



JOURNAL OF SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES RESEARCH

Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi

Open Access Refereed e-Journal & Refereed & Indexed

Article Type	Research Article	Accepted / Makale Kabul	27.08.2019
Received / Makale Geliş	04.06.2019	Published / Yayınlanma	28.08.2019

ULUSAL TELEVİZYON KANALLARINDA YAYIN AKIŞI STRATEJİLERİ VE SÜPER METİN ANALİZLERİ

BROADCAST STRATEGIES AND SUPER TEXT ANALYSIS IN NATIONAL TELEVISION CHANNELS

Öğr. Gör. Dr. Nihan DÖNMEZ

Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Kocaeli /
TÜRKİYE, ORCID: 0000-0003-2500-8431



Doi Number: <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.1308>

Reference: Dönmez, N. (2019), Ulusal Televizyon Kanallarında Yayın Akışı Stratejileri ve Süper Metin Analizleri, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(41): 2246-2275.

ÖZET

Televizyon diğer mediyumlara göre alıcısı ile farklı bir iletişim kurar. Kitlelere farklı dünyalar çizer ve bilinci yönlendirir, düzeni devam ettirir. Televizyon yayıncılığı bir anlam aktarım sürecidir. Dolayısıyla her türlü televizyon iletisi belirli bir sistem içerisinde sunulan ifadelerin bütününden oluşan bir söylemdir. Televizyon iletileri yayın akışı ile organize edilir ve aktarılır. Yayın akışı düşünsel olarak düzenlenmiş metinlerden oluşur. Bu süreç sadece metinleri seçme, yerleştirme ve organize etme süreci değildir. Bu süreçte kaynak kişinin veya kurumun kendine özgü bir anlam yaratması gereklidir. Çalışmada 7 Türk televizyon kanalının 1 aylık yayın akışı verileri niceliksel ve niteliksel açılarından içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Süper metin olarak ifade edilen, bir kanalın toplam yayın akışı kavramı 6 ticimsel televizyon kanalı ve 1 kamu yayını yapan devlet kanalı özelinde incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda mega metin olarak ifade edilen belirli bir coğrafyadaki tüm kanalların yayın akışının toplamı olan, Türk televizyon yayıncılığı mega metnine ilişkin genellemeler ve tespitlerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Yayın Akışı, Planlama Stratejileri, Söylem, Televizyon

ABSTRACT

The way television communicates is different. He draws different worlds to the masses and manipulates them and maintains order. This is a process of transferring meaning. Therefore, television messages are a particular discourse. This discourse is organized and transmitted through the publication stream. The feed stream consists of edited text. This process is not only the process of selecting, placing and organizing texts. In this process, the person, the institution should create a unique meaning. In this study, 1 month broadcasting data of 7 Turkish television channels were analyzed with content analysis method from quantitative and qualitative aspects. Super text is the concept of a channel's total broadcast stream. 6 commercial television channels and 1 public channel. As a result of these investigations, generalizations and determinations were made regarding the mega text of Turkish television broadcasting which is the sum of the broadcasting flow of all channels in a certain geography.

Key words: Broadcasting, Planning Strategies, Discourse, Television

1. GİRİŞ

Televizyon, anlam üretme ve aktarma sürecinde çok önemli bir role sahiptir. Çok geniş kitlelere ulaşabilen ve farklı nitelikteki kitleleri yakalayabilecek bir kod sistemi üretebilen, önemli bir mediyumdur. Televizyon içeriğinin aktarıldığı dil bilinmese de görsel kodlar aracılığıyla ileteler anlamlandırılabilir. Programın formatı, renkler, aynı içeriklerin farklı tür ve formatlarla sunulması, sözsüz iletişim kodları gibi birçok anlam sistemi ile ileteler kolaylıkla anlamlandırılabilir. Televizyonu anlamak için özel bir çaba ya da beceri gerekmez; o izleyiciye ulaşacak bir yol, bir zaman ve biçim bir şekilde bulur. Bunun en önemli yollarından birisi de yayın akışı planlamasıdır. Tüm farklı niteliklerine

rağmen izleyici kitlesine ulaşabilmenin en kolay ve en önemli yolu doğru akış stratejisini kullanmaktır. Hangi izleyici kitlesine, hangi kanal aracılığıyla, ne tür bir içerik ve formatta ve en önemlisi de hangi zaman diliminde ulaşılacağına cevabı akış stratejisi planlamadır. Bu süreçte izleyicinin sosyal yaşam dinamiklerine göre gün içi aktiviteleri öncelikle göz önünde bulundurulmaktadır. Hangi kitlenin çalışmakta olduğu ya da evde vakit geçirdiği, hangi zaman dilimlerini evde geçirdiği gibi bilgiler yol göstericidir.

Bunun dışında izleyici televizyon izlerken sadece televizyona odaklanmaz, izleme alışkanlığı yüzeysel bir bakış ya da göz gezdirmeye bir yandan da dinleme ve göremediklerini dinledikleriyle telafi etme gibi derinlemesine bir odaklanma ve zihinsel bir katılım gerektirmez. Bu yüzden televizyon iletisini ve anlamı ulaştırabilmenin yollarını dener. Tekrar, yineleme, devamlılık en önemli anlatı özelliklerindedir. Aynı veya benzer içerikleri, farklı format ve söylemlerle sunmak; anlam aktarım sürecinde iletinin bir şekilde izleyiciye ulaşmasını garantiler. Bu nedenle yayın akışı planlama önemli bir süreçtir. Sadece seçme ve yerleştirme işlemi değil; anlam aktarmanın formülüdür. Her kanalın kendi yayın akışı planlaması ideolojik amaçlar içerir. İzleyiciye vermek istediği mesaj vardır ve zihin yönlendiren bir etki yaratmak ister. Yayın akışı bir söylemdir. Her kanalın yayın akışı çalışmada birer süper metin olarak değerlendirilmiştir. İncelenen Atv, Kanal D, Show Tv, Trt 1, TV 8, Star TV, Fox Televizyon kanallarının, 18 Şubat-17 Mart 2019 tarih aralığındaki 1'er aylık yayın akışlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesi sonucunda mega metne ilişkin tespitler yapılmaktadır. Kanallardan TRT 1 kamusal yayın yapan bir kanal olarak özellikle incelemeye dahil edilmiştir. Tecimsel kanallarla olan fark ve benzerlikleri değerlendirilmektedir.

Mega metin bir televizyon ekranında görülen her şeydir. Dolayısıyla kanallar seçilirken en çok izlenen kanallar tercih edilmiştir. Buradan yola çıkarak kültürel, ekonomik, siyasal, toplumsal özelliklerin de anlam aktarım sürecinde ve söylemi belirleyici nitelikler olarak önemini göz ardı etmeden süper metinlerden elde edilen bulgular ışığında mega metne ilişkin genellemeler yapılabilmektedir. Çalışmada öncelikle yayın akışı düzenlemesine ilişkin genel bilgiler, planlama aşamasında kullanılan stratejiler açıklanmakta; ardından kanalların yayın akışı tabloları, program türlerine göre yayın oranları, tekrar oranları ve program türlerine göre tekrar oranları, yatay dikey programlama stratejileri, farklılıkla devamlılık ve prime-time' da kullanılan mücadele stratejilerine ilişkin verilere ulaşılmıştır. Çalışmada her kanalın süper metinler olarak değerlendirilen yayın akışı analizleri aracılığıyla söylemler ürettikleri ve üretilen anlam kalıplarını da çeşitli stratejilerle izleyiciye aktarma çabasında oldukları varsayılmaktadır. Amaç, anlam aktarım sürecinde kanalların hangi stratejilere başvurduklarını görmek ve mega metnin özelliklerine ilişkin tespitlerde bulunmaktır. Çalışmada tüm Türk kanalları incelenmemiş olsa da en fazla izleyici oranına sahip yedi kanalın seçilmesi nedeniyle; bu çalışma mega metin bağlamında genel yayıncılık özelliklerini yansıtan bir mikro örnek olarak kabul edilebilir.

2. TELEVİZYONDA YAYIN AKIŞI DÜZENLEMESİ

Ellis'e göre televizyon kendini, algılayıcılarını belirli bir biçimde yönlendiren sinema filminden çok farklı sunan ve düzenleyen bir medyumdur. Sinema ve televizyon algılayıcıları ayrımında; sinema filmine bakan kişiyi *spectator*, televizyon ye bakan kişi ise *viewer*'dir (Ellis,1982:137). *Spectator* olarak tanımlanan izleyici, izlerken zihinsel olarak etkin bir katılım gösterir. Gerçek dünyadan düşsel alana geçiş sağlar ve anlatının kendi gerçekliği içerisinde filmin süresi boyunca yaşar. *Viewer* ise sadece bakar, izler, göz gezdirir ancak zihinsel olarak odaklanmamıştır. Ellis bunu *izleyicinin izleyip izlemeyeceğinin belli olup olmadığı bir görüntü akışı* olarak görür. İkisini izlemek arasındaki en önemli fark televizyon ekranı oldukça küçüktür ve izleyicinin dikkatini sürekli yayının üzerinde kılma görevini daha çok ses üstlenmektedir. Televizyon izleyicisinin dikkati dağınıktır, izleyici gözünü ekranda gezdirmektedir. Sinemanın sunduğu fotoğrafik resim oldukça büyük ve yüksek düzeyde ayrıntılıdır. Televizyon seyircisi açıdan anlatısının çok çeşitli olması, günlük uğraşlarla, fragmanlarla, reklamlarla, aktüel önemli haberlerle kesintiye uğraması televizyonun teknik ve biçimsel özelliklerinin farklarını oluşturmaktadır (Ellis,1982:24). Her iki mediumun farklı niteliklere sahip olmalarından dolayı anlamlandırma ve iletleri

düzenleme sistemleri de farklıdır. Dolayısıyla izleyiciler farklı izleme deneyimlerine sahip olmaktadır. Televizyon iletilerinin bir siteme göre düzenlenmiş hali yayın akışı olarak adlandırılmaktadır.

Yayın akışı parçalı ve dizisel bir sistemdir. Yayıncılıktan önce iletişim sistemlerinde asli parçalar birbirlerinden farklı bir yapıdadır. Bir kitap, bir broşür tek parça halinde alınıp okunur; bir oyun belirli bir mekân ve saatte sergilenir, aynı şekilde bir konser, maç, toplantı da tek bir olaydır ve insanlar bu deneyimlere tek bir beklenti ve tavırla katılım göstermektedir. Bunlar farklı tür kültürel olaylar içinde kurulan sosyal ilişkilerdir. Ancak dizisel niteliklere sahip değildir. Yayıncılıktaki fark, benzer olayların dizimi ve bu dizimlere tek boyutta, tek bir işlemle ulaşılabilmesidir. İletişim hizmetlerinde çeşitlilik ve değişkenliğin artmasıyla, dağınık anlam birimleri, zamanlanmış anlam birimleri dizisi haline geldi. Programcılık bu birimlerin dizisel toplamıdır (Williams, 2003:72-73). Yayın akışı bir anlam sistemidir. Ekonomik, yapısal, kültürel açıdan bütünlüklü bir televizyon eleştirisi geliştirmeye yarar (Çelenk,2005:107). Seçme, yerleştirme, organize etme pratiği ve uygulamasıdır (Browne,1984: 587). Yayın akışı izleyici tercih ve isteklerine göre belirlenir. Yayın akışı hazırlamadaki en temel prensip, izleyicilerin ev yaşantılarına ve izleme davranışlarına göre zaman bölümlenmesi yapmaktır. Zamanlama planlanırken okul saatleri, çalışma, yemek, aile birlikteliği ve aile üyelerinin ayrı olduğu saatler, çocuklar için yatma ve uyanma saatleri vb. dikkate alınmaktadır (Ellis,2000:27). Televizyon yayın akışları geçicidir, günlük, haftalık, sezonluk ve yıllık olarak organize edilir. Yayın zamanını iş günü, iş haftası ve tatil zamanlarına göre kurar. Bu yolla sosyal ve doğal düzenin mantığını ve ritmini üretmek izleyiciye sunar (Browne,1984: 588). Bu durum yayın akışı planlanırken sosyal dinamikler ve günlük yaşam ritminin göz önünde bulundurulduğunu göstermektedir.

Yayın akışının bir siteme sahip olması ve bir kalıp oluşturulması 1980'lerin başlarında gerçekleşmiştir. 30 dakikalık alanlardan oluşan sistem; programları üretenler tarafından gerçekleştirilen bir yerleştirme işlemidir. Her bir program televizyonun yapı taşıdır ve her bir program sisteme anlam katan bir mimaridir. Yayın akışı zamanlama, düzenleme işidir. Bir programda ses ve görüntüyü sekans sekans birleştirme yerine, tüm programların akşam, gündüz, haftalık, sezonluk, yıllık olarak kurgulanmasıdır (Ellis, 2000: 25). Yayın akışı belirlenirken sistem üzerindeki her bir alana bir program atfedilir. Bu program reklam, tanıtım, anons vb. türleri yok sayarak kendi alanına yerleştirilir. Programların yerleştirildiği her bir alan, sistem içinde sabittir, program veya türler yer değiştirmez. Örneğin akşam haber bülteni o kanalda her zaman aynı saatte yayınlanır. Sosyal düzene uyan ve toplumun izleme davranışlarına ve alışkanlıklarına göre yapılan düzenlemeler oldukça katıdır. O programın sistemdeki geleneksel yer ve zamanı değiştirilmek istenirse bu uzun bir süreç alır. İngilizler yayın akışını "*black art*" olarak adlandırmaktadır. Çünkü yayın akışına ilişkin düzenlemelere ilişkin çalışmalar ve gelenekler ancak son üç yıldır BBC içerisinde de ancak netleşmiş, şeffaflaşmıştır. Belirgin, kuralları olan, izleyicinin izleme davranışlarına göre hazırlanmış bir yayın akışı televizyona bir rekabet bir gücü sağlamakta ve ulusal yayınlar aracılığıyla kültürün temel niteliklerini yansıtmaktadır (Ellis, 2000: 27). Her kanalın kendi ideolojisine uygun yayın stratejisi, yayın akışı olarak ifade edilen sistemli veri organizasyonu bir söyleme dönüşür. Kanalın söylemi onun anlatsal özgüllüğünün dışavurumudur.

Browne bu anlatsal nitelikleri süper-metin ve mega-metin olarak iki kategoride sınıflandırır. Süper-metin bir kanalın yayın akışıdır. Mega-metin ise televizyonda görülen her şeyin oluşturduğu, tüm kanalların ve sunulan tüm içeriklerin toplamıdır (Browne, 1984: 103). Çalışmada da televizyon metinlerinin anlam üzerindeki etkilerini araştırmak için yedi televizyon kanalının yayın akışları süper-metin olarak değerlendirilmiş ve mega-metinle ilişkin genellemeler yapılmaya çalışılmıştır.

3. YAYIN AKIŞI STRATEJİLERİ

Yayın akışı planlama mekanizmaları izleyici tercihlerine ve ticari beklentilere göre işler. Dolayısıyla programcılık bir gösteriyi satın almak değil, türleri anlamayı gerektirir. Hangi türün hangi saatte hangi izleyici kitlesine ulaşacağı önemlidir. Yapımcılar planlama yaparken aynı saatte farklı kanallarda ve yine bir sonraki gün aynı saatte yayınlanacak programları dikkate almak durumundadır. Buna bağlı

olarak 1980'lerin sonlarında farklı yayıncılık modelleri gelişmeye başlamış, kanal sayıları ve ticari kaygılar artmış, kanallar da yayın akışlarını buna uygun şekilde planlamak durumunda kalmışlardır. Bu bağlamda geliştirilen belirli stratejiler, aşağıdaki konu başlıkları özelinde açıklanmaktadır.

3.1. Kamusal ve Tecimsel Yayıncılık Modelleri Bağlamında Geliştirilen Stratejiler

Televizyon yayıncılığı, toplumsal yapıyı da yansıtan anlam sistemlerinin, görsel ve işitsel yolla aktarımının bir yoludur. Toplumsal yapı, ülkelerin iç dinamiklerindeki hareketlilikler sonucunda değişim gösterebilir. Kitle iletişim araçlarının ve özellikle de televizyonun teknik özelliklerine bağlı olarak sosyal işlevlerinin değişmesi aynı zamanda toplumsal yapıdaki değişimlerle de ilgilidir. Buna bağlı olarak televizyon anlam sistemlerini aktarabilmek için çeşitli modeller geliştirir.

Türkiye'de ulusal kimlik inşası çabası içerisinde olan, tekelleşmeye dayalı ve yayıncılığı bir eğitim aracı olarak gören yayıncılık modelinin; rekabetçi, demokratik, çoksesli bir yayıncılık modeline doğru değişiminde 1970 ve 1990'lı yıllar arasındaki dönemde yaşanan toplumsal iç dinamiklerin etkisi büyük olmuştur. Bu süreçte göç, toplumsal ve ekonomik serbestleşme, küreselleşme, özelleşme, hizmet sektöründeki gelişmeler, vb. dinamikler yayıncılıkta da değişimi gerekli kılmıştır.

Dünyada 1950'li yıllardan sonra gelişen kamusal yayıncılık modeli için, Türkiye'de de 1968 yılı, TRT'nin deneme yayınlarına başlaması, bir milad kabul edilebilir. Kamusal yayıncılık modelinin en önemli nitelikleri; siyasi iktidardan bağımsız olması, özerk bir yapı içinde kurulması ve yönetilmesidir. Bunun dışında yayıncılığın finansmanını televizyon alıcılarından alınan ruhsat ücretleri, reklam gelirleri ve devletten sağlanan yardımlar oluşturmaktadır (Pekman, 1999:15-16). 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 hizmeti yayın kuruluşları farklı izleyici kitlelerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte içerik hazırlamaktadır. Bu kuruluşlar bilgilendirme, eğitime ve eğlendirme amacı taşıyan içerikler sunar. Bu yayıncılık modelinde amaç, izleyicinin ulusal kimliğinin korunmasını ve yaşadığı toplumun bir parçası olduğunun hatırlatılmasını sağlamaktır (Erdoğan, 2008: 65). Ticari kaygı gütmeyen, kanunun çıkarımı gözetken, objektif, farklı görüşlere eşit düzeyde yer veren, ulusal ve yerel kültürü yansıtan, izleyicinin niteliklerine, beğeni ve tercihlerine önem veren, dengeli program dağılımlarına sahip bir yayıncılık modelidir. 1980'lerden sonra program yapılarında değişim gözlenmeye başlamıştır. Bu değişimin sebepleri; özelleştirme, ticarileşme, deregülasyon ve iletişim teknolojilerindeki yenilikler olarak gösterilebilir. Değişimin etkileriyle izleyicilerin seçenekleri artmış ve kanallar yayınlayacak program bulmakta sıkıntı çekmeye başlamıştır. Bu da yeni program yapılarının ortaya çıkmasına sebep olmuş ulusal televizyon sistemlerinin de yapısını değiştirmiştir (Balci, 2009: 51). Toplumsal dinamiklerin değişimi yayıncılık sistemlerini de etkilemiş ve değişime zorlamıştır. Bu yeni yapı ticari/tecimsel yayıncılık olarak adlandırılmaktadır ve programcılıkta bir evrim yaratmıştır. Bu sistemde yayın kanallarının giderleri kuruluşların kendileri tarafından karşılanmakta ve reklam, kuruluşu ayakta tutan en önemli gelir kaynağı olmaktadır. Tecimsel yayıncılık yarış ve rekabet esasına dayanmaktadır. Yayınlarda toplumun, haber, eğitim, gibi gereksinimleri ile ilgili programlar değil, çok izleyici çeken programlar yer alır. Reyting en önemli ölçüttür. Özellikle tecimsel/ticari yayıncılık ile televizyon, toplumsal ve bireysel yaşantı tarzımızı belirler olmuştur. Bakış açımızı şekillendirmekte, boş zaman kavramı tüketim alışkanlıklarımızı değiştirmektedir (Geçer, 2013: 67). Ticari kanalların daha çok renkli eğlence programlarına yer vermeleri, yayınların izleyiciler için cazip hale gelmesini hızlandırmıştır. Bu nedenle rekabet karşısında çoğu kamu hizmeti yayıncısı, program profilinde önemli bazı değişiklikler yapmışlardır. Örneğin, Avrupa'da kamu hizmeti yayıncıları, halkı eğiten ve bilgilendiren türdeki programlarını göreceli olarak azaltırken; yayınlarında eğlence programlarına da yer vermeye

başlamışlardır. Yani, kamu hizmeti yayınlarının ticarileşmeye veya ticarileşme eğilimi göstermeye başladıkları kaydedilmiştir (Pekman, 1997: 18). Televizyon tecimsel bir araç olduğu için değerleri de tecimsel pazarın değerleridir; yapısı ve içerikleri bu değerlerin bir yansımasıdır. Bu nedenle tamamen kamu hizmeti yayıncılığı yapan kanallar dışında televizyon işlevlerini yerine getiren kanal sayısı oldukça azdır (Erdoğan, 2009: 20). Bu noktada izleyiciye katkı sağlayacak program içerikleri yerine kanala ticari gelir sağlayabilecek program içerikleri üretme yolu tercih edilmekte bu da yayın içeriklerinin niteliklerini tartışılır hale getirmektedir.

3.2. Yatay-Dikey Programlama Stratejileri

Birçok Avrupa dilinde “program” sözcüğü gün içinde yayınlanacak gösteri kümesi/grubu anlamına gelmektedir. Yapımcılar aynı saatte, farklı kanalda ve yine bir sonraki gün aynı saatte yayınlanacak programları dikkate almak durumundadır. Programcılık tek bir programı/ gösteriyi satın almak değil, tüm televizüel bağlamı etkileyecek bir eylemdir. Ayrıca program türlerini iyi bilmek, dönemin sosyal, politik durumunu göz önünde bulundurmamak ve o coğrafyada yaşayan insanların sosyal yaşam dinamiklerini, günlük yaşamdaki zaman planlamalarını da dikkate almak gerekir. Hangi gün hangi saatte hangi kitleye ne sunulacağı ancak bu şekilde planlanabilir. Özellikle 1980’lerden sonra tecimsel yayıncılık modeli yarış ve rekabet unsurlarını ön plana çıkarmış ve programcılık bundan etkilenmiştir.

Gündüz yayını; yatay programlama olarak ifade edilen sabit programlardan oluşmaktadır. Program saatleri sabittir, değişmez, esnemez. Her gün aynı saatte aynı program yayınlanmaktadır. Örneğin Fransa’da *Tele Paris* adlı program yıllar boyu öğlen saat 12.00’da yayınlanan bir talk show programıdır. Senelerce aynı saate yayınlanmıştır ve izlenmiştir. Akşamları ise televizyondaki yayıncılık modeli dikey programlamadır. Dikey programlama daha çok kamusal yayıncılıkta tercih edilen şekliyle farklı akşamlarda farklı programlar ve gösterilere yer verilmektedir. Dikey programlamada aynı tür programlar aynı günlere denk gelmemektedir. Örneğin ayın ilk pazartesi çok çeşitli fakat belirli bir formattaki programlara odaklanmak, ikinci pazartesi ise oyunlara dayalı showlara yer vermek gibi. Fakat bu durum izleyici ve ekranın buluşmasını ve izleyici tarafından hatırlanmasını zorlaştırmıştır. Rekabet koşulları nedeniyle televizyonculukta tamamlayıcı programlar yayınlanmaya başlar. Bu programlar farklı içeriklere sahip, aynı saatte farklı kanallarda yayınlanmakta olan birçok farklı türdeki programlardır. Programcılıkta rekabete dayalı model olarak bilinen tecimsel model gündüz sistematik yatay programlama, haberlerden sonra prime-time’da dikey planlama ve türler arasında sistematik bir ilişkiyle planlanmış yayın anlamına gelir. Access prime-time da ise gece saat ilerledikçe yarışma ve oyun showları ve sit-com gibi türler yatay programlanır (Bourdon, 2009: 103-105). Tüm bu akış o zaman diliminde hangi hedef kitleye ne sunulacağına ilişkin planlamalarla ilişkilidir.

3.3. Tekrar Yayın Stratejisi

Ana yayın kuşağı etrafındaki rekabet amacıyla tekrara dayalı bir anlayış geliştirmiştir. Bu durum çeşitlilik ve çokselsliliği sınırlandırmaktadır (Çelenk, 2005: 271). Son yıllarda televizyon yayıncılığına bakıldığında tekrar yayınlara çok fazla yer verildiği ve televizyon kanallarının yeni içerik üretmektense tekrar yayını tercih ettiği görülmektedir. Bunun en önemli sebeplerinden birisi; Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Televizyon Yapım ve Yayınlarına İlişkin Usul ve Esasları’nın 32. Maddesi 6. Bendindeki “*Tekrar yayın hakkının veya dizi programların devam eden bölümlerinin lisans haklarının alınması söz konusu olduğunda, komisyonca yeniden ücret tespiti yapılır.*” (Elektronik Kamu Bilgi Yönetim Sistemi, [KAYSİS], 2010) şeklindeki ifadedir. Bu maddeye göre tekrar yayınlar televizyona yeni içerik üretmeden ve ekstra iş gücü ve emek harcamadan ekonomik açıdan kar elde etmenin formülünü sunmaktadır. Ayrıca yayın saatini ve programı kaçıran, günlük sosyal yaşam dinamiği genelden farklı izleyici için alternatif oluşturur. Bunun dışında izleyiciye en çok sunulan içerik dramatik türlerden oluşmaktadır. Dramatik türleri içerisinde en fazla yerli dizilere ağırlık verilmektedir. Bu programlar dram tekniğiyle oluşturulmuş anlatı yapılarıdır. Bu yapının en önemli özelliği tekrar ve yinelemeye çok sık yer vermesidir. Dolayısıyla televizyonda en sık yayınlanan türe ait bir strateji,

televizyonun belirleyici yayın stratejilerinden biri haline dönüşmekte ve tekrar ögesi televizyonun belirleyici bir niteliği olmaktadır.

3.4. Farklılıkla Devamlılık Stratejisi

Televizyonun karakteristik tekrar biçimi; diziler ve seriyallerle olur. Televizyonun mükemmel hale getirdiği niteliği farklılıkla devamlılıktır. Bu form, çok sayıda farklı, tutarlı ve nispeten kendi kendine yeten unsurların oluşması olan segmenter yaklaşımını teşvik eder. Dizilerin sonunda bir diğerinin başında, anlatım öğelerinin bir kısmının tekrarı söz konusudur (Ellis, 1982: 123). Tekrar ögesi dizileri, seriyalleri, sinema türlerini kapsayan dramatik kategorinin anlatı yapısı olan dram tekniğinin en önemli anlatı öğesidir. Devamlılık; televizyonun en önemli anlatı özelliklerinden biridir. Belgeseller, dizi ve seriyaller gibi dramalar hiç sona ermeyen ve görünür bir sona sahip olmayan yapılardır. İzleyici tarafından parçalanarak tüketilen segmenter, etkileşimsel ve sonlanmayan akış, televizyonda üretilen anlamın sabitlenmesine direnen çok anlamlı metinler olarak yapılaşmasına katkıda bulunur (Çelenk, 2005: 75). Segment şeklinde yayın tekrarı gerektirir. Televizyonun karakteristik tekrarlama biçimi, diziler veya seriyallerdir. Ayrıca televizyon metinlerinin devamlılığı tür ve formatlar aracılığıyla da sağlanır. Aynı içerik farklı tür ve format programlarla sürebilir, yinelenir. Örneğin aşk teması bir dizide işlenirken, bir habere de konu olabilir, magazin programında veya yaşam stili programlarında da karşımıza çıkabilir. Bu noktada aslında televizyonda söylenen şeyin çok değişmediği, ancak nasıl söylendiği yani söylemin farklılaşması nedeniyle çeşitlilik ve farklılık yanılması söz konusudur. Benzer içerikler, program türü, formatı, kanalların ideolojilerine göre süper-metinlerin, ülkelerin ve kültürlerin farklılıklarına göre mega-metinlerin farklı söylemlerle karşımıza çıkmaktadır. Aslında televizyonun hikâye etme süreci kesintilere uğrayan bir süreçtir. Reklamlar, zaman planlamaları nedeniyle haftalık, günlük, aylık boşluklar gibi bölünmeler oluşur. Televizyon dizileri, hikayeleri eğlenceli, kolay anlaşılır bir şekilde anlatmaktadır. Basit görünür, ancak çoğu zaman izleyicinin birkaç karakteri, çoklu çizim çizgilerini, motifleri ve tematik anlamları takip etmesi gerekir. İzleyici, yalnızca uzun süredir devam eden tek bir anlatıyı değil, çoğu zaman aynı anda birkaç hikâyeyi izlemeyi başarırlar (Thompson, 2003:ix). Bunu başarmasının en önemli nedeni, anlatıların farklılıkla devam etmesindedir. Her anlatı farklı söylem biçimleriyle yeniden sunulmakta ve yinelenmektedir.

3.5. Prime-Time Yayın Stratejisi

Prime-Time (Altın Saatler) Rtük'ün tanımına göre televizyon izlenme oranının en yüksek olduğu zaman dilimi; birincil (öncelikli) zaman dilimidir. Ülkelere göre değişebilmekle birlikte, Türkiye'de radyolar için genellikle 18:00-21:00, televizyonlar için 20:00-23:00 saatleri arası kabul edilir (RTÜK, 2018: 8). Prime-time; yayın akışı olarak ifade ettiğimiz sistemin önemli bir parçasıdır. Sistemin niteliklerini en yoğun şekilde içeren ve egemen ideolojinin televizyonun çeşitli özellikleriyle nasıl aktarıldığını ve televizyon programlarının daha büyük ideolojik yapıları ve değişiklikleri nasıl kaydettiğini gösteren bir yapıdır. Gittlin'e göre, Amerika'da televizyon eğlencelerinin birçok biçimi egemen yapıyı destekler. Televizyon iletilerinin baskın söylem sistemine entegre olduğu emek, tüketim ve siyasetin temel yapısının özelliklerinin yer aldığı yayın ağı prime-time olarak adlandırılır. Bu ağda yayınlanan program özellikleri; format (formüle dayalı), katılık sabitlik, yerel unsurların yer aldığı yerel bakış açısı ve buna ilişkin düzenlemeler ve karakter tipleridir. (Gittlin, 1979: 251). Prime-time yayın kuşağında akış planlanırken belirli stratejilerden söz eder Eastmann. (Eastmann' dan aktaran Çelenk, 2005: 268). Bu stratejiler mücadele ve rekabet içindir.

3.5.1. Bloklamak: Yeni bir programı benzer tarzdaki bir dizi eski programın arasına yerleştirerek, bir program bloğu oluşturmak ve bütün bir akşamı ya da akşamın bir kısmını bu şekilde doldurmak.

3.5.2. Köprü Kurmak (Bridging): Köprü kurmanın iki farklı biçimi vardır. Uzun bir programla, akşamın ilk erişim saatlerinden başlayarak ana yayın kuşağı boyunca bu programı devam ettirmek. Böylelikle başka kanalların yayın akışında, tek ve önemli bir

program aracılığıyla rekabette uygulanan başı çekmek (lead-off) stratejisini kesintiye uğratmak. İkinci biçiminde ise, programın başlayış ve bitiş saatlerini kusurahtı saatlere yerleştirerek diğer kanallardaki programların başlama ve bitiş saatlerine yayılmak.

3.5.3. Çapraz programlamak: İzleyicileri rakip kanallardan çekip almak için, ana yayın kuşağının o günkü akışından büsbütün farklı ve yeni bir program sunmak. Eastmann'a göre diğer bütün programlar, zaten izlemekte olan kişileri orada tutmaya yönelmişken bu strateji bakımından başka kanalları izlemekte olan izleyicileri kazanmak da önemlidir. (Bu farklı program türsel olarak diğer kanallardakine benzer bir program olabilir, ancak önem bakımından diğerlerinden önde gelen bir ünlü ya da karakteri vardır.)

3.5.4. Öncelemek (Lead-in): Güçlü bir diziyi, daha zayıf ya da yeni olan bir dizinin önüne yerleştirerek izleyiciyi bu programdan diğerine sıçratmak. Bu miras yedi etkisi olarak da anılır. İkinci program birinci ve güçlü olanın etkisiyle bazı izleyicileri o programdan devralmaktadır.

3.5.5. Parçalamak (Stripping): Programları Pazartesi'den Cuma'ya ve her günkü haber bültenleri gibi, gündelik akışa göre parçalayarak planlamak.

3.5.6. Akrobatik planlama (Stunting): Özel programlar yayınlamak, bir seriyal içinde çok ünlü bir konuk oyuncuya yer vermek, farklı tanıtım stratejileri kullanmak, kısa bir diziden uzun bir diziyeye geçmek, son dakikada düzenli yayın akışında bir değişiklik yapmak gibi."

Her bir strateji bir başka kanalı izlemekte olan izleyiciyi kendi kanalına çekerek, izlenme oranını arttırma amacı taşımaktadır. Kullanılacak olan strateji belirlenirken yayın içeriği, kanalın genel ideolojisi ve hitap ettiği hedef kitle oldukça önemlidir. Hangi özelliklere sahip olan kitleyi, hangi içerikle ve stratejiyle çekmeyi bilmek ve izleme eylemini sürdürmesini sağlamak önemlidir.

4. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ VE KANALLARIN YAYIN AKIŞI ANALİZLERİ

Çalışmada 7 ulusal kanalın 2019 yılı Şubat-Mart aylarına denk gelen 1 aylık yayın akışı nicel ve nitel içerik analizi yöntemiyle incelenerek iletiler ve grafikler bağlamında yayın akışına ilişkin tespitlerde bulunmaktadır. Çalışmada süper metin olarak ifade edilen, bir kanalın toplam yayın akışı kavramı; 6 özel televizyon kanalı ve 1 kamu yayını yapan devlet kanalı özelinde incelenmiştir. ATV, Kanal D, Show Tv, TV8, Star Tv, Fox Tv ve TRT kanallarının 24 saatlik, Şubat ve Mart aylarını içeren 1 aylık yayın akışı takip edilmiştir. Kanalların yayın akışları incelenirken örnek olması adına bir kanala ait yalnızca bir haftalık analiz tablo ve grafiğine yer verilmiştir, diğer haftalar içinse haftalık yayın akışına ilişkin sayısal verilere yer verilmiştir.

Tematik kanallar çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. Kamusal ve tecimsel yayın yapan kanalların tercihi, aynı zamanda iki farklı yayın modeline ilişkin karşılaştırma olanağı sağlayabilecek olmasındandır. Bu çalışmada Türk televizyon program yapılanması ve yayın akışlarını incelemek, Türk televizyon yayıncılığının mega metnine ilişkin genellemeler ve tespitlerde bulunmak amaçlanmaktadır.

4.1. Elde Edilen Bulgular

7 ulusal televizyon kanalına ait 1 aylık yayın akışı analizinde elde edilen bulgular haftalık periyodlara bölerek yorumlanmıştır.

4.1.1. Atv Yayın Akışı

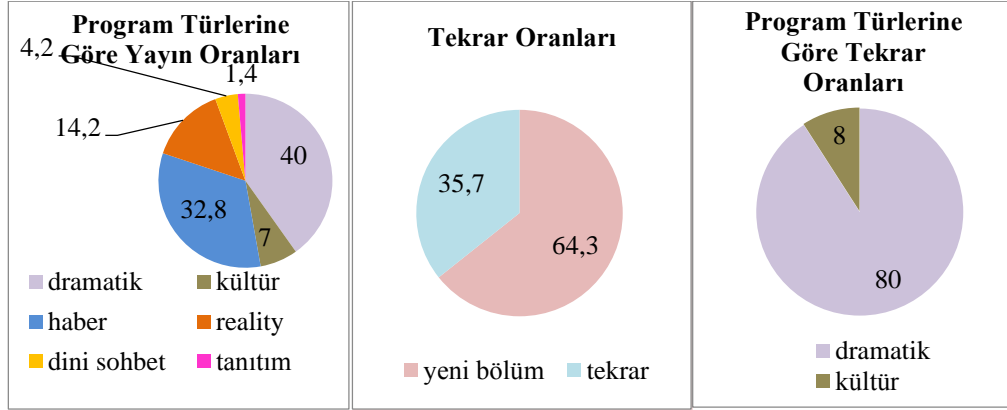
Tablo 1. 18-24 Şubat 2019 Haftasına Ait Yayın Akışı*

Gün	18.02.2019 Pazartesi	19.02.2019 Salı	20.02.2019 Çarşamba	21.02.2019 Perşembe	22.02.2019 Cuma	23.02.2019 Cumartesi	24.02.2019 Pazar
ATV	04:25 Aşk Ve Mavi/tkr	01:20 Cennet'in Gözyaşları/tkr	02:15 Cennet'in Gözyaşları/tkr	00:25 Son Durak/tkr	00:20 Nihat Hatipoğlu İle...	00:20 Son Durak/tkr	00:15 Bir Zamanlar Çukurova/tkr
	08:00 Kahvaltı Haberleri	04:40 Aşk Ve Mavi/tkr	05:15 Aşk Ve Mavi/tkr	01:25 Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz/tkr	01:25 Cennet'in Gözyaşları/tkr	01:20 Cennet'in Gözyaşları/tkr	03:10 Cennet'in Gözyaşları/tkr
	10:00 Müge Anlı İle Tatlı Sert	08:00 Kahvaltı Haberleri	08:00 Kahvaltı Haberleri	03:40 Cennet'in Gözyaşları/ tkr	04:10 Aşk Ve Mavi/tkr	04:00 Aşk Ve Mavi/tkr	05:10 Aşk Ve Mavi/tkr
	13:00 Atv Gün Ortası	10:00 Müge Anlı İle Tatlı Sert	10:00 Müge Anlı İle Tatlı Sert	05:50 Aşk Ve Mavi/tkr	07:00 Kahvaltı Haberleri	07:30 Atv' De Haftasonu	07:30 Atv' De Haftasonu
	14:00 Beni Bırakma	13:00 Atv Gün Ortası	13:00 Atv Gün Ortası Bülteni	08:00 Kahvaltı Haberleri	08:30 Nihat Hatipoğlu	10:00 Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz/tkr	10:00 Nihat Hatipoğlu İle
	16:20 Esra Erol'da	14:00 Beni Bırakma	14:00 Beni Bırakma	10:00 Müge Anlı İle Tatlı Sert	10:00 Müge Anlı İle Tatlı Sert	15:10 Sen Anlat Karadeniz/tkr	11:15 Dizi Tv
	19:00 Atv Ana Haber Bülteni	16:20 Esra Erol'da	16:20 Esra Erol'da	13:00 Atv Gün Ortası	13:00 Atv Gün Ortası	18:40 Atv Haber	12:15 Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz/tkr
	20:00 Kim Milyoner Olmak İster	19:00 Atv Ana Haber Bülteni	19:00 Atv Ana Haber Bülteni	14:00 Beni Bırakma	14:00 Beni Bırakma	19:00 Atv Ana Haber Bülteni	15:00 Bir Zamanlar Çukurova/tkr
	23:20 Kim Milyoner Olmak İster/tkr	20:00 Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz	20:00 Sen Anlat Karadeniz	16:20 Esra Erol'da	16:20 Esra Erol'da	20:00 Kim Milyoner Olmak İster	18:40 Atv Haber
		23:45 Bir Zamanlar Çukurova/tkr		19:00 Atv Ana Haber Bülteni	19:00 Atv Ana Haber Bülteni	21:00 Kim Milyoner Olmak İster/tkr	19:00 Atv Ana Haber Bülteni
				20:00 Bir Zamanlar Çukurova	20:00 Kim Milyoner Olmak İster		

■ Dramatik ■ Kültür ■ Haber ■ Reality show ■ Dini sohbet ■ Tanıtım†

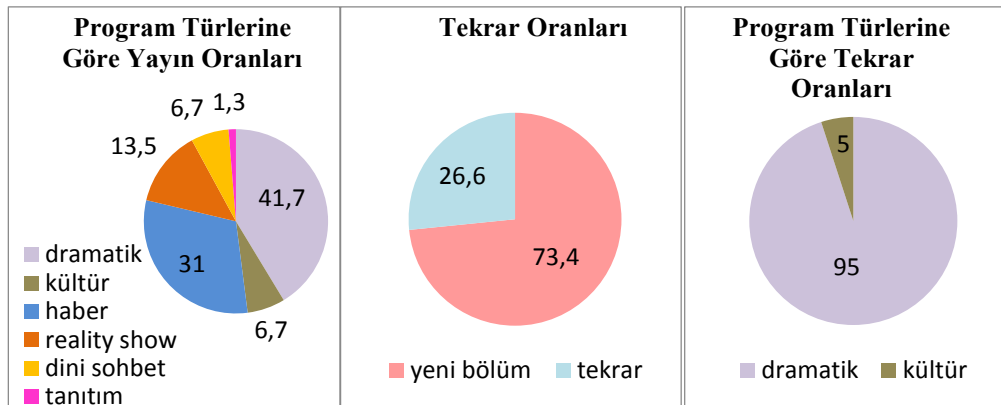
*Tüm kanalların yayın akışı bilgileri www.canliltv.com adlı web sitesinden alınmıştır.

† Program türleri kategorizasyonunda RTÜK Program Türleri Kod Kitapçığında yer alan veriler esas alınmıştır.



Şekil 1. 18-24 Şubat 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

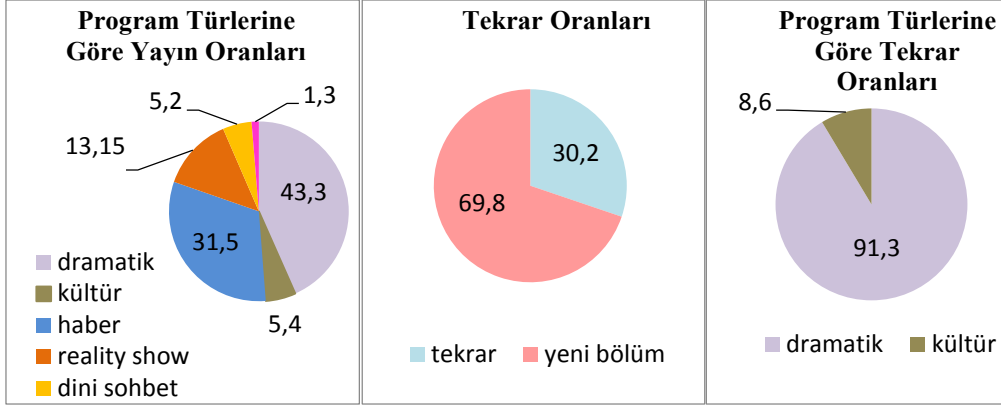
Bir süper metin olarak kanalın haftalık yayın akışına bakıldığında 6 farklı program türü yayınlandığı görülmüştür. Bu türler dramatik, haber, kültür, reality show, dini sohbet ve tanıtım olarak belirlenmiştir. En çok yayınlanan program türü dramatik türler ve haber programlarıdır; en az yayınlanan dini sohbet ve tanıtım programlarıdır. Dramatik türler diziler, sinema ve çizgi film kategorilerini kapsamaktadır. Gündüz yayını yatay programlama stratejisine uygun olarak belirli saatlerde yayınlanan sabit programlardan oluşmaktadır. Örneğin hafta içi her gün saat 10.00'da *Müge Anlı ile Tatlı Sert* adlı program yayınlanmaktadır. Dikey programlamada özellikle prime-time olarak tanımlanan 20.00-23.00 zaman diliminde farklı akşamlarda farklı programlar ve gösterilere yer verilmektedir ve aynı tür programların aynı günlere denk gelmemesine özen gösterilmektedir. Yayın akışına bakıldığında dikey programlama stratejisine uygun bir planlama görülse de tür açısından çeşitliliğe çok rastlanmaz. Prime-time aralığında daha çok dramatik türler ve yarışma türlerine rastlanır. Hafta içi yayınlanan dizilerde farklı akşamlarda farklı dizilerin yayınlanması esasına dikkat edilir. Akışta çeşitli mücadele stratejilerine de yer verilir bu yayın akışında parçalama (stripping) stratejisine yer verilmiştir. Programlar hafta içi her günkü gibi gündelik akışa göre parçalayarak planlanır. Farklılıkla devamlılık niteliğine en uygun olan programlar *Müge Anlı ile Tatlı Sert* ve *Esra Erol'da* programlarıdır. Her iki programda da kayıplar, cinayetler, sorunları yüzünden birleşemeyen çift ve aileler gibi içeriklere yer verilmekte ve dolayısıyla izleyici gün içerisinde 2 kez aynı içeriklere maruz kalmaktadır. Programın adı, sunucusu, kişileri, mekânı değişse de içerik oldukça benzerdir. Bunun dışında kanalın en fazla yayınladığı tür olan dramatik yapıya sahip türler dizilerdir. Diziler süreklilikleri olan anlatılardır. Haftalık, günlük, aylık periyotlarda yayınlanabilir. Oluşan boşluklar başka bir dizinin varlığı ile sürer. Yayınların %35,7'si tekrar yayınlardan oluşmaktadır, en çok tekrarlanan tür dramatik türlerdir.



Şekil 2. 25 Şubat -03 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

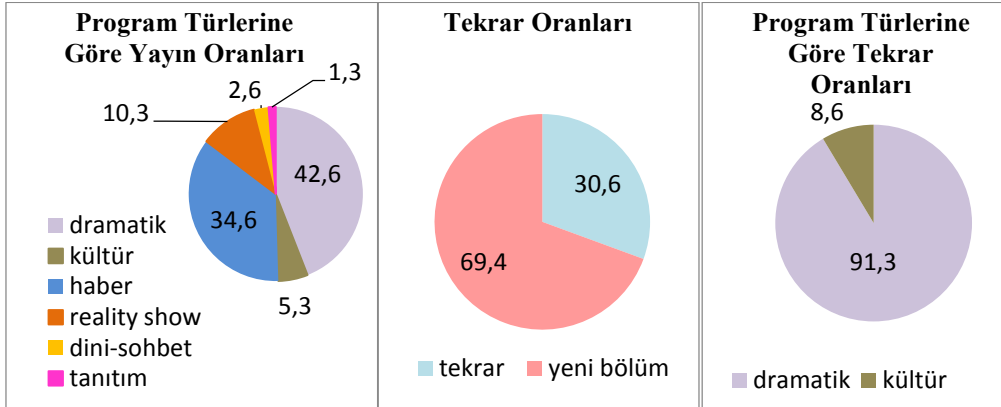
Haftalık yayın akışına bakıldığında, 6 program türüne yer verildiği görülmüştür. En çok yayınlanan dramatik türler ve haber programlarıdır; en az yayınlanan ise tanıtım, kültür ve dini sohbet programlarıdır.

Gündüz yayını yatay programlama stratejisine uygundur. Dikey programlamada özellikle prime-time' da tür açısından önceki haftada sadece dizi ve yarışma varken, bu hafta bir de sinemaya yer verilmiştir. Yayın akışı dikey programlama stratejisine uygundur. Bir önceki hafta olduğu gibi bu haftaya ait yayın akışında da parçalama (stripping) stratejisine yer verilmiştir. Farklılıkla devamlılık niteliği kanal ve hafta fark etmeksizin televizyon anlatısı için her zaman değişmez bir özellik olarak kalacaktır. Yayınların %26.6'sı tekrar yayın; %73,4'ü yeni bölüm; en çok tekrarlanan tür ise dramatik yapıdaki türlerdir.



Şekil 3. 04-10 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranları

Haftalık yayın akışında 6 program türüne yer verilmiştir. Kanal tarafından en çok yayınlanan türler dramatik ve haber programları; en az yayınlanan türler ise dini sohbet ve tanıtımdır. Önceki haftalarla benzer şekilde yayın akışı yatay ve dikey programlama stratejilerine uygun şekilde planlanmıştır. Farklılıkla devamlılık ve parçalama (stripping) stratejileri yine önceki haftalara benzer şekilde uygulanmıştır. Yayınların %30.2'si tekrar yayın, %69.8'i de yeni bölümlerden ve içeriklerden oluşmaktadır. En çok tekrarlanan yayın türleri dramatik türlerdir.



Şekil 4. 11-17 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Haftalık yayın akışında 6 program türüne yer verilmiştir. Kanal tarafından en çok yayınlanan türler dramatik ve haber programları; en az yayınlanan türler ise dini sohbet ve tanıtımdır. Yayın akışı yatay ve dikey programlama stratejilerine uygun şekilde planlanmıştır. Farklılıkla devamlılık aynı veya benzer içeriklerin farklı söylem yapılarıyla tekrar sunulması yinelenmesidir. Bu haftaki yayın akışında da bu niteliğin sürdüğü gözlenmiştir. Önceki haftalara benzer şekilde parçalama (stripping) stratejisi yine

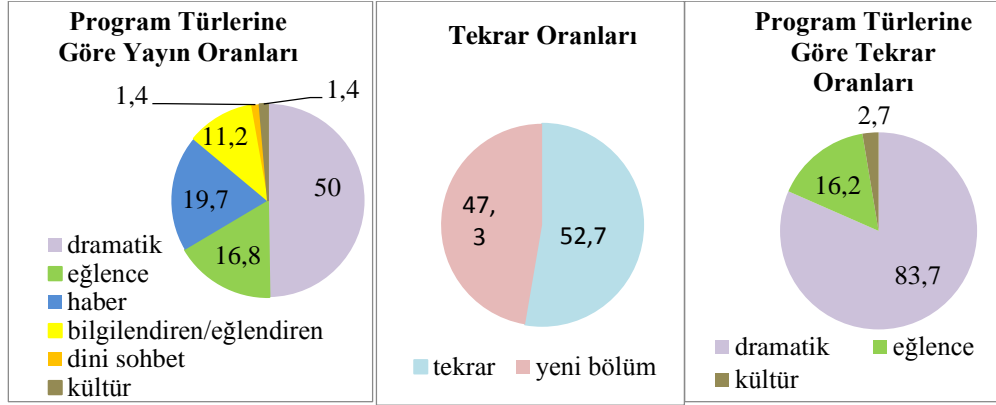
uygulanmıştır. Yayınların %30. 6'sı tekrar yayın, %69.4'ü de yeni bölümlerden ve içeriklerden oluşmaktadır. En çok tekrarlanan yayın türleri dramatik türlerdir.

4.1.2. Fox Tv Yayın Akışı

Tablo 2.18-24 Şubat 2019 Haftasına Ait Yayın Akışı

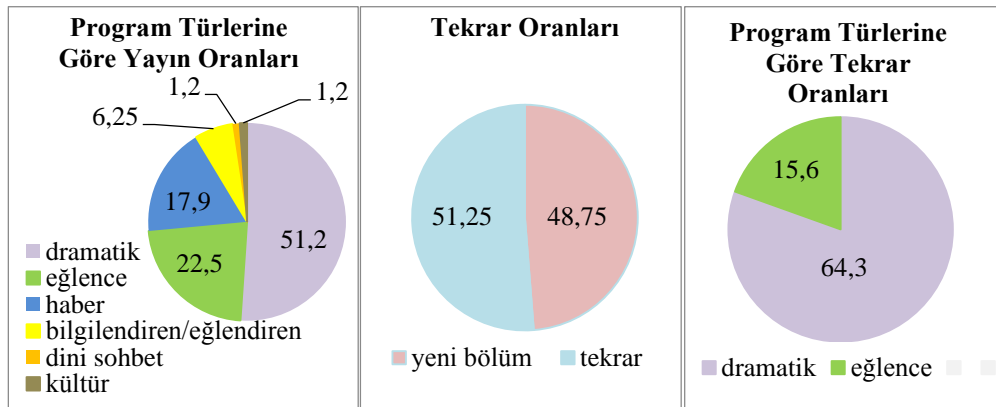
Gün	18.02.2019 Pazartesi	19.02.2019 Salı	20.02.2019 Çarşamba	21.02.2019 Perşembe	22.02.2019 Cuma	23.02.2019 Cumartesi	24.02.2019 Pazar
FOX TV	00:15 Vurgun - Tekrar	00:15 Vurgun - Tekrar	00:15 Vurgun - Tekrar	02:00 Zuhul Topal'la Sofrada - Tekrar	02:00 Fatih Savaş İle Sohbet Gecesi	00:45 Tolgshow - Tekrar	00:15 Vurgun - Tekrar
	02:30 İnadına Aşk- Tekrar	02:45 Zuhul Topal'la Sofrada - Tekrar	02:30 Zuhul Topal'la Sofrada - Tekrar	04:00 İnadına Aşk- Tekrar	02:45 Zuhul Topal'la Sofrada - Tekrar	02:30 Zuhul Topal'la Sofrada - Tekrar	02:45 İnadına Aşk- Tekrar
	05:00 Kiraz Mevsimi- Tekrar	05:15 Kiraz Mevsimi- Tekrar	04:45 İnadına Aşk- Tekrar	05:15 Kiraz Mevsimi- Tekrar	05:00 İnadına Aşk- Tekrar	04:45 İnadına Aşk- Tekrar	05:00 Kiraz Mevsimi- Tekrar
	07:15 İsmail Küçükkaya İle...	07:15 İsmail Küçükkaya İle...	05:45 Kiraz Mevsimi- Tekrar	07:15 İsmail Küçükkaya İle...	05:45 Kiraz Mevsimi- Tekrar	06:00 Kiraz Mevsimi- Tekrar	08:30 İlker Karagöz İle...
	10:00 Çağla İle Yeni Bir Gün	10:00 Çağla İle Yeni Bir Gün	07:15 İsmail Küçükkaya İle...	10:00 Çağla İle Yeni Bir Gün	07:15 İsmail Küçükkaya İle...	08:30 İlker Karagöz İle...	11:15 Refika İle Öze Dönüş
	12:15 Şevkat Yerimdar - Tekrar	12:15 Şevkat Yerimdar - Tekrar	10:00 Çağla İle Yeni Bir Gün	12:15 Şevkat Yerimdar - Tekrar	10:00 Çağla İle Yeni Bir Gün	11:15 Memet Özer İle Mutfakta	12:15 Kadın - Tekrar
	16:15 Zuhul Topal'la Sofrada	16:15 Zuhul Topal'la Sofrada	12:15 Şevkat Yerimdar - Tekrar	16:15 Zuhul Topal'la Sofrada	12:15 Şevkat Yerimdar - Tekrar	12:15 Vurgun - Tekrar	13:30 Merve Yıldırım Benden...
	19:00 Fatih Portakal İle...	19:00 Fatih Portakal İle...	13:00 Vurgun - Tekrar	19:00 Fatih Portakal İle...	16:15 Zuhul Topal'la Sofrada	15:00 Bizim Hikaye - Tekrar	15:30 Şevkat Yerimdar - Tekrar
	20:00 Yasak Elma	20:00 Kadın	16:15 Zuhul Topal'la Sofrada	20:00 Bizim Hikaye	19:00 Fatih Portakal İle...	17:00 Yasak Elma - Tekrar	16:15 Vurgun - Tekrar
			19:00 Fatih Portakal İle...		20:00 Vurgun - Tekrar	19:00 Gülbin Tosun İle...	19:00 Gülbin Tosun İle...
			20:00 Vurgun		23:00 İlk Buluşma - Tekrar	20:00 Yaparsın Aşkım	20:00 Savaşçı
			23:45 Kadın - Tekrar				

■ Dramatik ■ Kültür ■ Haber ■ Bilgilendiren/eğlendiren ■ Dini sohbet ■ Eğlence



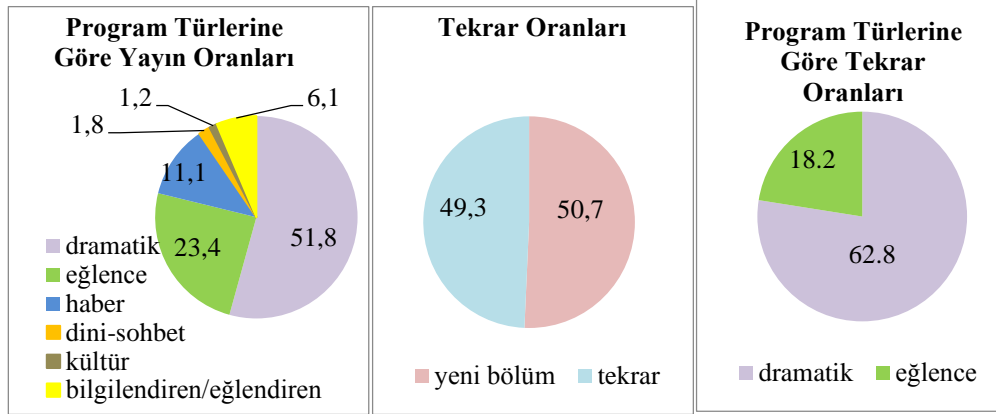
Şekil 5. 18-24 Şubat 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Kanalın yayın akışı bir süper metin olarak değerlendirildiğinde ve haftalık grafik incelendiğinde 6 program türü yayınlandığı görülmüştür. Bu türler dramatik, kültür, haber, bilgilendiren/eğlendiren programlar, dini sohbet ve eğlence programlarıdır. Bu kanaldaki bilgilendiren/eğlendiren program türü daha çok kadın izleyici kitlesine hitap eden, gündüz yayın kuşağında yer alan bir programdır. Ayrıca yatay programlamada günlük sosyal yaşam dinamikleri belirleyici bir rol oynamaktadır bu nedenle kanalın saat 10.00'da sunduğu *Çağla ile Yeni Bir Gün*, ev hanımlarının izleyebilmesi için elverişli bir zaman dilimidir. Dikey programlama stratejisinde prime-time' da her akşam farklı programlara yer verme geleneği bu kanalda da uygulanmaktadır. Yine dikey programlama stratejisine uygun olarak prime-time' da daha çok dramatik ve yarışma türlerine ağırlık verilmiştir. Farklılıkla devamlılık stratejisinde içerik sürekliliği tür ve formatlarla da sağlanabilirken, Fox Tv'de televizyonun karakteristik tekrarlama biçimi olan diziler yoluyla da gerçekleştirilmekte. Kanal içerik devamlılığı için daha çok dizilerden yararlanmaktadır. Farklı tür ve formatlardan yararlanma stratejisine örnek olabilecek programlara da yer verilir. Örneğin *Zuhal Topal'la Sofrada* programı yemek temalı bir yarışma programıdır. Gün içerisinde yayınlanan *Çağla İle Yeni Bir Gün* programının bir bölümünde de yemek yapımı ve tariflerine yer verilir. Hafta sonu yayınlanan *Mehmet Özer ile Mutfakta* ve *Refika ile Öze Dönüş* adlı programlarda da yemek teması işlenir. Dolayısıyla benzer içeriğin tekrarları ve yinelenmesine örnektir. Programları gündelik akışa göre parçalayarak planlama anlamına gelen *stripping* stratejisinin bu kanalda da uygulandığı görülür. Parçalı yapı beraberinde tekrarı gerekli kılar. Bu nedenle birçok kanalda olduğu gibi bu kanalda da tekrar yayınlara yer verilmiştir. Yayınların %52,7'si tekrar, %47,3'ü yeni bölümlerden oluşmaktadır. En çok tekrarlanan türler dramatik türler ve eğlence programlarıdır; en az tekrarlanan tür ise kültür programlarıdır.



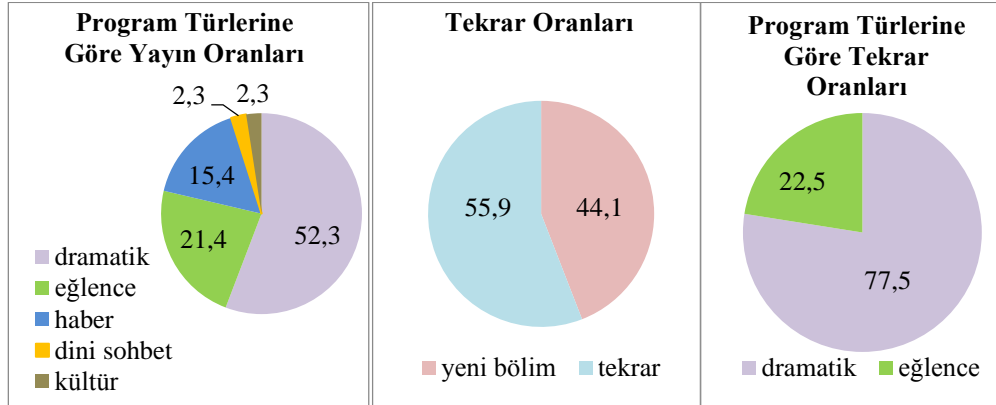
Şekil 6. 25 Şubat -03 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Bir süper metin olarak ele aldığımız haftalık yayın akışında 6 program türüne yer verilmiştir. En çok yayınlanan türler dramatik ve eğlence; en az yayınlanan türler ise dini sohbet ve kültür programlarıdır. Yayın akışı yatay ve dikey programlama stratejilerine uygun şekilde planlanmıştır. Gündüzleri sabit programlar, prime-time da ise her akşam farklı bir program yerleştirilerek planlama tamamlanmıştır. Farklılıkla devamlılık niteliğine uygun olarak planlanmış programların sürdüğü görülmektedir. Yayın akışı parçalama (stripping) stratejisine göre planlanmıştır. Yayınların %48.7'si tekrar yayın, %51.25'i de yeni bölümdür. En çok tekrarlanan yayın türleri dramatik türler ve eğlence programlarıdır.



Şekil 7. 04-10 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Haftalık yayın akışında 6 program türüne yer verilmiştir. En çok yayınlanan türler dramatik ve eğlence programları; en az yayınlanan ise kültür ve dini sohbet programlarıdır. Gündüz yayın akışı yatay programlamaya uygun şekilde planlanmıştır. Akşam yayın akışında da dikey programlama stratejisine uygun bir akış yer almaktadır haftanın 6 akşamı farklı dizilere yer verilirken 1 akşam da eğlence programı yayınlanmaktadır. Yayın akışı parçalama(stripping) stratejisine göre planlanmaktadır. Farklılıkla devamlılık ise daha çok dramatik, eğlence ve bilgilendiren/eğlendiren programlar aracılığıyla gerçekleşir. Yayınların %49.3'ü tekrar, %50.7'si yeni bölümdür. En çok tekrarlanan tür dramatik en az tekrarlanan tür ise eğlencedir.



Şekil 8. 11-17 Mart Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Haftalık yayın akışında kanalın önceki 2 haftalık yayın akışından farklı olarak 5 tür programa yer verilmiştir. Bu haftaki akışta yer almayan tür bilgilendiren/ eğlendiren programlardır. Onun dışında yayında yer verilen türler dramatik, haber, kültür, dini sohbet, eğlence programlarıdır. En çok yayınlanan türler dramatik ve eğlence, en az yayınlanan türler ise kültür ve dini sohbet programlarıdır. Yatay ve dikey programlama stratejileri önceki haftaların akışına benzer şekilde uygulanmıştır. Parçalama ve farklılıkla devamlılık stratejileri de önceki haftalardan farklı bir uygulama içermemektedir. Bu haftaki

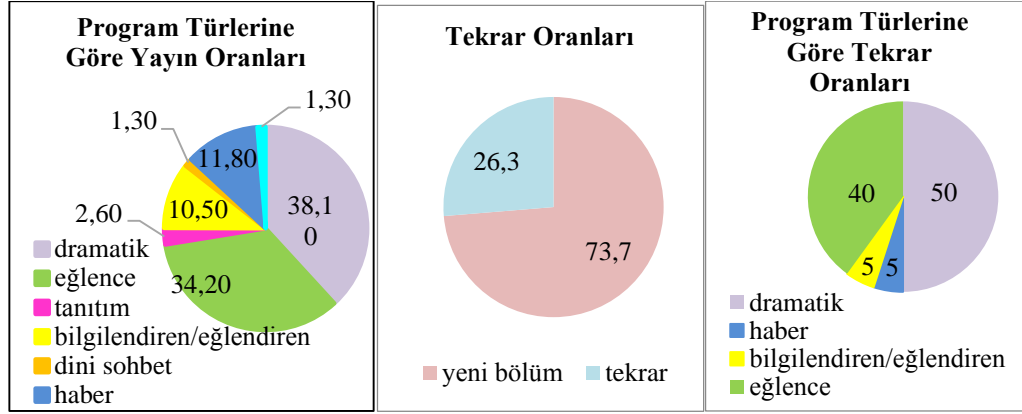
akışta yayınların tekrar oranı %55.9, yeni bölüm yayın oranı ise %44.5'tir. Bu oran, bu kanalın incelenen yayın akışında tekrar oranının en yüksek oranıdır ve bu haftaki akışta kanalın yayınlanan program türlerinde azalmaya gitmesi ve daha fazla tekrara düşmesi, içerik üretememesi gibi bir sorunu düşündürmektedir. Tekrar yayınlanan programlar içerisinde de en yüksek oran dramatik yapılar; en düşük oran ise eğlence programlarına aittir.

4.1.3. Kanal D Yayın Akışı

Tablo 3. 18-24 Şubat 2019 Haftasına Ait Yayın Akışı

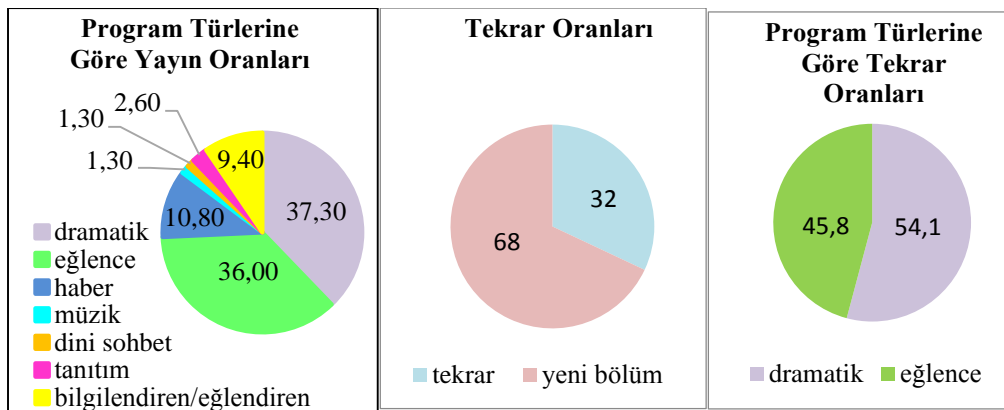
GÜN	18.02.2019 Pazartesi	19.02.2019 Salı	20.02.2019 Çarşamba	21.02.2019 Perşembe	22.02.2019 Cuma	23.02.2019 Cumartesi	24.02.2019 Pazar
KANAL D	04:40 5n1k/tnr	02:30 Gelinim Mutfakta/tnr	00:00 Çok Güzel Hareketler 2/tnr	00:15 Çok Güzel Hareketler 2/tnr	00:15 Ölümsüz Polisler/tnr	00:15 Münafık	04:40 Müzik Arası
	05:30 Kavak Yelleri/tnr	05:15 Kavak Yelleri/tnr	04:30 Ayhan Sicimoğlu İle Renkler/tnr	02:30 İkizler Memo-Can/tnr	02:00 Çocuklar Duymasın/tnr	05:30 Kavak Yelleri/tnr	05:30 Kavak /tnr Yelleri
	07:00 Hayat Sağlıklı Güzel	07:15 Hayat Sağlıklı Güzel	05:15 Kavak Yelleri/tnr	04:45 Arda İle Omuz Omuza	04:15 Arda'nın Mutfağı/tnr	09:45 Magazin D Cumartesi	09:45 Magazin D Pazar
	08:15 Akasya Durağı	08:30 Akasya Durağı	07:15 Hayat Sağlıklı Güzel	05:15 Kavak Yelleri/tnr	05:15 Kavak Yelleri/tnr	13:00 Arda'nın Mutfağı	13:00 Arda İle Omuz Omuza
	09:15 Müge Ve Gülşen'le 2.Sayfa	09:30 Müge Ve Gülşen'le 2.Sayfa	08:30 Akasya Durağı	07:15 Hayat Sağlıklı Güzel	07:00 Hayat Sağlıklı Güzel	14:00 Set Ekstra	14:00 Ayhan Sicimoğlu İle Renkler
	12:00 Gelinim Mutfakta	12:15 Gelinim Mutfakta	09:30 Müge Ve Gülşen'le 2.Sayfa	08:30 Akasya Durağı	08:15 M.Fatih Çıtak İle Huzur Vakti	18:45 Kanal D Haber Hafta Sonu	15:00 Set Ekstra
	15:45 Arka Sokaklar	16:00 Arka Sokaklar	12:15 Gelinim Mutfakta	09:30 Müge Ve Gülşen'le 2.Sayfa	09:30 Müge Ve Gülşen'le 2.Sayfa	19:45 Çok Güzel Hareketler 2	15:15 Son Moda
	18:45 Buket Aydın'la Kanal D Haber	18:45 Buket Aydın'la Kanal D Haber	16:00 Arka Sokaklar	12:15 Gelinim Mutfakta	12:15 Gelinim Mutfakta	21:00 Cumhurbaşka nı İle Özel	18:45 Kanal D Haber Hafta Sonu
	19:45 Yaşamak Güzel Şey	19:45 Jack Reacher Film	18:45 Buket Aydın'la Kanal D Haber	16:00 Arka Sokaklar	16:00 Çok Güzel Hareketler 2	00:15 Drone Savaşları	20:00 Çok Güzel Hareketler 2
	21:45 Yaşamak Güzel Şey film /tnr	22:15 Bizim Hoca Türk filmli	19:45 Çocuklar Duymasın	18:45 Buket Aydın'la Kanal D Haber	18:45 Buket Aydın'la Kanal D Haber		23:30 Ahtapot köpekbalığı
	23:45 Çok Güzel Hareketler Bunlar/tnr	00:00 Çok Güzel Hareketler Bunlar/tnr	00:00 Çok Güzel Hareketler Bunlar/tnr	19:45 Ölümsüz Polisler	19:45 Arka Sokaklar		
				21:30 Çok Güzel Hareketler Bunlar/tnr	00:15 Münafık Türk filmi		

■ Dramatik ■ Eğlence ■ Haber ■ Müzik ■ Dini sohbet ■ Bilgilendiren/Eğlendiren ■ Tanıtım



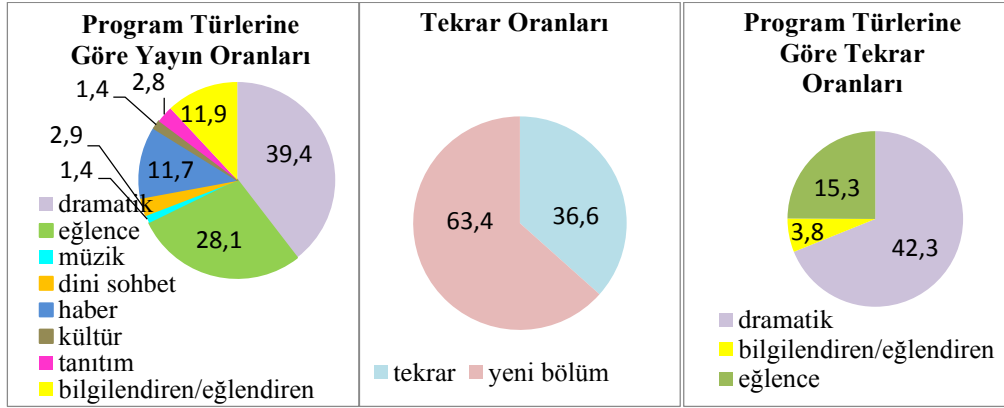
Şekil 9. 18-24 Şubat 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Kanal D yayın akışı bir süper metin olarak değerlendirildiğinde ve 18-24 Şubat 2019 yayın haftası incelendiğinde 7 program türü yayınlandığı görülmüştür. Bu türler dramatik, haber, bilgilendiren / eğlendiren programlar, dini sohbet, müzik, eğlence ve tanıtım programlarıdır. Daha önce yayın akışı analiz edilen kanallardan farklı olarak müzik programı yayını görülmektedir. Kanalın yatay programlama stratejisine uygun olarak belirlediği gündüz kuşağında sabit programları bulunmaktadır. Yatay programlanan türler çeşitlilik göstermektedir. Gündüz kuşağında eğlence, dramatik ve haber programları arasında eşit bir dağılım gözlenmiştir. Dikey programlamada diğer kanallardan farklı olarak prime-time'da yine dramatik ağırlıklı olsa da bu zaman diliminde yayınlanan dizi sayısı daha azdır. Sıklıkla yine dramatik bir tür olan sinemaya yer verilmiştir. Farklılıkla devamlılık yine birçok kanalda olduğu gibi diziler yoluyla tekrarlanırsa da, eğlence programları da önemli rol oynamaktadır. Gündüz kuşağında yer alan *Müge ve Gülşen'le İkinci Sayfa* ve *Gelinim Mutfakta*, kadına bu kültürde atfedilen rolleri ve kodları tekrarlayan, buna ilişkin iletileri tekrarlayan ve yine kadını geleneksel kodlarla biçimlenmiş temsillerini yansıtan programlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Yayın akışı genellikle parçalama(stripping) stratejisine göre planlanmış olsa da 23.02.2019 tarihli yayında akrobatik programlama (stunting) stratejisi kullanılmıştır. Saat 21.00'da yayınlanan *Cumhurbaşkanı ile Özel* programı buna örnektir. Akrobatik planlama, özel programlar yayınlamak, düzenli yayın akışında bir değişiklik yapmaktır. Diğer kanallarla rekabet edebilmek ve izleyiciyi o kanallardan çekip alabilmek için bir yöntemdir. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %26,3'ü tekrar, %73,7'si yeni bölümlerden oluşmaktadır. En çok tekrarlanan türler dramatik türler ve eğlence programlarıdır; en az tekrarlanan tür ise kültür programlarıdır.



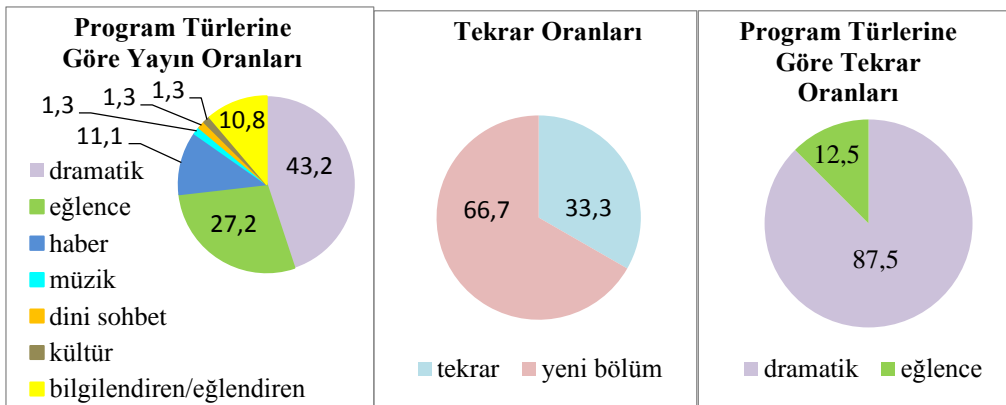
Şekil 10. 25 Şubat -03 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Kanalın bu haftaki yayın akışında 7 tür program yayınlanmıştır. En çok izlenen türler dramatik ve eğlence; en az izlenen türler ise dini sohbet ve müzik programlarıdır. Yatay programlamadaki sabitleme ve dikey programlamadaki değişkenlik stratejileri bu haftaki akışta da uygulanmaktadır. Farklılıkla devamlılık stratejisi de benzer şekilde sürmektedir. Haftanın genelinde parçalama (stripping) stratejisi kullanılmış olsa da 28.02.2019 Perşembe akşamı saat 23.00’da *Seçim Özel: Binali Yıldırım* programının yayınlandığı akşam akrobatik programlama(stunting) stratejisinden yararlanılmıştır. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %32’si tekrar yayın; %68’i ise yeni bölümdür. En çok tekrarı yayınlanan program türü ise dramatik programlardır.



Şekil 11. 04-10 Mart Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Kanalın bu haftaki yayın akışında 8 tür program yayınlanmıştır. En çok yayınlanan dramatik ve eğlence; en az yayınlanan müzik, dini sohbet türleridir. Yatay ve dikey programlama stratejilerine uygun bir akış hazırlanmıştır. Yatay ve dikey programlama stratejileri bu haftaki yayın akışında da uygulanmaktadır. Farklılıkla devamlılık yine önceki haftalara benzer şekilde dramatik türler ve eğlence programları aracılığıyla sürdürülmektedir. Yayın akışı genel olarak parçalama (stripping) stratejisine göre planlanmıştır. Ancak 07.03.2019 Perşembe saat 22:15’te yayınlanan *Regaib Kandili Özel*, akrobatik programlama (stunting) stratejisinin bir örneğidir. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %36.6’sı tekrar yayın; %63.4’ü se yeni bölümdür. En çok tekrarı yayınlanan program türü ise dramatik programlardır. Kanalın diğer kanallardan daha fazla program türünü tekrar yayınladığı gözlenmiştir.



Şekil 12. 11-17 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Kanalın bu haftaki yayın akışında 7 tür program yayınlanmıştır. En çok yayınlanan dramatik ve eğlence; en az yayınlanan müzik, kültür, dini sohbet programlarıdır. Yayın akışı yatay ve dikey programlama stratejilerine uygundur. Farklılıkla devamlılık ve parçalama stratejisi de önceki haftalara benzer şekilde uygulanmıştır. Yayınların %33.3’ü tekrar yayın; %66.7’si se yeni bölümdür. En çok tekrarı yayınlanan

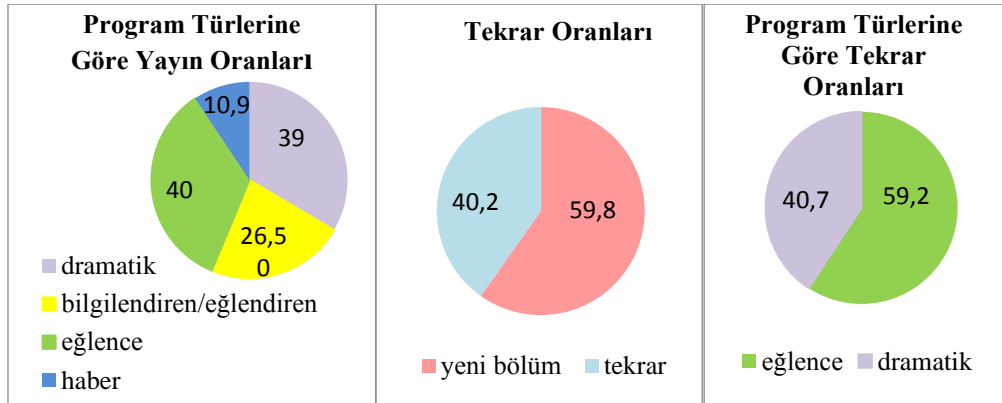
program türü ise dramatik programlardır. Kanalın diğer kanallardan daha fazla program türünü tekrar yayınladığı gözlenmiştir.

4.1.4. Show Tv Yayın Akışı

Tablo 4. 18-24 Şubat Haftasına Ait Yayın Akışı

GÜN	18.02.2019 Pazartesi	19.02.2019 Salı	20.02.2019 Çarşamba	21.02.2019 Perşembe	22.02.2019 Cuma	23.02.2019 Cumartesi	24.02.2019 Pazar
SHOW TV	04:30 Pazar Sürprizi/tkr	02:30 Gülperi/tkr	01:00 Çukur/tkr	00:30 Çarpışma/tkr	00:15 Çukur/tkr	00:15 Çarpışma/tkr	01:00 Lezzet Akademisi/tkr
	06:00 Güldü Güldü Show Çocuk/tkr	04:45 Lezzet Akademisi/tkr	03:30 Gülperi/tkr	03:00 Gülperi/tkr	02:30 Gülperi/tkr	02:30 Çukur/tkr	04:00 Cumartesi Sürprizi/tkr
	08:00 Kendine İyi Bak	06:00 Güldü Güldü Show Çocuk/tkr	05:30 Gelin Evi/tkr	05:00 Lezzet Akademisi/tkr	04:45 Gelin Evi/tkr	04:45 Gelin Evi/tkr	06:15 Güldü Güldü Show Çocuk/tkr
	10:00 Yeni Gelin	08:00 Kendine İyi Bak	06:00 Güldü Güldü Show Çocuk/tkr	06:00 Güldü Güldü Show Çocuk/tkr	06:00 Güldü Güldü Show Çocuk/tkr	06:15 Güldü Güldü Show Çocuk/tkr	08:15 Hayat Güzeldir
	13:00 Gelin Evi	10:00 Yeni Gelin	08:00 Kendine İyi Bak	08:00 Kendine İyi Bak	08:00 Kendine İyi Bak	08:15 Hayat Güzeldir	10:00 Pazar Sürprizi
	15:00 Zahide Yetiş'le	13:00 Gelin Evi	10:00 Yeni Gelin	10:00 Yeni Gelin	10:00 Yeni Gelin	10:00 Cumartesi Sürprizi	13:00 Çarpışma/ tkr
	18:45 Show Ana Haber	15:00 Zahide Yetiş'le	13:00 Gelin Evi	13:00 Gelin Evi	13:00 Gelin Evi	13:00 Gülperi/tkr	16:15 Lezzet Akademisi
	20:00 Çukur	18:45 Show Ana Haber	15:00 Zahide Yetiş'le	15:00 Zahide Yetiş'le	15:00 Zahide Yetiş'le	16:15 Lezzet Akademisi/ tkr	18:45 Show Ana Haber
		20:00 Güldür Güldür Show	18:45 Show Ana Haber	18:45 Show Ana Haber	18:45 Show Ana Haber	18:45 Show Ana Haber	
				20:00 Çarpışma	20:00 Gülperi	20:00 Güldür Güldür Show	

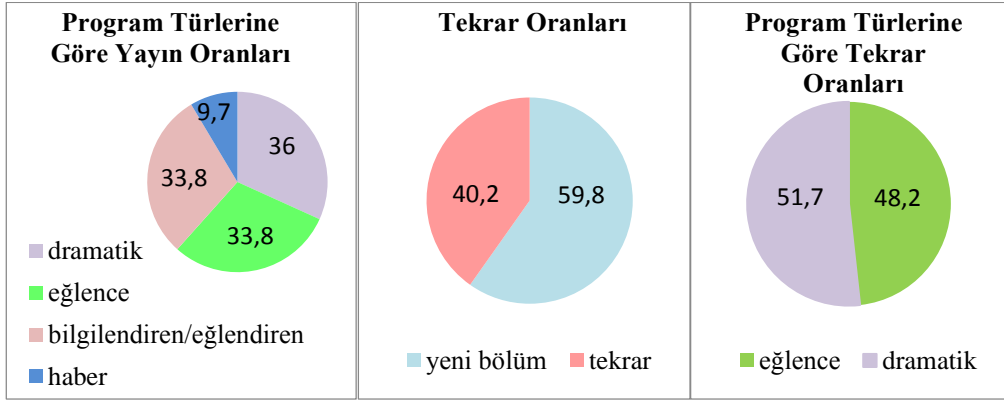
■ Dramatik ■ Eğlence ■ Bilgilendiren/eğlendiren ■ Haber



Şekil 13. 18-24 Şubat Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

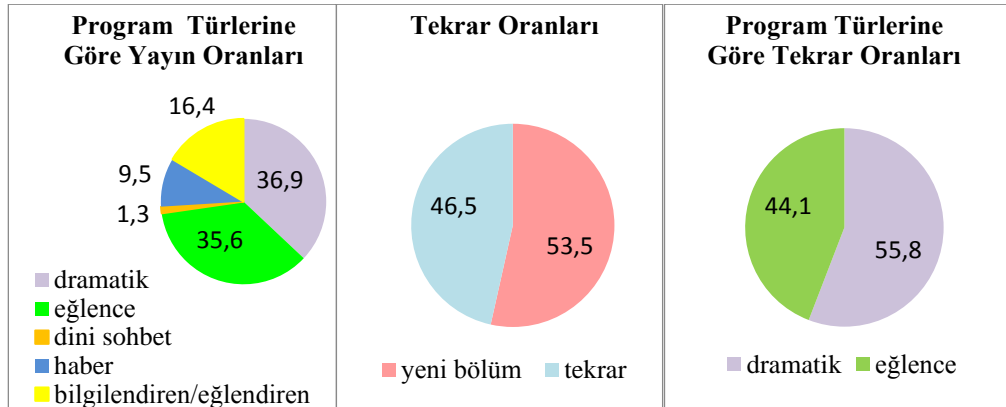
Bir süper metin olarak Show Tv yayın akışı değerlendirildiğinde ve 18-24 Şubat 2019 yayın haftasında 4 program türü yayımlandığı görülmüştür. Bu türler dramatik, haber, bilgilendiren/eğlendiren ve eğlence programlarıdır. En fazla yayınlanan tür dramatik, en az yayınlanan ise haber programlarıdır. Kanalın eğlenceye verdiği önem öncelikle kanalın adından ve yayınladığı program türlerinden de

anlaşılmaktadır. Kanal yatay programlama stratejisine uygun olarak gündüz kuşağında sabit programlar yayınlamaktadır. Dikey programlamada diğer kanallardan farklı olarak prime-time'da yine dramatik ve eğlence türlerine yer verilmiştir. Farklılıkla devamlılık niteliğine bakıldığında gündüz kuşağında saat 10.00'da yayınlanan *Yeni Gelin* adlı dizinin hemen ardından saat 13.00'da *Gelin Evi* adlı eğlence programı benzer içeriklerin farklı tür ve formatlarla tekrarına örnektir. Yayın akışı parçalama (stripping) stratejisine uygun şekilde planlanmıştır. Rekabet açısından özel bir strateji kullanılmamıştır. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %40.2'si tekrar, %59.8'i yeni bölümlerden oluşmaktadır. En çok tekrarlanan türler dramatik türlerdir.



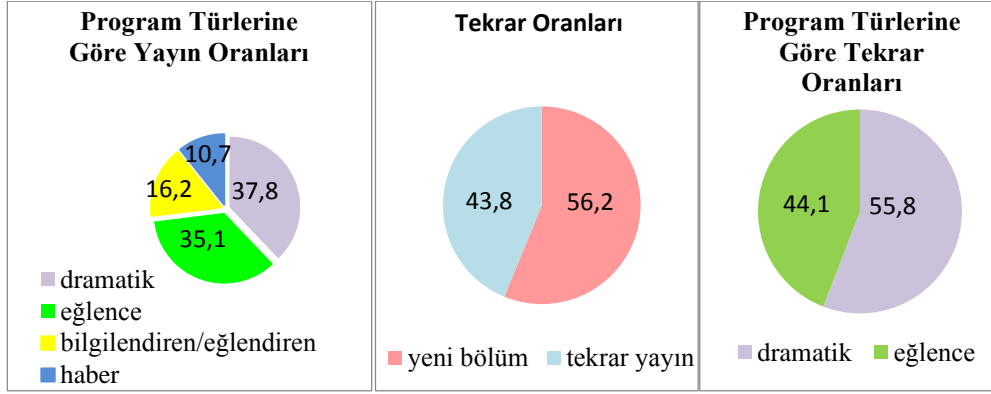
Şekil 14. 25-03 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Show Tv haftalık yayın akışına bakıldığında 4 tür program yayınlandığı görülmektedir. En fazla yayınlanan dramatik; en az yayınlanan ise haber programlarıdır. Akış yatay programlama stratejisine göre hazırlanmıştır. Dikey programlamada, prime-time dramatik türlerin yoğun şekilde yer aldığı görülmektedir. Farklılıkla devamlılık stratejisi de önceki haftaya benzer şekilde sürmektedir. Yayın akışı parçalama(stripping) stratejisine uygun şekilde planlanmıştır. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %40.2'si tekrar programlardan, %59.8'i ise yeni bölümlerden oluşmaktadır. En çok tekrar yayınlanan tür dramatik türlerdir.



Şekil 15. 04-10 Mart 019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Haftalık yayın akışına baktığımızda 5 tür program yayınlandığı görülmüştür. En fazla yayınlanan tür dramatik; en az yayınlanan ise dini sohbet programlarıdır. Yatay ve dikey programlama stratejilerine uygun bir akış hazırlanmıştır. Farklılıkla devamlılık ve parçalama (stripping) stratejileri de haftalık yayın akışı hazırlanırken uygulanmıştır. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %46.5'i tekrar; %53.5'i de yeni bölümlerden oluşmaktadır. En çok tekrarlanan tür dramatik türlerdir.



Şekil 16. 11-17 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

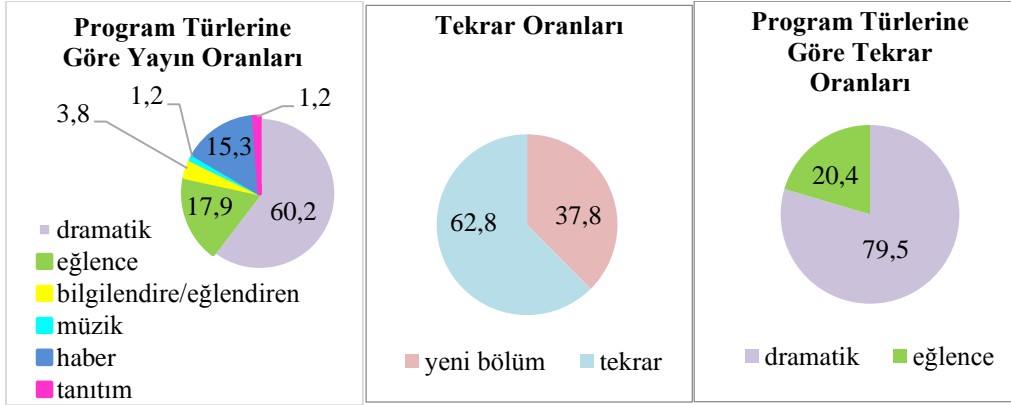
Kanalın bu haftaki yayın akışına bakıldığında 4 program türüne yer verdiği görülmüştür. En fazla yayınlanan dramatik türler; en az yayınlanan ise haber programlarıdır. Yatay ve dikey programlamada veya farklılıkla devamlılık stratejilerinde önceki haftalardan farklı bir uygulama görülmemektedir. Parçalama (stripping) stratejisi yine önceki haftalarda olduğu gibi bu hafta da uygulanmıştır. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %43.8'i tekrar; %56.2'si yeni bölümlerden oluşmaktadır. En çok tekrar yayınlanan tür dramatik programlardır.

4.1.5. Star Tv Yayın Akışı

Tablo 5. 18-24 Şubat Haftasına Ait Yayın Akışı

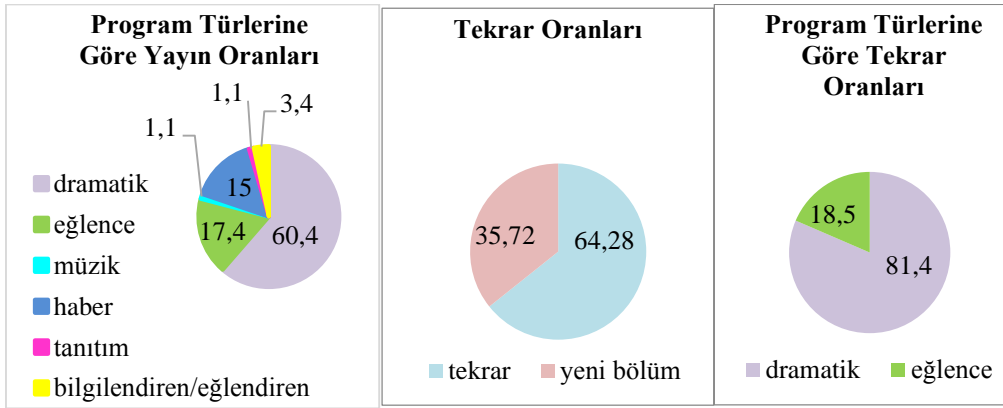
GÜN	18.02.2019 Pazartesi	19.02.2019 Salı	20.02.2019 Çarşamba	21.02.2019 Perşembe	22.02.2019 Cuma	23.02.2019 Cumartesi	24.02.2019 Pazar
STAR TV	00:10 Kuzgun / Tkr	00:15 Kardeş Çocukları / Tkr	02:30 Kocam Yaparsa / Tkr	02:00 Söz / Tkr	0:15 Kuzgun	00:10 Kuzgun	00:10 Kocam Yaparsa / Tkr
	02:55 Türk Müziği	03:30 Kocam Yaparsa / Tkr	03:40 Cesur Ve Güzel / Tkr	04:20 Kocam Yaparsa / Tkr	03:30 Cesur Ve Güzel	03:25 Cesur Ve Güzel / Tkr	01:40 Avlu / Tkr
	03:55 Cesur Ve Güzel / Tkr	05:20 Güzel Köylü // Tkr	05:20 Güzel Köylü	05:20 Cesur Ve Güzel / Tkr	05:20 Güzel Köylü	05:15 Güzel Köylü / Tkr	03:55 Cesur Ve Güzel / Tkr
	05:05 Güzel Köylü	07:00 Mesut Yar İle Bugün	07:00 Mesut Yar İle Bugün	06:10 Güzel Köylü / Tkr	07:00 Mesut Yar İle Bugün	06:55 Ateşböceği / Tkr	05:05 Güzel Köylü / Tkr
	06:55 Mesut Yar İle Bugün	09:30 Kocam Yaparsa / Tkr	09:30 Kocam Yaparsa / Tkr	07:00 Mesut Yar İle Bugün	09:30 Kocam Yaparsa	08:55 Kardeş Çocukları / Tkr	06:55 Kuzgun / Tkr
	09:25 Kocam Yaparsa / Tkr	11:15 Kara Sevda / Tkr	11:15 Kara Sevda / Tkr	09:30 Kocam Yaparsa / Tkr	11:15 Kuzgun	11:55 Tülin Sahin İle Moda	09:55 Özlem Denizmen'le Kadınca
	11:10 Kara Sevda / Tkr	12:30 Akasya Durağı / Tkr	12:45 Erkenci Kuş / Tkr	11:15 Kara Sevda / Tkr	14:15 Söz	12:55 Kuzgun / Tkr	11:55 Vahe İle EvdekiMutluluk
	12:25 Kuzgun / Tkr	15:15 Anne / Tkr	15:15 En Güzel Bölüm	12:30 Kuzgun / Tkr	17:00 Kocam Yaparsa	15:55 İstanbullu Gelin / Tkr	13:25 Erkenci Kuş / Tkr
	15:25 Anne / Tkr	17:00 Kocam Yaparsa	15:30 Anne / Tkr	15:30 Anne / Tkr	18:45 Star Ana Haber	18:40 Star Haber	15:40 Kuzgun / Tkr
	16:55 Kocam Yaparsa	18:45 Star Ana Haber	17:00 Kocam Yaparsa	17:00 Kocam Yaparsa	20:00 İstanbullu Gelin	19:55 Erkenci Kuş	18:40 Star Haber
	18:40 Star Haber	20:00 Kuzgun	18:45 Star Haber	18:45 Star Haber			19:55 Kardeş Çocukları
	19:55 Söz		20:00 Kuzgun	20:00 Avlu / 31			

Dramatik Eğlence Bilgilendiren/Eğlendiren Haber Tanıtım Müzik



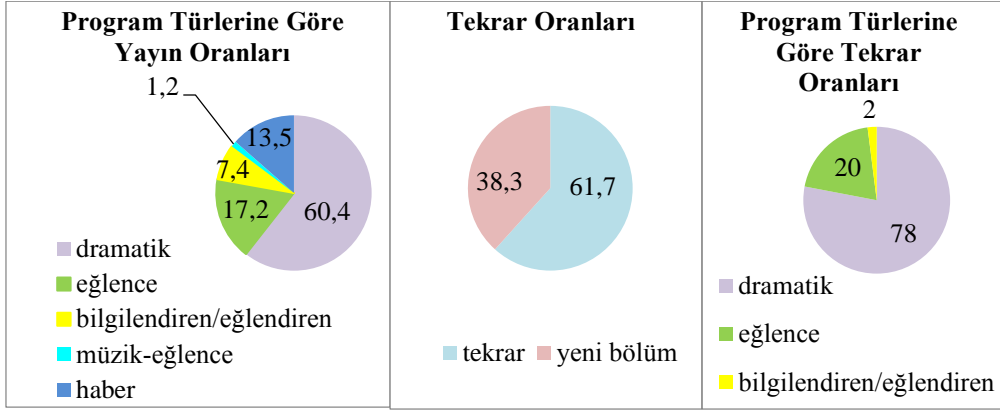
Şekil 17. 18-24 Şubat Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Kanalın yayın akışı bir süper metin olarak değerlendirildiğinde ve haftalık grafik incelendiğinde 6 program türü yayınlandığı görülmüştür. Bu türler dramatik, müzik, haber, bilgilendiren/eğlendiren programlar, tanıtım ve eğlence programlarıdır. Yatay programlama stratejisindeki sabit saatlerde sabit program yayını kuralına çok da uyulmadığı gözlenmiştir. Sabah 07.00 *Mesut Yar ile Bugün*, 09.30 *Kocam Yaparsa (tekrar)* ve 17.00 *Kocam Yaparsa* programları sabit saatlerde yayınlanmaktadır. Gün içerisinde yayınlanan diğer programlar daha çok dramatik türlerin tekrarları şeklindedir. Bu tekrar yayınlarda da her zaman aynı programın tekrarı değil de farklı günlerde farklı programların tekrarı şeklinde olabilmektedir. Dikey programlamadaki farklı günlerde farklı program yayınlama ve çeşitlilik kuralı da haftanın her günü farklı bir dizi yayınlayarak uygulanmaktadır. Bu beklenen anlamda bir çeşitlilik olmasa da farklılık kuralına uygundur. Farklılıkla devamlılık stratejisi televizyon yayıncılığında ve televizyonun anlatma biçiminde vazgeçilmezdir. Dolayısıyla bu haftaki akışta uygulanmıştır, ancak kanalın program çeşitliliğinin az olduğunu belirtmek gerekir. Parçalama (stripping) stratejisi birçok kanalda yaygın şekilde uygulandığı gibi bu kanalda da uygulanmıştır. Parçalı yapının beraberindeki en önemli unsurlardan biri tekrar öğesidir. Tekrar oranlarına bakıldığında %62.8 tekrar; %37.8 yeni bölümdür. En çok tekrarlanan tür dramatik türlerdir.



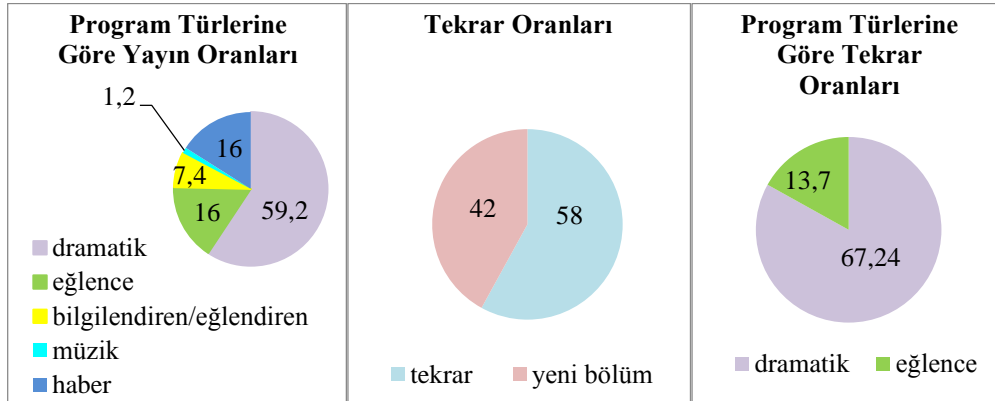
Şekil 18. 25-03 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Kanalın haftalık yayın akışına bakıldığında 6 tür program yayınladığı görülmüştür. En fazla yayınlanan tür dramatik türlerdir. Yatay programlama stratejisinin titizlikle uygulandığı ve sabitlik kuralına katı bir şekilde uyulduğu söylenemese de; yatay ve dikey programlama stratejileri genel ilkeleri çerçevesinde uygulanmıştır. Farklılıkla devamlılık ve parçalama (stripping) stratejilerinin de uygulandığı gözlenmiştir. Tekrar oranlarına bakıldığında %64.28 tekrar; %35.72 oranında yeni bölüm yayınlandığı görülmüştür. En çok tekrarlanan tür dramatik türlerdir.



Şekil 19. 04-10 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Haftalık yayın akışına bakıldığında 5 tür program yayınlandığı görülmüştür. En fazla yayınlanan tür dramatik; en az yayınlanan tür ise müzik programlarıdır. Yatay, dikey programlama, farklılıkla devamlılık stratejileri önceki haftalara benzer şekilde uygulanmıştır. Bu haftaki akıştaki fark bilgilendiren/eğlendiren bir tür olan, gündüz yayın akışında 12.30'a yerleştirilen *Nursel'in Konukları* isimli program yayına başlamıştır. Bu durum yine gündüz yayın akışında yatay programlamanın sabitlik ilkesine uymayan bir örnektir. Parçalama (stripping) stratejisi uygulanmakta ancak genellikle prime-time'da uygulanan çapraz programlama stratejisine benzer bir teknikten gündüz yayın kuşağında yararlanılmaktadır. Rekabet edebilmek ve seyirciyi kanala çekebilmek yeni bir program sunulmaktadır. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %61.7'si tekrar; %38.3'ü yeni bölümdür. En çok tekrar edilen tür dramatiktir.



Şekil 20. 11-17 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

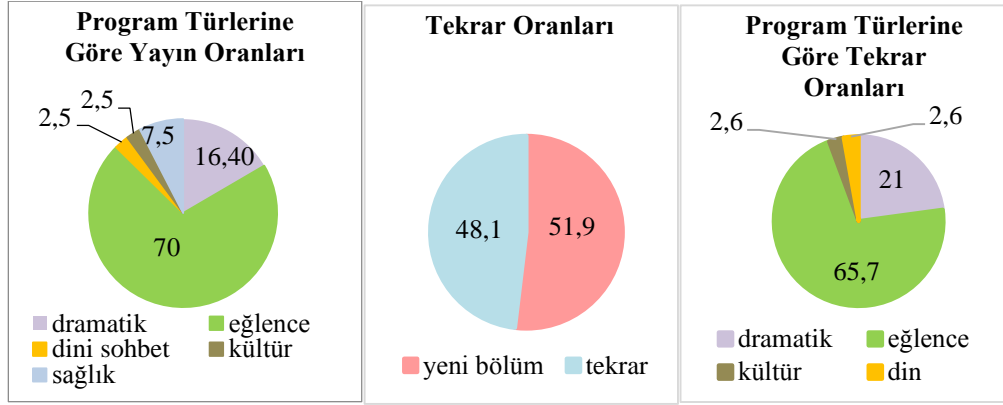
Kanalın bu haftaki yayın akışında 5 tür program yayınlandığı görülmüştür. En fazla yayınlanan tür dramatik; en az yayınlanan tür ise müzik programlarıdır. Yatay ve dikey programlama stratejisi önceki haftalara benzer şekilde uygulanmıştır. Farklılıkla devamlılık ve parçalama (stripping) stratejileri de aynı şekilde uygulanmaya devam etmiştir. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %58'i tekrar; %42'si de yeni bölümdür. En fazla tekrarlanan tür dramatik türlerdir.

4.1.6. Tv 8 Yayın Akışı

Tablo 6. 18-24 Şubat Haftasına Ait Yayın Akışı

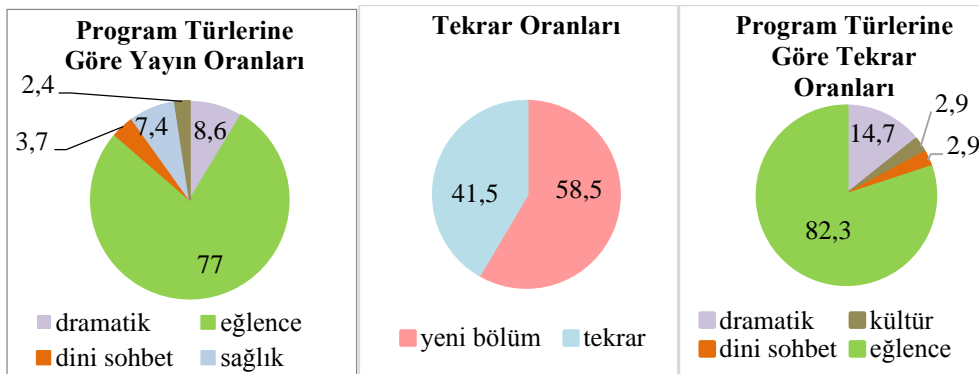
Gün	18.02.2019 Pazartesi	19.02.2019 Salı	20.02.2019 Çarşamba	21.02.2019 Perşembe	22.02.2019 Cuma	23.02.2019 Cumartesi	24.02.2019 Pazar
TV 8	02:00 Survivor Panorama Hafta Sonu/tkr	01:30 Yemekteyiz/ tkr	00:15 Yemekteyiz /tkr	01:15 Yemekteyiz [Tekrar]	00:15 Emre Dorman İle Aklımdaki	01:15 Yemekteyiz/ tkr	02:00 Survivor Panorama/ tkr
	04:00 8x8	03:15 Gel Konuşalım/tkr	02:15 Survivor Türkiye- Yunanistan/tkr	03:15 Gel Konuşalım/tkr	01:45 Yemekteyiz /tkr	03:15 Survivor Panorama/tkr	04:00 8x8/tkr
	05:15 Bilginiz Olsun/tkr	05:30 Oynat Bakalım	04:15 Gel Konuşalım/tkr	05:15 Survivor Panorama/tkr	03:15 Survivor Türkiye- Yunanistan/tkr	05:15 Gel Konuşalım/ Tkr	05:15 Bilginiz Olsun
	06:00 Oynat Bakalım/ tkr	07:00 Günaydın Doktor	06:30 Oynat Bakalım/ tkr	06:30 Oynat Bakalı/tkr	06:15 Oynat Bakalım /tkr	07:00 Çok Güzel Hareketler Bunlar	06:00 Oynat Bakalım/tkr
	07:00 Günaydın Doktor	08:45 Gel Konuşalım /tkr	07:00 Günaydın Doktor	07:00 Günaydın Doktor	07:00 Günaydın Doktor	08:30 Çok Yaşa	07:00 Emre Dorman İle Aklımdaki Sorular/tkr
	08:45 Oynat Bakalım	09:15 Gel Konuşalım	09:15 Gel Konuşalım	09:15 Gel Konuşalım	08:45 Oynat Bakalım	09:45 Oynat Bakalım/tkr	08:30 Çok Yaşa
	09:15 Gel Konuşalım	11:15 Jet Sosyete/tkr	11:15 Oynat Bakalım	11:00 Jet Sosyete/tkr	09:15 Gel Konuşalım	10:00 Kızım/tkr	09:45 Jet Sosyete/tkr
	11:00 Jet Sosyete/tkr	13:00 Survivor Panorama	13:00 Survivor Panorama	13:00 Survivor Panorama	11:00 Jet Sosyete/tkr	12:30 Jet Sosyete/tkr	12:30 Kızım/tkr
	13:00 Survivor Türkiye- Yunanistan/ tkr	15:30 Yemekteyiz	15:30 Yemekteyiz	15:30 Yemekteyiz	13:00 Survivor Panorama	15:00 Survivor Panorama	15:00 Survivor Panorama
	15:30 Yemekteyiz	20:00 Survivor Türkiye - Yunanistan	20:00 Jet Sosyete/	20:00 Ali Baba ve Yedi Cüceler	15:30 Yemekteyiz	17.15 Hayat Öpücüğü	20:00 Survivor Türkiye - Yunanistan
20:00 Survivor Türkiye- Yunanistan	00.15 Yemekteyiz	23:15 Yemekteyiz [Tekrar]	22.15 Kızım/tkr	20:00 Kızım	20:00 Survivor Türkiye - Yunanistan	02:00 Survivor Panorama/ tkr	
				23:15 Eser Yenenler Show	01:15 Yemekteyiz /tkr		

Dramatik
 Eğlence
 Sağlık
 Kültür
 Dini sohbet



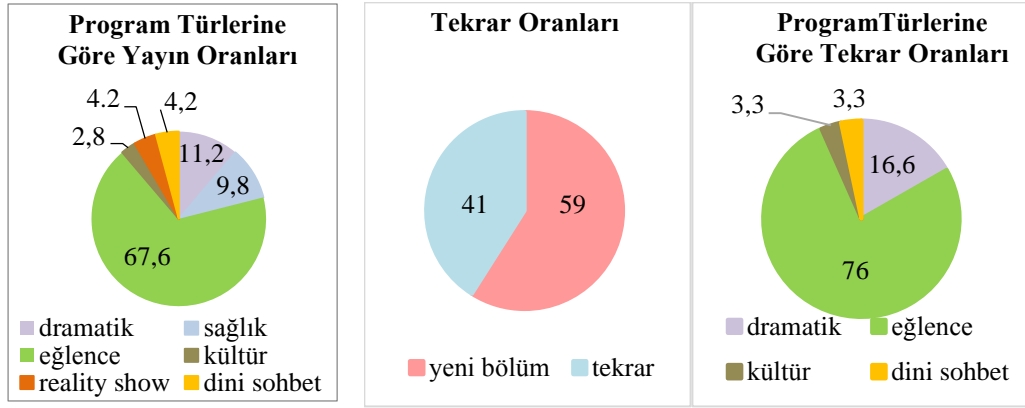
Şekil 21. 18-24 Şubat Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Kanalın yayın akışı bir süper metin olarak değerlendirildiğinde ve haftalık grafik incelendiğinde 5 program türü yayınlandığı görülmüştür. Bu türler dramatik, kültür, sağlık, dini sohbet ve eğlence programlarıdır. En çok yayınlanan tür eğlence; en az yayınlanan türler ise kültür ve dini-sohbet programlarıdır. Yatay programlama stratejisi akış planında uygulanmıştır. Ancak dikey programlamadaki her akşama farklı bir program yerleştirme uygulaması akışta görülmemekte aksine haftada 4 gece aynı programın yayınlandığı gözlenmektedir. Aynı programın *Survivor Türkiye-Yunanistan*, yayınlandığı akşamlar temel alındığında ki bu program kanalın en önemli programlarından biridir; Köprü kurma (bridging) stratejisinin uygulandığı görülmektedir. Köprü kurma (bridging) uzun bir programla, akşamın ilk saatlerinden itibaren bütün bir akşam prime-time da bu programı devam ettirmektedir. Kanalın prime-time dışında gün içerisinde de bu programı yeni ve tekrar yayınlarla yayın akışında geniş bir zaman dilimi ayırarak yerleştirilmesi; başka kanalların rekabette yararlandığı herhangi bir türün ve programın bu başarısını kesintiye uğratabilir. Farklılıkla devamlılık stratejisine bakıldığında kanalın %70 oranında eğlence yayınladığı göz önünde bulundurulduğunda eğlencenin çok çeşitli biçimlerde sunulduğu ve yinlendiği görülmektedir. Kanalın önemli programlarından biri olan *Survivor Türkiye-Yunanistan* adlı yarışma programı ve *Survivor Panorama* adlı sohbet ve yarışmaya ait VTR'lerden oluşan program örnek verilebilir. Her iki programda da içerik yarışma görüntülerinden oluşmaktadır. *Survivor Panorama* aynı içerik üzerinde yapılan yorumlarla desteklenmekte ancak yarışma içeriğinin farklı bir şekilde yinelenmesinden öteye geçmemektedir. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %48,1'i tekrar, %51,9'u yeni bölümlerden oluşmaktadır. En çok tekrarlanan türler eğlence programlarıdır. Ayrıca neredeyse her kanalda yayınlanan haber bülteni veya herhangi bir haber programına bu kanalda hiç yer verilmediği gözlenmektedir. Kanalın gündemden tamamen uzak, yarattığı kurmaca dünya ile izleyicisinin de toplumsal gerçeklikten soyutlanmış olması, edilgin bir kitleye hitap ediyor olması üretmek istediği söylem ve kanalın ideolojik yapısıyla yakın ilişkidir.



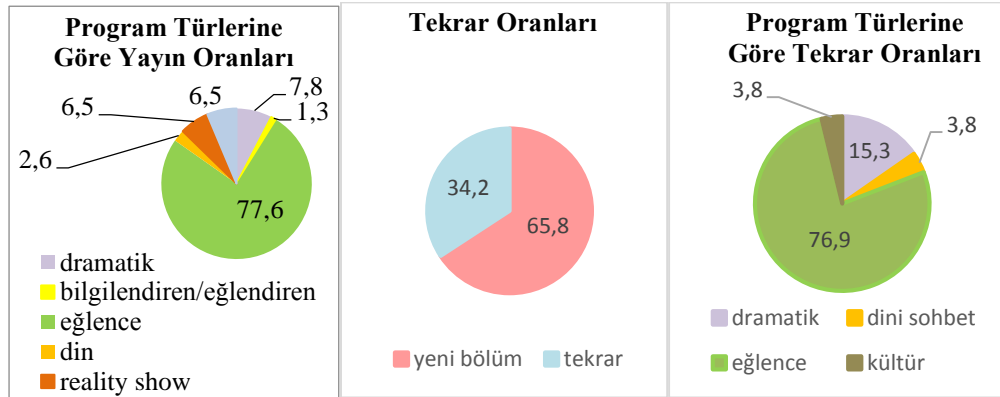
Şekil 22. 25-03 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akış

Haftalık yayın akışına bakıldığında kanalın 5 tür program yayınladığı görülmektedir. En fazla yayınlanan eğlence; en az yayınlanan tür ise kültür programlarıdır. Akış yatay programlama stratejisine uygun şekilde hazırlanmıştır. Dikey programlama stratejisi tam olarak uygulanmamış, haftanın büyük bir bölümü akşamları prime-time'ı *Survivor* programı ve türevlerine ayırmıştır. Farklılıkla devamlılık stratejisi de yine *Survivor* programı aracılığıyla sürmektedir. Yayın akışının geneli göz önünde bulundurulduğunda parçalama (stripping) stratejisinin yanı sıra köprü kurma (bridging) stratejisinin de kullanıldığı görülmektedir. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %41.5'i tekrar yayındır. En çok tekrarlanan tür eğlence programlarıdır.



Şekil 23. 11-17 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Haftalık yayın akışına bakıldığında kanalın 6 tür program yayınladığı görülmektedir. En fazla yayınlanan eğlence; en az yayınlanan tür ise kültür programlarıdır. Yatay programlama stratejisine uygun bir gündüz yayın kuşağı hazırlanmıştır. Dikey programlama ve farklılıkla devamlılık stratejileri de önceki haftalara benzer şekilde *Survivor* programı aracılığıyla uygulanmıştır. Yayın akışının geneli göz önünde bulundurulduğunda parçalama (stripping) stratejisinin ve köprü kurma (bridging) stratejisi kullanılmıştır. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %4'i tekrar yayındır. En çok tekrarlanan tür eğlence programlarıdır.



Şekil 24. 11-17 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

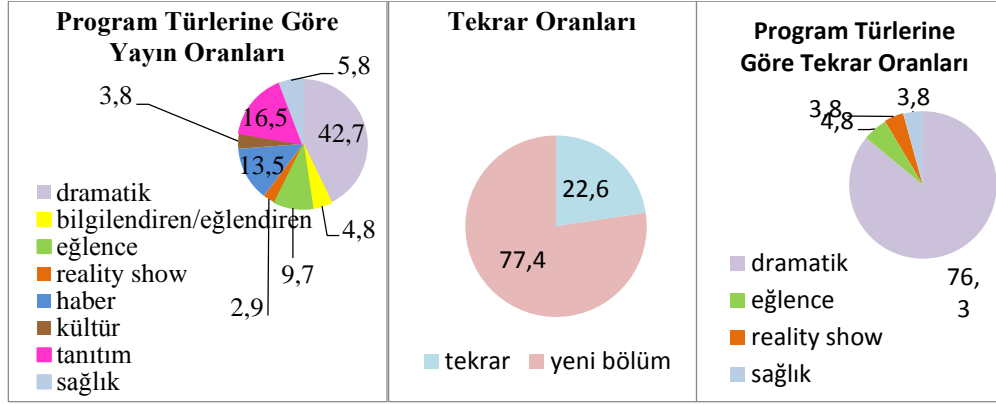
Kanalın yayın akışına bakıldığında bu hafta 6 program türü yayınlanmıştır. En fazla yayınlanan tür eğlence; en az yayınlanan tür bilgilendiren/eğlendiren programlardır. Yatay programlama stratejisi uygulanmış; ancak dikey programlama stratejisi olması gereken program çeşitliliğini içermemektedir. Farklılıkla devamlılık *Survivor* programı aracılığıyla sağlanmaktadır. Yayın akışında parçalama(stripping) ve köprü kurma (bridging) stratejileri uygulanmıştır. Tekrar oranları %34.2, yeni bölüm oranı %65.8'dir. En fazla tekrarlanan tür eğlence programlarıdır.

4.1.7. TRT 1 Yayın Akışı

Tablo 7. 18-24 Şubat Haftasına Ait Yayın Akışı

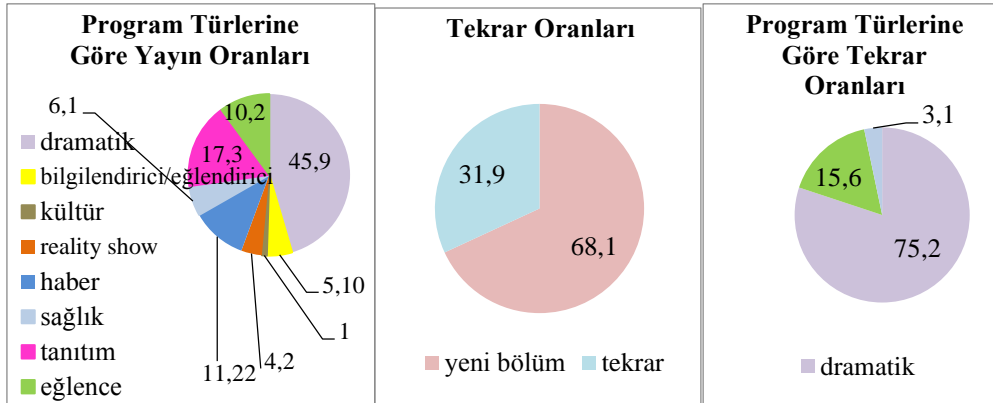
GÜN	18.02.2019 Pazartesi	19.02.2019 Salı	20.02.2019 Çarşamba	21.02.2019 Perşembe	22.02.2019 Cuma	23.02.2019 Cumartesi	24.02.2019 Pazar
TRT 1	00:00 Doğu'nun Kayıp Silüetleri	00:00 3'te 3 Tarih	0:15 Tek Yürek/tkr	01:00 Vuslat/tkr	02:30 İyilik Kulübü/tkr	01:00 Vuslat/tkr	00:15 Halka/tkr
	00:30 Tek Yürek/tkr	01:05 Tek Yürek/tkr	02:50 1 Gün Kala/tkr	03:45 Aileler Yarıyor/tkr	03:20 1'de Bugün	02:40 Dr. Yerebakan İle Hayatın Ritmi/tkr	03:00 1'de Bugün
	03:00 Diriliş "Ertuğrul"/tkr	03:35 Aileler Yarıyor /tkr	03:10 1'de Bugün/tkr	05:00 Kralın Kızı/tkr	03:30 Aileler Yarıyor/tkr	04:05 Aileler Yarıyor /tkr	03:10 Vuslat/tkr
	06:05 Yeşil Deniz/tkr	06:10 Yeşil Deniz/tkr	03:20 Aileler Yarıyor/tkr	06:05 Yeşil Deniz/tkr	06:05 Yeşil Deniz/tkr	06:10 Beni Böyle Sev/tkr	06:15 Beni Böyle Sev/tkr
	08:40 1'de Bugün	08:50 1'de Bugün	04:55 Kralın Kızı	08:45 1'de Bugün	08:45 1'de Bugün	09:15 1'de Bugün	08:50 1'de Bugün
	08:50 Tek Yürek	09:00 Tek Yürek	06:00 Yeşil Deniz	08:55 Halka	08:55 Halka	09:25 Tozkoparan	09:00 Diriliş "Ertuğrul"/tkr
	11:45 Dr. Yerebakan İle Hayatın Ritmi	11:45 Dr. Yerebakan İle Hayatın Ritmi	08:40 1'de Bugün	11:45 Dr.Yerebakan İle Hayatın Ritmi	11:45 Dr.Yerebakan İle Hayatın Ritmi	12:10 Halka	11:50 Enine Boyuna
	13:35 Pelin Çift İle İyi Fikir	13:35 Pelin Çift İle İyi Fikir	08:50 Halka	13:45 Pelin Çift İle İyi Fikir	13:35 Pelin Çift İle İyi Fikir	15:35 1'de Bugün	13:00 Tek Yürek
	15:35 1'de Bugün	15:35 1'de Bugün	11:45 Dr. Yerebakan İle Hayatın Ritmi	15:35 1'de Bugün	15:35 1'de Bugün	15:45 Vuslat/tkr	15:45 1'de Bugün
	15:45 Aileler Yarıyor	15:45 Aileler Yarıyor	13:35 Pelin Çift İle İyi Fikir	15:45 Aileler Yarıyor	15:45 Aileler Yarıyor	19:00 Ana Haber	15:55 Dinozor
	17:45 Kralın Kızı	17:45 Kralın Kızı	15:35 1'de Bugün	17:45 Kralın Kızı	17:45 Kralın Kızı	20:00 Kalk Gidelim	17:30 Tozkoparan
	18:55 Doğrusu Ne?	18:55 Doğrusu Ne?	15:45 Aileler Yarıyor	18:55 Doğrusu Ne?	19:00 Ana Haber	00:00 Dizi /tkr	19:00 Ana Haber
	19:00 Ana Haber	19:00 Ana Haber	17:45 Kralın Kızı	19:00 Ana Haber	19:55 Doğrusu Ne?		20:00 Elimi Bırakma
	20:00 Vuslat	20:00 Halka	18:55 Doğrusu Ne?	20:00 Tek Yürek	20:00 Payitaht "Abdülhamid"		00:15 Doğu'nun Kayıp Silüetleri
	00:00 3'te 3 Tarih	00:00 Bir Gün Kala	19:00 Ana Haber	23:25 Elimi Bırakma/tkr	00:00 Dizi /tkr		
			20:00 Diriliş "Ertuğrul"				
			23:45 Pelin Çift İle Gündem Ötesi				

Dramatik
 Eğlence
 Sağlık
 Reality Show
 Kültür
 Haber
 Tanıtım
 Bilgilendiren/Eğlendiren



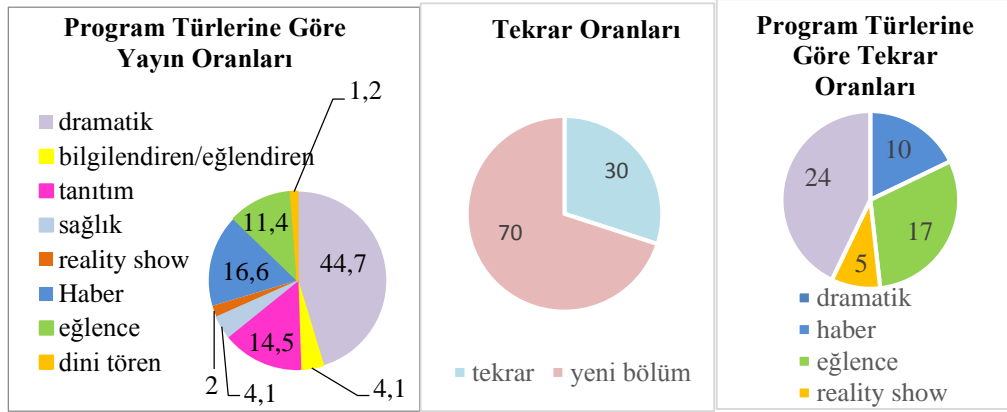
Şekil 25. 18-24 Şubat Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Trt 1 diğer kanallardan farklı olarak kamusal yayın yapan kanallardan biridir. Bir süper metin olarak kanalın yayın akışı incelendiğinde 8 tür program ile diğer tüm kanallardan daha fazla program türü yayınlandığı görülmüştür. Bu türler dramatik, bilgilendiren/eğlendiren, eğlence, reality show, haber, kültür, tanıtım, sağlık programlarıdır. En fazla yayınlanan tür dramatik; en az yayınlanan tür ise reality show programlarıdır. Yatay programlama stratejisinin sabitlik ilkesine bağlı kalarak gündüz yayın kuşağı planlanmıştır. Dikey programlama stratejisine de sadık kalınmıştır. Ancak dikey programlamanın çeşitlilik ilkesi dramatik türler aracılığıyla sağlanmıştır. Farklılıkla devamlılık stratejisine bakıldığında kanalın program çeşitliliği nedeniyle yineleme ve tekrar kolaylıkla sağlanmıştır. Yayın akışında parçalama (stripping) stratejisi uygulanmaktadır. Bunun yanı sıra aslında bir strateji olarak tanımlanmayan ancak bir program türü olarak kategorize edilen tanıtım türü, kanala ait programların içerikleri hakkında bilgi vermekte ve gün içerisinde sıkça tekrarlanmaktadır. Bu rekabet için kullanılan bir strateji olarak kabul edilebilir. Tekrar oranlarına bakıldığında %22,6'sı tekrar; %77,4'ü yeni bölümdür. En çok tekrarlanan tür dramatiktir.



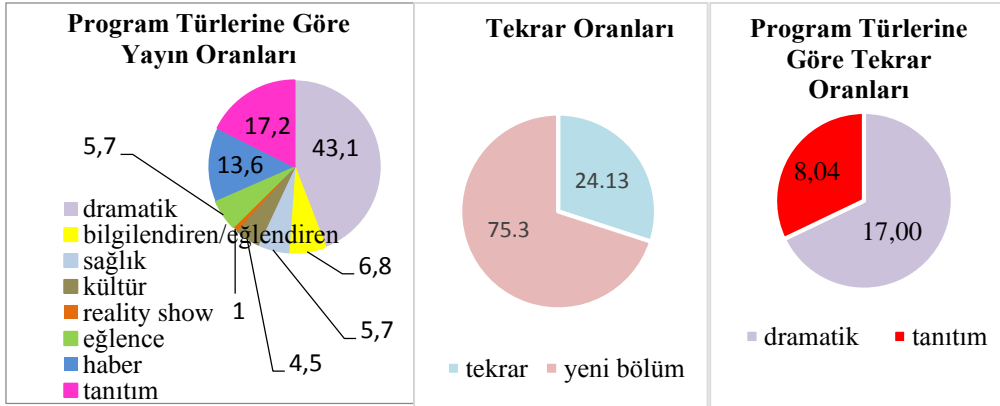
Şekil 26. 25-03 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Haftalık yayın akışına bakıldığında 8 tür program yayınlandığı görülmüştür. En çok yayınlanan tür dramatik; en az yayınlanan kültür programlarıdır. Yatay programlamada sabitlik ilkesine dikkat edildiği gibi aynı zamanda günlük yayın akışında program çeşitliliğine de dikkat edilmiştir. Dikey programlamada çeşitlilik dramatik türler aracılığıyla sağlanmıştır. Farklılıkla devamlılıktaki tür çeşitliliği önem taşımaktadır ve bu strateji farklı türler aracılığıyla uygulanmaktadır. Yayın akışı planlamada parçalama (stripping) stratejisinden yararlanılmıştır. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %31,9'u tekrar; %68,1'i yeni bölümdür. En çok tekrarlanan tür dramatik türlerdir.



Şekil 27. 04-1 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Haftalık yayına akışına bakıldığında 8 tür program yayınlanmıştır. En fazla yayınlanan tür dramatik; en az yayınlanan ise dini törendir. Yatay ve dikey programlama stratejileri bu hafta da uygulanmıştır. Kanalın tür çeşitliliği farklılıkla devamlılık stratejisinin uygulanmasında avantaj sağlamaktadır. Ayrıca parçalama (stripping) stratejisinden de yararlanılmıştır. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %30'u tekrar; %70'i ise yeni bölümdür. En çok tekrarlanan tür dramatik türlerdir.



Şekil 28. 11-17 Mart 2019 Haftasına Ait Yayın Akışına İlişkin Oranlar

Kanalın bu haftaki yayın akışında 8 tür program yayınlanmıştır. En fazla yayınlanan tür dramatik; en az yayınlanan ise reality show 'dur. Yayın akışında yatay ve dikey programlama, farklılıkla devamlılık ve parçalama stratejileri uygulanmıştır. Tanıtım programlarının yayınına da dikkat edilmektedir. Tanıtım da bir çeşit rekabet stratejisi olarak düşünülebilir. Tekrar oranlarına bakıldığında yayınların %24.13'ü tekrar; %75.3'ü yeni bölümdür. En fazla tekrarlanan tür dramatik türlerdir.

5. SONUÇ

Analiz edilen kanallar bir süper metin olarak değerlendirilmiştir. Her bir süper metinden yola çıkarak mega metne ilişkin tespitlerde bulunulmuştur. Öncelikle süper metinler arası benzerliklerden yola çıkarak mega metne ilişkin en önemli tespit; tüm kanallarda en çok yayınlanan türün dramatik türler ve eğlence programları olduğudur. En az yayınlanan türler ise dini sohbet, kültür ve tanıtım programlarıdır. Bazı kanallar kültür programlarına hiç yer vermemiştir. Bu da izleyiciyi bilgilendiren, öğreten, geliştiren içeriklere yer verilmediği ve eğlenceye odaklanmış bir yayıncılık anlayışı olduğunu ortaya koymaktadır. İzleyiciye yoğun olarak sunulan bu içerik, bireyin gelişimi, genel kültürü, bilgiye ulaşması, öğrenmesi açısından hiçbir katkı sağlamamakta aynı zamanda analiz kapsamındaki tüm kanalların bu yönde ortak bir amaç ve ortak bir söylem ürettiğini göstermektedir.

Her bir süper metnin yatay ve dikey programlama stratejilerine yer verdiği görülmüştür. Bu mega metne ilişkin şu niteliği gösterir: Kanallar yayın akışı planlarken izleyicinin sosyal yaşam dinamikleri ve günlük zaman dilimleri, yaşam ritimlerini dikkate almaktadır. Dikey programlamada yer alan prime-time zaman diliminde yoğun şekilde dramatik türlerden yerli dizilere yer verildiği görülmüştür. Dikey programlamada beklenen uygulama farklı kanallarda farklı türler veya aynı kanalın farklı akşamlardaki yayın akışında farklı programlar sunmasıdır. Analiz sonucunda görülen her akşam farklı yerli dizilerin sunulduğudur ve birçok kanalda bu şekilde uygulanmaktadır. Bir sonraki hafta da aynı dizinin yeni bölümü sunulmaktadır. Dramatik türler sinema ve televizyon dizileri, seriyallerini kapsayan bir kategoridir. Bu kategori dram anlatı yapısı üzerine temellenir. Dram tekniği; karakterler, karakterler arasında bireysel çelişki, çatışmalar, yükselen bir gerilim, doruk nokta ve azalan gerilimle sonuca ulaşma süreçlerini içeren; giriş, gelişme, sonuç bölümlerinden oluşan, belirli zaman ve mekanda geçen, olay odaklı anlatılardır. Bu anlatı tekniği, geleneksel toplum yapısı ile uyum içerisindedir. Genele ait ideolojiyi yansıtan ve olumlayan yapısı, hızlı akışı, gerçekçi ve inandırıcı oluşu izleyicinin sorgulamasına fırsat vermez ve izleyici sunulan her şeyi kabullenmek zorunda kalır. Eğlence içerisine yedirilmiş ideolojik mesajlar, genellikle sistemi olumlayan, toplumsal sorunları gizleyen, üzerini örten bu teknikle, izleyiciye alttan alta sunulur ve edilgin izleyiciyi sorgulamadığı için farkında olmadan zihin manipülasyonuna maruz kalır. Dolayısıyla yayıncıların çoğunlukla dramatik türleri sunması ve hatta en çok tekrar yayınlanan türün yine dramatik türler olması bilinçli bir tercihtir. Seyirciyi kontrol edebilmenin en kolay yoludur. Düşünme ve harekete geçme dürtüsünü eğlence yoluyla köreltir ve sistem açısından bir tehdit olmasının önüne geçer.

Mega metne ilişkin en önemli yayın stratejilerinden biri parçalamak (stripping) stratejisidir. Parçalı yapı tekrar gerektiren, süreklilik sağlayan bir yapıdır. Yayın akışı parçalanarak planlandığında aynı zamanda farklılıkla devamlılık stratejisine de hizmet etmiş olur. Bunun dışında akrobatik planlama (stunting) da sık olmamakla birlikte kullanılan bir başka stratejidir.

Mega metin diğer stratejilerle de bağlantılı olarak tekrara önem verir. Her bir süper metinde tekrar unsuru mutlaka görülmektedir. En çok tekrara başvuran kanallar tecimsel kanallardır özellikle de Fox Tv ve Star Tv yoğun olarak tekrar yayın yapmaktadır. Tekrar yayın oranı en az olan kanal ise TRT 1'dir. Bu durum kamusal ve tecimsel yayın yapan kanalların yayın akışı planlamalarına ilişkin farkı gösteren bir örnektir. TRT 1 kamusal yayın yapan bir kanal olarak hem en fazla program türü yayınlayan bir kanal hem de içerik üretebilen ve yayınlarda tekrara en az düşen kanaldır. İçerik üretimi hem maddi hem de zihinsel ve düşünsel bir çaba gerektirir. Elbette ki maddi anlamda devletten sağlanan yardımlarla finanse edilen olan bir kanal olması bu çeşitliliği açıklayabilir. Ancak maddi desteğin dışında kamusal yayıncılığın başlıca işlevleri olan öğretme, bilgilendirme, kitlelerin ihtiyaçlarına cevap verme, haberdar etme, ulusal kimliği koruma vb. amaçlar doğrultusunda program tür çeşitliliği düşünsel bir çabanın ve üretimin önemli bir örneğidir. Bundan farklı olarak tecimsel kanallarda tür çeşitliliği bu kadar olmamakla birlikte çok fazla tekrara başvurmak içerik üretiminde bir sorun olduğunu düşündürmektedir. Ticari, finansal sorunlar bunun temel nedenlerindedir.

İçeriği belirleyen, izleyiciye aktaran, kitlelerin hakimiyetini elinde bulunduranlar, kitleleri kendi istekleri ve amaçları yönünde şekillendirebilir. Gerçeği kavrama becerisine sahip olmayanlar, özellikle üretilmiş ve etkileyici bir yöntemle (eğlence) iletilmiş anlam sistemlerini sorgulamaz. Sorgulama, analiz etme ve değerlendirme yetisini kaybetmiş bireyleri yönetmek oldukça kolaydır. Bu kitleler bir tehdit olmadıkları gibi topluma hakim sınıfın ticari beklentilerinin de bir aracıdır. Bu yayınlar gerçeğin yeniden kurulması sonucu sosyal çatışmaların, toplumsal sorunların varlığını gizler. Hızlı akış parçalama, süreklilik durup düşünmeyi engeller ve izleyici sorgulamaz.

Çalışmanın sonunda kanalların alternatif ya da farklı bir içerik sunmadıkları, birbirine çok benzer içerikler ve benzer stratejilerle yayın akışı planladıkları görülmüştür. Bunun dışında gerçeklikten uzak, yeniden kurgulanmış dramatik türlerin yoğun olarak yer aldığı, istenilen iletilerin kolaylıkla yeniden biçimlendirilebildiği ve kolaylıkla yeni anlam sistemlerinin oluşturulabildiği görülmüştür. Tecimsel

kanalların yayın akışlarında tür çeşitliliğin çok fazla olmaması ve tekrar yayınlara sık başvurulması gibi bir sorunla karşılaşmıştır. İzleyiciye türler içinden seçenekler sunulur ancak seçenekler kılık değiştirdiğinde yani aynı içerikler sürekli tekrarlandığında seçenekler gerçekliğini yitirir ve izleyici de seçme şansına sahip olmadığını fark edemez.

KAYNAKÇA

- ALTUN, S. U. (2011), İnsanlığın “Uzaktan Görme” Düşü: Televizyon ve Alternatif Medya Arayışları, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergi*, Sayı 2, 96-111.
- BALCI, E. (2009), Televizyon Program Formatları: "Çarkıfelek" ve "Kim 500 Milyar İster" Programları Üzerine Bir İnceleme, *Kültür ve İletişim* (12.2), 47-78.
- BOUDON, J., IBANEZ, C., JOHNSON, C. and MÜLLER, E. (2009), Searching for Identity for Television: Programmes, Genres, Formats, Bignell, J., Fickers A., *A European Television History*. (101-127) USD: Wiley-Blackwell.
- BROWNE, N. (1984), Political Economy of the Television Super (texts). *Quarterly Review of Film Studies*. Vol:9 No:3 Summer, 585-599.
- BROWNE, N. (1988), One Night of Prime Time: An Analysis of Television's Multiple Voices. J. W. Carrey *Media, Mythes and Narratives: Television and the Press*. (87-112) USA: Sage Publication.
- CRISELL, A. (1997), *An Introductory History of British Broadcasting*, New York, Routledge,
- ÇELENK, S.(2005), *Televizyon, Temsil, Kültür*, İstanbul: Ütopya Yayınları
- ELLIS, J. (1982), *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*, Londra/ New York: Routledge and Kegan Paul.
- ELLIS, J. (2000), Scheduling: The Last Creative Act in Television? *Media, Culture&Society*. Vol.22. [0163-4437(2000001)22: 1;25-38;010989], 25-38.
- ERDOĞAN, E. (2008), Yaygın Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Kamusal İşlevleri, Marmara Üniversitesi SBE, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- GITTLIN, T. (1979), Prime Time Ideology: The Hegemonic Process in Television Entertainment, *Social Problems*, Vol. 26, No. 3., 251-266.
- KAYSİS. (2010), *Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu Televizyon Yapım ve Yayınlarına İlişkin Usul ve Esaslar*, 03.06.2019 tarihinde Elektronik Kamu Bilgi Yönetim Sistemi: <https://kms.kaysis.gov.tr/Home/Goster/24013> adresinden alındı.
- KOZLOFF, S. (1992), *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism* R.C. Allen *Narrative Theory and Television*, (67-100), London: Routledge.
- THOMPSON, K. (2003), *Storytelling in Film and Television*. London: Harvard University Press.
- GEÇER, E. (2013), *Medya ve Popüler Kültür; Diziler, Televizyon ve Toplum*, İstanbul: Metamorfoz Yayıncılık.
- PEKMAN, C. (1997), *Televizyon 'da Özelleşme: Avrupa 'da Yayıncılığın Değişim Süreci*, İstanbul: Beta Yayınları.
- RTÜK, (2014), *Program Türleri Kod Kitapçığı: Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları*, 02.06.2019 tarihinde Radyo Televizyon Üst Kurulu: <https://www.rtuk.gov.tr/program-turleri-kod-kitapcigi/3734/3034/program-turleri-kod-kitapcigi.html> adresinden alındı.

YAYIN AKIŞLARI. (2019), Türk Televizyon Kanallarının Yayın Akışlarına İlişkin Bilgiler, 18.02.2019-17.03.2019 tarih aralığında düzenli olarak <https://canlitv.com/yayin-akisi/> adresinden alındı.

WILLIAMS, R. (2003), *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim*. (Ç.Ahmet Ulvi Türkbağ) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.