

2015 YILI REYTING LİSTESİ PROGRAM ANALİZİ

Doç. Dr. Hamit ERSOY
RTÜK

Uzman Ferhat BAKIR
RTÜK

ÖZET

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi doğrultusunda geleneksel medyanın etkisi ve rolü her ne kadar tartışmalı gözükmekteyse de televizyon; ticari iletişim gelirleri, kamuoyu oluşturma becerisi ve kitlelere ulaşabilme gücü sayesinde günümüz Türkiye'sinde en gözde kitle iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır. Bu sebeple televizyon kuruluşlarının yapısı ve sahipliği, televizyonlarda üretilen içerik, televizyonlarda üretilen içeriğin kitleler tarafından kabulü ve beğenilmesi hem özel sektör kuruluşları hem sivil toplum kuruluşları hem de devlet tarafından yakından takip edilmektedir.

Televizyondaki içeriğin seyredilme durumunu bir veri halinde sunabilen en temel araç reyting sistemidir. Reyting sistemi, televizyon kanallarında zaman ve program temelli olarak ölçümleme yapan ve hangi televizyon kanalını hangi sosyo-ekonomik statüdeki kişinin seyrettiğini belirlemeye yarayan sistemin adıdır. Bu yolla özel sektör kuruluşları hedef kitlelerine ulaşma adına ticari iletişim planlaması yapmakta ve harcamalar bu sistemdeki izlenme oranlarına göre gerçekleştirilmektedir. Bir anlamda pazar fiyatını belirleyen unsur reyting ölçümleridir.

Ayrıca reyting ölçümleri; izleyicinin ilgisini çeken televizyon programlarının türü, içeriği ve hitap ettiği kitle konusunda içtimai, sosyolojik, ekonomik değerlendirme yapabilmeye imkân tanımaktadır. Bu bağlamda televizyon kanallarındaki programlar ve bazı yapımlar son yıllarda kamuoyunda sıklıkla tartışılmakta ve gündemi meşgul etmektedir. Televizyon dizileri, kuşak programları, izdivaç yapımları alan özelinde ön plana çıkan program türleridir denilebilir.

Tüm bu çerçevede 2015 yılında TİAK A.Ş. tarafından tam zamanlı ölçümü yapılan televizyon kanalları reyting listesi incelenmiş, bu listeden yararlanılarak toplam oranlarda ilk yirmi beş'e (25) giren programlar türlerine göre sınıflandırılmıştır. Sonuçta elde edilen anlamlı veriler yorumlanarak 2015 yılı popüler program türleri tespit edilmiştir. Yapılan sınıflandırma, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun "Yayınlarda Program Türleri Kod, Takım ve Sınıflandırmaları" adlı kitapçığında belirlenen program türlerinin sınıflandırılması paralelinde gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Reyting, Program Türleri, Televizyon, Medya



1. GİRİŞ

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi doğrultusunda geleneksel medyanın etkisi ve rolü her ne kadar tartışmalı gözükmekteyse de televizyon; ticari iletişim gelirleri, kamuoyu oluşturma becerisi ve kitlelere ulaşabilme gücü sayesinde günümüz Türkiye'sinde en gözde kitle iletişim araçlarından birisi olarak öne çıkmaktadır. Bu sebeple televizyon kuruluşlarının yapısı ve sahipliği, televizyonlarda üretilen içerik, televizyonlarda üretilen içeriğin kitleler üzerindeki etkisi hem özel sektör kuruluşları hem sivil toplum kuruluşları hem de devlet tarafından yakından takip edilmektedir.

Bahsi geçen kapsamda televizyondaki içeriğin izlenme durumunu bir veri halinde sunabilen en temel araç reyting sistemidir. Reyting sistemi, televizyon kanallarında zaman ve program temelli olarak ölçümleme yapan ve hangi televizyon kanalını hangi sosyo-ekonomik statüdeki kişinin ne oranda seyrettiğini belirlemeye yarayan sistemin adıdır. Yayın hizmetlerinin izlenme ve dinlenme oranı ölçümlerinin yapılmasına ve denetlenmesine ilişkin usul ve esaslar, 6112 sayılı Kanun'un 37. maddesi uyarınca Üst Kurulca belirlenmektedir. Üst Kurul düzenlemeleri uyarınca izlenme ölçümü hizmeti sağlayan kuruluş, Televizyon İzleme Araştırma Kurulu'dur (TİAK A.Ş.).

Reyting ölçümlenmeleri doğrultusunda özel sektör kuruluşları hedef kitlelerine ulaşma adına ticari iletişim planlaması yapmakta ve harcamalar, bu sistemdeki izlenme oranlarına göre gerçekleştirilmektedir. Bir anlamda pazar fiyatını belirleyen temel unsur reyting ölçümleridir. Bunlarla beraber reyting ölçümleri; izleyicinin ilgisini çeken televizyon programlarının türü, içeriği ve hitap ettiği kitle konusunda içtimai, ekonomik, politik değerlendirme yapabilmeye imkân tanımaktadır. Bu çerçevede televizyon kanallarındaki programlar ve bazı yapımlar türleri son yıllarda kamuoyunda sıklıkla tartışılmakta ve gündemi meşgul etmektedir. Televizyon dizileri, kuşak programları, izdivaç yapımları alan özelinde ön plana çıkan program türleri olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda, birçok tartışmaya çıktı oluşturan reyting sonuçlarının değerlendirilmesi, doğru tespitlerin yapılması bakımından oldukça önemli görülmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın genel amacı, televizyon izleyicisinin beğenilerinden yola çıkarak Türkiye'de televizyon ile ilgili eğilimleri ortaya koymak ve medya alanının bir bölümüne ışık tutmaktır. Bunun için aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır:

- Televizyonda en çok hangi türde yapımlar izleyiciler tarafından tercih edilmektedir?
- 2015 yılında Türkiye'de televizyon hangi işlevi doğrultusunda tercih edilmiştir?

3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Araştırmanın televizyon izleyicisinin hangi türde programları daha fazla seyrettiğini ortaya koyması bakımından toplumbilim ve medya alanına belirli katkı sunacağı düşünülmektedir.

4. VARSAYIMLAR

- TİAK A.Ş. tarafından yapılan televizyon izlenme oranı ölçümlerinin doğru yapıldığı, İstanbul Ticaret Üniversitesi eliyle yapılan televizyon izlenme oranı



ölçümlerine ilişkin denetimin bilimsel kontrol yöntemlerine uygun gerçekleştirildiği varsayılmaktadır.

- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından yapılan ve/veya yaptırılan denetimin doğru yapıldığı kabul edilmektedir.

5. SINIRLILIKLAR

- Araştırma tam zamanlı ölçüm yapılan 12 ulusal televizyon kanalı ile sınırlıdır.
- 1 Ocak 2015 ve 31 Aralık 2015 tarihleri arasındaki reyting listesinde ilk 25 sırada bulunan programlar ile sınırlıdır.

6. YÖNTEM

6.1. Verilerin Toplanması

Verilerin toplanması için ikincil verilerden yararlanılmıştır. Üst Kurul düzenlemeleri uyarınca izlenme ölçümü hizmeti sağlayan kuruluş Televizyon İzleme Araştırma Kurulu'dur (TİAK A.Ş.). TİAK A.Ş.'nin tam zamanlı ölçüm yaptığı kanalların Reyting Listesi, TİAK A.Ş. tarafından belirli medya kuruluşları aracılığıyla günlük olarak kamuoyuyla paylaşılmaktadır. Bu liste reyting oranına bakılarak ilk 100 programı gösterir bir tablo biçiminde liste, kuruluşlara gönderilmektedir. Araştırmada ilgili liste esas alınarak daha önce toplanan verilerden yararlanılmıştır.

6.2. Verilerin Çözümlemesi

Verilerin çözümlemesi için ikincil analiz yönetimi diye adlandırılan yöntem tercih edilmiştir. Neuman'ın (2014, s.482) belirttiği üzere "ikincil analiz daha önce başkaları tarafından toplanmış olan tarama verileri ya da başka verilerin yeniden analizidir." İkincil tarama verilerinin kullanımı araştırmaya hızlılık kazandırması bakımından oldukça önemlidir. Elde edilen ikincil veriler betimsel analizlere tabi tutularak anlamlı göstergeler yorumlanmıştır.

7. BULGULAR ve YORUM

7.1. Reyting Ölçümleri

Yayın hizmetlerinin izlenme ve dinlenme oranı ölçümlerinin yapılmasına ve denetlenmesine ilişkin usul ve esaslar ile bu usul ve esaslara uymayan şirket ve kuruluşlara uygulanacak müeyyideler 6112 sayılı Kanun'un 37'nci maddesi uyarınca Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun sorumlulukları arasındadır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu amaca matuf olarak alanı "Yayın Hizmetlerinin İzlenme Ve Dinlenme Oranı Ölçümlerinin Yapılmasına Ve Denetlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik"le düzenlenmiştir. Belirlenen usul ve esaslar doğrultusunda Türkiye'deki televizyon izlenme reyting ölçümlerini hizmetini Televizyon İzleme Araştırma Kurulu (TİAK A.Ş.) yürütmektedir.

İlgili yönetmelikte 13'üncü maddenin birinci fıkrasında belirtildiği üzere "Organizasyonel yapı, ölçümde kullanılan metodoloji, ölçüm sistemi, raporlama gibi sistemin tüm aşamalarının denetlenmesini içeren denetim sisteminin oluşturulmasından sorumludur. Bu amaçla, alanında uzman en az üç kişiden oluşan bağımsız ve tarafsız denetleme kurulu kurar. Organizasyonel yapı, denetime ilişkin raporlarını Üst Kurula sunar". Aynı zamanda mezkûr maddenin ikinci fıkrasında belirtildiği üzere "Organizasyonel yapı ve/veya araştırma



şirketi ayrıca, birinci fıkradaki denetimin yanı sıra, bağımsız bir kuruluş tarafından ölçümün tüm süreçlerinin yılda bir defa denetlenmesini sağlar ve bu kuruluşun hazırladığı denetim raporunu Üst Kurula gönderir.” Anılan mevzuat hükümleri çerçevesinde reyting sisteminin denetimini sağlayan kuruluşların denetimi ayrıca Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından da yapılmaktadır. Bir anlamda sistemin güvenilirliğini sağlamak adına çok adımlı bir kontrol mekanizmasının kurulduğu söylenebilir.

Tüm bu televizyon ölçümlenmeleri TİAK A.Ş. tarafından yapılırken ayrıca günlük olarak en fazla kişi tarafından seyredilen ilk 100 programı gösteren reyting ölçümleme verileri belirli medya kuruluşları aracılığıyla kamuoyuyla paylaşılmamaktadır. Listedeki yararlanılarak, 2015 yılında en çok seyredilen ilk 25 yapımlar içinde olan programlar, türlerine göre gün be gün sınıflandırılmış ve bazı genel çıkarımlar yapabilmek, toplumun medya tüketim eğilimlerinin bir boyutunu ortaya koyabilmek adına veriler grafik haline getirilmiştir.

Listede sadece tam zamanlı ölçümü yapılan kanalların programlarının yer alması sebebiyle anılan tarihlerde tam zamanlı ölçümü yapılan kanallar aşağıda verilmiş ve 2015 yılında televizyon izleyenler arasındaki genel izlenme oranları evren ile örneklem hakkında fikir oluşturması bakımından paylaşılmıştır (Tablo 1.1.).

Tablo 1.2015 Yılında tam Zamanlı Raporlanan Kanalların Aynı Yıl İçindeki “Share” Oranları

Sıra No	Kanal İsmi	Share Oranı
1	ATV	% 7,91
2	FOX TV	% 9,26
3	KANAL 7	% 2,95
4	KANAL D	% 8,25
5	SHOW TV	% 6,43
6	STAR TV	% 8,33
7	TRT 1	% 3,91
8	TRT BELGESEL VE TURİZM	% 0,30
9	TRT ÇOCUK	% 2,48
10	TRT HABER	% 1,20
11	TRT SPOR	% 1,18
12	TV 8	% 6,08
	Toplam	% 58,28

Kaynak: TİAK



7.2. Türkiye Geneli En Sevilen Program Türleri

2015 yılında TİAK A.Ş. tarafından yayımlanan reyting listesi incelenmiş, bu listeden yararlanılarak toplam oranlarda ilk yirmi beşe (25) giren programlar, türlerine göre sınıflandırılmıştır. Sonuçta elde edilen anlamlı veriler yorumlanarak 2015 yılının en popüler program türleri tespit edilmiştir. Yapılan sınıflandırma, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun "Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları" adlı kitapçığında belirlenen program türlerinin sınıflandırılmasından yararlanılarak gerçekleştirilmiştir (Ateş, G. A. vd. 2014). Bununla beraber reyting listesinde tespit edilen programların yoğunlaştığı türlere göre ayrıca bir değerlendirme yapılmış ve sınıflandırmaya son şekli verilmiştir. Sonuç olarak elde edilen veriler haber programları, dizi film, yarışma programları, diğer eğlence programları ve diğer şeklinde sınıflandırmaya tabi tutulmuştur.

Haber programlarının içerisinde haber bültenleri, haber yapımları, ekonomi bültenleri, hava ve yol durumları, spor bültenleri, yorum programları, kriz dönemi canlı yayınları, seçim yayınları, siyasi parti faaliyetleri yayınları, ulusal ve uluslararası törenlerin naklen yayınları gibi program türleri yer almaktadır (Ateş, G. A. vd. 2014, s.11-12). Dizi filmlerin reyting listesindeki yoğunluğu sebebiyle bu program türü ayrıca bağımsız bir biçimde istatistiklerde yer almaktadır. Yarışma programlarının kapsamına sadece beceri ve direnç yarışma türündeki yapımlar dâhil edilmiştir. Diğer eğlence programlarının içindeki yapım türü yelpazesi çok geniş tutulmuştur. Eğlence programları en temelde hoşça zaman geçirilmesini sağlayan ve eğlendirme amacıyla üretilen yapımlar şeklinde tanımlanabilir. Dizi film ve yarışma programları da eğlence program türü olarak sınıflandırılabilir. Drama öğeleri taşıyan eğlence programları, spor karşılaşmaları, talk şovlar, kuşak programları, konser yayınları, magazin programları, çizgi ve animasyon filmler, belgesel yapımlar, sinema yapımları bu kategori içerisinde yer alan yapım türleridir. Anılan yapım türleri dışında kalan eğitim programları, gerçek yaşam programları, dini programlar ve diğer tüm televizyon yapım türlerini kapsamaktadır.

Tablo 2.2015 Yılı Reyting Listesinin İlk 25 Programın Türüne Göre Yüzdeler Dilimleri
Gösterir Tablo

Yapım Türü	Haber Programları	Dizi Film	Yarışma Programları	Diğer Eğlence Programları	Diğer
Yüzdeler Dilim	%21	%46	%10	%19	%4

Yapılan analizler sonucunda tabloda açıkça görüleceği üzere bilgilendirici programların reyting listesindeki payının %20'lerde seyrettiği tespit edilmiştir (Tablo 1, Grafik 2). Türk televizyon izleyicisinin haber programlarına ilgi gösterdiği değerlendirilebilir. Bunun yanında televizyonun büyük oranda haber alma amacı dışında tercih edildiği görülmektedir. Türk toplumu televizyonda genel olarak eğlendirici program türlerini tercih etmektedir. Kayda değer diğer bir veri yarışma programlarının reyting listesinde kendilerine azımsanmayacak oranda yer bulabilmesi durumudur (Tablo 1, Grafik 1). Yapılan kapsamlı analiz doğrultusunda TV 8'deki yarışma programlarının reyting listelerinde ilk sıralarda yer

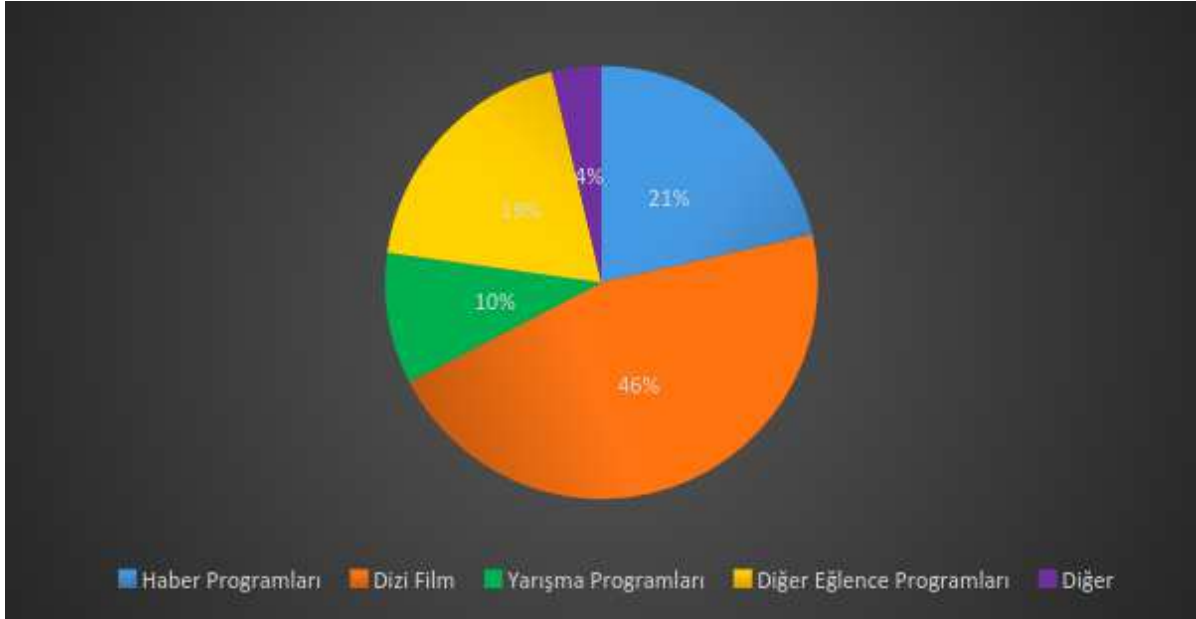


alması, ses ve direnç yarışmaları formatlarının kamuoyu nezdinde kabul görmesi bu oranı yükselten önemli etkenlerdendir denilebilir.

Çıkan sonuçlar doğrultusunda dizi filmlerin payının %50'ye yakın olması ve diğer eğlence programları ile yarışma programlarının payının eklenmesi sonucu bütün eğlence programlarının payının %75 civarına çıktığı görülmektedir (Grafik 3). Bu verilerin ortaya çıkmasında televizyonun en çok seyredildiği zaman dilimi olan 20:00-23:00 arasındaki prime-time kuşağında dizilerin ve yarışma programlarının yayımlanması durumunun da göz önünde tutulması gerekmektedir (Deloitte Dizi Raporu, 2014). Bununla beraber çıkan sonuçlardan açıkça anlaşılacağı üzere dizi film Türkiye genelinde en çok ilgi gören televizyon yapım türüdür. Bu noktada Türk toplumunun dizi film yapımlarını sevdiği, televizyonu en çok dizi film seyretmek için tercih ettiği çıkarımı yapılabilir.

Grafik 1. 2015 Yılı Reyting Listesi İlk 25 Programın Türüne Göre Yüzdellik Pasta

Grafik



Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun hazırlamış olduğu “Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları” adlı kitapçıkta; “Kamuoyunu bilgilendirme amacıyla ve nesnel bir bakış açısıyla izleyici ve dinleyicilere iletilen güncel, toplumsal, ekonomik, siyasal, kültürel ve benzeri olay, konu ve gelişmelerin sunulduğu program türü” olarak tanımlanan (Ateş, G. A vd. 2014, s.11-12) haber programları Türk televizyon izleyicisinin ilgi gösterdiği diğer bir yapım türüdür (Grafik 1). Veriler doğrultusunda 2015 yılı içinde Türk halkı televizyonda haber programlarını tercih etmiştir denilebilir. Özellikle seçim günlerinde haber programlarının seyredilme oranlarının diğer günlere oranla yüksek olduğu görülmektedir (Grafik 2). Seçim günlerinde medya hizmet sağlayıcıların yayın akışlarını haber ağırlıklı düzenlemeleri ve seçim yayınlarına öncelik verilmesi bu noktada önemli bir etken olarak değerlendirilebilecekse de diğer günlerde de televizyon izleyicisinin haber bültenleri ve haber programlarını izlediği reyting listesinden anlaşılmaktadır. Bununla beraber reyting almayan bir programın yayımlanması yayıncılık anlamında pek geçerli bir durum değildir. Bu sebeple



haber programlarıyla ilgili talebin olması, bu tarz programların yayımlanmasında temel etkenlerdendir denilebilir. Ayrıca, yarı zamanlı ölçüm yapılan kanalların birçoğunun haber kanalları olması ve reyting listesinde bu kanallardaki haber programlarının yer almaması da göz önünde bulundurulduğunda Türk toplumunun haber programlarına ilgi göstermediği yorumunu yapmak isabetli bir tespit olmayacaktır. Aksine Türk halkının haber programlarını seyrettiği ve belirli düzeyde televizyonu bilgi almak amacıyla kullandığı görülmektedir.

Grafik 2. 2015 Yılı Reyting Listesinin İlk 25 Programın Türüne Göre Yüzelik Grafiği

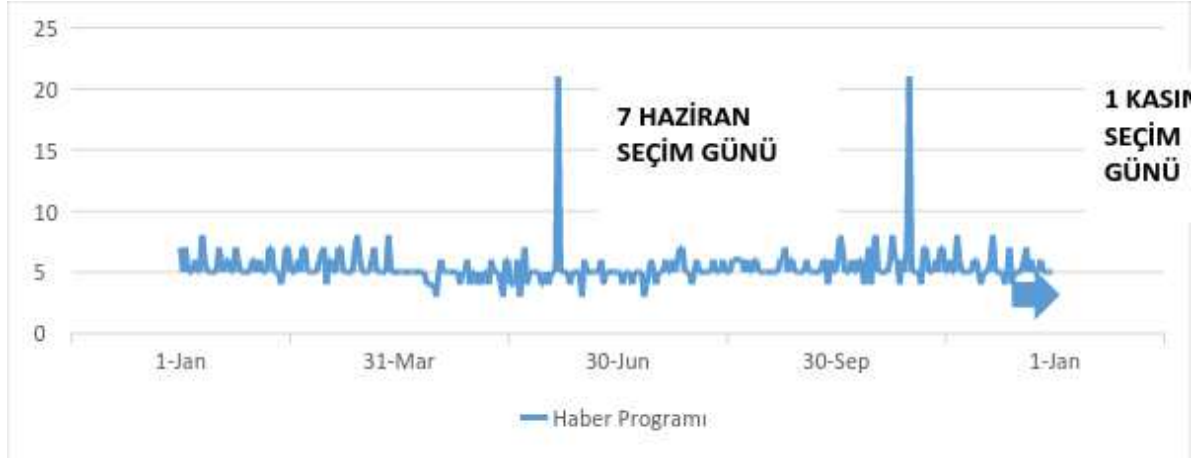


2015 yılı içerisinde televizyon programlarının tercih edilme durumuna bakıldığında 18 Haziran-17 Temmuz arası dönemde tablodaki diğer programlar türündeki oransal oynamalar dikkat çekmektedir. Bunun sebebi televizyon yapımları arasında diğer kategori altında değerlendirmeye tabi tutulan dini programlar türünün reyting listesinde üst sıralara çıkmış olmasıdır (Grafik.2). Diğer program türünün reytinglerinin yükseldiği döneme yakından bakıldığında, bu dönemin İslam dininin kutsallık atfettiği Ramazan ayı olduğu görülmektedir. Müslümanların çoğunluğu oluşturduğu Türk toplumunun bu aya özel önem verdiği bilinmektedir. Bu sebeple televizyonlardaki dini programların bu dönemde reyting listesinde üst sıralarda daha fazla yer bulduğu, bir manada halk tarafından dini programların çok daha fazla izlendiği, Türk halkının bu dönemde dini programları daha fazla tercih ettiği söylenebilir. Buna ilave olarak, İslam dininde özel bir yere sahip kandillere özel yapımların da televizyon izleyicisinin ilgisini çektiği anlaşılmaktadır (Grafik.2). Bu veriler, toplumun İslami eğilimleri ile ilgili bazı sonuçlara ulaşabilen araştırmalar ile beraber değerlendirildiğinde daha açık anlamlandırılabilir. WIN/Gallup International dünya genelinde 65 ülkede 63 bin 989 kişinin katılımıyla yapmış olduğu din araştırmasına göre kendisini dindar görenlerin oranı %79'dur (<http://www.barem.com.tr/turkiye-dunyaya-gore-daha-dindar/>). Uluslararası Sosyal Saha Çalışmaları Programı (International Social Survey Program-ISSP) kapsamında Koç Üniversitesi ve Sabancı Üniversitesi işbirliği ile hazırlanan "Türkiye'de ve Dünyada Milliyetçilik" adlı raporda Türk toplumu için Müslüman olmanın önemli olduğunu



düşünenlerin %89 oranında olduğu görülmektedir (Çarkoğu ve Kalaycıoğlu, 2014, s.20). Tüm bu bilgiler ışığında ramazan ayındaki dini programlara ilginin artışı Türk toplum yapısı ile uyum gösterdiği söylenebilir.

Grafik 3. 2015 Yılı Reyting Listesi İlk 25 Programın İçinde Haber Programlarının Yerini Gösterir Grafik



Araştırma sonuçlarında çıkan önemli bir husus haber programlarının seçim günlerinde tercih edilmesi ve o günlerdeki reyting listesinde üst sıralarda kendilerine yer bulmalarıdır. 7 Haziran Genel Seçimleri ve 1 Kasım Genel Seçimlerinin gerçekleştirildiği günlere bakıldığında (Grafik 1, Grafik 2), haber programlarının oranının dramatik bir artış gösterdiği görülmektedir. Bu veri Türk halkının seçim günlerinde bilgi edinme amacıyla televizyonu kullandığı şeklinde yorumlanabilir. Fakat bu günlerdeki reyting listesinde yarışma programları yüksek reyting oranları alarak ilk sıralarda buldukları da ayrıca görülmüştür. Bir anlamda genel olarak bu günlerde haber programlarına ilginin artmasının yanı sıra, bilgi almaktan çok eğlenmek isteyen bir kitlenin varlığından da söz edilebilir. 2015 yılındaki haber programlarının değişimini gösterir grafikte görüleceği üzere haber programları yıl ortalamasının çok üzerinde reyting almışlardır. Belirtildiği üzere yayıncılıkta reyting oranları çerçevesinde bir arz-talep durumu söz konusudur. İzleyicinin tercih ettiği programlar yayın hayatına devam edebilmektedir. Bu anlamda yayıncılar izleyicinin tercihleri çerçevesinde yayın akışlarını oluşturmaktadırlar. Seçim günleri izleyicilerin isteklerinin bu yönde olması sebebiyle haber programları televizyon kanallarında daha çok yer almış ve reyting listesinde daha fazla izlenme oranlarına ulaşmışlardır. Bu veri Türk toplumunun seçime olan ilgisini belirtmesi bakımından da önemli bir çıktı kabul edilebilir.

8. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu araştırmada 2015 yılı reyting listesi verilerinden yola çıkılarak Türkiye’de televizyonda en çok tercih edilen program türleri üzerinde duruldu. Televizyonda en çok rağbet gören programların eğlendirici program türlerinden olduğu, bunun yanı sıra haber yapımlarının Türk toplumu tarafından talep gördüğü, yarışma programlarının ayrıca beğenildiği ifade edildi.

Reyting listesi en temelde toplumun televizyonda ne izlediği, hangi programları tercih ettiğini bize göstermesi bakımından oldukça anlamlıdır. Çünkü kitle hangi tür programları tercih etmekteyse televizyon bir anlamda o amaçla kullanılmaktadır denilebilir. Bu bağlamda



reyting listesinin analizinden çıkarımla Türk halkının televizyonlarda eğlence programlarını tercih ettiği söylenebilir. Televizyonun en temel amaçlarından kabul edebileceğimiz bilgilendirme ve haber alma işlevi, 2015 yılı Türkiye televizyonları reyting listesi çerçevesinde değerlendirildiğinde Türkiye’de televizyonun bu amaçla tercih edilmediği görülmektedir. Fakat eğlence programlarıyla kıyaslandığında düşük bir oran olarak değerlendirilebilecekse de televizyonda haber programlarının da izlendiği ve reyting listesinde belli bir yere sahip olduğu göz ardı edilmemelidir. Dini anlamda özel zaman dilimlerinde, siyasi özel günlerde; bu konulara ilişkin televizyon programlarına ilginin arttığı açıkça görülmektedir.

Sonuç olarak denilebilir ki Türkiye’de televizyon büyük oranda eğlenme amacıyla tercih edilmektedir. Türk toplumunun televizyonda daha fazla eğlendirici programları tercih etmesi, televizyonun bir eğlenme aracı olarak görüldüğünün en temel göstergelerinden kabul edilebilir. Bu noktada televizyonlardaki eğlence programlarının içeriğinin tahlil edilmesi; özellikle çocuk ve gençler başta olmak üzere toplumun incinebilir grupları açısından değerlendirilmeye tabi tutulması gerekmektedir. Eğlence programlarındaki içeriğin tam anlamıyla açıklanabilmesi ve anlamlandırılabilmesi ancak çeşitli disiplinler tarafından incelenmesi ile mümkün olabilecektir. Bu sebeple durum ile ilgili isabetli tespitler yapabilmek adına televizyonlardaki eğlence programlarındaki içerik araştırılmaya muhtaçtır. Ayrıca bilgilendirme işlevini yerine getiren haber programlarının da toplumsal, siyasal ve kültürel anlamda ele alınıp içeriğinin araştırılması, alan için önem arz etmektedir. Tüm bu çerçevede bütün hakkında sağlıklı değerlendirme yapabilmek mümkün olabilecektir.



JOURNAL OF AWARENESS

KAYNAKÇA

- Ateş, G. A., Çiçek, E., Ellialtı, M., Ertunç, F., Güven, S., Oktay, T., Uslu, İ., Yılmaz, P. (2014) *Yaynlarda Program Türleri Kod, Tanım Ve Sınıflandırmaları*. Ankara: RTÜK
- Çarkoğlu, A. ve Kalaycıoğlu, E. (2014). Türkiye’de ve Dünyada Milliyetçilik Raporu. <http://ipc.sabanciuniv.edu/wp-content/uploads/2014/06/Dunyada-ve-Turkiyede-Milliyetcilik-SON.pdf> sitesinden erişildi. (Erişim Tarihi: 13.04.2017)
- <http://www.barem.com.tr/turkiye-dunyaya-gore-daha-dindar/> (Erişim Tarihi: 08.05.2017)
<http://www.tiak.com.tr/raporlar/yillik2015.html> (12.04.2017 tarihinde erişildi)
- <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/tr-media-tv-report.pdf> (Erişim Tarihi: 12.04.2017)
- Neuman, W. L. (2014) *Toplumsal Araştırma Yönetmeleri* (Çev: Sedef Özge) Ankara: Yayın Odası Yayıncılık