

## Türkiye’de Televizyon Yayıncılığında Eğlencenin Egemenliği

N. TULAY ŞEKER\*

### Özet

Televizyon, etkisi ve yaygınlığı çok yüksek olan ve bu özelliklerinden dolayı da üzerinde sürekli tartışmaların yürütüldüğü bir araçtır. Televizyona iyimser bir açıdan bakanlar, aygıtı özellikle teknik üstünlüklerini ön plana çıkararak değerlendirir. Televizyon dünyayı küçük bir köy hâline getirmiştir. Televizyon aynı zamanda iyi bir eğitim, bir kültür, bir sanat aracıdır. Ayrıca televizyon aileye hitap eden seyirlik ve eğlencelik bir araçtır. Televizyona daha eleştirel bakan karşı görüş ise, televizyon içeriğinde eğlence olmasının kabul edilebilir olduğunu ancak asıl sorunun eğlencenin dozuyla ilgili olduğunu savunmaktadır. Televizyonda eğlence içerikli yapımlara çok yer verilmekte, hemen her türlü içerik eğlence olarak sunulmakta, izleyicinin olayla ilgili algısı da bu şekilde oluşmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye’de yayın yapan televizyon kanallarının prime time yayın akışları incelenerek eğlencenin akıştaki dağılımı tespit edilmiştir. İnceleme dönemi olarak 8-14 Haziran 2015 seçilmiştir. Bu tercihte Türkiye’de 7 Haziran seçimlerinin hemen ertesi haftası olması ve gündemde yoğun tartışmaların bulunması belirleyici olmuştur. Çalışmaya dahil edilen kanallar, haziran ayı izlenme oranlarında en üstte yer alan ilk 7 kanaldır. Kanalların prime time yayın akışları niceliksel içerik analizi yöntemiyle incelenmiş, çeşitli kategoriler oluşturulmuş, türler bu kategorilere yerleştirilerek değerlendirme yapılmıştır.

Elde edilen veriler, incelenen televizyon kanallarında eğlence programlarının diğer yapımlara göre daha ağırlıkta olduğunu ortaya koymuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Televizyon, Eğlence, Prime Time, İzlenme Oranı, Niceliksel İçerik Analizi.

\* Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi

## The Dominance of Entertainment on TV Broadcasting in Turkey

N. TÜLAY ŞEKER\*

### Abstract

Television is a medium which has a high level of influence and prevalence, and thus which is exposed to constant debates because of these features. The ones, who have an optimistic approach towards TV, evaluate it especially by featuring its technical superiorities. According to them, television has turned the world into a small village. At the same time, it is a medium of good education, culture and arts. Furthermore, it is a device of entertainment and sight which appeals to the families. Those, whose approach towards TV is more critical, assert that it is agreeable that television can include entertainment as a part of it, but the level of entertainment used in television is the problem to be solved. Television displays so many television productions with high levels of entertainment; nearly all kinds of programmes include elements of entertainment, and the perception of the viewer(s) on the phenomenon is constructed in this way.

This study ascertained the distribution of entertainment in the prime time broadcasting streaming of the television channels in Turkey. The selected period of the TV streaming in this study was June 8 to 14, 2015. The fact that this period was just the week after the Election Day in Turkey (on June 7) and the agenda was full of debates was the determinant for selecting the period which this study made an analysis of. The television channels which this study examined are top 7 channels in the rating list in June. The prime time streaming of the channels was studied through the quantitative content analysis, and then some categories were generated; the types of the programmes were evaluated after being distributed into these categories. The data acquired from this study put forth that the number of the entertainment programmes in TV channels analysed in this study exceeds that of the other types of TV programmes.

**Keywords:** Television, Entertainment, Prime Time, Rating, Quantitative Content Analysis.

---

\* Assoc. Prof. Akdeniz University

## 1. Giriş

Televizyon günümüzün en yaygın, güçlü ve hiç kuşkusuz en çok tartışılan kitle iletişim aracıdır. Tüm topluma ulaşan, görüntünün ve sesin gücünden kaynaklanan etkisiyle hem haber gibi ciddi kamusal içeriği iletmede, hem de eğlence ve kurmaca içerikle toplumun duygusal gereksinimlerini karşılamada başat rol televizyonundur. Diğer yandan Türkiye, televizyonun bu etki ve gücünün görece daha fazla deneyimlendiği bir ülkedir. Türk toplumunun televizyon izlemeye ayırdığı zamanın boyutu çeşitli araştırmalarda saptanmıştır. Televizyon yayınları Türk izleyicisinin gündeminde de önemli bir yer tutar. Toplum, okumaya ilişkin yatkınlığının olmaması nedeniyle izlemeye eğilimlidir. Haber ve benzer ciddi olaylara ilişkin tartışmaları televizyon üzerinden takip eden, demokratik tercihlerini televizyonda oluşan gündeme göre şekillendiren, eğlenceye dair gereksiniminin büyük bölümünü de aynı medya üzerinden gerçekleştiren bir toplum yapısı söz konusudur. Bu nedenle televizyon kanallarının yayın içeriği Türk toplumu söz konusu olduğunda daha da önem kazanmaktadır. Çok izlenen TV kanallarının kamusal olaylara ne ölçüde değindiği, nasıl bir çerçeve çizdiği, gündemi oluşturma konusunda ne kadar yetkin olduğu, bir medya niteliği sorunu olmaktan öte, ülkenin demokratik düzeyinin oluşumu ve gelişimi açısından da yaşamsal bir boyutta ortaya çıkmaktadır. Yayın içeriği konusunda en belirgin ve tartışmalı konu, eğlencenin ağırlığı ve belirleyiciliğidir. Ticari kaygılarla izleyiciye kolay benimsenen, eğlence ağırlıklı yapımlar sunulmaktadır. Bu noktadan hareketle, özellikle televizyonun en çok izlendiği prime time saatlerinde eğlence egemenliğinin söz konusu olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışma da işte bu eğlence ağırlığının ulaştığı boyutu somut verilerle saptamayı amaçlamaktadır. Çalışmanın temel araştırma sorusu;

“En çok izlenme oranına sahip Türk televizyon kanallarının prime time yayın akışında eğlence programlarının dağılımı nasıldır?”

İkinci araştırma sorusu ise;

“Eğlenceye dönük yayın içeriğiyle izlenme oranları arasında bağlantı var mıdır?” şeklindedir.

Bu doğrultuda ilk olarak, farklı dönemlerden ve farklı ekollerden olması gözetilmeksizin düşünürlerin televizyona dair olumlu ve olumsuz görüşleri derlenerek kuramsal bir çerçeve oluşturulmuştur. Ardından Türkiye’de televizyon yayıncılığının gelişim seyri ele alınmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında ise izlenme oranlarında ilk sıralarda bulunan 7 kanalın yayın akışının tür ve süre olarak dağılımı analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda kanalların izlenme oranları ile yayınladıkları eğlence programları arasındaki bağlantı ortaya konmuştur.

## 2. Televizyon Üzerine Tartışmalar

Latince kökenli bir sözcük olup “uzağı görmek” anlamına gelen televizyon, sözcük anlamıyla paralel olarak gerçekten de insanın görme duyusunun ulaşacağı en ileri aşamadır, görme yetisinin inanılmaz boyutlara erişmesidir. İnsanlara görüntüsü ve sesiyle ulaşan televizyon, zaman ve mekân sınırlılıklarıyla çizili gündelik yaşam deneyiminin sınırlarını geliştiren, geliştirmekle de kalmayıp bu deneyimin nitel ve nicel örüntüsünde önemli değişikliklere yol açan bir teknolojik olanaktır (Mutlu, 2008: 21).

Yaygınlığı ve etkisi çok geniş olan televizyon, kimi özelliklerinden dolayı övgüyle bahsedilen bir araçken, kimi özelliklerinden dolayı da eleştirilerin odağında yer almıştır. Çünkü televizyon çok boyutlu bir araçtır. Televizyon, hem bir endüstri, hem teknolojik bir araç, hem kültür ve sanat üretimi hem eğlence kaynağı hem de siyasal ve toplumsal bir kurumdur. Dolayısıyla televizyona ait bu değişik düzeylerin kendi özgül gereklilikleri vardır ve bu gereklilikler, televizyon iletişiminin sınırlarını belirlemektedir üstelik de bu belirleme birbirleriyle çelişebilen gerekliliklerin zorunlu birlikteliği sonucunda ortaya çıkmaktadır.

İyimser yaklaşımlara göre, televizyonu iyi yapan en önemli özellik, onun fiziksel ve teknik olarak sunduğu olanaklardır. McLuhan’a göre, televizyonun sunduğu bu olanak sayesinde insanlar kendi küçük çevrelerinin bir üyesi olmaktan çıkıp iyice küçülen dünyanın etkin bir üyesi olmaktadır. Yine televizyon endüstrisinin büyük çoğunluğu televizyonu, çok etkili bir eğitim, kültür, sanat aracı olarak niteleme eğilimindedir (Mutlu, 2008: 22).

Televizyon evrensel bir araçtır, bu nedenle eğitim işlevini özgür bir şekilde yerine getirir. Bu özgürlük, insanların hayal gücünü deneyimlemesini sağlar; bu da televizyonda yer alan dramlarla başarılı ve kapsamlı bir şekilde yapılır. Sinema ve radyonun yapamadığını televizyon yapmış, dramalara evrensel bir artırım katarak insanların daha yüksek bir seviyeye ulaşmasında önyak olmuştur. Televizyon toplumdaki standardı yükselterek birikimli bir izleyici kitlesi oluşturma çabası içine girmiş, bu çaba toplumda bulunan yüksek, orta ve düşük tabakaların birbirine yaklaşma eğilimi göstermesini sağlamıştır (Groombridge, 26).

Televizyon, insanların birbirini daha fazla sevmesini, daha iyi anlamasını sağlayamasa da diğer araçlarla kıyaslandığında daha eşit bir yönlendirme gerçekleştirdiği kabul edilen bir olgudur. Televizyon aracılığıyla değişik sınıf, ırk, inanışların farkına varılmaktadır. Değişik kültürleri evrensel olarak kaynaştırmış, bu sayede sosyal ve eğitimsel bir görevi yerine getirmiştir. Televizyon toplumda sözlü kültürün oluşturulmasında da etkin olmuştur (Groombridge, 27).

Televizyon, her gruptan izleyicinin kendine ait, içeriğinde kendini bulabileceği çeşitlilikte yapımlar sunmaktadır. Bir yandan diziler, seriyaller, güldürü dramaları, eğlence programları gibi popüler programlarla genel izleyici kitlesinin tümüne

hitap ederken, diğer yandan belli kültürel ilgiye sahip, sınırlı sayıda izleyici kitlesini de yakalamayı hedefleyen yapımlar yayınlanmaktadır (Kaplan, 1993: 35).

Televizyon, toplumsal yaşamın akışından, inişlerinden ve çıkışlarından soyutlanamayan önemli bir kültürel kurumdur. Televizyon zamandan ve mekândan bağımsız olamayan, izleyicinin içinde bulunduğu çevreyle, izleyiş süreciyle iç içe geçmiştir. Televizyondaki kurgusal türlerin öyküsü, izleyicinin bu türlerden çıkardığı anlam, kullanılan anlatım tekniğinden çok, izleyicinin içinde bulunduğu bağlamın ya da ortamın ürünüdür. Tüm bunlardan yola çıkarak televizyonun toplumun en merkezî kültürel dışavurum biçimlerinden biri olduğu söylenebilir (Kaplan, 1993: 15).

Televizyon her türlü söylemi kapsadığı için kendinden önceki sinema, radyo gibi araçları geride bırakarak insanların her türlü gelişmeyi takip ettikleri bir araç durumuna gelmiştir. Televizyon bu kapsayıcı söylemi nedeniyle kültürün her alanında etkili bir konuma yerleşmiştir (Postman, 1994: 105).

Televizyonun mevcut konumunu daha da güçlendirerek sürdürmesinde kendinden önceki iletişim formlarını sahiplenmesinin yanında kendinden sonrakilere de eklenilebilen yapısı etkilidir. Kendinden önceki sinemanın filmini, radyonun müziğini sahiplenmiş, kendinden sonraki multimedya ve internet ortamlarının temel yapılarında da yer bulmuştur (Kaya, 2001: 203).

Televizyona iyimser bakış açısıyla yaklaşılmasının bir diğer nedeni de onun aileye hitap eden seyirlik ve eğlencelik bir araç olarak algılanmasıdır. Televizyon evde diğer eşyalar gibi kendine ayrılan yerde durmakta, izleyiciler kendilerine ait olan mekânda seyirlerini gerçekleştirmektedir. Televizyonda yayınlanan kurmaca türlerin aileye hitap eden konuları, aile yaşantısını işleyen senaryoları izleyici gözünde televizyonun aileye ait konumunu güçlendirmektedir.

Televizyonla ilgili olumlu değerlendirmelerin karşısında olumsuz değerlendirmeler de bulunmaktadır. Olumsuz değerlendirmeler genellikle, televizyon tarafından iletilen içerikler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Televizyonun çok boyutlu bir iletişim aracı olduğunu da göz önünde bulundurarak eleştirilerin tek başına içeriğe yönelik olmadığını, içeriğin siyasal, toplumsal, ekonomik ve kültürel süreçlerle bağlantılı olarak ele alındığını belirtmek gerekmektedir (Mutlu, 2008: 22).

Televizyon özellikle kitle toplumu ve kitle kültürü kuramcıları tarafından ciddi eleştirilere maruz kalmıştır. Kitle toplumu kuramcılarının tümü kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisini olumsuzluğuna vurgu yapmış, sanayileşmenin ve teknolojik gelişmenin neden olduğu kültürel kirlenmeye odaklanmışlardır. Bu kuramcılar, “yüksek kültür”-“kitle kültürü” şeklindeki kültürel düzlem ikililiğinden “seçkin” ve “seçkin olmayan” şeklindeki toplumsal ve siyasal düzlem ikililiğine kadar uzanan değerlendirmeler yapmıştır. Sanayi ve teknolojik gelişmeler, kültürel ve toplumsal eşitsizlikleri kitle kültürü ve seçkin olmayanlar

lehine sarmış, yüksek kültürün kirlenmesine neden olmuştur. Kitle toplumu üyelerinin eğitim ve kültür düzeyi düşüktür, bu kitle kültürü insanların beğenilerini asgari müşterek düzeyinde konumlayacak şekilde biçimlendirmekte, sıradanlık, zihinsel rahatlık, edilgenlik ve kaçış özendirilmektedir. Bu görüş televizyonu da kitle kültürünün başlıca etkeni olarak görmektedir, televizyon kitle kültürünün üretici kurumlarından başlıcasıdır. Televizyon yayıncılığında temel amaç kazanç sağlamaktır ve bu amaçla parayı ödeyen izlerkitlenin istekleri yerine getirilir. Kitlesele izleyicinin talepleri de düşük bir beğeni ölçüsünü yansıtan, derinliği olmayan, eğlendirici, sadece zaman geçirmeye yönelik, gerçek yaşamdan kaçmaya elveren ürünlerden oluşmaktadır (Mutlu, 2008: 23).

Baudrillard (1991: 20), televizyonun tüketim toplumundaki önemini benzer bir yaklaşımla dile getirmektedir. Tüketim toplumunun bir ürünü olan televizyon nesne olarak kodlanmış bir toplumsal statü unsurudur. Nesne olarak televizyon farklı sınıf fraksiyonları arasında kültürel farklar inşa etmektedir, burada televizyonun kültürel işlevi ikincil öneme sahiptir. Ev içi ortamlarda televizyonun fiziksel konumu bazı statü farklarını ifade eder; alt sınıf evlerde oturma odası genellikle ilk göze çarpan şey hâline gelen televizyon setinin etrafında düzenlenmektedir. Buna karşın yüksek kültüre ait evlerde burjuvazinin televizyon setlerini saklama ve gizleme yönünde eğilimi vardır. Bunun nedeni, televizyonun bayağılık göstergesi ve kitle kültürü olarak görülmesidir.

Kitle kültürü eleştirilerinin diğer bir tarafını oluşturan Frankfurt Okulu kuramcıları da kitle iletişim araçlarına yönlendirdikleri eleştirilerde “kültür endüstrisi” kavramını kullanmıştır. İleri kapitalist toplumlarda kitle iletişim araçları birer kültür endüstrisi hâline gelmiştir ve onların ürettiği kültür de gerçek değil, şeyleşmiş yapay bir kültürdür. Kültür endüstrilerince yayılan kitle kültürünün özgün, kendiliğinden hiçbir yönü yoktur. Sanat metalaşmış, diğer tüketim mallarından farkı kalmamıştır, sanat da kitle kültürüyle birlikte toplumsal hiyerarşiye itaatin gerekliliklerini anlatır olmuştur. Frankfurt Okulu kuramcılarının kitle kültürü eleştirisi daha çok bu yapay kültürün toplumsal adaletsizliklerin sürüp gitmesine yönelik işleviyle ilgilidir. Ancak her iki yaklaşımın eleştirileri de genelde televizyon öncesi kitle iletişim araçlarına yönelik olmakla birlikte televizyon için de geçerlidir. Televizyon tarafından üretilenler yüksek kültürü tehdit eden veya var olan düzenin devamını sağlayan yapay bir içeriktir. İzleyici edilgen bir konumda bu içeriğe maruz kalmaktadır, kültür endüstrilerinin içeriği bu edilgen izleyiciyi manipüle etmektedir.

Postman (1994: 90) da televizyonun toplumsal hayatta çok etkin bir araç olduğuna dikkat çekerek on dokuzuncu yüzyıl sonu ve yirminci yüzyıl başı iletişim medyasının bir “ce-ee” dünyası yarattığını ifade etmiştir. Televizyon, kendinden önceki telgraf ve fotoğrafının yapamadığını yapmış, görüntünün gücünü de

kullanarak evlere girmiş, insanların bu “ce-ee” dünyasında yaşamalarına yol açmıştır. Televizyonun kontrol edilemez bir şekilde insan hayatına nüfuz ettiğini belirten Postman, en ufak çocukların dahi televizyon izlemekten alıkonulamayacağını, en berbat yoksulluğun bile televizyondan vazgeçmeyi gerektirmeyeceğini, en yüce eğitim sisteminin bile televizyonun belirleyiciliğinden kurtulamayacağını ve kamuoyunu ilgilendiren politika, haber, eğitim, din, bilim, spor gibi tüm konuların televizyonun ilgi alanının dışında kalmayacağını vurgulamaktadır. Bu doğrultuda kamuoyunun bu konuları kavrayış biçimi de tamamen televizyonun yönelimine göre şekillenmektedir.

Televizyon aynı zamanda bir kumanda merkezi gibi faaliyet göstermektedir. Önü çeken bir iletişim aracı olarak diğer medya araçlarından yararlanışımızı televizyon belirlemede, hangi kitabın okunacağına, hangi filmin seyredileceğine, hangi gazetenin, derginin alınacağına televizyon karar vermektedir. Televizyonun gücü enformasyon ve eğlence aracı olarak o kadar büyümüştür ki daha önceki tüm enformasyon ve medya araçlarını değiştirmiştir (Williams, 2003: 3).

Televizyon izleyicilere, programlardan reklamlara kadar uzanan çeşitlilikte tema sunmakta ve tüm bu sunulan içerikle büyük oranda izleyiciyi duygusal bakımdan hoşnut etmek amaçlanmaktadır. Amerikan televizyonunun bütünüyle izleyicilerine eğlence malzemesi sunmayı amaç edindiğini belirten Postman (1994: 99), sorunun televizyonun eğlendirici bir araç olması değil, eğlenmeyi her türlü deneyimin doğal çerçevesi hâline getirmesi olduğunu belirtmektedir. Yani sorun, televizyonun eğlendirici temalar sunması değil, bütün temaların eğlence olarak sunulmasıdır.

### 3. Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı

Türkiye’de televizyon yayıncılığıyla ilgili ilk denemeler İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) tarafından başlatılsa da karasal televizyon yayınının daha geniş kitlelere ulaştırılması TRT yayınıyla gerçekleşmiştir. 31 Ocak 1968 yılında başlayan TRT yayını (Turam, 1996: 5-6) Ankara’da yaşayan 1 milyon 270 bin kişi tarafından izlenmiş, Ankara Televizyonu’nda başlayan yayınlar daha sonra İzmir ve İstanbul Televizyonlarınca da sürdürülmüştür (Aziz, 1996:147).

TRT’nin yayını 1974 yılında haftada 5 gün ve toplam 20 saate ulaşmış, aynı yılın mart ayında haftada 6 güne, nisan ayında da 7 güne çıkmıştır. 1984 yılında renkli yayına geçilmiş ardından TRT’ye bağlı yeni kanallar yayın hayatına başlamıştır. 1986’da TRT 2, 1989’da TRT 3, TRT GAP, 1990’da Avrupa’ya yönelik yayın yapan TRT-Int., TRT 4, 1992’de Türkî Cumhuriyetlere yönelik TRT Avrasya yayınları başlatılmıştır (Uyguç ve Genç, 1998: 79). 2008 yılında TRT 4’le aynı frekanslı yayın yapan TRT Çocuk kurulmuş, 1 Ocak 2009 tarihinde de TRT 6 kanalı yayına başlamıştır. TRT 2 kültür ve sanat ağırlıklı olarak başladığı yayınına 2001

yılından itibaren haber ağırlıklı olarak devam etmektedir. TRT 1 ise genel izleyici kitlesine hitap eden bir anlayışla yayıncılığını sürdürmektedir.

TRT’nin yayın politikasında anayasa ve yasalar çerçevesinde çizilen sınırlar belirleyici olmuştur. 1961 Anayasası’nda özerk bir kuruluş olarak tanımlanan TRT, tartışmalı bir sürecin ardından 1971 Anayasası’nın 121. maddesinin değiştirilmesi sonucunda özerkliğini yitirmiştir. Özerkliği kaldırılan kurumun tarafsız da olamayacağı yönünde tartışmalar devam etmiş, TRT yayınlarına bu tartışmaların gölgesinde devam etmiştir. Özellikle iktidar ve muhalefet partilerinin tarafsızlık ilkesini kendi menfaatleri doğrultusunda kullanma girişimleri siyasette yozlaşmaya neden olmuş, TRT ekranı bir şov ekranına dönüşmeye başlamıştır. Tarafsızlık kavramının siyasetçiler tarafından sadece siyaset ekseninden değerlendirilmesi TRT’nin toplumdaki diğer kurumlara, gruplara, sivil örgütlenmelere, cinsiyetlere karşı tarafsızlığını da geri plana itmiştir (Mutlu, 1999: 21).

TRT’nin yayıncılık anlayışı televizyonun en önemli ve etkili ürünlerinden biri olan haberlerde kendini ortaya koymaktadır. Televizyon haberciliğiyle ilgili yapılan bir içerik analizi TRT’nin, haberleri türlerine göre dengeli bir şekilde dağıttığını ancak politik ve protokol haberlerine sayı ve süre olarak fazla yer ayırdığını tespit etmiştir. Sunuş formel, konuşmalar resmî, süre uzundur. Böylece uzun ve sıkıcı haber bültenleri ortaya çıkmaktadır (Öztürk, 1996: 1096).

1990’lı yılların ilk yarısında Türkiye’de önemli gelişmeler yaşanmış, radyo televizyon yayıncılığında devlet tekelinin durgun sularından ticari rekabet ortamının firtınalarına geçilmiştir (Şahin, 1996: 191). Türkiye’de henüz özel televizyon yayıncılığıyla ilgili yasal düzenlemeler bulunmadığı için ilk özel televizyon kanalı olan Magic Box Star 1 ilk yayını yurt dışından yapmış, uydu üzerinden yapılan bu yayın küçük çanak antenlerle izlenmiştir. Ardından Tele-On, Show TV, Kanal 6, HBB gibi kanallar 1992’den itibaren uydu üzerinden yayın yapmıştır. Show TV’ye bağlı olarak kurulan ve başlangıçta şifreli olan Cine 5 ise 1993 yılında yayına başlamıştır. Aynı yıl ATV, Kanal D, yayına başlamıştır. İlk haber kanalı olan NTV 1996 yılında yayına geçmiştir (Özçağlayan, 1998: 209). Diğer bir haber kanalı Habertürk 2001 yılında kurulmuştur. 1990’lı yıllar boyunca Kanal 7, STV, Kral TV, TV 8, Flash TV kanalları yayına başlamıştır. 2000’li yıllarda da TV5, yabancı sermaye sahipliğindeki Fox TV, yabancı ortaklı TNT, Kanal 24 gibi kanallar kurulmuştur (Dursun ve Alemdar, 1999: 127).

Özel kanalların yayına başlamasıyla izleyiciler hem o zamana kadar hiç görmedikleri kadar kanal hem de içerik çeşitliliğiyle karşılaşmıştır. Kanalların yayına başladığı 1990’lı yıllarda Türkiye “rating” kavramıyla tanışmış, özel yaşam, kişilik hakları, medya terörü ve halkın gerçekleri öğrenmesi gibi kavramlar tartışma gündemine girmiştir (Şahin, 1996: 191-195).



Özel televizyon yayınlarının gerek içerik, gerek sunuş tekniği, gerekse kullanılan dil açısından o zamana kadar bilinenden çok farklı olduğu görölmüştür. Kanalların yasal boşluklardan yararlanarak ve herhangi bir izne tâbi olmadan yayına başlamaları, kendilerini sorumlu hissedecekleri herhangi bir kurum ve kuruluşun olmaması, yayınlarda alabildiğine bir serbestlik ortamı yaratılmasına neden olmuştur (Aziz, 1999: 139).

Başta Show TV olmak üzere özel kanallar, o güne kadar Türkiye’de TRT’ye uygulanan sansürden dolayı dışlanan Türk filmlerini, formatları yurtdışından satın alınan yarışma programlarını, Türk izleyicisinin henüz tanımadığı Reality Show’ları, *anchorman*lerin sunduğu haber programlarını ekranlara taşımış ve geniş kitleleri çekmiştir (Çolakoğlu, 1996: 93).

Kitlelerin ilgisinin önemli bir nedeni, yıllardır tekel durumunda kamu hizmeti olarak ve siyasilerin baskısı altında başta haberler olmak üzere tek düze yayın anlayışına sahip olan, sansasyonel yayıncılıktan her zaman uzak duran TRT yayınlarıdır. Tekdüzelikten sıkılan TRT izleyicileri bu izinsiz televizyon yayınlarını kısa sürede benimsemiştir (Aziz, 1999: 140)

Özellikle sık başvurdukları canlı yayınlarla farklı bir format sunan özel televizyonlar, yayınlarda eğlenceye ağırlık veren bir yol izlemiştir. ABD televizyon yayıncılığında görölen eğlence ağırlıklı yayın anlayışı, özel kanallar tarafından kopya edilmiş, yayınların büyük bölümü eğlence türü programlarla doldurulmuştur. Dışarıdan alınan yerli ya da yabancı müzik yapımları, show programları, yarışma formatları bunlara örnek olarak gösterilebilir.

#### 4. Televizyon Kanallarının Yayın Akışı Analizi

Bu çalışmada, Türkiye’de yayın yapan ve en çok izlenme özelliğine sahip olan 7 kanalın prime time’daki yayın içeriği analiz edilmiştir. Prime time, tüm aile bireylerinin televizyon izleme olanağına sahip olduğu akşam 19.00 ile 23.00 saatlerini arasını kapsayan, televizyon kanalları açısından en değerli zaman dilimidir. Tecimsel sistemlerde, yapım maliyeti ve saygınlık bakımından en önde gelen yapımlar bu zaman diliminde yayına verilir ve bu, izleyici sayısının gün boyunca en üst düzeye ulaşması anlamına gelir. Kamusal televizyonculukta da prime time önemli bir dilimdir; çünkü bu zaman diliminde kamusal televizyon kanalları varlık sebeplerine uygun olarak en etkili mesajlar içeren programlarını, ulaşabilecekleri en çok izleyiciye aktarma imkânına sahip olurlar (Mutlu, 1999: 14).

Çalışmanın amacı, özellikle herkesin ekran karşısında olduğu bu zaman diliminde izlenme oranlarında en tepede bulunan 7 kanalın yayın içeriğinde eğlenceye ne kadar yer ayrıldığını tespit etmektir. Bu kanallar, TV8, Fox TV, Star TV, Kanal D, ATV, Show TV, TRT 1 şeklinde sıralanabilir. Analiz kapsamında kanalların 8-14 Haziran 2015 haftasında prime time yayın akışları incelenmiştir. Özellikle

le bu haftanın seçilme nedeni, Türkiye’de 7 Haziran 2015’te yapılan Genel Seçimlerin hemen ertesi haftası olması, gündemde oldukça önemli tartışmaların, seçim sonuçları değerlendirmelerinin yer almasıdır. Türkiye açısından bu denli önemli olan bir haftada en çok izlenme oranlarına sahip kanalların prime time yayın akışı, hem kanalların politikası hem de izleyicinin eğilimi açısından veriler sunacaktır.

Çalışmada ilk olarak, haziran ayının ilk yarısında prime time’da en çok izlenme oranına sahip kanalların verilerine ulaşılmıştır. Bu listelerde en tepede yer alan ilk 7 kanalın geçmişe dönük yayın akışlarına internet üzerinden erişilmiş, kanalların günlük yayın akışının en önemli kısmını oluşturan prime time programları inceleme kapsamına alınmıştır. Bu programları analiz ederken niceliksel içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Analiz, oluşturulan iki varsayımı sınamak üzere uygulanmıştır. Bu varsayımlar şu şekilde sıralanabilir:

1. Türk televizyon kanallarının prime time yayın akışlarında eğlence içeren programlar ağırlığı oluşturmaktadır.
2. Prime time’da eğlenceye ağırlık veren Türk televizyon kanalları daha çok izlenmektedir.

Niceliksel içerik analizi ilkeleri doğrultusunda öncelikle programlar türlerine göre ayrıştırılmış, ardından ilgili haftada kanala ait prime time zaman diliminde hangi tür programın kaç kez yayınlandığı saymaca yöntemiyle tespit edilerek tablolaştırılmıştır. Amaç, televizyonun belirlenmiş pek çok fonksiyonu yanında fonksiyonlarından biri olan eğlencenin öne çıkma oranını analiz etmektir.

Programları türlerine göre ayırırken Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) İzleme ve Değerlendirme Merkezi Başkanlığının televizyon program türlerine ilişkin sınıflandırması esas alınmıştır. Reklamlar bu çalışmanın doğrudan konusu olmadığı için bu kategori devre dışı bırakılmıştır. Bu türler;

- Haber programları; haber bülteni, hava ve yol durumu, ekonomi bülteni, haber programları, yorum programları ve güncel programlar.
- Spor programları; spor bülteni, spor karşılaşmaları, spor haber programları, spor belgeselleri, spor magazin programları ve spor eğitim programları.
- Kültür programları; belgeseller, bilgi-kültür yarışmaları, sanat programları, sohbet programları ve gösteri sanatı ile ilgili programlar.
- Dinî ve moral programlar; dinî tören yayınları, dinî ve moral sohbet programları, dinî eğitim programları.
- Eğitim programları; çocuk programları, örgün eğitim programları, yaygın eğitim programları, eğitim spotları, bilgi-beceri programları, sağlık programları ve gençlik programları.
- Bilgilendiren/Eğlendiren programlar; kuşak programlar, yaşam tarzı ve eğilimleri ile ilgili programlar, yarı belgesel programlar.

- Gerçek insan yaşamından yola çıkılarak hazırlanan programlar ve belgeseller; reality show programları, direnç yarışmaları, gerçek yaşam hikâyelerinden oluşan programlar.
- Dramatik programlar; dramatik diziler, çizgi filmler, dramatik belgeseller, sinema ve televizyon filmleri.
- Müzik programları; Türk Halk Müziği programları, Türk Sanat Müziği programları, popüler müzik programları, video-klip yayını ağırlıklı programlar, çok-sesli müzik programları, konser yayınları ve müzik sohbetleri.
- Eğlence programları; magazin programları, blok eğlence programları, dramatik öğeler içeren eğlence programları, yarışmalar, gösteriler, talk showlar yer almaktadır.
- Program tanıtımları; fragmanlar.
- Diğer tür programlar; önemli olayların naklen yayınları, yayını bir defaya mahsus münferit programlar.

#### 4.1. Televizyon Kanallarının 1-15 Haziran 2015 Prime Time İzlenme Payları

Aşağıdaki prime time izlenme payları tablosunda saat aralığı 18.00-23.59 olarak gösterilmiştir. Bu çalışmada prime time'in başlangıcı olarak haber bülteni yayınlayan kanalların ana haber bültenlerinin başlama saati alınmış, haber bülteni yayınlamayan TV8 kanalının prime time aralığı da diğer kanallarla eş tutulmuştur.

**Tablo 1.** Televizyon Kanallarının 1-15 Haziran 2015 Prime Time İzlenme Oranları (<http://www.connectedvivaki.com>)

1-15 HAZİRAN 2015 KANALLARIN İZLENME PAYLARI (%) PRIME TIME (18.00-23.59)				
Kanal	Tüm Kişiler	AB	Kadın 20+	Erkek 20+
TV8	12,93	14,17	13,06	11,01
FOX TV	10,44	10,81	11,95	9,10
STAR TV	9,55	8,76	10,82	8,59
KANAL D	8,00	8,47	8,05	8,16
ATV	7,18	7,28	7,41	7,75
SHOW TV	6,52	6,04	6,53	6,18
TRT 1	4,25	6,07	3,83	4,92

Tabloda da görüldüğü gibi kanalların prime time izlenme payları, tüm kişiler, AB (eğitim düzeyi ve sosyal statüsü daha üst düzeyde olan grup), 20 yaş üstü kadınlar ve 20 yaş üstü erkekler esas alınarak ölçülmüştür. Tabloya göre TV8 1-15 Haziran arasında tüm gruplarda en çok izlenen kanal durumundayken TRT 1 tüm gruplarda 7. sırada izlenen kanal olmuştur.

#### 4.2. Prime Time’da Yayınlanan Programların Türlere Göre Dağılımı

Tüm kanalların ve tüm haftanın verileri aşağıdaki tek tabloda toplanmıştır. Tabloda sadece türler ve bu türlerin sayısal miktarına değinilmiş, tablo dışında kalan konularla ilgili veriler metin olarak aktarılmıştır.

**Tablo 2.** Prime Time’da Yayınlanan Program Türlerinin Haftalık Dağılımı

Kanal	Prime Time’da Yayınlanan Program Türlerinin Haftalık Dağılımı						
	Haber ve Haber Programları	Dramatik Programlar	Spor Programları	Eğlence Programları	Kültür Programları	Gerçek İnsan Yaşamından Yola Çıkılarak Hazırlanan Prog. ve Belgeseller	Dini ve Moral Programlar
TV8	-	3	-	2	-	6	
FOX TV	7	13	-	-	-	-	
STAR TV	7	17	-	2	-	-	
KANAL D	7	12	-	1	-	-	
ATV	7	6	-	4	3	-	1
SHOW TV	7	9	2	4	-	-	-
TRT 1	7	14	-	-	2	-	1

İnceleme kapsamında olan ve haziran ayı izlenme oranlarında ilk sırada yer alan TV8 kanalında haber yayını olmadığı, prime time’ın tamamını kapatacak şekilde gerçek insan yaşamını ele alan yarışma programlarının yayınlandığı görülmektedir. Yarışma programı haftanın dört günü tüm ana yayın kuşağını (prime time) kapatmıştır. Yarışma programı haftanın altı günü prime time’da yayınlanmış, bu günlerin sadece ikisinde yarışmadan sonra başka bir program yayına girmiştir. Bu programlar yerli, yabancı filmler ve talk show’dur.

İnceleme haftası izlenme oranlarında ikinci sırada yer alan Fox TV, haftanın her günü prime time’ın başında haber bülteni yayınlamaktadır. Ana kuşağın kalan kısmında da dizi, yerli ve yabancı film gibi dramatik programlara ağırlık

veren kanalda tekrar dizilerin yayınlandığı da gözlemlenmiştir. İlgili haftada 8 yerli dizi, 5 yerli ve yabancı film olmak üzere toplamda 13 dramatik yapımın izleyiciyle buluştuğı görlmştr.

İzlenme oranlarında üçüncü sırada yer alan Star TV de ilgili haftada dramatik televizyon programlarına ağırlık veren bir yayın akışı sunmuştur. Kanalda prime time, haftanın her akşamı ana haber blteniyle başlamış, ardından dizi, yerli veya yabancı film, eğlence programı gibi türler ekrana getirilmiştir. Kanalda bir haftada 13 dizi, 4 sinema filmi, 1 yarışma ve 1 magazin programı yayına girmiştir. Hafta sonu hariç prime time'da her akşam iki dizinin yayına girdiğı görlmştr.

İncelenen haftanın dördüncü izlenen kanalı olan Kanal D, ana haber blteniyle başladığı prime time'da ağırlıklı olarak dramatik tür olarak adlandırılan dizi ve filme yer vermiştir. Analiz haftasında kanalda eğlence kategorisinde değerdendirilen 1 yarışma programının yayınlandığı gözlemlenmiş. Bu yayında her akşam prime time'da iki yapıma yer verilmiş, bunlar da genellikle bir dizi ve bir filmden oluşmuştur. Toplamda 12 dramatik program yayın akışında yer almıştır.

Prime time izlenme oranlarında beşinci sırada yer alan ATV'nin program türleri açısından çeşitlilik sunduğı söylenebilir. Kanalin haftalık yayın akışındaki yapımlar 5 ayrı kategoriye yerleştirilerek analiz edilmiştir. Her akşam ana haber blteniyle başlayan prime time'da diziden filme, yarışma programından dinî programa uzanan çeşitlilikte yapımlar yer almaktadır. İnceleme haftasında prime time haberle başlamış, 1 film ve 5 diziden oluşan 6 dramatik yapım, 4 eğlence programı, 3 bilgi-kültür yarışması, 1 dinî program yayına girmiştir. Programların günlere dağılımına bakıldığında haftanın beş günü dizi yayınlandığı, dizi yayınından sonra yarışma, talk show, dinî sohbet programlarının ekrana geldiğı görülmektedir. Diğder iki gün ise yarışma ve film yayını olmuştur.

En çok izlenen yedi kanal arasında altıncı sırada yer alan Show TV'nin prime time yapımlarını 4 kategoride toparlamak mümkündür. Haftanın her günü haber blteniyle başlayan prime time'da 3 film ve 6 diziden oluşan 9 dramatik yapım, 4 eğlence programı ve 2 spor programı yer almıştır. Kanalda haber dışında her akşam 2 yapım yayına girmiş, bu ikililer eğlence programı-dizi, spor programı-film, dizi-tekrar dizi, dizi-yarışma, eğlence programı (güldürü-yarışma), şeklinde sıralanabilir.

İnceleme kapsamına alınan son kanal TRT 1'de prime time'da yayınlanan yapımlar 4 kategoride toplanmıştır. Bunlar; prime time'ın başında yayınlanan ana haber bülteni, film den ve dizilerden oluşan dramatik yapımlar, kültür programları, dinî ve moral programlar şeklinde belirlenmiştir. Hafta boyunca kanalda haber bültenleri dışında 10 dizi, 4 yerli ve yabancı film, 2 bilgi-kültür programı, 1 dinî program yayına girmiştir. Programların günlere dağılımına bakıldığın-

da haftanın bir günü dışında her gün bir ya da iki dizi yayınlandığı, genellikle diziye film, bilgi programı, dinî programın eşlik ettiği görülmektedir.

### 4.3. Televizyon Programlarının Süre Olarak Dağılımı

Televizyon kanallarının prime time’da yayınladığı programların süre olarak dağılımı da önemli veriler sunmaktadır. Programların haftalık süre dağılımı alınırken başlangıç olarak haber bülteninin başlama saati, bitiş olarak ise 00.00 saati alınmıştır. Zaman aralığının bu şekilde tutulma nedeni, yukarıda da değinildiği üzere izlenme oranları alınırken kullanılan aralık olmasındandır. Özellikle prime time’ın sonuna doğru yayına giren programların bitiş saati değil, zaman aralığına kadar giren kısmı süre toplamına dâhil edilmiştir. Veriler yayın akışından alındığı için reklam kuşakları ya da program tanıtımları (fragman) da toplam süre içerisinde ele alınmış, herhangi bir ayrıştırma yapılmamıştır.

**Tablo 3.** Prime Time Programlarının Haftalık Süre Dağılımları

Kanal	Prime Time’da Yayınlanan Program Türlerinin Haftalık Toplam Süreleri (dakika)						
	Haber ve Haber Programları	Dramatik Programlar	Spor Programları	Eğlence Programları	Kültür Programları	Gerçek İnsan Yaşamından Yola Çıkılarak Hazırlanan Prog. ve Belgeseller	Dini ve Moral Programlar
TV8	-	255	-	120	-	1425	-
FOX TV	450	1650	-	-	-	-	-
STAR	345	1725	-	240	-	-	-
KANAL	420	1485	-	195	-	-	-
ATV	525	1205	-	375	60	-	40
SHOW	570	1080	135	465	-	-	-
TRT 1	420	1555	-	-	105	-	60

TV8 haber yayını yapmayan bir kanaldır ve prime time’ın tamamını eğlence kategorisine yerleştirebileceğimiz yapımlara ayırmaktadır. Dizi ve filmlerden oluşan dramatik programlara 255 dakika, eğlence programlarına 120 dakika, direnç yarışması olarak kabul edilen yapıma da 1425 dakika ayırmaktadır. Tüm

veriler bir araya getirildiğinde kanalın haftalık 1800 dakikayı eğence içerikli programa ayırdığı, başka bir program türüne yer vermediği görülmektedir.

Fox TV yayınından elde edilen haftalık veriler değerlendirildiğinde kanalın, haftalık yayın akışında 450 dakikayı haber bültenine ayırdığı, buna karşılık eğence kategorisinde değerlendirilen dizi ve filmlerden oluşan dramatik yapımlara toplam 1650 dakika ayırdığı görülmektedir. Kanalda iki türün dışında herhangi bir yapıma rastlanmamıŐtır.

Star TV'nin prime time verileri incelendiğinde, haftalık toplam 345 dakikanın haber bültenine ayrıldığı, eğence içeriğinden oluşan yapımların ise haftalık toplam 1965 dakikayı kapsadığı söylenebilir. Bu toplamda, dizi ve filmlerden oluşan dramatik yapımlar 1725 dakika, eğence programları ise 240 dakikalık süreyi oluŐurmaktadır.

Kanal D'nin de sreler biraz farklılaŐmakla birlikte Star TV'yle aynı kategorilere yayın akışında yer verdiği gözlemlenmiştir. Kanalın haftalık toplam 420 dakikayı haber için ayırdığı, dramatik yapımlara 1485 dakika yer verdiği, eğence programlarının ise haftalık yayın akışında 195 dakika yer tuttuğu bulgulanmıştır. Veriler bir araya getirildiğinde kanalın haftalık toplam 1680 dakikayı eğence kategorisindeki yapımlara ayırdığı görülmektedir.

ATV'nin prime time'daki süre dağılımlarına bakıldığında, haber bülteni ve bilgi-kültür programı kategorisindeki yapımlara toplam 585 dakika ayırdığı, eğence kategorisinde değerlendirilen dramatik programlara ve eğence programlarına toplam 1620 dakika yer verdiği gözlemlenmiştir. Bu toplamın 1205 dakikasını dizi ve filmlerden oluşan dramatik yapımlar, 375 dakikasını ise eğence programları oluŐurmaktadır. Kanalda dinî ve moral programlara da 40 dakika ayrılmıŐtır.

Show TV'nin prime time yayın akışı süre dağılımında dört kategorinin verileri esas alınmıştır. Kanalda ana yayın kuşağının 570 dakikasını haber bültenine, 135 dakikasını da spor karŐılaŐması ve spor programına ayrılmıŐtır. Kanal, dizi ve filmlerden oluşan dramatik programlara 1080 dakika, eğence programlarına ise 465 dakika ayırmaktadır. Bu verilerden yola çıkararak kanalın eğence kategorisine giren yapımlara toplam 1545 dakika ayırdığı söylenebilir.

İnceleme kapsamına alınan son kanal TRT 1'de dört ayrı program kategorisinin süre dağılımına bakılmıŐtır. Elde edilen veriler, kanalın haftada toplam 525 dakika bilgi içerikli yayın yaptığını ortaya koymuştur. Bu toplamın 420 dakikasını haber bülteni, 105 dakikasını kültür programları oluşturmuştur. Din ve moral programların haftalık toplam süresi 60 dakikadır. TRT'nin eğence kategorisinde değerlendirilen, dizi ve filmlerden oluşan dramatik yapımlara haftada toplam 1555 dakika yer ayırdığı bulgulanmıştır.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

8-14 Haziran 2015 haftasının prime time yayın akışlarını izlenme oranlarına göre en üst sıralarda yer alan 7 kanalı esas alarak inceleyen bu çalışma, kanalların akışlarında eğlenceye ne kadar yer verdiklerini bulgulamayı amaçlamıştır. Bu doğrultuda izlenme oranlarıyla yayın içeriği arasındaki ilişkiye odaklanmak da mümkün olmuştur.

Elde edilen veriler yayın akışında ayrılan toplam süre olarak değerlendirildiğinde, izlenme oranlarında üçüncü sırada yer alan Star TV’nin hem yapım sayısı hem de süre olarak eğlence kategorisindeki programlara en çok yer veren kanal olduğu bulgulanmıştır. Kanalda haftalık toplam 19 yapım yayınlanmış, bu yapımların 17’sini diziler oluşturmuştur. Bu eğlence içerikli yapımların toplam süresi 1965 dakikadır.

Yayın akışında süre olarak eğlence içerikli yapımlara ikinci sırada yer veren kanal TV8’dir. İzlenme oranlarında da en üstte bulunan bu kanalda yapım sayısı 11 olduğu hâlde, bu yapımların toplam süresi 1800 dakikadır. TV8 haftalık akışta 3 dramatik yapıma yer vermiş, bunun yanında direnç yarışması olarak adlandırılan ve gerçek insan yaşamını konu alan 6 yapıımı ekrana getirmiştir. Yapım sayısı az olmasına rağmen ayrılan sürenin uzun olmasının nedeni, direnç yarışmasının prime time’ın tamamını kapatacak uzunlukta olmasından kaynaklanmaktadır.

Kanal D izlenme oranlarında dördüncü sırada yer almakta ancak eğlence kategorisinde yer alan yapımları yayınlama süresi açısından üçüncü sırada bulunmaktadır. Kanalın prime time’da eğlenceye ayırdığı süre 1680 dakika olup 12’si dramatik türden oluşan toplam 13 eğlence içerikli yapıma yer verilmiştir.

İzlenme oranlarında ikinci sırada yer alan Fox TV, eğlence kategorisindeki yapımlara ayrılan süre olarak dördüncü sırada yer almıştır. Kanalın ayırdığı süre 1650 dakika olarak ölçülmüş, türlerin dağılımına bakıldığında ise içeriğin tamamının dramatik programlar olan dizi ve filmlerden oluştuğu görülmüştür. Dramatik yapımların toplam sayısı 13’tür.

Haziran ayı izlenme oranlarında beşinci sırada yer alan ATV’nin yayın akışında bilgi yarışmalarına da yer verdiği ancak bu kanalda da eğlence kategorisinin ağırlığını hissettirdiği gözlemlenmiştir. Kanalın bilgi-kültür programlarına ayırdığı süre 60 dakika iken eğlence yapımlarına 1620 dakika ayrıldığı bulgulanmıştır. Kanal bu haftalık toplam süreyle eğlence içeriğine en çok yer veren kanal sıralamasında beşinci sırada yer almıştır. Eğlence kategorisinde yer alan 10 yapımın 6’sını dramatik programların oluşturduğu bulgulanmıştır.

İzlenme oranlarında yedinci sırada yer alan TRT 1’in prime time’da kültür programlarına da yer verdiği ancak ağırlığın bu kanalda da eğlence kategorisinde olduğu bulgulanmıştır. TRT 1, 1555 dakika toplam süreli eğlence programla-



riyla altıncı sırada yer almış, kanalda yer alan eğlence kategorisindeki 14 yapının tamamı dramatik programlardan oluşmuştur. Kanalda haber bültenine ayrılan süre dışında 105 dakika kültür programı, 60 dakika da dinî ve moral programın yayınlandığı görülmüştür.

Haziran ayı izlenme oranlarında altıncı sırada yer alan Show TV, bu çalışmada yapılan eğlence kategorisi sıralamasında yedinci sırada yer almıştır. Sıralamada esas alınan eğlence programlarının toplam süresi açısından bakıldığında, prime time yayın kuşağının 1545 dakikasının eğlence içerikli yapıma ayrıldığı bulgulanmıştır. Programların türlerine göre dağılımı ise kanalda 13 eğlence içerikli yapının yer aldığını bunun da 9'unun dramatik yapımlardan oluştuğunu göstermektedir.

Tüm bu verilerden yola çıkarak, izlenme oranlarında en üst sıralarda yer alan kanalların prime time yayın içeriklerinin önemli oranda eğlence programlarından oluştuğu, TRT 1 ve ATV dışındaki kanalların hiçbirinde bilgi-kültür programlarına yer verilmediği söylenebilir. Bu verilerden yola çıkılarak çalışmanın "Türk televizyon kanallarının prime time yayın akışlarında eğlence içeren programların ağırlığı oluşturduğu" ve prime time'da eğlenceye ağırlık veren Türk televizyon kanallarının daha çok izlendiği şeklindeki varsayımları doğrulanmıştır.

Kanalların yayın akışı belirlenirken Türkiye'nin gündemi hiç göz önünde bulundurulmamış, kanallar genel izleyici kitlelerine Türkiye'nin gündemini haber bültenleriyle sınırlı tutulan bir zaman diliminde aktarmıştır. Kanallarda beklenenin dışında herhangi bir yayın gerçekleşmemiştir. Ciddi konular ve bunlara ilişkin tartışmalar, tematik kanallarla sınırlı kalmakta fakat bu kanallar izlenme oranı sıralamasında çok altlarda kalmaktadır. İzlenme oranlarına göre toplumun büyük bölümü, örneğin araştırmanın yapıldığı haftanın gündemi olan seçim sonuçlarını ve yeni hükümet tartışmalarını bir kenara bırakıp, dizi ve eğlenceli yarışma programları izlemeyi yeğlemiştir. Bu eğilimin, araştırmanın ele aldığı haftanın dışında da benzer şekillerde gerçekleştiği göz önüne alındığında, ticari televizyonların izleyici taleplerine karşılık verme kaygısıyla hareket ederek, demokrasi açısından üzerlerine yüklenmiş olan en temel işlevleri yerine getiremediğini söylemek mümkündür.

TV8 dışındaki tüm kanalların prime time'ın başlangıcında ana haber bülteni yayınladığı görülmüştür. Haber bültenlerinin yayın akışındaki süre dağılımı değerlendirildiğinde, Star TV'nin 345 dakika ile habere en az yer veren, Show TV'nin ise 570 dakika ile habere en fazla yer veren kanal olduğu bulgulanmıştır. Çalışma kapsamında haber bültenlerinin içeriği çözümlenmemiş olmakla birlikte, bu tür programlarda da rating kaygısı nedeniyle ciddi kamusal politik içeriğin çok az yer bulabildiği, haber bültenlerinin önemli bir bölümünün de eğlence ağırlıklı bir içerikte hazırlandığı bilinmektedir. Haber bültenleri ve benzer eğlen-

ce ağırlıklı olmayan programların içeriklerinin de ne ölçüde amacına uygun olduğunun ayrıca araştırılması gerekmektedir.

### Kaynakça

- Aziz, Aysel. (1996). *Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler*. 4. Basım. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- ..... (1999). *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı*. Ankara: TRT Yayınları.
- Baudrillard, Jean. (1991). *Sessiz Yiğınların Gölgesinde Ya da Toplumsalın Sonu*. (Çev. Oğuz Adanır). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çolakoğlu, Nuri. (1996). “TV’nin Gelmişi, Geçmişi, Geleceği”, *2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV* içinde. (Ed. Emir Turam). İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Dursun, Çiler ve Korkmaz Alemdar. (1999). *Medya Dünyası, Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. (Haz. Korkmaz Alemdar) İstanbul: AFA Yayıncılık ve TÜSES Vakfı Yayınları.
- Groombridge, Brian. (t.y.). *Televizyon ve İnsanlar*. (Çev. İbrahim Şener). İstanbul: Der Yayınları.
- Kaplan, Yusuf. (1993). *Televizyon*. İstanbul: Ağaç Yayınları.
- Kaya, Raşit. (2001). “Televizyon: Medyanın Amiral Gemisi ya da Globalleşmenin Taşıyıcısı”, *A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1999*. Ankara: A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- Mutlu, Erol. (1999). *Televizyon ve Toplum*. Ankara: TRT Yayınları.
- ..... (2008). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Ayraç Yayınları.
- Özçağlayan, Mehmet. (1998). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Öztürk, Serap Yazar. (1996). “Televizyon Haberciliği ve Türkiye’deki Uygulamalar”, *Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı II. Sayı 12*. Ankara.
- Postman, Neil. (1994). *Televizyon Öldüren Eğlence*. (Çev. Osman Akinhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Şahin, Haluk. (1996). “Özel TV’ler ve Demokrasi Atmosferi”, *2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV* içinde. (Ed. Emir Turam). İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Turam, Emir. (1996). *2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Uyguç, Ünal ve Ali Genç. (1998).  *Radyo Televizyon Haberciliği*. 2. Baskı. İstanbul: Avcıol Basım-Yayın.
- Williams, Raymond. (2003). *Television: Tecnology and Cultural Form*. (Edt. Ederyn Williams) 3rd Edition, New York and London: Routledge.
- [www.connectedvivaki.com/1-15-haziran-2015-tv-verileri/](http://www.connectedvivaki.com/1-15-haziran-2015-tv-verileri/), Erişim Tarihi 25.08.2015.