Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research
Cilt: 12 Sayı: 62 Yıl: 2019 Volume: 12 Issue: 62 Year: 2019
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581
http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3145

TÜRKİYE'DE TELEVİZYON YAYINLARININ TÜRLERE GÖRE İZLENME ORANLARI: 1995-2010 YILLARI ARASI YAYINLANAN PROGRAM TÜRLERİNİN REYTİNG ANALİZİ•

RATINGS OF TELEVISION BROADCASTS IN TURKEY BASED ON THEIR TYPES: ANALYSIS OF RATINGS BASED ON PROGRAMME TYPES BROADCASTED BETWEEN 1995-2010

Vahit İLHAN**
Burak ÜNLÜ***

Öz

Türkiye'de televizyon yayıncılığı ekonomi politik ve kültürel nedenlerle hem makro hem de mikro ölçekte tartışılagelmiştir. Gündelik hayat pratikleri noktasında televizyon yayınları izleyicilerin hayatlarına önemli dokunuşlar yaptığı için de her zaman bu tartışmaların merkezinde yer almıştır. Bu nedenle televizyonda üretilen içerikler ve izleyicinin hangi program türlerini takip ettiği, alanın temel tartışmalarından birini oluşturmaktadır. Reyting analizleri, izleyicinin ilgisini çeken televizyon programlarının türü, içeriği ve aynı zamanda televizyon yayıncılığı noktasında değerlendirme yapabilme imkanı tanımaktadır. Bu çalışmada, özel televizyon yayıncılığının profesyonelleştiği ve farklı program türlerinde yayınlar yapmaya başladığı 1995 yılından 2010 yılına kadar Türkiye'deki televizyon izleyicilerinin en çok hangi içerik türlerini izlediğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu süreçte izleyiciyle buluşturulan ve en çok reyting toplayan program türlerinin eğlence, spor, dizi ve haber/bilgi olduğu belirlenmiştir. Uzun süreli bir dönemin panoramasını ortaya koyan bu çalışma, hem yayıncılar hem de medya çalışmaları için önemli veriler sunacak ve yayıncılar için bir ayna görevi görecektir.

Anahtar Kelimeler: Televizyon Yayıncılığı, Program Türleri, Reyting, İzleyici.

Abstract

Television broadcasting in Turkey has been discussed for political, economical and cultural reasons in both macro and micro scales. In daily life practices, television broadcasts have always been at the centre of these discussions, since they have made important touches to the lives of the viewers. The contents of the TV broadcasts and which program types are watched by the audience are one of the main debates in television studies. With rating analysis, it is possible to demonstrate the types and contents of the programs which the audience are interested. The purpose of this study is to determine which program types were watched mostly by the TV audience in Turkey between 1995 to 2010. In this period, it is determined that the most broadcasted and preferred program genres were entertainment, sports, TV series and news/information. This study, which covers a long-term period, offers significant amount data about the broadcasts and serve as a mirror to let them to see their situations for both broadcasters and media studies.

Keywords: Television Broadcasting, Programme Types, Rating, Audience.

1. Giriş

Türkiye'de 1968'de başlayan düzenli televizyon yayıncılığı, 1990 yılına kadar, kamu yayıncısı TRT'nin (Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu) tekelinde gerçekleştirilmiştir. 1990'da mevcut yasalardaki açıklardan yararlanarak yayın yapmaya başlayan özel televizyon kanalları ile birlikte TRT, televizyon yayıncılığındaki tekel konumunu kaybetmiştir. 1993 yılında yapılan ilgili anayasa maddesindeki değişiklik ve 1994 yılında çıkarılan radyo-televizyon yasası ile özel televizyonlar yasal bir dayanak kazanmıştır (Aziz, 2013, 199-207). Türkiye'de televizyon izleyicisi, özel televizyon yayınları başladıktan sonra programlar arasından farklı tercih yapabilme imkanına kavuşmuştur. İzleyicilerin hangi programları izlemeyi tercih ettiklerine yönelik araştırmalar ise 1989 yılında başlamıştır.[1] O tarihte televizyonda devlet tekeli söz konusu olsa da, 1980'li yıllarda esmeye başlayan serbest piyasa rüzgarının etkisiyle ve belki de kısa bir süre içinde öngörülen ticari yayıncılığa bir hazırlık olarak, reyting ölçümleri yapılmaya başlanmıştır. 1990'lı yılların ilk yarısı, hem izleyiciler hem de yayıncılar için bir geçiş dönemi olarak değerlendirilebilir. Bu sancılı ve yasal olmayan yayıncılık macerası 1994 yılında son bulmuştur. Özel televizyon yayınlarının başladığı ilk 5 yıl, bir bakıma farklı sektörlerden televizyon endüstrisine giriş yapan holdinglerin yayıncılığı öğrenme dönemiydi.

• Bu çalışma, 26-29 Ocak 2017 tarihlerinde Barselona, İspanya'da gerçekleştirilen Annual International Conference on Humanities and Social Sciences'ta, "Ratings of Television Broadcasts in Turkey Based on Their Programme Types: Rating Analysis of the Programme Types Broadcasted Between 1995-2010" başlığı ile sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

** Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, vilhan@erciyes.edu.tr
*** Arş. Gör., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, burakunlu@erciyes.edu.tr

Yasal zeminin sağlanmasının ve geride kalan öğrenme sürecinin ardından özel televizyonlar pek çok farklı formatta içerik üretmeye ve yayın yapmaya başlamışlardır.

İzleyicinin her türlü görsel içeriğe ulaşma biçimini değiştiren yeni medyadaki hızlı gelişmelere rağmen televizyonun medya mecraları arasında merkezi konumunu koruduğu görülmektedir. Çeşitli medya araçları arasında toplumsal algı üzerindeki nüfuz gücü itibarıyla etkinliğini sürdüren televizyon aynı zamanda gerçekleşen reklam yatırımlarının toplamından aldığı pay bakımından da ilk sıralarda yer almaktadır. 2017 yılı küresel reklam harcamaları mecra dağılımında televizyona doğrudan verilen reklamlar Avrupa ve Amerika başta olmak üzere dünyada ortalama yüzde 34 oranlarında seyrederken, Türkiye'de televizyon yayıncılığının reklam yatırımlarının toplamından aldığı pay yüzde 48'dir. Küresel reklam yatırımlarında mecra paylarına bakıldığında televizyonun payının 2017 yılında bir puan gerileyerek yüzde 34'e düştüğü, dijitalin ise payını yüzde 38'e çıkardığı belirlenmektedir. Türkiye'de ise dijitalin reklam harcamalarında yüzde 26 ile televizyondan bir hayli geri kaldığı görülmektedir (RATEM, 2018, 27-28). Bu veriler dünya ölçeğine göre Türkiye'de televizyona olan ilginin çok daha yüksek olduğunu gösterirken aynı zamanda kısa vadede bu ilginin kaybolmayacağını göstermektedir.

Televizyon yayıncılığının en önemli gelir kaynağı reklamlardır. Reklam verenler için elbette yayınlanan programın izlenme oranları önemlidir. Zira reklam verenler, hangi kanalda ve programda reklamların yayınlanacağına dair kararlarını kanal ve programın izlenme oranlarına, bir başka ifadeyle reyting verilerine göre vermektedir. Aynı şekilde televizyon kanalları da reklam fiyatlarını reyting ölçümü verilerine göre belirlemektedir. Türkiye'de televizyon kanallarının izlenme oranlarının tespiti Televizyon İzleme Araştırmaları A.Ş. (TİAK) tarafından yapılmaktadır. Ölçümler TNS-Kantar Medya tarafından 40 il ve 9 bölge üzerinden, 4 bin 200 civarında hanede bulunan 5 yaş üzeri üyelerin izleme verilerinin sese duyarlı people meter cihazlarıyla yapılmaktadır. Sonuçlar televizyon kanalları ve reklam verenlere aktarılmaktadır (Şentürk, Gülçur, Eken, 2017, 160-161). Reyting ölçümleri 1989 yılında AGB A.Ş. ile başlamış (Çelenk, 2005, 222) ve 2011 yılına kadar bu şirket tarafından sürdürülmüştü. O dönemde ortaya çıkan panel adreslerinin televizyon kanallarına sızdırıldığı haberlerinin ardından TİAK, Nielsen ile (AGB, 2004 yılında Nielsen Araştırma Şirketi ile birleşmiştir ve artık Nielsen olarak anılmaktadır) olan anlaşmasını sonlandırmıştır. Çalışmada kullanılan veriler 1989 yılından 2011 yılına kadar Türkiye'de reyting ölçümlerini yapan AGB/Nielsen adlı araştırma şirketinden alınmıştır.

2. Araştırma Deseni

Bu çalışmada, özel televizyon yayıncılığının profesyonelleştiği ve farklı program türlerinde yayınlar yapmaya başladığı 1995 yılından itibaren Türkiye'deki televizyon izleyicilerinin hangi içerik türlerini izlediğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. "Türkiye'deki izleyiciler en çok hangi program türlerini izlediler?" ve "Yıllar içinde değişen izleyici eğilimleri nelerdir?" araştırma sorularından hareketle, 1995-2010 yılları arasında Türkiye'de en çok izlenen 4 özel televizyon kanalı ve bir kamu kanalının yayınlarının program türlerine göre reyting oranları incelenerek, televizyon izleyicisinin hangi formatları izlemeyi tercih ettiği belirlenmiştir. Çalışma kapsamında 1995 ve 2010 yılları arasında belirlenen 7 farklı dönemde TRT 1, Kanal D, Star TV, Show TV ve ATV'nin program türlerine göre reyting oranları incelenmiş ve tarihsel süreçte izleyici ilgisinin hangi formatlara yöneldiği ortaya konulmuştur. Bu bağlamda öncelikli olarak çalışmaya dahil edilen tüm kanallar arasında en çok izlenen program türleri, her yıl aldığı ortalama reytinglere göre listelenmiştir. Bu rakamlar, kanalların yayınlarının program türlerine göre dağılımları ile hem tüm kanalların ortalaması üzerinden hem de tek tek kanallar üzerinden karşılaştırılarak bir değerlendirme yapılmıştır. Daha sonra ise, çalışmaya dahil edilen dönemlerde kanalların en çok hangi tür yayınları ile izleyici çektikleri grafiklerle gösterilmiştir. Son olarak, izleyicilerin reyting rakamlarına yansıyan yönelimlerini takip eden dönemlerde kanalların yayınlarının içerik türlerine göre dağılımında bir karşılık bulup bulmadığı incelenmiştir.

İnceleme sonucunda oluşturulan tablo ve grafiklere ve bunlara bağlı olarak oluşturulan değerlendirmelere geçmeden önce çalışmada kullanılan veriler ve program türleri hakkında bilgi vermek açıklayıcı olacaktır. Çalışmada kullanılan veriler 1989-2011 tarihleri arasında Türkiye'deki reyting ölçümlerini gerçekleştiren Nielsen Türkiye'den alınmıştır. 1995, 1998, 2000, 2002, 2005, 2008 ve 2010 yıllarına ait farklı tablolarda gönderilen program türü oranları ve reyting ölçümlerinde kullanılan program türleri ve alt türleri aşağıdaki tabloda listelenmiştir.

Tablo 1: Nielsen Türkiye'den Alınan Verilerdeki Program Türleri

Program Türü	Program Alt Türü
Reklam ve Tanıtım (Station Break)	Tanıtım (Promotion)
	Reklam (Advertisement)
	Sponsorlu Tanıtım (Sponsorised Promotion)
	Telemarketing
Filmler (Films)	Yerli Filmler (Film Turkish)
	Yabancı Filmler (Film Foreign)
Kültürel Yayınlar (Cultural)	Eğitim (Scholastic Education)
	Sağlık Eğitimi (Health/Service Education)
	Belgesel (Documentary)
	Tarih/Edebiyat/Sanat (History/Literature/Art/Film)
Spor Yayınları (Sports)	Spor Karşılaşmaları (Sporting Events)
	Spor Magazin (Sporting Magazine)
	Stüdyo Programları (Studio Programs)
Diziler (Serials)	Yerli Diziler (Serials Turkish)
	Yabancı Diziler (Serials Foreign)
Çocuk Yayınları (Children)	Çizgi Filmler (Cartoons)
	Çocuk Programları (Childrens Programs)
Diğer (Magazines)	Diğer (Magazines)
	Günlük Stüdyo Programları (Daily)
	Magazin Programları (Weekly)
	Kadın Programları (Women)
	Gençlik Programları (Youth)
Dini Yayınlar (Religious)	Dini Yayınlar (Religious)
Eğlence (Entertainment)	Mizah (Humour)
	Tiyatro/Kabare/Müzikal (Theatre/Cabaret/Musicals)
	Konserler (Concerts)
	Müzik/Eğlence Programları (Music/Entertainment)
	Talk Show
	Erotik Yayınlar (Erotic)
	Yarışmalar (TV Games)
Haber/Bilgi Yayınları (News/Informative)	Haber Bülteni (Newscast)
	Spor Haberleri (Sport news)
	Reality Show
	Haber Raporları (News report)
	Politika (Politics)
	Ekonomi (Economics)
	Tartışma Programları (Meeting/Discussion)
	Yorum Programları (Commentary in news)

Tablo 1'de de görüldüğü gibi çalışmada 10 üst program türü ve bunların toplamda 38 alt türü bulunmaktadır. Çalışmada daha anlamlı tablolar ve grafikler sunabilmek için sadece üst program türleri ve haber bülteni, talk show, yarışma ve yerli dizi gibi reyting oranları yüksek birkaç tür dikkate alınmıştır. Bu kısıtlama, çalışmadaki 7 dönemin her birinde en çok reyting oranına sahip türlerin paylaşıldığı tablolar için geçerli değildir.

3. Analiz ve Bulgular

3.1. Yıllara Göre En Çok Reyting Alan Program Türleri

Program türlerinin aldığı reytingler ile programların yayınlanma oranlarını birbirleriyle karşılaştırmadan önce çalışmaya dahil edilen 7 dönemde en çok hangi tür yayınların izleyici çektiği tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 2: 1995 Yılında Kanallarda En Çok Reyting Alan Program Türleri (AMR%)

Program Türleri	TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV	ORT.
Haber Raporları	1,25%	11,34%	5,61%	4,85%	5,86%	5,78%
Mizah	0,00%	8,62%	6,36%	4,87%	6,75%	5,32%
Spor Karşılaşmaları	0,51%	9,49%	4,51%	4,67%	5,77%	4,99%
Politika	1,43%	9,14%	4,32%	2,75%	4,65%	4,46%
Reality Show	0,00%	6,28%	5,50%	4,04%	4,58%	4,08%
Spor Yayınları	0,50%	8,52%	4,11%	3,07%	3,94%	4,03%
Haber Bültenleri	1,13%	4,98%	5,88%	3,40%	4,68%	4,01%
Haber/Bilgi Yayınları	1,03%	5,12%	5,37%	2,99%	4,52%	3,81%
Yerli Diziler	1,05%	1,59%	4,74%	4,73%	6,49%	3,72%
Spor Haberleri	0,52%	5,24%	4,99%	1,69%	5,41%	3,57%

Tablo 2'de 1995 yılında en fazla reyting alan tür olarak haber raporları türü görünmektedir. Bu türün en fazla reyting aldığı kanal ise Kanal D olmuştur. En fazla reyting alan 2. tür olan mizah türünde ve 5. sıradaki reality show türünde TRT 1 hiç yayın yapmamıştır.

Tablo 3: 1998 Yılında Kanallarda En Çok Reyting Alan Program Türleri (AMR%)

Program Türleri	TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV	ORT.
Spor Karşılaşmaları	2,09%	4,84%	8,34%	6,62%	7,95%	5,97%
Yerli Diziler	0,84%	6,00%	8,30%	4,92%	7,61%	5,53%
Talk Show	0,17%	5,03%	8,63%	4,98%	7,67%	5,30%
Mizah	0,99%	9,54%	5,48%	5,97%	3,78%	5,15%
Spor Yayınları	1,80%	5,44%	7,74%	4,19%	4,12%	4,66%
Yarışmalar	0,00%	9,13%	3,19%	3,56%	6,23%	4,42%
Haber Raporları	0,97%	8,86%	4,23%	4,86%	2,28%	4,24%
Diziler	0,77%	4,55%	3,92%	4,58%	6,34%	4,03%
Spor Magazin	0,52%	7,45%	8,57%	2,70%	0,00%	3,85%
Spor Haberleri	0,88%	3,68%	4,83%	2,95%	5,57%	3,58%

1998 yılına gelindiğinde tüm kanallar genelinde en çok reyting alan tür spor karşılaşmaları olmuştur. 2. sırada ise, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde de üzerinde sıklıkla durulacak olan yerli diziler vardır. Haber raporları ise 7. sıraya gerilemiştir.

Tablo 4: 2000 Yılında Kanallarda En Çok Reyting Alan Program Türleri (AMR%)

Program Türleri	TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV	ORT.
Yarışmalar	0,39%	6,44%	8,36%	3,99%	4,05%	4,65%
Yerli Diziler	1,40%	5,90%	6,90%	2,85%	6,02%	4,61%
Spor Karşılaşmaları	2,38%	1,10%	1,30%	9,25%	7,78%	4,36%
Mizah	0,95%	6,89%	2,63%	4,67%	5,48%	4,12%
Spor Yayınları	2,19%	1,42%	5,35%	5,68%	2,22%	3,37%
Diziler	0,94%	3,63%	3,98%	2,59%	4,83%	3,19%
Talk Show	0,67%	2,69%	3,51%	3,52%	4,42%	2,96%
Magazin Programları	0,43%	2,72%	4,60%	2,82%	3,98%	2,91%
Konserler	0,60%	2,36%	1,98%	4,06%	5,20%	2,84%
Yerli Filmler	0,92%	3,31%	3,82%	2,20%	3,89%	2,83%

2000 yılında en fazla izleyici çeken tür, yarışma programları olmuştur. Show TV, 8,36 oranındaki reyting ile diğer kanallar arasında ön plana çıkmaktadır. Buna karşılık TRT 1'in oranı 0,39'dur.

Tablo 5: 2002 Yılında Kanallarda En Çok Reyting Alan Program Türleri (AMR%)

Program Türleri	TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV	ORT.
Spor Karşılaşmaları	3,56%	0,93%	13,70%	7,16%	0,00%	5,07%
Mizah	1,31%	5,88%	4,41%	5,76%	5,30%	4,53%
Yerli Diziler	1,93%	5,00%	4,49%	3,53%	6,70%	4,33%
Yarışmalar	1,46%	5,28%	4,49%	2,52%	4,27%	3,60%
Reality Show	0,00%	4,86%	6,86%	3,05%	2,98%	3,55%
Haber Raporları	0,86%	4,82%	4,89%	3,42%	2,99%	3,40%
Spor Yayınları	3,18%	0,98%	6,04%	4,22%	2,47%	3,38%
Diziler	1,36%	4,15%	2,89%	3,08%	5,13%	3,32%
Magazin Programları	0,00%	5,07%	4,16%	3,26%	3,34%	3,17%
Stüdyo Programları	1,92%	1,28%	6,64%	2,34%	2,47%	2,93%

2002 yılında en fazla izlenen içerik türü spor karşılaşmaları olmuştur. Bu sonuçta 2002 Dünya Kupası maç yayınlarının etkili olduğu söylenebilir. Yerli diziler de yine en çok reyting alan ilk 3 tür arasındadır.

Tablo 6: 2005 Yılında Kanallarda En Çok Reyting Alan Program Türleri (AMR%)

Program Türleri	TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV	ORT.
Spor Karşılaşmaları	1,77%	6,05%	5,61%	5,87%	1,40%	4,14%
Spor Yayınları	2,22%	4,24%	4,76%	3,66%	1,50%	3,28%
Yerli Diziler	0,66%	4,19%	4,12%	2,14%	4,16%	3,05%
Diziler	0,66%	3,70%	3,76%	1,81%	2,93%	2,57%
Yarışmalar	1,20%	3,11%	2,54%	2,09%	3,92%	2,57%
Spor Haberleri	1,39%	3,41%	3,29%	1,06%	3,16%	2,46%
Magazin Programları	0,83%	2,11%	3,20%	2,83%	2,72%	2,34%
Stüdyo Programları	2,53%	1,07%	3,60%	1,59%	1,56%	2,07%
Mizah	0,93%	3,45%	0,72%	2,61%	2,30%	2,00%
Diğer	1,10%	0,60%	3,11%	1,23%	3,91%	1,99%

Spor yayınları, 2005 yılında da en fazla izleyici çeken tür olmuştur. Yerli diziler ise 3. sıradadır. Bu yıl için en fazla reyting alan türler arasında haber/bilgi türünden sadece spor haberlerinin bulunması dikkat çekicidir.

Tablo 7: 2008 Yılında Kanallarda En Çok Reyting Alan Program Türleri (AMR%)

Program Türleri	TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV	ORT.
Spor Karşılaşmaları	3,09%	0,31%	1,43%	5,49%	4,49%	2,96%
Eğlence	0,68%	2,58%	5,35%	1,72%	1,27%	2,32%
Yarışmalar	0,76%	0,78%	5,77%	2,39%	0,98%	2,14%
Yerli Diziler	0,38%	3,11%	2,19%	1,64%	2,23%	1,91%
Haber Bültenleri	0,56%	4,10%	1,84%	1,83%	1,12%	1,89%
Spor Yayınları	2,32%	0,34%	0,87%	2,95%	2,80%	1,86%
Diziler	0,36%	3,05%	2,00%	1,45%	2,23%	1,82%
Spor Haberleri	1,07%	2,83%	1,87%	1,52%	1,77%	1,81%
Haber/Bilgi Yayınları	0,50%	3,13%	1,74%	1,58%	1,10%	1,61%
Müzik/Eğlence Prog.	0,42%	0,78%	1,98%	0,76%	2,40%	1,27%

2008 yılında Avrupa Futbol Şampiyonası yayınları gerçekleştirilmiştir. Bu tarz büyük spor organizasyonlarının spor türündeki reyting oranlarını arttırdığı söylenebilir. 2008 yılında tüm kanallarda ortalama olarak en fazla reyting alan tür 2,96 oranı ile spor karşılaşmaları olmuştur. Bir önceki yıl ile karşılaştırıldığında genel olarak izlenme oranlarının düştüğünü söylemek mümkündür.

Tablo 8: 2010 Yılında Kanallarda En Çok Reyting Alan Program Türleri (AMR%)

Program Türleri	TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV	ORT.
Spor Karşılaşmaları	1,90%	2,45%	0,39%	4,83%	5,07%	2,93%
Spor Yayınları	1,90%	2,45%	0,28%	4,00%	5,07%	2,74%
Politika	0,75%	3,21%	1,84%	3,38%	1,40%	2,12%
Yerli Diziler	0,82%	3,86%	1,64%	1,67%	2,39%	2,08%
Diziler	0,71%	3,75%	1,62%	1,52%	2,34%	1,99%
Müzik/Eğlence Prog.	0,48%	1,14%	2,26%	1,87%	4,08%	1,97%
Haber Bültenleri	0,59%	2,59%	1,61%	2,87%	1,48%	1,83%
Haber/Bilgi Yayınları	0,52%	2,46%	1,52%	2,56%	1,45%	1,70%
Spor Haberleri	0,90%	3,06%	1,56%	1,03%	1,36%	1,58%
Eğlence	0,53%	2,16%	2,00%	1,70%	1,25%	1,53%

2010 yılında tüm kanalların ortalaması alındığında en fazla reyting alan tür 2,93 reyting puanı ile spor karşılaşmaları olmuştur. ATV'nin 5,07'lik reyting oranı, kanalın o yılki Türkiye Kupası maçlarının yayınlarını yapıyor olması ile açıklanabilir.

3. 2. Yıllara Göre Televizyon Kanallarının En Çok Tercih Ettiği Program Türleri

Yukarıdaki 7 tabloda sunulan izlenme oranları okuyucu için yanıltıcı olabilir. Çünkü bu tablolarda gösterilen yüksek reytingli bir içeriğin, kanalın yayın akışının ne kadarını oluşturduğu dikkate alınan bir değişken değildir. Bu sebeple, kanalların yayın akışlarında en çok yer verdiği 5 program türü aşağıdaki tablolarda listelenmiştir.

Tablo 9: 1995 Yılında Kanalların En Çok Yayınladıkları Program Türleri

TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV
Eğlence	Filmler	Filmler	Eğlence	Filmler
Haber/Bilgi Yayınları	Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım	Diziler	Reklam ve Tanıtım
Diğer	Diziler	Çocuk Yayınları	Filmler	Diğer
Diziler	Eğlence	Haber/Bilgi Yayınları	Reklam ve Tanıtım	Haber/Bilgi Yayınları
Filmler	Haber/Bilgi Yayınları	Eğlence	Diğer	Eğlence

1995 yılında en çok reyting alan tür haber/bilgi yayınlarıydı. Ancak, bu türden yayınlar TRT 1 ve ATV dışında yüzde 10'un üzerine çıkamamıştır. TRT 1'de en çok yayınlanan içerik türü eğlence iken bu türün o yıl aldığı reyting sadece 0,65'tir. Star TV dışında tüm özel kanallarda ise en çok tercih edilen tür filmler olmuştur.

Tablo 10: 1998 Yılında Kanalların En Çok Yayınladıkları Program Türleri

TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV
Haber/Bilgi Yayınları	Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım	Filmler	Haber/Bilgi Yayınları
Eğlence	Filmler	Filmler	Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım
Filmler	Haber/Bilgi Yayınları	Diziler	Haber/Bilgi Yayınları	Eğlence
Çocuk Yayınları	Eğlence	Haber/Bilgi Yayınları	Eğlence	Filmler
Diziler	Çocuk Yayınları	Eğlence	Diziler	Diziler

1998 yılında TRT 1 ve ATV'nin akışlarında en fazla yer verdikleri tür haber/bilgi yayınları olmuştur. Kanal D, Show TV ve Star TV'de ise filmler ve reklam ve tanıtım türlerine ağırlık verilmiştir.

Tablo 11: 2000 Yılında Kanalların En Çok Yayınladıkları Program Türleri

TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV
Haber/Bilgi Yayınları	Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım	Filmler	Reklam ve Tanıtım
Filmler	Filmler	Filmler	Reklam ve Tanıtım	Haber/Bilgi Yayınları
Diziler	Haber/Bilgi Yayınları	Haber/Bilgi Yayınları	Haber/Bilgi Yayınları	Eğlence
Eğlence	Diziler	Eğlence	Diziler	Filmler
Reklam ve Tanıtım	Eğlence	Diziler	Eğlence	Diğer

2000 yılında tüm kanallarda ortalama olarak en çok izlenen tür yarışmalar olmuştur. Yarışma türünün yer aldığı eğlence ana program türü, her kanalda da en çok yayınlanan ilk 5 program türü içerisinde yer almaktadır. Reklam ve tanıtım türü, Star TV dışındaki özel televizyon kanallarında en fazla tercih edilen tür konumundadır.

Tablo 12: 2002 Yılında Kanalların En Çok Yayınladıkları Program Türleri

TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV
Filmler	Reklam ve Tanıtım	Filmler	Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım
Diziler	Filmler	Reklam ve Tanıtım	Filmler	Diğer
Haber/Bilgi Yayınları	Haber/Bilgi Yayınları	Haber/Bilgi Yayınları	Eğlence	Haber/Bilgi Yayınları
Reklam ve Tanıtım	Diziler	Diziler	Haber/Bilgi Yayınları	Diziler
Eğlence	Çocuk Yayınları	Diğer	Diziler	Eğlence

2002 yılında en fazla reyting oranına sahip tür olan spor karşılaşmaları, hiçbir kanalda en çok tercih edilen 5 tür arasına girememiştir. Buna karşılık TRT 1 ve Show TV'de film yayınları ilk sırayı alırken, diğer kanalların yayınlarının büyük bir kısmını reklam ve tanıtım türü oluşturmaktadır.

Tablo 13: 2005 Yılında Kanalların En Çok Yayınladıkları Program Türleri

TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV
Diziler	Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım
Filmler	Diziler	Diziler	Diziler	Diziler
Reklam ve Tanıtım	Filmler	Filmler	Haber/Bilgi Yayınları	Haber/Bilgi Yayınları
Haber/Bilgi Yayınları	Eğlence	Diğer	Filmler	Diğer
Eğlence	Diğer	Haber/Bilgi Yayınları	Eğlence	Eğlence

2005 yılında tüm özel televizyon kanallarında en çok tercih edilen program türü reklam ve tanıtım olmuştur. 4 kanalda da bu türün yayın akışındaki oranı yüzde 20'nin üzerindedir. TRT 1'de ise en çok

yayınlanan tür yüzde 20,58 oranıyla diziler olmuştur. Diziler aynı zamanda diğer kanallar arasında da en çok tercih edilen 2. türdür.

Tablo 14: 2008 Yılında Kanalların En Çok Yayınladıkları Program Türleri

TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV
Diziler	Diziler	Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım	Diziler
Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım	Diziler	Diğer	Reklam ve Tanıtım
Haber/Bilgi Yayınları	Diğer	Haber/Bilgi Yayınları	Diziler	Haber/Bilgi Yayınları
Filmler	Filmler	Diğer	Haber/Bilgi Yayınları	Diğer
Eğlence	Haber/Bilgi Yayınları	Eğlence	Eğlence	Filmler

2008 yılında, Show TV ve Star TV dışında tüm kanallarda en çok yayınlanan tür dizi olmuştur. Tüm kanalların ortalaması alındığında en çok izlenen tür olan spor karşılaşmalarının yayın oranı hiçbir kanalda yüzde 4'e ulaşamamıştır.

Tablo 15: 2010 Yılında Kanalların En Çok Yayınladıkları Program Türleri

TRT 1	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	ATV
Haber/Bilgi Yayınları	Diziler	Reklam ve Tanıtım	Diziler	Diziler
Diziler	Reklam ve Tanıtım	Eğlence	Reklam ve Tanıtım	Reklam ve Tanıtım
Diğer	Filmler	Diziler	Diğer	Haber/Bilgi Yayınları
Reklam ve Tanıtım	Haber/Bilgi Yayınları	Haber/Bilgi Yayınları	Filmler	Diğer
Eğlence	Eğlence	Diğer	Eğlence	Filmler

2010 yılına gelindiğinde 5 kanalın da en çok tercih ettiği program türlerinin birbirine yaklaştığı söylenebilir. Star TV dışında diğer 4 kanalda da haber/bilgi yayınları ilk 5 tür arasındadır. Kanal D, Star TV ve ATV'de en çok yayınlanan tür ise dizidir. Bu yıl tüm kanallar ortalamasında en çok reyting alan tür olan spor karşılaşmalarının yayınlanma oranı ise TRT 1'de yüzde 7 civarında iken, diğer kanallarda yüzde 2'yi bile bulmamaktadır.

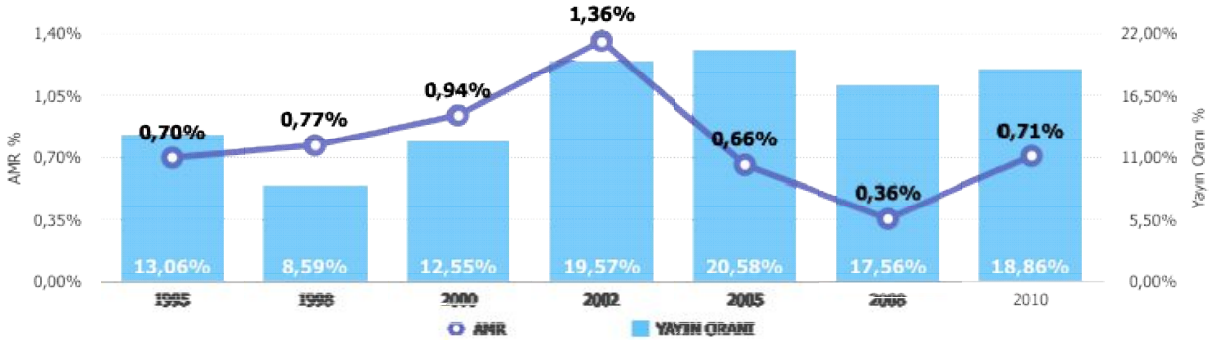
3.3. Program Türlerinin Yayınlanma Oranları ile Reytinglerinin Karşılaştırılması

Bu bölümde, yüksek izlenme oranlarına sahip dizi, film ve haber/bilgi yayınları ile özellikle kamu hizmeti yayıncılığı için önemli bir tür olan kültür yayınlarına ait reyting ve yayınlanma oranları, her bir kanal için ayrı ayrı oluşturulan grafiklerde sunulmuştur.

3.3.1. Diziler

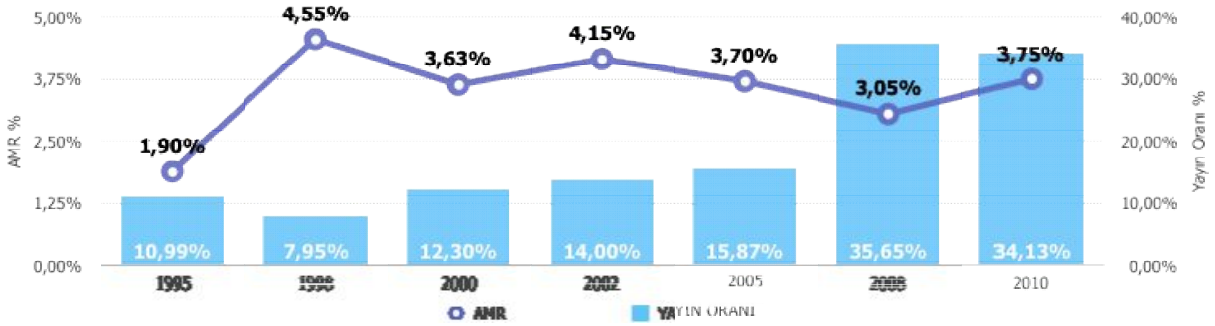
Bu başlık altında çalışmaya dahil edilen 5 kanalın yayınlarına ne oranda dizi türüne yer verdikleri ve bu türün reytinglerdeki karşılığı aynı grafik üzerinde gösterilmektedir.

Grafik 1: TRT 1 - Diziler



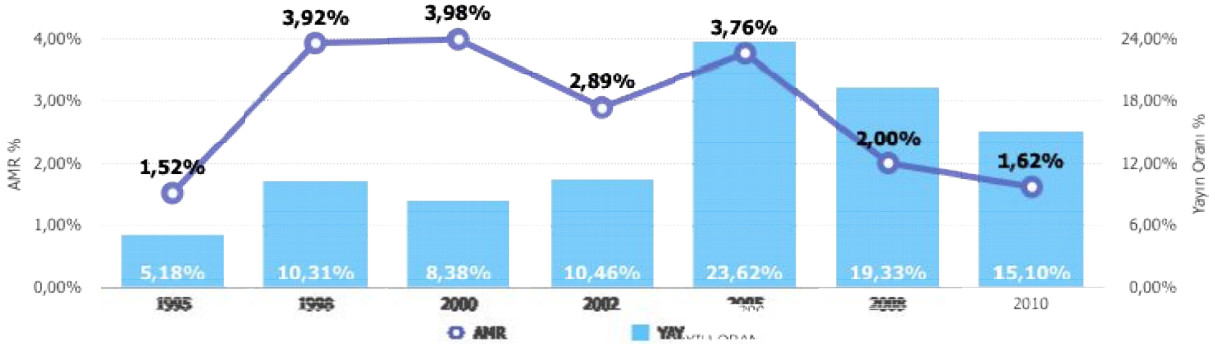
TRT 1'de diziler en yüksek izlenme oranına 2002 yılında ulaşmıştır. Ancak bu en yüksek izlenme oranı bile, diğer 4 kanalın en düşük izlenme oranından azdır. Yine 2002 yılına kadar yayınlanma oranları ile reytingler birbirine paralel ilerlerken 2005 yılında ciddi bir azalma olmuştur.

Grafik 2: Kanal D - Diziler



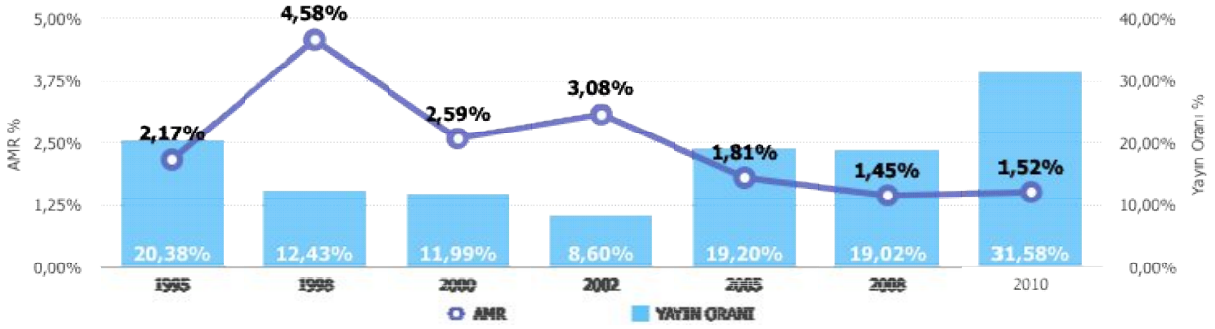
Kanal D'de dizi yayınları 2005 yılına kadar yüzde 20'lerin altında seyretmiş, son iki dönemde ise bir önceki dönemin iki katına çıkmıştır. En yüksek izlenme payına, en az dizi yayınladığı dönem olan 1998'de ulaşan Kanal D'nin o yılki dizi reytingi 4,55'tir. Özellikle tüm kanallardaki son iki döneme bakıldığında, Kanal D hem en çok dizi yayınlayan hem de en çok reyting alan kanal konumundadır. 2010 yılındaki dizi reytingi 3,75 olan kanala en yakın izlenme oranı 2,34 ile ATV'ye aittir (Grafik 5).

Grafik 3: Show TV - Diziler



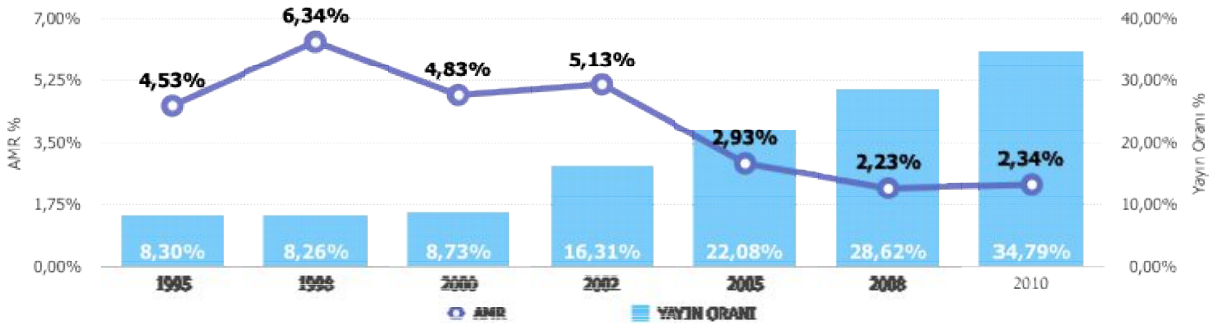
Show TV'de dizilerin en fazla izlendiği yıl 2000, en fazla yayınlandığı yıl ise 2005'tir. 2005'ten sonra dizi yayınlarının her iki değişkeni de birbirine paralel olarak azalmıştır. Kanal son iki dönemde en az dizi yayınlayan iki kanaldan biridir. Show TV'nin dizi yayınlarının düşüklüğü, kanalın eğlence ana program türü içindeki yarışma türünden yaptığı yayınlardaki yüksek yayınlanma oranları ile açıklanabilmektedir.

Grafik 4: Star TV - Diziler



Star TV, en az dizi yayını yapmış olduğu 1998, 2000 ve 2002 dönemlerinde en yüksek dizi izlenme oranlarına sahiptir. Bu dönemden itibaren dizi yayınlarında katlanan bir artış olmasına rağmen izleyicide böyle bir artış gözlemlenmemektedir. Son iki dönem dikkate alındığında özel televizyonlar arasında en az reyting oranına sahip kanal Star TV olmuştur.

Grafik 5: ATV - Diziler



Grafikten de göründüğü gibi ATV'de iki değişken arasında ters orantı mevcuttur. Kanalın en çok dizi yayınladığı 2008 ve 2010 dönemlerini dizi yayınlarının en düşük reyting aldığı dönem olmuştur. 2010 yılındaki yüzde 34,79'luk oranı ile ATV, tüm kanallar arasında en çok dizi yayınlayan kanal durumundadır.

3.3.2. Filmler

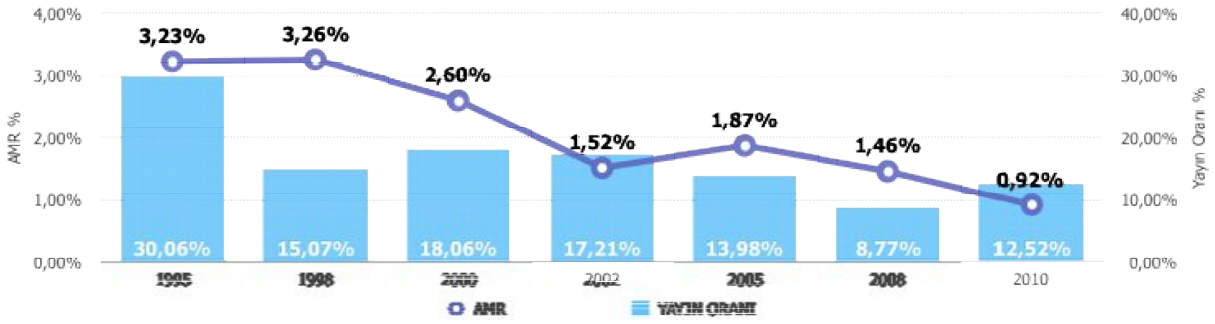
Yerli ve yabancı film yayınlarına oransal olarak ne kadar yer verildiği ve reytinglerdeki karşılığı aşağıdaki grafiklerde sunulmaktadır.

Grafik 6: TRT 1 - Filmler



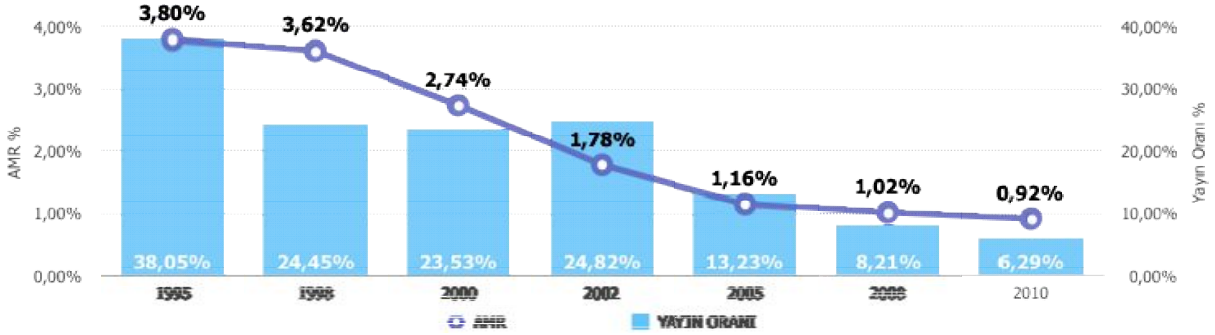
TRT 1'in 2002 yılındaki yayınlarının %25'inden fazlasını filmler oluşturmuştur ve bu dönemde kanal 0,92 ile en yüksek ikinci izlenme oranını elde etmiştir. Ancak bu oran diğer tüm kanalların en düşük izlenme oranları seviyesi civarındadır. Aşağıdaki grafiklerde de görüleceği gibi film yayınlarında tüm kanallarda geçerli olan bir düşüş söz konusudur.

Grafik 7: Kanal D - Filmler



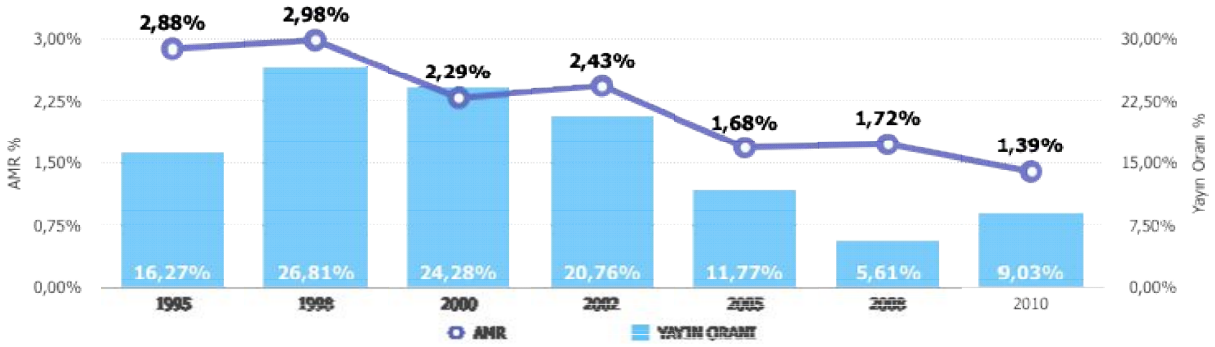
En yüksek film yayınlarını 1995 yılında gerçekleştiren Kanal D'de o tarihten itibaren –ara ara küçük artışlar olsa da– yayınlanma oranlarında bir düşüş söz konusudur. Yayınlanma oranlarındaki düşüş, izlenme oranları ile paralellik göstermektedir.

Grafik 8: Show TV - Filmler



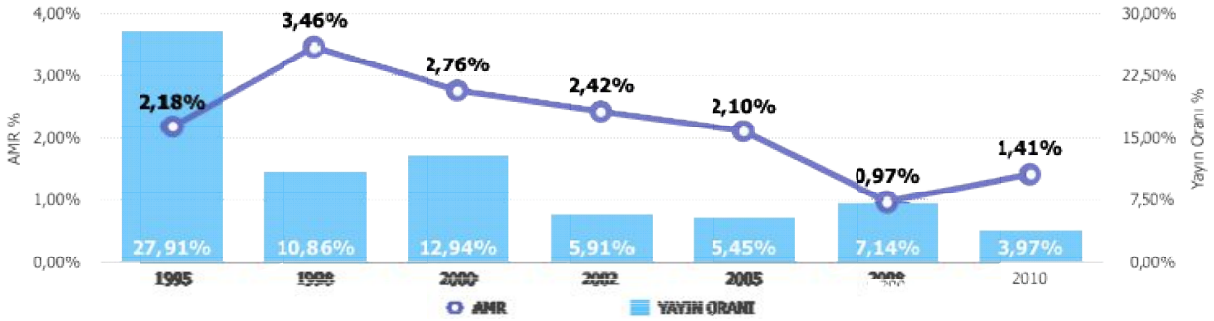
1995 yılında Show TV'de neredeyse %40 olan film yayınları 2010 yılında %7'nin altına düşmüştür. Bu düşüş benzer bir grafikle izlenme oranlarında da görülmektedir.

Grafik 9: Star TV - Filmler



Yayınlanma ve izlenme oranları birbirine paralel ilerleyen Star TV'de en fazla film yayınlanan ve izlenen yıl 1998 olmuştur. Tüm kanallarda görülen düşüş Star TV için de geçerlidir. 1998'de yayınlarının dörtte birinden fazlası film olan kanalın 2005 yılındaki film yayınları sadece %5,61'dir.

Grafik 10: ATV - Filmler

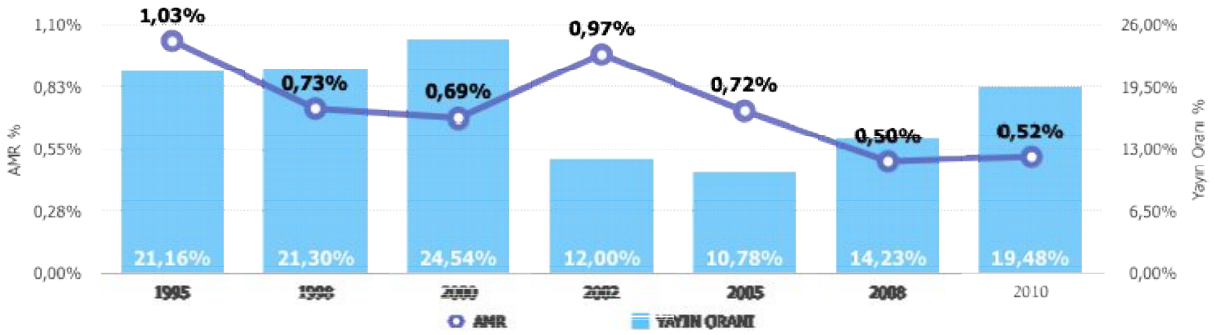


ATV'deki film yayınları, diğer özel kanallara göre hem daha az, hem de daha inişli çıkışlıdır. En çok film yayınladığı dönem olan 1995'te yayınlarının neredeyse yüzde 30'u film iken 1998'de bu oran büyük bir kırılma yaşamıştır. 1998 yılından itibaren de izlenme oranlarında bir düşüş eğilimi vardır. 2010 yılında dizi yayınlarını yüzde 4'ün altına çeken kanalda bir önceki yıla göre çok küçük bir reyting artışı görülmektedir.

3.3.3. Haber/Bilgi Yayınları

Haber/bilgi yayınlarına ait yayınlanma oranları ve reytingleri, her kanal için ayrı ayrı sunulmuştur. Tablo 1'de de görüldüğü gibi, reyting ölçümlerini yapan firma tarafından bu ana program türünün altına reality show türü de dahil edilmiştir. Bu sebeple yayınlanma oranlarına ait rakamlar değerlendirilirken bu durum dikkate alınmalıdır.

Grafik 11: TRT 1 – Haber/Bilgi Yayınları



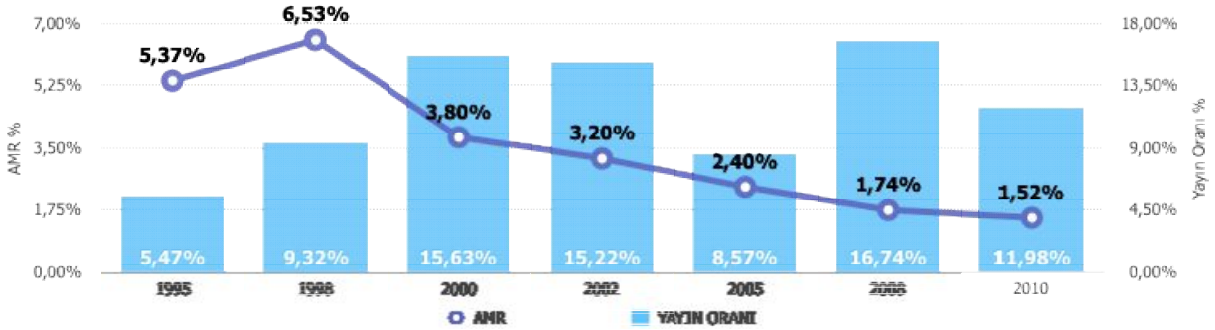
Çalışmaya konu olan 7 dönemde de TRT 1'in haber/bilgi türündeki yayınları yüzde 10'un altına inmemiştir. En yüksek izlenme oranını 1,03 ile 1995'te yakalayan kanalın en düşük oranı ise 2008 yılına aittir. Aşağıdaki grafiklere de bakılacak olursa, Star TV dışında tüm kanallarla birlikte TRT 1'in de haber/bilgi türündeki izlenme oranlarında bir düşüş eğilimi söz konusudur.

Grafik 12: Kanal D – Haber/Bilgi Yayınları



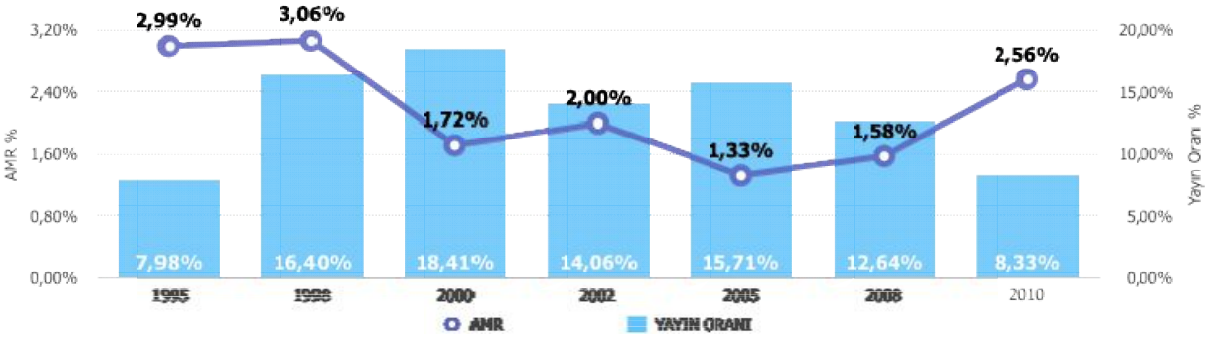
TRT 1 gibi Kanal D'de de en yüksek izlenme oranı 1995 yılına aittir. Bu reyting oranının TRT 1'in izlenme oranının neredeyse 5 katı olduğu vurgulanması gereken bir farktır. Bu yüksek reytingin ardından Kanal D'de haber/bilgi türünden yayınlar iki katına çıkmış, ancak izlenme oranlarında düşüş olmuştur.

Grafik 13: Show TV – Haber/Bilgi Yayınları



Show TV, en yüksek haber/bilgi türü izlenme oranına 6,53 ile 1998 yılında ulaşmıştır. Bu dönemde kanal, diğer kanallar arasında en fazla haber/bilgi türünden reyting alan kanal konumundadır. Bu yüksek reytingin ardından haber/bilgi yayınlarında yüzde 6 civarında bir artış olmuştur, ancak reyting oranları düşmüştür. 2000 yılından itibaren bu tür yayınlar inişli çıkışlı bir grafik çizse de reytingler düzenli olarak azalmıştır.

Grafik 14: Star TV – Haber/Bilgi Yayınları



En yüksek izlenme oranına 1998 yılında 3,06 ile ulaşan Star TV, diğer tüm kanallar arasında son dönemde haber/bilgi türünden izlenme oranlarını arttırabilen tek kanal olmuştur. 2010 yılında yayınlarının yüzde 8,33 gibi bir oranını haber/bilgi türüne ayırmıştır. O yıl için diğer tüm kanallar arasında en düşük yayın oranı Star TV'ye aittir.

Grafik 15: ATV – Haber/Bilgi Yayınları

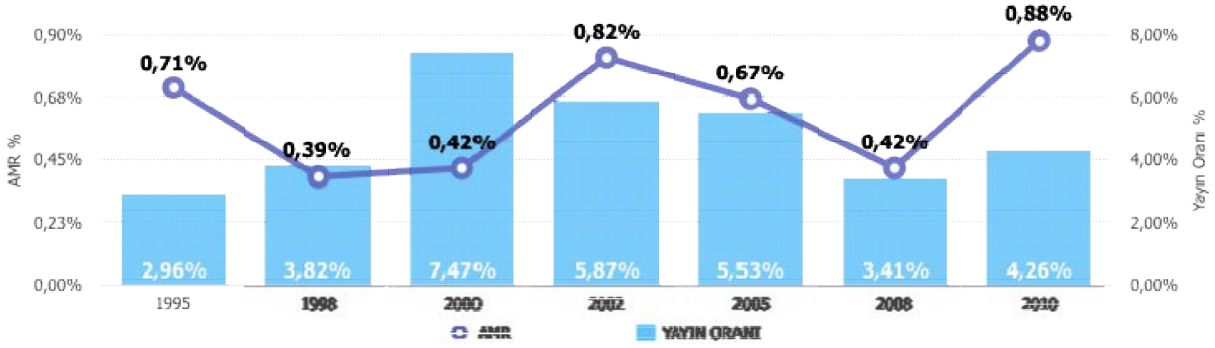


En yüksek reytingine 1995 yılında ulaşan ATV'de bu türden yayınların izlenme oranlarında kademeli bir düşüş gözlemlenmektedir. 4,52'lik izlenme oranının ardından 1998'de haber/bilgi türündeki yayınını iki katından fazlaya çıkaran ATV'de reytingler düşmüştür ve ilerleyen dönemlerde de yayın oranları ile reytingleri birbirine paralel bir şekilde ilerlemiştir.

3.3.4. Kültür Yayınları

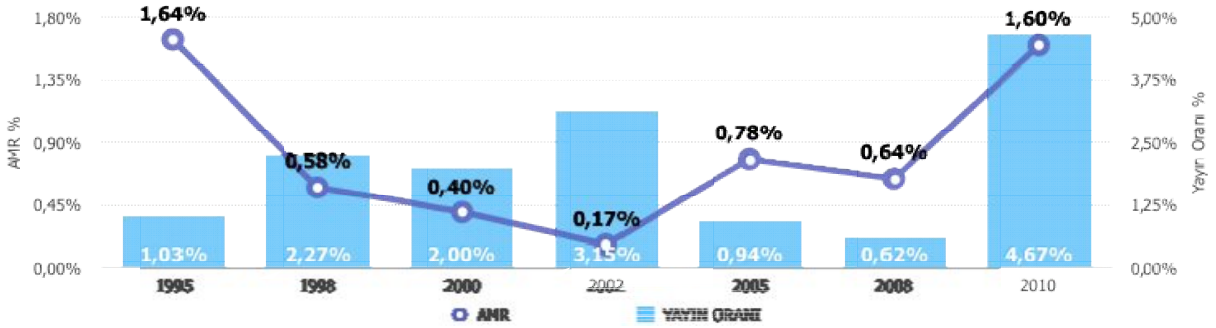
Aşağıdaki grafiklerde, çalışmaya dahil edilen 5 kanal için kültür türündeki programların yayınlanma oranları ve bu yayınların aldığı reyting sunulmuştur. Tek tek kanalları incelemeden önce tüm kanallarda kültür türünden yayınların çok az olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Çalışmaya dahil edilen 7 dönemde de tüm kanallarda kültür yayınlarının oranı yüzde 8'in altındadır. Kamu hizmeti yayıncılığı kapsamında halkın bilgilendirilmesi ve eğitilmesi için gerekli görülen kültür yayınlarının tüm dönemlerde alabildiği en yüksek reyting ise 3 puanın altındadır.

Grafik 16: TRT 1 – Kültür Yayınları



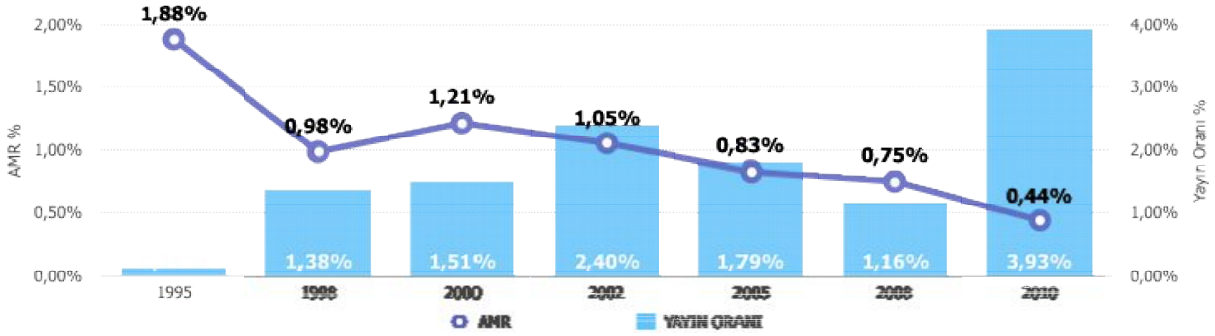
Kamu hizmeti yayıncısı kimliğinden ötürü kültür türünden daha fazla yayın yapması beklenen TRT 1'in tüm dönemler içinde yaptığı en yüksek kültür yayını yüzde 7,47 ile 2000 yılı olmuştur. En yüksek izlenme oranlarına ise 2010 yılında ulaşan kanal, 0,88 oranında reyting almıştır.

Grafik 17: Kanal D – Kültür Yayınları



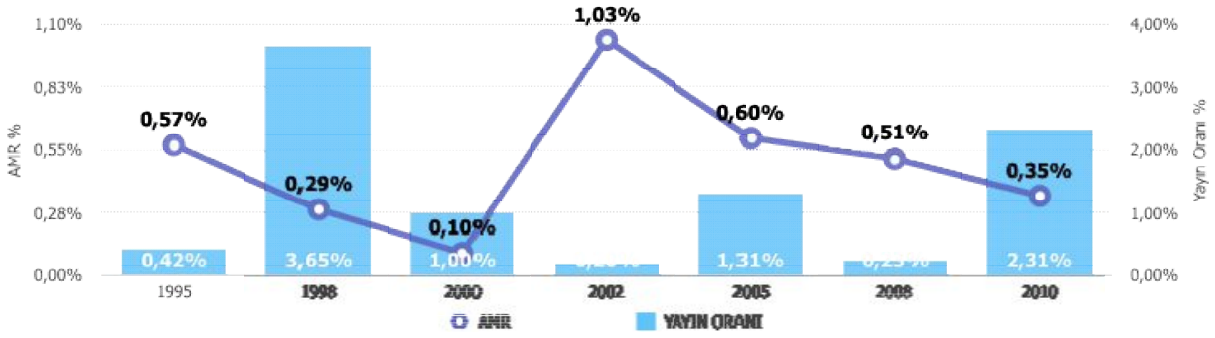
En yüksek izlenme oranını 1,64 ile 1995 yılında yakalayan Kanal D'de bir sonraki dönemde kültür türünden yayınların oranı iki kat artmıştır. Yayın oranlarındaki bu artış, reytinglere yansımamış ve neredeyse üç kat azalmıştır. Kanal D, 2010 yılında yüzde 4,67 ile hem en fazla kültür türünden yayın yapan kanal hem de 1,60 ile en çok reyting alan kanal olmuştur.

Grafik 18: Show TV – Kültür Yayınları



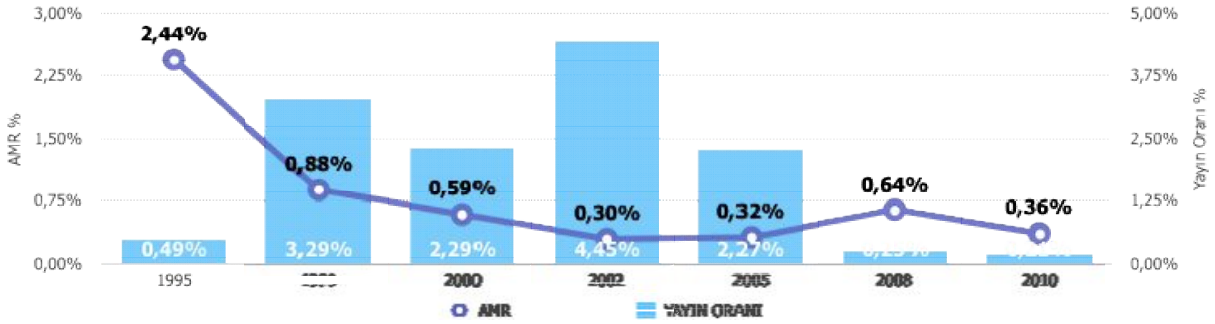
En az kültür türünden yayın yaptığı dönemde en çok izlenme oranını yakalayan Show TV'de kültür türüne ait reytinglerde düzenli bir düşüş söz konusudur. Son dönemde ise bu türden yayınlarda bir önceki döneme göre üç kat artış olmuştur, ancak bu reytinglerde kendisine bir karşılık bulamamıştır.

Grafik 19: Star TV – Kültür Yayınları



2002 yılı Star TV'nin hem en az kültür yayını yaptığı, hem de bu türde en fazla reyting aldığı yıl olmuştur. 2002'yi takip eden bir sonraki dönemde yayın oranları yaklaşık beş kart arttırılmıştır ancak aynı reyting elde edilememiştir.

Grafik 20: ATV – Kültür Yayınları

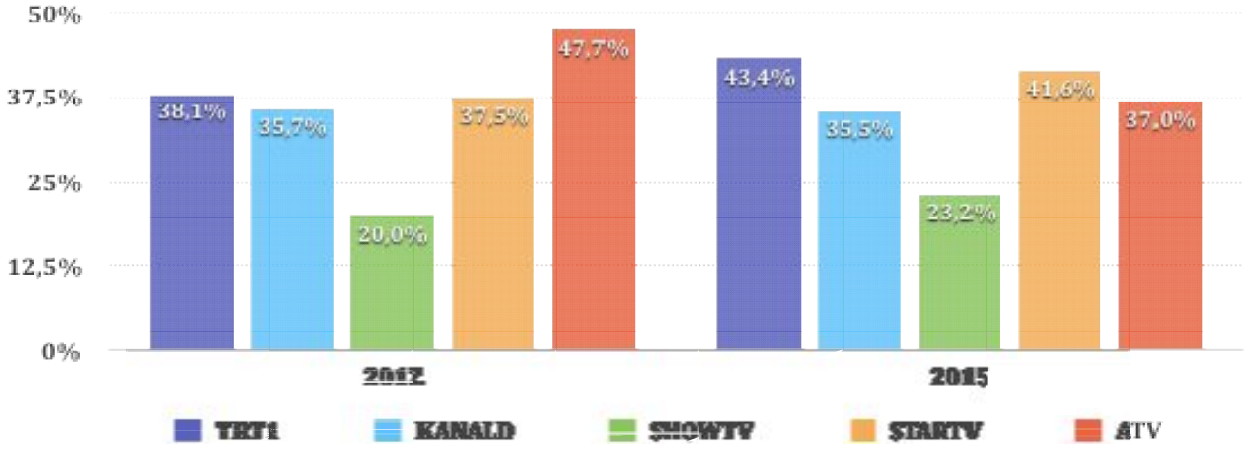


1995 yılında 2,44 gibi kültür türünden yayınlar için oldukça yüksek sayılabilecek bir reyting oranı yakalayan ATV'de, bir sonraki dönemde bu türe ait yayınlar altı kattan fazla arttırılmıştır. Bu artış reytinglerde bir karşılık bulamamış ve 1998 yılındaki kültür türünden yayınların izlenme oranı 0,88'e kadar düşmüştür. O tarihten itibaren kültür yayınlarının izlenme oranları 1'i altında kalmıştır.

4. Değerlendirme ve Sonuç

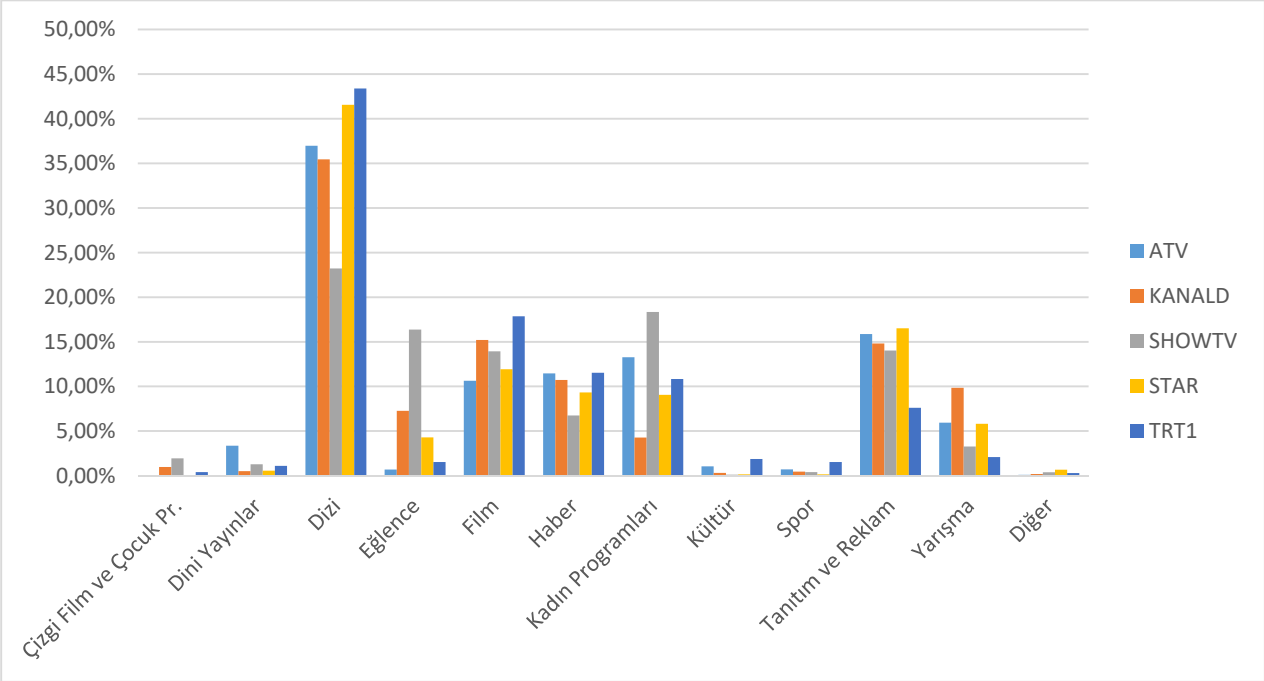
Çalışma kapsamında öncelikli olarak, tüm kanallarda ortalama olarak en çok hangi tür içeriklerin daha fazla izleyici çektiği oluşturulan tablolar ile sunulmuştur. Bu tablolar ışığında, en çok reyting toplayan içerik türlerinin eğlence, spor, dizi ve haber/bilgi olduğu söylenebilir. Spor yayınları, kanalların yayın akışlarında yüksek oranlarda yer bulamamasına rağmen yayınlandığı süreler içerisinde oldukça izleyici çeken bir tür olarak karşımıza çıkmaktadır. Grafiklerde de görüldüğü gibi dizi yayınlarında ciddi bir artış eğilimi söz konusudur. Dizi yayınlarını incelenen 7 dönem içerisinde yüzde 30'un altında tutan tek kanal Show TV olmuştur. 2012 ve 2015 yılları için program türlerine göre detaylı reyting sonuçları, TİAK'ın kanallar ile yaptığı gizlilik anlaşması gereği kamuoyuyla paylaşılamadığı için reyting analizlerinin dışında tutulmuştur ancak Türkiye'deki televizyon kanallarının birer "Dizi TV"ye dönüştüğünü ortaya sermesi açısından kanalların 2012 ve 2015 yıllarında yayınladıkları dizi oranları aşağıdaki grafikte sunulmuştur.

Grafik 21: 2012 ve 2015 - Diziler



Görüldüğü gibi, reyting sonuçlarına erişemediğimiz için çalışmaya dahil etmediğimiz 2012 ve 2015 döneminde dizi yayınları kanalların en büyük yayın kalemini oluşturmaktadır. 2010 yılından 2012'ye gelindiğinde 5 kanal da dizi yayınlarını arttırmıştır. Özellikle 2012 yılında ATV'nin ve 2015 yılında TRT 1 ve Star TV'nin yayınlarının yüzde 40'tan fazlası dizilerden oluşmaktadır. Bu dönemler ile ilgili reyting ölçümlerine ulaşamasak da RTÜK'ün 2012 yılında gerçekleştirdiği izleyici eğilimleri araştırması, kanalların dizi türüne neden bu kadar çok yöneldiğini açıklamaktadır. Bu araştırmaya göre Türkiye'deki televizyon izleyicilerinin yaklaşık yüzde 86'sı televizyonların yerli dizi yayınlamasını istemektedir. İzleyicilerin bu beklentisi televizyon kanalları tarafından fazlasıyla karşılanmaktadır (2013, 25).

Grafik 22: 2015 Yılında Kanalların Yayınlarının Türlere Göre Dağılımı



Kanalların dizi yayınlarına yönelmesi ile birlikte yayınlarda bir çeşitlilik azalması yaşandığı söylenebilir. Yukarıdaki tablo, kanalların 2015 yılındaki yayınlarının türlere göre dağılımlarını ortaya koyması açısından çarpıcıdır. Görüldüğü gibi, tüm kanallarda diziler en çok yayınlanan tür konumundadır. Yine, ele aldığımız kanallarda kültür türündeki yayınların oranları tüm dönemlerde çok düşük olmuştur. Özel televizyonlarda hiçbir dönemde yüzde 5'in üzerine çıkmayan kültür yayınları TRT 1'de diğer kanallara göre daha yüksek görünmektedir. Ancak, 2012 ve 2015 yılına bakıldığında TRT 1'in de özel televizyonlar ile benzer bir çizgide dizi yayıncılığına ağırlık verdiği görülmektedir.

Ersoy ve Bakır'ın "2015 Yılı Reyting Listesi Program Analizi" çalışmasında yapılan analizler sonucunda bilgilendirici programların reyting listesindeki payının yüzde 20'lerde seyrettiği tespit edilmiştir. Türkiye'de televizyon izleyicisinin haber programlarına ilgi gösterdiği ancak televizyonda genel olarak eğlendirici program türlerini tercih ettiği belirlenmiştir. Kayda değer diğer bir veri yarışma programlarının reyting listesinde kendilerine azımsanmayacak oranda yer bulabilmesi durumudur (2017, 155). 2015 verileri incelendiğinde diziler yüzde 46, haber programları yüzde 21, diğer eğlence programları yüzde 19, yarışma programları yüzde 10 ve diğer programlar yüzde 4 oranında izlenmiştir. 2015 oranlarını incelediğimiz 15 yıllık dönemle karşılaştırdığımız zaman reyting alan program türlerinin büyük oranda değişmediğini görüyoruz. Ayrıntılı ve teknik analizlerin yanı sıra son kertede vurgulanması gereken nokta; televizyonun bir eğlence aracı olduğudur. Neil Postman'ın ileri sürdüğü gibi; sorun, televizyonun bize eğlendirici temalar sunması değil, bütün temaların eğlence olarak sunulmasıdır.

KAYNAKÇA

Aziz, Aysel (2013). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı.* İstanbul: Hiperlink Yayınları.
Çelenk, Sevilay (2005). *Televizyon, Temsil, Kültür.* Ankara: Ütopya Yayınları.
Ersoy, Hamit. Bakir, Ferhat (2017). "2015 Yılı Reyting Listesi Program Analizi". *Journal of Awareness*, Cilt 2, Sayı: 3S, s. 151-160.
Nielsen Raporları
Postman, Neil (2018). *Televizyon Öldüren Eğlence.* Çeviri: Osman Akınhay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
RATEM (2018). *Türkiye Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu 2018.* RATEM Yayınları.
RTÜK (2013). *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2012.* Ankara: RTÜK Yayınları.
Şentürk, Rıdvan. Gülçur, Ala Sivas. Eken, İhsan (2017). *Türkiye'de Film Endüstrisi (2011-2015).* İstanbul: Düşünce Akademisi.

[1] Türkiye'de reyting ölçümleri 1989 yılında, o dönemki adı AGB Anadolu A.Ş. olan şirket tarafından başlatılmıştır. (Çelenk, 2005, 222). 2004 yılında ise 15'ten fazla ülkede faaliyetlerini sürdüren AGB firması Nielsen Araştırma Şirketi ile birleşerek çalışmalarını sürdürmüştür.