



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Assel URAZOVA

TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA AMERİKAN FORMATININ HÂKİMİYETİ:
TÜRKİYE VE KAZAKİSTAN ÖRNEĞİ

Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2018



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Assel URAZOVA

TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA AMERİKAN FORMATININ HÂKİMİYETİ:
TÜRKİYE VE KAZAKİSTAN ÖRNEĞİ

Danışman

Prof. Dr. Narin Tülay ŞEKER

Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2018

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne

Assel URAZOVA'nın bu çalışması, jürimiz tarafından Radyo Televizyon ve Sinema
Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Dr. Öğr. Üyesi Seyfi KILIÇ (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Narin Tülay ŞEKER (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Mustafa MENCET (İmza)

Tez Başlığı: Televizyon Yayıncılığında Amerikan Formatının Hâkimiyeti: Türkiye ve
Kazakistan Örneği

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 22/06/2018

Mezuniyet Tarihi : 27/09/2018

(İmza)

Prof. Dr. İhsan BULUT

Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Televizyon Yayıncılığında Amerikan Formatının Hâkimiyeti: Türkiye ve Kazakistan Örneği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Assel URAZOVA





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE
ÖĞRENCİ BİLGİLERİ

Adı-Soyadı	Assel URAZOVA
Öğrenci Numarası	20145256012
Enstitü Ana Bilim Dalı	Radio Televizyon ve Sinema
Programı	Yüksek Lisans
Programın Türü	(x) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Narin Tülay ŞEKER
Tez Başlığı	Televizyon Yayıncılığında Amerikan Formatının Hakimiyeti: Türkiye ve Kazakistan Örneği
TurnItIn Ödev Numarası	980229439

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 154 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 03/07/2018 tarihinde tarafımdan TurnItIn adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 5

alıntılar dahil % 6'tür.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(x) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

03/07/2018

(imzası)

Prof. Dr. Narin Tülay ŞEKER

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	v
TABLolar LİSTESİ	vi
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ	vii
KISALTMALAR LİSTESİ	viii
ÖZET	x
SUMMARY.....	xi
ÖNSÖZ	xii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON TEKNOLOJİSİNİN SOSYAL BOYUTU ve PROGRAM TÜRLERİ

1.1. Televizyonun Doğası ve Hitap Biçimi	5
1.1.1. Televizyonun Özellikleri ve İşlevleri	6
1.1.2. Dünyada Televizyonun Tarihsel Gelişimi	7
1.1.2.1. Gelişme Dönemi.	8
1.1.2.2. İlk Yayınlar	10
1.1.3. Günümüz Dünyasında Televizyon Yayıncılığı	11
1.2. Yirmi birinci Yüzyıla Girerken Televizyon Yayıncılık Sistemlerindeki Değişiklikler ve Nedenleri.....	20
1.2.1. Televizyon Yayıncılık Sistemlerindeki Değişikliklerin Teknolojik Boyutları ...	21
1.2.2. Kablolu Televizyon Yayınları	21
1.2.3. Uydu Yayınları	22
1.2.4. Yüksek Tanımlı Televizyon (High Definition Television-HDTV)	23
1.3. Televizyon Sosyolojisi	24
1.3.1. Ekonomik ve Kültürel Etkenler	25
1.4. Televizyonda Tür/Format Kavramı	27
1.4.1. Tür Kavramının Televizyon Programlarında Gelişimi.....	30
1.4.2. Televizyon Program Formatlarının Gelişimi.....	31
1.4.3. Televizyonda Program Türleri	34
1.4.3.1. Haber ve Haber Programları	35

1.4.3.2.Spor Programları.....	37
1.4.3.3.Kültür Programları.....	38
1.4.3.4.Din ve Moral Programları.....	39
1.4.3.5.Eğitim Programları	39
1.4.3.6.Bilgilendiren/Eğlendiren Programlar.....	39
1.4.3.7.Gerçek İnsan Hayatlarından Yola Çıkılarak Oluşturulan Programlar ..	40
1.4.3.8.Müzik ve Eğlence Programları	40
1.4.3.9.Dramatik Programlar	41
1.4.3.10.Diğer Tür Programlar.....	42

İKİNCİ BÖLÜM

KAZAKİSTAN VE TÜRKİYE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ DÜNÜ VE BUGÜNÜ

2.1.Kazakistan Televizyon Yayıncılığının Tarihçesi	43
2.1.1.Kazakistan Bağımsızlık Öncesi Televizyon Yayıncılığı (1958-1991).....	43
2.1.2.Bağımsızlık Sonrası Kazakistan Televizyon Yayıncılığı	46
2.1.3.Kazakistan’da Sayısal Yayıncılığa Geçiş.....	52
2.2. Kazakistan’da Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Kanun ile Düzenlenmesi	58
2.2.1.Televizyon Yayıncılığını Düzenleme Kurulu: “Qazakistan Cumhuriyet Radyo- Televizyon Kurumu”	59
2.2.2.Kazakistan Televizyon Yayıncılığını Düzenleyen Kanunlar	60
2.2.3.Kazakistan’da Televizyon Yayıncılığında Yayın Dili	63
2.3.Türkiye Televizyon Yayıncılığının Gelişimi.....	65
2.3.1.Türkiye’de Özel Televizyon Yayıncılığı Öncesi Dönem.....	68
2.3.2.Türkiye’de İlk Özel Televizyon Yayıncılığı	69
2.3.3. Özel Televizyon Yayıncılığının Başlamasından Sonraki Gelişmeler	71
2.3.4. Türkiye’de Yayın Teknolojileri-Sayısal Yayına Geçiş Süreci.....	72
2.4. Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığındaki Yasal Düzenlemeler.....	74
2.4.1.Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Düzenlenmesi: Radyo Televizyon Üst Kurulu.....	80
2.4.2.Türkiye’de Kamu Yayıncılığı: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu	82

2.4.3. Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Yayın Dili	86
---	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AMERİKAN TELEVİZYONCULUĞU HÂKİMİYETİNİN ANALİZİ

3.1. Amerikan Televizyonculuğu Program Türleri ve Tarihsel Gelişimi.....	88
3.1.1. Amerikan Televizyon Program Formatlarının Kazakistan Televizyonculuğunda Uyarlanması.....	97
3.2. Kazakistan ve Türkiye Televizyon Kanallarında Yer Alan Amerikan Yapımlı Programların İncelenmesi.....	104
3.2.1. Amaç.....	105
3.2.2. Sınırlılıklar.....	105
3.2.3. Varsayım	105
3.2.4. Yöntem	106
3.3. Kazakistan ve Türkiye Televizyon Kanallarında Amerikan Televizyon Programlarının Yayın Akış Analizi.....	106
3.3.1. Kazakistan Televizyon Yayıncılığında Amerikan Yapımlı Programlara İlgili Bulgular	108
3.3.2. Kazakistan Televizyon Yayıncılığında Amerikan Yapımlı Programların Türlere ve Süreye Göre Dağılımı.....	109
3.4. Kazakistan Televizyon Kanallarının Yayın Akış Analizi.....	111
3.4.1. Kazakistan’da PrimeTime’daYayınlanan TV Programlarının Türlerine Göre Dağılımı.....	113
3.4.2. Kazakistan’da Televizyon Programlarının Haftalık Süre Olarak Dağılımı.....	116
3.5. Türkiye Televizyon Yayıncılığında Amerikan Yapımlı Programlara İlgili Bulgular.....	118
3.5.1. Türkiye Televizyon Yayıncılığında Amerikan Televizyon Programlarının Türlere ve Süreye Göre Dağılımı.....	118
3.6. TürkiyeTelevizyon Kanallarının Yayın Akış Analizi.....	120
3.6.1. Türkiye’de Prime Time’da Yayınlanan TV Programlarının Türlerine Göre Dağılımı.....	122
3.6.2. Türkiye’de Televizyon Programların Haftalık Süre Olarak Dağılımı.....	124
3.6.3. Değerlendirme.....	125

SONUÇ	130
KAYNAKÇA	132
ÖZGEÇMİŞ	138



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1 Kazakistan'daki 22 Bölge Merkezindeki Nüfusun Kablolu ve Uydu Sayısal Yayıncılığının Kullanma Oranı (%)	55
Şekil 2.2 Kazakistan Nüfusunun Kablolu ve Uydu Televizyon Yayıncılığını kullanma Oranı (%).....	56
Şekil 2.3 Türkiye Nüfusunun Kültürel Etkinliklere Ayırdıkları Zaman Oranları (%).....	68



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 2014 Yılındaki Amerikan Filmlerinin ve Televizyon Programlarının Dünyanın Bölgelerine İhraç Edilmesi	19
Tablo 2.1 Türkiye Televizyonculuğun Gelişimi ve Yıllara Göre Dağılımı Aşağıdaki Tabloda Gösterilmiştir.	66
Tablo 2.2 TRT Televizyon Kanalları.....	85
Tablo 3.1 Türkiye’deki En Çok İzlenme Oranına Sahip 7 Yayın Kuruluşu Reyting Dönemi 2018 Mart.....	107
Tablo 3.2 Kazakistan’daki En Çok İzlenme Oranına Sahip 7 Yayın Kuruluşu Reyting Dönemi 2018 Mart.....	107
Tablo 3.3 Kazakistan’da Prime Time’da Yayınlanan Amerikan Yapımlı Televizyon Programlarının Türlerine Göre ve Süre Olarak Dağılımı	108
Tablo 3.4 Kazakistan’da Prime Time’da Yayınlanan TV Programlarının Türlerine Göre Dağılımı	113
Tablo 3.5 Kazakistan’da Televizyon Programlarının Haftalık Süre Olarak Dağılımı	116
Tablo 3.6 Türkiye’de Prime Time’da Yayınlanan Amerikan Yapımlı Televizyon Programlarının Türlerine ve Süresine Göre Dağılımı.....	118
Tablo 3.7 Türkiye’de Prime Time’da Yayınlanan TV Programlarının Türlerine Göre Dağılımı	122
Tablo 3.8 Türkiye’de Televizyon Programların Haftalık Süre Olarak Dağılımı.....	124

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Fotoğraf 1.1 Vladimir Zworykin ve İkonoskop Tüpü (1931)	8
Fotoğraf 2.1 “Kazmedia Merkezi”	57
Fotoğraf 2.4 Program Ses Kaydetme Stüdyosu.....	57
Fotoğraf 2.2 Sinema Salonu.....	59
Fotoğraf 2.5 Konser Salonu.....	59
Fotoğraf 2.6 Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Üyeleri (2018).....	81
Fotoğraf 3.1 Berle, Milton (1950)	89
Fotoğraf 3.2 Lucille Ball ve Desi Arnaz (1955).....	90
Fotoğraf 3.3 “Dallas” Dizisinin Oyuncuları (1987)	92
Fotoğraf 3.4 Jhonny Carson Tonihgt Show (1979)	92
Fotoğraf 3.5 “The Simpsons” Animasyon Programı.....	93
Fotoğraf 3.6 “Wheel of Fortune” Program Jeneriği (1985)	94
Fotoğraf 3.7 “Jeopardy” Programı (1987).....	95
Fotoğraf 3.9 “The Original Amateur Hour” afişi (1950).....	96
Fotoğraf 3.10 David Hartman ve Joan Lunden “Good Morning America” Programı (1980)	97
Fotoğraf 3.11 “Pole Chudes” Programı (2015)	98
Fotoğraf 3.12 “Pole Chudes” Programının Sunucusu Leonid Yakubovich	99
Fotoğraf 3.13 “Tüngü Stüdyo” Programı Stüdyo Konuğu Kazakistan Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev (2016).....	100
Fotoğraf 3.14 “Çarkıfelek” Programı (2017)	101
Fotoğraf 3.15 “Çarkıfelek” Programının Sunucusu Mehmet Ali Erbil	101
Fotoğraf 3.16 “American’s Got Talent” Programının Jeneriği (2017).....	102
Fotoğraf 3.17 “Yetenek Sizsiniz Türkiye” Programının Jeneriği (2015).....	103

KISALTMALAR LİSTESİ

A.Ş.	: Anonim Şirket
ABC	: Amerikan Yayıncılık Şirketi
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ANAP	: Anavatan Partisi
BBC	: British Broadcasting Corporation
CBBC	: BBC'nin çocuk kanalı (Short for Children's BBC)
CBS	: Columbia Broadcasting System
CNN	: Cable News Network
DBC	: Direct Broadcasting Satellite
DVB	: Digital Video Broadcasting
DVB-S	: Digital Video Broadcasting Satellite
DVB-T	: Digital Video Broadcasting Terrestrial
EUREKA	: European Research Coordination Agency-Avrupa Araştırma Koordinasyon Kurulu
EUTELSAT	: European Satellite Operator
FCC	: Federal Communication Commission
HDTV	: High Definition Television
IBM	: The International Business Machines
INMARSAT	: British Satellite Telecommunications Company
INTELSAT	: The International Telecommunications Satellite Organization
INTERSPUTNIK	: The International Organization of Space Communications
IRI	: Institute for Industrial Reconstruction (İtalya'nın Yeniden İmarı Enstitüsü)
IRIB	: İran İslam Cumhuriyeti Yayıncılığı
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi

KazTAG	: Kazakistan Devlet Bilgi Ajansı
KIA	: Kazakistan Haber Ajansı
NBC	: The National Broadcasting Company
NHK	: Nippon Hoso Kyokai
NTSC	: The National Television System Committee
OTAU TV	: The Satellite Television
PTT	: Posta ve Telgraf Teşkilatı
RAI	: Radio Televisione Italiano
RCA	: Radio Corporation of America
RTÜK	: Radyo Televizyon Üst Kurulu
RTYK	: Radyo Televizyon Yüksek Kurulu
SBKP	: Sovyetler Birliği Komünist Partisi
SD	: Secure Digital Memory Card
SECAM	: Sequential Color Whith Memory
SSC	: Soviyet Sosyalist Cumhuriyeti
SSCR	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TNS	: Global Market Reserch Company
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRKSAT	: Türkiye Uydu Haberleşme Kablo TV ve İşletme A.Ş.
vb	: Ve benzeri
VCR	: Video Cassette Recording

ÖZET

Televizyonun gündelik hayatımıza girmesiyle, yaşam tarzımızın vazgeçilmez öğeleri olan tiyatro, sinema ve radyonun popülerliğini zamanla yitirmesine yol açan günümüzün en etkin kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Dünyanın her köşesindeki gelişmiş ve geri kalmış ülkelerde kamu ya da özel sektörde yayın yapan televizyon, hayatımızın adeta bir parçası olmuştur. Televizyon, bilgi edinmek, haberdar olmak, eğlenceli zaman geçirmek ve fikir sahibi olmak gibi konularda teknolojik bir sihirli kutu olarak karşımıza çıkmıştır.

Günümüzde kitle iletişim aracı olarak en çok yatırım yapılan televizyon dev bir endüstri haline gelmiştir. Televizyon teknolojisi ne kadar gelişmiş olursa olsun, insan yaratıcılığı ve emeğinden oluşan çeşitli içerikli programları izleyicilere sunmak zorunda olduğu bir gerçektir.

İşte bu çalışma, bulunduğumuz yüz yıl televizyon yayıncılığındaki program türlerinin gelişimi çerçevesinde Kazakistan ile Türkiye televizyon kanallarının program türlerini ve kanalların politikasını tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada Kazakistan'da ve Türkiye'de yayıncılığını sürdüren kanalların prime time zaman dilimindeki programların dağılımı incelenmiştir. Araştırma dönemi olarak 19-25 Mayıs 2018 tarihler arası ele alınmıştır. İncelemeye alınan kanallar her iki ülkede en çok izlenme oranına sahip kanallardır. Kanalların ana yayın akışı (prime time) niteliksel içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Böylelikle iki ülkenin televizyon kanallarının yayıncılık politikası tespit edilmiştir.

Çalışmada önem arz eden diğer ana konu ise, Türkiye ve Kazakistan televizyonculuğunda yayınlanan Amerikan yapımlı program türlerinin incelenmesidir. Kazakistan ve Türkiye'de yayınlanan Amerikan yapımlı programlar çeşitli kategorilerde sınıflandırılarak değerlendirme yapılmıştır. Değerlendirme sonucunda iki ülke televizyon kanalları Amerikan kültürünün etkisi altında yozlaşması ve yok olmasını önlemek için yerli izleyici kitlesini hitap edebilen tarzda pek çok programlar yaparak, Amerikan program formatının hâkimiyeti altından kurtulmak için gayret sarf ettiği ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, Program Türleri, Prime Time, İzlenme Oranı, Niteliksel İçerik Analizi.

SUMMARY

THE DOMINANCE OF THE AMERICAN FORMAT IN THE TELEVISION BROADCASTING, THE EXAMPLE OF TURKEY AND KAZAKHSTAN

With the television entering our everyday life, it has become the most effective mass communication tool of our day, which has led to the loss of the popularity of theater, cinema and radio, which are indispensable elements of our lifestyle. Television broadcasting in the public or private sector in developed and backward countries around the world has become a part of our lives. Television has come up as a technological magic box when it comes to getting information, being informed, having fun and having an idea. Today, the most invested television as mass media has become a giant industry. No matter how advanced television technology is, it is a fact that it has to offer the audience a variety of content programs that consist of human creativity and empathy.

This study was conducted in the framework of the development of program types found in the last hundred years of television broadcasting television channels in Turkey and Kazakhstan to determine the types of programs and channels of policy. Working in Kazakhstan and allocation of time slots in prime time programs of the channel continues to broadcast in Turkey were examined. The research period is between 19-25 May 2018. The channels examined are the channels with the highest rate of coverage in both countries. The prime time of the channels was evaluated by qualitative content analysis method. Thus, the broadcasting policy of television channels of the two countries has been determined.

Another main subject that is important in this study is to observe American production program as Turkey and Kazakhstan broadcasting do. American production programs that published in Kazakhstan and Turkey were evaluated and classified in various categories. As a result of the evaluation, the two countries are doing many programs in a style those appeals to the domestic audience to prevent the TV channels from being corrupted and destroyed under the influence of American culture. It is revealed that the there is an effort of getting off from dominance of the American program format.

Keywords: Television, Program Types, Prime Time, Qualitative Content Analysis, Rating.

ÖNSÖZ

Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye ve Kazakistan’da da iletişimin en önemli dalı olan televizyon, icadından itibaren çözülmeye ve çözümlemeye çalışıldı, televizyon gelişen teknolojinin etkisi ile toplumun vazgeçilmez yaşam tarzı haline gelmiştir. Televizyonun bu gelişiminde toplumdaki sosyal grupların kültürel yapıların da etkisi vardır. Günümüzde kitle iletişim aracı olarak en çok yatırım yapılan televizyon binlerce insan için istihdam alanı oluşturmuş ve her gün çeşitli kategorilerdeki yapımlarla izleyicilere alternatifli programları sunarak keyifli zaman geçirmelerini sağlamaktadır. Bu çalışmada, seyircilere ulaşan ve farklı nitelikler taşıyan bu programların Kazakistan ve Türkiye televizyon kanallarındaki yayın akışları değerlendirilecektir. Elde edilen veriler ile kanalların yayıncılık politikası tespit edilmeye çalışılmıştır. Elbette çalışma kapsamında değinmediniz konular veya hemfikir olamadığımız yanlarımız olabilir. Ancak çalışmayla ilgili eleştiriler ve farklı görüşlerin bu alanda yapılacak araştırmalara katkıda bulunacağını düşünüyorum.

Bu çalışmada emeği geçen değerli danışmanım, Prof. Dr. Narin Tülay Şeker’e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Assel URAZOVA

Antalya, 2018

GİRİŞ

Uzaktan bilgi almanın teknik bir aracı olarak icat edilen televizyon, mucitlerin görüşüne göre, toplumu demokratikleştirmek, bilgi alanını genişletmek ve halkın tüm kesimlerine eşit erişim sağlamaktı. Böylece 20 yüzyılın en büyük icatlarından sayılan televizyon, kitle tarafından büyük bir coşkuyla karşılandı ve izleyicilerin duygusal algısını önemli ölçüde arttırdı. İnsanlar sadece yaşanmış olan dünya genelindeki olaylardan haberdar olmak ve bilgi almakla kalmadı, aynı zamanda medyanın sihirli dünyası ile iç içe girdi. Günümüzde televizyon evrensel ve kamusal bilgi kaynağı haline gelerek, halkın sosyal-politik, kültürel, duygusal, eğitimsel olarak toplumların kaynaşmasına ve gelişmesine sebep oldu. Böylece sosyalleşmenin etkili bir temsilcisi olarak insanların, günlük yaşamına entegre olan televizyon, farklı kuşakların sosyal-kültürel ve manevi değerlerinin ve geleneklerinin sürdürülmesinde önemli bir rol oynamaktadır. İnternetin hızlı gelişmesi ve yaygınlaşmasına rağmen, televizyon ana bilgi kaynağı olarak önemini devam ettirmektedir. Televizyon, bilgi aktarma konusunda büyük bir sorumluluk üstlenen medya olarak algılanırken internet ağları, güvenilirliği konusunda toplum arasında çelişkili haberler ile şüphe uyandırmaktadır. Bu bağlamda, televizyon izlenme oranı ve izleyici sayısı ile diğer kitle iletişim araçlarının lideri konumundadır. “Televizyon yayıncılığında Amerikan formatının hâkimiyeti: Türkiye ve Kazakistan örneği” başlıklı bu çalışmada dünya televizyon yayıncılığının tarihsel ve teknolojik gelişimi ile her iki ülkenin yasalarında yapılan değişikliklerle birlikte medya sektörünün gelişim süreci incelenmiştir. Türkiye ve Kazakistan televizyonculuğunda yayınlanan Amerikan yapımlı program türleri araştırılarak, bu programlara ülkelerin kendi televizyonculuk alanında ne kadar yer verildiği tespit edilmiştir. Amerikan formatının etkisinden kurtarma faaliyetleri çerçevesinde yerli yapımlı programlara ağırlık verildiği gözlemlenmiştir. Dünya televizyon yayıncılığının tarihsel ve teknolojik gelişimini ele alan birinci bölüm, televizyonun ilk icat edilmesinden sonra günümüzün en yüksek tanımlı HD televizyonun ortaya çıkışına kadar gelen süreçteki gelişimini kapsamaktadır. Radyo ve televizyon yayıncılığı tarihini inceleyen bu bölümde, siyasi, sosyal ekonomik gelişmelerin ve teknolojik boyutların televizyon yayıncılığı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Televizyon icadından itibaren sayısız bilim adamının aracın teknolojik gelişiminde etkisi olmuştur. Yani, bulunuşundan buyana birçok evre geçiren televizyonun gelişmesinde farklı ülkelerdeki bilim adamlarının üstlendiği önemli rolleri değerlendirilmiştir. Dünyada elektronik televizyonu, Amerika’da yaşayan Rus göçmeni Vladimir Zvorykin’in icat ettiği kabul görülerek ve ilk televizyon yayıncılığının nerede, ne zaman ve nasıl başladığına dair açıklamalar yapılmıştır.

Dünya ülkelerinin televizyon yayıncılığına geç başlamasının nedeni ve ülkelerdeki televizyon yayıncılığının gelişimine etken olan sebepler üzerinde durulmuştur. 1980’li yıllarda başlayan özelleştirme ve serbest piyasa ekonomisi, teknolojinin gelişmesini sağlamıştır. Böylece teknolojinin gelişmesi ile dünyada özel yayıncılık sektörü ilerleme kaydetmiştir. 19. yüzyıldan 20. yüzyıla gelindiğinde, teknolojinin hızlı gelişimiyle televizyon yayıncılığı ülkelerin ilkelerini ve yasaklarını uydu yayınları sayesinde etkisiz bırakmıştır. Sınır tanımayan yayınlar nedeniyle “sınırlar ötesi televizyon kavramı” oluşmuş, bu nitelikte yayın yapan ve çoğu özel şirket olan televizyon istasyonları ortaya çıkmıştır. Gelişen teknolojinin yarattığı imkânlarla mikrodalga linklerinin hizmete girmesi, kablo ile yayın yapan kanal sayısını arttırarak abonelere yeni seçenekler sunmuştur. Sayıları her geçen gün artan uydu yayıncılığı insanlığa sayısız imkânlar sunarken, kablolu televizyon yayıncılığı ile izleyicilere yeni alternatifler getirilmiştir. “Görsel-işitsel alandaki yeni teknolojik silah olarak adlandırılan yüksek tanımlı televizyon – HDTV, iletişim teknolojisinin son yıllardaki en önemli buluşu haline gelmiştir. Böylece gelişen teknolojinin getirdiği yenilikler sayesinde televizyon yayıncılığı değişiklik yaşamaya devam etmektedir. Bu değişimde, kuşkusuz ki ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamdaki değişimler de önemli rol oynamaktadır. Televizyonun toplumların yaşamına getirdiği değişimleri, çalışmada Televizyon Sosyolojisi ve Televizyonun Ekonomik Kültürel Etkenleri adlı iki ana başlık altında toplanmıştır. Televizyonun sosyal kültürel ve ekonomik etkenleri ile ilgili görüşler farklı kuramcılarının açıklamaları doğrultusunda ele alınmıştır. Tüm bu gelişmeler çerçevesinde televizyon yayıncılığında görülen değişmelerin en çarpıcı olduğu alan, program tür ve formatlarında gözlemlenebilmektedir. Program türleri başlığı, altında program türlerinin amacı, özellikleri, biçimleri değerlendirilerek sınıflandırılmıştır. Tezin İkinci Bölümünde, Kazakistan ve Türkiye’deki televizyonculuk sektörünün gelişim süreci ele alınarak, her ülkede kanunlar çerçevesinde yaşanan medyanın gelişim dönemindeki ilerleyişi ve yaşanan mücadelesi işlenmiştir. Bağımsız Kazakistan’ın Anayasası 1993 yılında kabul edildi ve bu yasa çerçevesinde ülkenin medya alanında önemli gelişmeler yaşanmıştır. En önemli yaşanan gelişme ise yayıncılık alanındaki teknik ilerlemelerdir. Kazakistan Bağımsızlığını elde ettikten sonra, ülkedeki bilgi-kültür alanında radikal değişiklikler yaşandı. Bu değişiklikler Kazakistan için yeni projeler geliştirmeye neden oldu: ülkede bilgi alanında yeniden düzenlemeler yapıldı ve böylece adım adım dünya bilgi sistemine geçiş sağlandı. Türkiye’de televizyonculuk sektörünün serüveni Kazakistan’dan sonra başlamıştır. Bunun en önemli nedenleri olarak ekonomik etkenler, radyo yayıncılığına öncelik verilmesi ve teknolojik faaliyetlerin yetersizliği kabul görülmüştür. Türkiye’nin en önemli üniversitelerinden biri

olan İstanbul Teknik Üniversitesinin öncülüğünde Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) yayına başlayabilmiştir. Uzun zaman medya alanında kendi hâkimiyetini sürdüren TRT tekeli, 1990'lı yıllardan itibaren özel kanalların açılmasıyla sona ermiştir. Yapılan yasal değişiklikler ile özel kanalların ortaya çıktığı bu dönemde, rekabet ortamının da oluşmasıyla Türk televizyonculuğunda gelişim dönemi hız kazanmıştır. Böylece Türkiye'de radyo ve televizyonculuk alanındaki gelişmeler 1994 yılındaki 3984 sayılı kanun değişikliğiyle başlayarak bugüne kadar süren medya alanındaki hızlı gelişim ile dünya televizyonculuğuna entegre olmayı başarmıştır. Bu bölümde Türkiye ve Kazakistan televizyon yayıncılığını düzenleyen kanunlar tek tek ele alınmıştır.

Televizyon yayıncılığını kitleler üzerindeki kültürel, ideolojik ve ekonomik etkileri birçok bilim adamı tarafından araştırılmış, yeterince kaynak oluşturulmuştur. Fakat televizyonu toplum arasında vazgeçilmez teknoloji haline getiren ve televizyon program yayıncılığının temelini oluşturan unsurlar hakkında bilgiler yeterince mevcut değildir. Bu çalışmanın üçüncü bölümünde, televizyon yayıncılığının içeriği: televizyon program türlerinin oluşumu, gelişimi ve dünya genelinde yaygınlaşması araştırılmıştır. Bununla birlikte bu bölümde Kazakistan ile Türkiye ülkelerinin televizyon yayıncılığının gelişimi ve yayıncılık döneminde geçirdiği evreler göz önünde bulundurularak, her iki ülkenin televizyon kanallarının yayıncılığı incelenmiştir.

Araştırma kapsamında Türkiye'de ve Kazakistan'da yayın yapan ve en çok izlenme oranına sahip televizyon kanallarının prime time yayınları izlendi ve program akışları incelendi. Bu bağlamda Türkiye ve Kazakistan ülkelerinden yedişer kanal örneklem olarak seçilmiştir. Kazakistan ve Türkiye örneğinde 19-25 Mart 2018 tarihleri arasındaki prime time yayın akışında yer alan programlar veri olarak kaydedilmiştir. İki ülkenin televizyon kanallarının prime time zamanındaki program sayısı, süresi ve konuları araştırılmıştır. Buradaki amaç, Türkiye ve Kazakistan'daki televizyon kanallarının içeriğini inceleyerek, kanalların hangi program türlerine ne kadar yer verdiğini tespit etmektir. Elde edilen bilgiler doğrultusunda kanalların yayıncılık politikası ile ilgili veriler ortaya çıkmıştır.

Çalışmanın asıl konusu Amerikan televizyonculuğunun hâkimiyeti başlığı altında, program türlerinin Amerika'da ortaya çıkmasıyla birlikte, dünya genelindeki ülkelerin televizyon yayıncılığına küresel format olarak uyarlandığı hakkında ifadeler çeşitli veriler ile tespit edilmiştir. Amerikan program türleri sadece tür ya da format olarak değil ahlaki ve etik kuralları ile de diğer ülke televizyon programlarına uyarlanmıştır. Çoğu ülke Amerikan televizyon program formatlarını uygularken, halkın kültürel ve etnik özelliklerini göz ardı etmektedir. Böylece Amerika diğer alanlarda olduğu gibi televizyon yayıncılığında da kendi

hâkimiyetini sürdürmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada Türkiye ve Kazakistan televizyon yayıncılığında yer alan Amerikan yapımı televizyon program türleri de incelenecektir ve program türleri kaç kez yayınlandığı tespit edilecektir. Ayrıca Kazakistan ve Türkiye televizyon kanallarındaki prime time yayın akışının değerlendirilmesi ile iki ülke televizyon yayıncılığı alanında önemli bilgiler sunulacağı düşünülmektedir. Özellikle, Kazakistan televizyon yayıncılığı ile ilgili kaynakların yetersizliği dikkate alınacak olunursa program türlerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda Amerikan televizyon programlarının dünya televizyon yayıncılığına uyarlanması ve getirdiği değişiklikler araştırıldığında kaynakların az olması da, bu çalışmanın verimliliğini arttıracaktır.



BİRİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON TEKNOLOJİSİNİN SOSYAL BOYUTU VE PROGRAM TÜRLERİ

1.1. Televizyonun Doğası ve Hitap Biçimi

Televizyon, görüntünün elektriksel işarete (Hertz dalgalarına) çevrilerek bir yerden başka yere iletilmesini sağlayan teknolojik bir aygıttır. Televizyon, tele (uzak) ve vizyon¹ (görüntü) kelimelerinin birleşmelerinden meydana gelmiştir. Bilimsel açıdan ise televizyon sinyalleri: hareketli görüntülerin ve sesin açık alanda radyo dalgaları ile bir noktadan diğer bölgedeki noktalara veya yüksek frekanslı elektrik kablo hatları ile taşınması demektir. Böylece televizyon sinyallerini taşıyan radyo dalgaları televizyon antenleri tarafından alıcılara ulaşır ve alıcıda yeniden sesli görüntüye dönüşür. “Televizyon, elektromanyetik sinyalleri görüntü ve sese dönüştürebilen ve bunları iki boyutta siyah-beyaz ya da renkli olarak alıcılara iletilmesini sağlayan bir sistem türüdür. Bu durum, televizyonun en önemli özelliği olan gör-ışit, başka bir deyişle göze ve kulağa aynı anda seslenen iletişim olduğunu göstermektedir. Bu farklılık, televizyonun işit-gör iletişim özelliğine ve sesin eş ağırlıkta kullanılmasından kaynaklanmaktadır”(akt. Uğurlu ve Öztürk, 2006: 40).

Televizyonun teknik anlamda pek çok akademisyen ve bilim adamı tarafından tanımı yapılmıştır. Buna göre: “Televizyon göze ve kulağa hitap eden, bilginin bir alıcıda yeniden oluşturulduğu iletişim sistemidir. Diğer bir tanım ise, sabit veya hareketli cisimlerin kalıcı olmayan görüntülerinin elektrik yoluyla uzağa iletimidir” (Özçağlayan, 1998: 104).

“Televizyon Latince kökenli bir sözcük olup, “uzağı görmek” anlamına gelir ve bu anlamıyla da Mc Luhan’ın daha sonraki spekülatif² geliştirmelerinin temeline yerleştiği önerme gibi gerçekten insanın görme duygusunun ulaştığı en ileri aşamadır” (Mutlu, 1991: 15).

Televizyon tanımını tamamlayabilmek için “yayın” sözcüğünün anlamını ortaya koymak gerekir. Yayın, televizyon işlevlerini yerine getiren görüntü-ses işleme ve çıkış kasımıdır. Daha detaylı anlatmak gerekirse, sesin elektrik vasıtasıyla titreşimler haline dönüştürülerek radyolinkler ya da kablo yardımıyla verici istasyonlarına yönlendirilen ses ve görüntünün vericilerden televizyona aktarılmasının ardından izleyicilere ulaşan her türlü görüntünün oluşmasına yayın denir.

¹ Vizyon kelimesi Latince “vide” – görmek anlamında kullanıldığı, İngilizce’de ise “vision” kelimesinin Türkçe karşılığıdır. “Vision” kelimesinin ise, Hint-Avrupa dil ailesinde görmek ve bilmek anlamına gelen woid, wid kelimelerinden türediği ifade edilmektedir (Alkoç, 2010:26)

² Empirik olana karşıt olarak deneyimsel olmayan düşünce veya akıl yürütme. <https://www.turkcebilgi.com/spek%C3%BClatif>, (erişim tarihi: 20.01.2018).

Televizyon günümüz kitle iletişim araçları içerisinde insanların en çok ilgisini çeken, hayatlarının vazgeçilmez bir parçası haline geldiği aygıttır. Televizyon en önemli enformasyon araçlarından birisi olarak toplum hayatında yerini almıştır. İnsanların en çok kullandığı kitle iletişim aracı olan televizyon, toplumların kültürünü, geleneklerini, örf ve adetlerini değiştirebilmektedir. Başka bir deyişle, televizyon bugünkü çağdaş topluluklarda bireysel ve toplumsal yaşamda çok önem taşıyan kültürel araç haline gelmiştir. İen Ang'ın (1991: 22) belirttiği gibi, “televizyonun amacı izleyicilere her türlü ideolojik ve kitlesel konuları işleyen ilişkiler biçimini yansıtmaktadır”. “Kültür endüstrisi, işitsel ve görsel iletişim araçları ile illüzyonun ve simülasyonların egemen hale geldiği bir çağ yaratmıştır. Bugün televizyon ekranlarından izlediklerimiz “gösteri” den başka bir şey değildir. Televizyonun toplumsal olguları, değerleri ve kültürü temsil etme biçimleri yansıtmacı olmaktan öte yeniden yapılandırıcı olarak tarif edilmektedir. Televizyon aracının kendine özgü doğasından kaynaklanan özellikleri aracın içeriklerine, sunuma ve izleyicinin bu metinleri okumasına da etki etmektedir” (Kaplan, 1992: 1). Televizyonun izleyiciye nasıl hitap ettiği ve izleyicinin bunu nasıl anlamlandığı önemli bir konudur. Televizyon ses ile birlikte görüntüyü de beraberinde yansıtmaktadır. İşte bu nedenle kitlelere hem işitsel hem de görsel olarak hitap etmektedir ve bu nedenle ilgi çekiciliği diğer iletişim araçlarına göre fazla olmaktadır.

1.1.1. Televizyonun Özellikleri ve İşlevleri

“Televizyon ses yanında görüntüyü de beraberinde getirmektedir. İşte bu nedenle insanın hem işitsel hem de görme organlarına hitap etmekte ve dolayısıyla da ilgi çekiciliği diğer araçlara göre fazla olmaktadır. Televizyonun özellikleri şöyle sıralanabilir” (Aziz, 1976: 54- 55).

- 1- Evreni küçültmüştür.
- 2- Simgeleri (sembolleri) genelleştirir.
- 3- Televizyon popüler (halka dönük) bir sanattır.
- 4- Mikrofon yardımcı unsurdur.
- 5- Okumamalı, anlatılmalıdır.
- 6- Zaman harcayan bir araçtır.
- 7- Kişileri tembelleştirir

Radyo ve televizyonlar hangi sistemle yöneltirse yöneltilsin, örgütlenme yapıları nasıl olursa olsun, kamuya seslenen hizmetlerini yaparlarken belirli olarak işlevleri yerine getirmektedirler. Farklı bir ifadeyle, radyo ve televizyonların var oluşlarının nedeni, bir

bakıma bu işlevlerini yerine getirmesidir. Bugün bir kitle iletişim aracı olarak nitelendirilen radyo ve televizyonların işlevleri aşağıdaki başlıklarla ifade edilebilir.

1. Haber verme
2. Eğitme
3. Eğlendirme
4. Kamuoyu oluşturma ve açıklama
5. Mal ve hizmetlerin tanıtılması (reklam)

Genel olarak radyo ve televizyonların bağlı olduğu sistem ve yöntem yapıları bu işlevlerini yerine getirilme oranlarını etkilese de, işlevlerin niteliğini değiştirmemektedir.

Bugün tüm ülkelerde radyo ve televizyon yayın kuruluşları bu dört işlevi yerine getirmektedir.

1.1.2.Dünyada Televizyonun Tarihsel Gelişimi

Televizyon kelimesinin ilk kez nerede kullanıldığı konusunda da çeşitli görüşler vardır. Kimi “Bir Amerikan dergisi olan Scientific Amerika’nın 1907 Haziran sayısında” (Tamer, 1983: 13), kimileri ise “1900’de Evrensel Paris Fuarı’ndaki konferansta” (Balle ve Gerard, 1998: 26) kullanıldığını ileri sürmektedir.

Televizyonun izleyicilerin faydasına yarayacak biçimde, yani iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanması ile radyonun etkisini azaltmış ve zaman içerisinde televizyonun popülaritesini üst seviyeye taşımıştır. Televizyon icadından itibaren sayısız bilim adamının aracın teknolojik gelişiminde etkisi olmuştur. Yani, bulunuşundan buyana birçok evre geçiren televizyonun gelişmesinde farklı ülkelerdeki bilim adamları önemli roller üstlenmişlerdir “Televizyonun temeli olarak sayılabilecek gelişme Paul Nipkow’un 1884 yılında Almanya’da Elektrikli Teleskop adıyla patentini aldığı mekanik tarama diskinin bulunmasıydı. Nipkow’un bu buluşu televizyonun mucidi olarak kabul edilen John Logie Baird tarafından tüpler ve Hertz dalgaları kullanılarak denendi. Baird, 26 Ocak 1926’da saniyede 30 satırlık 12,5 çerçeve ileten ilk televizyon gösterimini Londra’da gerçekleştirdi. Baird’ın ilk televizyon gösterimini yaptığı cihaz fotoğraf makinesinden bozma bir alıcıydı ve 8 cm eninde, 5 cm yüksekliğindeydi” (Uyguç ve Genç, 1998: 44-45).

“1900’lü yıllarda Nipkow tarafından geliştirilen mekanik tarama diskiyle deneysel yayınlar yapılırsa da bugünkü elektronik televizyonun temeli elektron tüpleri ile tarama sisteminin bulunmasıyla atıldı” (akt. Şeker, 2009: 18).

Yine de dünyada elektronik televizyonu Vladimir Zvorykin’in icat ettiği kabul görmüştür. Vladimir Zvorykin 1931’de elektronik televizyon sisteminin temelini oluşturan

yayın tüpü olan – ikonoskopu yaratan bir Rus göçmendir. 1933 yılında Zvorykin'in Amerika'daki kendi laboratuvarında ilk elektronik televizyon oluşturuldu ve daha sonra Zvorykin tarafından ilk televizyon seti hazırlandı. Bu araç resimleri satır-satır tarıyor ve insan gözüne sürekli bir resim geçiyor hissini vermiştir. Böylece, Camden'de (New Jersey Eyaleti) bir dizi pratik testten sonra 2,5 kilovatlık bir televizyon istasyonu, New York'taki en yüksek binada - Empire State Building'de kuruldu. Şirket RCA'nın (Radio Corporation of America) fabrikaları, tasarımı Zvorykin'a ait olan ikonoskop ile TV üretmeye başladı. New York halkı ve çevresi, 100 km'ye kadar bir yarıçap içinde, elektronik televizyonun ilk aboneleri oldular.



Fotoğraf 1.1 Vladimir Zworykin ve İkonoskop Tüpü (1931)

1.1.2.1.Gelişme Dönemi

İkinci Dünya Savaşı döneminde henüz televizyon haberciliği gelişmemiştir. Bu nedenle insanlar haber alabilmek için tekrar radyoya yönlendiler. İkinci Dünya Savaşı, tüm alanlarda olduğu gibi televizyon yayınları alanında da yapılan faaliyetlerin duraklamasına hatta gerilmesine sebep oldu. Savaşın bitimiyle televizyonla ilgili çalışmalar, deneysel yayınlar yeniden devamını sürdürdü ve televizyon sinema ve radyonun etkisini ortadan yitirmeye başladı.

Televizyonların yeni ortaya çıkmasıyla birlikte radyoya alışkın olan kitle artık sesle görüntünün birleştiği ve anlamının daha kolay olduğu bu aygıtta büyük ilgi gösteriyordu.

Televizyon seyircisinin ilgisiyle program türlerinde de değişimler oluştu.

“1945 yılında Amerikan Federal İletişim Komisyonu önemli bir adım atarak Amerikan televizyon endüstrisi için gerekli olan rotayı çizmiş ve işi daha da büyütme çabası içine girmiştir. “Hızlanan bu plana göre, bütün kanallar ticari amaçlı olarak, bu arada azda olsa yayınların eğitici olmasına ve diğer kamu hizmeti esaslarına dikkat edilecektir” (Turam, 1994: 88).

Bununla birlikte Amerika, 525 satır çizgili ve saniyede 30 görüntü iletebilen Amerikan sistemi NTSC’yi 1953 yılında kabul etmiştir. Bu sistem dünyada kullanılan ilk renkli televizyon sistemidir. NTSC sisteminin en önemli niteliği siyah beyaz alıcılardan renkli yayınların siyah beyaz olarak izlenebilmesi ve tam tersine renkli televizyon alıcılarının da siyah beyaz yayınları alabilmesiydi. “ABD’deki televizyon alıcısı sayısı 1947’de 30.000’e, 1950’de 4 milyona, 1952’de 15 milyona, 1961’de 35 milyona çıktı. ABD’de televizyonun yaygınlaşması yalnızca alıcı sayısındaki artışla sınırlı kalmadı, televizyon reklamı için yapılan harcamalar da arttı. Finansmanı yalnızca reklamdan sağlayan ABD televizyonlarının reklam geliri 1948’de 10 milyon dolardan daha az iken 1960’ta rakam 1,5 milyar doları geçti” (Şeker, 2009: 20).

Böylece televizyon her ne kadar İngiltere’de doğmuş olsa da, Amerika’da gelişme sağlamıştır. 1994 yıllarında bile Amerika’da televizyon yayın istasyonları açısından 300’ü bağımsız, 332’si kamu ve diğerleri ile toplam 1350 istasyonla dünyada en üst sırada yer almıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında ortaya çıkmış renkli televizyon yayınları da ilk kez 1958 yılında ABD’de başlamıştır. 1950 sonrasındaki ABD’de televizyonculuk alanındaki hızlı gelişimini şu şekilde sıralayabiliriz.

Kitlelere sunulan program çeşitliliği çoğaldı ve tüm izleyicilere yönelik pragmalarla izleyici sayısı arttı. Televizyonculuk sektörü reklamcılık sayesinde büyük bir ticari Pazar haline dönüştü. Zaman içerisinde bağımsız yayıncı şirketlerin birleşmesi ile tekelleşmeye neden oldu. Mobil kameraların üretilmesi ile birlikte stüdyoların yerine açık alanlarda programlar yapılmaya başlandı.

Amerika’nın televizyon sistemlerini ticari amaçlara oturtacağı belli olurken, öte yandan İngiltere’de 1946 yılında BBC televizyonu 405 satırlı televizyon yayınlarına yeniden başladı.

Fransa savaşın ardından 1944 yılında televizyon yayınlarına yeniden başlama imkânı buldu. Fransa bu yeni yayınlarında teknik olarak üstün, ancak pahalı olan SECAM sistemini tercih etmiştir. Ülkedeki televizyon alıcısı sayısı ilerlemesinin yavaş olmasının nedeni kullanılan sistem fiyatının yüksek olmasıdır.

“İtalya’da düzenli televizyon yayınları kamu kuruluşu olan RAI tarafından 1954 yılında başlatıldı, Bu ülkede yayıncılık iktidar partilerinin sıkı denetimi altında gerçekleştirildi” (Şeker, 2009: 21). “Düzenli televizyon yayını Avrupa’nın diğer ülkelerinden Hollanda’da 1951, Belçika ve Danimarka’da 1953, Avusturya ve Lüksemburg’da 1955, İsveç ve İspanya’da 1956, Portekiz’de 1957, İsviçre, Finlandiya ve Yugoslavya’da 1958, Norveç’te ise 1960 yılında başlamıştır” (akt. Şeker, 2009: 21).

Amerika kıtasındaki ülkelerden Meksika’da ve Brezilya’da 1950 yıllarında televizyon yayınlarına başlandı. Asya ülkelerinden Japonya’da ise İkinci Dünya Savaşı’nın ağır yenilgisi ile televizyon yayınlarına 1953 yılında tekrar başladı. Kıtanın en büyük ülkesi olan Çin’de ise 1958 yılında ilk yayın başladı ve zaman içerisinde hızlı bir gelişim sağladı.

1.1.2.2. İlk Yayınlar

Radyo yayıncılığı dünya genelinde hemen hemen aynı dönemlerde başlarken, teknolojik maliyeti daha yüksek olan televizyon Avrupa ve Amerika’dan çok daha sonraları yayına başlayabilmiştir. 1928 yılında NBC (National Broadcasting Company) yayın kuruluşu, New York’tan Washington’a ilk televizyon yayını gerçekleştirmiştir. Aynı yılın şubat ayında John Logie Baird, Londra’dan New York’a görüntü nakletmeyi başarmıştır. 1930 yıllarında Philo Fransworth elektronik tarama denemelerini başarıyla tamamlamış ve bu çalışmadan sonra elektronik taramada gelişmeler başlamıştır. Fransworth daha sonraki çalışmalarında verici ile alıcı arasında başarılı bir senkronizasyon³ gerçekleştirmiştir. Sonuç olarak vericinin görüntü sinyalleri elektromanyetik dalgalar ile alıcılarda çok net bir görüntü olarak izlenebiliyordu. 1931 yılında Amerikalı bilim adamı olan Allen B. Dumont televizyon alıcılarını teknolojik olarak daha da geliştirerek şimdiki haline getirdi.

İngiltere’de elektronik tarama tekniği aracılığıyla ilk televizyon yayınına 2 Kasım 1936 yılında geçildi. Böylece bu ilk yayın Londra’daki bir televizyon stüdyosunda yapıldı. 405 satır çizgili yayın haftada yalnızca 24 yayın yapmaktaydı ve bu yayını Londra çevresindeki 20 bin civarında televizyon izleyicisi tarafından takip ediliyordu. VI. George’un taç giyme törenini açık alanda canlı olarak yayınlayarak tarihi başarı elde etmiştir. Bu yayın 1939 yılında başlayan İkinci Dünya Savaşına kadar sürmüştür. Televizyon yayını 1945 yılında savaşın bitmesi ile tekrar başlamıştır. ABD 1936 yılında deneysel yayınlara başlayan İngiltere’den sonraki ikinci ülke olmuştur. Böylece 1939 yılında Amerika

³ Senkronizasyon, iki ya da daha fazla elektrik kaynağının aynı zaman diliminde aynı gerilim genlik değeri, aynı frekans değeri ve aynı fazlar arasında faz açısı farkının 0 derece olduğu durumdur. http://www.emo.org.tr/ekler/2b9c931bc3ff6c8_ek.pdf <https://www.turkcebilgi.com/spek%C3%BClatif>, (erişim tarihi: 20.01.2018).

televizyonculuğunun New York'ta yapılan Dünya Fuarı ilk resmi yayını olmuştur. ABD'nin televizyon yayınlara geç başlamasının önemli sebebi görüntü kalitesini geliştirme çabalarıydı.

Televizyon sektöründe en hızlı gelişen ülkelerden biri de Sovyetler Birliği'ydi. Sovyetler Birliği televizyonculuğun teknolojik olarak geliştirmeye yönelik çalışmalarından sonra düzenli yayınlara geçen 1939 yılında dünya genelinde üçüncü ülke oldu. Fakat İkinci Dünya Savaşı ile yayınlara ara verildi, savaş sonrası tekrar yayınlara başladı.

Fransa ve Almanya da televizyon yayınlarının öncüleri arasındaydı. Fransa'da mühendis Rene Barthelemy, Aralık 1932'de Paris'te bir saatlik deneme yayını başlattı. 1934 yılında Fransa hükümeti televizyonla ilgilenmeye başladı ve denemeler hız kazandı. Nisan 1935'te ilk stüdyo kuruldu, 60 satırdan 180 satıra geçildi ve 1939 yılında bu stüdyodan haftada on beş saat yayın yapıldı. Bu yayın Paris bölgesinde genellikle halka açık yerler yerleştirilmiş birkaç yüz televizyon alıcı tarafından alınabilmekteydi. Fransa hükümeti yayınların daha geniş kitlelere ulaştırılabilmesi için geniş bir verici kurma projesi geliştirdi ancak savaş bu ülkede de çalışmaları kesintiye uğrattı (akt: Şeker, 2009: 19).

“Almanya'da ise Posta Ofisi 1928'den itibaren 30 satırla deneme yayınlarına başladı ve 1933'te 180 satıra geçti. 1936 Berlin Olimpiyat Oyunları bu ülkede televizyon için bir başlangıç anı ve halkın gözünde de televizyonun ortaya çıkışı olarak kabul edildi. Olimpiyatlar altı Alman kentinde halka açık yerlere yerleştirilen alıcılarla 160 bin televizyon seyircisine ulaştırıldı. Televizyonun Almanya'da yeni bir başlangıç yapabilmesi için savaşın bitimini beklemek gerekiyordu” (Şeker, 2009: 19-20).

“İkinci Dünya Savaşı'nın başlangıcına kadar ABD, İngiltere, Almanya ve Fransa'da yapılan deneysel televizyon yayınları 1939 yılı itibariyle sonra ermiştir. Henüz kitle iletişim aracı kimliğine bürünmemiş olan televizyon, alıcı sayısının azlığı sebebiyle halka çok kısıtlı oranda ulaşmıştır. O yıllarda bugün televizyonun üstlendiği işlevi radyo yürütmüştür” (Şeker, 1999: 40).

1.1.3.Günümüz Dünyasında Televizyon Yayıncılığı

Günümüz televizyonculuğu televizyon alıcı sayısında ve yayıncılık tekniklerinde bununla birlikte program çeşitliliği açısından da en gelişmiş bölge Avrupa ve Kuzey Amerika'dır. Televizyonun toplumdaki yeri ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Örneğin Amerikalılar için, televizyon bir eğlence aracı olarak görülür. Fakat Avrupalılar için ise bilgi edinme, eğitime ve eğlendirme aracı olarak algılanmaktadır. Ayrıca, Avrupa'da televizyon güçlü bir siyasi araçtır. Avrupa ülkelerinde genellikle kamusal bir iletişim egemendi. Ticari radyo ve televizyonlar yıllar sonra yayınlara başlayabilmiştir. 1980'li yıllarda başlayan

özelleştirme ve serbest piyasa ekonomisi teknolojinin gelişmesini sağlamıştır. Böylece teknolojinin gelişmesi ile Avrupa’da özel yayıncılık sektörü ilerleme kaydetmiştir. Avrupa’da çoğalmaya başlayan özel televizyon kanalları, kendi programlarını üretmek yerine çok ucuza aldıkları Amerikan dizileriyle yayın saatlerini doldurmaya çalıştılar. Bu nedenle 1970’lerde gelişmekte olan Avrupa ülkeleri, ulusal medyayı dış etkiden korumayı amaçlayan bir takım ortak kararlar aldılar. Avrupa kültürünün Amerikan kültür emperyalizmi altında yozlaşması ve yok olmasını önlemek için Avrupalı televizyon yöneticileri ekranları yüzde 70 oranında istila eden Amerikan dizilerinden kurtarma çareleri aramakla işe başlamışlardır.

Fransa Devlet başkanı Mitterand 1985 yılında Avrupa Topluluğu’na konuyla ilgili olarak “EUREKA” (Avrupa Araştırma Koordinasyon Kurulu) adlı bir proje sunmuştur.

(“EUREKA: Yenilik ve Buluş histerisi”, *Cumhuriyet Gazetesi*, 06.06.1992)

Avrupa Topluluğu’nda kabul edilen projenin ardından 1987 yılında ise, Görsel İşitsel Avrupa Birliği denilen yeni bir proje geliştirmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti’nin de içinde yer aldığı 27 Avrupa ülkesinin katıldığı EUREKA toplantısında TRT, görsel-işitsel konularında işbirliği yapmak ve Avrupa televizyonlarında ABD kökenli programların üstünlüğüne son vermek amacıyla yayınlanan bildiriye imza atmıştır. (“TRT, EUREKA kararını imzaladı”, *Cumhuriyet gazetesi*, 11.10.1989) Avrupa ülkeleri arasında televizyon programlarının özgür dolaşımını öngören bildirgede televizyon yayınlarına kota konularak yüzde 60 oranında Avrupa yapımı televizyon programlarına yer verilmesi hedeflendi.

Yıllar geçtikçe, yayıncılık endüstrisi, teknolojik gelişimin ardışık dalgaları ile özellikle 2000 yılından bu yana doğrudan doğruya bir kayma yaşamaktadır. 2009’da Avrupa televizyonu 112 milyar Euro toplam gelir elde etmiştir ve 3,5 milyon kişiyi istihdam etmektedir. Avrupa görsel-işitsel pazarı, ABD pazarından sonra dünyadaki ikinci sırada yer almaktadır. Kamu televizyonunun faaliyet gelirlerindeki yıllık artış oranı hemen hemen tüm Avrupa ülkelerinde artmıştır. Dolayısıyla, televizyon, internetin insanların hayatına girmesine rağmen, dünya çapında çok karlı bir iş olmayı sürdürmektedir. 2000’de, televizyon şebekelerine bağlı ABD televizyon kanallarının gelir yüzdesi olarak ortalama kazanç % 30’un üzerindeydi ve 500 büyük sanayi kuruluşunun ortalama % 6,8’lik kârından önemli derecede yüksek. Ekonomik krizlere rağmen, dünyanın önde gelen 10 görsel-işitsel şirketinin geliri 2006’dan bu yana artmaktadır (<http://evartist.narod.ru/text6/28.htm>, erişim tarihi: 20.01.2018).

İngiliz yayıncılığı özerkliği savunmakla birlikte kültürel ve eğitimin gelişimini sağlayan en önemli etkenin kitle iletişim araçları olduğunu öne sürdürmektedir. Milli kültürün

taşıyıcısı olarak görülen İngiliz kamu yayıncılığı BBC (British Broadcasting Corporation), kraliyet kararnamesiyle kurulmuş ve pek çok uzman tarafından İngiliz Kraliyet ailesi kadar saygın sayılmaktadır. BBC'nin yönetim kurulu üyeleri toplam on iki kişiden oluşmaktadır. Bunlar Kraliçe tarafından atanır, görev süreleri beş yıldır. BBC'nin Genel Müdürünü, Yönetim Kurulu seçer. Kurumun yayın politikasını tümüyle Yönetim Kurulu saptar; toplum içinde ayrı ayrı görüşlere yol açan siyasal, dinsel, kültürel sorunlarda son söz hakkı Yönetim Kurulu'nundur.

BBC, on yıl için geçerli olan belgeyle çalışmaktadır. Bu yetki belgelerinden biri "İmtiyaz Belgesi" öteki de Posta Bakanlığı ile yapılan anlaşmadır. Bu anlaşma, Posta yönetiminin teknik koşulları içinde BBC'nin yayın istasyonları kurmasına izin vermektedir. Posta Bakanlığı, görevlerin yerine getirilmediğinde verilen ruhsatı iptal edebilir, bazı programlara veto edebilir. Bu koşullar altında BBC'nin hükümetin isteklerine uygun hareket etmesi söz konusudur. Bunun yaratacağı olumsuz etkiler göz önüne alınarak, Parlamento, hükümetin BBC'yi etkilemesi konusunda anlaştı. Ayrıca, görev alan Genel Müdürler de kurumun bağımsızlığını korumakta ve siyasi tarafsızlığı savunmada çok başarılı oldular. "BBC'nin güçlü bir kurum olmasında, ilk Genel Müdür Lord Reith'in payı büyüktür. BBC büyük bir siyasi baskıya iki kez maruz kaldı. 1926 genel grevinde İçişler Bakanı Winston Churchill BBC'yi bir propaganda aracı olarak kullanmak istediğinde Lord Reith buna karşı koymuş ve izin vermemiştir. İkinci baskı ise 1956'da Süveyş bunalımı sırasında Başbakan Sir Anthony Eden, BBC'nin denetlenmesini istemiştir ne var ki, bu konuda başarılı olamamıştır" (Tamer, 1983: 61).

1936'da BBC, televizyon yayınlarına başladığında bu alanda tek başınaydı; bütün gelirini ruhsat ücretlerinden sağlıyordu ve reklam yayımlamıyordu. Bugün de reklam yayımlamamaktadır. İngiltere'de televizyon izleyicileri sadece vatandaş olarak değil, yaşlarına, cinsiyetlerine ve daha değişik kültürel yapıya uygun olarak değerlendirilmektedir. Örneğin, BBC gençlere yönelik BBC 3, BBC 4, daha yetişkin izleyiciler için News 24, Çocuklar içinde CBBC kanallarının ve Cbeebies'i sunmaktadır. BBC Parlamentosu kanalları ile politikacılara röportajlar, parlamento ve bakanlık üyelerinin katıldığı açık oturumlar düzenlerler; siyaset, ekonomi, uluslararası ilişkiler konusunda uzmanları vardır, bu uzmanlar tarafsızlığı koruyarak olaylar ve gelişmelere ilgili bilgi verirler, görüşlerini belirtirler.

"BBC'nin dinsel yayınlarına gelince, bu programlar önceleri sadece Hristiyanlık propagandası biçimindeydi. Bugün ise dinsel programlar içinde ahlak, sosyoloji, felsefe tartışmaları yer alabilmekte ve toplum içinde taraftarları olan Ateistlerin de katıldığı açık

oturumlar yayımlanabilmektedir. Bu, toplumda değişik inançları olan insanlara karşı bir denge ve sorumluluk anlayışı olarak ele alınmaktadır” (Tamer, 1983: 65).

Günümüzde Fransa’da televizyon yalnızca Fransızca yayın yapmaktadır. İstisna olarak İngilizce yayın yapan kanal oranı çok azımsanacak seviyededir. Yabancı dilde yayın yapan kanalları izlemek için Fransa’da bir uydu çanağı kurması veya kablolu televizyona bağlanması gerekir. Fransa’daki televizyonculuk kamu ve ticari olarak ikiye ayrılmaktadır. Fransa’daki genel televizyon2, 3 ve 5 kanallarında yayın yapan France Televisions, üç uluslararası uydu kanalı vasıtasıyla yayın yapan France Media Monde, kablo ve uydu televizyon üzerinden yayın yapan Arte tarafından temsil edilmektedir. Fransa’nın en önemli televizyon şirketlerinden TF1, M6 ve Canal+’dır. Ülkede reyting oranı en yüksek olan özel televizyon kanalları TF1, France 2, France 3, M16 ve Canal Plus’tır. Fransız-Alman devlet ortaklığıyla kurulan ve hiç reklam vermeyen Arte kanalı kültür ağırlıklı yayınlar yapmaktadır.

“1976 yılına kadar İtalya’da radyo televizyon yayın tekeli, RAI’nın (Radio Televisione Italiano) elindeydi. 1976 yılında İtalya Anayasa Mahkemesi, İtalyan yayın geleneğinde önemli değişiklikler yaptı. İsteyen herkesin UHF dalga boyunda yayın yapabileceğini açıkladı. Bu karardan sonra iki yıl içinde ülkede 2500 civarında radyo istasyonu, 400’ün üzerinde özel televizyon istasyonu kuruldu. Radyo istasyonu için büyük yatırım gerekmiyordu; onu için amatör televizyoncularda bu sektöre kolaylıkla girmeye başladılar. Fakat televizyon istasyonu kurmak büyük yatırımlar gerektiriyordu ve böylece büyük şirketlerin bu alandaki rekabeti başladı” (Tamer, 1983: 72). Büyük şirketler, milyonlarca dolar harcayarak televizyon yayını için geniş yatırımlar yapıp yüzlerce insana yeni bir iş alanı yaratırken, politikacıların özel televizyona karşı yasa çıkarmasını kimse beklemiyordu. Ama RAI, özel televizyonlara seyirci kitlesini kaptırmamak için yoğun bir rekabete girdi. Şu anda, İtalya’nın en büyük radyo televizyon kuruluşu RAI, bir kamu kurumudur ve hisselerinin en büyük bölümü, IRI’dir (İtalya’nın Yeniden İmarı Enstitüsü). IRI, İtalya’da devletin endüstriyel ve mali alandaki yatırımlarını yöneten bir kamu kuruluşudur.

“1980 yılı başlarında en fazla seyircisi olan özel televizyon şirketleri, Canale 5, Rusconi TV, Telemond ve Rete Televisia Italiana’dır. Yasa gereği bölgesel yayın yapan bu özel şirketler birbirleriyle büyük rekabet içinde oflamaktadır” (Tamer, 1983: 74).

Canale 5’in sahibi İtalya’nın önde gelen işadamlarından ve politikacılarından biri Silvio Berlusconi’dir. Berlusconi’nin inşaat ve gazete işletmeciliğine kadar birçok alanda yatırımı vardır. Berlusconi telekomünikasyon pazarına ilk adımını kablo kanalı Telemilano 58’in 1974 yılında satın alınmasıyla attı. Daha sonra adı Canale 5 olarak değiştirildi. 1977-1980 yılları arasında Canale 5 televizyonu ülke çapında ulusal bir kanal haline geldi: yayın

yapan bölgesel istasyonlar, başta yabancı filmler ve sabun operaları olmak üzere İtalya'nın yerli yapım şovlarını da yayınladı. 1981'de Anayasa Mahkemesi ulusal ölçekte televizyon ağlarının oluşturulmasına (katı tekel kurallar çerçevesinde) izin verdikten sonra, iki rakip kanal, Italia 1 ve Rete 4 (sırasıyla 1982 ve 1984'te) televizyon kanallarını satın aldı. Böylece

Berlusconi, özel televizyon yayın pazarında tek lider oldu ve ulusal devlet televizyonu RAI (Radio Televisione Italiana) ile rekabet edebildi. Üç ulusal ve birçok kanala sahip olan İtalyan siyasetçi Berlusconi bu yayın gücüyle ülkenin devlet başkanlığına kadar gelmiştir.

Günde 3 saatten fazla televizyon karşısında zaman geçiren İtalyanların favorilerinden biri televizyon izlemektir. İtalya'da televizyon kanalları aşağıdaki kategorilere ayrılabilir

1954'te kurutulan kanal RAI - devlet kanalı olarak adlandırılmaktadır çünkü devletin kontrolündedir. RAI ile birlikte diğer devlet kanalları da mevcuttur. Bu kanallar abonelik ücretleri ve reklam gelirleri ile finanse edilmektedir. Abonelik ücreti her yıl İtalyan vatandaşları tarafından vergi olarak ödenmektedir. RAI'ın üç ana kanalı RaiUno, RaiDue, RaiTre vardır ve onunla birlikte Rai International, RaiEducational, RaiSport vb. bazı uydu kanalları da mevcuttur. Üç özel kanallar Mediaset şebekesi: Canale 5, Italia 1 ve Rete 42'dir. Bir başka ünlü özel kanal ise La7'dir. Dijital televizyonlarda, uydu veya karasal yayınlar izlenebilmektedir. Televizyon aboneleri film, spor ve diğer tüm programları seçip izleyebilmektedir.

Yerel televizyon kanalları: eski filmlerin yanı sıra, yerel haberleri yayınlamaktadır ve televizyon yoluyla satış yapmaktadır.

Japonya: Japonya'da televizyon yayınları, 1953'de başlayabilmiştir. NHK (Nippon Hoso Kyokai) bir kamu kuruluşu olup, televizyon yayınlarına özel ticari televizyon olan NTV ile birlikte başlamıştır. Japon Yayın Kurumu NHK, sadece Japonya'da değil Asya'da önemli bir yayın kuruluşudur. İngiliz BBC'den sonra dünyanın ikinci büyük şirkettir. Kamusal yayın yapan NHK hiç bir zaman reklam yayını yapmamakta, yalnızca haber, sanat, kültür, spor ağırlıklı yayınlar yayınlamaktadır. NHK'nın 12 kişilik bir Yönetim Kurulu Bulunmaktadır. Yönetim Kurulu üyeleri, Parlametonun onayı ile Başbakan tarafından atanırlar; görev süreleri üç yıldır. NHK'nın Başkanını, Yönetim Kurulu seçmektedir. BBC'nin Lord Reith döneminin tecrübelerinden faydalanarak NHK'nın temellerinin kurulduğunu söyleyen yetkililer, NHK kurumun amaçlarından biri "Ülusun kültürel seviyesini yükseltmek olduğunu" belirtmektedir.

NHK programlarının %85'ini kendisi üretmektedir. NHK, dışarıdan satın aldığı programların çok daha fazlasını dışarı satabilmektedir.

Beş televizyon kanalı, üç radyo istasyonu ve bir İnternet hizmetini içeren NHK şu anda ülke çapında ulusal ve yerel yayın yapmaktadır. Japonya'da 54 merkezi ve yurt dışında 30'dan fazla bürosu bulunmaktadır. Buna ek olarak, yabancı ülkelere toplam 18 dilde yayın yapmaktadır.

NHK şirketinin devlet bütçesinden, ticari kuruluşlardan ve reklamcılıktan herhangi bir geliri yoktur. Fakat tüm gelirlerinin % 97'sini izleyicilerin aboneliklerinden elde etmektedir.

Her yıl 1,9 milyar dolar ile devlet tarafından verilen sübvansiyon (yabancı yayına destek amaçlı) tek istisna olmaktadır. Vergi, bir televizyon aboneliği olan her aile tarafından ödenmektedir (ailedeki televizyon sayısı önemli değildir: bu durumda vergi artmamaktadır). Televizyonu satın alan aile için NHK'ya bildirme zorunluluğu vardır ve şirket bütçesine aile bütçesinden aylık vergi vermeyi zorunlu kılan bir sözleşme yapılması gerekmektedir. Ancak izleyicilerin aylık abonelik ücretini vergi olarak ödemesi kanunda yer almamıştır. Yalnızca sözleşmelerde belirtilmiştir. Aynı zamanda, abonelik ücreti ödemeyenlere ceza uygulanmamaktadır. İzleyiciler aylık abonelik ücreti ödeyerek şirketin “kamusal” niteliğini sağlar, Bu şekilde devletten ve özel sektöre karşı bağımsızlığını korur. (<https://www.krsu.edu.kg/vestnik/2015/v10/a16.pdf>, erişim tarihi: 20.01.2018).

Devlet bütçesinden doğrudan finans geliri elde etmese de şirketi devletten bağımsız yapmaz. Şirket bazı konularda devlete bağımlı olması kuşkusuzdur: şirketin bütçesini parlamento onaylamaktadır ve mali kaynakların kontrolünü denetlemektedir. Üst Yönetim Kurulu üyeleri ise Başbakan tarafından atanmaktadır. Yasal açıdan Japon televizyonu ticari ve kamusal olarak ikiye bölünmektedir. Ticari televizyon reklam geliri ile finanse olmaktadır, kamu televizyonu ise ticari reklam içermez ama abonelerin aylık geliri ile yayın hayatını sürdürmektedir.

NHK'nın Tokyo'daki Yayın Denetim Merkezi, görenleri şaşırtacak niteliktedir. NHK'nın iki kanal televizyonunda ve üç radyosunda haftada 2000 civarında program yayınlanır, bu programlar, iki IBM ve 360 bilgisayar ile yapılmaktadır. Yayında herhangi bir aksama söz konusu olmaz; bir istasyondan yanlış bir video yayına girecek olursa bilgisayar hemen alarm vermektedir. Ancak cihazlar bozulursa aksama söz konusu olabilmektedir. Bilgisayarlar ile sadece yayın yapmazlar, aynı zamanda yayın planlama da yaparlar. Programcılar bilgisayarların yardımıyla program yayınlarını ne zaman yapacaklarını kolaylıkla takip edebilirler.

Endüstriyel ve küresel teknolojik gelişiminin en önemli unsurlarından biride robotlardır. Robotların en çok üretildiği ve gün geçtikçe geliştirildiği ülke ise Japonya'dır. Bu nedenle, ilk -televizyon sunucu robotların Japonya'da olduğu bir tesadüf değildir. Bu robotlar

görsel olarak insanlara çok benzemektedir, ancak canlı televizyon sunucularından çok daha profesyonel yeteneklere sahiptir. Haberleri geniş bir tonlama tonuyla farklı seslerle okuyabilirler ve aynı zamanda bir dilden diğerine kolayca geçiş yapabilmekteler. (<http://www.novate.ru/blogs/280614/26826/>, erişim tarihi: 20.01.2018).

Bilim adamlarının yirminci yüzyılın ilk yarısında öngördüğü umut verici teknolojilerden biri, görüntü ve ses ile birlikte koku yansıtıcı televizyon türünü icat etmektir. Bu tür televizyonlar kokuları (örneğin yemek programları) televizyon yoluyla izleyiciye taşıyabilmektedir. Ancak son on yılda bu fikri uygulamak için önemli bir ilerleme kaydedilmedi. Bu alandaki tüm araştırma ve deneyler başarısızlıkla sonuçlandı. Fakat son yıllarda, televizyona koku yansıtmaya yönelik nispeten başarılı sonuçlar çıkmaya başladı. Buna bir örnek, Tokyo Üniversitesinden bilim adamları tarafından geliştirilen Smell-o-Vision (Koku-o-Görüntü) teknolojisidir. Televizyonun dört köşesine fanlar yerleştirilerek aro⁴edilmiş havayı izleyiciye doğru göndermektedir. (<http://www.novate.ru/blogs/280614/26826/>, erişim tarihi: 20.01.2018).

Japonlar, araştırmaya da çok önem vermektedirler. Kamuoyu araştırma Enstitüsü, Japon halkının 24 saatini nasıl geçirdiğine yönelik beş yılda bir yapılan araştırmalarda elde ettiği sonuçlar televizyon programların hazırlanmasına yön vermektedir.

Böylece Japon radyo televizyonculuğu, dünyanın en teknolojik televizyon sektörlerinden biri olarak faaliyetini sürdürmektedir.

İran: Ülkede radyo televizyon sektörü genellikle devlet kuruluşlarıdır. 1969'a kadar özel sektörün televizyon işletmesine izin verilirken, 1969'da televizyon sektörü tamamen devletleştirilmiştir. İran televizyonu, 1990'lı yıllarda hızla gelişmeye başladı. Televizyon kanal sayısı arttı, uluslararası yayıncılık hizmetleri başladı, uydu ve dijital yayına geçildi. İran İslam Cumhuriyeti Yayıncılığı (IRIB), iç ve dış yayınlardan sorumlu bir devlet kuruluşudur. Kuruluş İran İslam Cumhuriyeti'nin Ses ve Görüşü (Vizyonu) olarak da bilinir. İran'ın devlet televizyonu İran İslam Cumhuriyeti Yayıncılığının (IRIB) en büyük unsurudur ve İran'ın anayasasına göre ülkenin tek radyo ve televizyon yayın kuruluşudur. IRIB "ülkenin kültürel ve milli birliğini güçlendirmeyi" amaçlamaktadır.

Kurumun yıllık bütçesinin 900 milyon ABD doları olduğu ve personelinin 46.000 kişi olarak tahmin edilmektedir. IRIB, İran'ın başkenti Tahran'da radyo ve televizyon istasyonlarını, 30 ilde de radyo ve televizyon kanalları kurmuştur. Buna ek olarak, IRIB İran

⁴Özel bir koku kazandırmak. <http://www.nedirnedemek.com/aromatize-nedir-aromatize-ne-demek>, (erişim tarihi: 15.01.2018).

halkının uluslararası alanda izleyebileceği yayınlar yapmaya başladı. Bu kanallar, İngilizce, Arapça ve diğer dillerde haberler ve programlar yayınlamaktadır. Ayrıca bu yayınlar Batı karşıtı propaganda içermektedir.

İran'da mevcut olan ana IRIB kanalları şunları içerir:

Kanal 1 (Ulusal Kanal) Kanal 1, İran'da önde gelen IRIB kanalıdır. Haberler ve yanı sıra eğlence programlarını da yayınlar. Kanalda saat sabah 10:30 ve akşam 17:30 arasında İran Hükümeti'nin resmi yayınları yapılmaktadır.

Kanal 2 (Elit kanalı) Bu kanaldaki yayınlanan programlar ile Kanal 1'deki programlar arasında bir fark bulunmamaktadır. Kanal 2 aslında 1970'lerde entelektüeller için bir kanal olarak başlatılmıştır, ancak zamanla değişime uğramış ve kanal 1 gibi yayınlarına devam etmeye başlamıştır.

Kanal 3 (Gençlik Kanalı) Bu kanal eğlence, spor ve çocuklara yönelik programlar yayınlamaktadır. IRIB bu kanalı yalnızca Spor yayınları yapan bir kanala dönüştürmeyi planlamaktadır.

Kanal 4 (Kültür ve Bilim Kanalı) Bu kanal, belgesel filmlerin yanı sıra kültürel ve bilimsel yayınlar da yapmaktadır. **Kanal 5 (Tahran Kanalı)** Kanal 5, Tahran İli'nin yerel televizyon kanalı olmasına rağmen, kanal Ortadoğu ve Hazar çevresindeki ülkeler tarafından da izlenebilmektedir.

İRİN (Haber Kanalı) İran İslam Cumhuriyeti haber kanalı, İran'ın CNN, BBC Haberleri ve Sky News gibi Batılı haber kanallarından esinlenen kanaldır. Yurtiçi ve yurtdışında 24 saat yayın yapan İRİN, uluslararası gelişmeler üzerine ve Batı karşıtı yuvarlak masa tartışma programlarını yayınlamaktadır.

IRIB yayın kuruluşunun uluslararası alanda yayın yapan kanalları ise aşağıdaki gibidir.

Sahar TV: IRIB'in uluslararası kanallarından biridir. Misyonu, Rusça, İngilizce, Fransızca, Boşnakça, Kürtçe, Urduca ve Azerice dilleri içeren "İran İslam devriminin propagandasını" yapan bir kanaldır.

Al-Alam: Arapça yayın yapan haber kanalı, Ortadoğu ve Farsça dillerinde, Körfez bölgesi, Ortadoğu ve tüm dünyaya uydu yayını ile izleyicilere ulaşmaktadır.

ABD: Dünyadaki özel (ticari) televizyonculuğun en önemli örneği ABD'de uygulanmaktadır. Yukarıda belirtildiği gibi, her ne kadar televizyon İngiltere'de doğmuş olsa da, ABD'nde gelişmiştir ve renkli televizyon yayınları da ilk kez 1958 yılında Amerika'da yayınlamaya başlamıştır. Ayrıca ABD görsel-işitsel ürünlerinde ihracatta liderliği elinde bulundurmaktadır. Böylece, ABD'de televizyon şirketleri yaptıkları tüm programları dünya

ülkelerine pazarlayarak ihracat geliri sağlamaktadır. ABD’de film ve televizyon programların ihracat artışı 1980’de başlamıştır. Bu artış sinema ve televizyon yayıncılığı sektöründe de medya hâkimiyetini sürdürmektedir. Dünya genelindeki televizyon programlarının yarısından fazlası ABD’de yapılmaktadır. 2004’te Amerikan televizyon programları 125 ülkede yayınlandı ve toplam 10.480 milyon dolara satıldı (Tablo 1.1). Tüm çocuk programların yaklaşık %85’i, filmlerin %81’i, dünya pazarında satılan televizyon programlarının yaklaşık % 75’i ABD’de imal edilmiştir. Aynı zamanda Birleşik Devletlerin ana ticaret ortağı Avrupa’dır (6,787 milyon dolar), ve ihraç edilen programların maliyeti ithalat edilen (56 milyon dolar) programların maliyetinden 120 kat daha yüksektir. Görsel-işitsel pazarın Avrupa ve uluslararası operatörlere açılması, Avrupa’daki kanal sayısını 20 kat arttırarak televizyon dünyasını önemli ölçüde değiştirdi. 1993 yılında Avrupa izleyicileri için 93 kanal yayın yapmaktaydı ve bu rakam 2005’de 1700’den fazla kanala ulaştı (bunların çoğu eğlence kanallarıydı). Bu, Avrupa’da Amerikan televizyonculuğunun üstünlüğünü göstermektedir. (https://www.bea.gov/scb/pdf/2005/10October/1005_xborder.pdf, erişim tarihi: 20.01.2018).

Tablo 1.1 2014 yılındaki Amerikan filmlerinin ve televizyon programlarının dünyanın bölgelerine ihraç edilmesi

Bölgeler	Film ve televizyon programlarının ihracat hacmi (milyon ABD Doları)
Avrupa	6 787
Asya ve Pasifik okyanus bölgesindeki ülkeler	1 835
Latin Amerika	757
Afrika	124
Orta Doğu	114
Tüm ülkeler	10 480

“ABD’nde istasyonlar, bir şebeke sistemiyle birbirine bağlıdır. En çok seyredilen büyük üç şebeke, CBS (Columbia Yayın Sistemi), NBC (Ulusal Yayın Şirketi), ve ABC’dir (Amerikan Yayın Şirketi). İstasyonlara, FCC (Federal Communication Commission) tarafından belirli süreler için işletme belgesi verilmekte ve yayın yapacakları dalga boyu saptanmaktadır. Bu komisyonun 7 üyesi vardır. Üyeler, Devlet Başkanı tarafından Senato’nun onayıyla atanmaktadır. Komisyon, istasyonlara en çok üç yıl için işletme belgesi

verir ve kamu yararına yayın yapmadığı saptanırsa işletme belgesi iptal edilebilir; ama bu, pek rastlanan bir olay değildir” (Tamer, 1983: 55). NBC, CBS ve ABC her biri 200’den fazla kanalı yönetmektedir. Yayınlar genellikle kablolu abonelik sisteminden yapılmakta birlikte antenden de yayınlara ulaşabilmektedir. En çok izlenen haber kanalları arasında CNN ve Fox News ilk sırada yer alır. Gerçek anlamda bir televizyon ülkesi olan ABD’de Liberal Pazar ekonomisinin kurallarıyla işleyen televizyon yayıncılık sistemi, reklama bağlı ticari televizyon örneğini sergilemektedir. Ticari televizyon istasyonlarından reklam saati satın almak için her yıl milyarlarca para harcanır. Yayın teknolojilerindeki gelişmeler nedeni ile ortaya çıkan uydu yayıncılığı sayesinde bağımsız yayın yapan sayısız televizyon kanalları izleyicilere rahatlıkla ulaşabilmekte, çeşitli görüş, propaganda ve demokratik yayınlarla dünya televizyonculuğuna ve kültürel, toplumsal, hukuksal ve ekonomik farklılıklara neden olmaktadır.

1.2.Yirmi Birinci Yüzyıla Girerken Televizyon Yayıncılık Sistemlerindeki Değişiklikler ve Nedenleri

Teknolojik olarak sürekli gelişen bir sektör olan televizyon yayıncılığı ülkelerin ilkelerini ve yasaklarını uydu yayınları sayesinde etkisiz bırakmaktadır. Sınır tanımayan yayınlar nedeniyle “sınırlar ötesi televizyon kavramı” oluşmuş, bu nitelikte yayın yapan ve çoğu özel şirket olan televizyon istasyonları ortaya çıkmıştır.

Televizyon yayıncılığında “kamu hizmeti” anlayışıyla tekelleri bir yapıya sahip olan yayıncılık sistemi, değişime uğrayarak bir “deregulation”⁵ dönemi yaşamıştır ve gelişen teknolojinin getirdiği yenilikler karşısında değişikliği yaşamaya devam etmektedir.

“Günümüz dünyasında “küreselleşme” yaşanırken, televizyon kanallarının çoğalmasına izin veren teknolojik gelişmeler ile televizyon kanalları arasında oluşan rekabetin büyümesi, “kamu hizmeti” veren kanalların yayında özel televizyon kanallarının da yerleşmesine olanak sağlayan kural dışılık dönemi geçirmiştir” (çev. Say, 2000: 11). Özellikle “kamu hizmeti” yayıncılığından özel televizyon yayıncılığına geçişte liberal ülkelerin televizyon sistemlerini etkileyen değişikliklerin nedenlerini ve çeşitli boyutlarını incelemek gerekmektedir.

19. yüzyıldan 20. yüzyıla gelindiğinde, televizyonun ortaya çıkışı paralelinde, kitle iletişim araçlarında niteliksel bir değişim ortaya çıkmıştır. Araçların gelişimi iletişim sürecinin kendisinde de köklü değişikliklere neden olmuştur. Sınır tanımayan uluslar ötesi

⁵ Devlet kontrollerini veya kurallarını bir işletme veya diğer faaliyetlerden kaldırma süreci.

televizyon yayınları geniş coğrafi alanlara aynı anda seslenebilmekte, yeni televizyon yayınları iletişim düzeninin yeniden şekillenmesine sebep olmaktadır.

1.2.1. Televizyon Yayıncılık Sistemlerindeki Değişikliklerin Teknolojik Boyutları

Yirminci yüzyılın sonlarında teknolojinin gelişiminde her gün yeni bir sıçramaya şahit olurken, elektronik kitle iletişim araçları içinde gücü kanıtlanmış televizyon ile insanlar belki de her zamankinden daha fazla kontrol ve idare edilmektedir. Geçmişteki geleneksel güç odakları olan politik askeri ve ekonomik gücün yanı sıra, çağımıza adını veren “iletişim” de “haberleşme” ve “bilgi”, bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Teknolojik gelişimin eriştiği düzey, bu teknolojiyi yaşama geçirirde büyük çıkarları olan sermaye, çoğulcu demokratik çoksesliliğe olan gereksinimi, haberleşme konusundaki kişilerin temel hak ve özgürlükleri gibi başlıca nedenler, devlet teklenin dışına çıkılmasını kaçınılmaz kılmaktadır.

Öte yandan, değişiklikler sonunda televizyon yayınlarında sınırlar ötesi bir yayıncılık hüküm sürmekte, yayınlar ise uluslararası bir tekelleşmeyi beraberinde getirmektedir. Uluslararası tekellerin yayınlarını ise bir “medya endüstrisi” beslenmekte, iletişim süreci bu uluslararası tekellerin ellerinde şekillenmektedir.

1.2.2. Kablolu Televizyon Yayınları

“Kablolu televizyon yayınları ilk defa 1944 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nin Pennsylvania kentinde gerçekleşmiştir” (Freches, 1991: 8). Televizyon hizmetlerinden faydalanamayan bölgelerde televizyon sinyallerini güçlendirerek ve görüntü netliğini sağlayarak yayınları ulaştırmak amacıyla yörenin en yüksek tepesinde kurulan verici anten ile abonelerin evleri arasında döşenen kablolar, “Kablolu TV” uygulamasının temelini oluşturmaktadır.

Gelişen teknolojinin yarattığı imkânlarla mikrodalga linklerinin hizmete girmesi, kablo ile izlenen kanal sayısını artırarak abonelere yeni seçenekler sunulmuştur.

Kablolu televizyon kanalları diğer televizyon dağıtım yöntemleri içinde en fazla kanal seçeneği veren yöntem olmaktadır.

Günümüzde ise kablo üzerinden gidişli dönüşlü iki yönlü sinyal iletimi ile abonelerin yayınlarla ilgili tepkilerini çıkış noktasına ulaştırmakta, son yıllarda yaygınlaşan bu uygulama ile kablolu televizyonların işlevi farklı hizmetleri de kapsamaktadır.

Kablo yayıncılığının gelişmesi ile izleyicilerin oturdukları yerden tüm alışverişlerini fatura ödemelerini, para transferlerini, emlak işlemlerini ve tüm rezervasyon işlemlerini yapabilmelerini sağlamaktadır. Bu konfor sayesinde insanların zaman kayıpları önlenmiştir.

Ayrıca aboneler çeşitli konularda faaliyet gösteren kurslara kablolu televizyon kanalıyla katılarak eğitim görmektedir.

Daha önceleri gerçekleşmesi bir hayal gibi gelen görüntülü telefon ise, kablolu televizyonda ulaşılan son nokta olmaktadır.

Kablolu televizyonda abonelerinden ücret almayıp sadece reklam gelirleriyle geçinenlerin yanında “pay tv”⁶, ile “pay-per-view” adlı verilen ücretli hizmet verenleri de bulunmaktadır. Genelde ABD’de gelişmiş bulunan bu örneklerde aboneler izledikleri programa göre ücret ödemektedir.

1.2.3.Uydu yayınları

Kısa bir zaman dilimi içerisinde, uydular iletişim teknolojisi alanında vazgeçilmez bir öneme sahip olup; ses ve görüntü iletimi için kullanılmaktadırlar. Gazete yayıncılığı tıbbi müdahale, telekonferans, eğitim, acil durum gibi çok değişik hizmetler uydular aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Sayıları her geçen gün artan uydular insanlığa sayısız imkânlar sunarken, kablolu televizyon yayıncılığı ile izleyicilere yeni alternatifler getirilmiştir. Örneğin bir Astra uydusu Avrupa üzerinde yaşayan insanlara 50’nin üzerinde kanal sunarken, aynı kıtada kablolu televizyon ile 30 kadar televizyon kanalı izlenebilmektedir.

“İlk gerçek iletişim uydusu Early Bird’üm ABD tarafından yörüngesine oturulmasından sonra, daha iyi ve daha büyük iletişim ve yayın amaçlı uydular uzaya fırlatılmıştır. 1965 tarihinden bu yana iletişim uyduları patlaması yaşanmaktadır” (Rigel, 1991: 45). Daha önce sadece karadan karaya yapılan televizyon yayınları uydu yayıncılığının gelişimiyle Doğrudan Uydu yayıncılığı⁷ (Direct Broadcasting Satellite) iletişim uyduları teknolojileriyle birlikte büyük bir endüstrini doğasına da neden olmuştur.

⁶ Televizyon kanallarının gelişmesinin ardından 2000’li yıllarda uygulamaya geçen Pay TV’ler, kaliteli ve farklı televizyon isteyenler için günümüzde önemli alternatif oluşturmaktadır. Zengin içeriği ile yüksek kalite sunduğu için müşteri memnuniyeti sağlayan bu kanallar, abonelik sistemi üzerinden aylık belirli bir bedel ödeyerek izlenebilmektedir.

⁷ Doğrudan yayın yapan uydular, 1977 yılında yapılan “Dünya İdari Radyo Konferansında (WARC)” uydu ile doğrudan yayın koşulları yeniden gözden geçirilmiş ve Doğrudan uydu yayınları için KU bandı ayrılmıştır. Doğrudan uydu yayın, uydu ile izleyici arasında herhangi bir role, aktarıcı ya da verici olmaksızın, kişisel antenlerle televizyon yayınlarının doğrudan izlenilmesini sağlayan uydulardır. <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423935124.pdf>, (erişim tarihi: 15.01.2018).

Rusların ve Çinlilerin de uydu yayıncılığına girmesi ile uydu pazarındaki rekabet artmıştır. Halen ülkeler arasındaki uzay yarışı esnasında dünya çevresindeki yörüngelere çok sayıda haberleşme uydusu yerleştirilmiştir. Şu anda çeşitli amaçlarda kullanılan Amerika'nın

413, Rusya'nın 87, Çine'nin 34tane faaliyet gösteren yörünge aracı bulunmaktadır. (<http://forum.qrz.ru/35-kosmicheskie-vidy-svyazey/10084-sputniki-ssha-skolko-ih.html>, erişim tarihi: 20.01.2018).

Bunun yanı sıra İtalya, Fransa, İspanya, İsveç ve Brezilya gibi ülkelerde birer uydu ile dünya haberleşme ve iletişim ağında yerlerini almışlardır. “İlk Türk Uydusu 1992’de Uzayda” *Cumhuriyet Gazetesi*,17.02.1992.

Uydular çoğunlukla bir ülkeye ya da uluslararası bir örgüte aittir. Eş zamanlı yörüngelerinde, önceden belirlenmiş uydu park yerlerinde konumlarını korurlar. Uydu yayıncılığı ve endüstrisinin gelişmesiyle birlikte, uyduların fonksiyonlarını bir düzene oturtma gereği ortaya çıkmıştır.

Uydu yayınlarında frekans kullanımı ve paylaşımı, uluslararası uydu kullanım kurallarının belirleyecek ve tüm gelişmeleri izleyerek zamanında bu kuralları koyacak uluslararası kuruluşlar oluşturulmuştur.

Uluslararası uydu işletmecileri olarak INTELSAT, INTERSPUTNIK, İNMARSAT, bölgesel uydu işletmecileri olarak EUTELSAT, ARABSAT ve PALABA bulunmaktadır.

Uluslararası ve bölgesel uydu işletim organizasyonları olarak da teknik, idari ve işletme koordinasyonunu yapmak için ITU ve ESTRAT kurulmuştur.

1.2.4.Yüksek Tanımlı Televizyon (High Definition Television-HDTV)

“Görsel- işitsel alandaki yeni teknolojik silah olarak adlandırılan yüksek tanımlı televizyon (HDTV), iletişim teknolojisinin son yıllardaki en önemli buluşudur. Siyah-beyaz televizyon ile renkli televizyondan sonra, “üçüncü kuşak medya” adı da verilen HDTV’da amaç, geliştirilmiş daha net görüntü ile televizyon yayınlarını aynı zamanda kaset, disk, kablolu televizyon, büyük ekranlı görüntü izleme kapasitesine sahip olmayı içermektedir” (Yengin, 1994: 24).

Televizyon ekranında, sağdan sola, yukarıdan aşağıya akarak meydana gelen görüntü satırlar üzerinde oluşmaktadır. Televizyon ekranının çapı büyüdükçe, görüntünün dağılma tehlikesi de artmaktadır. Böylelikle satır tarama çizgilerinin sayısı ile orantılı olarak görüntünün kalitesiyle de artış olmaktadır. Ekrandaki görüntünün dikey tanımlaması, HDTV teknolojisinde iki kat daha artarak 625 satırdan 1250 satıra, 400 noktadan 1920 noktaya çıkması mümkün bulunmaktadır (“Ekranlar duvara asılacak”, *Cumhuriyet Gazetesi*,24.08.

1990). Televizyon ekranının genişlik ve yüksekliği da bu artışa paralel olarak 4/3'ten 16/9'a çıkarak seyircilerin görüş açısının genişlemesi sağlanmaktadır. Bu da, yeni bir anlatım dili geliştirilmesi ile sayısal (dijital) sinyallerle yayın sağlayarak ses kalitesini arttırmaktadır.

Japonya'da 1968 yılından bu yana HDTV teknolojisini konusunda diğer ülkelerden çok ileri durumdadırlar ve ABD'de HDTV teknolojisi yaygınlığını çoktan sürdürmektedir. Avrupa'daki durum o kadar parlak değildir. Avrupa genelinde HDTV teknolojisi ile yayın yapan yalnızca şirket Euro1080'in HDTV ve 1080i formatında yayın yapmakta olan iki tane kanalı vardır. Euro1080HD'e, Avrupa'daki sinemalarda ve kulüplerde önemli kültürel ve sportif olayları gösterir ve HD1, Avrupa'daki evlere uydu aracılığıyla spor, opera, rock müzik ve yaşam destek programları yayınlar.

1.3. Televizyon Sosyolojisi

Televizyonun değişen teknolojisine paralel olarak içeriği de önemli oranda değişmektedir. Bu değişimde, kuşkusuz ki ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamdaki değişimler de önemli rol oynar.

Yaşadığımız yüzyıl televizyonculuk çağıdır. Televizyon, modern toplum yapısı içinde iletişim için vazgeçilmezlerinden biri haline gelmiştir Ancak televizyon sadece bir iletişim, bilgi, eğlence ve kültür edinme işlevini gündeme getirmemekte, aynı zamanda uygarlıkların gelişim sürecini belirleyerek bireylerin psiko-sosyal yaşamını değişik boyutlara sürüklemektedir. Sosyoloji uzmanlarına göre televizyon, insanların diğer toplumlar arasında beslediği şiddetli ilgi ve alakaya dayanmaktadır.

Başka bir deyişle, iletişim alanında, televizyonun toplumun aynası olduğunu söyleyebiliriz. Televizyon görüntülerinin ve karakterlerinin duygusal çekiciliği nedeniyle, bireyin bilinci ve çevresi üzerinde yoğunlaşan bir etki meydana gelmektedir. Televizyonla yayınlanan bilgiler, sosyal grup üyelerinin sosyal tutumlarını etkileyebilir ve sonuç olarak, belirli sosyal niteliklerin ve davranış kalıplarının oluşumuna katkıda bulunur. Yani televizyonculuk dünyasında her gün değişiklere uğrayan milyonlarca program türleri bir toplumun yaşayış kültürü, giyimi, yemek alışkanlığı, aile bağları ile hayata bakışı vb. konulara etki ederek bütün bir toplumun temelini değiştirmektedir. Fiske ve Hartley televizyonla ilgili bu düşünceleri şu görüşleri ile kanıtlamaktadır:

“Televizyon insani bir kavramdır ve kültürel kararlar, sosyal baskılar ve insani tercihlerin sebebidir. Televizyonun söylevi, insanların kültürel anlayışların ve sosyal ilişkilerin versiyonunu sürekli olarak değiştirmektedir” (Fiske ve Hartley, 1990: 17-18).

XX-XXI yüzyılların başında görsel-işitsel kanallarının eylemi sayesinde, televizyon sadece bilgi iletişim aracı değil, aynı zamanda sosyalleşmeye katılan önemli bir sosyal kurum haline gelmiştir. Bu bakımdan, geleneksel kurum sistemi baskı altında kalmaktadır. İletişimsel faaliyetlerdeki değişiklikler sosyal deneyimin aktarılmasında bir takım dönüşümlere neden oldu ve televizyon bir sosyal kurum olarak bireyin sosyalleşmesinin sonucu üzerinde belirli bir etki yaratmaya başladı. Böylece televizyon hükmü, modern insanın sosyalleşmesi sisteminde birtakım çelişkilerin gelişimini kışkırtıyor.

Bilim adamları tarafından yapılan araştırmaların çoğu televizyonun sosyalleşmeyi etkilemek için negatif bir potansiyeli olduğu, bu kurumun sosyal, kültürel ve kişisel sistemlerin parçalanması üzerinde bir etkisi olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Böylece televizyon, toplum tarafından kimi zaman eleştirilmekte, kimi zaman da ondan gelen mesajlar sorgusuz sualsiz kabul edilmektedir. Yeni Şafak Gazetesinde (10.04.2001) yayınlanan makalede ABD’de televizyon üzerinde yapılan bir araştırmada televizyonun çocukları körelttiği, evde televizyon izlemeyen ailelerin çocuklarının okulda daha başarılı olduğu ortaya konmuştur. Sosyalleşmedeki bu değişimler, televizyonun bu süreç üzerindeki etkisinin toplumsal sonuçlarını anlamak için sosyolojik biliminin yakından incelemesi önem arz etmektedir.

1.3.1.Ekonomik ve Kültürel Etkenler

Çağımızda bilim ve teknolojik alanlarda yapılan çalışmalar yeni teknolojik ürünlerin ortaya çıkmasına neden olduğunu, bununla birlikte etkileri müspet ve menfi olarak yaşantımızı yönlendirdiğini ve bu gelişmeler sonrasında kitle iletişim araçları içinde en fazla ilgi gören teknoloji televizyon olduğu önceki konularda aktarılmıştı.

Böylelikle, televizyon, modern insanın hayati dünyasının vazgeçilmez bir özelliği haline geldi ve televizyon, çeşitli sosyal bilimler temsilcilerinin kuramcılarının entelektüel çabalarının uygulama alanı olan güçlü bir kamu kuruluşu oldu. Öğreğin hukukçular, televizyonun işleyişinin hukuki meselelerini, iktisatçıların televizyona bir ekonomik kurum olarak, sosyologların kamusal yaşamın entegrasyonuna veya dağılmasına yönelik bir kurum olarak ilgi duyduğunu görmekteyiz. Bu başlık altında bir sosyal kurum haline gelen televizyonun ekonomik ve kültürel etkilerini değerlendirmekteyiz.

Televizyon programlarını izleyen kentsel toplumlarda, televizyon izlemek işten sonraki ikinci en büyük faaliyet kategorisi ve bir kişinin evdeyken ana mesleği olduğunu göstermektedir. Bu davranış bir iş gününden sonra ev konforunun çekiciliğinden ve kültürel sürece kişisel dâhil edilmenin alternatiflerinin olmayışından kaynaklanmaktadır. Bildiğiniz

gibi, televizyon seyretmek genellikle ev ödevi, gündelik işler, sosyal etkileşimler ile birleştirilir, böylece televizyon sadece televizyon veya televizyon merkezi gibi insan ortamının bir ögesi olmaktadır ve kişi ile sürekli etkileşim geçirmektedir. Modern televizyon böylece insanları bilincini ve bilinçaltından etkilemektedir. Etkileme süreci kişinin herhangi bir çaba harcamamasına rağmen ve bazı zaman kişinin iradesi dışında bilinçsizce olmaktadır. Bu durumu Amerikan sosyologları P. Lazarefeld ve K. Merton televizyonun “insanları gerçek yaşamdan uzaklaştırıyor, hayali resimlerle besliyor; toplumu uyuşuk bir uykuya sokar” diye anlam vererek, elektronik iletişim tarafından oluşturulan kitle kültürünün, modern toplumda bağımlılık yapan bir işlevi yerine getirdiğini anlatmaktadır.

Gördüğünüz gibi, televizyon: boş zamanı doldurarak, dünyanın durumunu bildirerek, eğiterek, eğlendirerek, yetiştirerek ve bunların yanı sıra manevi değerlere, insanların düşünme yapısına ve kültürüne oldukça yoğun bir şekilde etki etmektedir. Böylelikle televizyon, kitlenin kültürel gelişimi için en önemli mekanizmalardan biri olarak geçmişin kültürel değerlerinin geliştirilmesini, yeni kültürel değerlerin oluşturulmasını onların edinilmesini ve yayılmasını gerçekleştirmektedir.

Milyonlarca izleyicisi olan televizyon, herkesin ilgisini çekmeye çalışmaktadır ve bu nedenle içeriği basit, kültüre zarar veren programları da yayınlamaktadır. Yani televizyon her zaman, klasik sanat eserlerini adapte etme, ruhsal hayatı standartlaştırma, estetik zevklerin azalmasına yönelik eğilimini artırdığı söylenemez. Dolayısıyla, televizyonun hayatımızda hem olumlu hem olumsuz işlevleri olduğunu anlıyoruz. Erol Mutlu ise televizyonla ilgili tüm olumsuz değerlendirmelerin kaynağını kendimizde, kendi varoluşumuzda ve kendi özyapımızda aramamız gerektiğini söylemektedir. “Yani televizyonu eleştirirken aslında kabul etsek de, etmesek de kendimizi eleştiriyoruz. Televizyon bizim özniteliklerimizin, düşüncemizin bir ürünüdür, her ne kadar tersini düşünmek, yani televizyonun bizim şu halimize neden olduğunu düşünmek daha rahatlatıcı ve kolay olsa da, bunu kabul etmemiz gerekiyor” (Mutlu, 1999: 12).

M. Maklyuen, kitlesel iletişimin gelişmesinin, insanın kültürel ve kişisel oluşumu üzerindeki olumsuz etkisini "Kültür bizim işimizdir" çalışmasında anlatmıştır. Burada kitle iletişim araçlarının bir kişi üzerinde baskı yaparak onu “sessizlik ve bilinçsizlik alanına sürüklediğini, onu yoksullaştırdığını ve onu sadece tüketici haline getirdiğini belirtmektedir.

Bir kitle pazarını yaratan görsel-işitsel medya, kitlesel tüketimin gelişimine katkıda bulunmuştur ve bu da ticari televizyon yayıncılığının gelişimini teşvik etti. Böylece, zamanla kitle iletişim ve kitle tüketici bir birine bağımlı hale geldiler. Televizyonun kendine ait kitlesinin ortaya çıkması televizyonculuk alanının ekonomik özelliklerini de belirledi.

Reklamcıların çok sayıdaki tüketiciye aynı anda erişme olasılığı, modern televizyon endüstrisinin önde gelen kavramlarından birini gerçekleştiren, ticari televizyonun uygulamasını oluşturdu. Ticari yayıncılık koşullarında kitle, tüketici pazarına eşittir ve tüketici kitleyi en üst düzeye çıkarmak, reklamcılarının gelirini arttırmak anlamına geliyor.

Bu nedenle, ticari televizyon kanallarının program politikası özel durumlara bağımlı kalmaktadır. Öğrenin, ticari televizyon yayıncılığının geliri izleyicilerin hem demografik (yaş, cinsiyet) hem de sosyal-kültürel (gelir düzeyi, eğitim, etnik ve dini topluluklar) özellikleri ile ilişkilidir. İzleyici kitle her zaman televizyonun gelir kaynağı olarak büyük bir önem taşıyacaktır. Kamu televizyon kanallarını ise izleme hakkı için izleyici tarafından ödenen abone ücreti artık demokratik ülkenin sivil toplum üzerine yüklediği "gönüllü televizyon vergisi" haline gelmektedir. Böylece televizyonculuk sektörü ekonominin temel dinamikleri arasında yer almaktadır.

1.4. Televizyonda Tür/Format Kavramı

Günümüz, televizyonculuğuna baktığımızda ise tematik kanallar artmış, program türleri ve içerikleri değişmiş, çeşitlilik artmış ve ulusal bir yapıya doğru kayma başlamıştır. Tüm bu gelişmeler içinde televizyonda görülen değişmelerin en çarpıcı olduğu yer, program tür ve formatlarında gözlemlenebilmektedir. Televizyon programları her türlü konunun, izleyicinin anlayabileceği biçimiyle belirli kategorilere ayrılarak tür sınıflandırmalarını oluşturur. Televizyon program türlerinin sınıflandırmasına geçmeden önce, tür ve format kavramlarının kökenlerine, türlerin ve formatların ortaya çıkışı ile gelişimi incelenecektir

“Tür kavramı, televizyonun anlatı yapısını oluşturan temel kavramlardan biri olarak kabul edilir” (Altunay, 2009: 9). Bu kavram ilk olarak filmler için kullanılmış fakat sonrasında müzik, radyo, televizyon, kitap, dergi ve daha birçok şeye yayılmıştır.

Sade bir tanımını yapmak gerekirse tür, belli ortak özellikleri olan münferit ürünlerin toplamıdır. “Dolayısıyla tür kuramı, medya ve kültür ürünlerinin kolektif anlamlar oluşturacak biçimde grup ya da sınıflara sokulduğunu varsayar” (Laughey, 2010: 153). “Tür kavramının bir başka genel tanımı, sanatsal anlatımın özgül üslupları şeklindedir ve bu tanım, türün bütün sanat biçimlerinde var olduğunu içlemler” (akt. Mutlu, 1991: 37). “Tür” kavramı Tod Gitlin (1994), televizyon eğlencesinin genel kategorilerini adlandırmak amacıyla gevşek bir biçimde kullanır. Gitlin’e göre “tür”, bir uzlaşımın uzlaşımsal adıdır (akt. Çelenk, 2005: 89). “Format ise televizyon anlatısının genel kategorileri için, belli formüllerde biçimsel, tanımlayıcı sınırları çizilen ve ancak içerikteki sınırlı farklılaşmalar aracılığıyla o kategori

içindeki benzerlerinden ayrışmayı ifade eder. Bu bağlamda televizyonda tür ve format kavramları birbirlerinin yerine kullanılabilir” (Çelenk, 2005: 89).

Tür, çeşitli sanat dallarındaki yapıtların toparlanmasından oluşan bir kavramdır. Bir filmin, kitabın, derginin ve benzeri birçok eserin çeşitli kategorilerde sınıflandırılması mümkündür. Bu sınıflandırma, örneğin, filmlerde işlenen konuya, süreye ve benzeri birçok ayrıntıya göre değişebilir. “Edebiyatta tür olgusunun ortaya çıkmasında belirli ölçütlerin göz önüne alındığını söylemek mümkündür. Ortaya çıkan eserin uzun ya da kısalığı; dilin kullanımı, yazarın amacı türün oluşmasını sağlayan etkenlerden sadece birkaçıdır. Bu özelliklere göre edebiyatta tür, Bir yazının biçimsel ve içeriksel özelliklerine göre, içerisine girdiği bölüm” olarak tanımlanmaktadır” (Özdemir, 1983: 230).

Sinemada tür kavramı ise daha farklı bir boyuttan incelenmelidir. Sinema bir bakıma edebiyat, resim, müzik, tiyatro gibi sanat dallarından doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenmiştir. Sinema, televizyonun kitle iletişim araçları kervanına katıldığı tarihlere kadar, teknik ve içeriksel olanakların etkisiyle daha zengin anlatım dilleri oluşturmuştur. Özellikle de edebiyat türlerinden etkilenmesi, bir bakıma sinemada da türlerin doğmasında etkili olmuştur.

“Televizyon kendisinden önceki araçlardan çok farklı maddi ve teknik özelliklere sahip olduğu için, televizyon ekranına getirilen içeriklerin zamanla bu yeni araca uyarlanma gereği duyulmuş; bu sürecin sonunda da sadece televizyona özgü türler ortaya çıkmıştır. Televizyon türlerinin ortaya çıkışının doğrudan içeriğiyle ilişkisi vardır” (Mutlu, 1991: 34)

Yani televizyon programlarını da tür olarak sınıflandırdığımızda içerdikleri konunun özelliklerine (çeşitliliğine), yayın içeriği, saati, konusu, izleyici amaçlarına, hitap ettikleri izleyicilerin özelliklerine göre ayırmak mümkündür. Radyo ve televizyonda yayınlanan programları bu sebeple çeşitli nitelikleri göz önüne tutarak gruplandırabiliriz. Böylelikle, yayınlar izleyicinin cins, yaş, kent-köy, meslek, eğitim, dil, din, etnik özelliklerine seslenen yayınlar olarak kümeden dirilebilir. Cinsiyete göre programlar: “Toplumu oluşturan iki ayrı cins, kadın ve erkeğin sosyal yaşamlarındaki farklılık, özellikle kadının anne olarak, ev kadını olarak sorumlulukları, beğeni ve ilgisinin erkeğe göre farklı oluşu, yayınlarda kadına yönelik programlara ağırlık verilmesini gerektirmektedir” (Aziz, 1985: 38).

Yaş kümelerine göre programlar: İzleyicileri kümeden diren bir diğer önemli özellik de, değişik yaşta kişilerin gruplandırılmasıdır. Bu öge önünde bulundurularak, yayınlar belirli yaş kümelerine ayrılmıştır. Yaş kümelerine göre yapılan programlar içerisinde en yaygını, hemen hemen her ülkede var olan çocuklara yönelik programlardır.

Yerleşme birimlerine göre programlar: Yerleşme birimleri arasındaki çeşitli yönlerden belirgin farklılık, yayınların bu bakımdan da kümelenmelerini gerektirir. Kentsel yaşantının sorunları, kent insanının gereksinme, beğeni ve ilgisi ile kırsal yaşantının sorunları, köy insanının gereksinime, beğeni ve ilgisi birbirinden çok farklılık gösterir. Bu itibarla izleyicilerin bu farklılıkları gözetilerek farklı programlar yapılır.

“Öte yandan geleneklerin, kültürel öğelerin toplumdan topluma farklılık göstermesinin, farklı kuramcılarının farklı yorumlara dayanan yaklaşımlarının tür sınıflandırmasına yansıdığını unutmamak gerekir” (Altunay, 2009: 26).

“Televizyon içerik olarak birçok farklı alandan unsurları içinde barındıran program türlerine sahiptir. Ancak televizyonun yapısal özellikleri ve programları sunuş biçimleri, bu alanların anlamlandırılışını da değiştirmiştir. Televizyonda yer alan her bir alan popülerleştirilmiş, mümkün olduğunca basite indirgenmiş ve eğlencelik hale dönüştürülmüştür. Bu bağlamda televizyondaki program türlerini özellikleri bakımından tek tek ele almak gerekse, hemen hemen her tür için ortak olarak kapitalist tüketim ideolojisine uygun bir biçimde “basite indirgeme”, “hoş zaman geçirtme”, “eğlendirme” ve “popülerleştirme” öğelerinden söz edilebilmektedir” (Çetinkaya, 2008: 80).

İlk “format” kelimesi 1950'lerin başlarında radyo yayıncılığında kullanılmıştır. Sonradan bu kelimeyi televizyon kendine özgü bir kavram olarak benimsemiştir. Televizyonculukta format ilk başta sadece nicel karakteristikler için, yani program kronometresine ilgili kullanılmış ve 20. yüzyılın sonunda "format" kelimesi yeni bir anlam kazanmıştır.

“Formatlar, 1990'lı yıllara kadar küçük değişikliklerle varlıklarını sürdürmüştür. 1990'lı yıllarla birlikte program formatları arasındaki sınırlar yumuşamış, melez formatlar ortaya çıkmıştır. Kamu hizmeti yayıncılığının azalması, özel televizyonculuğun gelişimi ile paralel giden süreçte program içeriği değişmeye başlanmış, programlar çok daha hareketli ve akıcı hale dönüşmüştür. Haber, tartışma programı ve belgesellerin yerini, ana kuşakta daha fazla sayıda izleyiciye hitap eden yarışma programları, dramalar, pembe diziler, gerilim dizileri, talk-showlar ya da magazin programları almıştır” (Çaplı, 2002: 117-118). Türkiye’de ve Kazakistan’da 90’ların ikinci yarısından itibaren, özel radyo televizyon yayınlarının özelleşmesiyle birlikte, birçok değişiklik yaşanmıştır ve ticari rekabet her alanda olduğu gibi bu sektörde de etkili olmuştur. Kanal sayısı onlarla, yüzlerle ifade edilmeye başlamış, teknolojik gelişmeler (kablo yayınlar, uydu yayıncılığı, dijital/sayısal yayıncılık) sayesinde hem yayıncılığın kalitesi artmış, içeriği değişmiş, izleyiciler nitelikli yayınlara kavuşmuştur. Televizyonculuğa baktığımızda ise tematik kanallar artmış, program türleri ve içerikleri

değişmiş, zenginleşmiş ve birbiri içine geçmiş ulusal bir yapıya doğru kaymaya başlamıştır. Tüm bu gelişmeler içinde televizyonda görülen değişimlerin en çarpıcı olduğu yer, program tür ve formatlarında gözlemlenebilir. Yabancı yayın kuruluşları ile olan etkileşimin artması, yabancı tür ve formatların taklit edilmesi, bu kopyalanan formatların Türkiye’de ve Kazakistan’da uyarlanarak, bir anlamda içine yerel unsurlar katılarak yeniden yapılanma çabaları ile ulusal yapıtlar ortaya çıkmıştır.

Medya ortamında tür ve format kavramlarına ilgili tutum çok farklılık göstermektedir. Bazı kuramcılar “format” kavramının ortaya çıkması televizyon dünyasında yeni bir şey yaratmadığına inanıyorlar ve sadece yeni daha basit bir kelime oluştuğunu söylemektedir.

Bazı kuramcılar ise, format kavramı, kitle bilincinde her türlü anlamlar ile aşırı yüklü olan klasik, “tür” kavramından daha uygun olduğunu ileri sürmektedir. McLaurin Williams “Televizyon. Teknoloji ve Yapısal Biçim” kitabında “tür” kavramı niteliğinin azaldığını, formatın daha modern kavram olduğunu belirtmektedir.

1.4.1.Tür Kavramının Televizyon Programlarında Gelişimi

“Televizyon yayıncılığı teknik olarak geliştikten sonra, kendinden önceki iletişim ve sanat biçimlerinden birçok özelliği, tiyatrodan diyalog, aksiyon ve oyunculuğu, sinemadan ekranı, radyodan geniş kitlelerin evlerine ulaşabilme yetisini, kalıt olarak almıştır. Bu ilişkide radyoculuk televizyona teknik ve örgütlenme bakımından bir örnek teşkil etmiştir” (Mutlu, 1991: 42). “Radyo teknolojisi sayesinde bölgenin tüm köşelerine kolay ve hızlı bir şekilde haber erişimini sağlamak mümkün olmuştur. Daha sonra televizyonun bulunuşu ile de ses ögesine ek olarak görüntü ögesi eklenmiş ve bu yolla kişinin, olaya doğrudan tanık olması sağlanmıştır” (Aziz, 1985: 28).“Televizyon yapımcıları başlangıçta, radyo formatlarını, programlarını ve yıldızlarını kullanmışlardır. İlk televizyon programları radyodaki gibi canlı yayınlanmıştır. Fakat televizyonun görüntü boyutu, televizyon yönetmenlerini kamera çekimleri, açıları ve oyuncu yönetimi gibi konularda zorlamıştır. Televizyon, radyonun yanında sinemadan da belli formatları ödünç almıştır. Dramatik anlatı bakımından büyük benzerlikler taşıyan her iki araçta benzer anlatım teknikleri kullanılmıştır. Sinema ve radyodaki türlerin elde ettiği başarı ve topladıkları yığmsal izleyici kitlesi, bu türlerin televizyonda da kullanımı için doğal bir tercih sebebi olmuştur. Ancak televizyon izleyicilerinin yeni yapım program türlerine artan talepleri televizyon istasyonlarını kendi bünyelerinde yeni formatlarlar üretmeye itmiştir” (Mutlu, 1991: 44).

“Radyonun televizyon programcılık yapısını büyük ölçüde etkilemesine karşın, televizyonun görsel yanı, televizyonun farklı deneyimler yaşayarak, sinemaya daha

yaklaşmasına neden olmuştur. Televizyon, türleri ve anlatı biçimiyle kendisini etkileyen sinemadan farklı olarak, teknik, biçimsel ve programlama gibi nedenlerden kaynaklanan bir takım sınırlılıklar dolayısıyla sinemadan farklı bir deneyim sunmaktadır. Sinemanın geniş perdesinin aksine, televizyon ekranın küçük yapısı, panoramik çekimlerden kaçınarak, yakın planların kullanılmasına, televizyon bütçesinin kısıtlılığı nedeniyle, kalabalık aksiyon sahnelerinin yerine, birkaç kişilik sahnelerin yer aldığı anlatımları ön plana çıkarmıştır. Bu bağlamda karakterler ve kişiler televizyon ekranın ana unsuru olarak karşımıza çıkmışlardır” (Mutlu, 1991: 48-49). Program türleri yayınlandıkları bölgelere göre zaman içerisinde farklılıklar gösterebilmektedir. Toplumsal ve kültürel yapının zaman içerisindeki değişimi televizyon izleyicisini de etkilemiştir. İzleyici beklentileri bu değişimlere paralel olarak değişiklik göstermektedir. Bu durum program türlerinde de karşımıza çıkmaktadır. Örnek vermek gerekirse, televizyon yayınlarının başladığı dönemden günümüze yarışma programları da bir değişim, dönüşüm geçirmiştir. Başlangıçta eğlendirme ve bilgilendirme gibi amaçlarla yapılan programlar, zaman içerisinde değişen ve gelişen toplumun ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde yeniden uyarlanmıştır.

“Televizyon toplumsal bir iletişim biçimi olduğu kadar, belki daha da önemlisi bir endüstridir. Televizyon program üretim süreci esas olarak ekonomik bir etkinliktir. Verimlilik esastır. Bu yüzden yapımcılar daha ucuz bütçelerle, izleyicinin ilgisini çekebilecek ve bu ilgiyi sürdürebilecek nitelikte programlar yapmak durumundadır. Bu durum bir gerilime sebep olsa da, televizyon endüstrisi bu gerilimi daha programın üretiminin karar aşamasında çözmektedir. İzleyicinin yapacak daha önemli bir işi olmadığı ve televizyon seyretmeye koyulduğunda izlemesi için “asgari düzeyde kabul edilebilir program” formülünü geliştirmişlerdir. Televizyon yayınlarının büyük bir bölümünü kapsayan bu yayınlar televizyona yönelik sıradan, düzeysiz gibi eleştirilerin ortaya çıkmasına da neden olmaktadır” (Mutlu, 1991: 55).

1.4.2. Televizyon Program Formatlarının Gelişimi

XVII. Yüzyılda sadece tipografik bir terim olarak ortaya çıkan “format” kelimesi, giderek yeni anlamlar kazanmıştır. Basım endüstrisinden, radyo ve daha sonra televizyon endüstrisine geçmiştir. İlk zamanlarda elektronik medya ile ilgili olan “format” kavramı sadece kronometre, yayın standardı gibi teknik anlamlara sahipti. Daha sonra, bu kelime kavramsal anlamlara dönüşmeye başlamıştır.

Bu kavramın popüleritesinin nedeni ise, pek çok medya araştırmacılarının yorumlarına göre, formatın ortaya çıkmasına modern medya piyasası doğrudan etki etmiştir.

Yani, televizyonculuğun koşullarında, belirli bir format üzerine çalışmak daha kolay ve daha kazançlı olduğu anlaşılmıştır. Televizyon formatı şu şekilde sınıflandırılabilir: televizyon kanalının formatı ve televizyon programının formatı. Televizyon programcılığında “format”, programın içeriği, şekli, tarzı ve stili gibi kendine has özellikleri kapsayan bir kavramdır.

İlk olarak, format, telif hakkıyla korunan bir marka olarak, programın genel bir konsepti olarak anlaşılmaktadır. Öte yandan, programın formatı yabancı bir ürünün hazır versiyonunun ismini, üretimini ve yayını kullanma lisansı olarak tanımlanmaktadır. Örneğin, "Kim Milyoner Olmak İster" adlı iyi bilinen şov 108 bölgede yerli versiyonları ile yayınlandı. Ve “İdol” programın da yerel versiyonları 42 bölgede yayınlandı. Bu tür program formatlarının çok satın alınması çeşitli faktörlerden kaynaklanmaktadır. Bunu şu şekilde açıklayabiliriz:

Hazır bir ürününü satın almak, televizyon şirketinin riskini azaltır, çünkü milyonlarca izleyici üzerine test edildi. Ancak, herhangi bir programın yerel özelliklere uygun olarak uyarlanmasını gerektirir; Seyirciler ulusal programları izlemeyi tercih ediyor olabilirler, bu durumda izleyiciler için yabancı görülen televizyon programlarını satın almaktansa, yabancı bir programı ulusal şekle dönüştürmek daha kazançlı olmaktadır.

Günümüzde televizyon yayıncılığında farklı program formatlarını görmek mümkündür. Fakat kesin bir sınıflandırma yapmak zordur, çünkü bir format diğerine entegre olarak yeni bir formata dönüşebilmektedir. Yine de farklı televizyon kuruluşları program formatlarını farklı şekilde sınıflandırmaktadır.

Örneğin, BBC şirketi, programlarını şu formatlara ayırmaktadır: bilgi (haber bültenleri); belgesel dramalar; belgesel filmler; oyunlar ve yarışmalar; tartışmalar; yeni bir görünüme, katılımcıların dönüşümü ile karakterize edilen görüntü-Show; reality-Show; yetenek gösterisi; olaylar ve performanslar (genellikle önemli spor, müzik, kültürel etkinlikler); (URL: <http://www.bbc.co.uk/tv/programmes/formats>., erişim tarihi 20.01.2018).

Modern televizyon program formatlarına ilgili Rus medya araştırmacısı S.Sepanian ise, çoğu televizyon kanallarının temel yayıncılığını oluşturan program formatı olarak habere öncelik vermektedir. Araştırmacı haber programlarını "zor" haberler (hard news) ve "yumuşak" (soft news) haberler olarak iki büyük kategoriye ayırmıştır. "Zor" haberler (hard news) siyaset, ekonomi, uluslararası ilişkiler hakkında ve savaşlar, terör eylemleri hakkında bilgi verir. "Yumuşak" (soft news) haberler ise tiyatro, edebiyat, müzik, sinema vb. konular hakkında bilgi vermektedir.

S.Sepanian bir sonraki önemli program formatı olarak Sitcom'u⁸ değerlendirmiştir. Sitcom günümüzde en popüler ve en çok satılan formatlardan biridir. İlk sitcom programı olarak, başta sadece radyodan yayınlanan ve sonradan, yani 1951'den itibaren Amerikan televizyon kanallarında yayınlanmaya başlayan «Amos & Andy» programı kabul edilmektedir.

Kazakistan'da televizyon sürecine uygulanan "format" kelimesi, diğer birçok ülkeden daha geç geldi. Yeni bir kavramın ortaya çıkışı, medya piyasasının değişen koşullarına doğal bir tepki haline gelmiştir. 1990'lar, medyanın, her şeyden önce "ticari yollara" geçişle karakterize edilen bir dönüşüm dönemi oldu. Bu dönemde, "Format", medyanın ekonomik kategorisi olarak hareket etmeye başladı, izleyicilerle diyalogu yürüttü, izleyicilerin isteklerini karşıladı ve dolayısıyla reklamcılarının ilgisini çekmenin bir yolu haline geldi.

Kazakistan televizyon program formatları "orijinal" bir biçimde değil, programlarda daha sıklıkla bir karışım, birkaç formatın veya alt formatın etkileşimi vardır. Bu tür program formatları, kanalın özelliğini belirlemektedir, onu diğer kanallardan benzersiz kılmaktadır ve popüleritesini arttırmaktadır. "Türkiye'de ise televizyon programcılığının yaratıcı faaliyeti olarak değerlendirebileceğimiz format geliştirme boyutu, pek çok program türünde gelişmemiştir. Bu alan büyük ölçüde küresel medya endüstrilerinin denetimindedir.

Yayınlanmakta olan programların büyük bir kesimi yurtdışından ithal edilmiştir. Örneğin Umut Sanat yapım şirketi, bir İngiliz firması olan Action Time'ın 60'tan fazla yarışma formatının Türkiye haklarına sahiptir. Bunlardan biri, Maksimum Risk adlı yarışma programıdır. Yine Türkiye'de uzun yıllar başarı ile yayınlanan Çarkıfelek programının da yayın hakları, King World adlı Amerikan firmasından alınmıştır" (Çelenk, 2005: 323).

Daha önce de belirttiğimiz gibi, format, sürekli gelişim içinde olan dinamik bir kategoridir, bu nedenle izleyicinin isteklerine zamanında cevap vermek, programı dönüştürmek, formatını geliştirmek, ama aynı zamanda özgün olarak belirtilen kavramdan sapmamak çok önemlidir.

Medya sektöründeki uzmanların açıklamalarına göre, önümüzdeki birkaç yıl içerisinde formatların sayısı önemli ölçüde değişmeyecek. Aksine, mevcut olanlar içinde yeni alt formlar ortaya çıkacaktır. Etnik kanallar, ergenler ve yaşlıların kanallarının ortaya çıkması da mümkündür - fakat büyük olasılıkla, bunlar yeni ayrı formatlar değil, alt biçimler olacaktır.

⁸ "Durum komedisi": espirli bir duruma dayalı, bir olay örgüsü ya da hikâyesi olan epizodik komedi televizyon programıdır.

1.4.3. Televizyonda Program Türleri

Televizyon, sürekli olarak program üretmek ve yayınlamak zorunda olan bir aygıttır. Televizyon, standart bir yapıya sahiptir. Yani televizyonun tüm tarihi, televizyon programları için yeni formatlar bulmakla geçmiştir. Televizyon kanalları izleyici için mücadele göstermekte ve bu nedenle yeni program çeşitlerini yaratmak zorunda kalmaktadır. Böylelikle, her gün belli saatler arasında izleyiciye programlarını sunmak zorundadır.

Günümüzdeki televizyon yayıncılık içeriği aşağıdaki program türlerine ayrılabilir:

Eğlenceli programları: televizyon insanlar için boş zamanı değerlendirme aracıdır. Bu yüzden kanallar farklı kitle grupları için çeşitli eğlence programları sunmaya çalışır.

Haber programları: televizyonun ortaya çıkış tarihi, öncelikle bilgi aktarma ihtiyacıyla bağlıdır ve haberleri öğrenmek ve gerçekler hakkında daha fazla bilgi almak için birçok insan televizyona yönelmektedirler. **Bilgilendiren ve eğlendiren programlar:** iki önemli fonksiyonun birleşimi yani eğlendirmekle bilgilendirmek daha fazla izleyiciyi çekmeyi mümkün kılmaktadır ve bu nedenle üreticiler iki formatı bir tür altında birleştirmeye çalışmaktadırlar.

Eğitim programları: bu programlar, herhangi bir konuda bilginin derinleştirilmesini ve genişletilmesini amaçlamaktadır. İzleyicilere yararlı bilgiler sağlar, yeni bir şeyler öğrenmelerine izin verirler. **Spor programları:** spor müsabakaları ile ilgili naklen ve ya kayıtlı şekilde yayın yapan programlardır. Örneğin, futbol ve basketbol maçları olmakla birlikte olimpiyat oyunları ile ilgili görüntü ve haber veren, sonuçlarını değerlendiren, izleyicilerin ilgisini ve takip etmesini sağlayan, haftalık maç yayınlarını yapan şifreli ve şifresiz kanallar, çeşitli branşlarda bilgi ve haber veren, sporu ve sporcuları değerlendiren programlardır.

Dramatik programlar: çeşitli türdeki tiyatro oyunlarının canlı olarak izleyicilere televizyon aracılığıyla yayınlanması gibi, televizyon yayıncılığı için özel olarak yapılan oyunlar ya da son zamanlarda izleyiciler üzerinde oldukça etkin olan televizyon dizileri ve filmlerdir.

Ya da, İngiltere’de kamu hizmeti yayını veren BBC daha ayrıntılı bir sınıflandırmaya giderek, program türlerini şu şekilde sınıflandırmıştır. (<http://www.bbc.co.uk/tv/programmes.>, erişim tarihi: 15.11.2017).

1. Çocuk
2. Komedi
3. Dramalar
4. Eğlence programları
5. Gerçeğe dayalı programlar

6. Eğitim
7. Müzik
8. Haberler
9. Dini ve Etik Programlar
10. Spor

Bu program türleri aşağıdaki başlıklar altında daha detaylı biçimde değerlendirilecektir.

Bununla birlikte, televizyon programlarını içerdikleri malzemenin ağırlığına, amaçlarına, hitap etkileri izleyicilerin özelliklerine, biçimlerine ve teknik özelliklerine göre ayırmak mümkündür.

Yapım malzemenin ağırlığına göre program türlerini, “Söz yayınları” ve “müzik yayınları” olarak iki kümede toplayabiliriz. Genel olarak tanımlamak gerekirse söz yayınları; topluma söz yolu ile ulaşan yayınlardır. Müzik yayınları ise; seslendiği kitleye, müzik yolu ile ulaşan yayınlardır. Söz yayınlarının içerisinde salt söz yayınlarını göz ardı edersek, müzik ögesine de rastlanır. Ancak burada ağırlık sözde olduğu için yayının genel niteliği söz yayınıdır. Aynı şekilde bir müzik yayının içinde söz ögesine rastlanmak mümkündür. Ağırlık müzikte olduğu için programın genel niteliği müzik programıdır. Her programın bir amacı vardır. Radyo ve televizyonların yerine getirmek zorunda olduğu işlevleri aynı zamanda programın amacını belirlemektedir. Programlar amaçlarına göre, haber verme, eğitme, eğlendirme ve tanıtma olarak türlere ayrılabilir.

“Radyo ve televizyonların tüm kamuya seslendiklerinden toplum içindeki her kişiye inmek, onun gereksinimini karşılamak zorundadır. Bu yönden bakılınca, yayınlar izleyicinin cins, yaş, kent-köy, meslek, eğitim, dil, din, etnik özelliklerine seslenen yayınlar olarak kümelendirilebilir” (Aziz, 1985: 37).

Her programın bir yapım biçimi vardır. Bir başka söyleyişle sunuş tekniği vardır. Bu yapım biçimleri ölçüt alınarak da programlar kümelendirilmektedir. İzleyici kitlenin özellikleri de göz önünde tutularak seçilen yapım biçimleri, düz konuşma, tek sesli, iki sesli, çok sesli, drama, yarışma, yuvarlak masa, panel ya da bunlardan birkaçının bir araya gelmesiyle oluşan karma program türleridir.

1.4.3.1.Haber ve Haber Programları

Kitle iletişim araçlarının en güçlü programları, haberlerdir. Haber ve haber programları, ana malzemesi sözlü ve görsele dayalıdır. Haber ve enformasyon programlarının asıl amacı mesaj iletme ve izleyiciye çevreleyen gerçekliğin en nesnel görüntüsünün

oluşumunu teşvik ederek, en önemli olaylar hakkında seyircileri derhal bilgilendirmektir. Bu tür yayınlar ya doğrudan dar anlamı ile haber bültenlerinden ya da daha geniş kapsamlı, bir anlamda aydınlatıcı, eğitici nitelikli haber programlarından oluşmaktadır. Televizyonda ve genel medyada, haber programları, en önemli ve ilginç olayların izleyicilerin tarafından her zaman izlenmesini sağlayan ana bilgi taşıyıcılarıdır.

Genel olarak haber (bilgi) programları şunları içerir: televizyonda reyting artırancanlı yayın haber programları ve televizyon haberciliğinin en yaygın türü olan - günlük haber bültenleri, izleyicilere bilgi vererek insanların yaşamını ilgilendiren binlerce sorundan yalnızca birinin özüne inebilen – geniş kapsamlı haftalık haber programları, televizyonda bir yorumcunun düşüncelerini, inançlarını, kişisel bakışlarını içeren yorum programları olarak gözlemleyebiliriz. Ayrıca izleyenleri “hava ve yol durumu” programlarını ve dünyadan, bono, tahvil, repo, altın, borsa gibi konuları içeren gelişmeleri, analizleri, tahminleri duyuran ekonomi haberleri de bu başlık altında sayabiliriz.

Televizyon haberlerinin sunumunda temel olarak görsel ve işitsel unsurlardan faydalanılır. Televizyonun görsel niteliği sayesinde, dünyayı anlamak ve olayları kavramak daha da kolaylaşmıştır. Kamera sayesinde görüntü kendini, her türlü yorumdan, yani dilden ve düşünceden kurtarmıştır. Burada sözü edilen bağımsızlık, kameranın gösterdiğini gören gözdür. Çünkü televizyonda gösterilen görüntü orada olan bitenin resmi değildir, aslında bir anlatımdır.

Yukarıda da değinildiği gibi haber programları ile kitlenin haber ve bilgi edinme gereksinimleri karşılanmaktadır. Tüm televizyon kurumları hazırladıkları yayın ilkelerinde haber programlarının tarafsızlık, doğruluk, hızlılık ve ilgi çekicilik çerçevesinde haber programını seyircilere sunmaktadır. Radyo ve televizyonda içeriği haber ve enformasyon olan programları 4 gruba ayırmak mümkündür: Televizyona güçlü olma imkânı veren en temel unsur - canlı yayın haber programı, televizyon haberciliğinin en yaygın ve özenli kullanım türü – günlük haber bültenleri, izleyiciyi haber konusunda daha fazla aydınlatmak, insanların yaşamını ilgilendiren binlerce sorundan yalnızca birinin özüne inebilen - geniş kapsamlı haber programları ve televizyon kurumlarının görüşleri, fikirleri doğrultusunda kurumsal yorum programları. Yorum programları, haber verirken yorum yapmak değil, kurumdan bir görevli, analist ya da yorumcu tarafından yapılan kurumun görüşlerinin ifadesidir.

Değerlendirme: Dünyada haber amaçlı yayın yapmayan ülke yoktur ve dünya genelinde haberler en çok televizyon aracılığıyla izlenmektedir.

1.4.3.2.Spor Programları

Sporun gelişiminde birçok faktör arasında, televizyonun özel bir rolü vardır. Televizyonun spor olaylarını yayınlamaya başladığından beri sporun gelişimi üzerindeki etkisi belirleyiciydi. Birçok ülkenin tarihçileri ve sosyologları, televizyonun, tüm dünya ülkelerindeki en önemli spor etkenlerinden biri olduğunu düşünmektedir. Buna ek olarak, spor yoluyla televizyonun birey ve toplum üzerinde büyük bir etkisi var olduğu da söylenmektedir. Ancak televizyonun spor ve toplum üzerindeki etkisi, her şeyden önce, toplumun kendisine ve toplumun değerlerine, yanı sıra yürüttüğü spor politikasına bağlı olacaktır. Günümüzde televizyon, en büyük spor etkinliklerinde eşit bir katılımcı haline gelmektedir. Televizyonun çeşitli spor ve sporcuların popülerleşmesine katkısı son derece büyüktür. Bununla birlikte spor, büyük sermayelerin dolaşım alanı haline geldi ve medya alanı ünlü spor yıldızlarını televizyon programlarına davet ederek sporun ticarileştirilmesini güçlendirdi ve popüler sporcular ise medya karakterlerine, ulusal kültürün yıldızlarına dönüşmektedir. Böylece, televizyon ekranı varlığı nedeniyle spor küresel düzeye ulaşmaktadır. Televizyonun hızlı teknolojik gelişimi büyük ölçüde taraftarların spora olan ilgileriyle belirlendi. Örneğin, "Eidofor" sistemi olarak adlandırılan büyük televizyon ekranları, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki beysbol fanatiklerinin sadece beysbol maçlarının tüm heyecanlı anlarını olabildiğince yakından takip edebilmesi için oluşturuldu. 20. yüzyılın ikinci yarısının başlarında uzayın keşfedilmesi 1964'te Tokyo'da düzenlenen Olimpiyat oyunları ilk "tele olimpiyatlar" olarak dünyaya göstereme gereği ile büyük ölçüde belirlendi. Tokyo'daki Olimpiyatlardan bu yana, televizyonda spor etkinliklerini sergilemeye yarayan teknik araçların sayısı önemli ölçüde artmış, yayın yapan kuruluşların sayısı artmıştır. Ancak Olympiad-68, elektronik çağın ilk televizyon oyunu olarak kabul edildi. Uydu yayını, Meksika'da düzenlenen oyunları sadece Amerika kıtasında değil, aynı zamanda Avrupa ve Asya'da da gösterilmesini mümkün kıldı. Yarışmadan günlük yayınlar, ülkenin 22 eyaletinde yer alan 57 televizyon kanalıyla gerçekleştirildi. Böylece Meksika yabancı televizyon şirketlerinden 22 milyon dolar aldı. Yayınlar Intervision, Eurovision ağları ile uyduları üzerinden 47 ülkede yayınlandı. Olimpiyat arenasında 100'den fazla kamera kuruldu ve 700 milyondan fazla izleyici izledi - o zamanlar bu rakam büyük bir ölçüydü.

Böylece, spor üretim ve dağıtımda önemli bir rol oynayan medya tarafından en popüler dünya programlarından biri haline geldi. Son dönemlerde spor tüm programların bir karakteri olmuş ve her tür program içeriğinde yer almıştır. Örnek olarak, günümüzde çeşitli spor dalları ana haberlerin önemli konuları haline gelmiştir, bununla birlikte her zaman yeniliği amaçlayan medyanın gelişmesini sağlamaktadır. Ayrıca reklam ve eğlence

programlarında da yer almaktadır. Spor program türü olarak, izleyicilerin spor ile ilgili bilgilendirme ihtiyacını karşılama amacıyla, haber bülteni yaklaşımı tarzıyla hazırlanan “Spor bülteni”, canlı ya da banttan birçok spor türünün düzenli bir şekilde yapılan karşılaşmalarının yayınlandığı “spor karşılaşmaları yayınları”, spor konulu tartışma, yorum, açık oturum programlarından oluşan “spor haber programları”, “spor magazin programları”, “spor belgeselleri” gibi değişik spor dallarını bu program türü altında sınıflandırabiliriz.

1.4.3.3.Kültür Programları

Genel anlamda, haber programlarıyla ya da kamusal yaşamı düzenleyen resmi materyallerle doğrudan ilişkili olmayan televizyon programları kültür programları olarak kabul edilmektedir. “Kültür programlar” terimi ile aşağıdaki türlerden oluşan bir dizi televizyon programını söyleyebiliriz: bilgi kültür yarışmaları, sanatsal programlar, belgesel programlar, sohbet programları. Dil ve edebiyat, bilim ve teknoloji gibi programları da bu başlık altında toplayabiliriz. Sanatsal programlar estetik, güzellik ve uyum içermesi gerekir.

Sanatsal programlar: seri filmler, televizyon performansları, televizyon tiyatroları, sanat ustaları hakkında programlar, festivaller, müzik yarışmaları, konserler, sanatçıların sergilerinden haberler, güzel sanatlar hakkında programlar ve filmlerdir.

En karmaşık gazetecilik çalışmalarından biri olan belgesel yayınları, aynı anda sanat, bilim ve gerçekliği içermektedir. “Belgesel, sadece şimdiyi araştırmaz, geçmiş de yorumlayarak, gelecekte oluşabilecek olaylara karşı varsayımlarda da bulunur. Bu yönüyle de dünyaya doğrudan müdahale ettiğini söyleyebiliriz. Televizyon belgesellerinin, diğer program türlerinden ayıran üç temel özelliği vardır. Bunlar; bakış açısı, izleyicinin katılımı ve belgesel belgelerdir” (Mutlu, 1995: 120).Belgesel çalışmaların gerçekte belki de tek gösterim aracı televizyon olmuştur. Ekranı gelen her program, konuyu göstermeye yetsin veya yetmesin yarım ya da bir saatle sınırlıdır. Bu nedenle geniş konulu belgeseller dizi halinde yayınlanır. Televizyonun eğitim ve kültür olarak sunduğu belgesel formatları şöyle sıralanabilir: haber belgeseli, tanıtım belgeseli, biyografi belgeseli, araştırmacı belgesel, magazin belgeseli, tarih belgeseli, halkbilim belgeseli ve doğa belgeseli.

Bilgi kültür yarışma programları, hem radyonun hem de televizyonun en ilgi çeken program türlerindendir. Yarışma programların temelinde bilgi verme ve eğlendirme işlevleri yer almaktadır. Bu tür programlar yalnız yarışanları değil, izleyenleri de ilgilendirmektedir. İzleyicinin de fiilen katılımını sağlamaktadır. Bu tür yarışma programları eğlendirirken bilgilendirmeyi hedeflemektedir. Televizyon için hazırlanan kültür programlarının “görüntü” ağırlıklı olması, programların doğal ve otantik ortamlarda çekilmesi çok önemlidir. Bu tür

programlar “anlatmayı” değil, “göstermeyi” tercih etmelidir. İzleyici mekân, konu ve karakterleri gördüğünde, bu yapının, kendi yaşamından da izler taşıdığının farkına vardığında programa karşı ilgisi daha yoğun olacaktır. Bununla birlikte programda kullanılan belgeler, olaylar ve mekânların doğal olmasını, program izleyicisinin algıladığı ölçüde, başarıya ulaşmasına sebep olacaktır.

1.4.3.4.Din ve Moral Programları

“Yıl içerisinde belirli zaman dilimlerinde ekrana gelen, “naklen veya banttan yayınlanan dini tören yayınları”, toplumun dini konular ile sorunlarını ele alan, bu konular hakkında düşünce ve görüşlerine yer veren, konunun uzmanları tarafından hazırlanan “dini ve moral sohbet programları” bu başlık altında sınıflandırılabilir. Dini ibadete yönelik bilgiler vermeyi amaçlayan “dini eğitim programlarını” da bu başlık altında değerlendirmek mümkündür” (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Raporu, 2003: 6).

1.4.3.5.Eğitim Programları

Toplumun eğitilmesinde, değişik durumlardaki farklı sorunları karşılamada televizyon etkin bir araç olarak görülmektedir. İzleyiciler üzerindeki büyük etkisi göz önüne alındığında, televizyon uzun zamandır bir öğretim aracı olarak kullanılmaktadır. Televizyon bilgilendirme ve eğlendirmekle birlikte, aynı zamanda insanların bilişim sürecini de geliştirmektedir.

Doğrudan eğitim programlarının kullanımı eğitimin her aşamasında yaygınlaşmaktadır. Doğrudan eğitim programları örgün ve yaygın eğitim programları olarak gerçekleştirilir. Örgün eğitimde, ilk, orta ve yükseköğretim dönemindeki öğrencilere yönelik akademik eğitim programları yayınlanır.

Yaygın eğitim programlarında ise, toplumun çeşitli kesimlerine (çocuk, kadın, köylü, turist) pratik bilgiler aktaracak programlar gerçekleştirilir.

1.4.3.6.Bilgilendiren/Eğlendiren Programlar

Temelde hedef kitlenin dinlenmesi, toplumun mutluluk seviyesinin yükseltilmesi amacıyla hazırlanan eğlence programlarında müzik, yarışma, skeç, parodi, mizah, folklor gibi türler yer almaktadır. Toplumun moralini yükseltme, yaşamı sevmeye, hayata bağlanma, nükteler, espri, beceri ve anlama yeteneği geliştirmeyi de amaç edinen eğlence programları “eğlendirmekten eğitmeye” toplumsal ve kültürel değerlerin yüceltilmesine önem vermektedir. Öncelikle bilgilendirmeyi amaçlamakla birlikte içeriğinde eğlendirmeye de yer veren yapımlardır.

1.4.3.7. Gerçek İnsan Hayatlarından Yola Çıkılarak Oluşturulan Programlar

“Bir anlatıcı aracılığı ile ekrana gelen gerçek hayat hikâyelerinden yola çıkılarak hazırlanan programların tümünü kapsar. Kişisel felaketleri ve benzeri olayları konu alan “reality-Show” programları, “direnc yarışma programları”, muhtaç durumdaki kişilerin hayat hikâyeleri üzerine kurgulanmış “gerçek hayat hikâyeleri” bu tür içinde sınıflandırılabilir” (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Raporu, 2003: 9).

Gerçek insan hayatından yola çıkarılarak oluşturulan programlar arasında izleyiciler tarafından dikkat çeken, tartışılan ve çok konuşulan program türü reality Show’dur. Reality Showlar, neredeyse popüler hale gelen yeni televizyon programıdır. Günümüzde televizyon yayıncılığı bu tür programlara doludur. Bunun nedeni, modern izleyicinin, gerçekte sıradan bilinmeyen insanların oyunculuğuyla ortaya çıkan gerçekliğin canlı hisleri ve duygularından çok etkilendiğinden kaynaklanmaktadır.

1.4.3.8. Müzik ve Eğlence Programları

“Radyo ve televizyon yayınlarının genel amacı ne olursa olsun, müzik ve eğlence türü programlara hemen hemen her yayın örgütünde rastlanır. Burada bir anlamda müzik ve eğlence yayınları, diğer haber, eğitim ya da reklam içerikli mesajların izlenmesini sağlamak üzere başvurulmuş bir program türü niteliğindedir. Bir başka deyişle müzik ve eğlence yayınlarının amacı, diğer yayınların izlenmesi için bir araçtır da denilene bilir” (Aziz, 1985: 35)

Programları biçimlerine bakarak değerlendirdiğimizde müzik eğlence programlarının genellikle karma bir yapı gösterdiklerini, aynı program içinde röportaj, oyun, müzik, çeşitli Show’ların iç-içe girdiğini görmekteyiz. Televizyonların eğlendirme programlarını genellikle müzik programları, eğlence programları ve dramatik programlar olarak üçe ayırabiliriz.

Hedef kitlenin eğlenmesini, dinlenmesini sağlamak amacıyla hazırlanan müzik programları, müziğin sevilmesine, müzik zevk ve kültürün yüklenmesine de hizmet etmektedir. Yerli müziği tüm alanlarında tanıtmayı ve sevdirmeyi amaçlayan bu programlar diğer yandan çeşitli müzik dallarında yeni besteci, yorumcu, söz yazarı, derleyicilerin yetiştirilmesi, desteklenmesi ve eserlerin tanıtılmasını da amaçlamaktadır. Müzik programları böylelikle yalnızca eğlence ve iyi vakit geçirme değil, aynı zamanda eğitim unsuru olmaktadır.

Ana televizyon formlarından biri olarak eğlence programları kabul edilmektedir. Eğlence programları, neredeyse tüm kanallarda mevcut bulunmaktadır. Hatta ağırlıklı olarak haber programlarını yayınlayan kanallarda da eğlenceye yayın akışlarında yer vermektedir. Müzik programları gibi eğlence programları da, boş zaman geçirmenin bir yolu olarak izleyici kitlenin zevk ve keyif almasına, duygusal rahatlamasına yönelik program türüdür.

1.4.3.9.Dramatik Programlar

Drama programı, sözlük anlamında; karşılıklı konuşmaya dayalı, televizyon diline ve görsel anlatımına uygun, yazılı bir metine, senaryoya bağlı kalarak hazırlanan, soap operalar, diziler, tek TV oyanları, skeçler, dramatik belgeseller, çizgi film tekniği ile oluşturulmuş programlar ve filmlerdir. Bu yapım biçiminde programlar ile kitlenin ilgisini çekmek, daha etkili olmak amacı kullanılmaktadır.

Drama programları içinde televizyon yayınlarında en fazla diziler yer almaktadır. Günlük yaşamın norm haline gelen televizyon dizisi, sadece bir film prodüksiyonu ve kitle kültürü türlerinden biri değil, hem içeriği hem de işlev bakımından daha ağır bir konum oluşturan bir olgudur. Diziler izleyici kitlenin zihnini etkileyen ve gerçek hayatta dünya görüşlerini belirlemede olanak tanıyan güçlü bir araçtır.

Modern kitle kültüründeki fenomen televizyon dizileri, mevcut sosyo-kültürel düzeni, kurumları, tabakaları yeniden inşa eden yapay bir nesnedir. Öte yandan, televizyon dizisi, sürekli olarak sürdürülebilir eğitimi üreten ve yok eden, sosyal-kültürel süreçleri programlayan bir varlıktır. İlk diziler gazetelerde yayınlanmaya başladı. 19. yy başlarında hızlı çalışan rotatif makineler sayesinde gazeteler hem çok sayıda basılmaya başlamış, hem de ucuzlaşmıştır. Bu dönemde gazetelere kitlesel dağıtım sürecine girdi. Okuyucuyu sürekli bir yapıya oturtmak için gazetelerde tefrika halinde dizi romanlar yayınlanmaya başladı. Tefrika romanlarının ünlü ismi SUE BALZAC'tır. Balzac'ın "Evde kalmış kızları" ve Sue'nin "Paris'in Esrarı" isimli tefrikaları gazetelerin baskı sayısı üç binden 40 binlere çıkarttı.

Sinemanın icadından sonra, tefrika roman geleneğinin "Bölüklü Filmler" (Serials) olarak sinema alanına geçtiğini görmekteyiz. "Devamı haftaya" yazısıyla en heyecanlı yerinden kesilen anlatımları içeren bölüklü filmler insanları akın akın sinema salonlarına çekti.

Dizi programlar televizyonda başlamadan önce radyoda radyofonik oyunlar vardı. "Arkası yarın" türündeki yayınların "merak ögesini" kışkırtan bir biçimde en heyecanlı yerlerinden kesilmeleri bu programlara olan ilgiyi giderek arttırdı. Dramatik radyo programlarının dinleyiciye cezbetme bakımından çok etkili olmaları ve bağımlı bir dinleyici kitlesi ortaya çıkartması bu türün televizyona geçmesine neden oldu. Dramatik diziler televizyona geçtiğinde de aynı çekiciliklerini sürdürdü. Sonuç olarak televizyon dizilerinin aslı kaynağının radyo ve sinema olduğunu söylemek mümkündür.

Günümüzde de televizyon dizileri, televizyonun en sevilen, ilgi çeken programlarından ve televizyon dizileri sonsuza kadar sürecek bir temaya sahiptir.

1.4.3.10.Diğer Tür Programlar

Klasik programların dışında olan, bir defaya mahsus özel olarak hazırlanan yapımlardır. Örnek olarak, uluslararası “Oskar” film ödüllerinin naklen yayını, çeşitli festivallerin açılış ve kapanış törenleri de değer tür programlarına dâhil edilebilir.



İKİNCİ BÖLÜM

KAZAKİSTAN VE TÜRKİYE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ DÜNÜ VE BUGÜNÜ

2.1.Kazakistan Televizyon Yayıncılığının Tarihçesi

Haziran 1957, Kazakistan SSR Bakanı Dinmukhamed Konayev, Kazak SSC Bakanlar Konseyi bünyesindeki Televizyon ve Televizyon Komitesinin kurulmasına ilişkin bir karar aldı. Karar şöyledir:

Kazak SSR Bakanlar Kurulu tarafından Yayın ve Televizyon Komitesini kurulmasına;

Kazak SSR Bakanlar Konseyi'nde Yayın ve Televizyon Komitesi Başkanı seçilmesine;

Kazakistan SSR Bakanlar Konseyi'ne bir hafta içinde sunmak üzere Kazakistan SSR Bakanı Konseyi bünyesinde Yayın ve Televizyon Komitesine ve Maliye Bakanlığına söz konusu Komite'nin yapısını ve personellerinin onaylanmasına.

Kazak SSR Bakanlar Konseyi bünyesindeki Televizyon ve Televizyon Komitesine, bir ay içinde Komite hakkında bir hüküm hazırlamak ve onay vermekte yükümlü olmasına karar verdi (Kazak SSR arşivinden elde edilen bir belge: Bakanlar Kurulu Kararı,1959:5).

2.1.1.Kazakistan Bağımsızlık Öncesi Televizyon Yayıncılığı (1958-1991)

Kazakistan televizyonculuğunun tarihi 8⁹ Mart 1958 yılında başlamıştır. İlk deneme program Alma – Ata'daki (Kazakistan TV ve Radyo Şirketi) stüdyoda yapılmıştır. Başkentin ardından, 1959'da Ust-Kamenogorsk, Karaganda, 1960'da Dzhezkazgan, 1964'te Petrocavlovsk, Tselinograd, Uralsk,1965'de Balkhash, Semipalatinsk, Pavlodar televizyon yayınlarına başladı (Barlybaeyev, 1994: 22). İlk başta televizyonlar ikidilde yayın yapmaktaydı. Bu yayınların %40 Kazakça, % 60 Rusçaydı.

1957-1959 yıllarda “Kazak SSR Bakanlar Kurulu'nda Yayın veTelevizyon Komitesi'nin ilk başkanı Kanapiya Mustafin seçildi.

⁹ 8 Mart'ta başlayan deneme yayınların ardından 16 Mart 1958 tarihinde Kazakistan televizyon yayıncılığı resmi olarak başladı. Almatı televizyonunun ilk müdürü H.Abılğazin, baş redaktörleri S.Nurgalimov, İ.Savvin ve başrejisörü L.Galımjanova'dır.

Almatı'da ilk deneme yayınındaki programda izleyiciler Kazakistan'ın ilk sunucuları olan Zulhiya Jumatova ve Nelli Omarova tarafından sunulan haberleri izlemişlerdir. Ayrıca, o gün Dünya kadınlar gününü televizyondan kutladılar. Ardından 'Hükümet Üyesi' adlı film gösterildi. O dönemde Almatı şehir merkezinde dört bin, Almatı çevresinde ise yüze yakın televizyon vardı.

Almatı televizyonu 1958 yılının aralık ayında Sovyetler Birliği'nin genel yayınına beş saatlik bir program ile katılmıştır. Böylece artık Kazak televizyonu tüm Sovyet Cumhuriyetlerine yayın yapmaya başladı. Bu yayınların içerikleri Kazak edebiyatı ve sanatı ağırlıklıydı. Televizyonculuğun henüz gelişmeye başlamamasından dolayı oluşan zor koşullara rağmen yeni yayın yapmaya başlayan Kazakistan televizyon yayın akışında çeşitli filmler, bantlarda kaydedilen konserler, tiyatro performansları izleyici kitleye gösteriliyordu. Bununla birlikte Moskova'dan Almatı'ya önceden bant üzerine kaydedilmiş hazır programlarda gönderiliyordu. Moskova'dan (merkezden) gönderilen programlar genelde propaganda içeren siyasi görüşlü programlar ve farklı televizyon stüdyolarında hazırlanan belgeseller şekillindeydi. Kazak televizyonu 1959 yılının nisanına kadar 333 program, 497 film ve sinema dergileri yayınladı. (Buzek, 1999: 75).

1959 yılında Almatı şehrinde bir televizyon stüdyosuna verilen bir mobil TV istasyonu yardımıyla, Abai Opera ve Bale Devlet Tiyatrosu'nda gösterilen bir performans televizyonda yayınlandı.

1959-1962 yıllarında Komite'nin ikinci başkanı olarak Kurmanbek Sağdındov seçildi.

1960'lı yıllara gelindiğinde artık Kazak televizyonu yayın içeriğini genişletti. Artık futbol maçları, konserler ve bayram törenleri canlı yayınlana bilmekteydi. 1960 yılında, SBKP (Sovyetler Birliği Komünist Partisi) Merkez Komitesi ve SSCR (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği) Bakanlar Kurulu, "Sovyet televizyonunun gelişmesini iyileştirme" kararı aldı. Bu bağlamda yeni televizyon kanalları açıldı ve tartışma program türleri arttı.

Bu yıllarda, program konukları stüdyolara davet edilmeye başladı. Programlar önceden editörlerin yazdığı metine göre yapılıyordu. Yani stüdyoya davet edilen konuklar ve spikerler bile önceden hazırlanan metne göre hazırlık yaptılar. Bu nedenle, editörlerin çalışmaları çok önemliydi, yazılan metin baş editörler tarafından dikkatlice kontrol ediliyordu. Ayrıca sansür testleri yapılıyordu. Programların isimleri, profesyonel sanatçılar tarafından hazırlanan karton kâğıtların yardımı ile yazılmıştır. Program çekimlerinde sadece üç kamera ile çalışma yapıldı. İlk kamera başlıkları olarak programın adını gösteriyordu. İkinci kamera stüdyoda çekim yapıyordu. Ve üçüncü kamera ise arşiv hazır malzemeler kaydeden bir film projeksiyon kamerasıydı.

O tarihte, televizyonda ilk defa, bilim ve teknolojinin başarıları konulu programlar yayınlanmaya başlandı. Özellikle "Bilim ve teknoloji dünyası" içerikli programlar yapılıyordu. Stüdyolara Kazakistan bilim adamları, mühendisler, vb. gibi uzmanlar davet ediliyordu. Ayrıca, insanlığın ilk uzaya çıkması ile ilgili yayınlar da yapılıyordu. Bu yıllarda, Komite'nin ikinci başkanı Kurmanbek Sagyndykov, programların atölye dışında çekilmesine izin verdi ve Kazak televizyon kameraları ilk defa stüdyo dışında program çekmeye başladı.

“Sagyndykov döneminde tüm programlar esas olarak dostluk, ahlaki-etik konular üzerinde yapıldı” (Barlyvayev, 1994: 29).

1961-1969 yıllarında Komite'nin üçüncü başkanı Kenzhebolat Shalabayev seçildi. Bütün ekibin çabaları sonucunda gazeteciler televizyon filmlerini çekebilecekleri bir teknik stüdyoya sahip oldular. Böylece yeni kameralar ve diğer teknik takımı yardımı ile televizyon filmleri çekilmeye başladı. Bu amaçla “Kazak telefilm” üretim derneği kuruldu

Ve bu yıllarda "Myn zhyldar Tüyisken Tubek", "Kalalar Estafetası" gibi ünlü şahsiyetler hakkında çekilen televizyon filmleri, izleyicilerin hafızasında yer edindi.

Kenzhebolat Shalabayev dünyaya, özellikle Montreal'deki dünya film festivalinde

"Kazakistan - 67" renk formatında yapılan ilk filmi yayınlamayı başardı ve onun sayesinde, kazak televizyonu dünya ülkeleri ile birlikte "Zhenis" adlı filmi diğer festivallerde izleyicilere sunmaya başarabildi.

1969-1975 yıllarda Komite'nin dördüncü başkanı Kenesbai Usenbaev seçildi.

Bu yıllarda, VCR'ler (video kaydedici) ilk ortaya çıktı. Ve böylece görüntüleri kaydetmek için büyük bir gelişme yaşandı. Almatı'da, o yıllarda dört VCR çalıştı. O zaman haber stüdyosunun köşesinde teletype'ler kuruldu. Gazeteciler teletype yardımıyla önceden hazırlanmamış acil durum haberlerini okudular.

“Usenbayev'in yönettiği yıllarda, "Orbit" programı Molniya uydu ağı vasıtasıyla yayına başladı. Ekim 1974'te, bakir toprakların gelişmesinin 20. yıldönümü nedeniyle, yapılan kutlamaları "Orbita" uydu sistemi ile yayınlandı” (Barlybayev, 2000: 45).

1975-1983 yıllarda Komitenin beşinci başkanı Khamit Khasenov seçildi. 80'lerin başında kurulan ve "Kok-Tobe" dağında inşaat edilen 372 metrelik televizyon kulesi, televizyon çekim alanını genişletti ve yayın kalitesini de yükseltti. Aynı yıllarda kolay taşınabilecek mobil kameralar kullanılmaya başlandı. Bu gelişmeler ile devlet ve yerel televizyon stüdyolarının kendi yayınlarının günlük ortalaması 30 saate çıktı.

1970 – 1980 yılları arasında Kazakistan televizyon yayıncılığı renkli yayına geçiş yaptı. Bu yıllar içerisinde yayın süresi 7 saate, çalışanların sayısı 412 kişiye çıktı. O dönemde 11 tane genel yayın kurulu üyesi görev yaptı ve ülkede 17 bölgesel radyo kanalı, altı dilde

yayın yapan 15 televizyon stüdyosu vardı. İki merkez kanalı ve iki kazak, Kırgız televizyon kanallarıyla birlikte toplam dört kanal yayın yaptı.

“1980 yılında Moskova’da düzenlenen Olimpiyat oyunlarının televizyondan naklen yayınlanması Kazakistan televizyonculuğunun en önemli başarılarındanı. Bu şekilde kazak halkı ilk kez canlı olarak Olimpiyat oyunlarının ilk şampiyonu olan Zhaksylyk Ushkempirov’un zaferine tanık oldu” (Barlybayev, 2000: 47).

Kazak SSR Bakanlar Konseyi’nde Yayın ve Televizyon Komitesi altıncı başkanı Kamal Smaylov seçildi (1983-1986). Bu dönemde Kamal Smaylov, gazetecilerin, Moskova yönetiminden baskı altında çalışmasına rağmen "Shalkar" programı ile bazı hükümet kaynaklı sorunları yayınlamayı başarmasına neden olabildi ve gazetecilerini daima savundu. O zamanlardaki en büyük televizyon projesi kırk bölümden oluşan "Kazakistan Büyük Kurtuluş Savaşında" adlı televizyon filmiydi. Bu televizyon filmi Zaferin 40. yıldönümü için özel olarak hazırlandı.

1869-1990 yıllarda Komite’nin yedinci başkanı Gadilbek Shalakhmetov seçildi. Birinci devlet televizyon kanalı 1989 tarihinde Alman dilinde programlar yayınlanmaya başladı. Üç yıldan sonra yani 1992 yılında Kore dilinde yayın yapmaya başladı. Böylece Kazakistan televizyonculuğu iki devlet kanalı ve on dokuz yerel kanalı ile sistemli yayın hayatına başlayabildi.

Kazakistan televizyonculuğunun gelişmesine büyük katkıda bulunan bir sonraki başkan Sagat Ashimbayev oldu (1990-1991). “1990 yılında Almatı’da Cumhuriyet Ticari Televizyon Birliği kuruldu. Bu birliğin ilk üyeleri “KTK” – Ticari Televizyon Kanalı ve “TAN” televizyon şirketi. “KTK” televizyon kanalı 2 Kasım 1990 yılında, “TAN” kanalı 1 Nisan 1991 tarihinde yayına başladı. 1993 yılının ortalarında Almatı’da “31 Kanal” adlı televizyon kanalı yayına başladı” (Barlyvayeva, 2007: 46).

2.1.2.Bağımsızlık Sonrası Kazakistan Televizyon Yayıncılığı

Kazakistan Bağımsızlığını elde ettikten sonra, ülkedeki bilgi-kültür alanında radikal değişikliklere uğradı. Bu değişiklikler Kazakistan için yeni projeler geliştirmeye neden oldu.

Kazakistan bilgi alanını kaliteli bir şekilde yeniden düzenlemesi gerekiyordu ve böylece adım adım dünya bilgi sistemine adapte olabilecekti.

XX yüzyılın 1990’lı yıllarında Kazakistan’ın kendi bilgi sisteminin oluşturulması ve bunun küresel bilgi iletişim sistemine entegre edilmesi, ülkenin güçlendirilmesi için, yüzden fazla ulus ve milleti içeren Kazakistan toplumunun kimliğini koruyan ve gelişmesini sağlayan önemli bir mekanizma olduğu otorite tarafından anlaşılmıştır.

Ayrıca, bilgi alanı büyük bir politik öneme sahiptir ve birleşik bir eğitim sistemi yaratmak için çok önem taşımaktadır. Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev'in da belirttiği gibi: "Ekonominin çeşitli sektörleri var: ülkemiz için önemi olan doğal kaynakların, altyapının, iletişimin ve bilginin geliştirilmesi. Bu endüstrilerin gelişmesinin sadece ekonomik büyümeye değil, aynı zamanda sosyal alana ve Kazakistan'ın uluslararası işbirliği entegrasyonuna da etkisi olacaktır." Kazakistan Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev'in halka seslenişi: Kazakistan-2030 hedefi. (<http://personal.akorda.kz/images/file/759403ca1593e22086c8108c2acc4570.pdf>, erişim tarihi: 10.01.2018).

Post-Sovyet olarak adlandırılan ilk aşama, 1991'den 1995'e kadar olan zaman aralığını kapsamaktadır. Bu dönem, medya alanında bağımsız televizyon kanalının bulunmadığı dönemdir. Ayrıca bu dönem medyanın devlet tekeli tarafından yönetildiği dönemdir ve Kazakistan'daki medya sektörünün özünü oluşturmuştur.

Bağımsızlık sonrası Kazakistan'daki kültürel, ekonomik ve sosyal değişiklikler yayıncılık alanında yeni kategorileri, medya vasıtasıyla kanunların oluşturulması vacipliği ve meydana gelen son koşullara ilgili medya çalışanlarının oluşturulması gibi konuları gündeme getirdi. Böylece ilk aşama, 1991 yılında Kazakistan'ın basın ve diğer medyaya ilişkin Yasası'nın kabul edilmesi ile başlamaktadır. Kazakistan'ın basın ve diğer medyaya ilişkin Yasası'nın ilk kanunlar arasında yer alması ülkenin demokratik bir kalkınma hedefine olan bağlılığının bir göstergesiydi.

Söz konusu yasanın ilk maddesinde basın özgürlüğü ve ifade özgürlüğü yer aldı.

Yasama seviyesinde ilk defa sansüre izin verilmemesi için normlar oluşturuldu. Gazetecilerin profesyonel faaliyetlerinin yerine getirilmesini engelleyen editörlük ofislerin faaliyetlerine devlet ve kamu kurumları yetkililerinin müdahalesini yasaklayan bir norm yasal olarak kabul edilmiştir. Eylül 1992'de Nursultan Nazarbayev, devlet televizyonu ve radyo yayın şirketi Kazakistan'ın kurulmasına ilişkin bir kararname yayınladı. Bu adım, radyo televizyon sektörünün yaratıcı düzeyini ve içeriğini artırmak, ülke nüfusu için bilgi sistemini geliştirmek amacıyla gerçekleştirildi. Hükümetin, televizyon ve radyo yayın şirketinin maddi ve teknik temelini güçlendirmek, çalışma koşullarını iyileştirmek ve çalışanlarının yaşamını iyileştirmek için talimat verdi. Bu kanunun yayınlanmasından sonra, bağımsız bir bilgi alanı oluşturma süreci başlamıştır.

Bununla birlikte, Kazakistan devletinin serbest piyasa ekonomisine geçmesi ile birlikte kitle iletişim araçları sayısının artması rekabet ortamını da hareketlendirmiştir. 1993 yılının istatistik bilgilerine göre, ülkede yedi yüz elli basın kuruluşu ve 107 televizyon şirketi

bulunmaktadır. Şirket sayılarının çok olması, özel kanalların yaygınlaşmasından oluşmaktadır. Bu dönemde, Kazakistan'da uydu televizyon yayıncılığında yayın yapmaya başlamıştır. Kazakistan halkının %80'inden fazlası çeşitli televizyon programlarını seyredebilmiştir.

Cumhurbaşkanı N. Nazarbayev'in basın temsilcileri ile her yıl buluşması geleneksel toplantı haline dönüşmüştür. Devlet Başkanı ve kitle iletişim araçlarının temsilcileri toplantılarda, ülkenin daha da gelişmesinin en güncel konularını tartışmaktadırlar. Nazarbayev, 1994 yılında yaz aylarında düzenlenen böyle bir toplantıda basına, yeni dönemde medyanın işleyişindeki en önemli sorunlar: ülkenin bütünlüğü, halkın birliği ve etnik gruplar arası iletişime daha dikkatli bir yaklaşım çağrısında bulundu.

Cumhurbaşkanı Narbayev gazetecileri ve medyanın gelişimini desteklemek için, ülkenin popüler gazetecilerine verilen cumhurbaşkanlığı ödül ve hibe sistemini kurdu. Böylece Kazakistan'da bağımsız bir basın oluşturulmasına katkıda bulundu. Farklı zamanlarda, Kazakistan'ın ünlü gazetecileri, örneğin E. Kydyr, N. Drozd, G. Benditsky, M. Sadyk ve daha birçok gazeteciler gazetecilik alanında ödül ve hibeler kazanmıştır.

1994'te Kazakistan'da televizyon ve radyo yayıncılığı konusunda bir dizi reform yapıldı. Devlet yayın kuruluşu "Kazakistan" yerine, cumhuriyetçi bir "Kazakistan'ın Televizyonu ve Radyosu" kuruldu. Bu karar, ülkenin elektronik medyasının dünya bilgi süreçlerine girmesini hızlandırdı ve yatırımları için en uygun koşullar yaratıldı. Yukarıda da belirttiğimiz gibi televizyon ve radyo alanındaki rekabet, Kazakistan'ın uluslararası pazara girme sürecinde özel televizyon kanalları sayısının artmasıyla ortaya çıkmıştır. Öte yandan tüm dünyada da yaşanan enformasyon süreci; demokratik, sivil toplum yapısını da etkileyerek yayıncılıkta da köklü değişikliklere sebep olmuştur. Böylece güncel haberler yayınlanmaya başlanmıştır.

İletişim araçları, zamanla propaganda tarzından liberal tarza dönüşmüştür. Televizyonculuğun ilkeleri ve yayınları ülkelerin kendi politikalarına göre oluşturulmuştur. 1990'lı yıllara ait yayıncılığın yeni eğilimleri olarak gazetecileri uzmanlaştırma, insan odaklı programlar ve programlardaki bilgileri kişileştirme, programları ticarileştirme gibi değişimler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu eğilimlerin hepsi Kazakistan'ın sosyo-ekonomik, kültürel yaşamının tekrar yapılandırılması ile bağlantılıdır.

1995 yılında "Radyo ve Televizyon Haber Yayıncılığının Ulusal Uydu Sistemi" Kazakistan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu'nun kararnamesi ile "Katelko" anonim şirketi kuruldu. Kazakistan'daki medya sektörünün gelişiminin ikinci aşaması ise 1996'dan 1999'a kadar olan zaman aralığını kapsamaktadır. Bu dönemde medyanın büyümesinde ve

gelişmesinde büyük bir aşama kaydedildi: devletin, bilgi alanındaki koşulsuz tekeli kaldırılarak devlete ait medyanın toplam payı azaldı ve özel medyanın hızla gelişmesi sağlandı. Bu durum yani televizyon kanallarının özelleştirilmesine, anonim şirketlerin oluşumuna neden olmuştur. Uzmanlar bu aşamayı Kazakistan medyasının "altın çağı" olarak adlandırdı. Böylece, ülke halkının bilgileri bağımsız edinmesine önayak olan yeni kitle iletişim kuruluşları, yeni program hazırlama stüdyoları ve gazeteci kadroları yeniden eğiterek uzmanlaştırılan merkezler kuruldu.

Kazakistan'da, iletişim araçlarında devrim niteliğinde değişimler yaşanmış ve yeni aşamalar kat edilerek, Kazakistan'da ilk olarak canlı yayınlara geçilmiştir.

Eylül 1997'de, Kazakistan Devlet Bilgi Ajansı (KazTAG) Cumhurbaşkanlığı kararı ile kaldırıldı ve cumhuriyetçi devlet kuruluşu "Kazakistan Haber Ajansı" (KIA) kuruldu.

Böylece, Kazakistan'ın bilgi ve iletişim alanında ilk medya kuruluşları kurulmaya başladı.

Üçüncü aşama ise 1999 yılında başladı ve 2002'e kadar sürdü.

Özel medyanın gelişmesi için önemli bir adım, 2001 yılında ilgili mevzuatta yapılan değişikliklerin onaylanmasıydı. Aynı zamanda, Kazakistan televizyonculuğundaki yabancı televizyon programları aşamalı olarak sınırlandırıldı. Bu değişikliğin amacı, yerli televizyonu korumaktır.

İstatistik bilgilere göre, 1990 yılında Kazakistan'da 2 devlet TV kanalı, 4 radyo kanalı ve aşağı yukarı dört yüz gazete ve dergi yayınlarını yapmıştı. Bu rakamın, görsel-işitsel alanında 2000'li yılların başında yükseldiği görülmektedir. 2000'li yılların başında ülkede 125 radyo-televizyon kuruluşu, 1047 gazete, 400 dergi ve 14 haber ajansı çalışmalarını yürütmüştür. Bununla birlikte, bu dönemde Kazakistan Haber Ajansı (KIA) yeni teknolojiler ile çalışmaya ve uydu yayıncılığı gelişmeye başlamıştır. Ülkede uydu yayıncılığının gelişmesine "Baikonur" uzay limanı katkıda bulunmuştur. Uzay iletişimi, televizyon ve radyo iletişimi alanında özel bir şirket "Zharyk" (Işık) uydu sistemi ile Kazakistan'ın tüm bölgelerine, hatta uzaktan yayıncılık aracılığıyla Rusya, Özbekistan, Çin, Moğolistan bölgelerine de televizyon yayınları yapılabilir. Bunun dışında Avustralya kaynaklı medya şirketi ile birlikte ülkenin tüm bölgelerine özel radyo ve televizyonları yayın istasyonları kuruldu ve yayınlara başladı. Kazakistan'ın bilişim teknolojisi alanındaki devrim, küresel haberleşme araçlarının iletişimde kullanılmasını ve geliştirilmesi sağlanmıştır. Kazakistan'da kablolu yayın, uydu yayını hızlı bir şekilde gelişmektedir. İnternet ve multi-medya alanında da hızla gelişmeler yaşanmaktadır.

2002 yılından itibaren “Kazakistan Telekomünikasyon” A.Ş. “Katelko Plyus” markasıyla “Digicipher II” yayın standardında 60 ücretli televizyon kanalı yayına başladı. KatelkoPlyus’un önemli amaçlarından biri, yabancı operatörlerin Kazakistan abonelerinin yerel uydu televizyon yayıncılığına bağlamak idi. 2010 yılı aralık ayından itibaren “Katelko Plyus” televizyon yayıncılığı uydu şebekesi DVB S2, Mpeg 4 yeni sisteme geçmiştir. Ticari marka ismini de Katelko Plyus’tan “OTAU TV” olarak değiştirerek ülkedeki yayın kalitesinin artmasını sağlamıştır. Böylelikle televizyon kanallarının sayısı 60’tan 105’e çıkarmıştır.

Günümüzde izleyiciye SD kalitede olan 84 televizyon kanalı, 9 radyo kanalı ve 3 HD-kanal sunulmaktadır. OTAU TV ülke medyasına katkı olarak 37 yerel radyo-televizyon kanalından oluşan ücretsiz yayın yapmaktadır. Bu pakette 7 devlet televizyon kanalı, 2 devlet radyosu, 14 eyalet televizyon kanalı, 11 özel televizyon kanalı ve 3 radyo bulunmaktadır. Ayrıca ücretli olarak 50’den fazla farklı konuları içeren ve reytingi yüksek yabancı televizyon kanalı sunulmaktadır. Özellikle bu OTAU TV köylere ve uzak yerlerde oturanlar için çok avantajlı olduğunun bir göstergesi de abonelerin % 57’sinin köylüler olmasıdır (Galiaskarova, 2011: 12-14). OTAU TV, Kazakistan Cumhuriyeti Hükümeti’nin 29 Eylül 2010 tarihli 983 numaralı kararnamesinde belirtilen 2010 – 2014 yılları arasında Kazakistan Cumhuriyeti’nde bilgi ve telekomünikasyon teknolojilerini geliştirmenin devlet programında belirtildiği gibi, bilgi toplumunu oluşturma görevlerini gerçekleştirme çerçevesinde yapılmaktadır. Halkın bilgi eşitsizliğini ortadan kaldırmak için OTAU TV ücretsiz paketine giren radyo televizyon kanallarının yayın masraflarını karşılamayı devlet üstlendi.2011 yılında ‘Kazradyo ve Televizyon’ A.Ş. ve ‘Kazakistan Telekomünikasyon’ A.Ş. birleşmesi ile bu alanda önemli bir gelişme sağlanmıştır. Dolayısıyla ‘Kazradyo ve Televizyon’ şu an devlet lisansı (№ AMK 000008) esasında hizmetleri fiilen sunan uydu televizyonculuğun Kazakistan’daki tek operatörüdür. KazRadyo ve Televizyonun üç bin çalışanı, Astana, Almatı şehirlerinde ve ayrıca tüm eyalet merkezlerinde şubeleri bulunmaktadır. Şirketlerin birleşmesi, teknik kadro ve mali kaynaklarının birleşmesi, Kazakistan Cumhuriyeti’nde karasal ve uydu gibi sayısal radyo-televizyon yayıncılığın gelişmesini sağladı (Galiaskarova, 2011: 13).

Kazakistan enformasyon politikasında ulusal çıkarlarının önceliği benimsenmektedir. Görsel-işitsel medyanın coğrafi ve siyasi sınırları bulunmaktadır. Bu kural küresel özellik taşımaktadır. Devlet bu süreci aşağıdaki şekilde yönetmiştir:

Milli ve enternasyonal görsel-işitsel yayıncılığının işbirliği ve derecesinin tayin edilmesi.2002 yılında ülkede Kitle İletişim Araçları Yasası’ndaki yapılan reformlar

Kazakistan televizyon yayıncılığındaki yabancı haber şirketlerin yayınlarını %50 düşürmüştü ve 2003 yılında yabancı yayın %20 kadar düşürüldü.

XXI. yüzyılın başlarından itibaren devletin yayıncılık yöntemini tayin eden çalışmalar yapıldı. Sonrasında, ulusal yeni medya kuruluşları, yeni haber ajansları ve yeni ulusal televizyon programları yapılmaya başladı.

Coğrafi sınırlar ağ bilişimi teknolojileri ve küreselleşme sürecinin etkisi ile ortadan kalkmaktadır. Fakat ülke içi ağ altyapısı diğer ülkelerin haberleşme sistemi ile etkileşiminden ortaya çıkan bazı teknik zorlukları ortaya çıkarmıştı. Bu tür problemler, yayıncılık alanında yeni yasaların oluşmasına neden oldu. Böylece, 1996 yılında “Telif hakkı ve Bitişik haklar” yasası, 1999 yılında “Kitle İletişim Araçları Yasası”, “Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Ulusal Uydu Sistemi”, “Ağ Yasası” ve 2012 yılında “Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Hakkında Yasası” kabul edilmiştir.

Enformasyon sürecinin küreselleşmesi ekonomi, bilim, eğitim, kültür alanlarında gelişimi etkinleştirmekte ve yerel kitle iletişim araçlarına ilgiyi artırmaktadır. Bu nedenle, Kazakistan Hükümeti ülkede yayın yapması zorunlu olan televizyon ve radyo kanallarının listesini onayladı. Buna ilişkin kararnameyi eski Başbakan Serik Ahmetov 28 Aralık 2012’de imzaladı ve bu kararname 09 Ocak 2013 tarihinde tüm kitle iletişim araçlarında halka açıklandı. Dönemin televizyon kanalları şunlardır: ‘Қазақстан’ (Kazakhstan), ‘Мәдениет’ (Madeniyet), ‘Балапан’ (Balapan), ‘Хабар’ (Khabar), ‘Еларна’ (El Arna), ‘Kazakh TV’, ‘Білім’ (Bilim), ‘24 KZ’, ‘Астана’ (Astana), ‘КТК’, ‘НТК’ (NTK), ‘7 арна’ (7 Arna), ‘31 арна’ (31 Arna), ‘СТВ’ (STV).

Son dönemde Kazakistan televizyon yayıncılığında büyük değişiklikler görülmektedir. Yerel televizyon programlarının yayın ağı ve formatları değişmiştir. Kanallarda yeni televizyon programları sunulmaktadır. Kazakistan televizyon kanalları zaman içerisinde reyting yarışını başlatmışlardır. Düşük reyting alan programlar yayından kaldırılmaktadır. Onların yerine kendi izleyicilerini bulan yeni televizyon projeleri yapılarak yayına sunulmaktadır. Yeni talk-showlar, diziler ve öğretim amaçlı programlar gösterilmeye başlanmıştır. 2011 yılında belli bir konuya yönelik yeni televizyon kanalları açıldı: ‘Balapan’ (çocukların televizyon kanalı), ‘Madeniyet’ (kültüre yönelik televizyon kanalı), ‘Bilim’ (eğitim alanına yönelik televizyon kanalı), ‘Habar-24’ (24 saat haberleri sunan televizyon kanalı), ‘Asıl Arna’ (dini televizyon kanal) ve ‘Klassik’ radyosu gibi. Ayrıca 1 Temmuz 2013 tarihinde “KAZsport” yeni spor televizyon kanalı açılmıştır. Seyircilere televizyon kanallarını kendi sitelerinde online izleme imkanı sunulmuştur. Devlet televizyon

kanallarının sunucuları ve yöneticileri kendi bloglarını açarak, izleyicilerin doğrudan iletişime geçmesini sağlamıştır (Meyramkızı, 2011: 6-7).

Bugünün Kazakistan’ında Orta Asya’nın en gelişmiş televizyonculuk sektörüne sahip olduğunu görüyoruz. Ülke nüfusu zamanının çoğunu internet başında geçirmelerine rağmen televizyona olan bağımlılıklarından da vazgeçememektedir. Televizyon Kazakistan halkının en önemli haber kaynağı olmanın yanı sıra, eğlencesi ve kültürel aktivitelerindendir. Aşağıdaki grafikte görüldüğü üzere, Kazakistan halkının tüketici analizini medya tercihlerini her yıl incelemesini yapan TNS Central Asia araştırma şirketi uzmanlarının yaptığı araştırmalar göre, Kazakistan halkı 2016 yılında günlük kültürel faaliyet süresinin 213 dakikasını televizyona ayırdıklarını tespit etmiştir. Ayrıca, araştırma sonucuna göre insanların gazete ve dergiler okuma olasılığının düşük olduğunu gözlemlenmiştir.

2.1.3.Kazakistan’da Sayısal Yayıncılığa Geçiş

Günümüzün elektronik alanında yaşanan hızlı gelişmeler ve analog sistemin sınırlılıkları, sayısal sistemlere geçiş yapmaya zorlamıştır. Yaşadığımız çağın gerekleri artık bilgiyi olabildiğince hızlı işlemek ve bilgiye olabildiğince hızlı ulaşmak üzerine yoğunlaşmıştır. TV yayıncılarının hem daha geniş kitlelere yayılmak istediği hem de bunu yaparken olabildiğince az maliyetle karşılaşma istekleri sayısal teknolojinin getirdikleriyle birebir örtüşmekte ve teknoloji geliştiricilerini de bu yönde çalışmaya zorlamaktadır. Bu gerekçe ile 2006 yılında Cenevre’de sayısal yayıncılığa geçişe ilgili Bölgesel Telekomünikasyon Konferansı yapıldı. Televizyon yayıncılığında yeni bir boyut kazandıran toplantıya Kazakistan dâhil olmak üzere 104 ülke ‘Cenevre – 2006’ diplomatik notasına imzalarını attı. Uluslararası alanda önem taşıyan bu sözleşme analog yayınlara tamamen son vererek yeni dönem - sayısal karasal yayıncılığının başlatılmasına neden oldu. ‘Cenevre –

2006’ uluslararası sözleşmesine göre 2015 yılında Kazakistan’ın karasal yayıncılıktan sayısal yayıncılığa geçmesi gerekmektedir. Bu program çerçevesinde Kazakistan’da sayısal televizyonculuğa geçiş 2011 yılında başlatıldı. 2011-2015 yılları arasında sayısal televizyon yayıncılığına geçiş projesi kapsamında sayısal yayıncılığı aşamalı olarak planlanmıştır. Sayısal yayıncılığa geçişe ilgili yapılması gereken kurallar 2012 yılında kabul edilen “Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Hakkında” Kazakistan Cumhuriyeti’nin yasasında belirtilmiştir.

Kazakistan Cumhuriyeti’nin 2015 yılında sayısal karasal radyo ve televizyon yayınına tamamen geçişine kadar analog yayınına da devam edileceği kararlaştırılmıştır. Bu geçişten önce verilen televizyon kanalları için radyo frekansları kullanma izinleri ve televizyon yayınının düzenlemesiyle ilgili faaliyetini sürdürme lisansları yine geçerli olacaktır. Bununla

birlikte radyo ve televizyon şirketleri, sayısal karasal radyo ve televizyon yayınına tam olarak geçmelerinden sonraki bir sene içinde yasal koşullarına uygun olarak televizyon kanalları tescil etmek zorundadır.

Sayısal karasal radyo ve televizyon yayınlarına geçildiğinde radyo frekansları ve onların aracılığıyla idari-bölgesel birimler alanında yayın yapan televizyon kanalları, daha önce verilmiş radyo frekansları kullanılmaya devam edecektir. Sayısal karasal radyo ve televizyon yayın paketine, hükümetin onayladığı televizyon kanalları milli operatörler tarafından zorunlu olarak ücretsiz yayın yapacaktır. Bu radyo ve televizyon kanallarının yayılması, imzalanan anlaşmalar gereğince belirlenmiş, tarifelere göre yayınlanmaktadır.

Bununla birlikte sayısal karasal radyo ve televizyon yayınına tamamen geçildikten sonra tele kanallara benzer radyo ve televizyon yayınları yanında verilmiş olan radyo frekansları ruhsatını kullanma hakkını ve televizyon yayınlarını düzenleme üzerindeki faaliyetini sürdürme lisansları geçerliliğini yitirecektir. Sayısal karasal radyo ve televizyon yayını aracılığıyla Kazakistan Cumhuriyeti'nin tüm topraklarında serbest, elverişli televizyon ve radyo kanallarının yayınlanmasını sağlamak amacıyla radyo ve televizyon yayınının milli operatörü, belli bir elemenden geçirilmeden radyo frekansları ve kanalları kullanmaya izin verebilir.

Yasadan önce radyo ve televizyon yayını hizmetlerini sunmak üzere faaliyetini gerçekleştiren radyo ve televizyon yayını operatörleri, yasanın geçerli olduğu günden başlayarak bir sene içinde lisansı yeniden onaylatmak zorundadır.

42 madde 6 kısım: eyaletler, ulusal öneme sahip şehirler, başkentin yerel yürütme organları sayısal karasal radyo ve televizyon yayınına tamamen geçene kadar Kazakistan Hükümeti tarafından belirlenen şekilde sosyal korunan nüfus kitlesini ücretsiz televizyon abone setlerine ulaşmasını düzenlemektedir. “Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Hakkında” Kazakistan Cumhuriyeti'nin Yasası 18.01.2012. (https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31114820#pos=0;0, erişim tarihi: 10.01.2018)

Sayısal yayıncılığa geçiş görevi Kazakistan Cumhuriyeti'nin Komünikasyon ve Enformasyon Bakanlığı'na ve 'KazRadyo ve Televizyon'una düşmektedir. Bu sebeple DVB T2 modern standardı olan sayısal yayın şebekesi inşa edildi. 2011 yılında projenin teknik-ekonomik ve mali-ekonomik gerekçeleri devlet organları düzeyinde hazırlanmış ve onaylanmıştı. 2011 yılında başlatılan bu proje 2015 yılına kadar sürmesi gerekirdi. Ancak, Kazakistan Cumhuriyeti Komünikasyon ve Enformasyon Bakanı Dauren Abayev sayısal yayıncılığa geçiş sürecinin 2019 yılına ertelendiğini açıkladı. Projeyi erteleme nedeni ise Kazakistan'da sayısal yayıncılığı geçilebilmesi için, 827 istasyon inşa edilmesi gerekiyor.

Ancak bugüne kadar Kazakistan'da 700'den fazla radyo ve televizyon istasyonu inşa edilebilmiştir. (<https://informburo.kz/novosti/na-cifrovoe-efirnoe-televidenie-kazahstan-polnostyu pereydyot-v-2019-godu.html>, erişim tarihi: 20.01.2018).

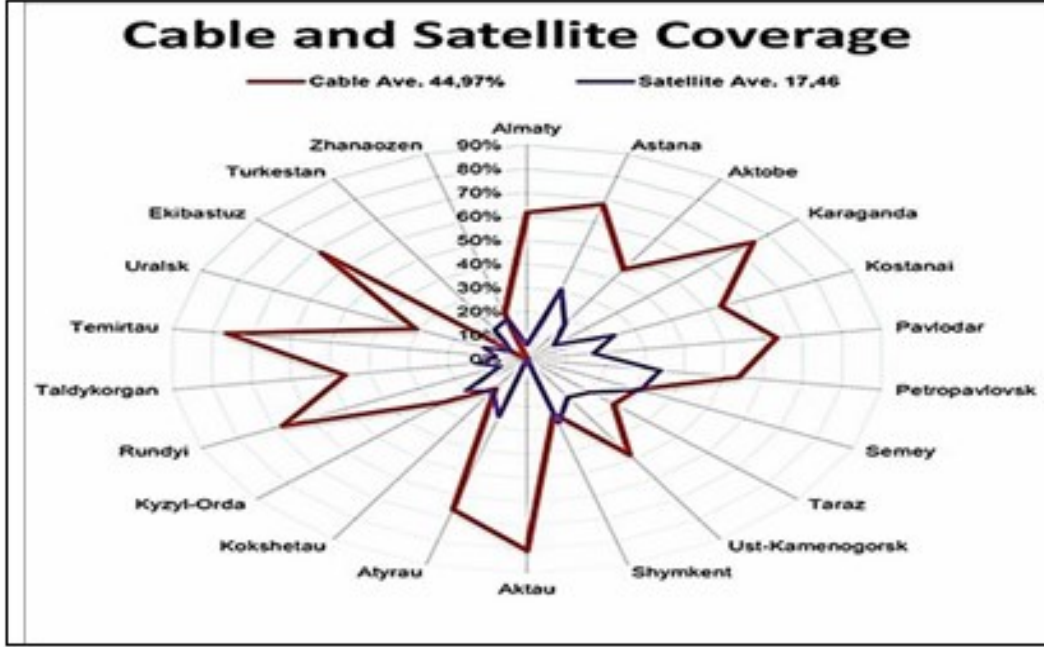
İlk olarak Janaözen şehrinde sayısal televizyonculuğun yayını başlatıldı(birinci aşama). 2012 yılında KazRadyo ve televizyon Sayısal Yayıncılığa Geçişi ilgili Devlet Programı'nın birinci döneminin sonlandırıldığını halka açıkladı. (https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/janaozen-stanet-odnim-pervyih-gorodovkazahstane-tsifrovyim-214854/ erişim tarihi: 20.01.2018).

Televizyon yayıncılığının büyük operatörü "KazRadyo ve televizyon" A.Ş. Kazakistan'da sayısal televizyonculuğun uygulanmasının ikinci dönemini 2013'te uygulamaya başladı. Böylece 2013 yılında tüm bölgesel merkezlerde ikinci dönem program kapsamında sayısal yayına başlandı. 2014 yılında başlatılan üçüncü dönem sürecine, Almatı, Zhambyl, Güney Kazakistan ve Doğu Kazakistan sınır bölgelerinde sayısal yayına geçiş yapıldı. Çünkü ülkenin sınıra yakın bölgelerinde yaşayanlar yerel televizyon kanallarını izleme imkânı bulamıyor, ülkedeki olaylardan habersiz kalıyor ve Çin, Özbekistan ve Kırgızistan gibi komşu ülkelerinin haberlerini izliyorlardı. Üçüncü dönem çalışmalarının sonucunda, Kazakistan nüfusunun % 72'si sayısal televizyonculuğa geçiş yapabildi. *İnformasyonnyi Kazakistan – 2020*. (<http://mic.gov.kz/ru/pages/informacionnyy-kazahstan-2020>, erişim tarihi: 14.01.2018).

Kazakistan izleyicilerine üç çeşit sayısal yayın seçme hakkı sunulmaktadır: Bunlar karasal sayısal, uydulu sayısal ve kablolu sayısal yayınlardır. Sayısal yayın 30'a yakın yerel televizyon kanalını kapsamakta iken, eyaletlerde ücretsiz 15 kanal izlenebilmektedir. Uydu televizyonculuğu aboneleri için, içinde 53 yerel kanal bulunan ücretsiz bir paket mevcuttur. Onunla birlikte izleyiciler abonelik ücreti aylık 2000 tenge (Kazakistan para birimi) olan yerel kanallarla birlikte yabancı kanalları içeren (öğreneğin Discovery) 113 televizyon kanalını izleyebilmektedirler. Uydu televizyonculuğu, karasal yayıncılığa ulaşamayan köyler için çok büyük bir avantaj olmaktadır. Kablolu sayısal yayıncılığında ise izleyiciler ücretli üç kanal paketinden sadece bir tanesini seçebiliyorlar. Paket "TV70 +" da dâhil olmak üzere 70 kanal, bir ay boyunca aboneler 1800 tenge¹⁰ ödemek zorundalar. Pakette "TV100 +" 100 kanal mevcuttur, aylık abone fiyatı 2600 tenge'dir ve izleyiciler aylık ücreti 3500 tenge olan 120 kanalı yayınlayan "TV-MAX" paketini satın alabilmektedirler. TNS Central Asia araştırma şirketinin 2013 yılında yaptığı araştırma sonuçlarına göre Kazakistan'da kablolu yayıncılık

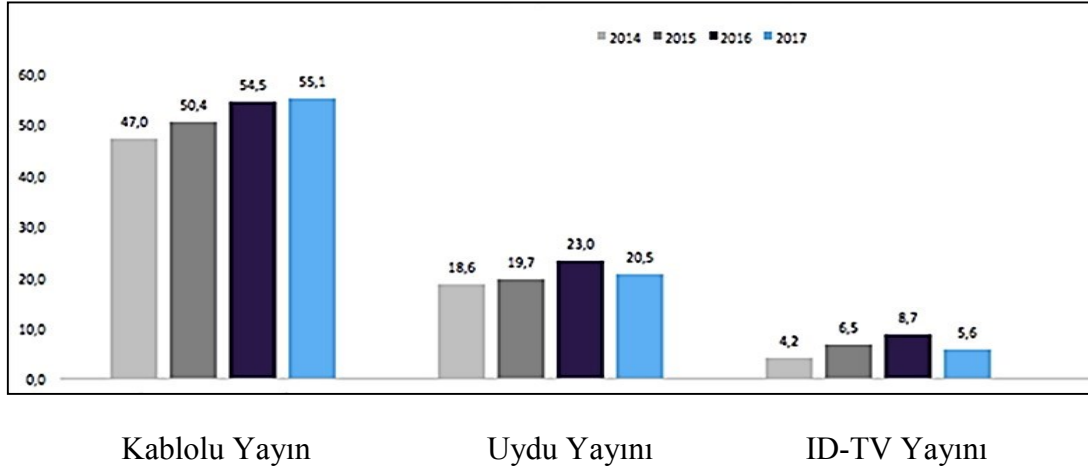
¹⁰ Kazakistan'ın ulusal para birimidir. 15 Kasım 1993 tarihinde Kazakistan'ın para birimi olarak kabul edildi.

ilk sırada yer almaktadır. Aşağıdaki grafikte Kazakistan'ın yirmi iki bölge merkezlerindeki halkın kablolu televizyon yayıncılığından faydalandıkları görülmektedir. (http://www.inform.kz/ru/cifrovoe-televidenie-v-kazahstane-uzhe-est-mik-rk_a3072435, erişim tarihi: 20.01.2018).



Şekil 2.1 Kazakistan'daki 22 Bölge Merkezindeki Nüfusun Kablolu ve Uydu Sayısal Yayıncılığının Kullanma Oranı (%)

Kazakistan halkının tüketici analizini ve medya tercihlerini her yıl incelemesini yapan TNS Central Asia araştırma şirketinin 2017 yılındaki verilerine göre İnternet temelli televizyon yayıncılığını ve kablolu televizyon yayıncılığını tercih edenlerin sayısının yeterince yüksek olduğu aşağıdaki grafikte belirtilmiştir. Bunlarla kıyaslandığında uydu yayıncılığında düşüş yaşanmıştır.



Şekil 2.2 Kazakistan Nüfusunun Kablolu ve Uydu Televizyon Yayıncılığını Kullanma Oranı (%)

Sayısal teknolojilerin televizyon yayıncılığında uygulanması yerel televizyon kanallarının ve onların içeriğinin gelişmesine yeni imkânlar sağlamaktadır. HD kalitesinde yayın yapılacağı için ses ve görüntü kalitesi artacak, izleyici oranında yükselecektir.

Astana’da 75 500 metre² alanı kapsayan “Kazmedia Merkezi” radyo-televizyon kompleksi Kazakistan’ın Bağımsızlığının 20. yıl dönümünde, yani 16 Aralık 2011 tarihinde Kazakistan Cumhuriyeti’nin Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev tarafından açılmıştır. “Kazamedia Merkezi”, tüm Bağımsız Devletler Topluluğu alanındaki ve Orta Asya ülkeleri arasındaki en modern televizyon ve radyo kompleksidir. Merkez sayısal medya teknolojileri ile donatılmıştır. Kazmedia sinema ve konser salonu, ses kaydetme stüdyosu, televizyon programları ve haberleri hazırlama kompleksi ve dizi için önceden tasarlanmış uygun cihazların bulunduğu stüdyo kompleksi bulunmaktadır. “Kazmedia Merkezi”, radyo-televizyon kanallarına bilgi alanında kaliteli ve rekabete dayalı programlar hazırlamadaki tüm talepleri karşılamaya imkân vermektedir. Yeni merkezde “Қазақстан” (Qazaqistan), “Мәдениет” (Madeniyet), “Балапан” (Balapan), “Хабар” (Khabar), “Білім” (Bilim), “24 KZ”, “Caspionet”, “Perviy Kanal Evraziya” televizyon kanalları, “Mir” devletlerarası radyo-televizyon şirketi, “Kazak Radyosu”, “Şalkar” radyosu gibi şirketler çalışmalarını sürdürmektedir. Bu kanallardan “Balapan” çocuklar için, “Asıl Arna” dine yönelik, “24 KZ” haber ağırlıklı olarak yayın yapmaktadır. Bunla birlikte merkezde yapım ve organizasyon şirketleri de çalışmaktadır. (<http://weproject.kz/articles/detail/o-tom-chto-est-v-kazmedia-tsentre-i-kak-popast-na-odnu-iz-lyubimih-peredach/>, erişim tarihi: 20.01.2018)



Fotoğraf 2.1 “Kazmedia Merkezi”



Fotoğraf 2.2 Haber Ses Kaydetme Stüdyosu



Fotoğraf 2.3 Program Ses Kaydetme Stüdyosu



Fotoğraf 2.4 Sinema Salonu



Fotoğraf 2.5 Konser Salonu

2.2.Kazakistan’da Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Kanun ile Düzenlenmesi

Bütün kitle iletişim araçlarını kapsayan kanun düzenleme çalışmaları olan Kitle İletişim Araçları Hakkında Kanunu 23 Temmuz 1999 tarihinde 451-I sayılı Kanun ile yürürlüğe girmiştir. Bu kanun Kazakistan’ın bağımsızlığından sonra ülkenin telekomünikasyon sektöründe yapılan en önemli yasadır.

451-I sayılı Kitle İletişim Araçları Hakkında Kanun basın, radyo ve televizyon, sinema ve internet alanında yapılan tek hukukî düzenlemedir. Söz konusu Kanun’un genel gerekçesinde “Bu Kanun kitle iletişim alanındaki toplumsal ilişkileri düzenler. Kazakistan Cumhuriyeti Anayasası’na uygun olarak kitle iletişim araçlarının hürriyetini Devlet garanti eder” şeklinde belirtilmiştir. 451-I sayılı Kitle İletişim Araçları Hakkında Kanun, 23.07.1999. (https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1013966, erişim tarihi:24.01.2018).

Basını, radyoyu, televizyonu, sinema filmlerini ve internet yayıncılığını düzenleyen bu Kanun bugüne kadar birçok değişikliğe uğramıştır. 03.05.2001. tarihinde 181-II sayılı Kanun ile ilk düzeltmeye uğrayan Kanun, 19.12.03 yılında 509-II sayılı kanun ile 08.07.05 tarihinde 67-III sayılı Kanun ile 07.05.2006 tarihinde 156-III sayılı Kanun ile 01.10.2006 tarihinde 116-III sayılı Kanun ile, 19.06.07 tarihinde 264-III sayılı Kanun ile, 02.06.2009 tarihinde 123-IV sayılı Kanun ile 07.10.2009 178-IV sayılı Kanun ile 19.03.2010 tarihinde 258-IV sayılı Kanun ile, 05.07.2011 tarihinde 452-I sayılı kanun ile ve son olarak 05.05.2017 tarihinde 60VI sayılı Kanun ile son şekline kavuşmuştur. Böylece Kanun’un bazı maddelerine eklemeler ile çıkartmalar yapılarak 78 kere değişikliğe uğramıştır.

2.2.1. Televizyon Yayıncılığını Düzenleme Kurulu: “Qazakistan Cumhuriyet Radyo-Televizyon Kurumu”

“Qazaqıstan” milli televizyon kanalı, “Qazsport” ve “Balapan”, Qazak radyosu, “Şalqar”, “Astana”, “Klasik” radyoları ve bölgesel televizyon radyo şirketlerini içeren, 14 eyalette şubeleri olan “Qazakistan Cumhuriyet Radyo-Televizyon Kuruluşu”, devletin bilgi sisteminde ve en etkili kurumlardan biridir ve ülkenin görsel-işitsel medyasında önemli yer tutmaktadır. Qazakistan Radyo ve Televizyon Kuruluşu hükümetin yayıncılık siyasetini sürdüren resmi yayın kuruluşudur. Kuruluş yayınlarının ulaşılabilirliği yönünden Kazakistan’da ilk sıradadır. Qazakistan ulusal kanalı günde 21 saat yayın yapmaktadır, halkın %98’i, kanalın programlarını izleyebilmektedir. Bununla birlikte medya kuruluşun yaptığı yayınları Rusya, Moğolistan, Çin, Kırgızistan ve Özbekistan gibi komşu ülkelerin izleyicilerine de ulaşabilmektedir. Aynı zamanda, ülkedeki köyde yaşayan insanların tarafından “Qazakistan” ulusal TV kanalının sunduğu yayınları güzel olduğunu kabul etmektedir. “Qazakistan” televizyon kanalı çok çeşitli programları içermektedir. Kanal daha çok kültürel-aydınlatıcı programları tercih etmektedir. Bu programların % 65’i “Qazakistan” televizyon kanalına aittir. 1 Eylül 2011 tarihinde “Qazakistan” kanalı % 100 kazak dilinde yayını apmaya başlamıştır. (<http://mic.gov.kz/ru/pages/ao-respublikanskaya-teleradiokorporaciya-kazakistan>, erişim tarihi 20.01.2018).

Medya kuruluşu halkı bilgilendirmek, eğitmek, eğlendirmek ve uluslararası dostluğu geliştirmek gibi hedefleri yayıncılık politikasının ana unsuru haline getirmiştir. Bununla birlikte, kanalın yayıncılık politikası ülkede yaşayan 132’den fazla milletin arasındaki kardeşlik ve insancılık düşüncesini de içermektedir. Kuruluşun diğer amacı ise, ülke halkının yurt içindeki siyasi-toplumsal sürecin gelişmesine katılma duygusunu, yurt sevgisini artırmaya yardım etmektir. Görevi ise çok taraflı ve hızlı bilgi akışında ülke halkına doğruları göstermek, onların yarına güvenle, iyimserlikle bakmalarını sağlamak ve kendi hür iradelerince istedikleri kanalı izlemelerine fırsat vermektir.

17 Haziran 2013 tarihinde, “Kazakistan Cumhuriyet Radyo-Televizyon Kurumu” Uluslararası Yayıncılar Birliği’ne üye oldu. Bu organizasyona üye olmanın nedeni ise, Kurumun uluslararası deneyime dayalı medya varlıklarının yönetimini iyileştirmek, geliştirmek, büyük uluslararası televizyon ve radyo yayıncılarıyla stratejik ortaklık anlaşmaları ve Kurumun küresel medya pazarına girişini sağlamaktır.

2.2.2.Kazakistan Televizyon Yayıncılığını Düzenleyen Kanunlar

Radyo ve televizyon yayınları hakkında yasal düzenlemenin yetersizliği yeni bir yasanın yapılmasına ihtiyaç duyuldu. Düzenli bir yasanın olmaması; radyo televizyon yayıncılığı alanını olumsuz etkilemiş ve yerel radyo-televizyon yayıncılığın gelişmesine engel olmuştur. Ayrıca izleyiciler artık yerel televizyon kanallarının yerine yabancı televizyon kanallarını izlemeyi tercih etmeye başlamıştır. “Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Hakkında” Kazakistan Cumhuriyeti’nin Yasası 18 Ocak 2012 tarihinde kabul edildi ve 2014, 29 Eylülde ekleme ve çıkarmalar yapılarak revize edildi. Yasa 6 kısım ve 43 maddeden oluşmaktadır.

Bu yasa, radyo ve televizyon yayınları ve hukuk alanlarındaki toplumsal ilişkilerini, bununla beraber radyo ve televizyon kanunlarını düzenlemektedir. Yasa, Kazakistan Cumhuriyeti’nde faaliyetini sürdüren özel ve tüzel şahıslar için geçerlidir. Yasa hükümleri bununla birlikte Kazakistan Cumhuriyeti’nin radyo ve televizyon yayını alanında faaliyetini sürdüren yabancı özel ve tüzel şahısları için de geçerli olmaktadır “Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Hakkında” Kazakistan Cumhuriyeti’nin Yasası 18.01.2012. 2 madde 1 kısım 3 paragraf. (https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31114820#pos=0;0, erişim tarihi: 10.01.2018).

Onuncu madde ikinci kısım üçüncü paragrafta çok kanallı ses iletimle yayın kullanan televizyon kanalları Kazak dilindeki temel ses iletimini kullanmak zorunda olduğu anlatılmıştır. Yasanın bu paragrafı geçerlilik tarihinden sonraki bir yıl içinde yürürlüğe girmiştir. Kazakistan’ın radyo ve televizyon kanallarının radyo ve televizyon programları birkaç dilde yayınlanmasıyla birlikte kazak dilini resmi dil olarak kullanması zorunlu hale gelmiştir.

Radyo ve televizyon yayıncılığı alanında devlet tarafından düzenlenen ilkeler:

Halkın bilgiyi serbestçe alma hakkını anayasa garanti altına almak ve yasada yasaklanmayan herhangi bir ifade özgürlüğünü yayınlatmak;

Radyo ve televizyon yayını hizmetlerini kullanırken kişilere ve topluma bilgi güvenliğini sağlamak; Özel ve tüzel kişilerin radyo ve televizyon yayıncılığı alanındaki çalışmalara katılma haklarının eşitliğini sağlamak; Radyo ve televizyon yayınları izleyicilerinin, radyo-televizyon alanında çalışan özel ve tüzel kişilerin yasal haklarını korumak;

Bağımsız bir şekilde radyo ve televizyon alanının gelişmesi için eşit imkânları sunabilecek rekabetin olmasını sağlamak;

Kazakistan Cumhuriyeti'nde devlet standartları esasında radyo-televizyon alanında güvenliğin, güvenilirliğin ve kalitenin sağlanması;

Yerli radyo-televizyon kanallarının gelişmesini, yerli radyo-televizyon programlarının yayınlanabilmesi şartlarını sağlanmak;

Radyo-televizyon alanında yeni teknolojilerin uygulanmasına yardım etmek;

Radyo-televizyon alanındaki çalışmaların açıklığı ve netliğini korumak. “Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Hakkında” Kazakistan Cumhuriyeti'nin Yasası 18.01.2012. 4 madde 2 kısım.(https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31114820#pos=0;0, erişim tarihi: 10.01.2018).

Birinci kısımda genel durumlar konusunda Kanunda kullanılan temel açıklamaları getirilmiştir. Kanunun Kazakistan Cumhuriyetinde faaliyetini gerçekleştiren tüm yabancı ve yerel, özel ve tüzel şahıslarına geçerlidir.

Yasanın asıl unsuru radyo-televizyon kuruluşları, radyo-televizyon kanalları, radyo-televizyon program yapımları ve yayıncılığıdır.

Radyo ve televizyon kanalı; yayıncılık şebekesine uygun olarak şekillendirilen radyo ve televizyon programları ve işitsel-görsel eserlerin, konu ve malzemelerin bütünü olan Kitle İletişim Araçlarıdır. Radyo ve televizyon Yayıncılığı; telekomünikasyonun teknik araçlarını kullanarak radyo ve televizyon kanallarının yayılmasıdır. Radyo ve televizyon programı; kendisine has adı ve yayın hacmi var ve radyo ve televizyon kanalının diğer kısımlarından bağımsız olarak kullanılabilir radyo ve televizyon kanalının içerikli ve tamamlanmış kısmıdır. Radyo ve televizyon şirketi; radyo ve televizyon kanalını kayıt yapma ruhsat belgesini alan ve radyo ve televizyon kanalının sahibi olan özel veya tüzel şahıstır.

Radyo ve televizyon yayıncılığı alanında düzenleme; hukuki destek, ruhsat verme, kayıt ve kontrol aracılığıyla devlet tarafından gerçekleştirilir. Radyo ve televizyon alanında devlet kontrolü; yerel icra organları tarafından “Kazakistan Cumhuriyetindeki devlet kontrolü ve gözetimi hakkında” Kazakistan Cumhuriyetinin Kanununa uygun olarak gerçekleştirilir. “Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Hakkında” Kazakistan Cumhuriyeti'nin Yasası 18.01.2012. 1 madde 1 kısım.

Kısım 2 ise, Kazakistan Cumhuriyeti Hükümetinin, yetkili makamının ve başkent, eyalet, ilçe, şehirlerin yerel temsilcileri ve icra organlarının yetkilendirilen görevlerinin betimlemesiyle devam edilmiştir. Devlet teknik servisi; radyo ve televizyon yayıncılığı alanında görevli yetkili organının kontrolüne teknik destek veren Kazakistan Hükümeti tarafından belirlenen tüzel şahıslardır. Devlet teknik servisinin kısa bir tanımlamasıyla birlikte onun gerçekleştirmekte olduğu faaliyetlerine de yer verilmiştir. Radyo elektronlu

araçlara radyo parazitlerinin kaynak yerini bulma ve onu giderme faaliyetleri gibi teknik destek çalışmaları daha ayrıntılı olarak gösterilmiştir.

Çocukların fiziksel, zihinsel, ahlaki, manevi ve ruhsal gelişimlerine zarar verebilecek televizyon programlarının yayınlanmasına 06.00 - 22.00 yerel saatler arası izin verilmez ve ayrıca Kazakistan Cumhuriyeti Kültür Kanununa göre programlarda ve filmlerde "E 18" indeksi yazılması zorunludur. Özürlü kişilerin haklarının korunmasına ilgili maddede, en az bir haber programı işaret dili tercümesi veya altyazı şeklinde çeviri ile sağlanması da zorunludur.

Reklamların televizyon ve radyo kanallarına yayınlaması Kazakistan Cumhuriyeti Reklama ilgili Kanunun gerekçesine göre uygulanır.

Kazakistan Cumhuriyeti tarafından kurulan Radyo ve Televizyon Yayıncılığını Geliştirme Konuları Üzerindeki Komite; radyo ve televizyon yayıncılığı alanında toplum çıkarların koruma, bununla birlikte halkın ihtiyaçlarını karşılama faaliyetlerini gerçekleştirir. Radyo ve Televizyon Yayıncılığını Geliştirme Konuları Üzerindeki Komitenin esas görevleri belirlenip, sorunlarını çözüme açıklık esasında çalışması gösterilmiştir. Bu Komitenin çalışma üyesi; Komite çalışmasının kurumsal-teknik desteğini gerçekleştiren yetkili organıdır. Radyo ve Televizyon Yayıncılığını Geliştirme Konuları Üzerindeki Komitenin kadrosu ve ilkeleri; yetkili organının rapor sunması ile Kazakistan Cumhuriyeti Hükümeti tarafından sonuçlandırılır. “Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Hakkında” Kazakistan Cumhuriyeti’nin Yasası 18.01.2012. 7 madde 2 kısım.(https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31114820#pos=0;0, erişim tarihi: 10.01.2018).

3. kısımda Kazakistan Cumhuriyeti’nde faaliyetini gerçekleştiren televizyon ve radyo kanallarının yayınlanmasıyla ilgili bilgiler verilmiştir. İlk defa yabancı ve ulusal radyo ve televizyon yayınlarının tescil edilmesi ve tekrar tescil edilmesi hakkında sonradan tescil için yapılacak başvuruların tescilinin reddedilmesi söz konusu olmaktadır.

Kazakistan Cumhuriyeti’nde çalışmak isteyen tüm televizyon ve radyo kanalları, mecburi olarak tescil edilecektir. Tescil ve ret gerekçeleri de bu kısımda yer verilmiştir. Tescil edilmeye alınan belgenin ikinci nüshaları ve tescil için gerekli olup alınan vergi bilgilerinin Kazakistan Cumhuriyeti’nin Vergi Kanunu’na uygun olmasına atıfta bulunmaktadır.

4. kısımda radyo ve televizyon yayının örgütlenmesine yer verilmiştir. Burada ilk önce televizyon ve radyo yayınlarının sùjeleri ele alınmıştır. Kazakistan’daki radyo-televizyon yayıncılığının sùjeleri olarak radyo ve televizyon şirketleri, radyo-televizyon yayınlarının operatörleri ve radyo ve televizyon programların üreticileri sayılır. Hepsi kısa tanımlanıp,

kendisine özgü görevleri belirlenerek sıralanmıştır. Radyo ve televizyon yayınlarının s jelerinden radyo-televizyon yayınlarının ulusal operatörü de burada i lenmi tir.

Kanun radyo-televizyon yayıncılığı sektöründeki bütün hukuk-normatif temelini oluşturur. Karasal, sayısal, kablolu, uydu, radyo-televizyon yayıncılığının diğer  e itlerindeki çalışmaların bütün standartları ve parametrelerini oluşturmaya, ayrıca murahhas organda yabancı radyo ve televizyon kanallarının tescil işlemlerini öngörmektedir.

Kanunda radyo-televizyon yayıncılığının ulusal operatörü “KazRadyo ve Televizyonun” kurulması öngörülmüştür. Operatör radyo-televizyon şirketleri ve radyo-televizyon yayınlarının operatörlerinin ulusal ağı kullanmasının eşit haklarını sağlamak amacıyla kurulmuştur.

Kanunda yerel radyo ve televizyon kanallarının lisans almasındaki uzun bürokratik işlemlerin kaldırılarak tescil almanın kolayca düzenlenmesi kabul edilmiştir.

Kanunun en önemli kısmını ise yabancı radyo-televizyon kanallarının tescil işlemleri oluşturmaktadır. Kanun çıkana kadar yabancı radyo-televizyon kanalları yerel yürütme organlarında tescil edilmi lerdi. Yeni kanuna göre yabancı radyo-televizyon kanalları murahhas organda tescil edilmektedirler. Böylece radyo-televizyon operatörleri kendi şebekesinde bu kanalları yayabilecekler. Bu alınan önlemler korsan yayıncılığı engelleyecektir. Kanunun en önemli amacı içerik ve teknik açısından kaliteli yerli yayıncılığı halka sunmaktır.

Dille ilgili kısma gelirsek, yeni kanuna göre Kazakça altıyazısı olan programlar devlet dilinde olan yayınlardan sayılmayacaktır; çünkü altıyazı dublaj ve çevri değildir. Bu kısım Kazakistan Cumhuriyeti’nin “Diller Hakkında Kanun”undan yola çıkararak kabul edilmiştir.

2.2.3.Kazakistan’da Televizyon Yayıncılığında Yayın Dili

“Kazak televizyon yayıncılığının yayın dili 1960’larda ve 1970’lerde, yayınların 30 ila 70, sonra 40 ila 60 arasındaki bir orana sahip olmuştur. Yani, Kazak dilindeki yayın %30, daha sonra %40’a yükselmiştir. 1980’lerde dil oranı 50/50 seviyesinde çıkmaya başladı ve bu durum 1990’larda devam etti” ( brayeva, 2013: 114). Bağımsızlıktan sonra Kazak dilindeki televizyon yayıncılığının sayısal oranının Rusçadan daha düşük olduğu görülmektedir.

Yayıncılık alanındaki bu durumu önlemek için medya kuruluşlarının eşit bir dil oranını sürdürmelerini zorunlu kılan mevzuat kabul edildi. Toplumda olumsuzluk yaratmadan, Qazakistan Radyo ve Televizyon Kuruluşu ilk Kazak dilinde yayıncılığın hacminin kademeli olarak arttırmaya başladı ve bugünlerde Qazakistan, sadece Kazak dilinde yayın yapan tek televizyon kurulu udur. Günümüzde Kazakistan’da radyo ve televizyon

yayıncılığında Kazak dili ile beraber birçok dilde yayın yapılmaktadır. Kazakistan'ın 11 Haziran 1997 tarihli 151-I sayılı Dil Hakkında Kanun'un "Basın ve kitle iletişim araçlarında kullanılacak dil" başlıklı 18. maddesinde matbaa baskılarında ve kitle iletişim araçlarında devlet dilinin (Kazakça) ve başka dillerin kullanılmasına imkân sağlamaktadır. 451-I sayılı Kitle İletişim Araçları Hakkında Kanunu'nda yayın dilini 3. madde düzenlenmiştir. Buna göre "Kitle iletişim araçlarında devlet dilinde ve başka dillerde de yayın yapılır. İş bu Kanun Kazakistan Cumhuriyeti'nin Diller Hakkında Kanun'una uygun olarak, kitle iletişim araçları ile haber alma ve yayım yapmak için herkes ana dilini kullanma hakkına sahiptir". Kitle iletişim araçlarının yani televizyon ve radyo programlarının kazak dilindeki süresinin diğer dillerdeki toplam yayın süresinden az olamayacağını belirtmiştir.

Devlet dilindeki televizyon ve radyo programlarının süresi her birinin yerel saat ile sıfır saatinden itibaren hesaplanarak her altı saat yayın süresince diğer dillerdeki programların toplamından az olamaz denilmektedir. Yayın dili maddesinin son fıkrasındaki değişiklik yapılmadan önce devlet dili olan Kazak dilinde yayınlanan programlar gece yarısı ya da izlenme oranının düşük olduğu saatlerde yayına konularak eşitlenmeye çalışılmaktaydı. Son fıkraya göre her altı saatlik yayın süresinin en az üç saatinin Kazak dilinde yapılması gerekmektedir.

Medya kuruluşlarının eşit bir dil oranını sürdürmelerini zorunlu kılan mevzuat kabul edilmesi Kazakistan'daki radyo ve televizyon yayıncılığında devlet dili olan Kazakçanın durumu azınlık diller durumuna düşmemesine karşı duramıyor. Radyo ve televizyon yayın dilinde Rus dilinin üstünlüğünü istatistik belgeler kanıtlamaktadır. Buna göre 10 yayın kanalının bir haftalık yayın süresindeki toplam yayın saati 1009 iken, dillere göre Kazakça 333 saat, Rusça 766 saat yayın yapılmıştır. Kanundaki boşluktan yararlanarak dillerdeki yayın saatlerini eşitlemek için Kazakça haberler ve programları gece 12 ve 1'den sonra yayınlamaya başlamışlardır. Yetkili organ denetimi yani Kültür ve Enformasyon Bakanlığı ve yerel yönetimler Dil Hakkında Kanun'un çerçevesinde programlarda kazak dilinin payını yükseltmek maksadıyla Kazakça müzik haberlerine ağırlık verilerek eşitleme yapılmaktadır.

Yayın dili konusunda hala hukuki boşluklar olup düzensizlik giderilememiştir.

2008 yılında devlet dilinde yayınlanan programlar oranını 2013 yılı ile karşılaştırdığımızda çoğaldığını görebilmekteyiz. Bunun sebebi yetkili organların denetimi arttırmaları ve halkın şikâyeti üzerine Kazak dilindeki programların çoğaltılması olarak gösterilebilir.

Radyo ve televizyonların yayın dilinin Kazak dili dışında tek dil olmasına kanun izin vermemektedir. Kazakistan'da yaşayan diasporaların (azınlık) dillerini korumaları için 2003

yılında Kazakistan Halklar Asambleyesi¹¹ kurularak ülkedeki bütün etnik milletlerden kurulan ve Kazakistan Parlamentosunda temsil etmek için kendi aralarında 9 milletvekili seçerek kitle iletişim araçları ile kendi dillerini geliştirebilmektedirler.

2.3.Türkiye Televizyon Yayıncılığının Gelişimi

Türkiye’de ilk televizyon çalışmaları, İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde Yüksek Frekans Tekniği Bilim Dalı Öğrencilerine uygulamalı eğitim vermek amacıyla başlamıştır. Teknolojik düzeydeki bu girişim ile öğrencilerin çalışmalar yapabileceği bir elektronik laboratuvar oluşturularak, ilk adımda düzenli yayına geçme düşüncesi olmadan, sadece sistemin kurulması hedeflenmiştir. “İstanbul Teknik Üniversitesi Elektrik Fakültesi Yüksek Frekans Tekniği Bilim dalı Başkanı Prof.Dr. Mustafa Santur’un 1949-1950 yıllarında başlattığı söz konusu çalışmanın yıllar sonra İstanbul Teknik Üniversitesi ile PTT’nin işbirliğiyle düzenli yapılacak yayınların başlamasına büyük rol oynayacağı görülecektir” (Yengin, 1994: 67).

“Santur, yabancı ülkelerden aygıtlar almak üzere çeşitli şirketlere ilişki kurarak bir araştırma yapmış, ilk olarak Hollanda’daki Philips Şirketi ile bir anlaşmaya varmıştır. Yaklaşık 65 bin lira değerindeki televizyon aygıtları, 1951 yılındaki bir ihale sonucu satın alınmıştır” (Rigel, 1991: 142).“Türkiye’nin bu ilk televizyon aygıtları, Şubat 1952 yılında İstanbul’a gelmiştir. Bu aygıtlar, iconoscope kamera, bir televizyonda film gösterme aygıtı ile ses ve reji için iki vericiden oluşmaktaydı. Verici gücü 100 wattı. İstanbul Teknik

Üniversitesinin Taşkıışla Bina’sında, üç küçük odada alınan ilk cihazların montajı, Prof. Dr. Mustafa santur, Doç. Dr. Adnan Adaman ve asistan Ziya Akcasu tarafından gerçekleştirilmiştir” (Rigel, 1991: 142).

İlk televizyon yayınları üniversite binasının belirli yerlerinde konan üç televizyon alıcısından izlenmiştir. İlk televizyon ise, 9 Temmuz 1952’de gerçekleşmiştir. Bu tarihten sonra İstanbul Teknik Üniversitesi Cumartesi günleri, televizyon yayınlarını sürdürmeye devam etmiştir. Yayınlar, haftanın Perşembe günlerinde 17:00-19:00 saatleri arasında filmler ve yayına ücretsiz katılan gönüllü sanatçılar ve konuşmacılarla sürdürülmüştür.

31 Ocak 1968 yılında TRT Ankara Televizyonu deneme yayınlarına başladı. Böylece Türkiye’de ilk düzenli televizyon yayını gerçekleştirildi. Bu yayın Federal Almanya’nın hediye ettiği 5 kw. lik verici ile yapıldı.

1971 yılında TRT Kurumu ile İstanbul Teknik Üniversitesi arasında İstanbul’da televizyon yayınlarını gerçekleştirmek üzere yapılacak işbirliğinin şekli bir protokolle

¹¹ Kazakistan Halk Meclisi, Kazakistan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı’nın bir danışma organıdır.

sonuçlanmıştır. Böylece İstanbul Teknik Üniversitesi'nin 1971 yılına kadar yapmış olduğu canlı-deneme yayıncılık hizmetini tamamıyla TRT'ye devredilmiştir.

İstanbul'da ilk paket yayın Pazartesi, Çarşamba ve Cuma günleri olmak üzere haftada üç gün olarak 30 Ağustos 1971 tarihinde başlatılmıştır.

Düzenli televizyon yayınları Ankara'da sürdürürken, 1971 yılının Eylül ayında İzmir'de de televizyon yayınları başlamıştır.

1971 yılından itibaren televizyon ile ilgili yatırımların ilk kez Beşinci Kalkınma Planı'nda yer alması televizyon verici istasyonları kurulması ile yayına geçileceği kabul edilmektedir. Böylece, özellikle 1972 tarihinden sonra televizyonun Türkiye'de gelişimi hızlanmış, aktif ve etkin bir kitle iletişim aracı olma durumuna gelmiştir.

1 Temmuz 1984 tarihinde Türkiye'de televizyon yayınlarının tümü renkli yayınlanmaya başlamıştır.

1-15 Eylül 1991 tarihleri arasında hafta içi bir gün Cumartesi olmak üzere haftada iki gün deneme amaçlı 24 saat süreli yayın yapacağını açıklayan TRT, Körfez savaşı sırasında 24 saat yayın yapmıştır.

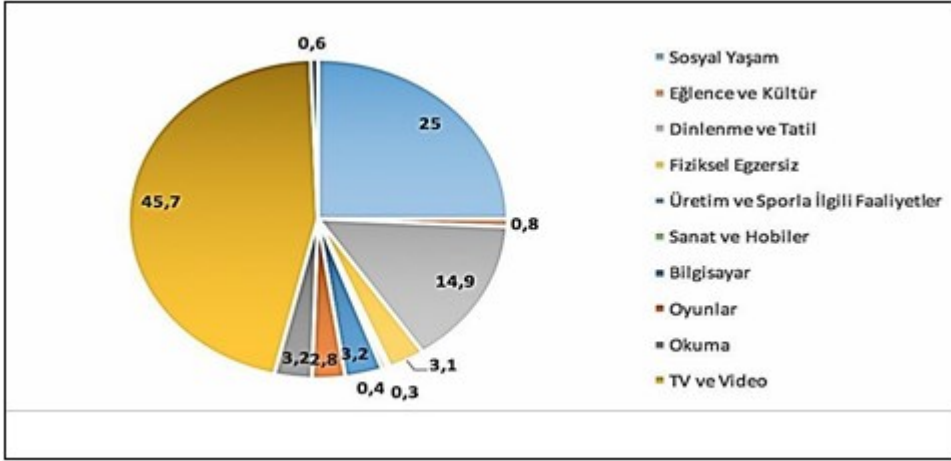
Tablo 2.1 Türkiye Televizyonculuğun Gelişimi ve Yıllara Göre Dağılımı Aşağıdaki Tabloda Gösterilmiştir

Yıllar	
1952-1953	İlk televizyon denemesi yapıldı
1964	359 Sayılı Radyo Televizyon Kurumu (TRT) yürürlüğe girdi
1968	TRT Ankara televizyonu deneme yayına başladı
1981	İlk renkli televizyon yayını (Yılbaşı Gecesi) yapıldı
1983	2954 Sayılı yeni TRT kanunu kabul edildi
1986	TRT2 yayına başladı
1988	Kablolu TV yayına başladı
1989	TRT3 ve İlk bölgesel amaçlı kanal TRT GAP yayına başladı
1990	İlk ticari (özel) kanal Magic-Box Star yayına başladı TRT4 ve TRT İnt yayına başladı
1992-1994	10 yeni ticari (genel) kanal yayına başladı
1992	AGB İlk televizyon izleyici ölçümlerine başladı
1993	Radyo ve Televizyon yayınları üzerinde kamu tekeli kaldırılan Anayasa değişikliği kabul edildi.

1994	Muğla 3984 Radyo-Televizyon Kuruluş ve Yayınları hakkında Kanun yürürlüğe girdi/ Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kuruldu
1996	İlk tematik kanalı NTV kanalı yayına başladı
1999	Dijital TV anlaşması yapıldı: Digiturk kuruldu
2009	İlk Kürtçe yayın yapan televizyon kanalı TRT 6 yayına başladı
2011	6112 Sayılı RTÜK Kanunu yürürlüğe girdi

Türkiye’de televizyon yayıncılığına ilişkin olarak üzerinde durulması gereken en önemli unsur televizyon sektörüne geç entegre olmasıdır. Buna rağmen Türk televizyonculuğu hızlı gelişme göstermiş ve izleyici kitlesini arttırarak günlük yaşantımızın en etkin faktörlerinden biri haline gelmiştir. Kazakistan’daki gibi televizyon Türkiye’de de kitlenin haber alma kaynağı, eğlence ve kültürel aktivitelerindendir. Günümüzde Türkiye televizyonculuğu hem televizyon kanal sayısı hem de yapım çeşitliği açısından en gelişmiş ülkelerden biridir. Bunun sonucu olarak yerel ve ulusal olmak üzere toplam 476 televizyon kanalının yayın yaptığını söyleyebiliriz. Bununla birlikte Türkiye’de televizyon izleme oranında oldukça yüksektir. Televizyon yayını Türkiye nüfusunun %98’ne ulaşmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) 2014-2015 Zaman Kullanımı Araştırması’na göre Türkiye’de insanlar çalışma saatleri dışındaki zamanın %45,7 gibi büyük bir kısmını televizyon izleyerek geçirmektedir. Türkiye, günde 330 dakika. Günlük televizyon izleme oranıyla dünya rekorunu elinde tutmaktadır. Böylece Türkiye dünyada en çok televizyon izleyen ülkelerin başında gelmektedir. Öte yandan Avrupa’da ortalama 3 saat, Japonya’da 265 dakika, İtalya’da 261 dakika, Rusya’da 239 dakika, Almanya’da 221 dakika ve İngiltere’de 232 dakika televizyon izleme istatistikleri göz önünde tutulursa, Türkiye’de televizyon izleme oranının yüksek olduğu bir gerçektir. Televizyonun ardından %25 ile aile içi sosyalleşme, arkadaş-akraba ziyaretleri, kutlamalar ve telefon sohbetleri gibi faaliyetlerden oluşmaktadır.

Diğer kültürel aktivitelere ise sadece %0,8 zaman harcanmaktadır. (<https://shiftdelete.net/televizyonu-en-cok-turkler-izliyor-80811> erişim tarihi: 20.01.2018).



Şekil 2.3 Türkiye Nüfusunun Kültürel Etkinliklere Ayırdıkları Zaman Oranları (%)

2.3.1. Türkiye’de Özel Televizyon Yayıncılığı Öncesi Dönem

“1980’li yıllara gelindiği zaman, iletişim olanaklarının artmasını sağlayan teknolojik yenilikler, yeni pazarların ortaya çıkmasına ve gelişme göstermesinin önünü açmıştır.

Devletler, bu yeniliklerin getirdiği yeni hizmet alanlarının finansmanını sağlayabilmek amacıyla mevcut geleneksel devletçi girişimlerin yanında bir denge kurabilmek için, özel sektörün de devreye girmesine yardım ederek, özel teşebbüsün de bu alanda aktif olmasına zemin hazırlamıştır”(akt. Öztek, 2007: 55). Önemli değişim ve dönüşümlerin yaşandığı bu dönemde, tüm dünyada yaşananlara paralel olarak bilhassa radyo ve televizyon yayıncılığıyla ilgili alanda Türkiye’de de yeni bir sistem kurulmasıyla ilgili adımlar atılmıştır. 1980 yılında yaşanan 12 Eylül İhtilali’nden sonra gerçekleştirilen seçimleri kazanarak hükümet kuran Turgut Özal liderliğindeki Anavatan Partisi, Pazar ekonomisini esasa alan ve özelleştirmeyi teşvik eden Neo-liberal bir politika takip etmiştir. Toplumsal bir değişimi büyük ölçüde gerçekleştiren Turgut Özal, Türk ekonomisini dünya piyasalarına açmak suretiyle sosyal ve ekonomik hayatta bir değişim yapmayı hedeflemiştir. Cumhurbaşkanı Özal döneminde Türkiye’deki telekomünikasyon ağlarının teknolojik olarak geri kalmışlığı ortadan kaldırıldı, telekomünikasyon yayıncılık kalitesi arttı ve yaygınlık gösterdi (Özgen, 2012: 427). Turgut Özal, Cumhurbaşkanı olduktan sonra, kurmuş olduğu parti ANAP’ın liberal politik yaklaşımları ülke genelinde daha geniş bir zemine yayılarak ve daha hızlı biçimde uygulanmıştır.

Özel girişimciler iş alanlarının birçoğunda sağlanmış olan parasal ve hukuksal olanaklar günden güne artış gösterirken, çağ gereğine uygun olarak dünyadaki birçok ülkeye benzer şekilde Türkiye’de de radyo ve televizyon yayıncılığında özelleşmeye imkân sağlanması için iş dünyasının önemli aktörlerinden yoğun talepler olmuştur. O dönemde muhalefette olan partiler de çok sesliliğe imkân vereceği ve rekabet gücünde artış sağlayacağı

fıkriyle özel yayıncılığa izin verilmesinin gerekli olduğunu ileri sürmüşlerdir. Ancak, Anavatan Partisi hükümeti, (Türkiye'nin İlk Özel Televizyon ile Tanışması: Magic Box / Star 1 Kanalının Yazılı Basındaki Yansımaları Üzerine Bir İnceleme 387 İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi) özel televizyonun zeminini oluşturacak yasal düzenlemelere gitmekte beklendiğinin aksine ağır kalmıştır. Ekonomi, eğitim ve sağlık, gibi alanlarda özelleştirmeye yönelik çalışmalar kısa sürede, başarıyla hayata geçirilirken radyo ve televizyon yayıncılığı alanında devletin tekeli politikası sürdürülmüştür (Akalin, 2011: 26). Bu konuda eleştiri yapanların birçoğu, ANAP'ın (Anavatan Partisi) radyo ve televizyon yayıncılığı alanında özelleştirmenin ağırdan alınmasının temel sebebinin, medya üzerindeki egemenliğini yitirmek istememesi olduğunu ifade etmişlerdir (Çatalbaş, 2009: 364). Anavatan Partisi Hükümeti, muhalefetin baskılarına ve eleştirilerine bu sürecin liberalizmin kademeli geçiş ilkesine uygun şekilde gerçekleştirileceğini ifade ederek cevaplanmıştır. Bu arada özel sektöre ait firmaların bağımsız program üretimine geçerek veya TRT televizyonlarından kendi yayınları için bir yayın süresi kiralama yoluna giderek bu alanda belli bir tecrübe ve birikim kazanmalarının mümkün olacağını iddia etmiştir (Çatalbaş, 2009: 365). Bu öneriye uygun olarak yapılmış olan düzenlemelerden sonra bağımsız program üretimi alanında dikkate değer bir artış olmuş ve TRT televizyonlarında yayımlanması için birçok sayıda program ürettirerek bunlar yayımlanmak üzere TRT'ye satılmıştır. Ayrıca bir taraftan da TRT'nin kanal sayısının artışı sürmüştür. Özel yayıncılığa izin verilmesi istikametinde aratan taleplere olumlu yanıt ise ancak yasadışı yayın girişimlerin ardından verilebilmiştir.

2.3.2. Türkiye'de İlk Özel Televizyon Yayıncılığı

Dönemin Cumhurbaşkanı olan Turgut Özal'ın Türkiye'de izlenebilecek şekilde yurt dışından uydu aracılığı ile yayın yapılmasının bir suç teşkil etmeyeceğinin belirtmesi, Türkiye'de özel televizyon yayıncılığının başlayacağıyla ilgili ilk işaret olarak kabul edilmiştir (Yengin, 1994: 116). 1990'lı yılların başlarında Avrupa'daki bazı ülkelerde kiralanan uydu vericileri aracılığıyla Türkiye'den izlenmesi mümkün televizyon yayıncılığının başladığı görülmüştür.

Tarafsız kamu tüzel kişisi statüsü taşıyan TRT'nin yayıncılığındaki tekelinin sürdüğü bir devirde, birçok yabancı televizyon kanalının kablo TV ve çanak anten vasıtasıyla yayınlarını Türkiye'ye ulaştırır duruma gelmesi; belediyelerden bazılarının da, kendi gayretleriyle ve çanak anten aracılığıyla özellikle yabancı yayınların halka ulaşması için çalışması, TRT'nin tekelinde kırılmaya yol açmıştır (Aziz, 1999: 101-102).

Bu sürecin sonunda çeşitli kaynaklardan gelen kanallar izlenebilir hale gelmişse demesi mümkün olmuşsa devri anlatan literatürde özel televizyon yayıncılığının başlamasını sağlayan temel teşebbüsün Magic Box Incorporated Şirketi'nin kurduğu Star 1 olduğu belirtilmektedir. Devrin önemli siyasî güçlerinde önemli destek alan Star 1, “Türkiye'nin ilk özel televizyonu” sloganıyla kurularak yayın yapmaya başlamıştır. Devrin genç iş adamlarından biri olan Cem Uzan ile Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal'ın ortaklığında kurulmuş olan Star 1 televizyonu, hedef kitlesi Türkiye Cumhuriyeti yurttaşları, program ve haber kaynakları Türkiye yayın dili Türkçe olmasına rağmen merkezi yurtdışında bulunan bir yayın yapmaya başlamıştır.

Star 1 televizyonu yayın hayatına girdiği dönem olan 1990 ve 1991 yılları içinde dünyayı ve Türkiye'yi büyük ölçüde etkileyen 1991 seçimleri ile Körfez Savaşı gibi toplumsal ve siyasal olaylar, televizyonun yayınladığı program içeriğini de şekillendirmiştir. Her dönem televizyon izleyicisinin ilgisini çeken olan spor müsabakalarının yayınları, yarışma programları ve dizi filmler de televizyonun reytinginin artmasını sağlayan yayınlar olarak öne çıkmıştır. Yasadaki boşluklar değerlendirilerek kurulmuş olan Star 1 televizyonuyla ilgili gazeteciler ve politikacılar tartışmaya devam ederlerken Star 1 televizyonu, 1990'da şaşırtıcı bir açılışla yayınlarına başlamıştır.

Radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesi ve denetlenmesi ile ilgili sorumlulukları üstelenmesi için 1984'te kurulmuş olan Radyo Televizyon Yüksek Kurulu (RTYK), Anayasa'da 133. maddede bulunan “Radyo-televizyon istasyonlarının yalnızca devlet tarafından kurulup işletilebileceği” ibaresine aykırı olduğu gerekçesiyle Star 1 televizyonunun yayınlarının yasaları uygun olmadığı iddiasıyla, Ankara Cumhuriyet Başsavcılığı'na Magic Box hakkında şikâyetçi olmuş; ancak, Ankara Cumhuriyet Başsavcılığı Star 1'in yaptığı yayının tıpkı BBC ve CNN gibi sadece uydu üzerinden ileten bir niteliği taşıdığı (Merve Can Maraşlı Sayı 44 /Bahar 2017 388) kararına varmıştır. Çatalbaş'a göre (2009: 369) savcılığın bu kararı, uyduların kullanılarak sınırların kalktığı bir çağda devletin tekelsel tutumuna destek veren yasal düzenlemelerin artık bir etkisinin kalmadığını kanıtlamış olmasının yanında sonraki süreçte gerçekleşecek teşebbüslerin “defacto” olarak tanınmasına bir temel teşkil etmiştir. Aynı dönemde hukukçulardan bazıları, istediği takdirde hükümetin Star 1'in yayınlarını durdurmasının mümkün olduğunu ifade etmişlerdir. Hukukçuların bu yaklaşımına gerekçe olarak da Avrupa Konseyi'nin yayıncılıkla ilgili “bir ülkenin sınırları içinden diğer bir ülkeye yönelik yayın yapılması söz konusuysa, bu yayınlarla ilgili olarak uygulanacak yasaların bahsedilen iki ülke arasında yapılacak bir anlaşmayla saptanacaktır” kararı gösterilmektedir. Bu karara istinaden Türkiye Cumhuriyeti

hükümetinin, Star 1 yayınlarının durdurulması için Alman hükümeti ile görüşerek bir anlaşmaya varması mümkündür. Ne var ki bu yaklaşım, sadece bir tartışma ortamında konuşulmuş, bu konuda bir adım atılmamıştır (Çankaya ve Yamaner, 2012: 212).

Ülkede bunca sıkıntılara rağmen birçok aşamadan geçerek ilk özel televizyon olana Star1'in kurucuları bakıldığı zaman kanalın bağlı olduğu Magic Box Incorporated isimli şirketin iki kurucusundan birinin aynı zamanda Rumeli Holding'in de sahiplerinden Cem Uzan isimli genç iş adamıdır. Şirketin iki ortağından diğerinin ise devrin Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın büyük oğlu Ahmet Özal olduğu görülecektir. Televizyonun iki ortağından birinin Ahmet Özal olması, bu televizyonun Anavatan Partisi hükümeti tarafından desteklendiğine dair iddialar çıkmasına yol açmış ve yasallardaki boşluğu kullanarak yayın yapan Star 1'in yayınlarına hükümetin müdahale etmemesinin nedeni olarak bu durum gösterilmiştir. Star 1'in 7 Mayıs 1990 tarihinde başlatmış olduğu deneme yayınları, 4 Ekim 1990'da sona erdikten sonra televizyon kanalı, normal yayınlarına başlamıştır. Bu sürecin sonunda Türkiye'nin hem sürekli gündem olan hem de ekranlarda farklı bir renk olarak izlenen bir özel televizyon kanalı olmuştur (Öztürk, 2004: 101).

Yayın hayatına başlamış olduğundan bu yana “özel televizyon nedir, nasıl olmalıdır?” tartışmaları devam ederken, Star 1 televizyonu, fiili olarak yayına geçmiş TRT'ni elinde bulunan yayıncılık tekeliyle yerle bir etmiştir. Devletin egemenlik alanı dışında yayın yapan özel bir kuruluşun sağlayacağı olanaklar, işadamlarının birçoğunun da bu alana yönelmesine sebep olmuş; Star 1'den kısa süre sonra sayıları onlarla ifade edilebilecek birçok korsan ulusal, bölgesel ve yerel televizyon kanalının kurulduğu görülmüştür (Öztekin, 2007: 61). Teleon, Kanal 6, Show TV, ATV, HBB, TGRT, Kanal D ve Flaş TV sözü edilen televizyon kanallarından bazılarıdır. Yasal boşluklardan faydalanılarak özel televizyon yayıncılığının başlamasını takiben, bunları örnek alan birçok özel radyo da yayın hayatına başlamış ve kısa süre içinde birçok özel radyo kanalı Türk insanının hayatında yer almıştır (İçel, 2013: 400). Bütün bu sürecin sonunda 1993'te Anayasa'da bulunan 133. madde değiştirilerek, “Kanunlar çerçevesinde radyo ve televizyon istasyonlarını kurmak ve çalıştırmak serbesttir” hükmü getirilerek televizyon ve radyo kanalları, yayınlarını anayasanın sağladığı güvence altında devam ettirme imkânına kavuşmuştur.

2.3.3.Özel Televizyon Yayıncılığının Başlamasından Sonraki Gelişmeler

TRT televizyonunun siyasi iktidarlar tarafından kullanılmasından şikâyetçi olan muhalefet partiler, iktidara geldiklerinde TRT'ye yönelik herhangi bir yasal düzenleme yapmaya gerek görmemişlerdir. Bu durum muhalefet oldukları dönemde yaptıkları

eleştirilerin samimi olduğu konusunda şüpheler doğmasına yol açmıştır. Oysa TRT ile eleştiriler haklı gerçeklere dayanmaktaydı. İktidarların televizyon yayınlarının etkinliğinden yararlanarak kamuoyu oluşturma niyetleri, bu değişikliklerin yapılmasını engelliyordu. “Türkiye’de en büyük iletişim aracı olan TRT devletin ve iktidarın “borazanı” olarak adlandırılmıştır. Özellikle seçim dönemlerinde siyasi iktidar tarafından kullanılan TRT, iktidarın elinde bulunan en önemli propaganda araçlarından biri olarak işlev görmektedir. Ana haber bültenlerinde hükümet olur olmaz sebeplerle her gece ekrana çıkmasına karşın, muhalefet liderlerinin çalışmalarının mümkün olduğunca az ekrana yansması, iktidarlara yapay bir cennet sağlamaktadır”. (Yengin, 1994: 176)

Özel televizyon yayıncılığının başlamasından 1994 yılı başlarına kadar geçen süre içerisinde bu konu yasal bir çerçeveye oturulmamıştı. RTYK (Radyo Televizyon Yüksek Kurulu) bu konunun teknik ayrıntılarıyla ilgilenmekteydi. Anayasanın 133 Maddesi yürürlükteydi ve bu maddede, “...bütün radyo televizyon yayınları devlet tarafından düzenlenir” denilmekteydi. Bu madde yürürlükte olmasına rağmen özel televizyon yayınlarına devam etmekte ve devlet kurulu olan PTT de, kablolu yayın sistemi aracılığıyla bu yayınları izleyicilere ulaştırmaktaydı.

“Halkın özel televizyonlara gösterdiği yoğun ilgi, bu durumun geri dönülmez noktaya geldiğini göstermekteydi. Özel radyoların kapatılması sırasında bu kapatma kararına karşı gösterilen yoğun tepki hükümetleri bu konuda çaresiz bırakmaktaydı. Bu noktada özel televizyon yayınlarının durdurulması mümkün değildi. Dünyada olup bitenlerin uydu yayınları aracılığıyla izlenebildiği günümüzde, herhangi bir siyasi iktidarın topluma eski tekeli televizyonculuğa dönüşü kabul ettirebilmesi artık çok zordu” (Özçağlayan, 2000: 49).

Bu gelişmelerin ışığında, TBMM’de bulunan siyasi partiler aralarında anlaşarak Anayasa’nın ilgili maddesini değiştirerek 3984 sayılı kanunu kabul ettiler. 1994 yılında onaylanan Radyo-Televizyon Kanallarının Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun, ülkemizde devlet tekeli kaldırarak özerk sisteme geçişi sağladı. Yasa gereği oluşturulan Radyo Televizyon Üst Kurulu da (RTÜK), Türkiye’deki elektronik yayıncılığı denetleyen en üst kurum oldu.

2.3.4. Türkiye’de Yayın Teknolojileri-Sayısal Yayına Geçiş Süreci

“Türkiye’de sayısal yayıncılığın gelişimini incelediğimizde sayısal yayıncılığın TÜRKSAT 1B uydusunun 10 Ağustos 1994 yılında yörüngeye oturtulmasıyla başladığı söyleyebilir”. 2008 yılında sayısal kablolu yayın başlayana kadar sadece uydu (DVB-S) yayınlarının sayısal yayıncılık alanı içinde olduğu görülmektedir. Uydu yayıncılığı

başlangıçta sadece coğrafi olarak karasal yayınların ulaştırılmasında sorun yaşanan bölgelere televizyon yayınının ulaştırılmasında bir alternatif olarak kullanılmış fakat daha sonra ticari sayısal yayıncılık firmalarının kurulmasından sonra değişmiştir. Ucuz yatırım maliyeti dolayısıyla önceleri yerel televizyon kanallarının ilgisini çeken sayısal uydu yayıncılığı daha sonra ulusal kanalların da gündemine girmiş ve yayılımı hızlanmıştır. Karasal sayısal yayıncılık konusunda ise düzenli yayınlar günümüzde halen başlamış değildir. Kablo televizyon şebekesinin çok yaygın olmamasının da etkisiyle Türkiye’de sayısal yayıncılığın uydu yayıncılığı etrafında toplandığını söylemek yanlış olmaz. Türkiye’de güncel olarak iki adet sayısal uydu yayın platformu (Digitürk ve D-Smart) faaliyetini sürdürmektedir. Sayısal kablo yayıncılığı ise TÜRKSAT A.Ş.’nin sahibi olduğu “Tele dünya” markası altında yürütülmektedir. Karasal sayısal yayıncılık konusunda ise Türkiye halen Avrupa’nın ve diğer gelişmiş ülkelerin gerisindedir. Türkiye, Karasal sayısal televizyon yayıncılığı ile ilgili ilk adımını 23 Şubat 1999 tarih 1999/28 sayılı Başbakanlık genelgesi ile istenen sayısal karasal yayıncılık ile ilgili çalışmaların başlatılması kararı ile atmıştır.

RTÜK tarafından 2000 yılında yapılan “Türkiye Karasal Sayısal Frekans Planı” karasal sayısal yayıncılık alanında atılan ikinci adımdır. Fakat bu plandan iki yıl sonra 2002 yılında yayınlanan bir kanun ile RTÜK’te olan frekans planlama sorumluluğu Telekomünikasyon Kurumuna geçmiştir. Bu Kurum tarafından düzenlenen frekans geliştirme ve düzenleme çalışması 2002 sonunda Haberleşme Yüksek Kurulunun onayı için sunulmuştur.

Konsept çalışmasında Türkiye’nin karasal sayısal yayına geçiş süreci 2002-2014 yılları arasında sınırlandırıldığı görülmektedir. Haberleşme Yüksek Kurulu’nun onayına sunulan konsept çalışmasının neticelenmemesi sonucunda RTÜK ve Telekomünikasyon Kurumu’nun ortak çalışmasıyla hazırlanan bir rapor tekrar Haberleşme Yüksek Kurulu’na sunulmuş ve bu rapor neticesinde Deneme yayınları, 2006’da üç büyük şehirde başlamıştır ve 2014 yılında tüm analog karasal vericilerin kapatılmasına karar verilmiştir. Deneme yayınları için TRT’ye 11 milyon TL kaynak aktarımı yapılmıştır (Karaoğlu, 2011: 157). DVB-T frekans tahsisine ilişkin Telekomünikasyon Kurumunun Haberleşme Yüksek Kurulu’na sunduğu plan portatif ve mobil cihazları kapsamadığı gerekçesiyle kabul edilmemiştir. 2007 yılında karasal sayısal yayına geçiş için yeni bir adım atılmış ve Ulaştırma bakanlığı aynı yıl içinde İstanbul’da karasal sayısal yayına geçileceğini ve bu kapsamda işletmecisi bir şirket açılacağı açıklanmıştır. Bu amaca yönelik olarak ülke genelinde karasal sayısal vericilerin işletmeciliği TRT ve bazı özel televizyon kanallarının ortaklığıyla kurulan Anten A.Ş.’ye verilmiştir. Anten A.Ş.’nin kuruluşu beraberinde tartışmaları da getirmiş ve

Haber-Sen tarafından Danıştay 10. Dairesine yürütmenin durdurulması davası açılmıştır. Davanın içeriği vericilerin özel televizyon kuruluşlarına kullandırmak ve vericileri tamamen özerk hale getirmek için TRT'nin kontrolünden almaktır.

Dava sonucunda Anten A.Ş.'nin kurulmasını sağlayan Bakanlar Kurulu Kararı hakkında yürütmeyi durdurma kararı verilmiş. Sonuç olarak TRT'nin Anayasada bulunan 1, 2, 3 maddelerindeki ilkeler esasında etkin görev alması, demokratik bir kitlenin oluşması, izleyici ve dinleyici kitlenin objektif bilgilere ulaşması bu bağlamda özerkliğin ve tarafsızlığın

korunması için Bakanlar Kurulu bu kararları almıştır. Danıştay'ın yürütmeyi durdurma kararının ardından 2 Şubat 2009 tarihinde Anten A.Ş. yönetim kurulu feshedilmiştir. İlk yürütmeyi durdurma kararının ardından 2012 yılında Haber-Sen tarafından açılan ikinci bir dava sonucunda, TRT'nin Anten A.Ş.'ye ortak olmasıyla ilgili Bakanlar Kurulu Kararı'nın yürütmesi ikinci kez durdurulmuştur. (<http://www.haberssen.org.tr/2009/?p=4532>, erişim tarihi: 20.01.2018).

Denetimdeki çok başlılık (RTÜK, BTK, TRT) ve yukarıda bahsedilen işletmeci şirketin kuruluşunun TRT ortaklığından dolayı hukuki zeminde karşılık bulmamasından dolayı Türkiye'de karasal sayısal yayıncılığın hâlihazırda deneme yayınlarından öteye gidemediği görülmektedir.

2.4.Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığındaki Yasal Düzenlemeler

Özel televizyon ve radyoların yasal engellere rağmen peş peşe yayın yapmaya başlaması ve radyo televizyon yayıncılığı alanında yeni bir dönemin başlaması, hükümeti bu alanda yasal düzenlemeler gitmeye mecbur kılmıştır. 12 Eylül 1980 İhtilali'nden sonra, kabul edilen 1982 Anayasası, Türkiye'deki radyo ve televizyon yayınlarına yeni bir düzenleme getirmişti. 1982 Anayasası'nda yer alan 133. Madde: "Radyo-Televizyon Ağları yalnızca devlet tarafından kurulabilir ve yönetimi bağımsız bir kamu tüzel kişiliği tarafından düzenlenir" şeklinde düzenlenmişti. 1989 Mayıs'ına gerçekleştirilen belediye başkanlığı seçimi sonrasında, kentlerin birçoğunda birçok girişimci radyo ve televizyon kurmak için hazırlıklara başladı. Belediyeler de adeta yarışa girmiş gibi peş peşe radyo kanalları açıp yayın yapmaya başlamışlardı. Bu süreçte ülke genelinde, 1982 Anayasası, 2813 sayılı Telsiz Kanunu ve 2954 sayılı Radyo Televizyon Yasası hükümlerine uygun olarak kurularak yayına başlayan radyo ve televizyonların sayısı günden güne artış göstermiştir.

3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun: Anayasa'da değişikliği sürecinde gündem oluşturan 3984 sayılı "Radyo ve Televizyonların

Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun” zaman içinde yasalaşmak suretiyle yayıncılık alanında devlete ait olan tekelciliğin kaldırılmasını sağlayarak özel televizyon ve radyo yayıncılığına hukuksal bir tabana oturtmuş ve ticari anlamda yayıncılık yapılan bir dönemin başlamasını sağlamıştır. Bu kanunla birlikte, elektromanyetik dalga kapsamının haricinde yer alan kapalı devre yayın, uydu yayınları, kablolu yayın, gelecekteki teknolojik radyo ve televizyon yayınları da kanun kapsamına alınmış oluyordu. Sözü edilen kanun, görev kapsamı sadece TRT ile kısıtlı olan Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu’nun kaldırılmasıyla özel teşebbüse ve kamuya ait yayın yapan kurumların düzenlenmesi ve denetlenmesi için TBMM tarafından seçilmiş olan dokuz üyeden meydana gelen tarafsız ve özerk bir kamu tüzel kişiliği nitelikleri taşıyan RTÜRK oluşturulmasını ve RTYK’nün kadrosunda bulunanların RTÜK’e aktarılmasını sağlıyordu. Kanunun 35. Maddesi uyarınca TRT, bu kanunda ifade edilen yayın kural ve ilkelerine uymak zorundaydı. Kanun kapsamı dışında uygulama ve yayınlar yaptığı RTÜK’ün Kanuna uyması hususunda TRT’yi ikaz etmesi, hatta TRT’nin bu uygulama ve yayınları tekrarlaması halinde TRT Genel Müdürü ve Yönetim Kurulunun görevini son vermesi gerekmektedir. Ne var ki sözü edilen madde, 2002’de çıkarılmış olan 4756 sayılı Kanun ile yürürlükten kaldırılmıştır.

Bu Kanunun yürürlüğe girmesiyle RTÜK, radyo ve televizyonlarla ilgili konularda kamu ve özel yayınları düzenlemekle ilgili görev ve yetkilere sahip olmuştur. TRT Genel Müdürlüğü ve TRT Yönetim Kurulu üyelikleri için aday veya adaylar belirleyerek bu isimleri Bakanlar Kuruluna teklif etmek, bu Kanun tarafından RTÜK’e verilmiş olan bir başka önemli görevdir. Yayıncı kuruluşlara ait reklam gelirlerinin brüt miktarından %5’lik bir pay kesilmesi, sözü edilen Kanunun yayıncıları ilgilendiren önemli maddelerinden biridir. Yine aynı Kanun, özel nitelik taşıyan radyo ve televizyon kuruluşlarında yabancı sermayeye ait pay, ödenmiş sermayenin %25’inden fazla olamaz.

Kanunun 33. Maddesi, yaptırımlarla ilgilidir. Bu maddeye göre RTÜK’ün tespit ettiği yükümlülükleri tamamlamayan, izin koşullarını çiğneyen, önceden belirlenmiş yayın ilkeleri ihlal eden yayın yapmış olan yayın kuruluşlarına uyarı verilmesi ya da aynı yayın kuşağı içinde açık biçimde özür dilemesini isteme yetkisine sahiptir. Bu aykırı hareketlerin tekrar edildiği durumlarda ihlale neden olan programın yayınlanması bir ile on iki arasında bir sayıda durdurulmaktadır. Yayınına durdurulma cezası verilmiş programın yerine RTÜK tarafından hazırlattırılmış çevre eğitimi ve Türkçenin güzel kullanılması içeriğine sahip programların yayınlanması sağlanır. Bu aykırı yayınların yinelenmesi durumunda yayıncı kuruluşun lisans tipi esas alınarak ne göre para cezaları uygulanır. 4. maddenin 2. Fıkrasında yer alan a, b ve c bentlerinde ifade edilen prensiplere uygun olmayan yayın yapılması

durumunda uyarı yapmaya gerek olmadan yayın kuruluşunun yayınlarının bir ay süreyle durdurulması söz konusudur. Aynı ihlal yinelenildiğinde yayınların süresiz olarak durdurulması söz konusu olur ve yayıncı kuruluşun lisans izni kaldırılır. Kanunda yer alan bu madde uyarınca birçok yayıncı kuruluşu para cezaları ve kapatma cezaları uygulanmıştır. (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Sektör Raporu. (file:///C:/Users/admin/Downloads/Radyo%20ve%20Televizyon%20Yay%C4%B1nc%C4%B1l%C4%B1%C4%9F%C4%B1%20Sekt%C3%B6r%20Raporu_0129.pdf, erişim tarihi:02.02.2018).

15 Mayıs 2002 tarih ve 4756 Sayılı Kanun: Yayıncılık sahanında yaşanmakta olan problemlere çözüm bulunması için 15 Mayıs 2002’te yürürlüğe giren 4756 sayılı Kanun ile

3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda değişikliğe gidilmiştir. Bu değişikliklerle yapılan yeni düzenlemeye göre, yeniden iletimle ilgili yasakların kaldırılması, ifade özgürlüğünün önünü açılması; küçüklerin korunması, reklam ve tele-alışverişiyle ilgili konularda Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi’yle uyum içinde hareket edilmeye gayret edilmiştir. Ne var ki 4756 sayılı Kanunla değiştirilmiş olan 3984 sayılı Kanunda yerini bulan düzenlemeler Avrupa Birliği mevzuatıyla dikkat çekici farklılıklar taşımaktadır. Sözü edilen farklılıklar; özellikle kamuoyunun önemli olaylara erişmesi, yargılama erki, reklamlar, küçüklerin zararlı yayınlardan korunması, bağımsız yapımlarla Avrupa kaynaklı yapımların teşvik edilmesi gibi alanlarında görülmektedir (Bilget, 2002: 36).

Bu kanunla birlikte 3984 sayılı kanunun 3., 4., 6., 7., 9., 11., 12., 13., 15., 24., 26., 29., 31., 32. ve 33. maddelerinde değişikliğe gidilmiştir. Yine aynı kanunda yer alan 8. maddenin a bendi ile 33. madde iptal edilmiştir. 3 Ağustos 2002 Tarih ve 4771 Sayılı Kanun: 3984 sayılı Kanunda, reform paketlerinin üçüncüsünün kapsamı içinde 3 Ağustos 2002 tarihinde kanunlaşan 4771 sayılı Kanun ile birlikte yeniden değişiklikler yapılmıştır. 4771 sayılı Kanunla beraber 2002 yılının Aralık ayında “Radyo ve Televizyon Yayınlarının Dili Hakkında Yönetmelik” kabul edilmiştir. Sözü edilen yönetmelik hükümlerince, Türk vatandaşları tarafından geleneksel olarak kullanılmakta olan çeşitli lehçe ve dillerdeki yayınların, sadece TRT ekranlarında yapılması mümkün olacaktır. Yönetmelikte, çeşitli lehçe ve dillerde yapılacak yayınlar hakkında, TRT ile RTÜK ile arasında bir protokole varılmasını imzalanmasını öngörmüştür. Yönetmeliğe göre TRT, değişik grupların gereksinim ve taleplerini tespit etmek amacıyla ülke genelinde bir piyasa araştırması yaparak değerlendirmekle görevlendirilmiştir. Sözü edilen konusu yönetmelik hükümlerinde yürütmenin durdurulması talebi ile Danıştay’a müracaat eden TRT yönetimi, kendisini çeşitli

lehçe ve dillerde yayın yapmaya mecbur kılan yönetmeliğin kurumun özerk yapısıyla çelişki içinde olduğunu ve TRT Kanunu bu yeni yönetmelikle uyum sağlanması için herhangi bir değişikliğe gidilmediği iddia etmiştir. 2003'ün Temmuz ayında Danıştay, bu konuda TRT'nin zorunlu kılınabilmesinin RTÜK Kanunu'nda bir değişiklik yapılmasıyla mümkün olabileceği kararına varmış ve TRT'nin ülkede kullanılan kimi yerel dil ve lehçelerde yayınlar yapmasında erteleme yoluna gitmiştir. 2003 yılının Haziran ayındaki altıncı uyum paketi içinde değerlendirilen bu konuda Radyo ve Televizyonların kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'un 4.ve 32. maddelerinde değişikliğe gidilmiştir. Sözü edilen Kanunun 4. Maddesinde değişiklik yapılarak TRT ile birlikte özel radyo ve televizyon kuruluşlarının da Türk vatandaşları tarafından günlük hayatlarında geleneksel olarak kullanılmakta olan çeşitli lehçe ve dillerde yayın yapmalarına imkân verilmiştir. Bahsedilen değişikliklerle ilgili yöntem ve ilkeler, RTÜK'ün 25 Ocak 2004'te yayınlanmış olan yönetmelikte yer almaktadır. Yönetmeliğin 32. Maddesinde yapılmış olan değişiklik hükümlerince seçim dönemleri içinde yayın yasaklarıyla ilgili seçim gününden bir hafta önce başlayan süre, seçim gününden önceki 24 saate çekilmiştir (Çakır ve Gülnar, 2012: 217). Türk dili dışında yer alan lehçe ve dillerdeki yayınlar hakkında ilgili yönetmelik, 2004 yılının Ocak ayında yürürlüğe girmiş olmasına karşın, sözü edilen tarihten 2006'ya kadar devam eden dönem içinde bu konuda özel yayın kuruluşlarının hiçbirisi lisans alabilmiş değildir. Hiç kuşku yok ki durumun böyle olması, hem usulle ilgili kapsamı çok geniş düzenlemelerin var olmasından hem de daha lisans verilmeden RTÜK'ün Türkiye'nin farklı bölgelerinde kullanılmakta olan yerel dillerle ilgili tüm ülkeyi kapsayacak bir görüntü çıkarılmasıyla ilgili bir çalışma gerçekleştirilmesi konusunda ısrarlı tavrından kaynaklanmaktadır. 2004 yılının Haziran ayından itibaren TRT'nin kanalları olan Radyo 1 ile TRT 3 televizyonunda Arapça, Boşnakça, Çerkezce, Zazaca ve Kırmence olarak kapsam ve süre bakımından sınırlı olan yayınlar yapılmaktadır. TRT 3 televizyonunda yapılan yayın süreleri günlük 45 dakika, haftalık olarak da toplam dört saatten fazla değildir. Aynı şekilde radyoda yapılan yayın süreleri ise günlük 60 dakikadan, haftalık beş saatten fazla değildir. Bu yayınlar yalnızca haber, müzik yayınları ile kültür programlarından meydana gelmektedir; bazı çocuk programlarını da içermektedir. Ulusal seviyede özel kuruluşların hiçbirisi, Türkçenin dışında dil ve lehçelerde yayın yapmakla ilgili başvuru yapmazken, bölgesel ve yerel seviyede ise 11 tane özel radyo istasyonu ve televizyonun bu alanda yayınlarda bulunmak amacıyla gereken başvuruları yapmıştır. Bu alanda izin alan kanallardan Diyarbakır civarına yayın yapmakta olan Söz TV ile Gün TV, 23 Mart 2006 tarihinde Kürtçe yayınlarına başlamıştır. Söz konusu yayınlar, günlük 45 dakika, haftalık 4 saatten fazla olmayacak ve tüm programlar Türkçe alt yazılı olarak verilecektir. Bu

alanlardaki yayın sürelerinin ve yayın kuruluşu sayılarının zaman içinde artış göstereceği öngörülmektedir (Çakır ve Gülnar, 2012: 218).

15 Temmuz 2003 Tarih ve 4928 Sayılı Kanun: Bu kanunun yürürlüğe girmesiyle 3984 sayılı Kanunun 4. maddesinin 1. Fıkrasında yer alan dördüncü cümle: “Ayrıca, kamu ve özel radyo ve televizyonlarca Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir” biçiminde değişiklik yapılarak yerel lehçe ve dillerde radyo ve televizyon yayıncılığına imkân sağlanmıştır. Aynı konuda RTÜK’ün yayımladığı bir yönetmelikle yapılacak yayınların yapılış esasları ve ilkeleri tespit edilmiştir. Bunun yanında 3984 sayılı Kanunun 15. Maddesinde yer alan 4. Fıkranın ikinci cümlesinde “Mahalli yayınları izlemek için gerekli görülen yerlerde halen mevcut kadrolardan bölge teşkilatı oluşturulabilir” biçiminde değişikliğe gidilerek RTÜK taşrada teşkilatlanmasına imkân sağlanmış; bunu takiben de İstanbul, İzmir, Adana, Van ve Diyarbakır’da RTÜK Bölge Müdürlükleri oluşturulmuştur. 24 Haziran 2005 Tarih ve 5373 Sayılı Kanun: Bu Kanunun kabul edilmesiyle 3984 sayılı Kanunun “Üst Kurulun Seçimi ve Görev Süresi” başlıklı 6. Maddesinde değişikliğe gidilmiş, öte yandan RTÜK üyelerinin seçimiyle ilgili takvimle ilgili geçici bir madde ilave edilmiştir. RTÜK üyelerinin tayin edilmesinde değişikliğe gidilmesinden sonra 7 Ekim 2005’te toplantı yapan Haberleşme Yüksek Kurulu, frekans tahsisıyla ilgili problemin giderilmesine yönelik bazı kararlara varmıştır. Söz konusu kararlar uyarınca, 2006’nın başından sonra mevcut durumda karasal frekans kullanmakta olan televizyon ve radyolardan frekans kullanım bedellerinin yıllık olarak tahsil edilmesi, kullanılmakta olan vericilerin teknik nitelikler ve güç yönünden bir standardizasyona kavuşması ve radyo ve televizyon frekanslarının denetlenmesi amacıyla Telekomünikasyon Kurumu bünyesinde bulunan Spektrum İzleme Sisteminin RTÜK tarafından kullanılmasına izin verilmesi öngörülmektedir. Bu amaçlar doğrultusunda 2 Mart 2006 tarihinde, Radyo ve Televizyon Kuruluşlarına Kanal ya da Frekans Tahsisi Şartları ve Bunlara İlişkin İhale Usulleri ile Yayın Lisansı ve İzni Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik yürürlüğe girmiştir. Söz konusu yönetmelik, frekans/kanal geçici kullanılması hakkında bazı tanımlar yapılmasının yanında frekans/kanal geçici olarak kullanma bedeli kapsamı ve yükümlülüğüyle sözü edilen frekans/kanalın yıllık geçici bedelinin hesaplanması hakkında bazı hükümleri kapsamaktadır. Bununla birlikte yönetmeliğin içeriğinde kanal/frekans geçici kullanım bedeli yükümlülüklerinin ödenme yöntemleri ile bu bedellerin ödenmemesi halinde tatbik edilecek yaptırımlar bulunmaktadır.

6112 Sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun”: Radyo ve televizyon yayıncılığı ile ilgili düzenlemeler yapan 3984 sayılı Kanunda

1994'ten sonraki süreçte yayıncılık alanında küresel anlamda ve Türkiye'de meydana gelen yeniliklerle eş zamanlı olarak çeşitli tarihlerde, yukarıdaki bölümde bir kısmı ifade edilen birçok değişikliğe gidilmiştir. Fakat yapılan düzenleme ve değişiklikler yetersiz kalmış ve kanun fonksiyonunu kaybetme düzeylerine gelmiştir. Bununla birlikte yasada yapılan bazı değişikliklerin Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmesi, teknolojik alanda meydana gelen hızlı değişimler, AB standartlarına uyum sağlamak için harcanana gayretler, yasanın yenilenmesini kaçınılmaz duruma getirmiştir.

Bundan dolayı 6112 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun” 03 Mart 2011 tarihinde kabul edilerek 3984 sayılı Kanun yürürlükten kalkmış ve gerçekten böylece radyo televizyon yayıncılığı alanında yeni denilmesi mümkün bir dönem başlamıştır. Kanunun radyo ve televizyon yayıncılığı yapan sektöre birçok yenilik getirmiş olmakla beraber ilk olarak Avrupa Birliği standartlarına uygun düzenlemeler getirmiş olması bakımından önem taşımaktadır. Kanun, en başta haber alma ve ifade hürriyeti olmak üzere farklı düşüncelerin olduğu ortamı, rekabet ortamı sağlanmasını, çoğulcu bir yapının yaygınlaşmasını teminat altına almıştır. Bununla birlikte sayısal karasal yayına geçme sürecini net bir takvime bağlamak suretiyle vericilerin tek bir şirketin kurmasını ve işletilmesinin aynı şirket tarafından yapılmasını öngörmektedir. Sözü edilen kanunla yayıncı şirketlerle ortaklık kurabilecek kuruluşlar ve yabancı sermayeyle ilgili kısıtlamaları azaltma yoluna giderken yoğunlaşmaya engel olarak çok sesli ortamın sağlanmasını amaçlamıştır. Kanun, bir de 3984 sayılı kanunda yer almayan isteğe bağlı yayıncılık, ürün yerleştirme, koruyucu sembol sistemi, izleyici temsilcisi, verici tesis ve işletim şirketi, altyapı ve platform işletmeciliği kavramlarıyla ilgili tanımlamalar yaparak bunlarla ilgili düzenlemeler gidilmiştir. Kanun, Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun bir yıllık süreçte televizyon ve radyo frekanslarıyla ilgili planlamaları tamamlamasını, minimum iki yılda da karasal televizyon frekanslarıyla ilgili ihalenin yapılmasını, karasal alanda yapılan analog televizyon yayınlarının Türkiye'nin bütün bölgelerinde sona erdirilmesini; bununla beraber analog televizyon yayınları bitirildikten sonraki altı aylık süreçte radyo yayınları için sıralama ihalesine gidilmesini öngörmüştür. Kanunun getirmiş olduğu önemli değişiklik de yayıncı kuruluşlar tarafından reklam gelirlerinin brüt tutarı üzerinden ödemiş oldukları pay oranının %5'ten %3'e indirilmesi ve Bölge Müdürlüklerinin bölge temsilciliklerine dönüştürülmüş olmasıdır. Aynı kanun, yayın lisansı ile ilgili süreyi ise 5 seneden 10 seneye yükseltmiştir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Sektör Raporu 2014.(file:///C:/Users/admin/Downloads/Radyo%20ve%20Televizyon%20Yay%C4%B1nc

%C4%B1%C4%B1%C4%9F%C4%B1%20Sekt%C3%B6r%20Raporu_0129.pdf, erişim tarihi: 02.02.2018)

2.4.1.Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Düzenlenmesi: Radyo Televizyon Üst Kurulu

Özel televizyon ve radyo yayınlarının yapılmasına imkân verilmesi ile bu yayınlarla ilgili devlet tekelinin kaldırılması 1993’te Anayasa’da yapılan değişikliklerle mümkün olmuştur.

Özel radyo ve televizyon yayın ilkelerini ve koşullarını belirleyen mülga 3984 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kurumu ile ilgili Yasa 1994 tarihinde kabul edilmesinden sonra Radyo Televizyon Üst Kurulu çalışma faaliyetlerine başlamıştır.

RTÜK radyo ve televizyon yayın ve kuruluşlarıyla ilgili faaliyetlerini denetleme ve düzenleme görev ve yetkisi olan, üyeleri Anayasanın 133. Maddesine uygun olarak TBMM (Türkiye Büyük Millet Meclisi) Genel Kurulu tarafından belirlenen, tarafsızlık ve özerklik niteliğine sahip bir kamu tüzel kişiliğidir. Radyo Televizyon Üst Kurulu, Faaliyet Raporu: 2017. (file:///C:/Users/admin/Downloads/rtuk-2017-9-aylikfaaliyetraporu_0917.pdf, erişim tarihi: 04.02.2018).

Böylece 19 Nisan 1994 tarihinde onaylanan RTÜK yayınları ile ilgili yasanın en önemli değişikliği, “Radyo Televizyon Üst Kurulu” adı ile yeni bir kuruluşun teşekkül edilmesidir. Özel yayıncılığın devlet tekeline rağmen fiilen başladığı ve yayıncılık deneyiminin henüz çok yeni olduğu 1994 yılında, hazırlanan ve düzenlemeden çok denetlemeye ağırlık veren mülga 3984 sayılı Kanun, on yedi yılda yirmiye yakın değişiklik yapılmak suretiyle çağın koşullarına uygun duruma getirilmek için gayret edilmişse de yayın teknolojisinde görülen takip edilmesi çok zor değişimler, Anayasa Mahkemesi iptalleri gibi temel nedenlerle yasal çerçevenin yeniden düzenlenmesine gerek duyulmuş ve dört yıl süren çalışmalar sonucunda yeni bir kanun tasarısı hazırlanmıştır. Sözü edilen yasa, TBMM Genel Kurulu tarafından 15.02.2011 tarihinde kabul edilmiş ve 03.03.2011 tarihinde RTÜK yayınları kanununa göre 6113 sayılı madde yürürlüğe girmiştir.

15 Şubat 2011’de kabul edilmiş ve 3 Mart 2011 tarihinde 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun yürürlüğe girmiştir.

6112 sayılı RTÜRK yayınlarına ilgili yasanın 35. ve 36. maddelerine göre; Üst Kurulun oluşumu; Üye, Üst Kurul Başkanı ve Başkan Vekilinin seçilmesiyle Başkanın görev ve yetkilerinde şöyle bir düzenlemeye gidilmiştir.

Üst Kurul, minimum dört yıl süreli bir yükseköğrenim kurumundan mezun olmuş, mesleki alanıyla ilgili bir alanda kamu kuruluşunda ve ya özel kuruluşlarda en az 10 yıl

çalışmış şartıyla, mesleki bakımdan yeter seviyede bilgi, tecrübe ve devlet memuru olmak için gerekli olan niteliklere sahip, otuz yaşından küçük olmayan bireyler arasından TBMM tarafından seçilmiş dokuz üyeden oluşmaktadır. Üst Kurul'a seçilen üyelerinin görev süreleri altı yıl olarak belirlenmiştir. İki yılda bir defa üyelerinin üçte biri yenilenen Üst Kurul, başkan tarafından yönetilen, fakat başkanın olmadığı dönemlerde vekili tarafından idare edilir ve temsil edilir. Başkan ve vekilinin boşaldığı hallerde Üst Kurul'a en yaşlı üye başkanlık etmektedir.

Kurulun misyonu: Görsel ve işitsel nitelikteki medya hizmetleri sahasında ifade ve haber alma hürriyeti zemininde paydaşların haklarını, çıkarlarını ve değerlerini gözetmek suretiyle strateji oluşturmak, tanzim etmek ve denetimde bulunmaktır. Kurulun vizyonu ise: Görsel ve işitsel nitelikteki medya hizmetleri sahasını yönlendiren, uluslararası seviyede etkin bir otorite olmaktır.



Fotoğraf 2.6 Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Üyeleri (2018)

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun görevleri ve yetkilerin şu şekilde özetlenebilir:

- Yayın hizmetleri sahasında haber alma ve ifade hürriyetini, farklı düşüncelerin, Rekabet Kurumunun yetki ve görevleri muhafaza edilmek suretiyle çoğulculuk ve rekabet ortamının teminat altında tutulması, yoğunlaşmaya engel olunması ve kamusal çıkarları korumak için gereken önlemleri almak.

- Milli frekans planı kapsamında karasal televizyon ve radyo yayınları için 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu hükümleri uyarınca Üst Kurula tahsis edilen frekans bantları çerçevesi içinde televizyon kanal ve radyo frekanslarla ilgili planlamaları yapmak ya da yaptırmak ve uygulanmasını sağlamak.

- Medya kuruluşları yayın yapmak amacıyla izini talep edebilmeleri için gereken yönetsel, ekonomik ve teknik koşulları tespit etmek, yayın şirketlerinden koşulları yerine getirenlerin yayıncılık lisansını onaylamak, bunların denetimin yapmak, bununla birlikte gerekli durumlarda kuruluşların yayın lisansların iptal etmek.

- Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde yerleşik olarak medya hizmeti sağlayan kuruluşların yayın hizmet faaliyetlerini, ilgili Kanun maddesi ile birlikte ve Türkiye'nin imza attığı uluslararası sözleşmelere uygunlukları bakımından takip etmek ve denetimde bulunmak.

- Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde ikamet etmeyen, fakat Türkiye'nin yargı maddeleri kapsamında olan telekomünikasyon hizmeti sağlayıcı kuruluşların yayıncılık hizmet faaliyetlerini, ilgili Kanun maddelerine ve Türkiye'nin tarafı olarak imza attığı uluslararası sözleşmelere uygunlukları bakımından takip etmek, gerektiği durumlarda ilgili devletlerdeki yetkili kurum ve kuruluşlarıyla işbirliğine gitmek.

- Yayın hizmetlerinin takip edilmesi ve denetiminin yapılması için gerekli olan takip ve kayıt sistemlerini, gereken durumlarda yayıncı kuruluş stüdyolarına da cihaz yerleştirerek kurmak.

- Yayın hizmetleri alanındaki gelişmeleri takibini yapmak, sektörle ilgili genel stratejik tutumları, ortak denetleme, özdenetim ve ortak tanzim mekanizmasını tespit etmek; Türkiye'de yayın hizmetlerinde gelişmeleri temin edecek çalışmalar yapmak ve motive edici davranmak; medya hizmet sağlayıcı firmalarda çalışan elemanlara dönük sertifika programları ve eğitim çalışmaları düzenlemek ve sertifika vermek.

Yayın hizmetleriyle ilgili kamuoyuna yönelik araştırmalarda bulunmak ya da böyle araştırmalar yapılmasını sağlamak ve bu araştırmalarla elde edilen verileri ilgili taraflarla ve kamuoyu ile paylaşmak. Radyo Televizyon Üst Kurulu, Faaliyet Raporu: 2017.(file:///C:/Users/admin/Downloads/rtuk-2017-9-aylikfaaliyetraporu_0917.pdf, erişim tarihi: 04.02.2018).

RTÜK'ün yukarıda sıralanmış olan görev ve yetkileri kapsamında tarafsızlık ilkesinin ihlal edildiği ya da yayın ilkelerine uygun olmayan yayınların yapıldığı hallerde, idari ve yasal takibat başlatılması için ilgili mercilere gerekli başvuruyu yapmaktadır.

2.4.2.Türkiye'de Kamu Yayıncılığı: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

Türkiye'de televizyon yayın tarihi kısaca aktarırken belirtildiği gibi Türkiye Radyo Televizyon Kurumunun televizyon kanalları, kamu televizyonu olduğu için yayın alanında tekel olduğu dönemde toplumun bütün katmanları tarafından ilgiyle takip edilmiştir. TRT ilk

kuruluşundan itibaren İngiltere'nin kamu televizyon kanalı BBC'yi örnek aldı ve kamu televizyon yayıncılığının ilkelerini kendisine hedef alarak TRT kitlenin eğitici işlevine önem vermek amacıyla çoğu zaman eğitim, kültür ve spor programlarını yayınlamaktadır. Her ne kadar “özerk” ve “tarafsız” bir kurum olarak tanımlanmış olsa da TRT'nin siyasal iktidarla yakınlığı politikalarında zaman zaman belirleyici rol oynamıştır. TRT'nin kuruluşu ile beraber radyo yayınları TRT tekeli altına girmiştir. Fakat o zamanlar Devlet Planlama Teşkilatı televizyon yayıncılığını Türkiye için lüks olduğunu zannetmişler. Hatta ilk 5 yıllık planda (1963 - 1967) televizyon yayıncılığı için hiç bütçe ayırmamışlar, tam tersi radyo yayıncılığını geliştirmeyi hedef etmişlerdi (Gürsoy, 1999: 49). Türkiye'deki televizyon yayıncılığının İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'na ertelenmesine rağmen TRT devleti beklemeden yabancı ülkelerle bağlantı kurarak kendi imkânlarıyla televizyon yayıncılığını başlatmıştır. 31 Ocak 1968 yılında ise ilk deneme televizyon yayınları Ankara'da gerçekleşmiştir. İlk test yayını Ankara'da oturan bir milyondan fazla izleyici seyredebilecekmiş, fakat televizyon cihazları olmadığı için 7 bin kişiden fazlasının izleme imkânı olmamış (Aziz, 1981: 115). TRT 1970'li yıllarda Türkiye televizyon yayıncılığında büyük bir başarıları elde etmiştir. TRT'nin ilk başarılı canlı yayınları 1971 yılında İzmir'de düzenlenen Akdeniz Olimpiyatları, Federal Almanya'daki 1972 Münih Olimpiyatları ve 1974 Dünya Kupası Finalleri, Kanada'daki 1976

Montreal Olimpiyat Oyunları ve Arjantin'deki 1978 Dünya Kupası Finalleri sayılmaktadır (Özgen, 1980: 101).

İzleyicilere daha fazla seçenek sunma ve çeşitliği sağlama yolunda ilk adım, TRT'nin ikinci televizyon kanalı TRT 2'yi açmasıyla 1986'da atılmıştır. Bu girişim aslında kanallar arası tematik ayrışmayı da sağlama amacı gütmüş ama bu amaca ilk yıllarda ulaşamamıştır. Ancak 90'lı yıllarda birlikte ticari kanalların da yayına başlamasıyla TRT 2 giderek bir “kültür-sanat” kanalı olmaya başlamıştır. TRT'nin kanal sayısını çoğaltma ve kanallarını tematikleştirme eylemi, 1989'da, TRT 2'nin gündüz kuşağında Güney Doğu Anadolu Bölgesi'ne yönelik yayın yapan TRT-GAP, aynı yıl spor ağırlıklı bir kanal olarak yayına başlayan TRT 3 ve 1990'da eğitim ağırlıklı kanalı TRT 4 ile devam etmiştir. Günümüzde ise TRT; yayın alanı, içeriği, dili ve hedef kitlesi bakımından birbirinden farklı nitelikte 15 televizyon kanalında yayın yapmaktadır (Tanrıöver, 2012: 32). Bütün bu kanallar içinde kendisinde en fazla bahsedilen, 1 Ocak 2009'da yayına başlamış olan ve Türkiye'de ilk kez Kürt dilinde yayınlar yapan televizyon kanalı TRT 6 (TRT “Şeş”) olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nda Resmi dili Türkçe olarak düzenlenmiş olan Türkiye'de, TRT 6'nın kurulduğu tarihe kadar yasal çerçeve resmi dilden başka herhangi bir dilde yayın

yapılmasına imkân vermemiştir. Bu durumun en kalabalık etnik nüfusa sahip Kürtler başta olmak üzere, Türkiye Cumhuriyetine vatandaşlık bağıyla bağlı vatandaşları arasında etnik bakımdan Türk olmayan fakat ana dilini konuşmak isteyen ve dilinin toplum içinde görünür olmasını talep eden grupların devletin televizyon yayın alanı kapsamının dışında kalmasına neden olmuştur. Esasında da özellikle Türkiye’de Güney Doğu Bölgesi ve Doğu Anadolu Bölgesi’nde yaşamakta olan Kürtlerin uydular vasıtasıyla Türkiye dışından, en çok da Avrupa’dan yayın yapmakta olan Kürt kanallarını yoğun olarak seyrettikleri bilinen bir gerçektir. Siyasi bakımdan farklı temayülleri olan ve Kürtçenin çeşitli lehçelerinde yayın yapan toplamda 12 adet kanalı uydu aracılığıyla izlenebilmektedir. Politik olarak Türkiye’deki çeşitli dinsel, kültürel ve etnik grupların kimliklerinin tanınmasıyla ilgili taleplerini tartışmaya açmak ve bununla ilgili gerekli politik yaklaşımların belirlenmesi için dönemin hükümetinin 2009’da başlatmış olduğu “demokratik açılım” ilkeleri içinde yayınlarının tamamını Kürtçe olarak yapan kamuya ait bir kanal açılması üzerinde durulmuştur. Kültürlerarası iletişimde gelişim sağlanması ve farklı kimliklerin resmi olarak tanınması gibi sembolik önemi olana bu teşebbüs, devletin resmi dilinden başka herhangi bir dilde yayın yapılmasına kısıtlama getiren radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili kanunun da değiştirilmesini zorunlu kılmıştır. 2011’de yürürlüğe giren yeni kanunda da “Türkçe yayın yapılması esastır” ibaresi aynen kullanılmış olsa da, çeşitli dillerde yayın yapılmasının kanuni imkân verilmiştir (Tanrıöver, 2012: 32).

TRT 6, TRT'nin Türk dilinden başka bir dilde yayını olana tek kanalı değildir. Vatandaşların taleplerini cevap vermek amacıyla içeriye yapılan yayınlar kadar, Türkiye dışında kalan coğrafyada da Türkiye Cumhuriyeti'nin sesini duyurmak için çeşitli dillerde yayın yapma açılımı devam etmiştir. Bu amaçları gerçekleştirmek için ilk olarak Kafkasya Balkanlar ve Orta Asya’ya ulaşmak için 21 Mart 2009 tarihinde TRT Avaz’ın kuruluşu tamamlanmış; TRT Avaz’da Azerice, Özbekçe Kazakça, gibi birçok dilde, yayınların bazıları da bu ülkelerde gerçekleştirilmek üzere programlar yayınlanmaya başlanmıştır. Bu televizyon kanalını 350 milyon civarında bir kitle olan Arap dünyasına seslenen ve bu dili konuşulmakta olduğu ülkelerde son yıllarda Türkiye’ye duyulmakta olan kültürel ve siyasal yakınlığın da katkılarıyla Arapça yayını yapan televizyon kanalı, TRT el Türkiye’nin kurulması takip etmiştir. (Tanrıöver, 2012: 33).

Günümüzde TRT, eğitim, kültür, spor, haber, müzik vb. konulu tematik kanalları ile yayın yapmaktadır. TRT kanallar sayısı ve özellikleri aşağıdaki tabloda sıralanmaktadır.

Tablo 2.2 TRT Televizyon Kanalları

Adı	Kuruluş yılı	Tür	Özellik
TRT 1	1968	Genel	
TRT Haber (TRT2)	1986 2010	Kültür, Sanat, Haber	
TRT3-Spor	1989	Spor	Dönüşümlü olarak GAP Ve TBMM TV
TRT4	1990	Eğitim	2008:TRT Çocuk 2009:müzik ile dönüşümlü
TRT GAP	1989 (TRT2 Gündüz kuşağı) 2001	Bölgesel	TRT3 ile dönüşümlü
TRT Çocuk	2008	Çocuk	TRT4'ten yayın
TRT 6 (Şeş)	2009	Genel	Kürtçe (2 lehçe) Soranice ve Türkçe
TRT Avaz	2009	Genel(Farklı Ülkelerden yayın)	
TRT Türk	1990 (TRT5) 1992 (TRTİnt- Avrasya) 2009	Genel Haber-kültür	Avrupa'daki Türklere yönelik Yurt dışına yayın tüm dünyadan izlenebilen
TRT Belgesel	2009 (TRT Turizm ve Belgesel adıyla)	Belgesel	
TRT Müzik	2009	Müzik (her tür)	
TRT Arapça (TRT el Türkçe)	2010	Genel	Arapça
TRT HD	2010	Spor, Belgesel Sinema	
TRT5 Anadolu	2010	Genel	Yerel kanalların dönüşümlü programları
TRT Okul	2011	Eğitim, Üniversite destek	

TRT, izleyicilere sunmuş olduğu çeşitli kanallar ve izleyicilerin çeşitli gereksinim ve beğenilerine uygun tematik bakış açısıyla, son dönemlerde ciddi atılımlar yapmıştır. Bunun

yanında Euronews gibi Avrupa'nın ve dünyanın en önemli haber kanalı ile işbirliğine anlaşıması yaparak Euronews'un büyük ortaklarından birisi olmuş; bu anlaşmaya göre 2010'un Ocak ayında Euronews haber kanalı, Türkçe yayın yapmaya başlayarak 9. Dilde yayınlara başlamıştır. TRT Avrupa'da yaşayan Türkiye kökenlilere yönelik yayın politikası, ticari kanalların da ilgisini kısa sürede bu alana çekmiş, genel yayın yapan birçok ulusal kanal, artık bu bölgedeki Türkiye kökenlilere özel yapım ve program türlerini de kapsayan ek kanalları "Avrupa" başlığıyla yayına açmıştır (Kanal D Avrupa, Star Avrupa, Kanal 7 Avrupa gibi).

2.4.3. Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Yayın Dili

Türkiye'de, Türk vatandaşlarının günlük hayatlarında doğuşlarından itibaren kullanmış oldukları farklı dillerde ve lehçelerde yayın konusunda atılan ilk adım, 3 Ekim 2001 yılında Anayasa'da kabul edilen değişikliklerle 4709 sayılı kanun maddesi ile yürürlüğe girmiştir.

Bu değişikliğe göre Anayasa'nın 28. maddesinin ikinci fıkrasında bulunan alan, "Kanun ile yasaklanmış yabancı dillerde yayın yapmak yasaktır" ilkesi yürürlükteki yasadan kaldırıldı.

Avrupa Birliği uyum mevzuatı çerçevesi içinde yayın diline ilişkin bu yeni düzenleme, yayınların yapılmasıyla ilgili düzenlemeler, Radyo Televizyon Üst Kurumunun yapacağı yönetmeliklere bırakılmıştır. Bu değişiklikle AB'ye uyum sürecinde önemli bir adım atılmıştır. 2002 yılında RTÜK tarafından "Türk Vatandaşlarının Günlük Yaşamlarında Geleneksel Olarak Kullandıkları Farklı Dil ve Lehçelerde Radyo ve Televizyon Yayınları" isimli yönetmelik çıkarılmıştır. TRT'de farklı dil ve lehçelerdeki yapılan ilk yayın 7 Haziran 2004'te "Kültürel Zenginliğimiz" isimli 35 dakika süren programla başlamıştır. Bu alandaki ilk radyo yayını, ise Radyo-1'de, saat 06.10'da Boşnakça olarak yapılmış olana yayındır (Çiftçi, 2007: 70). Böylece, Boşnakça, Çerkezce, Arapça, Zazaca ve Kırmacı'dan oluşan beş farklı dil ve lehçede, her gün bir dil veya lehçede olmak üzere yayınlara başlamıştır.

Böylece, "kamusal" yayın kuruluşu olan TRT tarafından yayınların yapılabilmesi için yasal dayanak sağlanmıştır. 2954 sayılı Kanun'un 21. maddesindeki son fıkraya: "Kurum tarafından Türkçe dışında farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir" hükmünün eklenmesiyle 1 Ocak 2009 tarihinde TRT 6 (TRT ŞEŞ) 24 saat Kürtçe yayın hayatına başlamıştır. 3 Mart 2011 tarihli 6112 sayılı Kanun'un 5. maddesinde "Yayın hizmetlerinin Türkçe yapılması esastır. Ancak, Türkçe dışındaki dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Yayınlar seçilen dilin kurallarına uygun olarak yapılmak zorundadır. Bu yayınlara ilişkin usul

ve esaslar Üst Kurulca yönetmelikle belirlenir” denilerek farklı dillerde yayın yapmayı kamu ve özel sektöre de serbestlik getirmiştir.

Gelişmelere göre, RTÜK tarafından 2004 yılında yeni bir yönetmelik, 2009 yılında yine yeni bir yönetmelik çıkarılmıştır. 6112 sayılı Kanun ile farklı dil ve lehçelerde radyo ve televizyon yayıncılığı yeniden düzenlenmiş olup, yeni bir yönetmelik çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Çünkü bu alanda birkaç sınırlama hariç tam bir serbestlik getirilmiştir.

Hâlihazırda, Türkiye’de TRT-6 adlı Kanalda 24 saat Kürtçe yayın yapılmaktadır. Bu şekilde farklı dil ve lehçelerde radyo ve televizyon yayıncılığı Kanunu ile Türkiye’nin AB ve Avrupa Konseyi ülkelerinin önüne geçtiği söylenebilir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AMERİKAN TELEVİZYONCULUĞU HÂKİMİYETİNİN ANALİZİ

3.1. Amerikan Televizyonculuğu Program Türleri ve Tarihsel Gelişimi

Televizyon programlarının temeli Amerika Birleşik Devletleri'nde atıldı ve Amerikan televizyon programları, genel olarak 20. yüzyıl ve 21. yüzyılın başlarında Amerikan popüler kültürü gibi, Birleşik Devletlerin sınırlarının ötesine yayıldı, zamanla küresel popüler kültür üzerinde yaygın bir etkisini oluşturdu.

Bu bölümde Amerika televizyon yayıncılık tarihindeki ilk program türleri değerlendirilecek. Aşağıda konuşulacak program türlerinin ilk olarak Amerika'da temeli atılmakla birlikte, aynı zamanda dünya televizyon programcılığının gelişimine de büyük bir oranda katkı sağladı. Çünkü Amerika'da gelişen program türleri ve onların dünya televizyon yayıncılığına uyarlanması sonucunda televizyon dünyası toplumun vazgeçilmez parçası haline geldi.

20. yüzyılın ortalarına doğru, toplum yaşadıkları şehir ya da kasaba dışındaki yüzlerce kilometre uzaklıkta olan gerçek olayları görebilmek ve duymakla ilgili merak içerisindeydi. İnsanlarının bu ilgisini, sesle birlikte görüntüyü de ekrana getirebilen televizyon teknolojisi karşılayabilir diye bu Amerikan halkının televizyona olan ilgisini arttırdı. Televizyon teknolojisine duyulan bu ilgi zamanla televizyon satışlarının artmasına neden oldu. Böylece Amerika halkı televizyon aletlerini evlerinin köşelerine yerleştirmeye başladı. Amerika'nın televizyonculuk alanındaki bu önemli olay, komedyen Milton Berle'ye ilgili olduğu söylenmektedir. Çünkü Milton Berle televizyonun kısa tarihinde en popüler programlarından biri olan The Texaco Star Theatre şovunun (1948 ve 1953 tarihleri arasında NBC tarafından yayınlandı) yıldızı haline geldi. Bu programın popüler olmasından sonra Amerikan hane halklarının % 2'sinden daha azında televizyon vardı. Televizyonun toplumda yer almasının ardından ilk on yılının sonuna geldiğinde, televizyon popüler davranış üzerinde daha önceden baskın olan okullardan, kiliselerden ve devlet kurumlarından daha büyük bir etkiye sahip olduğu ve Amerikan kültürü üzerinde iz bıraktığına inanılıyordu. Amerika 1949 yılına kadar dört ağ üzerinde - Amerikan Yayıncılık Şirketi (ABC), Columbia Yayın Sistemi (CBS; daha sonra CBS Şirketi), Ulusal Yayıncılık Şirketi (NBC) ve DuMont Televizyon Ağları ile düzenli olarak yayıncılık yapıyordu. Ancak bu kuruluşların televizyon yayıncılığı zaman içerisinde izleyicilerin isteklerini karşılayamaz hale geldi. Akşamları televizyon kanalları program sunamamaktaydı. Nadiren ana yayın akışı olarak bilinen saat akşam 20.00-23.00

arasında gösteri dizisi yayınliyordu. Bu dönemde televizyon satışları düşüktü, bu yüzden program türleri mevcut olsa bile izleyici kitlenin sayısı sınırlıydı.



Fotoğraf 3.1 Berle, Milton (1950)

1950’li yıllara gelindiğinde televizyon satışı artmaya başlayınca televizyon kuruluşları tarafından yayın akışını hangi program türleri ile doldurabileceğine ilgili soru ortaya atıldı. Bu bağlamda televizyonlar, filmler gibi, hareketli görüntüler ve senkronize ses ile karakterize edildiğinden dolayı en sağlıklı seçim Hollywood filmleriydi. Fakat filmler ekonomik olarak pahalı ve fazla emek istemekteydi. Buna ek olarak film çekimi için ekip gücü, uygun yer ve set gerekiyordu. 1950’lerin ortasına kadar Hollywood stüdyoları televizyonu tehditkâr yeni çevre olarak algıladı ve televizyon kuruluşları ile ortak olmak istemiyordu. Bu nedenle, televizyon yapımcıları kolay ve ucuz bir şekilde çekim yapabilecek hikâyeler aramaktaydı. Bir sürü deneylerden sonra, televizyon yönetmenleri tiyatroya, özellikle vodvil’e¹² (vaudeville) yöneldiler. Çünkü vodvil, sayısız müzisyenler, dansçılar, hokkabazlar ve hayvanlar dâhil olmak üzere çeşitli eylemlerden oluşan canlı eğlence gösterileri yapmaktaydı. Radyo ve sesli filmlerinin ortaya çıkmasından önce, “vodvil” Amerika Birleşik Devletleri’nde sahne sanatlarının en popülerlerinden biriydi. Radyonun ortaya çıkmasıyla, birçok eski “vodvil” oyuncular, radyo yıldızları haline gelmiştir ve bu da vodvil formatı, televizyona daha da uygun olacağı düşüncesi öne çıkmaktaydı. Böylece Broadway yıldızı Max Liebman tarafından yayınlanan bir şehir komedisi, Amerika televizyonculuğundaki ilk eğlence içerikli komedi programı oldu. Böylelikle durum komedi

¹² 1800’lerde ve 1900’lerin başında müzik, dans ve şakaların yer aldığı bir tiyatro eğlencesi

programı olarak adlandırılan “sitcom” (durum komedi) Amerikan televizyon yayıncılığının vazgeçilmez türü haline geldi. Amerika’da 1920’lerde radyolardan yayınlanan sitcom’lar daha sonra televizyona uyarlanarak izleyici kitle tarafından en çok sevilen popüler program haline geldi. Bu tür programlar genelde izleyicileri güldürmek amacıyla yapılan aile hikâyelerinden oluşuyordu. En popüler erken sitcom’lar CBS tarafından 1949 ve 1957 yılları arasında yayınlanan “Mama”, NBC kuruluşu tarafından ekrana getirilen Aldrich Ailesi (1949-1953) ve CBS, NBC, DuMont tarafından yayınlanan Amos “n” Andy’di (1949-1956).

Ekim 1951’de Lucille Ball ve Desi Arnaz’ın karı-koca ekibinin başrolünü paylaştığı I Love Lucy’nin (CBS, 1951-1957) ilk filmi, Amerikan televizyonculuğunda bir devrimin başlangıcı oldu. Bu program, televizyon programcılığı için yeni standartlar oluşturdu: canlı yayın yerine film çekildi; New York’tan ziyade Hollywood’da üretildi ve izleyiciler antolojinin¹³ya da çeşitli gösterinin yerine epizodik dizinin tarzını izledi. Gösterinin sıra dışı popülerliği, bu yeni standartların başkaları tarafından taklit edileceğini garanti etti. I Love Lucy dizisinin çekimi altı sezona kadar devam etti ve televizyonda en çok izlenen dizi olarak, her yıl Nielsen reytinglerinde üçüncü sıradan düşmedi. Milton Berle’in The Texaco Star Tiyatrosu Amerikan televizyonculuğundaki ilk büyük popüler şov programı olarak algılanırken I Love Lucy ilk kaliteli televizyon komedisiydi.



Fotoğraf 3.2 Lucille Ball ve Desi Arnaz (1955)

I Love Lucy gibi bu tür programların popülaritesi, televizyon eğlence programlarının Amerikan toplumunun üzerinde etki etmeye başlamasına neden oldu. Ayrıca, 1952’deki

¹³ Her bölümün kendi hikâyesi, karakterleri ve aktörleri olan televizyon dizisi

cumhurbaşkanlığı seçim kampanyası, televizyonun siyaset alanında da önemli rol alabileceğini öne sürdü. Amerika’da 1953 yılında Dwight Eisenhower’in Cumhurbaşkanlığı kampanyası, televizyon reklamcılığı aracıyla seçimi kazanan ilk Cumhurbaşkanı oldu.

Diğer televizyon programları gibi bilgi-yarışma programları da ilk Amerika’da ortaya çıktı. Yarışmacılara büyük para ödülü veren program, 1950 yılında televizyonun ana yayın akışında yayınlanan popüler bir program türü haline geldi.1956 yılının sonbaharında, televizyon kuruluşları toplam 16 bilgi yarışma programların prime time’da yayınladı ve bu programların 6’sı belli bir zamana kadar reytingi en yüksek programlar içerisinde yer aldı. Ancak, 1958 yılında bu programlar kendi popülaritesini korumak maksadıyla, program katılımcılarına yayına başlamadan önce soruların cevapları verildiği hakkında yaygın iddialar yapıldı. Bilgi yarışma programları etrafında yer alan bu tür skandallar entelektüellerin, toplum liderlerinin televizyona olan inançlarını kaybettirdi. Ancak toplumun televizyona karşı değişen tavrına rağmen, 1960 yılında televizyonun Amerika’da etkin medya olduğu hiç kuşkusuzdu. Bu yıllarda, ortalama günlük radyo dinleme oranı iki saatten daha azken, diğer yandan, televizyon izleme oranı günde beş saatten fazlaydı ve zaman içerisinde izlenme oranı büyümeye devam etti. Amerika’da 1960’lar televizyon için filmlerin yapılmaya başladığı dönem olarak algılanmaktadır.1964’te NBC televizyon için özel hazırlanan uzun metrajlı filmleri yayınlamaya başladı.1970’e geldiğinde, televizyon kuruluşları televizyon için 50 yeni filmi yayınladı.

1978 yılında ekrana giren ve 13 yıldır yayıncılığını sürdüren, Amerika televizyon izleyici kitlesi tarafından çok sevilen popüler televizyon dizisi “Dallas” oldu. “Dallas” 1980’lerde en popüler yapım olarak ilk kez prime time zamanına “soap opera”¹⁴ olarak adlandırılan program türünü getirdi. Pek çok medya uzmanları tarafından kaliteli bir drama olarak görülmemesine rağmen, Dallas devam eden hikâye çizgisini kullanarak kaliteli dramalar için temel oluşturdu.

Gündüz kuşağındaki programlar gibi, Dallas da entrika, ihanet, romantizm, aile mücadeleleri ile doluydu. Dallas dizisinin çekimi Teksas’ta zengin bir petrol zengini ailenin birkaç nesline ev sahipliği yapan Southfork Ranch’ta yapıldı. İki sezon mütevazı bir ticari başarıdan sonra, Dallas üçüncü yeni sezonu ile Amerika’da tam bir popüler dizi haline geldi. 1980’lerde Dallas dünyada 90 ülkede yayımlandı.

¹⁴ Ayrı ardışık bölümlerden oluşan epizodik diziler



Fotoğraf 3.3 “Dallas” Dizisinin Oyuncuları (1987)

1980’ler Amerika’daki televizyon ağlarının Doğu Standart Saat dilimi 23:30 geç saatlere kadar yayın yapmaya başladığı yıllar oldu. Gece televizyon yayıncılığında her zaman lider olan NBC, yerel akşam haberlerini takip etmek üzere 1954 yılında The Tonight Show’u sunmuştur. The Tonight Show’u devam ettiği süreçte Steve Allen ve Jack Parr gibi komedyenler sunucu olmuştur. Ancak 1962’den 1992’ye kadar programın sunucusu olan Johnny Carson programın popülerliğin arttırarak kendisi “Geç Gecenin Kralı” atandı.



Fotoğraf 3.4 Jhonny Carson Tonihgt Show (1979)

20. yüzyılın 60 yıllarında Amerika televizyonculuğunda fayda olan program türlerinden biri Talk Show’dur. Talk Show program türünün ilk kez ortaya çıkmasına neden olan Amerikan televizyon sunucusu Phil Donahue idi. Phil Donahue canlı yayın sırasında

stüdyo misafiri ile röportaj yaparken, sorularının tükendiğini fark etmiş ve stüdyoda oturan izleyicilerin birine mikrofonu uzatarak “Misafirimiz için bir sorunuz var mı?” sorusunu sormuş. Böylece konuşma şov tarzı ortaya çıkmıştır.

Talk Show programının böyle bir formata dönüşmesi, izleyiciler tarafından hoş karşılandı ve diğer gazeteciler programlarda bu formatı kullanmaya başladı. 80'lerde, talk show, Oprah Winfrey tarafından "The Oprah Winfrey Show" ("The Oprah Winfrey Show") programı ile popüler hale geldi. İnsanlar stüdyoya misafir olarak geldi ve hayatlarından gerçek hikâyeler anlattı. Talk show programlarına katılan pek çok yıldız sansasyonel ifadelerde bulundu.

Aynı zamanda, Amerika'da "Larry King Live" adlı bir talk şovu ortaya çıktı. Lider Larry King, politikacılar, aktörler ve halk liderleri ile canlı programlar yaptı. Böylece, Larry King'in adı konuşma şovlarının türü ile ilişkilendirilmeye başladı. Larry King, en iyi talk show sunucularından biri olarak kabul edilmektedir.

1989 yılına yayınlanmaya başlayan "The Simpsons" ve ABC tarafından 1960-1966 yıllar arasında yayınlanan "The Flintstones" ilk animasyon programları oldu. Fox kanalında yayınlanan bu programlar prime time zamanındaki en uzun animasyon programları olarak televizyon tarihinden yer aldı. Simpsonlar 24 yıl boyunca yayın yaparak en uzun kült çizgi dizi olarak tarihe geçmiştir. Simpsonlar televizyon komedisi için yeni bir standart belirledi ve 1990'ların sonunda birçok medya eleştirmenleri tarafından en iyi televizyon komedisi olarak adlandırıldı.



Fotoğraf 3.5 "The Simpsons" Animasyon Programı

On yıllık aradan sonra, bilgi-yarışma program türleri yeniden prime time zamanında 1999 yılında yayınlanmaya başlandı. İlk ABC tarafından yayınlanan yarışma programı izleyiciler tarafından büyük bir ilgi ile izlendi. Regis Philbin tarafından sunulan “Kim milyoner olmak ister?” programı sınırlı bir seri olarak işlev gördü. 1999 Ağustos, Kasım ve Ocak aylarında yarışma programı haftada üst üste 18 defa yayınlanarak Nielsen reyting değerlendirme listesinde her gün ilk sıradan göründü. 2000 yıllarında bu programın izleyiciler sayısı 30 milyonu kapsadı. Bilgi yarışma programları yukarıda söylendiği gibi ilk olarak radyoda yayınladı ve 1950’lerde televizyona uyarlandı. Amerika izleyici kitlesinin en sevdiği programlardan biri ve NBC tarafından 1975-1989 tarihlerinde yayınlanan Wheel of Fortune idi. Diğer bir popüler yarışma programı ise NBC tarafından 1964 ve 1990’lara kadar yayınlanan “Jeopardy” programıydı. Söz konusu programların sadece Amerika’da değil dünya televizyonculuğuna uygulanan yapımlardır. Amerika’da yarışma programlar etrafında olan skandallar, negatif düşünceler “Wheel of Fortune” ve “Jeopardy” programlarının çıkması ile ortadan kaldırıldı.



Fotoğraf 3.6 “Wheel of Fortune” Program Jeneriği (1985)



Fotoğraf 3.7 “Jeopardy” Programı (1987)

Reality program türleri yeni yüzyılın televizyon yayıncılığındaki en önemli gelişmelerinden biriydi. Ancak bu program türü televizyonun kendisi kadar eskiydi. “Reality Show” programları Amerika’da 1950’lerde başlamış. Bu yıllarda sokaklara gizli kameralar kurularak şakalara karşı tepki gösteren insanları çekiyordu. Bu programlar “gizli kamera şakaları” olarak adlandırıldı. İlk bu tür program ABC tarafından 1948 yılında yayınlandı ve bugüne kadar dünya televizyonculuğunda yıllardır yayınlanan en uzun program türlerinden biri oldu. 1974 ve 1984 tarihleri arasında NBC tarafından yayına başlayan “Real People” programı realite program türlerinin gelişmesini sağladı. Bazı medya eleştirmenleri tarafından “merak uyandıran” yapımlar olarak adlandıran realite programlarında, örneğin bir kişi çamur yiyordu ve başkası geriye doğru yürüyordu. Bu tür programlar farklı yayın kuruluşları tarafından en çok taklit edilen program türü haline geldi. 1980’lerde ve 1990’larda ev video teknolojileri yayıldıkça, amatörlerin çektiği videolar üzerinde televizyon şovları geliştirilmeye başladı. Örneğin ABC, Amerika’nın En Eğlenceli Ev Videolarının yayınlarını 1990 yılında başlattı. Amatörler ödül parasını kazanma umuduyla kendi çektikleri görüntüleri kasetlere kaydederek gönderiyordu. Bu televizyon şovu, Nielsen reyting değerlendirme listesinde en üst sırada yer aldı. Sonra profesyonel ve amatör video ürünlerini bir araya getiren Real People’in güncellenmiş versiyonu olan “Amerika’nın En Komik İnsanları” ABC tarafından 1990 ve 1994 yılları arasında izleyicilere sunuldu.

2000 yıllarda Amerika’da televizyon program türleri arasında kendi popülaritesini kazanan program ise, Fox kanalının yayınladığı “American Idol” yapıımıydı. American Idol 1930-1940 yıllarında radyodan ve 1948-1970 yılları arasında televizyondan yayınlanan “The

Original Amateur Hour” programının bir benzeriydi. The Original Amateur Hour'da olduğu gibi, Amerikan Idol, pop yıldızlarının ortaya çıkmasını sağladı ve yarışmacılara Grammy'ler de dâhil olmak üzere sayısız ödül kazandırdı.



Fotoğraf 3.8 “Amrican Idol” Programı (2017)



Fotoğraf 3.9 “The Original Amateur Hour” Afişi (1950)

İlk kez Amerika’da ortaya çıkan diğer bir program türü ise gündüz program kuşağında yer alan bilgilendiren/eğlendiren haber programları. 1975 yılı ABC televizyon kuruluşu tarafından yayına başlayan “Good Morning America” ve NBC tarafından 1952 yılında ekranlara gelen “Today” programları bugüne kadar kendi popüleritesini devam ettirmektedir.

Sabah kuşağında yayınlanan bu tür programlar neredeyse tüm dünya ülkelerinin televizyon yayıncılığına uyarlanmıştır.



Fotoğraf 3.10 David Hartman ve Joan Lunden “Good Morning America” Programı (1980)

Bu verilerden yola çıkarak, televizyon program yayıncılığının temelini oluşturan ve televizyonu toplum arasında vazgeçilmez teknoloji haline getiren program türleri ilk Amerika’da ortaya çıktığını ve küresel format olarak diğer ülkeler tarafından benimsenmiş olduğunu söylemek mümkündür. Böylece bu program türlerinin ortaya çıkmasıyla birlikte, dünya genelindeki ülkelerin televizyon yayıncılığına uyarlandığı görülmektedir.

3.1.1.Amerikan Televizyon Program Formatlarının Kazakistan Televizyonculuğunda Uyarlanması

Son yıllarda Kazakistan’daki televizyon yayıncılığı ve televizyon programcılığının gelişimi televizyon kanalları arasında artan rekabetle, ülkede yeni yayıncıların ortaya çıkmasıyla, dijital yayın standartlarına kademeli geçişi ile ilgilidir. Günümüzde Kazakistan’daki televizyon yayın akışından sadece yerli yapım programları değil onunla birlikte çok sayıda yabancı televizyon yapımlarından uyarlanan program türleri de yayınlanmaktadır. Kazakistan’da izleyici kitleye sunulan programların çoğu Amerika televizyon programlarından taklit edildiğini görmek mümkündür ve bu tür programlar Kazakistan’da izleyici kitlesi tarafından büyük ilgi ile izlendiği söylenebilir.

Yabancı kaynaklı televizyon programları yalnızca Kazakistan’da değil, birçok ülkede aynı dönemlerde yeniden yapılandırılarak seyircilere sunulmaktadır. Bu programlar farklı kültürel özellik taşıdıkları halde farklı coğrafyalarda izleyiciler tarafından beğeniyle takip edilmektedir. Bu programların en dikkat çekici yönü ise yukarıda söylendiği gibi, halkça

tutulma oranının yüksek olmasıdır. Çalışmanın bu kısmında Kazakistan’a Amerika’dan ithal edilerek uyarlanan televizyon program türleri söz konusu olacaktır ve örnek olarak aşağıda yer alan programlar irdelenecektir.

1990’lardan bu yana Kazakistan televizyon kanlında yayınlanan Rus yapımlı “Pole chudes” televizyon programı ilk yayına 25 Ekim 1990’da başlamıştır. İlk yayından itibaren Kazakistan televizyon izleyicisi tarafından büyük bir ilgi ile karşılanan bu program bugüne kadar popülaritesini sürdürmektedir. “Pole chudes” Amerika programı Wheel of Fortune programının bir benzer halidir. Amerikalı ünlü televizyon yapımcısı Merv Griffin tarafından ilk olarak 1975 yılında tasarlanan Wheel of Fortune programı, 1983 yılından beri Amerika’da haftada 6 defa yayınlandı. Bu program türü en uzun süre yayında kalan klasiklerden biri haline gelmiştir. Wheel of Fortune yayına başladığı zamandan itibaren Pat Sajak ve Vanna White programın uzun süre sunuculuğunu üstlenmişlerdir. Kazakistan televizyon kanallarında yayına başlayan programın Rusça versiyonunun sunucusu ise Leonid Yakubovich’dır ve bu programın yayına girdiği zamandan itibaren sunuculuğunu yapmaktadır. Leonid Yakubovich bu yarışma programını kişisel özellikleri ve yetenekleri ile program formatını yerel ve kültürel özelliklerine göre işleyerek ve sunarak programın yerel hale dönüşmesine önemli katkılar sağladı. İlk başta Rusya’nın Kazakistan’daki şubesi ORT kanalında yayınlanan program, günümüzde Kazakistan’daki Pervyi Kanal Evraziya kanalı tarafından her Cuma akşam (prime-time) saat 21:50’de yayına girmektedir.



Fotoğraf 3.11 “Pole Chudes” Programı (2015)



Fotoğraf 3.12 “Pole Chudes” Programının Sunucusu Leonid Yakubovich

Programın orijinal versiyonu gibi “Pole Chudes” programında da izleyicileri ve katılımcıları eğlendirme işlevi ön planda yer almaktadır. Halk arasından seçilen yarışmacılar büyük ödül için yarıştıkları programlarda başarısız olduğu zamanlarda teselli ödülleri verilmekteydi. Bu program zamanla popülaritesini arttırmak için belirli aralıklarda şarkıcı, ünlü oyuncular sahneye davet edilmekteydi. Wheel of Fortune programın Kazakistan’daki versiyonu ile hemen hemen aynı formattaydı. Program katılımcıları çevirdikleri servet çarkı ile puan kazanmaktaydılar ve program sunucusu tarafından sorulan sorunun cevabını harf olarak tamamlamak zorundaydı. Yarışmacılar zorlandığı sorularda arkadaşına yada herhangi birisine telefon ile ulaşarak yardım isteyebilmektedirler. Yarışmanın en büyük ödülü ise araba ve paraydı.

Qazaqistan kanalından haftada 4 defa gece saat 23:30’da yayınlanan “Tüngü Stüdyo” programının benzeri Amerika’da 23 yıl boyunca NBC tarafından yayınlanan “Late Show With David Letterman” adlı programın benzeri bir show’dur.

“Tüngü Stüdyo”da siyaset, spor ve gösteri alanındaki ünlü isimlerin davet edildiği program, mizahi bir akşam showuna dönüşmekteydi. Program içeriğinde sunucu katılımcılar ile her türlü konu hakkında sıradan ve sıra dışı konuşmalar yaparlar. Stüdyoya gelen misafirler çeşitli yarışmalara katılarak ödüllendiriliyordu.

Programın batılı versiyonu “Late Show” ise program sunucusu David Letterman’ın kendi projesiydi. David Letterman, Amerikan komedyeni ve popüler televizyon sunucusu. Programa katılan yıldızlar aktörler, müzisyenler, politikacılar (program misafirleri arasında Bill Clinton ve Barack Obama da vardı) ve benzer ünlüler, sunucu ile soru-cevap şeklinde kişisel ve sosyal yaşam hakkında diyaloglar yaşanırdı. Genellikle programın sonunda yıldızlar kendi branşında gösteri yapardı. Çoğu eleştirmenler tarafından, David Letterman,

programda gösterdiği keskin zekâ ve tavırlarından dolayı övgü aldı ve sunuculuğu sayesinde “primetime” kategorisinde dokuz defa “Emmy” ödülünü kazandı.

"Tüngü Stüdyo" programı aynı Batı formatı gibi Kazakistan'da büyük bir popüleriteye sahip oldu. Programın ilk sunucusu Nurlan Koyanbayev, 2000'lerden bu yana kadar en iyi komedyenlerden biri olarak kabul edilmektedir. Fakat 2018 yılının Mart ayında Nurlan Koyanbayev programdan ayrıldı ve Kayrat Adilgeri (oyuncu, komedyen) sunuculuğa getirildi. 2016 yılında "Tüngü Stüdyo" programına Kazakistan Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev misafir olarak katıldıktan sonra programa olan ilgi arttı. 2014 yılında başlayan bu program bugüne kadar devam etmektedir.



Fotoğraf 3.13 “Tüngü Stüdyo” Programı Stüdyo Konuğu Kazakistan Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev (2016)

3.1.2.Amerikan Televizyon Program Formatlarının Türkiye Televizyonculuğuna Uyarlanması

Çarkıfelek programı 1975 yılında Amerika'daki NBC yayın kuruluşunda aynı anda Türkiye'deki TRT 1 kanalında yayına başladı. On bir ünlü sunucu tarafından sunulmuş, fakat Mehmet Ali Erbil tarafından sunulan Çarkıfelek en parlak dönemini yaşamış ve en uzun yayın yapan sunucu unvanını elde etmiştir.

Wheel of Fortune yarışma programı, Türkiye'de yaklaşık TGRT, TRT1, TNT, Fox TV, Kanal D, Show TV ve en son Star TV kanalında yayınlanan bu program 2017 yılında Eylülde sezon finalini yaptı. Bu program dünya genelinde aynı formatta yayınlanmasına rağmen dönem dönem değişikliğine uğramıştır ve son haliyle evrensel bir programa dönüşmüştür. Programın ABD'deki orijinal yayın süresinin otuz dakika olmasına rağmen

Türkiye’de prime time kuşağı içerisinde 20:00 başlayıp dönemsel olarak 22:00 ve ya 23:00 saatlerine kadar yayın yapmıştır. Bu programın yakaladığı popülarite yayınlandığı zaman sürecinden anlaşılmaktadır.

Orijinal versiyonunda yarışmacılar yarışma formatı içerisinde çarkın döndürülmesi ile puan ve ya ceza dilimindeki duruma göre programın sonunda elde ettikleri dereceye göre ödüllendiriliyordu. Türkiye’nin en popüler sunucularından biri olan Mehmet Ali Erbil kişisel özellikleri ve performansı sayesinde ve programı Türkiye’nin geleneksel müzik ve tiyatro gibi içerikleri ile sentezleyerek programı yerel formata dönüştürmüştür.

Dünya genelinde yayınlanan program içerisinde en fazla ödül dağıtan program “Çarkıfelektir”. Programın formatı özelliği ise yarışmamaya her gün 21 kişi katılıyor 18 eleniyor ve 3 kişi finale kalıyordu. Finalde bulunan yarışmacılar en büyük ödül için (Teknolojik Paketi, Ev Sinema Sistemi, Motosiklet ve büyük ödül Araba) kazanmak için yarışıyorlardı.



Fotoğraf 3.14 “Çarkıfelek” Programı (2017)



Fotoğraf 3.15“Çarkıfelek” Programının Sunucusu Mehmet Ali Erbil

Simon Cowell tarafından yaratılan ve dünya çapında Amerikan şirketi Syco Entertainment ve Britanya yapım şirketi Fremantle Media tarafından sahip olunan "Got Talent" formatı, tüm zamanların en başarılı reality televizyon formatı olan Guinness World Record'u 184 ülkede yayınlamaktadır. Programın tasarımı Britanya'da yapılsa bile her iki ülkeye ortak yapım olarak ilk kez Amerika'da (2006) yayınlandı. Her yıl dünya çapında 500 milyondan fazla insan bu programı izlemektedir. İngiltere'nin bu programı yaşadığımız yüzyılın en çok izlenen programı olarak rekorunu elinde tutmaktadır ve halk içinden yeni sanatçılar keşfederek dünyaya tanıtmaktadır. Bu yarışma programı ile üne kavuşan ve bugüne kadar 23 milyon albüm satarak dünya genelinde satış rekorunu kıran Susan Böyle sansasyonel performansı ile kendini tanıttı.

2006 yılında Amerika'nın NBS televizyon kuruluşu "America's Got Talent" adlı yeni programına başlangıç yaptı ve programın ilk yayını 12 milyondan fazla izleyici tarafından izlendi. (Britanya'da 2007 yılında yayınlandı). Prime time zamanında yayınlanan bu program 18 ve 49 yaş arasındaki izleyiciler tarafından çok sevilen program haline geldi ve reyting oranı da yeterince yüksekti.



Fotoğraf 3.16 "American's Got Talent" Programının Jeneriği (2017)

Amerika'nın "Got talent" programında her yaştan ve dünyanın farklı ülkelerinden gelen yarışmacılar Amerikan kültürünü işleyerek bir milyon dolar kazanmak için yaratıcılık, yetenek, şarkı, dans vb. daha birçok yarışma türleri ile yarıştılar.

Bu programın Türkçe versiyonu "Yetenek Sizsiniz Türkiye", yapımcı Acun Medya tarafından tasarlanarak 10 Ekim 2009 tarihinde Show TV kanalında yayınlanmaya başlandı, ardından 2012 yılında Star TV kanalına geçti. 13 Eylül 2014 yılından itibaren Acun Medya

sahibi Acun Ilıcalı'ya ait olan TV 8 kanalında söz konusu yarışma programı hayatına devam etmiştir. Dünya genelindeki birçok ülke televizyonculuğunda faaliyet gösteren bu program küresel bir program olma niteliğini taşımaktadır. Programın Türk televizyonuna uyarlanan versiyonu 9 yıldır izleyiciler tarafından büyük bir ilgi ile izlenmektedir.



Fotoğraf 3.17 “Yetenek Sizsiniz Türkiye” Programının Jeneriği (2015)

“Yetenek Sizsiniz Türkiye” programı batılı versiyonu ile aynı formatı taşımaktadır. Bu programın çekimleri Amerika’da da ve Türkiye’de de farklı şehirlerde gerçekleştirilmektedir. Yarışmanın içeriği birçok dalda yarışmaya imkân sağlamaktadır. Bu yarışmada katılımcılar müzik, dans, resim, akrobasi, ilizyon, el becerileri gibi konularda yeteneklerini sergilemektedirler. Programın eğlenceye ağırlık vermesi programın izleyiciler sayısının çok olmasına ve reyting oranının yükselmesine neden olmuştur. Her iki ülkede de bu yarışma programı yarışmacılar arasında yapılan elemelerden sonra bir kişinin ve ya grubun birinci olarak ödülü elde etmesiyle sonlandırılmaktadır.

Çalışma kapsamında incelediğimiz Çarkıfelek ve diğer programlar her iki ülkede de ülkelerin yerel gelenek ve göreneklerine göre uyum sağlamayı başardığını söylemek mümkündür. Yine aynı şekilde bu programın hem Türkiye’de ve hem Kazakistan’da genel reyting oranı ve popülaritesi ile batılı versiyonunu aştığını görmek mümkündür. Medya kuruluşları tarafından bakıldığında, küresel yapım şirketlerin dünya genelinde aynı şablonu kullandığı kuşkusuzdur. Yukarıda da anlaşıldığı gibi izleyiciler tarafından çok sevilen bu tür programların özelliği, yayınladığı ülkenin kültürel unsurlarını taşıması hem de yarışmacıların halk içinden olmasıdır.

Dünya genelinde faaliyet gösteren medya kuruluşları kültürel engelleri açmak amacıyla birçok strateji geliştirdiler. Medya kuruluşları artık farklı ülkelerin din, dil ve

toplumsal yaşam tarzı ve bununla birlikte kültür unsurlarına uyum sağlayacak şekilde program formatlarını üretmektedir. Prodüksiyon şirketleri program formatının bu tarzı sayesinde ticari gelirlerini arttırmaktadır ve ulusal pazarlara girerek faaliyet alanlarını geliştirmektedirler. Diğer yandan formatın kültürel ve yerel unsurlara uyarlanmış hali, programın orijinaline nispeten daha çok izleyiciler tarafından izlense de, küreselleşmiş popüler kültürün topluluklar üzerinde bariz bir etkisi vardır. Böylece televizyon program formatları ne kadar uyarlansa da küresel kültür unsurları, her toplulukta sabit bir tarz olarak kalmaya devam etmektedir.

Program formatını yerel motiflerle donatamayan programlar kısa zaman içerisinde yayından kaldırılmaktadır.

3.2.Kazakistan ve Türkiye Televizyon Kanallarında Yer Alan Amerikan Yapımlı Programların İncelenmesi

3.2.1. Problem

Tez konusunun Amerikan televizyonculuğunun hâkimiyeti olarak alınmasının nedeni Amerikan program türlerinin diğer ülke televizyon programcılığına uyarlanma süreci tür olarak ve aynı zamanda ahlaki ve etik kuralları ile de uyarlanmasıdır. Çünkü çoğu ülke yabancı televizyon program formatlarını uygularken, halkın kültürel ve etnik özelliklerini göz ardı etmektedir. Böylece Amerika diğer alanlarda olduğu gibi televizyon yayıncılığında da kendi hâkimiyetini sürdürerek daha aktif bir rol oynamaya devam etmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada Türkiye ve Kazakistan televizyon yayıncılığında yer alan Amerikan yapımlı televizyon program türleri incelenecektir ve program türleri kaç kez yayınlandığı tespit edilecektir.

Bu çalışmada Kazakistan ve Türkiye televizyon kanallarının yayıncılık politikası ile ilgili önemli veriler sunabilecek ikinci bir araştırma da yapılmıştır.

Bu araştırmanın yapılma nedeni ise Türkiye ve Kazakistan'da yayın yapan televizyon kanallarının asıl görevlerini yerine getirip getirmediği ile ilgilidir. Çünkü günümüzde televizyon kanalları, içeriğini, zaman içerisinde revize ederek değişimlere neden olmuştur. Genel olarak eğlence içerikli, heyecan verici, duygulandıran ve kolay algılanan program yayıncılığını yapan televizyon kanalları, demokrasi ve izleyici açısından üzerine düşen asıl görevini icra edip etmediği ile ilgili çeşitli iddialar ortaya atılmaktadır. Dolayısıyla medya alanında oluşan bu değişimler Kazakistan ve Türkiye televizyon yayıncılığına ne derece sirayet ettiği ortaya konulacaktır.

3.2.2.Amaç

İlk araştırma, Türkiye ve Kazakistan televizyon yayıncılığında Amerikan televizyon programlarını belirlemek ve iki ülke televizyon yayıncılığında yayınlanan Amerikan program formatlarını tespit etmeyi hedeflemiştir. Ayrıca araştırma, iki ülkenin Amerikan program türlerine ne kadar yer verdiği ile ilgili verileri elde etmeyi amaçlamaktadır. İkinci araştırma ise Kazakistan ve Türkiye televizyon kanallarının prime time zamanındaki program sayısını, süresini ve konularını araştırmayı hedeflemiştir. Buradaki amaç ise, Türkiye ve Kazakistan televizyon kanallarının içeriğini inceleyerek, kanalların hangi program türlerine ne kadar yer verdiğini tespit etmektir. Elde edilen bilgiler doğrultusunda kanalların yayıncılık politikası ile ilgili veriler ortaya çıkmıştır.

3.2.3.Sınırlılıklar

Araştırmada Kazakistan'ın devlet televizyon kanalı Qazaqıstan ve farklı medya şirketlerine ait olan, geniş izleyici kitlesine sahip Khabar TV, Astana TV, Kanal 31, KTK TV, 7 Sedmoi Kanal, Pervyi Kanala Evraziyagibi ticari televizyon kanallarının ve aynı şekilde Türkiye'deki devlet televizyon kanalı TRT1 ile reyting sıralamasında önde gelen Show TV, TV8, Fox TV, Star TV, Kanal D, ATV gibi özel televizyon kanallarında yayınlanan Amerikan program türleri ve programların süresi incelenmiştir. Bununla birlikte kanalların politikaları ile ilgili verileri tespit etmek amacıyla, kanalların prime time zamanındaki yayın akışları ve program süreleri incelenmiştir.

Bu çalışma 19-25 Mart 2018 tarihleri arasındaki Kazakistan ve Türkiye televizyon kanallarının prime time (saat 18.00- 23.59) yayın akışı ile sınırlandırılarak niceliksel içerik analizi ilkeleri doğrultusunda gerçekleştirilmiştir.

3.2.4.Varsayım

İlk araştırma analizi, şu varsayımları sınamak amacıyla uygulanmaktadır:

1.Kazakistan televizyon kanallarındaki prime time yayın akışında Amerikan yapımlı programlar ağırlık oluşturmaktadır.

2.Türkiye televizyon kanallarındaki prime time yayın akışında Amerikan yapımlı programlar ağırlık oluşturmaktadır.

3.Kazakistan'da Prime time zamanında Amerikan yapımlı programlar daha çok izlenmektedir.

4.Türkiye'de Prime time zamanında Amerikan yapımlı programlar daha çok izlenmektedir.

İkinci araştırma analizi, aşağıdaki varsayımları denemek amacıyla uygulanmaktadır:

1.Kazakistan'daki kamu ve özel televizyon kanalları prime time yayın akışında eğlence tarzındaki programlara ağırlık vermektedir.

2.Türkiye'deki kamu ve özel televizyon kanalları prime time yayın akışında eğlence tarzındaki programlara ağırlık vermektedir.

3.Kazakistan'da prime time'da eğlence programlarına ağırlık veren kanallar izleyici kitle tarafından daha çok takip edilmektedir

4.Türkiye'de prime time'da eğlence programlarına ağırlık veren kanallar izleyici kitle tarafından daha çok takip edilmektedir

3.2.5.Yöntem

Çalışmada Türkiye ve Kazakistan'da en çok izlenme oranına sahip 7 televizyon kanalının prime time zamanında yayınlanan Amerikan yapımlı televizyon programlarının tür olarak dağılımı analiz edilmiştir ve kaç kez yayınlandığı saymaca tekniği ile tablolara yerleştirilmiştir. Elde edilen verilerle değerlendirme yapılmıştır. Sonrasında kanalların prime time yayın akışındaki genel verileri ele alınmış, böylelikle kanalların hafta içi ve hafta sonu yayın akışının prime time zaman dilimindeki programları niceliksel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Kanalların yayın akışları niceliksel içerik analizi yöntemi ile ilk önce programlar türlerine göre sınıflandırılmış, belirlenen hafta çerçevesinde prime time saatlerinde programların kaç kez yayına girdiği saymaca tekniği ile tablolara yerleştirilmiştir.

3.3.Kazakistan ve Türkiye Televizyon Kanallarında Amerikan Televizyon Programlarının Yayın Akış Analizi

Bu bölümde, Türkiye'de ve Kazakistan'daki televizyon yayıncılığında en çok izleyici oranına sahip 7 yayın kuruluşunun prime time analizi yapılacaktır ve kanalların yayın içeriğinde Amerikan yapımlı televizyon program türleri tespit edilerek, kanalların Amerikan program türlerine ne kadar yer verdiği analiz edilecektir. Prime time Türkiye'de olduğu gibi Kazakistan'da da televizyonun en fazla oranda izlendiği zaman dilimini ifade eden ana yayın kuşağıdır. Yeni teknolojilerin 20.yüzyılın son çeyreğinde dünyanın her yerinde rekabet olgusunu artırmış ve televizyon sistemlerini kararsızlaştırması, “prime time” kavramını ticari televizyon şebekelerinin belirgin bir endüstri oluşturduğu ABD dışındaki ülkelerde de her geçen gün daha da önemli ve yaygın hale gelmiştir. (<http://www.museum.tv/archives/etv/P/htmlP/primetime/primetime.htm>, erişim tarihi: 20.01.2018).

“Televizyonun en çok izlendiği akşam kuşağı” olarak kabul edilen “prime-time”, Türkiye'de ve Kazakistan'da televizyon yayınlarının 19.00 ile 23.00 arasındaki zaman

dilimini ifade eder. Amerika’da bu zaman dilimi 20.00 ile 23.00 arasındır, Doğu ve Pasifikte 19.00 ile 23.00 arası; Orta Doğu Bölgesinde ise 18.00 ile 22.00 arasındadır. Bu zaman dilimi televizyon kanalının kimliğini ortaya koyduğu gibi program yapım maliyeti ve prestij açısından önemli programlar bu zaman diliminde yayınlanır. Prime time uygulamayla saptanan ve izleyicilerin günlük yaşam biçimi ve tarzlarından oluşan somut bir yayıncılık sistemidir. Bu zaman dilimi izleyici kitlenin televizyon izleme için serbest zamana sahip olduğu saatleri kapsar ve bu izleyici sayısının gün boyunca en üst düzeye ulaşmasını ifade eder.

Türkiye’de incelenecek kanallar TV8, Fox TV, Star TV, Kanal D, ATV, Show TV, TRT 1 olarak sıralanmıştır. Kazakistan’da incelenecek kanallar ise QazaqstanTV, Khabar TV, Astana TV, Kanal 31, KTK TV, 7 Sedmoi Kanal, Pervyi Kanala Evraziya şeklindedir. Analiz kapsamında kanalların 19-25 Mart 2018 haftasında prime time(saat 18.00-23.59) yayın akışları incelenmiştir. Böylece yukarıda sıralanan ve iki ülkede de zirvede bulunan TV kanalların prime time saatlerinde yayınlanan Amerikan yapımlı program türleri incelenmiştir. Bu kanalların seçilmiş olmasının sebebi ise her iki ülkede de reyting sıralamasında en üst sırada bulunmasıdır. Kanalların reyting değerlendirmesi aşağıdaki tablolarda görülmektedir.

Tablo 3.1 Türkiye’deki En Çok İzlenme Oranına Sahip 7 Yayın Kuruluşu Reyting Dönemi 2018 Mart

SIRA	KANAL	İZLENME ORANI
1	ATV	10,973%
2	TRT1	6,389%
3	STAR TV	6.111%
4	SHOW TV	4,895%
5	KANALD	3,695%
6	FOX TV	3.102%
7	TV8	2.299%

Tablo 3.2 Kazakistan’daki En Çok İzlenme Oranına Sahip 7 Yayın Kuruluşu Reyting Dönemi 2018 Mart

SIRA	KANAL	İZLENME ORANI
1	Pervyi Kanala Evraziya	20,72%
2	KTK	14,32%
3	31 KANAL	11,55%
4	ASTANA TV	9,92%
5	7 Sedmoi Kanal	7,73%

6	Khabar TV	6.55%
7	Qazaqstan	6.17%

3.3.1.Kazakistan Televizyon Yayıncılığında Amerikan Yapımlı Programlara İlgili Bulgular

Araştırma kapsamında yer alan Kazakistan kanallarının haftalık prime time verileri aşağıdaki bölümde tabloda toplanmıştır. Tabloda sadece Kazakistan televizyon kanallarında yayınlanan Amerikan yapımlı program türleri ve türlerin sayısal verileribir araya getirilmiştir. Tablonun dışındaki diğer konularla ilgili elde edilen veriler yazılı olarak belirtilmiştir.

3.3.2.Kazakistan Televizyon Yayıncılığında Amerikan Yapımlı Programların Türlere ve Süreye Göre Dağılımı

Tablo 3.3 Kazakistan'da Prime Time'da Yayınlanan Amerikan Yapımlı Televizyon Programlarının Türlere Göre ve Süre Olarak Dağılımı

Kanal Adı	Program Türleri (Program Sayısı/Program Süresi)							
	Haber ve Haber Programları	Dramatik Programlar	Spor Programları	Eğlence Programları	Kültür Programları	Gerçek İnsan Hayatından Yola Çıkılarak Hazırlanan Prog. ve Belgeseller	Dini ve Moral Programları	Genel Toplam
Qazaqstan TV	-	-	-	4/160dk	-	-	-	4/160dk
31 Kanal	-	2/200dk	-	-	-	-	-	2/200dk
Astana TV	-	-	-	-	-	-	-	
Khabar TV		4/235dk						4/235dk
KTK TV	-	-	-	-	-	-	-	
Sedmoi Kanal	-	2/150dk	-	-	-	-	-	2/150dk
Pervyi Kanal Evraziya	-	-	-	1/75dk	-	-	-	1/75dk
Toplam	0	8/585dk	0	5/235dk		0		13/820dk

Genel Toplam. Analizi yapılan ilgili haftada Kazakistan’da çok izleyici oranına sahip 7 yayın kuruluşunun prime time zamanında yayınlayan Amerikan yapımı programların genel toplam sayısı 13 ve genel toplam süresi 820 dakikadır.

Toplam. İlgili haftada Kazakistan’daki 7 televizyon kanalı bir haftada 8 dramatik olarak adlandırılan dizi ve filmlere yer vermektedir ve bu programlara toplam 585 dakika yer ayırmıştır. Eğlence programların toplam sayısı 5 ve toplam süresi 235 dakikadır.

Araştırma kapsamında izlenme oranı ile ilk yediye giren devlet televizyon kanalı Qazaqstan TV, inceleme haftasında Amerikan program türünden uyarlanan 4 eğlence programını yayınlanmıştır. Bu eğlence içeren sohbet programı “Tüngü Studio” haftanın dört günü saat 23.20’de prime time zaman diliminde yayına girmiştir ve bu programlar kanalın yayın akışında 160 dakika yer tuttuğu görülmektedir. “Tüngü Studio”, 1954 yılında The Tonight Show olarak yayına başlayan Amerikan televizyon programının format olarak benzer halidir. Bu programlar ile ilgili bilgiler yukarıdaki Amerikan televizyon program formatlarının Kazakistan televizyonculuğuna uyarlanması adlı bölümde örnek olarak verilmektedir.

Analizi yapılan haftanın tablosunda ikinci sırada yer alan ticari televizyon kanalı 31 Kanal, haftanın iki günü dramatik program olarak adlandırılan Amerikan yapımı sinema filmi Hidalgo’u ekrana getirmiştir. İlgili haftada yayınlanan bu sinema filmine, kanal tarafından, toplam 200 dakika yer verilmektedir. Film, Çarşamba günü prime time zamanında saat 21.00 yayına girmiştir. Aynı yayın bir gün sonra tekrar yayına konulmuştur. Perşembe günü prime time’den önce saat 16.40’da yayına başlayarak saat 19.40’a kadar devam etmiştir. Kanal, Hidalgo filminin dışında diğer Amerikan yapımı dramatik programları da yayınlamaktadır. Ancak bu programlar prime time zamanından sonra yayına konulduğundan dolayı, programlara ilgili veriler sunulmamaktadır.

Tabloda üçüncü sırada yer alan Astana TV kanalı inceleme haftasında Amerikan yapımı programları yayınlamamaktadır.

Khabar TV kanalı, incelenen haftanın ana yayın kuşağında Amerikan yapımı 4 dramatik programa yer vermiştir. Yayınlanan programlar “Blacklist” adlı dizi ve “My sister’s keeper” adlı sinema filmidir. Sinemada psikolojik gerilim türü olarak adlandırılan “Blacklist” dizisi kanalda haftanın üç günü, prime time zaman diliminde saat 22.00’de yayına başlamıştır. Khabar Tv kanalı “Blacklist” dizisini üçüncü sezon yayınlamaktadır. Kanal, bu programlara prime time zamanında toplam 235 dakika yer vermiştir.

Araştırma kapsamında oluşturulan tabloda beşinci sırada yer alan KTK kanalı ilgili haftada prime time zamanında Türk ve Rus yapımı programların dışında yabancı programlar sunmamaktadır.

Araştırma yapılan haftanın altıncı kanalı 7 Sedmoi Kanal, haftanın iki günü 2 Amerikan yapımı filmi yayınlamıştır. Gerilim, drama ve macera içerikli “Hanna” filmi hafta sonu Cumartesi saat 22.50 yayına girmiştir. Aksiyon, suç ve komedi içeren “Hollywood Homicide” filmi ise Pazar saat 22.40 yayına girmiştir. Kanal, bu iki filme, ana yayın akışında toplam 150 dakika yer vermiştir.

İlgili haftada araştırma kapsamına alınan son özel kanal Pervyi Kanal Evraziya, Amerikan program türünden uyarlanan sadece 1 bilgilendiren/eğlendiren program türünü yayınlamıştır. İnceleme haftasının Cuma günü saat 20.45 yayına giren “Pole Chudes” programı Amerikan yapımı, Wheel of Fortun eprogramının bir benzer halidir. Amerikalı ünlü televizyon yapımcısı Merv Griffin tarafından ilk olarak 1975 yılında tasarlanan Wheel of Fortune programı, 1983 yılından beri Amerika’da haftada 6 defa yayınlandı. Bu program türü Kazakistan’da ve diğer ülkelerde de en uzun süre yayında kalan klasiklerden biri haline gelmiştir. Bu program ile ilgili bilgiler yukarıdaki Amerikan televizyon program formatlarının Kazakistan televizyonculuğuna uyarlanması adlı bölümde örnek olarak verilmektedir.

3.4.Kazakistan Televizyon Kanallarının Yayın Akış Analizi

Bu çalışma, araştırmanın yöntem kısmında belirtildiği gibi prime time’da Kazakistan’da yayın yapan en çok izlenme oranına sahip 7 TV kuruluşunun hafta içi ve hafta sonu yayın akışlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Böylece, prime time zaman diliminde iki ülkenin televizyon kanallarındaki yayın içeriğinde hangi haber (program) türlerine ne kadar yer ayrıldığı analiz edilecektir. Araştırma çerçevesinde televizyon kanalların yedi günlük program akışını göz önünde bulundurarak değerlendirme yapılmış, ancak net verileri elde etmek için, altı ay televizyon program yayıncılığı takip edilmiştir.

Araştırma kapsamında Kazakistan Televizyon Kanallarında Amerikan Televizyon Programlarının Yayın Akış Analizini doğrultusunda ele alınan kanallar incelenmiştir (Kazakistan kanalları: Qazaqstan TV, Khabar TV, Astana TV, Kanal 31, KTK TV, 7 Sedmoi Kanal, Pervyi Kanala Evraziya). Bu çalışmada da 19-25 Mart 2018 haftasındaki prime time yayın akışları irdelenecektir. Böylelikle ilk araştırma ile aynı özellikler taşıyacaktır. İlk çalışmada sıralanan iki ülkedeki zirvede bulunan TV kanalların prime time saatleri ve yayın politikası ile birlikte izleyicilerin hangi tür programlara eğilimli olduğu tespit edilecektir. Araştırma çerçevesinde televizyon kanalların yedi günlük program akışını göz önünde bulundurarak değerlendirme yapılmış, ancak net verileri elde etmek için, altı ay televizyon program yayıncılığı takip edilmiştir. Böylece çalışmada Mart ayının ikinci yarısından itibaren değerlendirme yapılmıştır ve prime time’da en çok izlenen kanalların yayın verileri elde

edilmiştir. Oluşturulacak olan tabloda zirvede bulunan kanallardan 7 tanesinin önceki dönemlere ait yayın akışları internet ortamından alınmış, kanalların hafta içi ve hafta sonu yayın akışının prime time zaman dilimindeki programları nitelikseli çerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Yayın akışı sayısal olarak analiz edildiğinde programlar türlere göre sınıflandırılmış, sonrasında belirlenen hafta çerçevesinde prime time saatlerinde programların kaç kez yayına girdiği saymaca tekniği ile tablolara yerleştirilmiştir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Değerlendirme Başkanlığı tarafından yapılan analiz doğrultusunda kanalların çeşitlerine (tür) göre sınıflandırılması yapılmıştır. Buna göre: Bilgi ve Haber Programları: günlük ve hatalık haber bültenleri, meteorolojik haberler, finans bültenleri, tartışma ve yorum programlarıdır.

Spor Programları: naklen yapılan spor yayınları, sporcuların hayatını anlatan belgeseller, günlük ve haftalık spor haberleri, spor konulu magazin programları.

Kültür programları: yöresel-kültür haberleri, belgeseller, yöresel-gastronomi programları, sanatsal içerikli programlar, sanatçılarla yapılan sohbet programları, kültürel gezi programları.

Dini programlar: dinle ilgili eğitim veren programlar, dini-kültürel programlar, dini tartışma programları. Eğitim programları: kültürel-eğitim programları, sağlık konulu eğitim programları, bilgi yarışmaları, eğitim içerikli tarihi belgeseller.

Bilgilendiren/Eğlendiren programlar: magazin programları, festival yayınları, yarışma programları.

İnsanların yaşantısından esinlenerek hazırlanan programlar ve belgeseller: reality showlar, yarışma programları, biyografik belgeseller.

Dramatik programlar: televizyon dizileri, çok çeşitli çizgi filimler ve sinema, televizyon filmleri

Müzik programları: tarihi müzik konulu programlar, konserler, yöresel-müzik programlar, video-klip yayını ağırlıklı programlar, çeşitli müzik yarışmaları.

Eğlence programları: talk showlar, magazin programları, müzik konulu eğlenceli programlar, komedi programları. Diğer tür programlar: Klasik programların dışında olan, bir defaya mahsus özel olarak hazırlanan yapımlardır.

3.4.1.Kazakistan’da Prime Time’da Yayınlanan TV Programlarının Türlerine Göre Dağılımı

Kazakistan’daki 7 yayın kuruluşuna ait haftalık prime time analizleri aşağıdaki tabloya yerleştirilmiştir. İnceleme kapsamında program türlerinin sayısal oranları alınmış. Elde edilen

veriler tabloyla birlikte paragraflarda açıklanmıştır. Aşağıdaki Kazakistan televizyon kanallarının program türleri ve türlerin sayısal miktarı gösterilen tablolarda saat aralığı 18.00- 23.59 olarak alınmıştır.

Tablo 3.4 Kazakistan’da Prime Time’da Yayınlanan TV Programlarının Türlerine Göre Dağılımı

Kanal Adı	Prime Time’da Yayınlanan Program Türlerinin Haftalık Dağılımı							Genel toplam
	Haber ve Haber Programları	Dramatik Programlar	Spor Programları	Eğlence Programları	Kültür Programları	Gerçek İnsan Hayatından Yola Çıkılarak Hazırlanan Prog. ve Belgeseller	Dini ve Moral Programları	
Qazaqistan TV	12	15	1	15	1	6	-	50
31 Kanal	5	17	-	8	-	-	-	30
Astana TV	9	26	-	6	-	1	-	42
Khabar TV	18	18	3	7	-	10	-	56
KTK TV	12	13	-	5	-	8	-	38
Sedmoi Kanal	-	23	-	12	-	1	-	36
Pervyi Kanal Evraziya	12	11	-	11	-	5	-	39
Toplam	68	123	4	64	1	31	0	291

Genel Toplam. Araştırma yapılan haftada Kazakistan’da çok izleyici oranına sahip 7 yayın kuruluşunun prime time zamanında yayınlanan program türlerin genel sayısı 291’dir.

Toplam. İlgili haftada televizyon kanalları toplam 68 haber, 123 dramatik, 4 spor, 64 eğlence, 1 kültür ve 31 gerçek insan hayatından yola çıkılarak hazırlanan programları yayınlamıştır.

19-25 Mayıs 2018 tarihlerinde yapılan değerlendirmede izlenme oranı ilk yediye giren Qazaqistan TV kanalının programları 6 ayrı kategoriye ayrıştırılarak analiz edilmiştir. Böylece, dini ve moral programları dışında, haber, dramatik, spor, kültür ve gerçek insan yaşamından yola çıkan program türleri yayınlanmıştır. Bu verilere göre program türleri açısından çeşitlilik

göstermektedir. Yayınlanan program türleri arasında başta gelen programlar: dramatik ve eğlence programlarıdır. Bu programlar, yerli yabancı filmler, talk show'lar, konserler, yarışma programları, eğlence içerikli sohbet programlarıdır. Yerli ve yabancı filmler haftanın beş günü, entelektüel-eğlence ve eğlence içeren sohbet programlar haftanın dört günü prime time'da yayınlanmış. İlgili haftada 10 yerli dizi, 5 yabancı dizi olmak üzere toplamda 15 dramatik yapımın izleyiciye ulaşmıştır. Müzik, dramatik öğeler içeren eğlence programları haftanın beş günü prime time'da yayına girmiştir. Bu kanal, Cumartesi hariç haftanın her günü saat 20.00'de haber bülteni yayınlamaktadır. Kanal güncel haber bülteni dışında haftanın altı günü haber programı olarak adlandırılan siyasi-ekonomi ve yorum programları da yayınlamaktadır. Kanalın prime time yayın akışındaki süreçte dördüncü sırasında yer alan program türü: gerçek insan yaşamından yola çıkılarak hazırlanan talk show ve reality show programlarıdır. Bu program türleri haftanın altı günü prime time'da yayınlanmaktadır. Bilgi-kültür yarışma ve tarihe büyük bir iz bırakan kişilerin hikâyelerini paylaşan kültür programları haftanın bir günü prime time'da yayınlanmış. Futbola yönelik spor programı haftada bir gün sadece Pazartesi günü yayına girmiştir.

Analizi yapılan haftanın tablosunda ikinci sırada yer alan özel televizyon kanalı 31 Kanal, haftanın beş günü saat 20.00'de haber bülteni yayınlamaktadır. Haber bültenleri Kazakistan'daki resmi dillerde: kazakça ve Rusça yayın yapmaktadır. Haber programının toplam yayın yapma zamanı bir saattir. Kazakça ve Rusça yayınlara aynı zaman dilimi ayrılmaktadır. Kazak dilinde yayına başlayan haber bülteni sonra Rusça dilinde devam etmektedir. Kanal prime time'da yabancı diziler ve filmler gibi dramatik programlara ağırlık verildiği gözlemlenmektedir. İlgili haftada 12 yabancı dizi ve 5 yabancı film olmak üzere toplamda 17 dramatik yapım yayına girmiştir. Ana kuşağın kalan kısmında bilgilendiren/eğlendiren programlar, magazin programları, konser yayınları gibi eğlence programları yer almaktadır. Böylece bu günlerin sadece ikisinde dramatik programlardan sonra haber ve eğlence programları yayına girmiştir.

Astana TV hafta içi yayınlarında prime time programlarına dramatik programları ile başlangıç yapmaktadır. Hafta sonu ise haber programları ile giriş yaparak farklılık göstermektedir. Kanal, haftada toplam 9 defa haber yayını yapmaktadır. Film ve dizilerden oluşan toplam 26 dramatik yapımlara prime time'da yer verilmiştir. Böylece 15 yabancı dizi, 5 yerli dizi, 5 çizgi film ve 1 yabancı TV filmi yayınlamıştır.

Bu programların dışında gerçek insan hayatından yola çıkılarak hazırlanan biyografi tarzı programa yer verilmektedir.

Araştırma yapılan haftanın dördüncü kanalı Khabar TV yayın akışında program türleri açısından çeşitlilik sunmaktadır. Kanalın haftalık yayın akışındaki programlar 6 kategoriye

yerleştirilerek analiz edilmiştir. Kanal prime time zaman dilimini gerçek insan yaşamından yola çıkılarak hazırlanan program türü olarak adlandırılan talk show ile başlamıştır. Khabar Prime time’da ağırlıklı olarak haber programları: siyasi-ekonomi bültenlerine, yorum programlarına ve dramatik tür programları: dizi ve filmlere ağırlık veren bir yayın akışı sunmaktadır. Kanalda prime time, haftanın her akşamı talk show ile başlamış, ardından haber bülteni ekrana getirilmiştir. Ondan sonra gerçek insan hayatından yola çıkılarak yapılan programlar ve eğlence programı gibi türler yayına girmiştir. Kanalda bir haftada 17 dizi, 1 sinema filmi, 2 konser, 1 yarışma, 1 bilgilendiren/eğlendiren program, 1 reality show, 1 eğlence ve 3 spor programı yayınlanmıştır. Hafta sonu Cumartesi ile birlikte prime time’da her akşam yerli yabancı 4 dizinin yayına girdiği görülmektedir.

Tabloda yer alan beşinci kanal ise KTK, prime time zamanını eğlence programı ile başlayarak ardından haber bültenleri ile yayın akışını sürdürmektedir. Kanal prime time’da ağırlıklı olarak dramatik diziler ve filmlere yer vermiştir. Toplamda 13 dramatik program yayın akışında yer almaktadır. Dramatik programlardan sonra gerçek insan hayatından yola çıkılarak hazırlanan 1 belgesel film, 4 stüdyo yapımlı talk Showlar ve kurgu yapımlı 3 program yayına girmiştir. Analiz haftasında kanalda eğlence kategorisinde değerlendirilen 5 müzik-sohbet programlarının ekrana geldiği gözlemlenmektedir.

Araştırma kapsamında olan Sedmoy Kanalında haber yayını olmadığı, prime time’ın tamamını kapatacak şekilde yerli ve yabancı diziler ve filmler yayınlandığı görülmektedir. Böylece kanal ağırlıklı olarak dramatik programlar, dizi ve filmlere yer vererek haftada toplam 23 dramatik programı yayınlamıştır. Diziler haftanın bütün günü prime time’da yayınlanmış, bu günlerin sadece ikisinde dizi ve filmlerden sonra başka bir program yayına girmiştir. Bu programlar eğlence ve gerçek insanlar yaşamından ele alınan programlardır. Programların günlere dağılımına bakıldığında haftanın her günü iki ya da beş dizi ve filmler yayınlandığı görülmektedir.

Son araştırılan kanal Pervyi Kanal Evraziya’da prime time’da yayınlanan yapımlar 4 kategoriye toplanmıştır. Bunlar prime time’ın başında yayınlanan kazakça ana haber bülteni, filmlerden ve dizilerden oluşan dramatik yapımlar, eğlence programlar ve gerçek insan hayatından yola çıkılarak hazırlanan programlar şeklinde sıralanabilir. Hafta içinde Pervyi Kanal Evraziya’da kazakça ve rusça haber bültenleri dışında 11 dizi, 11 çeşitli eğlence programları, 5 reality show gibi programlar yayına girmiştir.

3.4.2.Kazakistan’da Televizyon Programlarının Haftalık Süre Olarak Dağılımı

Kazakistan’da yayın yapan televizyon kanallarının prime time’daki program türlerine göre dağılımı gibi, yayınların zaman olarak dağılımı istenen verileri elde etmekte önem taşımaktadır. Kanalların haftalık zaman dağılımını araştırırken prime time’ın başlangıç saati 18:00 olarak ve bitiş saati 00:00 alınmaktadır. Bu zaman aralığının seçilmesinin sebebi, televizyon yayınlarının türlerine göre aynı zaman dilimi kapsamasıdır. Burada göz önünde bulundurulması gereken diğer bir konu, prime time zamanı içerisinde başlayıp bu zamana kadar giren program kısmını içermektedir. Bu bilgiler doğrultusunda açıklamamız gereken başka bir konu ise programların içerisinde yayınlanan reklam ve fragmanlar bu zaman dilimi içerisinde yer almıştır.

Tablo 3.5 Kazakistan’da Televizyon Programlarının Haftalık Süre Olarak Dağılımı

Kanal Adı	Prime Time’da Yayınlanan Program Türlerinin Haftalık Toplam Süreleri (dakika)							Genel Toplam
	Haber ve Haber Programları	Dramatik Programlar	Spor Programları	Eğlence Programları	Kültür Programları	Gerçek İnsan Hayatından Yola Çıkılarak Hazırlanan Prog. Ve Belgeseller	Dini ve Moral Programları	
Qazaqistan TV	715dk	900dk	55dk	795dk	55dk	310dk	-	2830dk
31 Kanal	240dk	1140dk	-	440dk	-	-	-	1820dk
Astana TV	485dk	1290dk	-	170dk	-	30dk	-	1975dk
Khabar TV	730dk	735dk	275dk	375dk	-	315dk	-	2430dk
KTK TV	520dk	980dk	-	150dk	-	480dk	-	2130dk
Sedmoi Kanal	-	1355dk	-	515dk	-	30dk	-	1900dk
Pervyi Kanal Evraziya	550dk	620dk	-	725dk	-	300dk	-	2195dk
Toplam	3240dk	7020dk	330dk	3170dk	55dk	1465dk	0	13150dk

Genel Toplam. Araştırma kapsamında yer alan Kazakistan kanallarının Prime Time’da yayınlanan program türlerinin haftalık toplam süresi 13150 dakikayı bulmaktadır.

Toplam. Televizyon kanalları bir haftada haber programlarına toplam 3240 dakika, dramatik programlarına toplam 7020 dakika, spor programlarına 330 dakika, eğlence programlarına 3170 dakika, kültür programlarına 55 dakika, gerçek insan yaşamından yola çıkılarak yapılan program türlerine ise toplam 1465 dakika yer vermiştir.

Qazaqistan TV yayınlanan programlardan elde edilen verileri değerlendirdiğimizde, kanalın yayın akışında haber bülteni toplam 715 dakika yayınlanmıştır. Dramatik yapımlar ise 900 dakika ile en çok yayınlanan program türü olmuştur. Eğlence programları kanalın yayın akışında 795 dakikayı bulmaktadır. Kanalda bu program türlerin dışında spor programları ve kültür içerikli yapımları her biri 55 dakika olarak toplam 110 dakika yer almış. Kanal, insan hayatından yola çıkan program yapımlarına haftada toplam 310 dakika ayırmıştır.

31 Kanal'ın prime time'daki zaman dağılımını incelediğimizde haber programlarına 240 dakika ayırmış. Toplam 1140 dakikasını film ve dizilerden oluşan dramatik programlar olarak adlandıran türlere yer verdiği, eğlence içeren programlar ise 440 dakika yer tuttuğu görülmektedir. Bu verileri bir araya getirdiğimizde kanal, bir haftada toplam 1540 dakikayı eğlence kategorisinde bulunan programlara yer ayırdığı gözlemlenmektedir.

Astana TV kanalında, haftalık program yayın süresinde, toplam 485 dakikayı kapsayarak ilk sırada bulunan program türü, haber bültenleridir. Eğlence içeren programlar ise haftalık 170 dakikayı bulduğu görülmekte. Dramatik olarak adlandırılan yerli ve yabancı diziler toplam 1290 dakikayı kapsamıştır. Kanalda bu türlerin dışında, gerçek insanlar hayatı ile ilgili programa 30 dakika yer ayırmıştır.

Khabar TV kanalı ana yayın kuşağında 5 kategorinin verileri ele alınmıştır. Kanalda 730 dakika haber programları, 275 dakika spor içerikli programlar yayınlanmıştır. Dizi ve filmlerin toplam zaman içeriği ise 735 dakika olarak hesaplanmıştır. Kanal, eğlence programlarına 375 dakika ayırmıştır. Bununla birlikte, gerçek insan hikâyelerinden oluşan programlarla 315 dakika yayın yapmıştır.

KTK TV kanalı incelenen haftada toplam 980 dakika olarak en çok dramatik yapımlı programlara ağırlık vermiş, bununla birlikte, 520 dakika bilgi-haber programı yayınlamıştır. Bu programların dışında daha iki kategori içinde değerlendirebileceğimiz eğlence programlarına 150 dakika ve gerçek insan hayatından oluşan programlara toplam 480 dakika yer vererek haftalık prime time yayın süresi belirlenmiştir.

Sedmoi Kanal, haber programlarını içermeyen prime time zaman süresi içerisinde toplam 1355 dakika ile dramatik programlara açık ara ile diğer yayınların önünde yer almaktadır. İkinci sırada 515 dakika ile eğlence ağırlıklı programlar yayınlanmış, son olarak insan hayatı yaşamından ortaya çıkan program türü 30 dakika ile kanalın yayın akışı içerisinde yer almıştır.

Pervyi Kanal Evraziya değerlendirme döneminde eğlence programlarına ağırlık veren kanal toplam 725 dakika ile yayın akışını sürdürmüştür. Akabinde 620 dakika ile dramatik yayınlar yer almıştır. Kanalın haber içerikli programları 550 dakikayla üçüncü sırada yer almıştır. Son sırada yer alan gerçek insan yaşamından esinlenerek hazırlanan yayınlar 300 dakika ile yayın akışını sürdürmüştür.

3.5.Türkiye Televizyon Yayıncılığında Amerikan Yapımlı Programlara İlgili Bulgular

Araştırma kapsamında yer alan Türkiye kanallarının haftalık prime time verileri aşağıdaki bölümde tabloda toplanmıştır. Tabloda sadece Türkiye televizyon kanallarında yayınlanan Amerikan yapımlı program türleri ve türlerin sayısal verileri bir araya getirilmiştir. Tablonun dışındaki diğer konularla ilgili elde edilen veriler yazılı olarak belirtilmiştir.

3.5.1.Türkiye Televizyon Yayıncılığında Amerikan Televizyon Programlarının Türlere ve Süreye Göre Dağılımı

Araştırma kapsamında yer alan Türkiye kanallarının haftalık prime time verileri aşağıdaki tabloda toplanmaktadır. Tabloda sadece Türkiye televizyon kanallarında yayınlanan Amerikan yapımlı program türleri ve türlerin sayısal miktarı sunulmuştur. Tablonun dışındaki diğer konularla ilgili elde edilen veriler yazılı olarak belirtilmiştir. Böylece Türkiye televizyon yayıncılığındaki Amerikan programlarının incelenmesi Kazakistan kanallarında yapılan değerlendirme ile aynı özellikler taşımaktadır.

Tablo 3.6 Türkiye’de Prime Time’da Yayınlanan Amerikan Yapımlı Televizyon Programlarının Türlerine ve Süresine Göre Dağılımı

Kanal Adı	Program Türleri (Program Sayısı/Program Süresi)							
	Haber ve Haber Programları	Dramatik Programlar	Spor Programları	Eğlence Programları	Kültür Programları	Gerçek İnsan Hayatından Yola Çıkılarak Hazırlanan Prog. ve Belgeseller	Dini ve Moral Programları	Genel Toplam
TV8	-	-	-	-	-	-	-	
FOXTV	-	1/45dk	-	-	-	-	-	1/45dk
STAR TV	-	-	-	-	-	-	-	
KANALD	-	-	-	-	-	-	-	

ATV	-	-	-	-	-	-	-	
SHOW TV	-	1/45dk	-	-	-	-	-	1/45dk
TRT1	-	1/175dk	-	-	-	-	-	1/175dk
Toplam	0	3/265dk	0	0	0	0	0	3/265dk

Genel Toplam. Analizi yapılan ilgili haftada Türkiye’de çok izleyici oranına sahip 7 yayın kuruluşunun prime time zamanında yayınlayan Amerikan yapımı programların genel toplam sayısı 3 ve genel toplam süresi 265 dakikadır.

Toplam. İlgili haftada Türkiye’deki 7 televizyon kanalı bir haftada 3 dramatik olarak adlandırılan dizi ve filmlere yer vermektedir ve bu programlara toplam 265 dakika yer ayırmıştır.

Araştırma haftasında Türkiye’de 7 televizyon kuruluşunun hafta içi ve hafta sonu yayın akışları incelendiğinde prime time zaman diliminde sadece iki kanal Amerikan yapımı programları yayınladığı görülmektedir. İlgili haftada Show TV Cumartesi günü saat 23.15 Amerikan yapımı sinema filmi “Madalyonu” yayınlamıştır. Saat 23.15 yayına giren bu film prime time zamanından sonrada devam etmiştir. Amerikan yapımı televizyon programını prime time’da sunan diğer kanal ise TRT 1’dir. Aksiyon, drama ve suç türlerini içeren “Kanlı Elmas” filmi ise ABD ve Almanya ortak yapımı bir sinema prodüksiyonudur. Kanal bu filmi haftanın ilk günü Pazartesi saat 20.00 yayın girmiş ve 175 dakika ile ana yayın kuşağında izleyicilerin beğenisine sunulmuştur.

Oluşturulan tabloda birinci sırada yer alan TV8 kanalı, Amerikan yapımı programları yer vermemiştir, ancak yabancı versiyonundan uyarlanan “Survivor” programını yayınlamaktadır. 1997 yılında İsveç’te yayına başlayan “Survivor”, 2000’lerde Amerika’ya ithal edildi ve Amerikan televizyon şirketi CBS tarafından ilk kez yayınlanan program izleyiciler tarafından çok beğenilerek zamanla popüler program haline gelmiştir. 1990’ların sonlarından bu yana 25’ten fazla ülkede uyarlanmış olan reality show programı Amerika’da kendi popülerliğini arttırdı. Kanal bu programı haftanın beş günü ve prime time’ın tamamını kapsayacak şekilde 1320 dakika boyunca yayınlanmıştır. İnceleme haftasında tabloda ikinci sırada bulunan Fox Tv kanalı, sadece 1 Amerikan yapımı sinema filmine yer vermiştir. Hafta içi Perşembe saat 23.15’de başlayan “Hobbit: Beş Ordunun Savaşı” filmi prime time yayın akışından sonra da devam etmiştir. Kanal bu filme prime time’da toplam 45 dakika yer vererek devamını prime time’dan sonra yayınlamıştır.

İnceleme kapsamında reyting oranı ile üçüncü sırada yer alan Star Tv kanalı, ilgili haftada Amerikan yapımlı programlar yer vermemiştir. Kanal, Türk yapımlı yerli izleyici kitlesine hitap edebilen gündeme ilişkin soruları cevaplayabilecek tarzda dizleri yayınlamaktadır.

Oluşturulan tabloda dördüncü sırada bulunan Kanal D, inceleme haftasında yabancı versiyonundan uyarlanmış olan “PopStar” adlı programı yayınlamıştır. Uluslararası televizyon yayıncılığında başarılı televizyon formatı olan “PopStar” 1999 yılında bir Yeni Zelanda’lı yapımcı Jonathan Dowling tarafından geliştirilmiştir. PopStar Yeni Zelanda da ortaya çıkmış olsa da, Amerika’da popüler hale gelmiştir.

Araştırma haftasının beşinci kanalı ATV, Amerikan yapımlı programlara yer vermemektedir, ancak İngiltere yapımlı “Kim Milyoner Olmak İster” adlı yabancı programı yayınlamaktadır. Dünya genelinde fenomen olan bu program ilk önce İngiltere’de ortaya çıkmış, ancak Amerika’da popüler hale gelerek diğer ülkelerde yaygınlaşmıştır. “Kim Milyoner Olmak İster” programı dışında kanal, yabancı programlara yer vermemiştir.

3.6. Türkiye Televizyon Kanallarının Yayın Akış Analizi

Bu çalışma, araştırmanın yöntem kısmında belirtildiği gibi prime time’da Kazakistan’da yayın yapan en çok izlenme oranına sahip 7 TV kuruluşunun hafta içi ve hafta sonu yayın akışlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Böylece, prime time zaman diliminde iki ülkenin televizyon kanallarındaki yayın içeriğinde hangi haber (program) türlerine ne kadar yer ayrıldığı analiz edilecektir. Araştırma çerçevesinde televizyon kanalların yedi günlük program akışını göz önünde bulundurarak değerlendirme yapılmış, ancak net verileri elde etmek için, altı ay televizyon program yayıncılığı takip edilmiştir.

Araştırma kapsamında Kazakistan Televizyon Kanallarında Amerikan Televizyon Programlarının Yayın Akış Analizini doğrultusunda ele alınan kanallar incelenmiştir. Bu kanallar ise: Tv8, Fox TV, Star TV, Kanal D, ATV, Show TV, TRT 1 kanallarıdır.

Bu çalışmada da 19-25 Mart 2018 haftasındaki prime time yayın akışları irdelenecektir. Böylelikle ilk araştırma ile aynı özellikler taşıyacaktır. İlk çalışmada sıralanan iki ülkedeki zirvede bulunan TV kanalların prime time saatleri ve yayın politikası ile birlikte izleyicilerin hangi tür programlara eğilimli olduğu tespit edilecektir.

Araştırma çerçevesinde televizyon kanalların yedi günlük program akışını göz önünde bulundurarak değerlendirme yapılmış, ancak net verileri elde etmek için, altı ay televizyon program yayıncılığı takip edilmiştir. Böylece çalışmada Mart ayının ikinci yarısından itibaren değerlendirme yapılmıştır ve prime time’da en çok izlenen kanalların yayın verileri elde

edilmiştir. Oluşturulacak olan tabloda zirvede bulunan kanallardan 7 tanesinin önceki dönemlere ait yayın akışları internet ortamından alınmış, kanalların hafta içi ve hafta sonu yayın akışının prime time zaman dilimindeki programları niteliksel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Yayın akışı sayısal olarak analiz edildiğinde programlar türlere göre sınıflandırılmış, sonrasında belirlenen hafta çerçevesinde prime time saatlerinde programların kaç kez yayına girdiği saymaca tekniği ile tablolara yerleştirilmiştir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Değerlendirme Başkanlığı tarafından yapılan analiz doğrultusunda kanalların çeşitlerine (tür) göre sınıflandırılması yapılmıştır. Buna göre: Bilgi ve Haber Programları: günlük ve hatalık haber bültenleri, meteorolojik haberler, finans bültenleri, tartışma ve yorum programlarıdır.

Spor Programları: naklen yapılan spor yayınları, sporcuların hayatını anlatan belgeseller, günlük ve haftalık spor haberleri, spor konulu magazin programları.

Kültür programları: yöresel-kültür haberleri, belgeseller, yöresel-gastronomi programları, sanatsal içerikli programlar, sanatçılarla yapılan sohbet programları, kültürel gezi programları.

Dini programlar: dinle ilgili eğitim veren programlar, dini-kültürel programlar, dini tartışma programları. Eğitim programları: kültürel-eğitim programları, sağlık konulu eğitim programları, bilgi yarışmaları, eğitim içerikli tarihi belgeseller.

Bilgilendiren/Eğlendiren programlar: magazin programları, festival yayınları, yarışma programları.

İnsanların yaşantısından esinlenerek hazırlanan programlar ve belgeseller: reality showlar, yarışma programları, biyografik belgeseller.

Dramatik programlar: televizyon dizileri, çok çeşitli çizgi filimler ve sinema, televizyon filmleri

Müzik programları: tarihi müzik konulu programlar, konserler, yöresel-müzik programlar, video-klip yayını ağırlıklı programlar, çeşitli müzik yarışmaları.

Eğlence programları: talk showlar, magazin programları, müzik konulu eğlenceli programlar, komedi programları. Diğer tür programlar: Klasik programların dışında olan, bir defaya mahsus özel olarak hazırlanan yapımlardır.

Böylece Türkiye televizyon kanalları üzerinde yapılan yayın akışı analizi Kazakistan kanallarında yapılan değerlendirme ile aynı özellikler taşımaktadır.

3.6.1. Türkiye’de Prime Time’da Yayınlanan TV Programlarının Türlerine Göre Dağılımı

Türkiye’deki 7 yayın kuruluşuna ait haftalık prime time analizleri aşağıdaki tabloya

yerleştirilmiştir. İnceleme kapsamında program türlerinin sayısal oranları alınmış. Elde edilen veriler tabloyla birlikte paragraflarda açıklanmıştır. Aşağıdaki Türkiye televizyon kanallarının program türleri ve türlerin sayısal miktarı gösterilen tablolarda saat aralığı 18.00- 23.59 olarak alınmıştır. Böylelikle bu araştırma Kazakistan ile ilgili ilk araştırma ile aynı özellikler taşımaktadır.

Tablo 3.7 Türkiye’de Prime Time’da Yayınlanan TV Programlarının Türlerine Göre Dağılımı

Kanal Adı	Prime Time’da Yayınlanan Program Türlerinin Haftalık Dağılımı							
	Haber ve Haber Programları	Dramatik Programlar	Spor Programları	Eğlence Programları	Kültür Programları	Gerçek İnsan Hayatından Yola Çıkılarak Hazırlanan Prog. ve Belgeseller	Dini ve Moral Programları	Genel Toplam
TV8	-	1	2	5	-	7	-	15
FOXTV	7	15	-	2	-	-	-	24
STAR TV	7	16	-	-	-	-	-	23
KANALD	7	16	-	2	-	-	-	25
ATV	7	9	-	1	-	5	-	22
SHOW TV	7	8	-	9	-	2	-	26
TRT1	17	12	4	2	-	2	1	38
Toplam	52	77	6	21	0	16	1	173

Genel Toplam. Araştırma yapılan haftada Türkiye’de çok izleyici oranına sahip 7 yayın kuruluşunun prime time zamanında yayınlanan program türlerin genel sayısı 173’tir.

Toplam. İlgili haftada televizyon kanalları toplam 52 haber, 77 dramatik, 6 spor, 21 eğlence, 16 gerçek insan yaşamından yola çıkılarak hazırlanan programı ve 1 dini programı yayınlamıştır.

Türkiye kanallarında yapılan analiz kapsamında, Mart ayı izlenme oranlarında ilk sırada yer alan TV8, haber yayını yapmamaktadır ve prime time zamanının tamamını eğlence kategorisine yerleştirebileceğimiz programlara ayırmaktadır. Prime time’ın tamamını kapatacak şekilde gerçek insan yaşamından yola çıkarak hazırlanan yarışma programlarının

yayınlandığı görülmektedir. Yarışma programları haftanın 7 günü tüm ana yayın kuşağını kapsamaktadır. Bugünlerin sadece üçünde yarışmadan sonra başka bir program türü yayına girmektedir. Bu programlar yerli film, eğlence ve spor programlarıdır.

Fox TV, prime time'a yerli dizi ile giriş yapmaktadır ve ardından günün ana haber bülteni ile yayın akışını devam ettirmektedir. Ana kuşağın kalan kısmında da dizi ve yabancı film gibi dramatik programlara ağırlık vermektedir. Araştırma haftasında 14 yerli dizi, 1 yabancı film olmak üzere toplamda 15 dramatik yapımın yayına girdiği görülmektedir. İlgili haftanın sadece iki gününde eğlence programları ekrana gelmektedir.

Bahsedilen haftada Star TV dizilere ağırlık vererek yayın akışını seyircilere aktarmaktadır. Kanal ana yayın kuşağına yerli dizi devamı ile girmektedir. Ardından haber bülteni ekrana getirilmiştir. Star TV kanalı da yerli dizileri yayınlarak dramatik yapım olarak adlandırılan televizyon programlarına ağırlık vermektedir.

Dördüncü sırada yer alan Kanal D, yayın akışını ana haber bültenine kadar dizi yayını yapmaktadır. Kanal D'nin hafta içi ve hafta sonu yayın kuşağı çoğunlukla, arka arkaya yayınlanan yerli dizilerden oluşmaktadır. İnceleme haftasında toplam 16 yerli dizi, 2 eğlence programı yayına sunulmuştur. Böylece, kanal prime time'da dramatik televizyon programlarına ağırlık vermektedir.

ATV kanalı ana yayın kuşağına gerçek insan yaşamını ele alan programın devamı ile girmektedir. ATV, diğer yayın kuruluşları gibi dramatik yapımlı programlara ağırlık vermektedir. Belirlenen hafta içerisinde, prime time'da 9 yerli dizi, haftanın bir günü bir eğlence programı ve haftanın beş günü gerçek yaşam hikâyelerinden oluşan reality show programları yayınlanmaktadır.

Araştırma kapsamındaki altıncı sırada yer alan Show TV kanalının haftalık yayın akışındaki yapımlar 4 kategoriye ayrıştırılarak analiz edilmektedir. Her akşam magazine program ile ana yayın kuşağına giren kanalın yayın akışı, yerli dizilerden yerli filme, eğlence içerikli bilgilendiren programlardan, gerçek insan hayatından yola çıkılarak hazırlanan program ile yayın akışı devam etmektedir. Kanalda, haftada 9 eğlendiren / bilgilendiren program, 6 yerli dizi ve 2 yerli film ve 2 gerçek yaşam hikâyelerinden oluşan program yayını olmuştur.

En son sıradaki TRT 1 kanalı program türleri açısından çeşitlilik sunduğu görülmektedir. TRT 1 kanalının ilgili haftadaki yayın akışındaki program türlerini 5 ayrı kategoriye sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırmayı analiz ettiğimizde kanal, prime time'da haber programlarından spor programlarına, diziden filme, eğlenceden yarışma programlarına, askeri programlardan bilgilendiren programa ve dini programla devam eden bir yayın akışı sunmaktadır. Kanalda haftada 10 yerli dizi, 2 film, 4 spor yayını, 2 eğlence

programı, 2 gerçek insan hayatı hikâyelerinden oluşan programlar ve 1 dini program yayınladığını görmekteyiz.

3.6.2. Türkiye’de Televizyon Programların Haftalık Süre Olarak Dağılımı

Türkiye’deki televizyonculuk sektörün de genel reyting oranı ile zirvede bulunan 7 kanalın program yayıncılığının haftalık süre dağılımı, yukarıda belirttiği gibi Kazakistan kanallarında yapılan değerlendirme ile aynı özellikler taşımaktadır.

Tablo 3.8 Türkiye’de Televizyon Programların Haftalık Süre Olarak Dağılımı

Kanal Adı	Prime Time’da Yayınlanan Program Türlerinin Haftalık Toplam Süreleri (dakika)							
	Haber ve Haber Programları	Dramatik Programlar	Spor Programları	Eğlence Programları	Kültür Programları	Gerçek İnsan Hayatından Yola Çıkılarak Hazırlanan Prog. Ve Belgeseller	Dini ve Moral Programları	Genel Toplam
TV8	-	240dk	270dk	600dk	-	1140dk	-	2250dk
FOX TV	420dk	1875dk	-	225dk	-	-	-	2520dk
STAR TV	420dk	2085dk	-		-	-	-	2505dk
KANAL D	525dk	1650dk	-	195dk	-	-	-	2370dk
ATV	420dk	1590dk	-	60dk	-	300dk	-	2370dk
SHOW TV	525dk	1080dk	-	585dk	-	45dk	-	2235dk
TRT1	730dk	1525dk	25dk	125dk	-	-	65dk	2470dk
Toplam	3040 dk	10045dk	295dk	179dk	0	1485dk	65dk	14485dk

Genel Toplam. Araştırma kapsamında yer alan Türkiye televizyon kanallarının Prime Time’da yayınlanan program türlerinin haftalık toplam süresi 14485 dakikayı bulmaktadır.

Toplam. Televizyon kanalları bir haftada haber programlarına toplam 3040 dakika, dramatik programlarına toplam 10045 dakika, spor programlarına 295 dakika, eğlence programlarına 179 dakika, gerçek insan yaşamından yola çıkılarak yapılan program türlerine ise toplam 1485 dakika ve dini programlara toplam 65 dakika yer vermiştir.

TV 8 prime time döneminde ağırlıklı olarak eğlence tarzı programlar yayınlamaktadır. Bu kanalın en önemli özelliği haber programlarını yapmamasıdır. Eğlence programlarının toplam süresi 600 dakikaya ulaşmaktadır. Dizi ve filmlere haftada 240 dakika, spor yayınlarına 270 ve insan yaşamından yola çıkarılarak yapılan program türlerine 1140 dakika ayırmıştır. Spor yayınları dışındaki tüm yayınların sürelerini bir araya getirdiğinde TV 8 kanalı değerlendirme haftasında, toplam 1980 dakika eğlence programlarını yayınladığı görülmektedir.

Fox TV kanalının haftalık değerlendirmesini ele aldığımızda, 420 dakika haber programına yer vermekte, fakat kanalda en çok yayınlanan program içeriği 1875 dakika ile dramatik yayınlar olduğu görülmektedir. Eğlenceye ayırdığı zaman ise 225 dakikadır.

STAR TV kanalının haftalık verilerini incelediğimizde 2085 dakika ile Türkiye’de en fazla süreli dramatik yayın yapan kanal olduğu görülmektedir. Star TV kanalın prime time zamanında program çeşitlilik konusunda sınırlı bir çizgisi olduğu tabloda ortaya çıkmıştır. Dramatik program dışında 420 dakika ile sadece haber programlarını yayınlamaktadır.

KANAL D kanalının haftalık yayın çeşitliliği ise diğer kanallara göre benzerlik göstermektedir. Kanal 1650 dakika ile dramatik türdeki yayınlara ağırlık vermiş. Günlük haber bültenlerine ise 525 dakika ayırdığı tabloda gözlemlenmektedir. En az süreli program ise eğlence yayınlarıdır. Eğlence içerikli yayınlar toplam 195 dakika ile sonuncu sırada yer aldığı görülmektedir.

ATV kanalı değerlendirme haftasında insanların gerçek yaşantısından esinlenerek yapılan yayınlar 300 dakika ile diğer kanallara oranla en çok yayın yaptığı program türüdür. Haber programı haftalık 420 dakika ile yayın yapmaktadır. 1590 dakika dizi ve film yayınlarını yapan kanal diğer kanallar gibi dramatik programlara ağırlık verildiği görülmektedir.

Show TV eğlence programlarına 585 dakika ve dramatik programlara 1080 dakika ayırmaktadır. İki tür programın verileri bir araya getirildiğinde toplam 1665 dakika süreyi eğlence programlarına ayırdığı görülmektedir. Kanal araştırma haftasında 525 dakika haber bültenleri ile yayına girmiştir. Gerçek insan yaşamından yola çıkan programlara sadece 45 dakika verdiği söylenebilir.

TRT1 kanalı haftalık tabloda en çok program çeşitliliğinin sentezlendiği kanal olarak öne çıkmaktadır. Bilgi içerikli haber program süresinin 730 dakika sürdüğü görülmektedir. Kanal dakika olarak en çok dramatik programlara yer vermiş ve bu programların toplam süresi 1525 dakikadır. Prime time yayın akışının 125 dakikasını spor programları ve 125

dakikada eğlence içerikli programlar oluşturmaktadır. Haftada sadece bir kere yayına giren dini programa 65 dakika ayırmaktadır.

3.6.3.Değerlendirme

19-25 Mart 2018 tarihlerindeki televizyon programcılığında her iki ülkenin program türlerine ve süreleri ile ilgili haftalık genel değerlendirme sonucunda yedişer kanal değerlendirmede yer almış ve elde ettiğimiz veriler doğrultusunda bazı farklılıklar göze çarpmaktadır. Araştırma kapsamında bulunan Kazakistan'daki kanalların program türleri ve program süreleri Türkiye'deki kanallara karşılaştırıldığında daha fazla program türleri yayınlandığı ve program sürelerinin de daha fazla olduğu görülmektedir. Dikkat çeken diğer bir konu ise iki ülkenin televizyon kuruluşları benzer bir şekilde eğlence içerikli yapımlara ağırlık vermektedir. Tablolarda görüldüğü gibi, Kazakistan ve Türkiye televizyon yayıncılığının prime time zaman dilimini uzun metrajlı filmler, haber programları, eğlence programları ve diziler ile sürdürmüştür. Çocuk ve kültürel içerikli programlara oldukça kısıtlı zaman ayrılmıştır.

Kazakistan'ın ana televizyon kanalları Qazaqistan ve Khabar kanalların yayın politikası genelde nüfusun tüm kesimlerine yönelik olması gerekir. Ancak iki televizyon kanalının verilerine bakıldığında, kanallar sadece televizyon izleyici kitlesini temsil eden, yetişkin ve yaşlı nüfusun temel ihtiyaçlarına karşılık olarak karakterize edilmiştir. Bu televizyon kanalların yayıncılığında kişisel gelişim, çocuk gelişimi, sağlıklı bir yaşam tarzının ve sağlıklı bir ahlakın yaygınlaştırılmasını teşvik eden programlar içermemektedir. Qazakistan TV kanalında kültür içerikli programa haftada toplam 55 dakika yer verirken, eğlence içerikli yapımlar, dizilere, filmlere, eğlence programlarına haftada toplam 1695 dakika ve Khabar kanalı ise aynı program yapımlarına toplam 1110 dakika ayırarak eğlence içerikli programları ilk sıraya çıkarmaktadır. Söz konusu kanalların yayın kuşağında spor, çocuk, sosyo-politik içerikli programlar çok daha az yayınlanmış.

Araştırma kapsamında Kazakistan'daki diğer kanalların yayın politikalarında ise Qazakistan ve Kabar TV kanalların yayın içerikleri ile benzerlik görülmektedir. Bu kanallarda, aynı şekilde haberler, filmler, televizyon şovları ve eğlence programları yayınlanmaktadır. Çocuklar, gençler ve gençler için son derece önemli olan bilişsel, spor programlarına az yer verilmemektedir.

31 Kanal haftada 5 defa ve toplam 240 dakika olmak üzere haber programlarını yayınlamıştır. Haber programının dışında 17 dramatik programlar ile 8 eğlence programlarını yayınlayarak toplam 1580 dakika eğlence içerikli yapımlara ağırlık verdiği görülmektedir.

İzlenme oranında ikinci sırada olan KTK TV kanalı da, diğer kanallar gibi toplam 1130 dakikayı eğlence içerikli yapımlara ayırarak, kanal kendi içerisinde eğlence programlarının hâkimiyetini sürdürmektedir. Bu programların dışında, kanal haftada 520 dakika ile 12 defa haber programlarını yayınlamıştır. 8 defa gerçek insan yaşamından yola çıkılarak yapılan program türleri talk show'lara toplam 480 dakika yer verdiği gözlemlenmektedir. Sedmoy kanal, prime time yayın akışındaki eğlence içerikli program sayısı toplam 35 olduğu halde, toplam süresi ise 1870 dakika ile eğlence içerikli yapımlara yer vererek diğer kanalların yayın içerikleri ile benzerlik göstermektedir. Bu programların dışında toplam haftalık süresi 30 dakika olan gerçek insan hikâyesinden esinlenerek hazırlanan programa yer verilmiş. Kanalda yapım çeşidi az olmasıyla birlikte ayrılan sürenin uzunluğundan dolayı dizi ve filmlere prime time'in tamamını kaplayacak sürede yer verilmesinden kaynaklanmaktadır.

Pervyi Kanal Evraziya kanalı prime time zamanında haber ve gerçek insan yaşamından yola çıkılarak yapılan programlara da yer verdiği görülmektedir. Ancak bu kanalda da eğlence türündeki programların ağırlık gösterdiğini söylemek mümkündür. Kanal prime time yayıncılığında yer alan eğlence kategorisi olarak sayabileceğimiz 11 yapımın tamamı yabancı dizilerden oluşmaktadır. İzlenme oranlarında ilk sırada olan Pervyi Kanal Evraziya eğlence programların sayısı 11 olduğu durumda, bu tür programların toplam süresi 1045 dakikadır. Haftada 5 defa yayınlanan ve toplam süresi 300 dakika olan insan yaşamından oluşan gerçek hikâyeler tarzındaki programlar, çoğunlukta reality show program türleridir.

19-25 Mart 2018 tarihlerindeki Türkiye televizyon kanallarının prime time yayıncılığına ilgili ulaştığımız verilerin esasında da eğlence programlarının ilk sırada yer aldığı bulgulanmıştır. İzlenme oranı ile ilk başta gelen ATV kanalı haftanın her günü haber ve gerçek insan yaşamından ortaya çıkan program türü, reality show'lara yer verdiği, fakat bu televizyon kanalında da prime time zamanında eğlence içerikli yapımlar daha üstün olduğu anlaşılmaktadır. Böylece kanalın eğlence içerikli programlara 1650 dakika harcadığı bulgulanmıştır. Eğlence kategorisinde bulunan 10 yapımın 9'unu yerli diziler oluşturduğu ve geride kalan 1 yapım bilgilendiren eğlence programı olduğu görülmektedir.

İzlenme oranında ikinci sırada yer alan TRT1 televizyon kanalı ana yayın kuşağında dini ve spor programlarına yer verdiği gözlemlenmektedir. Ancak bu kanalda da ağırlık eğlence programlarında olduğu anlaşılmaktadır. Eğlence içeren programların 17'si dramatik programlardan oluşmuş. TRT1 kanalı haber programlarına haftada 750 dakika ayırmaktadır ve bu programın dışında 60 dakika dinle ilgili programı, 125 dakika da spor yapımların

yayınladığını görmek mümkündür. İzlenme oranında üçüncü sırada yer alan Star TV kanalının program çeşitleri az olmasının sebebi programlara ayrılan sürenin uzun olmasından kaynaklanmaktadır. Kanal haftalık ana yayın akışında 7 haber programı ve 16 dramatik yapımları ekrana getirmiş. Dramatik yapımların süresi 2085 dakika olmak üzere dramatik yayınlara en çok yer veren kanal olduğu bulgulandı. İzlenme oranı ile dördüncü sırada bulunan Show TV kanalının yayınlarını 4 kategoriye ayırıştırarak analize edildiğinde çoğu eğlence içerikli program türleri olduğunu görmek mümkündür. Her kategorideki programların toplam süresi açısından bakıldığında, haber programlarına 525 dakika, eğlence içerikli programlara 1665 dakika ve gerçek insan yaşamına ilgili programa sadece 40 dakika ayırdığını açıklamak mümkündür. Böylece Show TV kanalı da prime time yayın akışında toplam 17 defa eğlence içerikli programları yayınlarak bu tür programlara yayın akışında çok yer vermektedir.

Fox TV kanalının prime time yayıncılığında kanalın program türlerine ayırdığı süre şu şekildedir: 420 dakika haber programları, 2100 dakika eğlence içerikli yapımlar, türlerin dağılımına bakıldığında ise kanalın yayınladığı program içeriğini tamamen yerli diziler ve televizyon filmi oluşturduğu görülmektedir.

Kanal D haftada 7 defa haber bültenini yayınlarak toplam 525 dakikayı bu tür programa ayırmaktadır. Kanalın ana yayın kuşağında eğlence programlarına ayırdığı süre 1845 dakika olup, 16'sı yerli dizilerden oluşan toplam 18 eğlence içerikli programlarla yayını sürdürmüştür. İzlenme oranında en son sırada bulunan TV8 kanalında toplam yapımlar sayısı 15 olduğu halde, bu programlar toplam 2430 dakikayı kapsamaktadır. Kanal TV8 prime time'da 6 eğlence içerikli programlara yer vermiş ve gerçek insan hayatından oluşan 7 yapımlı yayınlamış. Program sayısı az olmasının sebebi ayrılan sürenin uzunluğundan dolayı dizi ve filmlere prime time'ın tamamını kaplayacak sürede yer verilmesinden kaynaklanmaktadır.

Tablolar doğrultusunda elde ettiğimiz analizden yola çıkarak, Kazakistan'da ve Türkiye'de izlenme oranları açısından en üs sırada bulunan kanalların ana yayın akışındaki program türleri önemli bir ölçüde eğlence içerikli yapımlardan oluştuğu, Qazakistan TV ve TRT1 kanalları dışındaki diğer kanalların hiçbirisi kültür içerikli programlar yayınlamadığı görülmektedir. Kazakistan'daki Sedmoy Kanal haricindeki diğer kanalların tümünde prime time zamanında haber bültenleri yayınlandığı gözlemlenmektedir ve Khabar kanalı haftalık haber bültenlerine toplam 730 dakika ayırarak haberlere en çok süre veren, 31 Kanal ise toplam 240 dakika harcayarak habere en az süre veren kanal olduğu söylenebilir. Türkiye'de

kanalların hiçbirisi prime time’da kültür programların yayınlamadığını ve TRT1 kanalı toplam 730 dakika ile en çok haber programlarına yer veren kanal olduğu gözlemlenmektedir.

Televizyon yayıncılığı belirli bir tür programı ile doldurulması ve belirli türlerin popüler olması, insanların bilinçaltına önemli bir derecede etki etmektedir. Televizyon yayıncılığı içerdiği program türleri ile toplum arasında “makul bir insan”, “politik bir adam”, “oynayan bir kişi”, “bir müzikal insan” oluşabilir.

Türkiye ve Kazakistan televizyon yayıncılığında eğlence programları ağırlık oluşturduğu ve iki ülkede de eğlence içerikli kanalların kitle tarafından daha çok izlendiği ortaya çıkmaktadır. Bu nedenden ötürü, Türkiye ve Kazakistan televizyon kanallarının yayıncılık politikası izleyici kitleyi bilgilendirmenin yerine eğlendirmeyi tercih ederek demokrasi ve izleyici açısından üzerine düşen görevini icra etmediğini görmek mümkündür. Devlet yüksek ahlaki değerleri teşvik ederken, televizyon yayın kuruluşları eğitim programlarından daha dejenereolan yayınlara yer vermektedir. Bu şimdiki televizyon yayıncılığının paradoksudur. Televizyon yayıncılığının bu hale gelmesinin nedeni ise, reyting oranını arttırmak isteyen televizyon kuruluşları daha çok popüler olan dizilere, yayın akışında yer vermesidir. Ancak son zamanları ekranlara getirilen diziler içeriği özel bir anlam taşımamaktadır. Dolayısıyla günümüzdeki televizyon yayıncılığında yer alan program türlerinin içerikleri televizyon yayınının gerçek amacına uygun olmadığını söylemek mümkündür ve bununla birlikte detaylı olarak incelenmesi ihtiyaç duyulmaktadır.

SONUÇ

Televizyonu, geride bıraktığımız yüzyıldaki en sansasyonel icatlardan biri olarak nitelendirebiliriz. Televizyon, kitlenin ilgisini çeken ve kitle tarafından çok talep gören özelliğini, bulunduğumuz yüzyıla kadar sürdürmüştür. Yapısı itibarıyla, karmaşık bir sihirli kutuya benzetilen televizyon birçok kişi tarafından sahip olmak, birçok kişi tarafından da denetim altına alınmak, birçok kişi tarafından da evlerin başköşesinde duran televizyonlara konuk olmak için çaba sarf etmişlerdir. Bu teknolojiyi bu kadar önemli kılan kuşkusuz birçok sebep vardır.

Bu çalışma, tüm toplumların dikkatini kendine çekmeyi başarmış olan televizyonun yayıncılık içeriğini araştırmayı amaçlamıştır. Dünyanın her köşesindeki gelişmiş ve geri kalmış ülkelerde kamu ya da özel sektörde yayın yapan binlerce televizyon kuruluşlarının faaliyet gösterdiği düşünülürse medya endüstrisinin önemli unsurlarından biri olan ekonomik boyutu öne çıkmaktadır. Teknik özelliği nedeniyle, en önemli bilgi edinme aracı haline gelen televizyon, içeriğini, zaman içerisinde revize ederek değişimlere yol açmıştır. Günümüzde toplumun her kesimine yönelik program türlerini sunarak diğer kitle iletişim araçları içerisinde liderliğine hep devam etmiştir.

19-25 Mart 2018 tarihleri arasında Kazakistan ve Türkiye televizyon yayıncılığında prime time yayın akışı içerisinde izleyici tarafından en çok izlenen ve reyting sıralamasında en üst sırada bulunan 7 televizyon kanalı esas alınarak analizi yapılan bu çalışma, televizyon kanallarının prime time yayın akışında Amerikan yapımlı televizyon programlarına ne kadar yer verdiklerini tespit etmeyi amaçlamıştır.

Araştırma sonucunda Kazakistan'da analize edilen 7 kanalın arasından sadece 5 kanal Amerikan yapımlı programları yayınladığını görmek mümkündür. Reyting oranlarında üçüncü sırada yer alan 31 Kanal ve 6 sırada bulunan Kabar TV kanalları süre olarak Amerikan prodüksiyonlarına en çok yer veren kanallar olduğu anlaşılmaktadır. 31 Kanal ve Kabar Tv kanallarında yayınlanan bu programlar dramatik yapımlar olarak adlandırılan sinema filmleridir. Aynı şekilde Sedmoi Kanal da prime time yayın akışında Amerika sinema filmlerine toplam 150 dakika yer vermektedir.

İlgili haftada prime time zamanında süre olarak Amerikan programlarına ikinci sırada yer veren devlet televizyon kanalı Qazaqstan'dır. Kanalda yayınlanan Amerika'dan uyarlanan programların toplam süresi 160 dakikadır. Qazaqstan kanalı gibi Pervyi Kanal Evraziya kanalında ana yayın akışında toplam 75 dakika süre ile Amerika'dan uyarlanan programa yer vermiştir. Böylelikle elde edilen verilerden yola çıkarak, Kazakistan'da reyting oranı ile zirvede

bulunan kanalların prime time içeriğinde Amerikan yapımı programların yer aldığı, ancak onlara ağırlık verilmediği söylenebilir. Böylece “Kazakistan televizyon kanallarındaki prime time yayın akışında Amerikan yapımı televizyon programların ağırlık oluşturduğu” ve prime time zamanında Amerikan yapımı programlar daha çok izlendiği ile ilgili varsayımlar doğrulanmamıştır.

İlgili haftada Türkiye’de yayın yapan ve analiz yapmak üzere değerlendirilen 7 televizyon kanalının içinde sadece 3 televizyon kuruluşu Amerikan yapımı programları yayınlamıştır. Televizyon kanalları ile ilgili yapılan araştırma sonucunda elde edilen veriler, reyting oranında en üst sırada bulunan kanalların prime time zaman diliminde Amerikan yapımı programlarını çok az sayıda yayınladığını söylemek mümkündür. Elde ettiğimiz bu verilerden yola çıkarak, “Türkiye televizyon kanallarındaki prime time yayın akışında Amerikan yapımı televizyon programların ağırlık oluşturduğu” ve prime time zaman diliminde Amerikan yapımı programlar daha çok izlendiği ile ilgili varsayımlar doğrulanmamıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda Türkiye televizyon kanallarının içeriği yerli izleyici kitlesine hitap edebilen gündeme ilişkin soruları cevaplayabilecek tarzda diziler ya da yerel tarihsel belgeler üzerinde yapılan pek çok yerli televizyon filmleri ortaya çıkmış olduğunu söylemek mümkündür.

Günümüzde genel olarak eğlence içerikli, heyecan verici, duygulandıran ve kolay algılanan program yayıncılığını yapan televizyonun, asıl işlevlerini yerine getirip getirmediğine ile ilgili çeşitli iddialar ortaya atılmaktadır. Hem kuramsal çalışmalar hem de uygulamalı araştırmalar sonucu, kamu ve özel televizyonların program içeriklerinin deformasyona uğradığını ve böylece programların magazin, gösteri ve eğlence tarzına dönüştüğünü ortaya koymuştur. Öte yandan daha tutarlı ve ciddi konular üzerinde bilgiler vermesi gereken gazetelerin de televizyon aracı gibi sansasyonel ve magazinsel içerikli haberlere yer vermesi medya alanında yaşanan değişikliğin bir göstergesidir. Bu değişikliklerden bahsetmek gerekirse, ekonomik politik nedenler, sermaye ve hâkim güçlerin etkisi söz konusudur. Medya alanında oluşan bu değişimler Kazakistan ve Türkiye televizyon yayıncılığına da sirayet ettiğini görmekteyiz.

19-25 Mart 2018 tarihlerindeki televizyon programcılığında her iki ülkenin program türlerine ve süreleri ile ilgili haftalık genel değerlendirme sonucunda, Kazakistan ve Türkiye televizyon yayıncılığının prime time zaman dilimini uzun metrajlı filmler, haber programları, eğlence programları ve diziler ile sürdürmüştür. Çocuk ve kültürel içerikli programlara oldukça kısıtlı zaman ayrılmıştır. Elde ettiğimiz analizden yola çıkarak, Kazakistan’da ve Türkiye’de izlenme oranları açısından en üs sırada bulunan kanalların ana yayın akışındaki program türleri

önemli bir ölçüde eğlence içerikli yapımlardan oluştuğu, Qazakistan TV ve TRT1 kanalları dışındaki diğer kanalların hiçbirisi kültür içerikli programlar yayınlamadığı görülmektedir. Kazakistan'daki Sedmoy Kanal haricindeki diğer kanalların tümünde prime time zamanında haber bültenleri yayınlandığı gözlemlenmektedir ve Khabar kanalı haftalık haber bültenlerine toplam 730 dakika ayırarak haberlere en çok süre veren, 31 Kanal ise toplam 240 dakika harcayarak habere en az süre veren kanal olduğu söylenebilir. Türkiye'de kanalların hiçbirisi prime time'da kültür programların yayınlamadığını ve TRT1 kanalı toplam 730 dakika ile en çok haber programlarına yer veren kanal olduğu gözlemlenmektedir. Böylece ülkelerdeki televizyon yayıncılığında eğlence programların ağırlık oluşturduğunu ve eğlence içerikli kanalların izleyici tarafından daha çok izlendiği ortaya çıkmaktadır. Bu sebeplerden dolayı, Kazakistan ve Türkiye televizyon kanallarının yayıncılık politikası izleyicilere bilgilendirmekten öte eğlendirmeyi tercih etmiş, demokrasi ve izleyicilere karşı olan sorumluluklarını yerine getirmedikleri söylene bilir. Televizyon yayıncılığının bu hale gelmesinin nedeni ise, izleyicilerin arz, talep dengesinin ötesinde yayın kuruluşlarının kar oranlarını yükseltmek için reyting artıran programlara yönelmiş olmasındadır.

Medya alanındaki diğer değişim ise dünya genelinde faaliyet gösteren televizyon kuruluşları kültürel engelleri açmak amacıyla birçok strateji geliştirdiler. Medya kuruluşları artık farklı ülkelerin din, dil ve toplumsal yaşam tarzı, onunla birlikte kültür unsurlarına uyum sağlayacak şekilde program formatlarını üretmektedir. Bu programlar izleyici kitlesi tarafından büyük ilgi ile izlendiği de söylenebilir. Prodüksiyon şirketleri program formatının bu tarzı sayesinde ticari gelirlerini arttırmaktadır ve ulusal pazarlara girerek faaliyet alanlarını geliştirmişlerdir. Fakat Batıda yapılan ve ithal edilen programlar diğer ülke televizyon yayıncılığına uyarlandığı zaman halkın kültürel, manevi ve ekonomik değerleri göz önünde bulundurulmamaktadır. Bu toplumların kültürel özelliklerinin zamanla yozlaşmasına neden olmaktadır.

Türkiye ve Kazakistan televizyon yayıncılığının varlığında ve gelişiminde de şüphesiz Batı televizyonculuğunun etkisi olmuştur ve ülkelerdeki televizyon programlarının çoğu Amerikan televizyon endüstrisi programlarının benzer halidir. Ancak son dönemlerde Kazakistan ve Türkiye ulusal medyayı dış etkenlerden korumak için Kazakistan ve Türk kültürünü ön plana çıkaran programlar yaparak Amerikan kültür emperyalizmi altında yozlaşmasını önlemeyi amaçladığını çalışma kapsamında yapılan araştırmada görmek mümkündür. Her iki ülke yabancı programlar yerine yerli yapımlı yayınlara daha çok ağırlık vermektedir. Böylece, iki ülkenin televizyon yayıncılığı Amerikan formatının hâkimiyeti altından kurtulmaya gayret göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Ang, I. (1991). *Desperately Seeking Audience*. Routledge, London.
- Akalın, A. (2011). *Radyo ve Televizyon Teknolojisindeki Gelişmelerin Hukuki Düzenlemelere Etkisi*. Uzmanlık Tezi. RTÜK, Ankara.
- Alkoç, P. (2010). *Misyon ve Vizyon İfadelerinin İşletme Stratejisindeki Yeri ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Altunay, M. (2009). *Televizyon Program Türlerinde Melezleşmenin Televizyon Programları Bağlamında İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Aziz, A. (1976). *Radyo Televizyona Giriş*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, No:393, Ankara.
- Aziz, A. (1981). *Radyo ve Televizyona Giriş*. S.B.F. Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara.
- Aziz, A. (1985). *Radyoda Program Yapımı*. A.Ü. Basın ve Yayın Yüksekokulu Yayınları:6, Ankara.
- Aziz, A. (1999). *Türkiye’de Televizyon Yayınlarının 30 Yılı*. T RT Basılı Yayınları, Ankara.
- Baller, F. ve Gerard, E. (1998). *Yeni Medyalar*. İletişim Yayınları Cep Üniversitesi, İstanbul.
- Barlybayeva, S. (1994). *Veshaniye na Aziyatskom Kontingente*. Kazakh Üniversitesi, Almaty.
- Barlybayeva, S. (2000). *Mass Medya i Sivilizasiya Vostoka*. Kazakh Üniversitesi, Almaty.
- Barlıbayeva, S. (2007). *Televidenye v Mire i v Kazakhstane*. Kazakh Üniversitesi, Almaty.
- Bennet, W. L. (2000). *Politik İllüzyon ve Medya*. Çev. Seyfi Say. Nehir Yayınları, İstanbul.
- Bilget, Ş. (2002). *Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ile Yasal Mevzuatın Uyum*. RTÜK İletişim, Ankara.
- Buzek, A. (1996). *Komünist Basın Nasıl Çalışır*. Türkiye Ticaret Odaları Yayınları, Ankara.
- Çakır, V. ve Gülnar, B. (2012). *Avrupa Birliği’ne Uyum Süresince Türkiye’de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler*. http://perweb.firat.edu.tr/personel/yayinlar/fua_1667/1667_52807.PDF. (erişim tarihi: 20.01.2018).
- Çankaya, Ö. ve Yamaner, B. (2012). *Kitle İletişim Özgürlüğü*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik (1. Baskı)*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Çatalbaş, D. (2009). *Yeni Bir Radyo Televizyon Düzenine Doğru (1980-2000)*.
- Çetinkaya, Y. D. (2008). *Toplumsal Hareketler: Tarih, Teori ve Deneyim*. İletişim Yayınları. İstanbul.

- Çelenk, S. (2005) *Televizyon, Temsil, Kültür*. Ütopya Yayınevi, Ankara. “Ekranlar Duvara Asılacak”. Cumhuriyet Gazetesi, 24.08.1990
- EUREKA: Yenilik ve Buluş Histerisi. Cumhuriyet Gazetesi, 06.06.1992
- Fiske, J. ve Hartley, J. (1990). *Reading Television*. Routledge, London.
- Freches, J. (1991). *Kablolu TV*. İletişim yayınları, İstanbul.
- Galiaskarova, S. (10 Aralık 2011). “Kazradyo ve Televizyon” A.Ş. Yönetim Kurulu’nun Başkanı Abay Kadrallyev ile söyleşi. Radyo ve Televizyon Dergisi, №1, Astana.
- Gürsoy, B. (1999). *TRT ve BBC’nin Anahaber Bültenlerinin Kamu Haberciliği Açısından Karşılaştırmalı Analizi*. Yayınlanmış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ibrayeva, G. (2013). *Na Perspektive Kommunikasii: Zhurnalistika, Medya Kazakhstana*. Kazakh Üniversitesi, Almaty.
- İçel, K. ve Ünver, Y. (2005). *Kitle Haberleşme Hukuku*. 6. Bası, Beta Yayınevi, İstanbul. “İlk Türk Uydusu 1992’de Uzayda” Cumhuriyet Gazetesi, 17.02.1992
- Kaplan, Y. (1992). *Televizyon*. Ağaç Yayıncılık, İstanbul.
- Karaoğlu, M. (2011). *Dünya’da ve Türkiye’de Sayısal Karasal TV Yayıncılığı (DVB-T & DVB-T2)*. Uzmanlık Tezi, Radyo Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Kazak SSR arşivinden elde edilen bir belge: Bakanlar Kurulu Kararı.1959. Kazakistan
- Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları, Teoriler ve Yaklaşımlar*. (Çev. A. Toprak). Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Meyramkızı, A. (Aralık 2011). *Kazakistan Cumhuriyeti’nin Haberleşme ve Enformasyon Bakanı A.K. Jumagaliyev ile söyleşi*. Radyo ve Televizyon Dergisi, №1, Astana.
- Mutlu, E. (1991). *Televizyonu Anlamak*. Gündoğan Yayınları, Ankara.
- Mutlu, E. (1995). *İletişim Sözlüğü*. Ark Yayınevi, Ankara. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Raporu 2003 yıl
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum*. TRT Yayınları, Ankara.
- Rigel, N. (1991). *Elektronik Rönesans*. Der Yayınları, İstanbul.
- Özçağlayan, M. (1998). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*. Alfa Yayınları, İstanbul.
- Özçağlayan, M. (2000). *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademi Dergisi, Bursa.
- Özgen, M. (2012). *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı Olgusu ve Toplumsal Etkileri*. Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim, Eğitim Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Özdemir, E. (1983).*Yazı ve Yazınsal Türler*. Varlık Yayınları, İstanbul.

- Öztekin, H. (2007). *Neo-Liberal Toplumlarda Düzenleyici Devlet Anlayışı ve Görsel-İşitsel İletişim Alanında Bağımsız Düzenleyici Üst Kurullar: RTÜK Örneği*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademi Dergisi, Bursa.
- Öztürk, Ş. (2004). *Özel Televizyon Kanallarının Türk Haberciliğine Etkisi*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademi Dergisi, Bursa.
- 451-I sayılı Kitle İletişim Araçları Hakkında Kanun. 23.Ağustos. 1999. Türkiye
- Şeker, T. (2009). *Teknoloji ve Televizyon*. Literatürk Yayınevi, İstanbul
- Tamer, E.C. (1983). *Dünü ve Bugünüyle Televizyon*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Tanrıöver, H. U. (2012). *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı*. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2011-24, İstanbul.
- Turam, E. (1994). *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri*. İrfan Yayınları, İstanbul.
- Uyguç, Ü. ve Genç, A. (1998). *Radio Televizyon Haberciliği*. Avcıol Basım-Yayın, İstanbul.
- Aktaran Tülay, Ş. (2009). *Teknoloji ve Televizyon*, Literatürk Yayınevi, İstanbul.
- Uğurlu, F. ve Öztürk, Ş. (2006). *Türkiye’de Televizyon Haberciliği, Özel Televizyon Kanalların Getirdikleri*, Tablet Kitabevi, Konya.
- Yengin, H. (1994). *Ekranın Büyüsü: Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye’de Özel Televizyonlar*. Der Yayınları, İstanbul.

İnternet Kaynakları

- <http://evartist.narod.ru/text6/28.htm> (erişim tarihi: 20.01.2018).
- <https://www.krsu.edu.kg/vestnik/2015/v10/a16.pdf> (erişim tarihi: 20.01.2018).
- https://www.bea.gov/scb/pdf/2005/10October/1005_xborder.pdf (erişim tarihi: 20.01.2018).
- URL: <http://www.bbc.co.uk/tv/programmes/formats>. (erişim tarihi 20.01.2018).
- <https://shiftdelete.net/televizyonu-en-cok-turkler-izliyor-80811>(erişim tarihi 20.01.2018).
- <http://www.museum.tv/archives/etv/P/htmlP/primetime/primetime.htm>, (erişim tarihi: 20.01.2018).
- https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/janaozen-stanet-odnim-pervyih-gorodov kazahstane-tsifrovym-214854/ (erişim tarihi: 20.01.2018).
- http://www.inform.kz/ru/cifrovoe-televidenie-v-kazahstane-uzhe-est-mik-rk_a3072435 (erişim tarihi: 20.01.2018).
- <http://weproject.kz/articles/detail/o-tom-chto-est-v-kazmedia-tsentre-i-kak-popast-na-odnu-iz-lyubimih-peredach/> (erişim tarihi: 20.01.2018)
- <http://forum.qrz.ru/35-kosmicheskie-vidy-svyazey/10084-sputniki-ssha-skolko-ih.html> (erişim tarihi: 20.01.2018).

<http://www.novate.ru/blogs/280614/26826/> (erişim tarihi: 20.01.2018).

<http://www.bbc.co.uk/tv/programmes>. (erişim tarihi: 15.11.2017).

<http://personal.akorda.kz/images/file/759403ca1593e22086c8108c2acc4570.pdf> (erişim tarihi: 10.01.2018).

https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31114820#pos=0;0 (erişim tarihi: 10.01.2018)

<http://mic.gov.kz/ru/pages/informacionnyy-kazahstan-2020> (erişim tarihi: 14.01.2018).

<http://www.habersen.org.tr/2009/?p=4532> (erişim tarihi: 20.01.2018).

file:///C:/Users/admin/Downloads/Radyo%20ve%20Televizyon%20Yay%C4%B1nc%C4%B1l%C4%B1%C4%9F%C4%B1%20Sekt%C3%B6r%20Raporu_0129.pdf, (erişim tarihi: 02.02.2018).

<https://informburo.kz/novosti/na-cifrovoe-efirnoe-televidenie-kazahstan-polnostyu-pereydyot-v-2019-godu.html> (erişim tarihi: 20.01.2018).

file:///C:/Users/admin/Downloads/rtuk-2017-9-aylikfaaliyetraporu_0917.pdf (erişim tarihi: 04.02.2018).

<http://www.nedirnedemek.com/aromatize-nedir-aromatize-ne-demek> (erişim tarihi: 15.01.2018).

<http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423935124.pdf> (erişim tarihi: 15.01.2018).

<https://www.turkcebilgi.com/spek%C3%BClatif> (erişim tarihi: 20.01.2018).

http://www.emo.org.tr/ekler/2b9c931bc3ff6c8_ek.pdf <https://www.turkcebilgi.com/spek%C3%BClatif> (erişim tarihi: 20.01.2018).

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Assel URAZOVA
Doğum Yeri - Tarihi	06.01.1991 Özbekistan
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Kazakistan, Mangystau bölgesi, Zhanaözen ili No1 Tölesin Aliyev Lisesi, 2008
Lisans Diploması	Yabancı Diller ve Mesleki Kariyer Üniversitesi, Turizm ve İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Almaty, 2012
Yabancı Diller	Kazakça (Ana Dili), Rusça (gelişmiş), Türkçe (gelişmiş), İngilizce (gelişmiş)
BİLİMSEL FAALİYETLER	
Rusya. Moskova Onuncu Genç Elçiler Semineri (2017)	
Rusya, Orenburg-Soçi Dünya Gençlik Festivali (2017)	
Hırvatistan, Zagreb Uluslararası Gençler Zirvesi LEAP (2018)	
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurumlar	2011-2014 CTV Kazakistan Özel Televizyon Kanalı: Gazeteci-Muhabir. 2018 Kazakistan Cumhuriyeti Antalya Başkonsolosluğu: Konsolos Yardımcısı
Projeler	2013 Kazakistan Televizyon Yayıncılığında “En Başarılı Eğitim Programı”
E-Posta	asselakdeniz@gmail.com