programların elde edilmesi hiç de zor değildir. Ancak bunun karşılığında izleyicilere geniş çaplı içerik ve hizmetler sunmak gerekmektedir. Burada ortaya çıkan sorun, kamu medya hizmeti programlarının özel medyaninkilerden nasıl farklı olması gerektiğidir.(Nissen,2005:31-33)

Medya planlamanın en önemli dikkat edilmesi gereken durum detaylardır. Planlamada detaylara çok girildiği için ufak ama küçük detaylar çok önemlidir. Çünkü işin içerisine maddiyat girdiği için veya hata durumu oluştuğunda maddi bir cezai işlem olacağı için en ufak detaylara bile dikkat edilmelidir. Bu detaylar bazen hayat kurtarır durumlar oluşturabilir. Çünkü her saniyenin çok önemi vardır. Planlama saniye saniye hesaplanarak yapılmalıdır. Üstün körü yapılan planlamalar TV kanalının kalite oranını düşürmektedir. Bu yüzden ki RTÜK kuralları çerçevesinde titizlikle yapılmış medya planlamaları kurumun izlenirliğini de arttırdığı görülmüştür.

3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'a dayanarak kurulan RTÜK, yayın kuruluşlarının yayınladığı programlara, program bazında müeyyide uygulamaktadır.

Bu bazen yayın durdurma bazense maddi bir ceza ile sonuçlanabilmektedir. Medya planlama reklam zamanının ve yerinin pazarlamanın hedeflerine ulaşılabilmesi için doğru girilecek olan yeri ayarlama sürecidir. Bir medya planlamacısının bu şekilde benzer sorulara cevap arıyor olması gerekmektedir.

Bir kar amacı güdüldüğünde hedef kitlenin ne kadarına ulaşması gereklidir?

Reklamlar, dizi, film, programlarda alt bantlar, spot yada sundu sunarları nerelere nasıl yerleştirmeleri gereklidir?

İzleyici yani hedef kitle yayınlanan reklamları kaç defa görmeleri gereklidir?

Reklamlar hangi gün ve zamanlarda gösterilmesi gereklidir?

Reklamların özelliklerine ve yayın saatlerine göre ne kadar bütçe ayırmaları gereklidir?

3.1 Tv Program Planlama

TV Programının TDK'da belirlenen tanımı; Telefon, telgraf, radyo, televizyon vb. araçlarla iletişimi sağlayan yol olarak belirlenmiştir. TV Programları birçok konuda yapılabilir. Hepsinin farklı farklı konuları içerikleri ekranlarda gösterilir. TV programlarının bazıları tüm kitleye hitap ederken bazılarının Genel İzleyici +7 +13 +18 gibi farklı yaş aralıkları mevcuttur. Bunlar RTÜK kuralları çerçevesinde belirlenir ve TV kanallarınca uygulanır. Uygulanmadığı takdirde o kurumlara cezai şartları RTÜK tarafından uygulanır. Kanallarda bu konuyla alakalı oluşturulan birimler tarafından yayınlanmadan önce izlenerek içeriğinde bulunan olay, konu, mekanlara göre belirlenen yaş sınırı ile bu akıllı işaretler kullanılarak yayınlanmaktadır. Bu akıllı işaretler örneğin bir sinema filmi olan Al Pacino'nun başrolünü oynadığı 1983 yapımı Scarface (yaralı yüz) filmini ele alacak olursak bu film içeriğinde bulunan şiddet korku ve cinsellik öğeleri barındırdığı için +13 yaş akıllı işareti ile ekranlara getirilmelidir. Bu işareti film başlarken 7 saniye tam ekran olarak giriş kısmında verildikten sonra 15 saniye olarak sağ yada sol üst köşede logo olarak verilmelidir. Eğer film birkaç parçaya kesilerek yayınlanacak yani reklam araları olacak ise filme her geri dönüşte 15 saniye olarak sağ yada sol üst köşede tekrar akıllı işaret ekrana verilmelidir. Tabi içeriğinde bulunan alkol, sigara, argo kelimeler, kan VB. gibi durumlar RTÜK kuralları çerçevesinde sansürlenerek ekrana getirilmelidir.



Şekil 1.1: Akıllı İşaretler

Kaynak: RTÜK. (2020) Akıllı İşaretler 20.12.2020 tarihinde <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/home> adresinden alındı.

Program planlanırken genel anlamda bu planlamaların hepsi yapılmalıdır. Saati, günü programların yayın sırası gibi durumlar düşünülmelidir.

Bir çizgi film peşine siyasi program başlatılmamalıdır. Program planlanırken bir programdan diğer programa soft geçişler yapılmalıdır. Afetler, ülke kararları, devlet büyüklerinin açıklamaları dışında programlar reklama gideceği zaman ani kesilmelerle izleyiciyi ekrandan soğutacak durumlar yaşatılmamalıdır. Kesilmelerden geri dönüşlerde sahne atlamaları yaşatılmamalıdır.

"Sınıflandırma sistemi, sinema filmlerinin denetiminde çok uzun yıllardır sinema endüstrisi tarafından kullanılan sistem model alınarak hazırlanmıştır" (Vaughn, 2006: 222).

Akıllı işaretler program girişlerinde verilerek insanların program içeriği hakkında bilgi alması yaşı küçük bireylerin bu işaretler sayesinde programı izleyip izleyemeyeceğinin anlaşılması amaçlanarak RTÜK tarafından uygulanmaktadır. Programlarda anlatılan konular kadar anlatıcının da konuşulan konu hakkında ne kadar bilgi sahibi olduğu da önemlidir. Yanlış yönlendirmeler konunun daha da karıştırılmasına yol açabildiği gibi bilgili konular bulunduğu ise izleyicilerin yönlendirilmesini, konuşulan konu hakkında kamuoyunu aydınlatıcı ve bilgilendirici olması olumlu olarak izleyicileri etkilemektedir. Bu nedenledir ki programlar izleyici kitlesi için seyircinin ilgisini çekecek içerik anlamında zengin bir planlama ile

yapılması gerekir. Öğlen saatlerine daha sakin saatlere soft programlar koyulurken, prime time olarak adlandırılan saatlere ise tüm izleyicilere hitap etmesi açısından daha uygun düşecek programlar koyulmaktadır. Örneğin genel anlamda tüm kanllarda sabah kuşağı olarak adlandırabileceğimiz 08.00-12.00 saatleri arasında daha çok kadınları ilgilendiren yemek, sağlık ve güzellik programları yer almaktadır. Program planlamasında cinsiyetin de önemi büyüktür. Örnekte olduğu gibi o saatler bayan izleyicilerin daha çok ekran başında olduğu saatler olması sebebiyle özellikle kadınları baz alan programlar ekranlarda yayınlanmaktadır.

Örneğin; Atv logosuyla yayın yapan TV kanalında 10:00 Müge Anlı ile Tatlı Sert programı, Show TV logosuyla yayın yapan TV Kanalında 09:30 Zahide Yetiş'le programı, Kanal D logosuyla yayın yapan TV kanalında 09:00 Neler Oluyor Hayatta programı, Fox logosuyla yayın yapan TV kanalında 10:45 Çağla ile Yeni bir Gün programı, Tv8 logosuyla yayın yapan TV kanalında 08:00 8'de Bugün programı, Beyaz Tv logosuyla yayın yapan Tv kanalında 11:15 Hayatta Her Şey var programı yayın hayatlarına devam etmektedirler.

“Televizyon programcılığı son yıllarda, program formatlarının sürekli olarak birbirinin içine geçmesi ve yenilenmesiyle birlikte son derece dinamik bir evrim geçirdi. Bu sürecin ana eğilimi, melezleştirmek suretiyle bütün formatları kuşatan bir eğlence anlayışının hâkim olduğu ticarileşmedir. Prime-time’da en çok öne çıkanlar, reality televizyon adı altında sınıflandırılan program formatları olmuştur. Bunlar, ‘docu-soap’lar (The Osbournes), ‘reality-oyunvari yarışmalar’ (Big Brother), ‘bilgi yarışmaları’ (Who wants to be millionaire?) bütün dünyada tutulan Latin Amerika kökenli pembe dizilerinin taklitleri, melez reality showlar yeni biçimler almıştır.” (OSI, Türkiye İzleme Raporu 2005: 42).

Program planlamada saat planlamaları ve detaylar büyük önem arz eder. Programların izleyici kitlesi, prime time saatlerinde olması ve her programın içeriğine göre izleneceği saatlere koyulması önemlidir. Bu çerçevede haftalık planlama yapılmalı ve yeni gelecek programlar da olduğu zaman içeriği analiz edilip yada içeriği tekrar kurgulandıktan sonra planlamada tekrar düzenlemeler yapılmalıdır. Kimi zaman artık içerik anlamında devam edemeyen programlar revize edilmeli yerlerine ya yeni programlar yada elde olan programları tekrar dizayn edip o şekilde izleyiciye sunulması gerekir. İzleyiciye sunulan her programın geri dönüşleri

kontrol edilmelidir. Geri dönüşlerde seyircinin önerileri dikkate alınmalı program planlaması tekrar düzenlenirken bu durum da düzenlenmelidir. Program planlamasında içeriksek durumlarda yani program içeriğindeki KJ, VTR, DSF gibi görsel ve programın anlaşılmasını kolaylaştıracak yazılar programın içeriğini zenginleştirerek o programın planlanırken izlenme seviyesi yüksekliği sebebiyle daha iyi bir saate yerleşmesini sağlayacaklardır.

3.2 Yayın Akışı Planlama

Televizyon kanallarında yayın akışı, kurumun ne tür bir yayın türü istediği ile doğru orantılıdır. Bazı kanallar sadece haber üzerine yayın akışı yaparken bazı kanallar ise habere hiç girmeden sadece eğlendirme-eğlence sektörüne yönelik dış dünya ile arasında bir bağ kurarak oluşturdukları küresel bir köy misali yayın akışı ile yayın hayatına devam etmektedirler. Yayın akışında her saniye önemlidir. Özellikle işin içine maddiyat yani reklam ve ücretli yayınlar girdiği zaman kanal hiçbir saniyeyi boş geçirmek istemeyecektir. Bu nedenle yayın akışının planlanması oldukça önemlidir. Yayınlar aniden gerçekleşen devlet büyüklerinin açıklamaları, savaşlar gibi son dakikalar olduğunda yayın akışı planlamaları bir anda değişebilmektedir. Bu özellikle daha çok haber kanalları için geçerli olduğu görülür. Haber kanallarının da amacının aslında bu olduğu görülür. Çünkü son dakika açıklamaları, son dakika haberleri gibi durumlar haber kanallarının asıl amacıdır.

Bu o tür yayın planlama değişiklikleri oldukça sık denk gelinmektedir.

Örnekte de görüldüğü üzere yayın planlama TV kanalının sabah yayına başladığı saat itibariyle başlar ve yayın bitene kadar yapılır ve yayın akışının planlaması bir gün öncesinden hazırlanıp kanaldaki ana kumanda birimine ve genel yayın yönetmenine iletilir. Bu yayın akışında ani son dakikalar, canlı yayınlar ya da ülkedeki devlet büyüklerinin ani açıklamaları girmediği yayın akışında yazılanların dışına çıkılamaz. Herşey dakikasına göre planlama doğrultusunda girilir ve planlamadaki gibi devam eder. Bu planlamalar TV kanalının yayın politikasına göre hazırlanır ve uygulanır. Bu uygulamalar kanalların politikalarına göre değişiklik göstermektedir. Örneğin haber kanalı olmayan ve tamamen eğlence ve program üzerine yayın yapan bir kanal olan TV kanallarında daha değişik bir planlama, bir spor kanalında ya da bir çizgi film veya belgesel kanallarında ise tamamıyla birbirlerinde farklı

planlamalar yapılmaktadır. Bu planlamalar kurumların yayın politikaları ve yayın içeriklerine göre belirlenmekte ve farklılık göstermektedir. Saniye saniye küçük ince detaylar hesaplanarak yapılan bu planlamalarda ufak kaymalar dahi olsa tüm akış ileriye dönük olarak bir kayma yaşayacaktır. Bu da tekrar ufak revizelerle düzeltebilir. Bir dolgu yada bir program bitimi kayan videolar kadar kısa tutulup girilmeyip dakika olarak yerine oturtulabilir. Böylece planlama tekrara toparlanmış olacaktır. Bu tür durumlar acil girilmesi gereken yayınlar olduğu zaman gerçekleşmektedir. Bu yayınların genelde ucu açık olduğu için daha uzun kaymalar, planlamada sonrasındaki program iptalları gerçekleştirecek veya ileriye doğru uzatacak durumlar oluşturmaktadır. Bunlara ilk etapta müdahale edilip planlamanın organize edilmesi gerekmektedir. Bu şekilde düzenlemelerle, durumlara göre müdahalelerle yayın planlama daha düzgün ve izleyici açısından ekranda tutan bir planlama olacaktır. Bu da izlenimi arttırıp kurumun kalitesini yükseltecektir.

Yayınların aralarında, programlar, canlı yayınları ve diğer dolgu vs. Gibi yayınların aralarında girilen reklamlar yayınların dengesini bozmayacak şekilde ayarlanmalı ve o şekilde girilmelidir. Bir konuşma esnasında yada bir gösteri esnasında aniden kesilerek verilen farklı bir yayın planlamanın düzgün yapılamadığını göstermektedir. Bu tür ani girilecek yayınlar sadece doğal afetler, devlet büyüklerinin konuşmaları savaş vs. gibi durumlar olmadığı sürece diğer yayınlar için geçerli değildir. Bu yayın kalitesini düşürür ve izleyici tepkisine neden olmaktadır. Bu nedenle yayın planlama yapılırken bunlara da özellikle dikkat edilmeli adeta bir matematik sorusu gibi düzgün, titizlikle bu yayınlar hazırlanmalıdır.

TV 8 corner ile yayın yapan TV kanalının yayın akışı planlaması örneği;

07:00		8'de Sağlık / Yeni Bölüm Program
08:00		8'de Bugün / Canlı Program
10:30		Gel Konuşalım / Canlı Program
13:00		MasterChef Türkiye / Dün Neler Oldu? Yanışma
14:30		Seda Sayan ile Yemekteyiz Yanışma
16:00		Seda Sayan ile Yemekteyiz / Yeni Bölüm Yanışma
20:00		MasterChef Türkiye / Yeni Bölüm Yanışma
23:15		Eser Yenenerler Show / Yeni Bölüm Program
01:15		Emre Dorman ile Aklımdaki Sorular / Yeni Bölüm Program
02:30		Seda Sayan ile Yemekteyiz Yanışma
04:30		Gel Konuşalım Program

Şekil 2.1: TV8 Yayın Akışı

Kaynak: Tv8. (2020) Tv8 Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <https://www.tv8.com.tr/yayin-akisi> adresinden alındı.

Bir spor kanalı olan A Spor corner ile yayın yapan tv kanalında ise yayın akışı planlaması örneği;

07:00	Sabah Sporu canlı
10:00	90'a (T)
11:00	Spor Ajansı canlı
14:00	Gün Ortası canlı
16:00	Maksimum Spor canlı
18:00	Ana Haber canlı
21:00	Futbol'a canlı

Şekil 2.2: A Spor Yayın Akışı

Kaynak: Canlı Tv Fm. (2020) Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <http://tr.canlitv.fm/a-spor-hd-2-canli-izle/> adresinden alındı.

Bir spor kanalı olduğu için, sadece spor ağırlıklı yayınlar yaparak program planlamasını oluşturmaktadır. Programların isimleri tamamen spor üzerine kuruludur. Program KJ bantlarının renkleri ve kanalın kurumsal rengi hepsi yayın planı içeriğine uygun olarak kanalın görselleriyle bir bütün olmasıdır. Bu durum geneli kapsamayan sadece tek bir alana odaklanıp o alanda en iyi yayını çıkarmaya çalışmak ve o bütün materyalleri o alanla alakalı kullanarak hazırlamaktadırlar.

Bir haber kanalı olan ve TRT Haber corner ile yayın yapan tv kanalında ise yayın akışı planlaması örneği;

06:00	TRT HABER'de Dün Bugün	15:00	Günün İçinden
09:30	Ekonomi 7/24	15:40	Memleketten Haber Var.
09:55	Hava Durumu	15:55	Hava Durumu
10:00	Satırbaşı Haber.	16:00	Günün İçinden
10:40	Dünya Gündemi.	16:55	Hava Durumu
10:55	Hava Durumu	17:00	Günün İçinden
11:00	Satırbaşı Haber.	17:55	Hava Durumu
11:40	Spor	18:00	Sıcak Haber
11:55	Hava Durumu	18:50	Piyasa Raporu
12:00	Satırbaşı Haber.	18:55	Hava Durumu
12:40	İşitme Engelliler Haber Bülteni	19:00	Sıcak Haber
12:55	Hava Durumu	19:50	Hava Durumu
13:00	Öğle Ana Haber	19:55	Ana Habere Doğru
13:40	Spor	20:00	Ana Haber 20
13:55	Hava Durumu	20:55	Hava Durumu
14:00	Öğle Ana Haber	21:00	Birinci Sayfa
14:55	Hava Durumu	21:55	Hava Durumu
15:00	Günün İçinden	22:00	Haber 22
		22:55	Hava Durumu
		23:00	Gece Bakışı

Şekil 2.3: TRT Haber Yayın Akışı

Kaynak: TRT Net (2020) Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <http://www.trt.net.tr/televizyon/akis.aspx?kanal=trt-haber&gun=0> adresinden alındı

Bir çocuk kanalı olan TRT Çocuk corner ile yayın yapan TV kanalında ise yayın akışı planlaması örneği;

07:45	Çizgi Film "Niloya"
08:00	Çizgi Film "Su Elçileri"
08:10	Çizgi Film "Canım Kardeşim"
08:35	Çizgi Film "Kuzucuk(Diyaloglu)"
09:00	Çizgi Film "Mutlu Oyuncak Dükkanı"
09:25	Çizgi Film "Kare"
09:50	Çizgi Film "Hapşu"
10:15	Çizgi Film "Elif'in Düşleri"
10:40	Çizgi Film "Ciciki"
11:05	Çizgi Film "Arı Maya"
11:30	Çizgi Film "Akıllı Tavşan Momo"
11:55	Çizgi Film "Ege ile Gaga"
12:20	Çizgi Film "Heidi"
12:45	Çizgi Film "İbi"
13:10	Çizgi Film "Aslan"
13:35	Çizgi Film "Kare"
14:00	Çizgi Film "Elif ve Arkadaşları"
14:25	Çizgi Film "Yılkı Atı (Doru)"
14:50	Çizgi Film "Bulmaca Kulesi"
15:15	Çizgi Film "Pınl"
15:30	Çizgi Film "Maysa ve Bulut"
15:55	Çizgi Film "Rafadan Tayfa"
16:20	Çizgi Film "Nasreddin Hoca Zaman Yolcusu"
16:35	Çizgi Film "İbi"
17:00	Çizgi Film "Ege ile Gaga"
17:15	Çizgi Film "Ozi"
17:25	Çizgi Film "Bulmaca Kulesi"
17:50	Çizgi Film "Aslan"
18:15	Çizgi Film "Emiray"
18:30	Sürpriz Kutusu
18:55	Çizgi Film "Rafadan Tayfa"
19:20	Çizgi Film "Çatlak Yumurtalar"
19:35	Çizgi Film "Nasreddin Hoca Zaman Yolcusu"
20:00	Çizgi Film "Dinozor Makineler"
20:25	Çizgi Film "Vikingler"
20:50	Çizgi Film "Su Elçileri"
21:05	Çizgi Film "Pınl"

Şekil 2.4: TRT Çocuk Yayın Akışı

Kaynak: TRT Net (2020) Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <http://www.trt.net.tr/televizyon/akis.aspx?kanal=trt-cocuk&gun=0> adresinden alındı.

Televizyon kanalları insanları bilgilendirmek, eğlendirmek amacıyla ve haber alma kolaylığı sağlamak amacıyla kurulmuş kurumlardır. Bu kurumlarda yapılan yayın akışları büyük bir incelikle adeta bir matematik sorusu misali hazırlanan ve planlanan akışları bulunmaktadır. Bu akışlar çerçevesinde yayın planlamalarını izleyicilere sunarlar. İzleyiciler tv kanallarını kendi istek ve arzuları doğrultusunda izler ve TV kanallarına izlenme değeri kazandırır. Bu izlenme değerleri çerçevesinde TV kanallarının popülerliği gelişir. Bu popülerlik çerçevesinde kurumlar büyük ve maddi kazançlar elde etmeye başlar. Bu maddi kazanç edinimi reklam ve canlı yayınlar olarak ekranlara yansır. Bu yansıma ile izlenme oranları doğru orantılı olarak yükselmektedir.

3.3 İzleyici Beklentileri ve Yayın Planlama Stratejileri

TV izleyicileri genel anlamda gün içerisindeki yaşantılarından bir nebze olsun uzaklaşmak için eğlenceli yayınlar tercih edebilirler. Bununla birlikte bilgi edinme, gündemde yaşanan gelişmeler siyasi ve sosyal hayattaki olayları öğrenmek de ön plandadır. TV kanalları izleyicilerin beklentilerini karşılamak adına kamu yayıncılığına önem vermeleri gerekmektedir. Bu sayede bilinç artacak daha dolu bir toplum oluşacaktır. Kanallar yayın planlama stratejileri ile izleyicinin tam anlamıyla beklentilerini karşılama çabası içerisindeyler. Fakat bu hiçbir zaman tam anlamıyla gerçekleşmemiştir. Çünkü kanalların yayın politikaları buna kısmen engel olduğu olmuştur. Her kanalın bir renk tonu ve karakteri vardır. Örneğin genelde haber kanallarının renk tonu kırmızıdır. Çünkü kırmızı çok dikkat çekmesiyle bilinen bir renk olması sebebiyle haber kanallarının en önemli tercihi olmuştur. Tüm kanallar dikkat çekmek ister lakin haber denildiği zaman akla gelen renk kırmızıdır. Bu renk tonu KJ bantlarında, yayınlanan TV spotlarında, jenerik ve jingle'larda geçerli olan bir renktir. Bir de kanalların karakterlerini belirleyen bir renkleri mevcuttur. Bu her izleyici tarafından anlaşılan bir durum değildir. Farkedilmesi ve anlaşılması biraz zordur. Bu renk TV kanalının ana kumanda bilgisayarından çıkan bütün video tape recorder (VTR)'lere ve canlı yayınlarına bir renk tonu basar. Çok düşük bir ton ve farkedilmeyecek kadar miniktir. Bu ton örneğin ATV kanalında sarı renktedir. CNN Türk kanalında kırmızıya yakın fakat turuncu renktedir. Bu işlemi yapan bilgi işlemci bile çıplak gözle baktığında farkedemeyebilir. Bu da kanalların karakter rengini oluşturur. Karakter rengi ile yayın rengi farklı tonlarda olabilir.

Bununla birlikte izleyici program ve yayın içerikte ilgilisi çekecek yayınlar bekler. Kimi zaman eğlence yarışmaları, diziler, haber, kültür sanat programları, sinema filmleri vs. gibi birçok farklı türde kişiden kişiye değişen bir beklenti bulunmaktadır. Bu beklentiler sonucunda geri bildirimler ortaya çıkmaktadır. İzleyiciden gelen geri bildirimlerle bu beklenti sürecini düzenlemek mümkündür ve bu şekilde de düzenlenmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra yayın planlama stratejileri TV kanallarının siyasi, kültürel, maddi durumlarına göre değişiklik gösterebilir. Kanal siyasi bir kanalsa yayın planlama stratejisinde kullandığı yöntem de değişiklik gösterir. O kurum için prime time kuşağına koyulması gereken bir program o kuşağa koyulmayabilir. Bu tamamen siyasi bir durumla alakalıdır. Bunun dışında maddi olarak bir karşılığı olan ve maddiyatla istenilen yere koyulan programlar da olabilir. Veya bir yöreye ait olan bir TV kanalında ise RTÜK'ün çizdiği yayın planlama stratejisi genel çerçevesi dışında da olsa o yöreyle alakalı ve sadece o yöreyi temsil eden bir planlama ortaya koyulabilmektedir. Büyük kanallar diye tarif edebileceğimiz kanallar ise bu tür durumların dışındadırlar. Tamamen kurumsal kimlikleriyle olması gereken kurallar çerçevesinde bir planlama örneği sergilerler.

3.4 TV Kanallarında Geribildirim

İletişim, tüm yaşamımız boyunca yanımızda uygulamamız gereken kurallar çerçevesinde olan bir süreçtir. Ortak sembolleri vardır. Bu sembollerin karşılıklı olarak bilinmesi gerekmektedir. Sosyal hayatta iletişime ihtiyaç duyulmayan bir alan yoktur. İletişim insanların birbirlerini anlamaları için bir köprü görevi görmektedir. İnsanlar yaşamlarını iletişim kurarak sürdürürler.

TV kanallarında izleyiciye aktarılan iletişim metodu izlerkitleyi ekranda tutmak açısından çok önemlidir. Anlaşılmayan bir programın, izleyiciye aktarılamayan bir iletişim sürecinin izleyici tarafından hiçbir etkisi olmayacaktır. Yani izleyici izlediği bir programı anlamadıysa o programın yayınlanması sadece boşluk doldurmak için yayınlanan bir yayın olmaktan öteye gidememiştir. Televizyondaki iletişim süreci bazen sembollerle, bazen hareketler yada mimiklerle de olabilmektedir. İzleyicinin aktarılan mesajı nasıl algıladığı da büyük önem arz eder. Aktarılmak istenen bilgi ile aktarıldıktan sonra izler kitle tarafından anlamlandırılan bilgi arasında fark olmamalıdır. Yoksa televizyondaki iletişim sürecinde izler kitle hiçbir anlamı

olmayan bir yayınla karşı karşıya kalır ve bu da TV kanalı için olumsuz bir sonuç olarak kalmaktadır.

Televizyonda iletişim sürecini 5 katagoride inceleyebiliriz.

3.4.1 Kaynak

İletişim süreci kaynak yani TV kanalındaki sunucunun mesajı anlaşılır bir biçimde göndermesiyle başlamaktadır. Kodlanan mesaj bir sözel yada görsel olmak üzer izleyiciye aktarılır. Programda yer alan kişiler yani sunucu tarafından gönderilmektedir.

Kaynak süreç doğrultusunda ilerleyerek geribildirim aracılığıyla geri dönüş yaşamaktadır. Bu geri dönüş olumlu yada olumsuz olabilmektedir. Eğer olumsuz bir geri bildirim yaşanırsa kaynak buna göre kendini düzeltmeli ve geliştirmeli ve alıcıya tekrar bir ileti yollamalıdır. Olumlu bir geri bildirim yaşanırsa bu durumda bu olumlu bildirimini besleyerek daha iyi bir mesaj gönderilebilmelidir.

Yayınlanan bir TV programında anlatılan bilginin ilk çıkış yeridir. Sunucu yoluyla kaynaktan çıkan bu bilgi iletilir.

3.4.2 Mesaj

Kaynak tarafından anlaşılır bir biçimde gönderilen mesaj bir kanal aracılığıyla yani uydu, internet yayınları vb. vasıtasıyla alıcıya aktarılır. Mesaj anlaşılır ve açık olmalıdır. Kaynaktan herhangi bir karmaşa ile gelen mesaj anlaşılmayaca ve iletişim sürecinde daha fazla ilerleyemeyecektir. Alıcıya ulaşma sürecinde kaynaktan gelen mesaj net bir şekilde anlaşılmalı ve alıcı tarafından geri bildirim yapıldığında tekrar döngü sağlandığında mesajın ne kadar anlaşıldığı görülmektedir. İzleyiciye düzgün gönderilen mesaj algılanır ve olumlu geri dönüş sağlanabilmektedir. Kaynak yani sunucudan çıkan mesaj iletimi esnasında seyirciye bu net bir şekilde ulaşmalıdır ki anlaşılabilsin. Bu şekilde ulaşan düzgün bir mesaj o esnada yayınlanan programın daha etkili olduğunu göstermektedir.

3.4.3 Kanal

Mesajın alıcıya iletilmesi için kullanılır. Kanal sinyal taşıyan herhangi bir araç olabilmektedir. Bu TV, radyo yada herhangi bir sosyal medya iletişi araçları olabilmektedir. Kanal olmadan izleyici mesajı alamaz. Kanal mesajın göndericiden alıcıya iletiildiği yol demektir. Bu yol sayesinde kaynaktan çıkan sonra mesaj olarak izleyiciye iletilmesini sağlayan kanal sayesinde mesaj alıcıya ulaşabilmektedir. Kanal olmadan yani bir araç olmadan bu iletişim süreci gerçekleşmeyecek ve böyle bir süreç olmayacaktır. Yayınlanan TV programı esnasında sunucu yani kaynaktan çıkan ve bir mesaj olarak iletilen bilgi bir kanal aracılığıyla iletişim süreci oluşturacak ve sonraki evrelerde geri besleme olarak tekrar TV programına dönüşüm sağlayacaktır.

3.4.4 Alıcı

Kişiler kendilerine ulaşan mesajları değerlendirir ve kendi süzgeçlerinden geçirerek filtre görevi yaparlar. Bir başka deyimle kodları çözerler. Bu süreçte alıcının kültürel anlamda bilgisi olması gerekir. Gelen mesajı alıcının yolladığı gibi algılamak çok önemlidir. Gelen mesajı bireyler kendi hayat standartlarına göre algıladıkları için farklı anlaşılan mesajlar olabilmektedir. Yani bir kesim tarafından farklı algılanan bir mesaj, farklı bir kesim tarafından daha da farklı algılanabilmektedir. O yüzden mesajın iletileteceği kitle hedefe ulaşmak açısından belirlenmeli ve ona göre bir mesaj yollanmalıdır. Bu şekilde kesin sonuca ulaşılabilir.

Alıcı tarafından doğru algılanmayan mesaj çok farklı yorumlar yapılarak geri dönüşüme girebilir bu da TV kanalının istemediği bir durumdur.

3.4.5 Geri besleme

Alıcı ve gönderici arasındaki geriye bilgi akışıdır. Bu sayede göndericinin mesaj anlaşılıp anlaşılmadığı öğrenilmiş olur. İzleyici mesajdan ne aldığı önemlidir. Ulaşılan mesaj izleyiciye hissettirmesi gereken duygu ve bilince göre izleyici tarafından geri besleme yapılmaktadır. Bu geri besleme kimi zaman olumlu kimi zaman olumsuz olabilir. Bu olumsuzluk aslında olumu bir geri dönüş haline de dönüşebilir. Çünkü izler kitle beklentisine göre düzeltimler yapıldığı zaman daha anlaşılır net bir mesajla iletişim süreci başlatılırsa geri besleme de bir o kadar olumlu

ve anlaşılır olacaktır. Geri besleme yoluyla aktarılan bilgi tekrar dönüşüm sağladığı için anlatılan bilginin sağlanması yapılmış olacaktır.

3.5 Yapım ve İzlerkitle Beklentileri

Yapımlarda izlenirliğini arttırmak için içerik önem arz eder. Yapımlar Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kuralları tarafından belirlenen genel izleyici, +7 +13 +18 içerik statüleri yayın saatlerini belirlemektedir. Yani bir +13 +18 programlar 23:00'd önce yayınlanmamaktadır. 23:00'd sonra ise girişte 7 saniye +13 yada +18 akıllı işaretler kapağı girildikten sonra, program belgesel dizi film vb. Yayınların da başından sonuna kadar +13 yada +18 logosu ile yayınlanması gerekmektedir. "Televizyonun endüstriyel dönem öncesi sözlü kültüre dayalı aktarım özellikleriyle adeta o dönemin dinsel söyleminin günümüzdeki aktarıcısı olduğu ileri sürülmektedir" (Gerbner; 1996).

Televizyon yapımlarında temel olarak üç tane yaklaşımdan söz edebiliriz. Bunlar, *İçerik Yaklaşımı*, *Etkiden-Nedene Yaklaşımı* ve *Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı*'dir.

3.5.1 İçerik yaklaşımı

Yapımın üretileceği malzemenin yapımcıya dış bir kaynak sağlanmasıdır. Bu yaklaşımda içerik televizyon dışından biri tarafından seçilmekte ve seçilen malzeme televizyon uzmanlarından olan programcıya verilmektedir. Programcı kanalın yayın politikası ve kendi iç planlamasına uygun bir şekilde hazırlamaktadır. İçeriğinde bulunan her türlü durumu yeniden düzenler, uygun olmayan durumları değiştirir veya tamamen içerikten çıkarabilir. Televizyon anlatım özellikleri ve yapım süreci kapsamında hazırlayar ve sonrasında uygun bir kanal aracılığıyla izler kitleye ulaştırmaktadır. Televizyon sorumlusu olan uzman kişi programcıya içerik uzmanı olan kişi tarafından belirlenen malzemeyi televizyon aracılığıyla yollama görevi verilmiş olur. Fakat içeriğin uygun olup olmadığını, yayınlanıp yayınlanmayacağını veya diğer olumlu-olumsuz durumların belirlenmesinde aslında uzman olan kişi televizyon programcısıdır. Fakat işlerin daha kolay olması yani iş gücünün dağılması sebebiyle kişi başına daha az iş düşmesi sebebiyle programcıların çoğu bu yaklaşımı kabul eder ve uygun görürler.

3.5.2 Etkiden nedene yaklaşımı

Yapımı tasarlarırken izleyicilerin beklentilerini, isteklerini, gereksinimlerini tespit edip o şekilde gerçekleşmesini sağlamaktır. Bu yaklaşımda yapım sürecinde içeriğin değil, izleyicinin bu programa vereceği tepkiler doğrultusunda hazırlamak olacaktır. Yani izleyiciden gelen geribesleme sonucunda gelişecektir. İzleyicinin verdiği tepkiye göre daha da geliştirmek, iyileştirmek için izleyici tepkisi doğrultusunda ilerlemektir. Sonraki aşamada izler kitleye bu deneyimi yaşatmak için program yapımcısı gerekli olan kişi ve malzemeleri bulmaya çalışır. Burada içerik unsurları olarak ışıklar, kamera, ses gibi teknik durumlardan söz edilir. İzleyici tepkisi yani izleyiciye giden mesajın nasıl algılandığı sonucu oluşur. O algılanan mesajın anlamına göre belirlenen sonuç geri bildirim olarak iletilir. Tabii televizyon kuruluşlarının bilgi toplama birimleri, görevlileri bu konularda bilgi-belge toplamak ve geliştirmekle yükümlüdürler.

3.5.3 Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı

Medyanın tüketici konumundaki TV seyircisi, radyo dinleyicisi yada gazete okuyucusunun neden o TV programını seçtiği yada neden o gazeteyi okuduğu sorusuna kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile yanıt aranmaktadır. Alıcı konumundaki izleyici yada dinleyicilerin seçtikleri programı neden izledikleri (kullanımlar yaklaşımı), programın kendilerine katkıları, izlenen programdan alınan hazzın (doyumlar yaklaşımı) ne ölçüde olduğu, iletinin hedefle denk düşüp düşmediği konular iletişim araştırmacılarının dikkatini çeken konular arasında yer almıştır. Bir diğer beklenti ise insanların gündelik hayattan biraz olsun uzaklaşması, sıkıntıları ve geçim dertlerini unutması için farklı türlerde vakit geçirme gereksinimlerini kısacası bir kaçış amacıyla bir beklentidir.

Erdoğan ve Alemdar'a (202: 187) göre bu, izleyicinin arabanın önüne konmasıdır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, izleyicilerin kendi gereksinimlerine, güdülerine göre iletişim araçlarını ve içeriklerini seçtiklerini ve kendi etkilerini aradıkları görüşünü yani "aktif izleyici" tezini getirmiştir. Yaklaşım adından da anlaşılacağı üzere izleyicileri, aktif, etkiye karşı direnen ve isteklerine göre seçim yapabilen bireyler olarak kabul eder (Erdoğan ve Alemdar, 202: 188).

Bu alanda araştırmalar yapan Artur Asa Berger (1993), izleyicinin genel olarak televizyon programlarında şu özellikleri aradığını belirtmektedir:

- Eğlendirme
- Otorite figürlerini yüceltilmiş ya da küçültülmüş görme
- Güzelin denenmesi
- Deneyimlerin başkaları ile paylaşılması
- Merakın tatmini ve bilgilendirme
- Tanrı ile özdeşleşmek
- Dalgınlık ve oyalanma
- Duygu katılımı deneyimi
- Aşk, nefret, korku ve üzüntü gibi uç duyguların kontrollü durumlardaki deneyimi
- Taklit edecek modeller bulma
- Özdeşlik kazanma
- Dünya hakkında bilgi edinme
- Adalet inancının pekişmesi
- Aşka inanma
- Sihire, fevkaladeliğe ve mucizelere inanma
- Başkalarının hatasını görmek
- Düzenin dünyaya verdiği rahatsızlığı görme
- Tarihe katılma
- Hoşa gitmeyen duygulardan arınma
- Cezalandırılmaksızın tabuları araştırmak
- Ahlaki, ruhsal ve kültürel değerleri onaylamak
- Kötüleri eylemde görmek

3.6 Kamu Yayıncılığı

İletişim Şurasında sunulan kamu yayıncılığı ve TRT Komisyonu Raporunda, kamu hizmeti yayıncılığı, halk için yapılan, halk tarafından finanse edilen ve halk tarafından kontrol edilen yayıncılık olarak tanımlanıyor.

Kamu yayıncılığı genel anlamda bütün insanları ilgilendiren, bilgilendirici ve bilinçlendirici yayınlardır. Bengütürk TV bu anlamda birçok kanala öncü olarak gösterilebilir. Tüm programlarında program içeriği hakkında konuşmalar, yayınlar dışında o sırada ülkede gerçekleşen bir olay yada değinilmesi gereken herkesi ilgilendiren bir konu veya her anlamda insanları bilinçlendirici bir konuyla alakalı tamamen insani olması gereken durumu, gerekçeleri ve sonuçların anlatılması ile alakalı bir çekincesi olmamış ve bu anlamda hiçbir yayın yapmaktan çekinmemiştir. Yayınlarının çoğunda bir kamu yayıncılığı yaptığı söylenebilir. Bengütürk TV'nin bu anlamda öne çıkan en önemli yayın politikalarından biri olduğunu söyleyebiliriz. EBU (European Broadcasting Union) Başkanı Albert Scharf, kamu hizmeti yayıncılığını, ülkenin halkının tümüne sunulan bir hizmet olarak değerlendirmekte ve halkın “farklılıklarını coğrafi olarak dağılımı, yaygınlığını, zıtlıklarını göz önünde bulundurarak” kamu hizmeti yayıncılığının onların gereksinimlerini karşılamanın zorunluluğunun üzerinde durmaktadır. Scarf, kamu hizmeti yayıncılığının düşünce ve inanç çoğulculuğunu göz önünde bulundurması, toplumla bütünleşmeyi sağlaması ve her türlü program kategorisine hizmet vermesi gerektiğini vurgulamaktadır (Yazıcı,1999). TV kanallarının kamu hizmeti yayıncılığına önem vermeleri gerekmektedir. Kamu hizmeti kurumunun üzerine yüklenen bu sorumluluğu yerine getirmesi gereken kamu yayıncısının görevi de kamusal politikaların sağlıklı oluşabilmesini sağlayacak tartışma ortamlarını oluşturmak ya da buna zemin hazırlamaktır. Örnek olarak TRT bir devlet kanalı olması sebebiyle kamu yayıncılığının en ön planda yayınların yapıldığı bir kanaldır. Bengütürk TV de daha çok kamu yayıncılığına uygun yayın yapan kanallardan biridir. TRT kadar kapsamlı olmasa da imkanları dahilinde kamu yayıncılığına önem veren kanallardan biridir.

Kamu hizmeti yayıncılığının temelleri Reith tarafından atılmış ve bu yayıncılık anlayışı diğer ülkeleri etkileyerek özellikle Kıta Avrupa'sında büyük bir gelişim göstermiştir. Briggs, Reith'in kontrol ve güç sorumluluğunun belirli sayıda insana verilmesi gerektiğini düşündüğünü belirtmektedir. (Briggs,1977'den aktaran

Garnham,1973:29) "Kamu yayıncılığına ilişkin nitelikler her coğrafyada ve her kültürde farklı şekilde gelişmiştir. Ülkenin tarihi, ekonomisi, gelenek görenekleri, toplumsal yapıları, kültürel kodlar yayıncılık stratejilerinin gelişmesinde rol oynamıştır" (Crisell, 1997: 17).

Kamu yayıncılığı, yayıncılığı bir hizmet olarak gören, kamu yararına bir ihtiyacı gidermeyi amaçlayan, rekabet ve ticari kaygılardan uzak, eğlendirme kadar öğretme ve bilgilendirme amacıyla olan bir sistemdir. Kamu yayıncılığı insanları bilgilendirmek, öğretmek-eğitmeyi amaçlayan bu anlamda yayıncılık yapan bir hizmettir. Tüm kanallar kısmen de olsa zaman zaman kamu yayıncılığı yaparlar fakat bu en yüksek oranda devlet kanalı olan TRT'de daha çoktur.

3.7 Özel Yayıncılık

Türkiye'de 1990 yılların başlarında özel yayıncılığa geçiş süreci başlamıştır. Özel yayıncılığa geçişle birlikte TV kanalları farklı planlamalar peşinde koşmuşlardır. O yıllarda daha çok sansasyonel yayıncılık ön plana çıkmış "şok şok şok" haberleri oldukça yaygınlaşmıştır. Bununla birlikte devlet eliyle yönetilen TRT kanalı ise çizgisinde devam etmiştir. Özel kanallarda daha çok eğlence programları öne çıkmıştır. Çeşitli hediyeler vererek izlenme oranını yükseltmek isteyen kanallar o yıllarda çok göz önüne çıkmışlardır. Fakat zaman içerisinde özel kanallar da RTÜK faktörünün daha aktif rol oynamaya başlaması ve izleyici kitlesinin zaman zaman yaş aralığı ve gelişen fikirlerinden kaynaklı TV kanalları da kendilerine çeki düzen vermeye başlamışlardır. Şuan bile hala bu düzenleme süreci devam etmektedir.

"Türkiye'de yeterince olgunlaşmış bir demokratik sistem ve demokrasi bilincinin olmaması radyo ve televizyon alanında sürekli müdahalelere sebep olmuştur. TRT kurumunun özerkliğinin kaldırılması onun tarafsızlığını zedelemiş ve bu alana yönelik düzeltmeler iletişim sistemini yozlaştırmıştır. Kıta Avrupası Ülkeleri'nin çoğundaki demokratik rejimler ve demokrasi bilinci iletişim alanındaki çoğulcu yaklaşımı desteklemekte bu yüzden de özel kuruluşların televizyon ile ifade özgürlüklerinden yararlanmaları gerektiğini öne sürerek özel radyo ve televizyona izin verilmesini talep etmektedirler. Burada amaç, iletişim özgürlüğünü tamamlamaktır" (Akarcalı;1997).

Türkiye'de televizyon sektörünün finansmanının büyük ölçüde reklam gelirlerinden sağladığı görülmektedir. "Ticari televizyonun finansmanı, reklam ve diğer ticari gelirlerden, sponsorluk ve telemarket gibi faaliyetlerden sağlanmaktadır. Son on yılda medya piyasasında en fazla reklam gelirini televizyon sektörü kazanmıştır. Ticari televizyonculuğun ortaya çıkmasıyla, bu sektörün görünüşü kökünden değişmiş ve devlet yayıncıları rekabet edebilmek amacıyla programlarını yenilemeye zorlamıştır" (Avrupa'da Televizyon 2005:69).

3.8 Tv Kanallarında Yayın Planlama Stratejileri

Yayın planlama TV kanallarında saniye saniye hesaplanarak yapılmaktadır. Yayın planlamalar TV kanallarının politik ve ideolojik genel kalıplarına göre ve kurumlarda bulunan programların bu politik duruşlarının özelliklerine göre planlanarak uygulanır. Politik durum tüm TV kanalları için geçerli değildir. Tek tip yayın yapan bazı TV kanalları bu durumun dışında olabilirler. Her ne kadar politik siyasi yada program içeriklerine göre hazırlanıyor gözükse de TV kanallarının genel anlamda asıl amacı maddi kazanç sağlamaktır. Bu maddi kazançlar tv spotları, alt bantlar, tele alışveriş, ürün yerleştirme gibi çeşit çeşit reklam planlama şekilleriyle yapılabilmektedir. TV kanalları büyük meblağlar ile dönmektedir. Geliri fazla olabilir fakat bir o kadar da gideri fazladır. Bunların en büyük giderleri bulunulan platformlara ödenen ücretler olarak ele alınabilir. O nedenle butik diyebileceğimiz kanallar bu maddiyatlara çok dayanamazlar. Ya bi şekilde kurumları bir sınıra kadar yükseltmeleri gerekmektedir ya da iflas bayrağını çekmek zorunda kalabilirler. Belli bir standarta ulaşan kanallar bir iniş bir çıkışlı maddi durumlarını düzeltebilmektedirler. Fakat bir gelişme olmayan olduğu yerde sayan kanalların çoğu çok fazla dayanamayıp bir süre sonra ya usülsüz yayınlarla maddi durumlarını çevirmeyi düşünürlerken önce buldukları platformların ücretlerini ödeyemeyerek daha sonra da çalışanların maaşlarını ödeyemeyerek iflas bayrağı çekeceklerdir. Tabi farklı bir yerden bir gelir bekleniyor yada sağlanıyorsa durum değişebilir. Sonuç olarak bu kaçınılmaz bir son olarak karşımıza çıkar. Çünkü içerik anlamda bir çekiciliği olmayan ve kendini kanıtlayamamış duyulmamış kanalların reklam bütçeleri de oldukça düşük kalmaktadır. Bu da kanalın kendini çevirmesini zorlaştırır. Bi şekilde bir yere kadar gelip kendini kanıtlaması gerek ki çok fazla olmasa da orta bütçelerle reklam geliri sağlayabilsin. Tabi bunların hepsinde

planlamanın önemi çok büyüktür. Yayın içeriklerinin doluluğu iyi kalitede olan bir kanalın planlaması da bir o kadar düzgün olacaktır. Planlamada tv programlarının yerleştirilmesi çok önem arz eder. Bazı programların saat kuşakları bellidir. Örneğin bir sağlık programı sabah kuşağında en iyi izlenirlik seviyesine ulaşabilir. Ya da bir siyaset programının yayın saati akşam kuşağıdır. Siyaset programını sabah sağlık programı yerine koyup, sağlık programını da akşam kuşağına koyarsak bu sağlıksız bir planlama örneği olmaktadır. Bu bize planlamanın herşeye olan etkisini göstermektedir. Kanalın gelirini bile etkilemektedir. Planlama yapılırken, yapılan planlama içerisinde bulunan tüm programların zengileştirilmesi, izlenirliğinin artırılması için yapılacak olan her hamle önemlidir. Kanalda herşey birbiriyle doğru orantıda hareket eder. O yüzden bütün uygulamalar disiplin ile düzenlenmeli ve yapılmalıdır.

"Ellis'e göre televizyon kendini, algılayıcılarını belirli bir biçimde yönlendiren sinema filminden çok farklı sunan ve düzenleyen bir medyumdur. Sinema ve televizyon algılayıcıları ayırımında; sinema filmine bakan kişiyi spectator, televizyon ye bakan kişi ise viewer'dır" (Ellis,1982:137).

"Yayın akışı bir anlam sistemidir. Ekonomik, yapısal, kültürel açıdan bütünlüklü bir televizyon eleştirisi geliştirmeye yarar" (Çelenk, 2005:107).

Canlı yayınlanan programlar dışında bir de tekrar programların izlenirlik stratejisini ele alacak olursak, Çok rağbet görmüş izler kitle tarafından bir geribildirim alınan programların yayın planlama stratejileri de önemlidir. O tür programlar ise birçok canlı yayınlanan programdan daha çok tekrarı olmasına rağmen oldukça fazla izleyici tarafından takip edilebilir.

Bazen bir programın tekrarı o programın canlı yayınından fazla izlenebilmektedir. Bu da o programın canlı yayın saatinin planlaması yanlış yapıldığını bize göstermektedir. Belki de tekrarı koyulan saatte canlısı yapılabilirse, çok çok daha fazla bir izlenme oranına sahip olabilecektir. Bu tür programlar genelde siyaset-tartışma programları olmaktadır. Bu programlar genelde ya biter bitmez peşine aynı programın tekrarı koyularak verilmekte ya da haftasonları yayınlanmaktadır. Kaçıranlar ve tekrar izlemek isteyenler için şu saatte şu gün ekranlarda gibisinden tanıtımlarla desteklenerek verildiğinde bir izleyici kitlesini ekrana çekmektedir. Program tanıtımları önemlidir. Bu tanıtımlar bir nevi duyuru sistemi gibidir. Bu

duyuru program sunucusunu, programa konuk olacakları, program saati ve gününü insanlara duyuran bir özet gibidir. Tanıtım metinleri kısa, öz ve net bir anlatımı olan metinler olarak yazılmalıdır. Tanıtımda kullanılan görseller işlenecek konuyu anlatmalı ve program içerisinde bulunan konukları tanıtmalıdır. Bütün programların bir tanıtım yapılmalıdır. Reklam aralarında kullanılarak insanlara duyurulmaktadır. "Ana yayın kuşağı etrafındaki rekabet amacıyla tekrara dayalı bir anlayış geliştirmiştir. Bu durum çeşitlilik ve çok sesliliği sınırlandırmaktadır" (Çelenk, 2005: 271).

Prime time diye adlandırılan saatler TV kanallarının en önemli saat dilimi kuşağıdır. Bu saatlerde izler kitle TV başında olduğu için normalde seyircinin çok da izlemeyeceği bir program dahi olsa normalden daha fazla bir izlenilirlik kitlesi elde etmektedir. Bütün kanalların Prime Time saatleri çok önemlidir. Kanalların en iyi reklam aldığı, maddi anlamda ve pirim anlamında en iyi kazanımda bulunduğu saatler bu saatler olmuştur. O yüzden kanallar bu saatlere en iyi programlarını koyarlar. Bu saatler canlı yayınların yapıldığı saatlerdir. Bu saatlere tekrar programlar koyulduğunda yanlış bir planlama yapıldığı anlamına gelmektedir. Boş geçirilmemesi ve en iyi verimin alınabileceği saatler bu saatlerdir.

"Prime-Time (Altın Saatler) RTÜK'ün tanımına göre televizyon izlenme oranının en yüksek olduğu zaman dilimi; birincil (öncelikli) zaman dilimidir. Ükelere göre değişebilmekle birlikte, Türkiye'de televizyonlar için 20:00-23:00 saatleri arası olarak kabul edilir (RTÜK, 2018: 8).

TV kanallarında RTÜK tarafından belirlenen kamu spotları ve öncelikli yayınlar büyük önem arz etmektedir. İnsanları bilinçlendirme ve eğitme amacı taşıyan genelde 45 saniye olarak belirlenen bu yayınlar gene RTÜK tarafından belirlenen belli saatlerde yayınlanma zorunluluğu ile önümüze çıkmaktadır. Bu yayınların giriş kısmında 5 saniye ve çıkış kısmında 5 saniye olmak üzere sağ yada sol üst köşesinde bir simgesi bulunmaktadır.

Bu simge verilmediği takdirde RTÜK bu kamu spotu yada öncelikli yayını kurum tarafından yayınlanmamış saymaktadır. Bu yayınların ayda 15 dakika yayınlanma zorunluluğu vardır. Şayet bu gerçekleşmezse RTÜK tarafından kuruma yaptırım uygulanabilmektedir. Kısa bir zamana kadar "zorunlu yayın" ismi öncelikli yayın ismi ile değişmiş, artık zorunlu yayın öncelikli yayın olarak kullanılmaya

başlanmıştır. Bununla birlikte kamu spotu ve öncelikli yayın logoları da güncellenmiştir. RTÜK'te yer alan mevzuat şu şekildedir;

Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik 29.09.2020 tarihli ve 31259 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kapsamda "Zorunlu Yayın" ifadesi "Öncelikli Yayın" olarak değiştirilmiş olup söz konusu değişiklik uyarınca ekranlarda yer alan "Kamu Spotu" ve "Zorunlu Yayın" yazıları artık kullanılmayacaktır. Öncelikli yayın veya kamu spotları yayımlandığı zamanlarda ise aşağıda yer alan yeni logolar sürekli olarak ekranda yer alacaktır.

Yeni logolar en az 15 piksel veya görüntü yüksekliğinin en az %5'i büyüklüğünde olacak; ekranın sağ veya sol üst köşesinde yer alacaktır. Üst kurul tarafından belirlenen kamu spotu ve öncelikli yayın logoları şu şekildedir;



Öncelikli yayın logosu



Kamu spotu logosu

Şekil 3.1: Bilinçlendirici Yayınların Logosu

Kaynak: RTÜK Sitesinden 27 Ekim 2020 Tarihinde alınmıştır. <https://www.rtuk.gov.tr/duyurular/3788/8399/ust-kurul-tarafindan-belirlenen-kamu-spotu-ve-oncelikli-yayin-logolarina-iliskin-duyuru.html?Keyword=%C3%B6ncelikli%20yay%C4%B1n>

Açıklamalar: Yukarıda gösterilen logolar ekranın sağ veya sol üst köşesinde yer alacak ve aşağıdaki şekil şartlarını taşıyacaklardır.

Görünümü : Şeffaf olmayan, yeri ve büyüklüğü değiştirilemeyen hareketsiz biçimdeki yazı karakteriyle;

Konumu :

a) Ekranın sağ üst köşesinde kullanılması durumunda logoların sağ üst köşesi üst

kenardan 25 piksel, sağ kenardan ise 30 piksel uzaklıkta veya logoların sağ üst köşesi üst kenardan görüntü yüksekliğinin %8'i, sağ kenardan ise görüntü genişliğinin %8'i uzaklıkta;

b) Ekranın sol üst köşesinde kullanılması durumunda logoların sol üst köşesi üst kenardan 25 piksel, sol kenardan ise 30 piksel uzaklıkta veya logoların sol üst köşesi üst kenardan görüntü yüksekliğinin %8'i, sol kenardan ise görüntü genişliğinin %8'i uzaklıkta yayınlanacaktır.

Bu bağlamda tüm kanallar bu öncelikli yayın ve kamu spotu yayınlarını mecburi bir şekilde yayınlamakla yükümlüdürler. Özellikle doğal afetler, pandemiler, devlet büyüklerinin bilgilendirmelerinin kamu spotu yada öncelikli yayın formatında RTÜK sitesinden ilan edilen video şekilleri indirilerek ekranlarda yayınlanır. Bunlar bir nevi kamu yayıncılığı olarak da adlandırılabilir.

Yayın planlama en önemli stratejileri kanalda yayınlanan sistemli bilgilendirici, kimi zaman eğlendirici ve öğretici program içeriklerinin zenginliğidir. Program içerikleri ne kadar zengin olursa yapılan yayın planlama ile izlenme oranları daha da iyi bir etki gösterecektir. İçerik anlamında düzgün olmayan bir kanalın ne kadar planlaması iyi olsa da çok etkili bir izlenme kitlesi yakalayamayacaktır. Planlama bir ekip işidir. Ekip ile yapılan, tüm birimlerin ortak çalışmasıyla ortaya çıkan planlama çok daha etkili ve izlenirliği yüksek bir planlama olacaktır.

4. BENGÜTÜRK TV YAYIN STRATEJİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Bengütürk TV de diğer tüm TV kanallarında olduğu gibi RTÜK'na bağlı ve o kurallar çerçevesinde yayın yapan bir TV kanalıdır. Genel anlamda stratejisi milliyetçi bir yayın politikasıyla yayın yapmaktadır. Bu politikayı tüm yayınlarında en ön planda tutar. Kanalin kendi kemik bir izleyici kitlesi vardır. Senelerdir bu kitleye yayın yapan kanal, sosyal medya yoluyla ve yeni girdiği her yeni platformlar sayesinde yavaş yavaş tanınırlık seviyesini yükseltme yolunda ilerlemektedir. Zaman zaman ufak da olsa yükseliş çizgisinde duraklamalar yaşamıştır fakat hemen sonrasında toparlayarak yayınlarını kademe kademe atlatarak devam etmiş ve etmektedir. Reyting ölçümüne girmemesine rağmen kanal zaman zaman özel şirketler tarafından yapılan ölçümlerle bilinen birçok kanalı geçtiği görülmüştür. Yapılan bazı programları birçok bilinen kanaldaki programlardan daha kaliteli ve öğreticiliğiyle öne çıktığı olmuştur. Kanalin kemik bir izleyici kitlesi bulunmakla birlikte, asla izlemem diyen bir kitlesi de bulunmaktadır. Bu yayın politikası ile alakalı bir durumdur.

Bengütürk Tv'nin kanal logosunda 60 saniyede bir değişen Türk Bayrağı bulunmaktadır. Bu da yayın politikasına verdiği önemin bir göstergesidir. Saat başı haber bülteni veren ve akşam haberlerinin peşine her gün farklı programlar ile yayınlarını yapmaktadır. Yirmi dört saat canlı yayını olmayan bir kanaldır. Sabah 08.00 ile gece 00:00 saatleri arası aralıksız canlı yayın yapan fakat gece 00:00'd sonra gün içerisinde yayınladığı programların tekrarlarını ve sinema filmleriyle yayınlarını sürdürmektedir. Yayın planlama stratejisinde en önem verdiği şey milli ruhu yansıtmaktır. Bu yayın stratejisinde de yayın akışında ve yayınlarında açıkça görmekteyiz. Ve bununla alakalı olarak büyük yada küçük farketmez maddi bir gelir sağlayacak RTÜK kuralları çerçevesinde herhangi bir spot reklam, alt bant reklam, sundu-sunar reklamları gibi yayın politikasına, stratejisine uymadığı takdirde bu tür kazanımları reddettiği görülmektedir. Belki de bu durum Bengütürk TV'yi Bengütürk TV yapan en önemli unsurlardan biri olarak ortaya çıkar. Bütün bu

durumlardan kaynaklı kurum devletçi ve milliyetçi bir yayın stratejisi sergilediği görülmektedir.

4.1 Çalışmanın Amacı

Bütün televizyon kanallarının hepsinin bir yayın planlama stratejisi bulunmaktadır. Hiçbir kurumun keyfi olarak bir planlaması olmamaktadır. Bu planlama kriterleri RTÜK tarafından çok genel belirli kurallar tarafından belirlenmiştir. Bu genel kuralların özele doğru olan kısmını ise kurumlar kendileri belirlemektedir. Tabi bu belirleme RTÜK'ün genel kurallar dışında belirlediği bazı detay kuralları da çığnemeyecek şekilde olmalıdır. Tüm bu kurallara bağlı kalarak kendi yayın stratejilerini tüm kanallar belirlemiş ve o şekilde süregelen yayın politikalarını oluşturmaktadırlar. Bu stratejiler kimi zaman siyasi, kimi zaman maddi, kimi zaman izleyici isteğine göre veya bunların hepsini kapsayan bir planlama ile hazırlanmaktadır.

Yayın planlamaların asıl amacı izleyiciyi ekran başında ne zaman daha çok yakalar ve ne kadar uzun ekranda tutabilirim olması gerekmektedir. Planlamalarda bu öngörü ile hesaplanıp buna göre planlanmaktadır. İzleyicilerin yaş sınırına göre saatleri bulunmaktadır. Bu saatlere göre programların yayın saatleri belirlenmektedir. Örneğin; Siyaset programları genelde akşam 21:30 – 22:00'dan sonra başlamaktadır. Özellikle siyasi programlar yapan kanalların en çok tercih ettiği program başlangıç saati genelde bu saatlerdir. Bununla birlikte çizgi film sabah saatleri 07:30 – 08:00 civarlarıdır. Çünkü o saatlerde çocuklar ekran başında olmaktadır. Stratejiyi program içerikleri belirlemektedir. Bazı programların ortalama bir yayın saati yoktur. Gündüz kuşağında da ve prime time diye adlandırılan izlenmenin en yüksek olduğu saatlerde de koyulabilmektedir. Bu planlamayı yapan ekibin planlaması, kurum stratejisi ve aynı zamanda izleyicinin ekranda görmek istediği içeriklere göre belirlendiğini görebiliriz.

Bu sonuçlar göz önüne alındığında bu çalışmanın amacının birçok nedene dayandığı görülmektedir. Bazı durumlarda öngörü, insiyatif ile hareket edilebilirken bazı durumlarda ise tamamen en ufak yazılı kurala uyulması gerektiği görülmüştür. RTÜK tarafından ne kadar da belli kurallar çizilmiş olsa da yazılı olmayan bazı etik

kurallar sözkonusudur. Bu etik kurallar kurumun yönetici kadrosu tarafından kanalın politikasına kuralsız bir şekilde uygulanmalıdır.

4.2 Çalışmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Tv kanalları birbirlerinden tamamıyla farklı şekilde planlamalar yapmaktadır. Bazı kurumlarda bu plan bir müzik programını saat 20:00'a koyabilmekte iken, bazı tv kanallarında ise bu programı saat 23:00'a koymaktadır. Bu çalışmada yayın planlamanın önemi, tüm TV kanallarının planlama stratejilerinin önemi vurgulanmaktadır. Genel anlamda TV kanallarının yayın planlama stratejileri izleyici yaş grupları ve gündemdeki olaylar çerçevesinde değişiklik göstermektedir. Aynı zamanda gün geçtikçe izleyicinin istekleri de bu bağlamda gelişmekte ve değişiklik gösterebilmektedir. Şimdiki seyirciler bundan yirmi yıl önce TV kanallarında yayınlanan içeriklerle şimdiki yayınlanan içerikler arasındaki farkı görmektedir. Tabii bu durum teknolojiyle de doğru orantılı olarak etkileşim içindedir. Fakat yirmi yıl önceki seyirci ile şuanki seyirci çok farklıdır. Bu çalışmada şimdiki seyircinin izlemek istediği içeriklerin planlamaya nasıl yansıdığını gözler önüne sereceğiz. Planlamanın, yayın politikasının önemini vurgulayıp, bu durumların nasıl oluştuğunu genel anlamda irdeleyip Bengütürk tv üzerine bir inceleme ile göstereceğiz.

4.3 Çalışmanın Hipotezi

TV kanallarının yayın politikası yayın planlama stratejilerini etkilemektedir.

4.4 Çalışmanın Yöntemi

Günümüzde TV kanallarında yayınlanan içerikler büyük önem arz etmektedir. İzleyiciyi çekmesi açısından içerik olmazsa olmazlardandır. Bu çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Tüm TV kanallarının ekranda bütün içeriklerinde kullandığı renkleri bulunmaktadır. Bu renkler ve kullanılan grafiklerin, klip ve videoların da renklerini belirlemektedir. Bu şekilde kurumların hepsinin belirli bir renk tonları oluşmakta ve sürekli bu kullanılmaktadır.



Şekil 4.1: A Spor Yayın Ekranı

Kaynak: Canlı Tv Fm (2020) Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <http://tr.canlitv.fm/a-spor-hd-2-canli-izle/> adresinden alındı.

A Spor logosu ile yayın yapan TV kanalının yayın rengi biraz yeşile yakın mavi karmasıdır. Bunu KJ bantları ve grafiklerinde görebilmekteyiz. Spor kanalı olduğu için yeşil ağırlıklı renk kanalın ana yayın politikasını oluşturan sporu hatırlattığı için kanalın ana rengi yeşile yakın mavi karmasıdır.



Şekil 4.2: CNN TÜRK Yayın Ekranı

Kaynak: Canlı Tv Fm (2020) Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <http://tr.canlitv.fm/cnn-turk-hd-canli-izle/> adresinden alındı.

CNN Türk logosu ile yayın yapan TV kanalının yayın rengi kırmızıya yakın turuncu renktir. Bunu KJ bantları ve grafiklerinde görebilmekteyiz. CNN Türk haber ağırlıklı bir kanaldır. Kırmızı renk haber rengi olması sebebiyle kurum bu rengi ana yayın rengi olarak kullanmaktadır.



Şekil 4.3: Çiftçi TV Yayın Ekranı

Kaynak: Çiftçi TV (2020) Ekran Görsele 01.01.2020 tarihinde <https://www.ciftcitv.com/tr/canli-yayin> adresinden alındı

Çiftçi tv logosu ile yayın yapan TV kanalının yayın rengi sarıdır. Bunu KJ bantları ve grafiklerinde görebilmekteyiz. Kanal tamamen tarım ve çiftçiler üzerine yayın yapması sebebiyle buğday rengini kanalın ana rengi olarak kullanmakta ve bunu yayın politikasına da yansıtmaktadır.



Şekil 4.4: BengüTürk TV Yayın Ekranı

Kaynak: BengüTürk TV (2020) Ekran Görsele 01.01.2020 tarihinde <https://www.benguturk.com/benguturk-canli-yayin> adresinden alındı.

Bengütürk TV logosu ile yayın yapan TV kanalının rengi kırmızıdır. Bunu KJ bantları ve grafiklerinde görebilmekteyiz. Bengütürk TV haber ağırlıklı bir kanal olması sebebiyle ana yayın rengi olarak kırmızı renk kullanmaktadır.

4.5 Bengütürk Tv Hakkında

Bengütürk TV Kanalı 2007 yılında kurulmuş ve o günden bu zamana kadar RTÜK tarafından belirlenmiş 2020 ocak ayı itibariyle %52 "haber kanalı" vasfı ile yayın yapmakta olan bir kanaldır. RTÜK, TV kanalında yayınlanan planlamaya yani yayın yaptığı program içeriklerine göre belirleyerek bu vasfı kanallara vermektedir. Günde ortalama 16 saat canlı yayın yapan ve kalan saatlerde tekrar programlarla yayınlarını sürdürmektedir. TV kanalının 13 yıllık yayın hayatı süreçlerinde birçok kez kanalın kapanması durumu ile karşı karşıya kalınmıştır. Sonrasında maddi durum bir şekilde toparlanmıştır. Fakat 2016 yılının mart ayında 11 gün siyahta kaldıktan sonra tekrar yayın hayatına devam etmiştir. Bu süreç tamamen maddiyatla alakalıydı. Bengütürk TV 2007 yılında İstanbul Taksim'de kurulmuştur. Daha sonra İstanbul Yenibosna'ya taşınmış ve İstanbul Yenibosna'da 3 yıl içerisinde bir kere yer değiştirmiştir. 2012 yılında İstanbul Kağıthane'ye taşınmış ve 2020 yılı itibariyle yani 7 yıldır aynı yerde yayınlarına devam etmektedir. İlk kurulduğu günden beri yayınları tamamen

milliyetçi bir çerçeve içerisinde yürütmektedir. Kanal Reyting ölçümüne girmemektedir. Logosunda 60 saniyede bir değişen Türk Bayrağı olan tek kanaldır. Bengütürk TV ajanslar ile çalışan yeri geldiğinde duruma göre özel haber yapan bir kanaldır. Kanalın renk tonları haber rengi olan kırmızı renk ağırlıklı kullanılmaktadır. Soft programlarında ise genel kullanım olan mavi ağırlıklı renk tonu kullanılmaktadır.

4.6 Bengütürk Tv Yayın Akışı

Televizyon kanallarında yayın akışı kurumun ne tür bir yayın türü istediği ile doğru orantılıdır. Bazı kanallar sadece haber üzerine yayın akışı yaparken bazı kanallar ise habere hiç girmeden sadece eğlendirme-eğlence sektörüne yönelik dış dünya ile arasında bir bağ kurarak oluşturdukları küresel bir köy misali yayın akışı ile yayın hayatına devam etmektedirler. Yayın akışında her saniye önemlidir. Özellikle işin içine maddiyat yani reklam ve ücretli yayınlar girdiği zaman kanal hiçbir saniyeyi boş geçirmek istemeyecektir. Bu nedenle yayın akışının planlanması oldukça önemlidir. Yayınlar aniden gerçekleşen devlet büyüklerinin açıklamaları, savaşlar gibi son dakikalar olduğunda yayın akışı planlamaları bir anda değişebilmektedir. Bu özellikle haber kanalları için geçerli olduğu görülür.

Haber kanallarının da amacının aslında bu olduğu görülür. Çünkü son dakika açıklamaları, son dakika haberleri gibi durumlar haber kanallarının asıl amacıdır. Bu o tür yayın planlama değişiklikleri oldukça sık denk gelinebilmektedir.

Yayın planlamaları günlük, haftalık olarak açıklayabiliriz.

Günlük yayın akışı; Bir gün öncesinde hazır olan ve her gün yapılan planlamadır. Yarının akışı öncesindeki gün yapılır hazırlanır ve birimlere çıktıkları teslim edilir.

Çizelge 1.1: BengüTürk TV Günlük Yayın Planlama Çizelgesi

Günlük yayın akışı örneği;

01/01/20

09:00 – 09:30 GÜN BAŞLIYOR – ANKARA CANLI
09:30 – 09:31 ara
09:30 – 09:55 GÜN BAŞLIYOR – ANKARA CANLI
09:55 – 10:00 ara
10:00 – 10:30 GÜN BAŞLIYOR – ANKARA CANLI
10:30 – 10:31 ara
10:31 – 10:45 GÜN BAŞLIYOR – ANKARA CANLI
10:45 – 11:00 GÖSTERİMDEKİ FİLMLER
11:00 – 11:30 KENT VE YAŞAM – İSTANBUL CANLI
11:30 – 11:32 ara
11:32 – 11:55 KENT VE YAŞAM – İSTANBUL CANLI
11:55 – 12:00 ara
12:00 – 12:30 EKONOMİDE GÜNDEM – İSTANBUL CANLI
12:30 – 12:32 ara
12:32 – 12:55 EKONOMİDE GÜNDEM – İSTANBUL CANLI
12:55 – 13:00 ara
13:00 – 13:45 ÖĞLEN AJANSI – ANKARA CANLI
13:45 – 14:00 GÖSTERİMDEKİ FİLMLER
14:00 – 14:55 DEMOKRASİ MEYDANI – ANKARA CANLI
14:55 – 15:00 ara
15:00 – 15:30 GÜNÜN RAPORU – ANKARA CANLI
15:30 – 15:32 ara
15:32 – 15:55 GÜNÜN RAPORU – ANKARA CANLI
15:55 – 16:00 ara
16:00 – 16:30 GÜNÜN RAPORU – ANKARA CANLI
16:30 – 16:32 ara
16:30 – 16:55 GÜNÜN RAPORU – ANKARA CANLI
16:55 – 17:00 ara

17:00 – 17:30 SPOR SAATİ – İSTANBUL CANLI
17:30 – 17:32 ara
17:32 – 17:55 SPOR SAATİ – İSTANBUL CANLI
17:55 – 18:00 ara
18:00 – 18:20 SPOR SAATİ – İSTANBUL CANLI
18:20 – 18:30 ara
18:30 – 19:00 ANA HABER – İSTANBUL CANLI
19:00 – 19:03 ara
19:03 – 19:28 ZİHİN OYUNLARI
19:28 – 19:30 ara
19:30 – 19:55 ÇALIŞMA HAYATI – İSTANBUL CANLI
19:55 – 20:00 ara

20:00 – 20:30 ÇALIŞMA HAYATI – İSTANBUL CANLI
20:30 – 20:31 ara
20:31 – 20:45 ÇALIŞMA HAYATI – İSTANBUL CANLI
20:45 – 21:00 GÖSTERİMDEKİ FİMLER
21:00 – 21:30 SEBEP SONUÇ – İSTANBUL CANLI
21:30 – 21:32 ara
21:32 – 21:55 SEBEP SONUÇ – İSTANBUL CANLI
21:55 – 22:00 ara
22:00 – 22:30 SEBEP SONUÇ – İSTANBUL CANLI
22:30 – 22:31 ara
22:31 – 22:50 SEBEP SONUÇ – İSTANBUL CANLI
22:50 – 23:00 ara
23:00 – 23:30 (+40 FUTBOL – İSTANBUL CANLI)
23:30 – 23:31 ara
23:31 – 00:00 (+40 FUTBOL – İSTANBUL CANLI)
00:00 – 00:43 CSI; KANIT PEŞİNDE 3. BÖLÜM

00:43 – 01:13 ANA HABER – TEKRAR
01:13 – 01:43 KENT VE YAŞAM 1. PART - TEKRAR

01:43 – 01:45 ara
01:45 – 02:07 KENT VE YAŞAM 2. PART - TEKRAR
02:07 – 02:37 LİMİT YOK 1. PART – SİNEMA FİLMİ
02:37 – 02:38 ara
02:38 – 03:07 LİMİT YOK 2. PART – SİNEMA FİLMİ
03:07 – 03:08 ara
03:08 – 03:39 LİMİT YOK 3. PART – SİNEMA FİLMİ
03:39 – 03:47 ara
03:47 – 04:30 CSI; KANIT PEŞİNDE 3. BÖLÜM
04:30 – 05:00 ANA HABER – TEKRAR
05:00 – 05:56 BELGESEL
05:55 – 06:00 ara
06:00 – 06:22 KAYA TIRMANIŞI 1. PART - BELGESEL
06:22 – 06:23 ara
06:23 – 06:45 KAYA TIRMANIŞI 2. PART - BELGESEL
06:45 – 06:46 ara
06:46 – 07:12 KAYA TIRMANIŞI 3. PART - BELGESEL
07:12 – 07:15 ara
07:15 – 07:39 MATEMATİĞİN TARİHİ 3. BÖLÜM 1. PART
07:39 – 07:40 ara
07:40 – 08:03 MATEMATİĞİN TARİHİ 3. BÖLÜM 2. PART
08:03 – 08:05 ara
08:05 – 08:30 BELGESEL
08:35 – 09:00 ELLIOT FARE 15. BÖLÜM – ÇİZGİ FİLM

Günlük yayın akışında bütün yayında girilecek olan klip ve canlı yayınların dakika dakika yazılır ve bu yayın planlamaya olduğu gibi uyulur. Sadece ani canlı yayınlarda değişiklikler olur ki bu da yayın şefi ile iletişim halinde olarak gerçekleştirilir.

Çizelge 1.2: BengüTürk TV Haftalık Yayın Planlama Çizelgesi

Haftalık yayın akışı örneği;

Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
GÜN BAŞLIYOR ANKARA - CANLI 09:00 - 10:45	GÜN BAŞLIYOR ANKARA - CANLI 09:00 - 10:45	GÜN BAŞLIYOR ANKARA - CANLI 09:00 - 10:45	GÜN BAŞLIYOR ANKARA - CANLI 09:00 - 10:45	GÜN BAŞLIYOR ANKARA - CANLI 09:00 - 10:45	08:30 - 09:00 ÇİZGİ FİLM	08:30 - 09:00 ÇİZGİ FİLM
TOPLANTI MASASI İSTANBUL - ANKARA CANLI 11:00 - 11:55	KENT VE YAŞAM İSTANBUL - CANLI 11:00 - 11:50	KENT VE YAŞAM İSTANBUL - CANLI 11:00 - 11:50	İLERİ İKLİ ANKARA - CANLI 11:00 - 11:55	SPOR KULİSİ ANKARA - CANLI 11:00 - 11:55	09:00 - 10:00 SEKTÖR ÖZEL	09:00 - 10:00 SEKTÖR ÖZEL
EKONOMİDE GÜNDEM İSTANBUL - CANLI 12:00 - 12:50	EKONOMİDE GÜNDEM İSTANBUL - CANLI 12:00 - 12:50	EKONOMİDE GÜNDEM İSTANBUL - CANLI 12:00 - 12:50	EKONOMİDE GÜNDEM İSTANBUL - CANLI 12:00 - 12:50	EKONOMİDE GÜNDEM İSTANBUL - CANLI 12:00 - 12:50	BİRAZ KONUŞALIM ANKARA - BANT 10:00 - 11:55	AŞEĞÜL NEREDE? ANKARA - BANT 10:00 - 11:00
ÖĞLEN AJANSI ANKARA - CANLI 13:00 - 13:45	ÖĞLEN AJANSI ANKARA - CANLI 13:00 - 13:45	ÖĞLEN AJANSI ANKARA - CANLI 13:00 - 13:45	ÖĞLEN AJANSI ANKARA - CANLI 13:00 - 13:45	ÖĞLEN AJANSI ANKARA - CANLI 13:00 - 13:45	HAYATA DİVR İSTANBUL - CANLI 11:00 - 11:55	HAYATA DİVR İSTANBUL - CANLI 11:00 - 11:55
HAFTAYA BAKIŞ İSTANBUL - CANLI 14:00 - 14:55	HİLALETKİSİ 14:00 - 15:00	DEMOKRASİ MEYDANI ANKARA - CANLI 14:00 - 14:50	BAŞKANLAR KONUŞUYOR İSTANBUL - CANLI 14:00 - 14:55	HİLALETKİSİ 14:00 - 15:00	HAFTANIN NOTLARI İSTANBUL - CANLI 12:00 - 13:30	DAR ALAN İSTANBUL BANT YAYIN 12:00 - 13:00
GÜNÜN RAPORU ANKARA - CANLI 15:00 - 16:55	GÜNÜN RAPORU ANKARA - CANLI 15:00 - 16:55	GÜNÜN RAPORU ANKARA - CANLI 15:00 - 16:55	GÜNÜN RAPORU ANKARA - CANLI 15:00 - 16:55	GÜNÜN RAPORU ANKARA - CANLI 15:00 - 16:55	HABER BÜLTENİ İSTANBUL - CANLI 13:00 - 13:30	HABER BÜLTENİ İSTANBUL - CANLI 13:00 - 13:30
SPOR SAATI İSTANBUL - CANLI 17:00 - 18:20	KURSEL STRATEJİ ANKARA - CANLI 17:00 - 18:20	SPOR SAATI İSTANBUL - CANLI 17:00 - 18:20	SPOR SAATI İSTANBUL - CANLI 17:00 - 18:20	SPOR SAATI İSTANBUL - CANLI 17:00 - 18:20	HARUNLA KÖSE BÜÇKÜK İSTANBUL - BANT 13:30 - 14:00	PATLILIK GÜNLERİ İSTANBUL - BANT 13:30 - 14:00
ANA HABER İSTANBUL - CANLI 18:30 - 19:00	ANA HABER İSTANBUL - CANLI 18:30 - 19:00	ANA HABER İSTANBUL - CANLI 18:30 - 19:00	ANA HABER İSTANBUL - CANLI 18:30 - 19:00	ANA HABER İSTANBUL - CANLI 18:30 - 19:00	TÜRK TARİHİNDE MESELELER ANKARA - BANT 14:00 - 14:50	DEMLİK KASIM İPE'DAĞI TEKRAR 14:00 - 15:00
MAZDEN ATİYE CAFER KARDES ANKARA - CANLI 19:30 - 20:45	SOZ HAKKI GÖKHAN ALTUNKAS ANKARA - CANLI 19:30 - 20:45	ÇALISMA HAVATI ANKARA - CANLI 19:30 - 19:00	ÖZİN SOZU BEKİR PERLİVAN İSTANBUL - CANLI 19:30 - 20:45	İRFAN SÖYLER İSTANBUL - CANLI 19:00 - 19:55	HABER BÜLTENİ İSTANBUL - CANLI 15:00 - 15:30	HABER BÜLTENİ İSTANBUL - CANLI 15:00 - 15:30
CANCIVA VOLKAN SOMMEZ İSTANBUL - CANLI 21:00 - 21:50	BAKIS ACISI SERKAN ORAL İSTANBUL - CANLI 21:00 - 21:50	SEBEP? SONUÇ? MİRAT ZİRİNGİ İSTANBUL - CANLI 21:00 - 22:50	TARİHE NOT DÜŞÜNENLER FATMA YURTİTTAS İSTANBUL - CANLI 21:00 - 21:00	İSLAM İKLİMİ MUSTAFA DEMİR ANKARA - CANLI 20:00 - 21:30	MAZDEN ATİYE TEKRAR 15:30 - 17:00	TARİHE NOT DÜŞÜNENLER TEKRAR 15:30 - 17:30
LİĞİN İNARZI ANKARA - CANLI 22:00 - 00:00	SPORDA SON SOZ PELİN KOÇ İSTANBUL - CANLI 22:00 - 00:00	ARTI 40 FUTBOL İSTANBUL - CANLI 23:00 - 00:00	KÖY HAKRİTİ İSTANBUL - BANT 23:00 - 00:00	BAŞKANLAR KONUŞUYOR TEKRAR 21:30 - 22:30	TÜRKLERİN DUVASINDAN KAYA KUZUCU ANKARA - CANLI 17:00 - 18:00	BAKIS ACISI TEKRAR 17:30 - 18:30
CSİ; KANIT PEŞİNDE - DİZİ 00:00 - 00:45	CSİ; KANIT PEŞİNDE - DİZİ 00:00 - 00:45	CSİ; KANIT PEŞİNDE - DİZİ 00:00 - 00:45	CSİ; KANIT PEŞİNDE - DİZİ 00:00 - 00:45	ÇUVALDIZ İĞNE ANKARA - CANLI - 22:30 - 00:00	ANA HABER ANKARA - CANLI 18:30 - 19:00	ANA HABER ANKARA - CANLI 18:30 - 19:00
ANA HABER - TEKRAR 00:45 - 01:15	ANA HABER - TEKRAR 00:45 - 01:15	ANA HABER - TEKRAR 00:45 - 01:15	ANA HABER - TEKRAR 00:45 - 01:15	ANA HABER - TEKRAR 00:45 - 01:15	KEİT VE YAŞAM TEKRAR 19:00 - 20:00	ENGELSİZ SEVGİ İSTANBUL - BANT 19:00 - 20:00
KİTABI - TEKRAR 01:15 - 02:15	HİLALETKİSİ TEKRAR - 01:15 - 02:15	ÇUVALDIZ İĞNE TEKRAR - 01:15 - 02:30	CANCIVA - TEKRAR 01:15 - 02:00	HİLALETKİSİ TEKRAR - 01:15 - 02:15	SEBEP? SONUÇ? - TEKRAR 20:00 - 22:00	AZE BRAYCANI RÜZGAR İSTANBUL BANT 20:00 - 21:00
TÜRKLERİN DUVASINDAN 02:15 - 03:15	HAFTAYA BAKIŞ TEKRAR - 21:15 - 03:15	SİNEMA FİLMİ 02:00 - 04:00	SOZ HAKKI TEKRAR - 02:00 - 03:00	DEMOKRASİ MEYDANI TEKRAR - 02:15 - 03:15	TÜRK TARİHİNDE MESELELER TEKRAR - 22:00 - 22:50	BRÜNYA YAĞAM ANKARA - BANT - 21:00 - 22:00
SİNEMA FİLMİ - 03:15 - 05:00	SİNEMA FİLMİ 03:15 - 04:30	BELGESEL - 04:00 - 05:00	SİNEMA FİLMİ - 03:00 - 05:00	SİNEMA FİLMİ - 03:15 - 05:00	ANKARA - BANT - 23:00 - 00:00	ANKARA - BANT 23:00 - 23:00
KUR-ANI KERİM HATİMİ ŞERHİ - 05:00 - 06:00	KUR-ANI KERİM HATİMİ ŞERHİ - 05:00 - 06:00	KUR-ANI KERİM HATİMİ ŞERHİ - 05:00 - 06:00	KUR-ANI KERİM HATİMİ ŞERHİ - 05:00 - 06:00	KUR-ANI KERİM HATİMİ ŞERHİ - 05:00 - 06:00	ÖZİN SOZU TEKRAR - 00:00 - 01:30	HİLALETKİSİ TEKRAR - 23:00 - 00:00
					KUR-ANI KERİM HATİMİ ŞERHİ - 05:00 - 06:00	KUR-ANI KERİM HATİMİ ŞERHİ - 05:00 - 06:00

Haftalık olarak yapılan bu yayın akışında bir hafta boyunca planlanan genel anlamda yayınların listesi bulunmaktadır. Haftalık akış günlük akışa göre biraz daha genel ara detayları olmayan bir akıştır.

4.7 Yayın Planlama Stratejileri

TV sektörünün ana iskeleti planlama ile oluşmaktadır. Gündemde olmayan zamansız girilen program ya da dolgular kurumun bir anda izlenmesinin büyük oranda düşmesine bile neden olabilir. Zamanlı planlı girilen yayınlar ise kurumu bir anda şahlandırabilmektedir. TV yayıncılığı girilen tüm yayınlara ve bütün birimlerin iyi organize olmasıyla alakalıdır. Takip etmek de bu işin asli görevleri arasında yer almaktadır. Gündemi sürekli takip etmek ve gelişen olaylar ve durumlara göre yayınlar planlamak bunların en başında gelmektedir. Bunların yanı sıra gündem veya gündem dışı planlanan programlar bilgilendirici, eğitici, eğlendirici ve haberlerin de titizlikle planlanması izlenirliği arttıracaktır. Programın içeriğinin mükemmelliği, konukların bilgi birikimi yüksek olması bile programın yayınlanma saatinin yanlışlığından kaynaklı izlenirliğini çok düşürebilir. Örneğin bir siyaset programını sabah kuşağına koyduğunuzda o saatlerde izlenmeyecektir. Çünkü o kuşak sabah programları, yemek programlarının yoğun olduğu ve izleyici kitlesinin de o programlara göre ekran başlarında olduğu kuşaktır. Oraya koyulan siyasi program çok bilgilendirici de olsa çok düşük bir izlenme oranıyla kalacaktır. Oysa ki o program saati olan akşamüzeri prime time kuşağına koyulsa o programın izleyici kitlesine hitap edeceği için izlenirliği doğru oranda artış gösterir ve program izleyici kitlesine ulaşmış olur. Bu bütün programlar için geçerli bir durumdur. Özellikle şiddet ve cinsellik içeren program dizi-belgesel ya da sinema filmlerinin saatleri değiştirilemez çünkü bu tür programlar RTÜK tarafından belirlenmiş saatleri vardır. Akşam saat 23.00'd gece saat 05:00'd saatleri arasında yayınlanması zorunludur. Bu saatlere uyulmadığı takdirde ise TV kanallarına cezai işlem uygulanması sözkonusudur. Bu uyarılma, yayın durdurma ya da para cezası olarak uygulanmaktadır. Bu saatlerde yayınlanması dışında akıllı işaretlerinde kullanılması gerekmektedir. Yapılan yayınlarda kişileri itam eden durumlarda karşı tarafa cevap hakkı doğar. Bu durumda o anda o kişiye cevap hakkının doğduğu net bir şekilde belirtilmelidir. O sırada cevap hakkı doğan kişi TV'yi izlemiyebilir. Bu hak haberdar olduğunda da kullanabileceği bir haktır.

"Madde 28 – Gerçek ve tüzelkişilerin kişilik haklarına saldırı teşkil eden yayınlar ile gerçeğe aykırı olduğu iddia edilen yayınlara karşı cevap ve düzeltme hakkı tanınması için ilgililer yargı yoluna başvurabilirler. Yayın kuruluşları yaptıkları her yayının bandını bir yıl muhafazaya mecburdur. İlgili dava açmaya esas olmak üzere, yazılı olarak üst Kurula başvurarak yayın bandından ücretini ödeyerek bir kopya isteyebilir. Yargıya yapılan başvuru üzerine yargı gerekli incelemeyi yapar. Başvuru yerinde görülürse düzeltme ve cevap, saldırı teşkil eden veya gerçeğe aykırı yayının yapıldığı aynı saatte, aynı program içinde yayınlanır. Yayın süresi ve şeklini halin icabına ve delillere göre hakim takdir eder. Kişilerin yargıya başvurmaları yayından itibaren 10 gün içinde yapılır. Mahkeme 3 gün içinde karar verir. Verilen karara karşı tebliğden itibaren 3 gün içinde bir üst mahkemeye itiraz edilebilir. Üst mahkeme 3 gün içinde karar verir. Verilen karar kesindir. Mahkeme kararı ilgili kuruluşa tebliğ edildiğinin ertesi günü yayın yapılır." RTÜK, Ankara (2002).

Bengütürk TV'nin planlamasını şu şekilde anlatabiliriz. Hafta içi her sabah olmak üzere gün başlıyor isminde sabah programı bulunmaktadır. Sabaha kuşağında bulunan bu programda gazetelerin ilk sayfalarından bahsedilip, son 24 saat içerisinde öne çıkmış olayların haberleri verilerek genel anlamda bir değerlendirme yapılır. Yaklaşık 1.5 saat süren bu program genel anlamda tüm TV kanallarında bu saatlerde benzer formatlarda yayınlanmaktadır. Bu program Bengütürk TV'de de 24 saatin ilk açılış programı olarak öne çıkar ve sunucu tarafından izleyici bu şekilde bilgilendirilir. Haftanın ilk günü sabah programı ardından toplantı masası isminde güne ikinci programıyla devam eder. Bu programda bütün birimlerin görevlileri kendi birimleriyle alakalı haftalık olarak ne yaptığını ve önümüzdeki hafta için ne yapacaklarını, yeni başlayan ve biten programları anlatır. Her birim kendi işleyişiyle alakalı bilgi vererek sözü devreder. Bu program 55 dakika kadar sürmektedir. Haftada sadece bir defa yapılan formatı ve içeriği farklı olan bu programdan sonra öğlen ajansı isminde öğlen haberlerinin verildiği bir programla devam edilmektedir. Bu program da hafta içi her gün yayınlanmaktadır. Öğlen 13.00'd başlayıp 45 dakika sürmektedir. 45 dakika boyunca sadece gündeme dair haberlerle devam eder. Haber kanalı olan TV programlarının neredeyse istisnasız hepside bir öğlen haberi bulunmaktadır. İsim olarak öğlen haberleri olmayabilir fakat saat 13.00'd bir öğle bülteni koyulmaktadır. Öğlen ajansı peşine haftaya bakış isimli program devam etmektedir. Haftaya bakış programı tüm hafta boyunca yaşananlar, olabilecekler ve

geçen haftadan meydana gelmiş olayların genel bir toparlanması ve değerlendirilmesiyle izleyiciye aktarılan bir programdır. Bu tür bir program Bengütürk Tv'de pazartesi günleri iken bazı kanallarda cuma günü yani haftanın son gününe de koyulabilir. Geçen olayların aktarıldığı bir program formatına da açık bir içeriktir. Hafta bir defa yayınlanan bu programın peşine günün raporu isminde hafta içi her gün olan programla devam edilir. Bu program içeriğinde hem haberleri, gündemle ilgili konukları olmaktadır. Öğleden sonra 15.00'd başlayıp 17.00'd sona erer. Bitimine hafta içi her gün olan spor saati isminde programla devam edilmektedir. Sunucusu bayan olan bu spor programı özellikle futbol olmakla birlikte tüm spor dallarıyla alakalı konuklar alıp spor haberleri sunmaktadır. Program 1 saat 20 dakika sürmektedir. Genelde gün içerisinde TV kanallarında spor programları Bengütürk TV'deki gibi uzun tutulmayabilir. Haber bültenleri peşine 5 dakika olarak koyulmaktadır. Fakat futbol sektörü günümüzde büyük rağbet görmekte ve sektörel anlamda da büyük oranda ülkeye katkı sağlamaktadır. Bu da Bengütürk Tv'nin kendi yayın politikası çerçevesinde uyguladığı, izlenimleri arttırmak ve seyirci çekmek için yaptığı bir stratejidir. Saat 18.30'd Ana haber bülteni ile yayınına devam ettirmektedir. Ana haber bültenleri kanalların izleyici çekmek için 18:00 – 18:30 – 18:55 yada 19:00 gibi TV kanallarının belirlemeleri ile değişmektedir. Bengütürk TV'de daha erken bir başlama saati bulunmaktadır. Ana haber izlemeyek isteyen kitleyi ilk önce kanala çekmek amacıyla bu saate koyulmuştur. Bengütürk TV'de akşamları ana haber peşine her güne ait programlar bulunmaktadır. Pazartesi günü ana haber bülteni peşine maziden atıye isminde Türk tarihiyle alakalı bilgilendiren, uzman konuklarıyla geçmişe dair anlatımlarda bulunan bir programla devam etmektedir. Saat 19:30'da başlayıp saat 21:00'd sona ermektedir. Program 1.5 saat sürmektedir. Bengütürk TV'nin İstanbul ve Ankara olmak üzere iki farklı rejisi ve bu bürolarda bulunan farklı farklı programlar için stüdyoları bulunmaktadır. Yayınları sürekli bir yerden devam etmemektedir. Belli bir süre yayını Ankara büroya devreder. Oradaki yayınlar bitiminde Ankara yayını tekrar İstanbul'a devreder. Yayın planlamaları, yayın içerikleri bu duruma göre de şekillenmektedir. Saat 21:00'd Can-Cana isminde türkü programıyla yayın devam etmektedir. Bu programda geçmişe ait türküler izleyicilere hayaller kurdurmakta ve eskileri anımsatmaktadır. Farklı bir izleyici kitlesi bulunan program 1 saat sürmektedir. Saat 22:00'd ise Ankara'dan oynanan futbol maçlarını değerlendirmek üzere ligin nabzı isminde ligin nabzını tutan spor programı yayınlanmaktadır. Futbolda yaşanan son gelişmeler, gündemde yaşananlar ve maç

sonuçlarının anlatıldığı bu program 2 saat kadar sürmekte ve saat 00:00'd sona ermektedir. Hafta içi her gün saat 00:00'd 13 yaş üzeri izleyicilerin izleyebildiği bir polisiye dizi ile devam etmektedir. 45 dakika sürmektedir. Saat 01:00 ile sabah saat programı başlangıcı olan 09:00 saatleri arasında gün içersinden yayınlanan programların tekrarları, sinema filmleri ve belgeseller ile yayınlar planlandığı gibi devam etmekte ve 24 saati bu şekilde sonuçlanmaktadır. Bununla birlikte sabit olan programlar dışında akşam ana haber sonrası yayınlanan programlar her gün değişmektedir. Salı günleri akşam söz hakkı isminde kamu çalışanlarının haklarını anlatan ve ileriye dönük yenilenen gelişmelerin anlatıldığı programdır. 19:30'da başlayıp 1 saat sürmektedir. Saat 21.00'd ise bakış açısı isminde siyasi bir programla devam edip peşine sporda son söz isminde spor camiasından futbolcular, teknik direktörler gibi konuklarıyla ekranlarda olan spor programıdır. Çarşamba günü ise akşam ana haber bülteni peşine çalışma hayatı isminde sosyal sigorta çalışanlarını ilgilendiren konular ve sgk ile alakalı güncel gelişmelerin anlatıldığı programla devam ediyor. 1.5 saat süren program 21.00'd sona eriyor. Hemen peşine sebep sonuç isminde metafizik olayların anlatıldığı ilgi çekici bir programla yayın devam etmektedir. 2 saat süren bu program saat 23.00'd sona ermektedir. Perşembe günü ise ana haber peşine özün sözü isminde bir dini program ile devam etmektedir. 1.5 saat süren program 21:00'd sona ermektedir. Hemen peşine tarihe not düşenler isminde tarih programı ile devam etmektedir. Cuma günü ise ana haber bülteni peşine kitabi isminde edebiyat programı bulunmaktadır. 1 saat süren program saat 20:00'da bitmektedir. Peşine islam iklimi isminde dini program ile devam etmektedir. Saat 22.00'd ise çuvaldız iğne isminde Türkçe'nin özelliklerini anlatan programla devam ederek gece saat 00:00'd canlı yayınlar sona erip tekrar yayınlarla devam edilmektedir.

Hafta sonu ise sabah programı olarak saat 10.00'd biraz konuşalım isminde hafta içi devam ediyor olan gün başlıyor programının haftasonu versiyonu olan bu program, her hafta farklı konu ve konuklarıyla soft konuları konuşarak saat 12:00'a kadar devam etmektedir. Saat 12.00'd haftanın notları isminde haftasonu genel soft konuların konuşulduğu 1.5 saat süren bu programla devam etmektedir. Bu program da biraz konuşalım ve gün başlıyor programları formatında soft konukların olduğu programdır. Saat 14.00'd türk tarihinde meseleler isminde genel tarih programı ile devam etmektedir. Bu program yaklaşık 1 saat sürüyor ve hemen peşine saat 15.00'd

haber bülteni 30 dakika yayımlandıktan sonra saat 17.00'a kadar tekrar programlar yayınlanıyor. Saat 17.00'd ise türklerin dünyasından isimli eski türklerin bilinmeyen adetleri, gelenek ve göreneklerinin anlatıldığı şiir-şarkı, sohbetin olduğu programdır. 1.5 saat süren program peşine ana haber bülteni ile devam edilmektedir. Saat 23.00'a kadar tekrar program ve sinema kuşağıyla devam eden yayın saat 23.00'd uzun ince yol isminde şiir ve müzik programıyla devam ederek gece 00.00'd bitmektedir. Sonrasında sabaha kadar tekrar programlar, belgeseller ile yayın devam etmektedir. Pazar günü ise sabah 10.00'd Aşegül Nerede? isminde programla devam etmektedir. Program gezi ve yemek programıdır. Yöresel yemekleri gezerek hem tanıtan hem anlatan bir programdır. Hemen peşinde saat 11.00'd hayata dair isimli eğitim, sağlık ve beslenmeyle alakalı uzman konuklarıyla anlattığı programdır. Saat 12.00'd ise dar alan isminde eski yada şuan futbola devam etmekte olan futbolcuların programın sunucusu tarafından hazırlanmış olan futbola dair sorularıyla yakın plan çekimleriyle soru cevap olarak yaptıkları bir programdır.

Saat 13.00'd ise haber bülteni 30 dakika boyunca devam etmektedir. Saat 15.00'a kadar program tekrarıyla devam edildikten sonra 15.00'da haber bülteni ile devam edilmektedir. Daha sonra ana habere kadar tekrar programlar ve belgesellerle devam eden yayın planlaması 18.30 ana haberden sonra saat 19.00'd engelsiz sevgi programı ile devam etmektedir. Engelsiz sevgi programı engelli bireylerin hayatlarının anlatıldığı bir programdır. Engelli bireylerin evlerine konuk olup hayatlarından bir parçasını ekranlara yansıtmaktadır. Hemen peşinde saat 20.00'd Azerbaycan rüzgarı isminde Azerbaycan'dan gelen şair, ressam, müzisyen vb. Sanatçıların konuk olduğu ve Azerbaycan türklüğünden bahsedilen programdır. Saat 21.00'da bir dünya yaşam isminde şiir ve edebiyat programıyla devam eder. 22.00'd anılardan kesitler isminde doçentler, profesörlerin konuk olduğu ve geçmişe dair türk büyüklerinin yaşadıkları anılardan bahsettikleri, aynı zamanda türk tarihine de değinildiği programdır. Pazar günü saat 23.00'd canlı yayınlar sona eriyor ve yayınların sona ermesiyle birlikte tekrar programlar ve sinema filmleriyle pazartesi sabahı başlayacak olan gün başlıyor programına kadar bant programlarla devam ediyor.

Bengütürk TV yayın planlama stratejisi genel anlamda sabah kuşağı programları, öğlen haber kuşaklarının oluşturduğu programlar ve akşam üzeri de günlük olarak değişen her güne ait farklı içerikli programlardır. Bu şekilde yayınlarını planlar ve son dakika yayınları çıkmadığı sürece yayın planı sabit olarak devam eder.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Televizyon kanalları günümüzde büyük oranda haber aldığımız özellikle akşam kuşaklarındaki siyasi programların oldukça fazla olduğu bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Her televizyon kanalının kendine özgü bir planlaması ve stratejisi bulunmaktadır. Bu strateji kimi zaman siyasi kimi zaman kültürel veya dini vb. bir planlama olarak karşımıza çıkmaktadır. Yayın planlamanın günlük sabit yayın planlama akışı saniye saniye hesaplanarak her gün yapılmaktadır. Her gün yapılan bu akış bir sonraki günün akışıdır. Yani önceden bir sonraki günün planlaması yapılır hazırlanır ve gerekli birimlere iletilir. Bununla birlikte haftalık genel bir planlama yapılmalıdır. Aynı zamanda aylık yapılan bir prototip hazırlanmalıdır. Bu haftalık ve aylık yapılan planlamalar genel planlamadır. Günlük yapılan akış gibi saniye saniye planlanıp hesaplanmaz ve haftalıkla aylık yapılan akışlarda reklam detayı yer almaz. Çok genel bir planlamadır.

Programların içeriğinde verilen mesajlar kurumun genel stratejisini belirler. Yapılan programlar veya program isimlerinden dahi bir anlam çıkartılabilmektedir. Bu planlamaların hepsi bir amaç doğrultusunda gerçekleşmektedir. Bu amacı birçok etken belirlemektedir. Televizyon hala günümüzde belli bir izleyici kitlesi olan iletişim araçları arasında yer almaktadır. Sosyal medyanın günümüze olan etkisine rağmen televizyonun biraz daha ileri yaş kitlesi tarafından izleniyor olduğunu görmekteyiz. Yayın planlamalar televizyon kanallarının karakterini oluşturmaktadır. Üstün körü bir planlama seyirciyi ekranda tutamamakla birlikte izleyinin tepkisine de yol açabilmektedir. Düzgün bir planlama sayesinde Televizyon Kanalları maddi bir kazanım da elde etmektedirler. Bu kazanımlar genelde büyük miktarlar olmaktadır. Bu büyük miktarlar olmasına karşın televizyon giderleri de bir o kadar büyüktür. Bulunulan platformlara ödenen maddi bedeller bunun en önemli belirtisidir. Planlama ile izleyiciyi ekranda tuttukları zaman bununla birlikte firmalardan reklam ve canlı yayınlarla bir nevi destek alma yolları açılmaktadır. Tabi bu reklamı veren firmalar Televizyon Kanalına destek olmak amaçlı değil, planlama sayesinde

izlenirliği düzgün olan kanallarda kendi ürünlerini tanıtmak, kendi firmalarını öne çıkarmak için reklam verildiği görölmektedir. Bunlar kimi zaman alt bant reklamlar, tele alışveriş, tv spotları yada ürün yerleştirme şeklinde uygulanır. Bu uygulamaların hepsi farklı farklı reklam yayınları olarak önümüze gelir. Bu uygulamaların hepsinin kuralları birbirinden farklıdır. 1 saat yani 60 dakika içerisinde en fazla 12 dakikalık bir reklam payı vardır. Yani 12 dakika dışına çıkılırsa RTÜK tarafından yaptırım uygulanmaktadır. Bu 12 dakikayı 1 saat içerisinde kullanılması gerekir. Her 1 saatte 12 dakika reklam kullanılabilir. Bu 12 dakika içerisine alt bant reklamlar da dahildir. Tele alışverişte ise 24 saatte toplam 1 saatlik bir yayın yapılabilir. Yani 15 dakikalık 4 farklı spot yapılarak bu 4 farklı spotu 24 saat içerisinde 4 farklı yere koyularak yayınlanmaktadır. Reklamlar TV kanallarının can damarıdır. Yayın planlamada reklam dakikaları ve süreleri titizlikle oturtularak planlanır. Bu planlama kimi zaman bir programın birkaç defa bölünmesine sebep olabilir fakat böyle bir bölünme olmasına rağmen planlama birimi bu absürt durumu mecbur mazur görmektedir. Yayın planlama bir pratik zekanın ürünü olarak görülebilir. Çünkü kanalın planlamasını yapan birim izleyiciyi nasıl daha fazla ekranda tutabiliriz? Sorusunu kendisine sorar. İzlenilebilecek yeni yayınları keşfetmek ve bunları düzenleyip izleyiciye sunulacak hale getirip sunmak bir öngörü ve planlama yeteneği örneğidir. Tüm ekibin organize olması ve planlamaya destekte bulunması gerekir. İşte böyle bir planlama olduğu zaman yayın planlama stratejisi de o kadar düzenli ve izlenirliği yüksek olacaktır.

Bu çalışmada yayın planlama stratejilerinin nasıl geliştiğini bu gelişme esnasındaki olan süreçleri, TV kanallarında yayınlanan programların türlerine göre nasıl birbirinden ayrıldığı, bu ayrılığın izleyici karşısındaki etkileri ve sebepleri ele alınmıştır. Aynı zamanda yayın planlama stratejilerinin bir TV kanalı için ne kadar önemli olduğu, nasıl bir yöntem izlenmesi gerektiği görölmektedir. İzleyicinin verdiği geri bildirim tepkilerinin önemi ve bu gelen tepkilere göre nasıl bir düzenleme yapılması gerektiği bu gerekliliğin büyük önem arz ettiği anlaşılmaktadır. Kanallar TV planlama ile bir nevi ileriye dönük yeni içerikler, ilgi çekici programlar ve bu programların düzenlemeleri ile yeni şeyler ekranlara sunmak ve seyirciyi ekrana çekmeyi amaçlamaktadır. Yeni, merak uyandırıcı, eğitici-öğretici ve eğlendirici türü programlar her zaman ilgi çekmiştir. Böyle programlar şaşırtıcı konu ve konuklarla seyirciyi ekrana çekmek sağlanabilir. Bu sebeptendir ki TV kanalının

yayın planlama stratejisi diğer birimlere göre büyük önem içermektedir. Kanalın bel kemiğini oluşturmakla beraber ekiple birlikte iyi planlanan bir yayın akışı izleyiciyi de ekranda tutmayı başaracaktır.

KAYNAKLAR

- Altman, R.** (2006). Film/Genre. London: BFI.
- Avrupa'da Televizyon Düzenleme, Politikalar ve Bağımsızlık, İzleme Raporu** 2005, Open Society Institute EU Monitoring and Advocacy Program Network Media Program.
- Crisell, A.** (1997), An Introductory History of British Broadcasting , New York, Routledge, Akarcalı,S.,(1997), Türkiye'de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyon'a Geçiş Süreci,Ankara: Punto.
- Çaplı,B.,**(2002),Medya ve Etik, Ankara: İmge.
- Çelenk, S.** (2005), Televizyon, Temsil, Kültür, İstanbul: Ütopya Yayınları.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar.** (2002). Öteki Kuram. Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Ankara: Erk.
- Ellis, J.** (1982), Visible Fictions: Cinema, Television, Video, Londra/ New York: Routledge and KeganPaul.
- Gerbner, George.** (1996) "Fred Rogers and The Significance of Story".
- Garnham,N.,**(1973),Structure of Television,London:British Film Institute.
- Mutlu, E.** (1995). Televizyonda Program Yapımı Ankara, Ankara Üniversitesi iletişim Fakültesi Yayınları, No: 4.
- Mutlu, E.** (1995) Televizyonda Program Yapımı, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Nissen,C.S.,**(2005), "*Public Service Media in the Information Society*", Counsel of Europe, Strasbourg.
- Okay, A.** (2009) Kurumsal Reklamcılık, Derin Yayınları:138- İstanbul.
- RTÜK** (2002). Kanal ve Frekans Bandı Tahsisi, Yayınların Düzenlenmesi ve Reklamlar, Program Desteklenmesi, Madde 23, RTÜK, Ankara.
- Sherman, B.** (1987), Telecommunication Management, New York: Mcgraw Hill Book Company.
- Vaughn, Stephen,** (2006). Freedom and Entertainment. Rating The Movies in an Age of New Media. USA: Cambridge University Pres.
- Yazıcı,A.N.,**(1999), Kamu Yayın Kurumları ve Yeniden Yapılanma, Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.
- Zettle H.**(2009). Television Production Handbook. Tenth Edition. USA, Wadsworth Cengage Learning.

İnternet Kaynakları

- Canlı Tv Fm** (2020) Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <http://tr.canlitv.fm/a-spor-hd-2-canli-izle/> adresinden alındı.
- Canlı Tv Fm** (2020) Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <http://tr.canlitv.fm/cnn-turk-hd-canli-izle/> adresinden alındı.
- Çiftçi TV** (2020) Ekran Görseli 01.01.2020 tarihinde <https://www.ciftciv.com/tr/canli-yayin> adresinden alındı.
- BengüTürk TV** (2020) Ekran Görseli 01.01.2020 tarihinde <https://www.benguturk.com/benguturk-canli-yayin> adresinden alındı.
- RTÜK**, (2020) Program Türleri Kod Kitapçığı: Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları, 01.01.2020 tarihinde Radyo Televizyon Üst Kurulu: <https://www.rtuk.gov.tr/program-turleri-kod-kitapcigi/3734/3034/program-turleri-kod-kitapcigi.html> adresinden alındı.
- RTÜK** (2009). Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması–2, RTÜK, Ankara. RTÜK Sitesinden 27 Ekim 2020 Tarihinde alınmıştır. <https://www.rtuk.gov.tr/duyurular/3788/8399/ust-kurul-tarafindan-belirlenen-kamu-spotu-ve-oncelikli-yayin-logolarina-iliskin-duyuru.html?Keyword=%C3%B6ncelikli%20yay%C4%B1n>
- TRT Net** (2020) Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <http://www.trt.net.tr/televizyon/akis.aspx?kanal=trt-haber&gun=0> adresinden alındı.
- TRT Net** (2020) Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <http://www.trt.net.tr/televizyon/akis.aspx?kanal=trt-cocuk&gun=0> adresinden alındı.
- Tv8.** (2020) Tv8 Yayın Akışı, 01.01.2020 tarihinde <https://www.tv8.com.tr/yayin-akisi> adresinden alındı.

ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : Osman YILMAZ
Doğum Tarihi ve Yeri : 15.01.1989 Yozgat
E-posta : osmnylmz89@gmail.com



ÖĞRENİM DURUMU:

- **Lisans** : 2012, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema
- **Yüksek Lisans** : 2020, İstanbul Aydın Üniversitesi, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Televizyon ve Sinema Yüksek Lisans Programı

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

Yaklaşık 11 senedir TV sektöründe bir çok birimde görev aldım. 5 yıl kadar Reji'de Ana Kumanda, Play Out, KJ, Resim Masası bölümlerinde çalıştım. Daha sonra yaklaşık 6 yıl kadar Yayın ve Program Planlama, Yayın Akışı Hazırlama birimlerinde Haber Merkezi'nde görev aldım. Şuan ise Program Müdürü olarak sektörde görevime devam etmekteyim.

Ödül: Bengütürk TV Yılın En İyi Çıkış Yapan Televizyon Kanalı

TEZDEN TÜRETİLEN YAYINLAR, SUNUMLAR VE PATENTLER:

<http://sssjournal.com/DergiTamDetay.aspx?ID=2076&Detay=Ozet>