

## TV KANALLARINDA YAYIN PLANLAMA STRATEJİLERİ; BENGÜTÜRK TV ÜZERİNE BİR İNCELEME

Broadcast Management And Strategiest Of Tv Channels; Research About Benguturk Tv

Osman YILMAZ

İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisanüstü Eğitim Enstitüsü, Televizyon ve Sinema Bölümü Yüksek Lisans Öğrenci,  
İstanbul/TÜRKİYE

### ÖZET

Yayın planlama izleyiciyi ekranda tutmak ve izlenirliği arttırmak için yapılır. Tüm tv kanallarının kendi yayın politikalarında, siyasi, maddi durumlarına veya izleyici potansiyelini geliştirmek için yayın planlama stratejileri bulunmaktadır. Bu yayın planlama stratejilerinin ana iskeleti RTÜK tarafından belirlenmiştir. Tüm tv kanalları bu çerçevede uyması gereken kurullarla birlikte bunları kendi stratejilerine entegre ederek planlamalar geliştirmektedirler. Planlamalar tv izleyicisinin en çok izlenim yaptığı anları yakalamak bu izlenilen saatler üzerinden giderek o bölümleri diğer saatlere göre daha zenginleştirerek geliştirmek için yapılır ve yapılmalıdır. Fakat genel anlamda birçok program içeriğinin saatleri bellidir. Yani bir siyaset programının veya bir çizgi filmin belli saat kuşakları vardır. Yayın planlamalarında da bunlar dikkate alınmaktadır. Bu nedenle tv kanalının daha zengin bir içerik ağına sahip olması, izleyici sayısının artması ve kaliteli izleyici kazanıp, kaliteli yayınlar çıkarabilmesi için yayın planlama bir tv kanalında oldukça büyük bir önem arz etmektedir.

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

### ABSTRACT

Broadcast Manage is try to catch up viewer and increase the level of traceability. All of TV Chanells have own broadcast management that according to the political, economical status and developing to the viewers potential. All of these Broadcast management's rules founded by RTÜK. All of TV Channels have to accept and apply to the RTÜK's rules when create to own broadcast management. Planing of the broadcast management based on viewers top watch time and try to improve of the broadcast content's level. But also many of programs have own planing time by manager of the broadcast. For example a cartoon movie or political programs have different time level. All of the broadcast management have to pay attention of these concept. For these reason management of the brodcast is very improtant to the increase of the number of viewers, quality of broadcast.

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

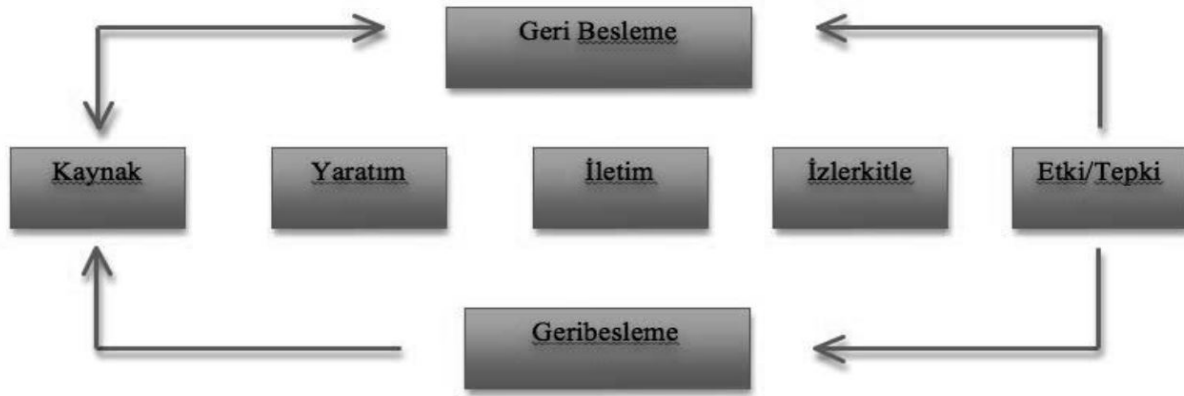
### 1. GİRİŞ

Geçmişten günümüze insanlar her zaman topluluk halinde yaşamışlardır ve birbirleriyle iletişim halinde bulunmuşlardır. Haber, fikir ve eğlence üreten ve bu ürettikleriyle de demokratik bir toplum oluşmasında büyük rol oynamıştır. 90'lı yılların başında Tv yayıncılığı TRT eliyle yürütülmekteydi. "Televizyonun icadında, radyoda olduğu gibi pek çok bilim insanının katkısı vardır. Ancak; televizyon tekniğiyle görüntü aktarmayı tam anlamıyla başaran ilk kişi olarak tarih kayıtlarına düşülen isim, İskoç bilim adamı John Baird olmuştur. (Rigel, 1991: 9). Zaman içerisinde bu sektörde özel radyo ve televizyonların ortaya çıkmasıyla günümüz dünyasında çok kritik bir noktaya yerleşmiş ve küresel aktör olarak yerini almıştır. Haber kanallarının propaganda amacıyla kurum, kuruluş veya bireylerin bu tür mecralara sahip olarak şahsi çıkarlar ve amaçlar uğruna kullanımı günümüz medyasında apaçık görülmektedir. Medya sektörü kontrol altına alınarak toplumun düşünceleri ve algıları üzerinde etkili olmak amaçlanıp başka faaliyet alanlarında güç kullanımı kolaylaştırması öngörülmektedir. Tv kanallarında yayın akışları tamamen izleyiciyi ekrana çekmek için planlanır. Özellikle eğlence programlarına ağırlık verilir ki insanlar gün içerisindeki streslerini izledikleri bu eğlence programlarıyla atabilsinler. Bazı Tv kuruluşları haber-program-dizi kısacası bütün dağılımı dengeli bir şekilde yaparak izleyenlerin hepsini ekrana çekmeyi planlamaktadır. Bazı Tv kuruluşları sadece eğlence sektörü dizi film ile kuşaklarını ile doldururken bazıları da sadece haber kanalı olarak yayınlarını yapmaktadırlar. Bu doğrultuda genel haber kanallarında her saat başı güncel haberler

verilerek seyirciyi dünyada ne olup bittiğini anlatmak, en güncel haberlerin kendi kurumunda olduğunu gösterebilmek, en flaş gelişmelerin ilk kendi Tv kurumundan verildiğini göstermeye çalışarak izleyiciyi ekrana çekmeye çalışmaktadır. Bazı zamanlarda sırf izleyici çekmek adına Tv kanallarının asparagas haber vermektedir. Bu durumda o anlık seyirciyi çekse, işe yarsa da sonrasında kurumun isminde bir leke olarak kalmaktadır.

## 2. YAYIN PLANLAMA

Planlama Tv Kanallarının vazgeçilmezidir. Planlama hem izlenirliği arttırmak hem daha düzgün bir yayın sunmak ve izleyiciyi ekranda tutmak açısından mühim bir yere sahiptir. Aynı zamanda bazı yayınların girmemesi gereken bir saatte yayınlanmaması için planlama önem arz eder. Tüm Tv kanallarında bununla ilgili işe hakim ekipler çalıştırılmaktadır. Medya günlük hayatımızda çok önemli bir rol oynamaktadır. Medya üç önemli ihtiyacı gidermektedir; bilgi, eğlence ve reklam. Tv ilk planda eğlencenin ve bilginin kalitesine ve türüne göre, ikinci planda ise reklamların türüne göre tercih eden bireylere reklamları taşır ve iletir. Dünyadaki son gelişmeleri öğrenmek istediğimizde medyaya başvururuz. Aynı zamanda günlük rutinlerimizden kurtulup günlük koşuşturmacalardan kaçmak için de yine medyaya başvururuz. Televizyon insanları filmler, diziler, komediler, realite şovlar ve spor karşılaşmaları ile eğlendirir. Program türleri çeşitlilik arz etmektedir. Yayın planlamanın önemini burada anlamaktayız. İçeriği oldukça dolu, bilgilendirici-eğitici bir programın yayın saatinin yalnız bir saate planlanması o programın ne kadar ilgi çekici eğitici-öğretici yada eğlendirici olsa dahi çok düşük bir izlenme oranıyla karşı karşıya kalabilir. Oysa ki bütün programları kapsamıyor olsa da büyük oranda çoğu programın ortalama bir saati vardır. Bir çizgi film saati sabah 07:00-08:00 civarlarında olan bir saate siyaset programı koyamayız. O programın içeriği ne kadar iyi de olsa böyle bir planlama doğru olmayacaktır. "Akış televizyon yayınlarının birbirinden farklı türdeki programlarla sistematik bir şekilde ardı ardına dizilmesinden ortaya çıkar. Televizyondaki akış, kesintiye uğrayan programların ard arda sıralanarak bölümlemeler oluşturmasıdır." (Butler, 2007). Yayın planlamada kanalın bakış açısı yansıtılmaktadır. Genel anlamda yapılan yayınlar, ara dolgular, hatta reklamlar dahi incelendiği zaman kanalın genel anlamda politikası ve kurumun dili ön plana çıkmaktadır. "Televizyondaki akış kavramı gündelik yaşamın akışına benzerlik gösterir. Gündelik yaşamda insanların genel olarak yaptıkları işlerin ve eylemlerin zamansal dağılımı gibi televizyon yayınlarının da belirli bir zamansal sıralanışı vardır. Bu zamansal sıralanış ülkeler, televizyon şirketlerine ve hatta bu şirketlerin farklı kanallarına göre değişiklik gösterebilir." Williams (1990),



Şekil 1.1; Televizyonun iletişim süreci

Televizyonda alıcıdan yeniden kaynağa doğru akan geri beslemenin dolaylı olmasıdır. Daha basit bir ifadeyle televizyondaki iletişim süreci telefondaki gibi aynı anda gerçekleşir, ancak karşılıklı değildir. İzleyiciler programla ilgili tepkilerini dolaylı geri besleme şeklinde iletebilirler (Kars, 2003:5-6).

Tablo 1. Bengütürk Televizyon Kanalı'nın 02 Ocak 2020 tarihli bir günlük yayın akışı

02/01/20
09:00 – 09:30 GÜN BAŞLIYOR – ANKARA CANLI
09:30 – 09:31 ara
09:30 – 09:55 GÜN BAŞLIYOR – ANKARA CANLI
09:55 – 10:00 ara
10:00 – 10:30 GÜN BAŞLIYOR – ANKARA CANLI
10:30 – 10:31 ara
10:31 – 10:45 GÜN BAŞLIYOR – ANKARA CANLI
10:45 – 11:00 GÖSTERİM
11:00 – 11:30 İLERİ İKİLİ – ANKARA CANLI
11:30 – 11:32 ara
11:32 – 11:55 İLERİ İKİLİ – ANKARA CANLI
11:55 – 12:00 ara
12:00 – 12:30 EKONOMİDE GÜNDEM – İSTANBUL CANLI
12:30 – 12:32 ara
12:32 – 12:55 EKONOMİDE GÜNDEM – İSTANBUL CANLI
12:55 – 13:00 ara
13:00 – 13:45 ÖĞLEN AJANSI – ANKARA CANLI
13:45 – 14:00 GÖSTERİM
14:00 – 14:30 BAŞKANLAR KONUŞUYOR – İSTANBUL CANLI
14:30 – 14:32 ara
14:32 – 14:55 BAŞKANLAR KONUŞUYOR – İSTANBUL CANLI
14:55 – 15:00 ara
15:00 – 15:30 GÜNÜN RAPORU – ANKARA CANLI
15:30 – 15:32 ara
15:32 – 15:55 GÜNÜN RAPORU – ANKARA CANLI
15:55 – 16:00 ara
16:00 – 16:30 GÜNÜN RAPORU – ANKARA CANLI
16:30 – 16:32 ara
16:32 – 16:55 GÜNÜN RAPORU – ANKARA CANLI
16:55 – 17:00 ara
17:00 – 17:30 SPOR SAATİ – İSTANBUL CANLI
17:30 – 17:32 ara
17:32 – 17:55 SPOR SAATİ – İSTANBUL CANLI
17:55 – 18:00 ara
18:00 – 18:20 SPOR SAATİ – İSTANBUL CANLI
18:20 – 18:30 ara
18:30 – 19:00 ANA HABER – İSTANBUL CANLI
19:00 – 19:15 GÖSTERİM
19:15 – 19:30 ÖZÜN SÖZÜ – İSTANBUL CANLI
19:30 – 19:31 ara
19:31 – 19:55 ÖZÜN SÖZÜ – İSTANBUL CANLI
19:55 – 20:00 ara
20:00 – 20:50 ÖZÜN SÖZÜ – İSTANBUL CANLI
20:50 – 21:00 ara
21:00 – 21:30 TARİHE NOT DÜŞENLER – İSTANBUL CANLI
21:30 – 21:32 ara
21:32 – 21:55 TARİHE NOT DÜŞENLER – İSTANBUL CANLI
21:55 – 22:00 ara
22:00 – 22:30 TARİHE NOT DÜŞENLER – İSTANBUL CANLI
22:30 – 22:32 dolgu
22:32 – 22:55 TARİHE NOT DÜŞENLER – İSTANBUL CANLI
22:55 – 23:00 ara
23:00 – 23:26 KÖY HASRETİ 1. PART 02 OCAK 2020
23:26 – 23:28 ara
23:28 – 23:43 KÖY HASRETİ 2. PART 02 OCAK 2020
23:43 – 00:00 GÖSTERİM
00:00 – 00:44 CSI; KANIT PEŞİNDE 4. BÖLÜM
00:44 – 01:14 ANA HABER – TEKRAR
01:14 – 01:44 SÖZ HAKKI 1. PART 01 OCAK 2020
01:44 – 01:45 ara
01:45 – 02:14 SÖZ HAKKI 2. PART 01 OCAK 2020
02:14 – 02:39 CAN CANA 17 EKİM PART 1
02:39 – 02:40 ara

02:40 – 02:58 CAN CANA 17 EKİM PART 2
02:58 – 03:00 ara
03:00 – 03:20 ZİHİN OYUNLARI – 5
03:20 – 03:35 BİTKİLER 1
03:35 – 03:40 GÖSTERİM
03:40 – 03:46 ara
03:46 – 04:30 CSI; KANIT PEŞİNDE 4. BÖLÜM
04:30 – 05:00 ANA HABER – TEKRAR
05:00 – 05:56 DİNİ YAYIN
05:55 – 06:00 ara
06:00 – 06:29 ALASKA 1 PART
06:29 – 06:30 ara
06:30 – 06:40 ALASKA 2 PART
06:40 – 06:41 ara
06:41 – 07:13 KUŞLAR 1. BÖLÜM
07:13 – 07:14 ara
07:14 – 07:40 SON KALE 1. PART
07:40 – 07:41 ara
07:41 – 07:57 SON KALE 2. PART
07:57 – 08:00 ara
08:00 – 08:30 BELGESEL
08:30 – 08:35 ara
08:35 – 09:00 ELLIOT FARE 16. BÖLÜM

Tablo 1'de de görüldüğü üzere Bengütürk Tv kanalının bir günlük yayın akışındaki planlaması kurumun yayın planı tekniğini genel anlamda az da olsa gösteren, birbiri peşine koyulan canlı yayınlar, Sabah, öğlen yada akşam kuşaklarında yayınlanan programların dizilimi gözükmektedir. Tabi Bengütürk Tv 2020 yılı itibariyle RTÜK'te %52 oranında haber kanalı olarak gözükmektedir. Bundan sebeple bir haber kanalında her an son dakika canlı yayınlar çıkabilir ve bu yayın planlamayı tamamen bir anda değiştirebilir. Devlet büyüklerinin konuşmaları, savaşlar, afetler vb. ani durumlar sebebiyle canlı yayınlar ile akış bozulabilir. Bu tür yayınları ekrana getirdikten ve yayın bittikten sonra yayın planlamada hemen ani düzeltmeler ile akış toparlanır, planlama revize olur ve tekrar yayın akışına kaldığı yerden dönlür. Bu şekilde devam eder fakat kesin yayınlanması gereken bir reklam veya bir program bandı olduğunda telafisi yapılır. Telafisi o gün farklı saatlerde reklam spotları yayınlanır. Gerekirse fazladan spot girilerek telafi edilir. Bant yayın ise belki daha güzel bir saate koyulur. Yada hemen son dakika canlı yayını bitiminde başlatılır fakat bu sefer de diğer programlar kayarak ve kısalarak devam etmek zorunda kalabilmektedir.

"Yatırım bir kez yapıldıktan sonra da kesintisiz yayın yapmak, diğer yayıncılarla rekabet etmek gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında, radyo televizyon ekonomisi yasaları, çoğulculuk ilkeleriyle pek uyumamaktadır (Gerdan, 1992:184).

### 3. İZLEYİCİ BEKLENTİLERİ VE TV'DE YAYIN PLANLAMA STRATEJİLERİ

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

### 3.1. KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI

Medyanın tüketici konumundaki tv seyircisi, radyo dinleyicisi yada gazete okuyucusunun neden o tv programını seçtiği yada neden o gazeteyi okuduğu sorusuna kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile yanıt aranmaktadır. Alıcı konumundaki izleyici yada dinleyicilerin seçtikleri programı neden izledikleri (kullanımlar yaklaşımı), programın kendilerine katkıları, izlenen programdan alınan hazzın (doyumlar yaklaşımı) ne ölçüde olduğu, iletinin hedefle denk düşüp düşmediği konular iletişim araştırmacılarının dikkatini çeken konular arasında yer almıştır.

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

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

### 4. PROGRAM YAPIMLARI VE İZLERKİTLE

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

Program yapımlarında tv kanalında bir ön sunum hazırlamak için öncelikle programın künyesinin oluşturulması gerekmektedir. Bu künyede program adı, program sunucusu, çekim formatı, türü, hedef kitlesi, biçim ve süresi belirlenmelidir. Daha sonra programın amacı tanımlanmalıdır. Kısaca bir giriş bölümü yazıldıktan sonra programın konusu ve içeriği anlatılmalıdır. Bu program konusu ve içeriği kısmı kendi içinde küçük başlıklara bölünebilir. Anlatılan program içeriğine göre alt başlıklar oluşturulur. Sonrasında ileriye dönük olarak programın gelişimi ve olabilecekleri anlatan bir paragraf yazılır. En sona ise bütçe kısmı koyulur. Bu şekilde bir program yapımı için hazırlık süreci bitip çekim kısmına geçilir. Burada program stüdyo yada dış çekim nerede çekilecekse ona göre hazırlıklar ayarlandıktan sonra çekim işlemi yapılır.

PROGRAM KÜNYE	
Program Adı	: <i>Tezi-Yorum</i>
Program Sunucu	: <i>Osman Yılmaz</i>
Tekim Formatı	: <i>Hâl Dijital</i>
Türü	: <i>Tezi Programı</i>
Hedef Kitle	: <i>Genel İzleyici</i>
Bicim	: <i>Bant Yayın</i>
Süre	: <i>30'</i>

Şekil 1. Program Künyesi

Yayın ve Program birimi daha sonra bu programın içeriğine göre yayın planlamaya alırlar. Yayın planlamada izlerkitle için hedeflenen saatlerde yayına sunulmak için sisteme alınır. Yayın tarihi ve saati belirlendikten sonra programla alakalı bir tanıtım yapılarak, programın yayınlanacağı gün ve saate kadar tanıtım bir nevi hatırlatma ve duyurma görevi görür. Özellikle konu ve konuk ilgi çekici ise tanıtımın daha da büyük bir etkisi olur. Tabii bu esnada tanıtım tv kanalının sosyal medya hesaplarında da tv'de yayınlanmaya başladığı andan itibaren onlar da yüklenmiş ve paylaşımına sunulmuş olması gerekmektedir. Bunların hepsi organize olarak yapıldığında yayın planlamasının işi kolaylaşacak ve izlenimin artmasına sebep olacaktır.

Televizyon programlarının yapımında temel olarak iki tane yaklaşımdan söz edebiliriz. Bunlar, *İçerik Yaklaşımı* ve *Etkiden-Nedene Yaklaşımı*'dir.

#### 4.1. İÇERİK YAKLAŞIMI

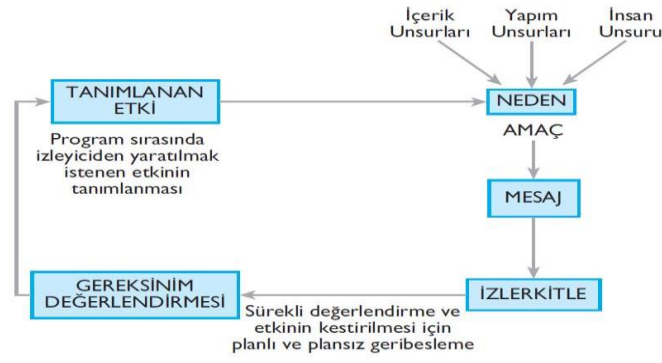
Programın üretileceği malzemenin yapımçıya dış bir kaynak sağlanmasıdır. Bu yaklaşımda içerik televizyon dışından biri tarafından seçilmekte ve seçilen malzeme televizyon uzmanlarından olan programcıya verilmektedir. Programcı bu içeriği televizyon anlatım özellikleri ve yapım süreci kapsamında hazırlayarak uygun bir kanal aracılığıyla izler kitleye ulaşılmaktadır.



Şekil 2. İçerik Yaklaşımı. (Mutlu, 1995).

#### 4.2. ETKİDEN-NEDENE YAKLAŞIMI

Programı tasarlarlarken izleyicilerin beklentilerini, isteklerini, gereksinimlerini tespit edip o şekilde gerçekleşmesini sağlamaktır. Bu yaklaşımda yapım sürecinde içeriğin değil, izleyicinin bu programa vereceği tepkiler doğrultusunda hazırlamak olacaktır. Sonraki aşamada izler kitleye bu deneyimi yaşatmak için program yapımcısı gerekli olan kişi ve malzemeleri bulmaya çalışır. Burada içerik unsurları olarak ışıklar, kamera, ses gibi teknik durumlardan söz edilmektedir.



Şekil 3. Etkiden-Nedene Yaklaşımı. (Zettle, 2009).

## 5. TV KANALLARINDA YAYIN PLANLAMA STRATEJİLERİ

Tv sektörünün ana iskeleti planlama ile oluşmaktadır. Gündemde olmayan zamansız girilen program ya da dolgular kurumun bir anda izlenmesinin büyük oranda düşmesine bile neden olabilir. Zamanlı planlı girilen yayınlar ise kurumu bir anda şahlandırabilmektedir. Tv yayıncılığı girilen tüm yayınlara ve bütün birimlerin iyi organize olmasıyla alakalıdır. Takip etmek de bu işin asli görevleri arasında yer almaktadır. Gündemi sürekli takip etmek ve gelişen olaylar ve durumlara göre yayınlar planlamak bunların en başında gelmektedir. Bunların yanı sıra gündem veya gündem dışı planlanan programlar bilgilendirici, eğitici, eğlendirici ve haberlerin de titizlikle planlanması izlenirliği arttıracaktır. Programın içeriğinin mükemmelliği, konukların bilgi birikimi yüksek olması bile programın yayınlanma saatinin yanlışlığından kaynaklı izlenirliğini çok düşürebilir. Özellikle şiddet ve cinsellik içeren program dizi-belgesel ya da sinema filmlerinin saatleri değiştirilemez çünkü bu tür programlar RTÜK tarafından belirlenmiş saatleri vardır. Akşam saat 23.00'dan gece saat 05:00 saatleri arasında yayınlanması zorunludur. Bu saatlere uyulmadığı takdirde ise tv kanallarına cezai işlem uygulanması sözkonusudur. Bu uyarılma, yayın durdurma ya da para cezası olarak uygulanmaktadır. Bu saatlerde yayınlanması dışında akıllı işaretlerinde kullanılması gerekmektedir. Yapılan yayınlarda kişileri itam eden durumlarda karşı tarafa cevap hakkı doğar. Bu durumda o anda o kişiye cevap hakkının doğduğu net bir şekilde belirtilmelidir. O sırada cevap hakkı doğan kişi Tv'yi izlemiyebilir. Bu hak haberdar olduğunda da kullanabileceği bir haktır. Tv yayın akışı günlük olarak saniye saniye hesaplanarak yapılmaktadır. Bütün bir 24 saatin planı öncesinde hazırlanır ve gerekli birimlere iletilir. Bu birimler bu günlük yayın planı çerçevesinde yayınları yaparlar.

"Yerine getirdiği işlevler açısından diğer kitle iletişim araçlarından ayrı değerlendirmeye tutulmasa da toplumsal yaşamdaki başat rolü nedeniyle etki düzeyinin oldukça yüksek olduğu kabul edilmektedir. Örneğin; ülkemizde televizyonun "ekonomik, eğitimsel ya da kültüre özgü kısıtlıklar nedeniyle adeta hayatın kendisi ikame ettiği" ileri sürülmektedir" (Çelenk, 2005; 16).

İşte tv kanalları bu yayın planlama stratejisi ile yapılan planlamalar doğrultusunda kanalın bütün politikası, söylemleri, renk tonu, kji bantları vb. bütün bu durumların bir özeti niteliğinde sonuçlanmaktadır. Bu sonuçlar da tv kanalının nasıl bir kanal olduğunu, ne tür yayınlar yaptığını okumamızı sağlamaktadır.

## 6. SONUÇ

Tv kanallarında yayın planlama kanalın akış ilerleyişinden ziyade izlerkitlenin ekranlarda kalması için yapılmış olan bir planlamadır. Bu planlama seyircinin dikkatini çekmek ve ekranda tutmak için yapılmaktadır. Fakat bu strateji aynı zamanda kurumların duruşları, görüşleri doğrultusunda planlanması gerçekleşmektedir. Bu nedenden dolayı işin içerisinde maddi bir durum olsa dahi fikirler ters düştüğünde yayın anlamında bir anlaşmaya varılamamaktadır. Tv yayın planlamalarında programların belli bir saat aralıkları bulunmaktadır. Bu saat aralıkları programın içeriğine, yaş sınırına göre değişimler gösterir. Bu duruma binaen RTÜK tarafından getirilen akıllı işaretler kullanılmaktadır. Bu akıllı işaretler programın izleyebileceği yaş sınırının program başlanırken gösterilerek seyirciye iletmektedir. Yayın içerikleri kendini izleyecek içerikler olmalıdır. Bunlar bazen çok bilgi dolu programlar olabilir, bazen ise eğlence türü programlar olabilir. Hepsinin izleyici kitlesi farklıdır. Yayın planlarını gündelik gelişen siyasi-kültürel durumlar doğal afetler yada kazalar olduğu zaman belirler. Bu belirlemenin saati yoktur. Yani bu tür yayınlar günlerce sürebilmektedir. Bu nedenle yayın planlama büyük önem arz eder.

**KAYNAKÇA**

Mutlu, E. (1995). **Televizyonda Program Yapımı** Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, No: 4.

Zettle H.(2009). **Television Production Handbook**. Tenth Edition. USA, Wadsworth Cengage Learning.

Williams, R. (2003). **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**. (Çev.: Ahmet Ulvi Türkbağ) Ankara, Dost Yayınları.

Sarıoğlu, G. (1976). **Televizyon: Program Yapımı ve Yönetim**. Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Rigel, Nurdoğan. (1991) **Elektronik Rönesans**, Der Yayınları, İstanbul.

Kars, N. (2003). **Televizyon Program Yapalım Herkes İzlesin**. İstanbul Derin Yayınları.

Çelenk, Sevilay. (2005) **Televizyon Temsil Kültür**, Ütopya Yayınevi, Ankara

Gerbner, George. (1996) "Fred Rogers and The Significance of Story"

