

T.C
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON SİNEMA ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TELEVİZYONDA GÖRSEL TASARIM
VE
TRT KURUMUNDAKİ TEMATİK
KANALLARDAKİ UYGULAMALAR

MESUT GÜNEBAKANLI

2501840110

TEZ DANIŞMANI: DOÇ.DR.CEYHAN KANDEMİR

İSTANBUL 2010



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜ



TEZ ONAYI

Enstitümüz **Radyo TV Sinema** Anabilim Dalında ders dönemindeki Eğitim-Öğretim Programını başarı ile tamamlayan **2501840110** numaralı **Mesut GÜNEBAKANLI**'nın hazırladığı “**Televizyonda Görsel Tasarım ve TRT Kurumundaki Tematik Kanallardaki Uygulamalar**” konulu **YÜKSEK LİSANS/ DOKTORA-TEZİ** ile ilgili **Tez Savunma Sınavı**, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 15.Maddesi uyarınca **30.09.2010 Perşembe günü saat 11.00'da** yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin'ne* **OYBİRLİĞİ /OYÇOKLUĞUYLA** karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ(*)	İMZA
PROF. DR. NEŞE KARS	Red	
DOÇ. DR. CEYHAN KANDEMİR	Kabul	
DOÇ. DR. BATTAL ODABAŞ	Red	
DOÇ. DR. AYŞE KALAY	Kabul	
YRD. DOÇ. DR. GÜLİN TEREK ÜNAL	Kabul	

ÖZ

Görsel Tasarım Kavramı, sanatın değişik alanlarında kullanılan ve ilerleme gösteren bir kavram olmakla birlikte, Televizyon Yayıncılığında, ancak son yıllarda farkına varılan ve önem kazanan bir kavram olmuştur. Bu çalışmada, Sinema ve Televizyon gibi görsel alanlarda estetik konusunda öncü olan, Herbert Zettl'in ortaya koyduğu "Uygulamalı Medya Estetiği" kavramı üzerinde durulmuş,yapılan değerlendirmede kendisinin geliştirdiği "Bağlamsal Estetik" anlayışı örnek alınmıştır. Televizyonda Görsel tasarım olgusunu inceleyen ve bu alanda uygulama olarak TRT Tematik Kanallarını örnek alan çalışmamızda, TRT ÇOCUK ve TRT MÜZİK adlı televizyon kanalları , Görsel Tasarım Unsurları açısından incelenmiş olup, bu konudaki değerlendirmeler sonuç ve öneriler bölümünde ortaya konmuştur.

ANAHTAR KELİMELELER; TRT, Görsel Tasarım, Medya Estetiği, TRT Çocuk, TRT Müzik, Bağlamsal Estetik

ABSTRACT

The concept of Visual Design is being used in different arts since many years,however it is rather a new concept on the area of Television Broadcasting. In this particular work, we have specifically reviewed on the concept of "Applied Media Aesthetics" which has been developed by Herbert Zettl, who is infact a real Pioneer on the field of Visual Aesthetics in Cinema and Television Furthermore, all our comments and reviews regarding these subjects has been influenced by his unique approach of "Contextualistic Aesthetics".

In this piece of work, which study on "Visual Design in Television" , we have reviewed the thematic channels of "TRT Childrens Channel" and "TRT Music Channel" and made a conclusion about them,in the Results and Suggestions chapter, after inspecting through visual design elements

KEYWORDS; TRT, Visual Design, Media Aesthetics, TRT Music Channel, TRT Childrens Channel, Contextualistic Aesthetics.

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın amacı; TRT kurumundaki Tematik Televizyon Kanalları içinde, Görsel Tasarım kavramının kullanımı, uygulamaları konusunda mevcut durumu inceleyip, sorular sorarak, bizce varolan sorunları ortaya koymak ve konuyla ilgili kaynaklar ve kişilerden derlenen bilgiler ışığında kendi yorumlarımızı da katarak, sonuç ve öneriler bölümünde kendi görüşlerimizi ortaya koyarak, bu konuda TRT kurumu içinde bir farkındalık yaratmak ve bir yol haritası çıkarılması için katkılarda bulunmaktır.

Bu çalışma içinde , Televizyonda Görsel Tasarım Kavramı'nın temellerini oluşturan Uygulamalı Medya Estetiği konusu üzerinde kısaca durduktan sonra, bu kavramın ışığında, TRT Tematik Kanallarındaki uygulamaların, Görsel Tasarım açısından incelemesi yapılmaya çalışılmıştır. Ancak konunun ve uygulama alanlarının genişliği ve TRT de son iki yılda başlayan “Tematik Kanallar” açılımının hız kazanarak devam etmesi nedeniyle çalışmayı toparlamak ve sonlandırmakta zorluklar yaşanmıştır.

Bu nedenle halen devam etmekte olan bu dinamik açılım içinde önemli yer tutan ve İstanbul merkezli olarak hazırlanan/yayınlanan tematik kanallar olan; TRT ÇOCUK ve TRT MÜZİK kanallarını bu çalışmada görsel açıdan incelenmiştir.

Çalışmada prensip olarak, Televizyonda Görsel Tasarım kavramı konusunda TRT Kurumundaki uygulamalar ne durumdadır? Bu konuda belirlenmiş politikalar var mı? Görsel Tasarım ve İçerik ilişkisi, Görsel Tasarım ve Kanal Kimliği gibi konularda bir çalışma yürütülüyor mu?, gibi sorular sorarak, çalışmanın hipotezi olan; “ Televizyonda Görsel Tasarım , TRT Tematik Televizyon Kanalları içinde biçim ve içerikte ayırıcı bir unsur olarak yeterince kullanılmamakta ve bu kavramın Kanal Kimliği üzerindeki etkileri yeterince değerlendirilmemektedir” savını ortaya konmuş ve tartışılmıştır.

Bu çalışmanın inceleme alanı olarak ele alınan “ TRT Tematik Kanalları” üzerinde genel bir değerlendirme yaptıktan sonra, göre gerçek anlamda tematik kanal özelliği taşıyan ; TRT Çocuk Kanalı ve TRT Müzik Kanalları, görsel örneklem oluşturabilecek bazı program materyalini ele alınmış ve bu materyalde “Görsel Tasarım Unsurları” nın nasıl kullanıldığını incelenmiştir.

Daha sonra, çeşitli basılı kaynaklardan, internet ortamındaki dökümanlardan, bu alanda yapılmış araştırma, makale ve tezlerden, ayrıca konuyla ilgili kişilerle görüşmelerden yararlanarak, bu konuda değerlendirmeler yapılmıştır.

Bu çalışmada bana yardımcı olan, yol gösteren üç kişiyi öncelikle anmak isterim; Baştan beri, bana hep yardımcı olan ve anlayış gösteren değerli hocam, Tez Danışmanım Doç.Dr.Ceyhan KANDEMİR'e, çalışmanın düzeltme ve yeniden yazımı sürecinde büyük ilgi ve desteğini gördüğüm, değerli hocam, Doç.Dr.Ayşe KALAY'a , Görüntü Estetiği konusunda ülkemizin önemli uzman akademisyeni olan ve bu çalışmada her türlü yardım ve desteği veren, değerli dostum ,Anadolu niversitesi ğretim yesi Prof.Levend KILIÇ'a özellikle teşekkür etmek isterim. Yine Anadolu niversitesi akademik kadrosundan, Yrd.Doç.Dr. Alper ALTUNAY'ın adını da teşekkürle anmak isterim

TRT Kurumu içinde, bu konuya vakıf olan ve bu çalışmada bana yardımcı ve destek olan; TRT İstanbul Televizyonu Prodüksiyon Kaynakları Koordinatörü Ayşe SAVRAN, TRT ÇOCUK Kanalı Koordinatörü Can SOYSAL ve TRT MÜZİK Kanalı Prodüksiyon Müdürü Uğur DEMET' in adlarını özellikle anmak isterim.

Son olarak, çalışmanın yazımı ve şekil şartlarına uyum konularında bana sabırla yardımcı olan sevgili kızım Artemis GÜNEBAKANLI'ya teşekkür ediyorum.

Mesut GÜNEBAKANLI

İstanbul, 15 Ağustos 2010

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ÖNSÖZ	iv
İÇİNDEKİLER	v
ŞEKİLLER/RESİMLER/TABLolar	vi
GİRİŞ	1
1. GÖRSEL TASARIM KAVRAMI VE TELEVİZYON	
1.1 Mağara Resimlerinden Televizyona; Yüzey Üzerine Resmetme	4
1.2 Elektronik Görüntü/Video /Televizyon Kavramları	9
1.3 Medya Estetiği ve Televizyonda Görsel Tasarım Unsurları	20
1.4 Görsel Tasarım ve Teknolojik Gelişmeler	59
1.5 Görsel Tasarım ve Kanal Kimliği İlişkisi	84
2. TRT VE GÖRSEL TASARIM	
2.1 TRT de Görsel Tasarım Algısı/ Kavram ve Planlama	95
2.2 Tek Kanallı ve Siyah Beyaz Dönemdeki Uygulamalar	100
2.3 Renkli Yayıncılık ve Görsel Tasarım İlişkisi.....	113
2.4 Çok Kanallı Dönem ve Görsel Tasarımın Gelişimi	116
3. TRT VE TEMATİK KANAL UYGULAMALARI	
3.1 Türkiye’de Platform Yayıncılığı ve Tematik Kanallar Dönemi	127
3.2 TRT de Yeniden Yapılanma ve TRT Tematik Kanalları.....	137
3.3 TRT Çocuk Kanalı / Görsel İnceleme	146
3.4 TRT Müzik Kanalı/ Görsel İnceleme	163
3.5 TRT Platformuna Doğru	175
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	177
5. KAYNAKÇA.....	181
6. EKLER.....	184

ŞEKİLLER / RESİMLER / TABLOLAR/

1.Video Sinyali Grafik Çizimi. (Composite)	11
2.İkenoskop Kamera Tüp Sistemi.....	16
3. Eğik Ufuk Çizgisi.....	26
4.a . Anahtar Işığı	34
4. b .Anahtar Işığıyla Aydınlatma	34
5. a . Dolgu Işığı.....	35
5. b Dolgu Işığıyla Aydınlatma.....	35
6. a. Fon Işığı	35
6. b. Fon Işığıyla Aydınlatma.....	35
7.a. 3 Noktadan Aydınlatma Sistemi	36
7.b. 3 Noktadan Yüz Aydınlatması.....	36
8. Işık Spektrumu ve Görülebilir Renk Aralığı.....	38
9. Işığın Prizmada Kırılması ve Gökkuşağı Efektı	40
10 .Toplamsal Renk Sistemi (Additive Color Mix).....	42
11 . Colorbar (Renk Referans Çubukları).....	43
12. Çıkarımsal Renk Sistemi.....	44
13. Rengin Bilgilendirme İşlevi (Renkli Kablolar)	45
14. Matisse (Decorative Figure, Ornamental Ground)	46
15. Z Eksenı Grafiğı.....	49
16. Z Eksenı Oluşumu.....	49
17. Görselleştirme Kağıdı (Storyboard).....	50
18. Çekim Ölçekleri	51
19. Çekim Açıları.....	52
20 .Kamera Hareketleri	53

21. Eurovision 2004, Hazırlık Aşaması	64
22. Eurovision 2004, Sertab Erener ve Semazenler.....	65
23. Eurovision 2004, Sahne Hazırlığı	69
24. Eurovision 2004, Athena (Türkiye) Işık Tasarımı.....	70
25. Sanal Stüdyo Ortamı	72
26. Tek Kameralı Sanal Stüdyo Uygulaması.....	73
27. Çok Kameralı 3 D Sanal Stüdyo Uygulaması	74
28. Çözünürlük Tablosu	76
29. Çözünürlük Karşılaştırması.....	77
30. TRT Çocuk Kanalı Yayın Logosu	91
31. TRT ve BBC Logo Tasarımları	93
32. TRT Kurumsal Logo (2000)	99
33. 31 Ocak 1968, TRT de İlk Televizyon Yayını	101
34. TRT de Tiyatro Yayını.....	102
35. TRT'nin İlk Siyah Beyaz Naklen Yayın Aracı.....	103
36. İstanbul Çamlıca Verici Kulesi	104
37. TRT Eurovision Merkezi, Ankara	105
38. TRT 23 Nisan Çocuk Şenliği.....	107
39. TRT Haber 16mm Film Montajı.....	108
40. Program Film Çekimi.....	108
41. Betacam Video Kamera	110
42. Siyah Beyaz TRT Yayın Açılış Logosu ve Test Sinyali	112
43. TRT 2 (TV 2) Renkli Test Sinyali	115
44. Star 1 İlk Yayın Logosu	124
45. Dijital Platform İşletme Grafiği	129

46. Dijital Platformlar Karşılaştırma Tablosu.....	133
47. TRT Haber Kanalı Logosu.....	140
48. TRT AVAZ Kanalı Logosu	141
49. TRT 6 (TRT ŞEŞ) Kanalı Logosu	141
50. TRT Çocuk Kanalı Logosu.....	142
51. TRT TÜRK Kanalı Logosu.....	143
52. TRT Turizm-Belgesel Kanalı Logosu	143
53. TRT Müzik Kanalı Logosu.....	144
54. TRT Çocuk Kanalı Sanal Stüdyo Sistemi.....	148
55. Sanal Stüdyodan Canlı program Yayını	149
56. TRT Çocuk Kanalı Yayın Logosu	151
57. Üçlü Ekran Bağlantı Grafiği	152
58. Birazdan Anons Grafiği	153
59. Altyazı İsim Grafiği	153
60. Background (Boş Fon)Grafiği	154
61. Üçlü Ekran Duyuru Grafiği.....	154
62. Sinema Duyuru Grafiği.....	155
63. Yarışma Duyuru Grafiği	155
64. Saatli Bant Grafiği	156
65. Yakında Anons Grafiği	156
66. Haberlik Programı Sanal Stüdyo Fon Tasarımı.....	157
67. Hava Durumu Sanal Stüdyo Fon Tasarımı	157
68. Kasaba Programı Sanal Stüdyo Fon Tasarımı	158
69. Paytak Programı Sanal Stüdyo Fon Tasarımı	158
70. Yarışçı Programı Sanal Stüdyo Tasarımı.....	159

71. Yarışçı Programı Sanal Stüdyodan Canlı Yayın.....	159
72. MOCAP(Motion Capture) Grafik Örnekleri	161
73. TRT Müzik Kanalı Sabit Logo	167
74. TRT Müzik Kanalı Hareketli Harfler Logo	168
75. TRT ve BBC Logoları Tablosu.....	169
76. Sahnede Programı (Hakan Altun).....	170
77. a.b. Sahnede Programı/Sahne ve Işık Tasarımı	171
77. c.d. Sahnede Programı/ Sahne ve Işık Tasarımı	172

GİRİŞ

Bu çalışmanın konu başlığını oluşturan “ Televizyon’da Görsel Tasarım” olgusunu incelemeye başlamadan önce, genel olarak tasarım ve özellikle görsel tasarım olgusuna temel oluşturan “ Estetik” kavramı ve bu kavramın anlamı, gerçek hayattaki karşılığı anlamaya ve anlatılmaya çalışılacaktır.

Estetik nedir? Bu soru ilk bakışta kolay yanıtlanacak bir soru gibi görünebilir.Oysa insanoğlunun binlerce yıldan beri yanıt aradığı, belki de genel geçer,doğru bir tanımını asla bulamayacağını bilmesine rağmen aramaktan hiç vazgeçemediği en temel sorulardan birisi de estetiğin, bir anlamda “güzel” in ne olduğu sorusudur.

Bu anlamda bakıldığında, yanıtını bulamamış felsefi sorulardan biri olan bu soru, sanat ve felsefe tarihinin her evresinde yanıt aranmış,doğal olarak subjektif değerlendirmelere bağlı olarak değişik yanıtlar verilmiş bir sorudur.

Örneğin Platon’a göre güzel bir“idea”dır,yani mutlakır,değişmez ve sonsuzdur. Doğadaki, içinde yaşadığımız bu dünyadaki varlıklar ve olgular güzel ideasından pay aldıkları ölçüde güzel görünürler. Aristoteles’e göre güzel olan matematiksel olarak orantılı,ölçülü ve düzenli olandır. Hegel’e göre güzellik, mutlak ruhun nesnelerde görünür hale gelmesidir. ¹

Estetik sözcüğü, Yunanca “ **aisthanesthai**” (duymak,algılamak) , “ **aisthesis**” (duygu,duyum) sözcüklerinden gelmektedir. Sözcüğü günümüzdeki anlamıyla ilk kez kullanan ise Alman filozof Alexander Baumgarten (1714-1762) olmuştur.Baumgarten,1750 de yayınladığı “ **Aesthetica**” adlı kitabında estetiği duyulardan elde edilen bilginin bilimi ve mantığın kız kardeşi ” olarak tanımlar.²

Estetiği felsefenin bir dalı olarak gören anlayış uyarınca mantık “doğruyu”, ahlak “ iyiyi”, estetik de “güzel” i arar ve sorgular. Mantık doğru bilgiye nasıl ulaşılacağını tartışır,bilgide doğruya ulaşmanın yolu mantıktan geçer.

¹ Levend Kılıç v.d, **Görsel Estetik**, Anadolu Üniversitesi,Yayın No 1974, Ed.Alper Altunay, Eylül 2009, S.3

² **A.e**, S.4

Mantık doğruyu arayan akıldır. Estetik ise aklımızla değil, öncelikle “duyular” ımızla elde ettiğimiz bilginin doğrusunu arar. Dolayısıyla estetik, günlük konuşmalarımızda çirkin sözcüğünün karşıtı olarak kullandığımız güzel anlamında değil, duyuşal-duygusal bilginin alanını araştıran disiplin anlamında kullanılır. Estetik Kavramını ve tanımını biraz açtıktan sonra hemen burada söz edilmesi gereken, bağlantılı diğer kavramlar ise; Estetik Bakış, Estetik Yaşantı ve Estetik Kaygıdır.

Estetik bakış, en genel anlamıyla güzele, güzelliğe ilişkin bir bakış demektir. Sözkonusu bu bakışın temel niteliği yalnızca sanatın ya da felsefenin alanıyla sınırlı olmayan, çok geniş, kapsayıcı bir bakış olmasıdır. Estetiği güncel kılmak, estetik ile güncel yaşam arasındaki bağı canlı tutmak ancak böylesine kapsamlı ve kuşatıcı bir bakışla sağlanabilir.

İnsan için var olmak, yaşamı önce kendimiz, sonra çevremizdeki insanlar ve nihayet tüm bir insanlık için daha anlamlı kılmak ise estetik bakış ve bu bakışla edinilen bilinç, güzelin, daha güzelin, en güzelin peşinde koşan bakış demektir.

Estetik yaşantı, yalnızca sanattan ya da sanat eserlerinden kaynaklanan güzele, güzelliğe ilişkin duyguyu gündelik yaşamdaki diğer duygulardan, beğenilerden, hazlardan ayırmak, ayrı tutmak için kullanılan bir kavramdır. Estetik yaşantıda duygu, bir başka arzuyu doyurmanın aracı değildir, kendi amacını kendi içinde taşır. Diğer yaşantılardan çıkar ya da yarar düşüncesi gözetmeyen bir yaşantı olmasıyla farklılaşır.³

Estetik kaygı ise, bizde estetik yaşantı oluşturan güzele, güzelliğe ilişkin tedirginliğimizi ifade eder. Buradaki kaygı, tedirginlik olumsuz anlamda değil, tam tersine olumlu anlamdadır.

Çünkü sözkonusu kaygı, sanat eserinden edindiğimiz estetik yaşantının yalnızca duyuşal-duygusal düzeyde kalmasına izin vermeyerek “ güzel” in düşünce düzeyine yükseltilmesini ve sorgulanmasını gerekli kılar. Bir başka deyişle estetik kaygı, güzele, daha güzele, en güzele ulaşabilme yolunda yaşanan tedirginlik halidir.

³ A.e s.19

Bu tanım çerçevesinde estetik kaygının yalnızca sanatla, sanat eserleriyle olan ilişkilerimizde değil, tüm tutum ve davranışlarımızda daha duyarlı olmamızı sağladığı da söylenebilir.

Estetik kavramını görsel medyaya, özellikle televizyonculuğa uyarladığımızda karşımıza çıkan en önemli teorisyen ve yazar, Herbert Zettl olmaktadır. ABD de Televizyon konusunda çok önemli bir figür olan, “ Sight Sound Motion, Applied Media Aesthetics” adlı teorik başyapıtıyla dünyaca üne kavuşan Herbert Zettl, çağımızın Televizyonculuğunda estetik öğelerin temellerini atan, görsel tasarım unsurlarını ortaya koyan bir öncü olmuştur.. Bu çalışmada, önce Herbert Zettl’in ortaya koyduğu Uygulamalı Medya Estetiği kavramını açıklanmaya çalışılacak ve TRT Tematik Kanallarının görsel incelemesi yapılırken, kendisinin başyapıtı olan teorik kitabından alınan öğelerden yararlanılacaktır.

Genel olarak Görsel Tasarım Unsurlarını inceledikten sonra, TRT Tematik Kanallarının bir değerlendirmesi yapılacak ve özellikle ele alınan, TRT ÇOCUK ve TRT MÜZİK kanallarına ait görsel materyaller, hem görsel tasarım unsurları, hem de kanal/kurum kimliği yönünden incelenecektir. Bu incelemeden önce, TRT Kurumunda ve incelemeye konu olan Tematik TV Kanallarında uygulanan Görsel Tasarım Politikaları sorgulanacaktır. Bu kanallarda Görsel Tasarım nasıl belirleniyor, bu konuda nasıl bir araştırma yapılıyor, ne gibi unsurlar göz önüne alınıyor ve görsel tasarım/kanal kimliği ilişkisi nasıl belirleniyor gibi sorulara cevap arayanacaktır.

Bu sorulara bulunacak cevaplar ölçüsünde, TRT Kurumunda ve Tematik Kanallarda Görsel Tasarım Politikalarının analizi yapılacaktır.

Bu çözümlemenin sonucunda bu çalışmanın hipotezi olan “TRT Kurumunda Görsel Tasarım Unsurları ve Kanal Kimliği” konusundaki çalışmaların yeterli düzeyde olmadığı, ve Tematik Kanallardaki ayırıcı kimlik unsurlarının üzerinde iyi çalışılmadığı sonucuna varılacaktır.

1. GÖRSEL TASARIM KAVRAMI VE TELEVİZYON

1.1 Mağara Resimlerinden Televizyona; Yüzey üzerine resmetme

Belli bir yüzey üzerine resmetme anlayışı açısından insanlık tarihine bakıldığında, toplumsal gelişmeye koşut olarak farklı resmetme tekniklerinin ortaya çıktığı görülür. Konuya teknoloji olgusuyla bakıldığında, teknoloji konusundaki değişme ve gelişmelerin genelde sanatı, özelde ise yüzey üzerine resmetme tekniklerini değiştirdiği görülür. Teknolojik buluşlar, ürüne yönelik olmakla birlikte sanatın her alanında da belirgin bir değişime neden olmuştur. Bu şekilde yeni sanat alanları ve yüzey üzerine yeni resmetme teknikleri ortaya çıkmıştır. Teknolojiyi bulan ve geliştiren insanoğlu, aynı zamanda yeni teknolojileri sanatın her alanında kullanmaya yönelmiştir..

Yüzey üzerine resmetmeyi sağlayan teknolojiler açısından, insanlık tarihi için bir zaman dizini oluşturmak gerekirse şöyle bir sıra izlemek gerekir;

- El Kol gücü dönemi
- Makinelerin dönemi
- Elektronik Dönemi
- Karma Ortam/ Çoklu Ortam Dönemi ⁴

El-Kol Gücü Dönemi; Mağara resimlerinden başlayarak insanoğlunun resmetmek için ilk kullandığı teknolojiler, el-kol gücüyle yönlendirilen araçlar ve aletler olmuştur. El kol gücü dönemi insanoğlunun ateşi bulması, taşları sivrilterek kullanmasıyla başlar. İnsanın kas gücünün doğrudan işin içinde olduğu bu dönemde; çizmeye, boyamaya ve kazımaya yönelik araçlar da insan elinin uzantısı olarak ortaya çıkmıştır.

Geleneksel resmetme teknikleri olarak adlandırdığımız, çizerek, boyayarak ve kazıyarak resmetme teknikleri doğrudan insan elinin ürünü olan eserler sağlamışlardır. Tuval üzerine resmeden sanatçının kullandığı teknoloji, onun elinin marifetiyle yönlendirilir. Kalem, fırçalar, kesici araçlar teknoloji olarak vardır, ancak bu teknolojinin yaratıcı biçimde kullanılmasını sağlayan, yaratıcı bir insanın elleridir.

⁴ A.e, S 31

El kol gücü dönemi, teknolojik gelişmelerle yerini başka dönemlere bırakmasına karşın, resmetme tekniği olarak halen devam etmektedir. Yani mağara duvarına yapılan bizon resminin tekniği, ilk günkü haliyle halen sürdürülmektedir. Dönemsel olarak bakıldığında ,geleneksel resmetme teknikleri insanlığın ilk gününden başlayarak günümüze kadar ulaşmıştır.

Makineler Dönemi; 1456 da Gutenberg'in matbaayı icadıyla birlikte başlayan yüzey üzerine baskı yaparak resmetme ve çoğaltma olanakları, makineler dönemini başlatmıştır..

Sanayi devrimi sürecinin, yani makinelerin insan yaşamına yoğun bir şekilde girdiği dönemin, yüzey üzerine resmetme açısından üzerinde durulması gereken iki buluşu fotoğraf ve sinemadır. Bunların ikisi de makine döneminin resmetme araçlarıdır. Fotoğraf ve sinema makine yoluyla resmetmenin ortamlarıdır.Fotoğraf ve sinemayla birlikte yüzey üzerine resmetme işlemi, insan elinin becerisiyle sınırlı kalmaktan çıkıp, makinelerin becerisi haline gelmiştir. Fotoğraf ve sinemayla birlikte yüzey üzerine resmetmeye yönelik yeni teknolojiler ortaya çıkmıştır. Bu teknolojiler yeni ortamlara özgü unsurlardır. Bunlar, fotoğraf ve film kameraları, objektifler,karanlık odada kullanılan araçlar,kimyasal süreçler,fotoğraf kağıdı ve projeksiyon cihazları ve beyaz perde gibi malzemelerden oluşuyordu. Söz konusu olan yeni teknolojiler,hem eserin ortaya çıkarma sürecini,hem de izlenme ortamını belirler. ⁵

Fotoğrafla birlikte geleneksel resmetme tekniklerden farklı, yeni bir resmetme tekniği ortaya çıkmıştır. Fotoğrafın resmetme tekniği,makineler yoluyla resmetme dönemini başlatmıştır. İnsan eli yoluyla yapılmasına karşın, resmetme işinin kendisi makinelerle yapılır hale gelmiştir.Sanayi devrimi sürecinde ortaya çıkan diğer makineler gibi fotoğraf makinesi de bir parmak dokunuşuyla resmetme sürecini başlatır ve sonuçlandırmaktadır.Fotoğraf makinesiyle birlikte insanoğlu bir aygıt yoluyla (optik) gördüğünü yüzey üzerine resmeder duruma gelmiştir.Fotoğraf makinesinden görülen şey,yüzey üzerine resmedilen ürün olmuştur.

Bu şekilde geleneksel resmetme tekniklerinin eğitim ve beceri kazandırma süreçleri,aygıtın becerisi haline gelmiştir.

⁵ A.e, S,31

Fotoğrafla birlikte, resmeden kişinin gözü artık geleneksel resmetme tekniklerinde olduğu gibi çıplak gözün etkin olduğu bir durumda değildir. İnsan gözü optik aracılığıyla bakar duruma gelmiştir. Görsel uyarılar optik yoluyla insan gözüne ulaşmaya başlamıştır. Böylece el kol gücü döneminin temel belirleyicisi olan çıplak göz, yerini optikten bakan optik göze bırakmıştır. Sanatçının seçtiği optik, artık onun gözünün nasıl bakacağını belirleyen bir olgudur. Bu şekilde, yüzey üzerine resmetme süreci içinde görmek ve bakmak kavramlarının belirgin farkı ortaya çıkmıştır.⁶

Lumiere kardeşlerin sinematografi buluşuyla ortaya çıkan sinema ise fotoğrafın durağanlığına hareket ögesini katarak, iletişim tarihine yeni bir boyut getirmiştir. Sinematograf yoluyla kaydedilen hareketli görüntüler beyaz perdeye yansıtılarak gösteriliyor ve büyük ilgi görüyordu. Sinema olarak adlandırılan bu yeni ortam (araç), yüzey üzerine nesneleri yaşamdaki gibi hareketli olarak kaydetti. Yine sinema, yüzey üzerindeki hareketi gözle algılanabilir bir duruma getirmiştir. Sinema, fotoğrafın resmetme tekniğini hareketli olarak yeni bir ortama taşımıştır.

Önceleri uzun bir sessiz dönem geçiren sinema, daha sonra ses ögesini de kullanmaya başlamış, dolayısıyla görme ve işitme duyularına aynı anda uyarı gönderen bir teknoloji sunmuştur. Sinemanın teknolojisiyle birlikte yüzey üzerinde görüntü ve ses boyutu ortaya çıkmıştır.

Sinemanın görmeye ilgili sunduğu teknoloji, nesneleri fiziksel hareketleriyle yüzey üzerine sunan bir teknolojidir. Bu yönüyle de yüzey üzerinde hareket fiziksel olarak ortaya çıkarken, görsel estetik öğelerin düzenlenmesiyle ilgili olarak hareket boyutunu oluşturmak diye yeni bir durum ortaya çıkmıştır.

Sinema teknolojisinde son yıllarda yaşanan gelişmeler, bu ortama üçüncü boyut kavramı (3 D), bilgisayar animasyonları, geniş ekran oranı (16/9), Dolby Surround Ses gibi çok farklı ve etkili yeni özellikler katmış ve bir anlamda sanatçının eline daha zengin olanaklar sunmuştur.

Elektronik Dönemi; Fotoğrafın açtığı yolda sinema, sinemanın ardından ise yüzey üzerinde elektronik olarak resmetme ortamı olarak elektronik görüntü buluşu

⁶ A.e, S. 34

gerçekleşti. 1926 da John Logie Baird, elektronik olarak elde ettiği bir resmi, ışıktan oluşan bir yüzey (televizyon tüpü) üzerinde ortaya çıkarttı. Bu şekilde, fotoğraf makinesinin optik ve mekanik sistemi, elektronik süreçlerle birleşerek yeni bir ortam olarak ortaya çıktı. Sinemanın hareketli görüntüsü bu kez, televizyon ekranı olarak adlandırılacak olan ışıklı yüzey üzerinde yeni bir ortam olarak insan yaşamına girmiş oldu.

Elektronik dönemin içinde ortaya çıkan teknolojik gelişmelerin çoğu, daha önceki dönem ürünü olan ; fotoğraf ve sinema gibi alanlarda da kullanılmıştır. Elektronik fotoğraf makinelerinin çıkışı, elektronik kameraların sinema endüstrisinde kullanılışı, çekim ve gösterim teknolojilerinin ulaştığı noktalarda elektronik sektörünün büyük payı gibi konular, bu gelişmelere örnek gösterilebilir.

Bu bölümün ilk başında mağara duvarını, daha sonraları resim tuvalini bir resmetme yüzeyi olarak kullanan insanoğlu, elektronik döneme geldiğinde artık ekran yüzeyini tuval olarak kullanır hale gelmiştir. Elektronik görüntüyle birlikte insanoğlu için elektronik teknolojilerle resmetme dönemi başlamıştır. Artık ne geleneksel resmetme tekniklerinde kullanılan kalem, boyalar, fırçalar, kazıma bıçakları, ne de fotoğraf ve sinema filmi, karanlık oda araçları, tuval, sinema perdesi gibi yüzeyler gereklidir.

Televizyon, elektronik görüntünün kullanıldığı kitle iletişim aracıdır. Ekran elektronik görüntünün yüzeyidir. Elektronik teknoloji yoluyla ekran üzerine resmedilir. Bu anlamda ekran tuvalden farksızdır.

Karma Ortam/ Çoklu Ortam (Multimedia) dönemi;

1900 lü yıllarda elektronik teknolojisindeki gelişmelerden biri de bilgisayarın bulunuşudur. Bilgisayar, önceleri bir hesaplama aygıtı iken, sonraları yaşamın her alanına girmiştir. Bilgisayar, resmetme teknolojisi olarak da yeni bir dönem başlatmıştır. Ardından gelen, Web teknolojisiyle birlikte insanoğlu yepyeni bir ortamla tanıştı. Bu ortam hem gelenekseli kapsıyordu, hem de yeniliklere açıktı. Bilgisayar ve Web teknolojileriyle ; çizerek, boyayarak resmedilebildiği gibi, fotoğraf, sinema ve elektronik görüntü ortamlarını da kullanmak mümkündür. Bu anlamda üzerinde durulması gereken, birden çok ortamı kapsayan bir teknoloji

olmasıdır. Birden çok ortam; resim, fotoğraf,film ve video bu teknolojiyle bir araya getirerek kullanılabilir. Bu şekilde, resmetme tarihi içinde karma ortam/çoklu ortam dönemi başlamıştır.

Karma ortam dönemi,bilgisayar becerisiyle resmetmenin dönemidir. Bilgisayar,insan elinin,gözünün hatta hafızasının bir uzantısı gibi çalışan teknolojiyle insan yüzey üzerinde yeni bir resmetme olanağı sunmuştur. Çizerek, boyayarak resmetmek, bilgisayar teknolojisinde yeniden tanımlanarak kullanılmaya başlanmıştır.Fotoğrafın resmetme tekniği ve sinemanın hareket olgusu hem oldukları gibi hem de geliştirilerek kullanılmıştır.

Geleneksel resmetme tekniğinde insan elinin,fotoğrafın resmetme tekniğinde ise makinelerin ve optiğin belirleyici olduğunu belirtmiştik. Bu resmetme tekniklerini kullanan sanatçılar kendilerini tek bir yüzey üzerinde ifade etmişlerdir. Yağlı boya resimle,sinemanın ya da fotoğrafın aynı yüzey üzerinde olması bu teknikler için söz konusu değildir; ancak teknolojinin ulaştığı nokta insanoğluna bu olanağı sağlamıştır.

Elektronik görüntü kısmen bunu becermiştir. Videonun ekranı hem filmi hem de fotoğrafı bir arada sunabilmiştir. Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler,sanatçılara birden çok ortamı yüzey üzerinde bir arada kullanabilme olanağını sağlamıştır.Bilgisayar teknolojisi bunu hem de çok kolay,ucuz ve hızlı bir şekilde sağlamıştır.

Karma ortam/Çoklu ortam kavramı, çağımızın en gözde araçlarından biri olarak, kendinden önceki dönemlerin ürünlerine de katkı vermiştir. Fotoğraf ve sinema endüstrisinin sayısal teknolojiyle tanışmasından sonra kullanılmaya başlanan kayıt ortamları (hafıza kartları) ve resim ve kurgu düzenleme yazılımları bu örneklerden birkaçıdır. Günümüzde, Karma ortam konusu, internetin sunduğu olanaklarla, televizyonu da kapsayan bir iletişim aracına dönüşmekte ve geleceğin “yeni medya” sı olmaya aday görünmektedir.

1.2 Elektronik Görüntü/ Video / Televizyon Kavramları

Başlıkta yan yana olmalarına ve aralarındaki sıkı ilişkiye karşın aslında bu üç kavramın birbirinden farklı olduğunu söylemek pek çok kişiyi şaşırtabilir. Kabaca bir giriş tanımı yaparsak; Elektronik görüntü,temeli video sinyali olan ve Televizyon Yayıncılığı, Bilişim Endüstrisi, Sinema ve Karma Ortamlar(Multimedia) gibi kullanma alanları olan bir görüntüleme biçimidir.

Ekranda oluşturulan görüntü,bir yönüyle çok bilinen, birçok yönüyle de pek bilinmeyen bir olgudur. Televizyon ekranlarından bize ulaşan görüntüleri, televizyon kavramı içinde değerlendiriyor ve iyi bildiğimizi sanıyoruz. Değişik Televizyon Kanallarından bize ulaşan elektronik görüntüleri,sadece bir kitle iletişim aracı olan Televizyon kavramı içinde algılamak, fazla kabaca bir algılama olacaktır. Günümüzde pek çok kullanım alanı olan ve tıp dahil yaşamın pek çok alanında karşımıza çıkan, ileride göreceğimiz gibi, sanat olarak bile algılanan elektronik görüntü kavramını biraz daha yakından incelemek gerekmektedir.

Günümüzde çoğu kez televizyon,video ve elektronik görüntü terimleri farklı anlamlarda,bazen de birbirinin yerine kullanılmaktadır. Bu çalışmada Elektronik Görüntü, ekranlardaki estetik özelliğe sahip görüntüler olarak tanımlanacaktır Ekranlardan bize ulaşan elektronik görüntü, aslında kendine has estetik öğeleri olan ve bir anlamda ressamın tuvali gibi, ekranı kendisine tuval olarak kullanan bir iletişim ortamıdır..Video kavramı ise iki anlamıyla ele alınacaktır; birincisi elektronik görüntünün teknik anlamdaki bütün süreçlerini kapsayan bir terim olarak, ikincisi ise elektronik görüntünün estetik özelliklerini geliştirerek bir sanat dalı haline gelen video art anlamındadır. Televizyon ise elektronik görüntünün temel kullanım alanı olan Kitle İletişim Aracı/Ortamı anlamında kullanılacaktır.

Çoğu zaman kendisinden önceki iletişim ortamlarıyla karşılaştırılan elektronik görüntü,birçok açıdan fotoğraf ve sinema'dan farklıdır.Ekrandaki görüntü,filmdeki

gibi şeffaf bir yüzey üzerinde oluşmaz. Ekrandaki görüntü,ışıklı noktacıklardan oluşur,yani kendisi ışıktır. ⁷

Elektronik görüntünün gelişimi, yaşamın her alanında kendisini göstermiştir. İnsanın yaşamını kolaylaştıran tıp teknolojisinde bile kendisine önemli bir yer edinmiştir. Genel olarak görüntüleme sistemleri olarak adlandırılan tanı yöntemleri insan sağlığında çok önemli roller oynamaktadırlar. Elbette, bu çalışmada elektronik görüntünün kitlesel kullanım alanı ve kitle iletişim aracı olan, Televizyon konusu odak noktamızı oluşturacaktır.

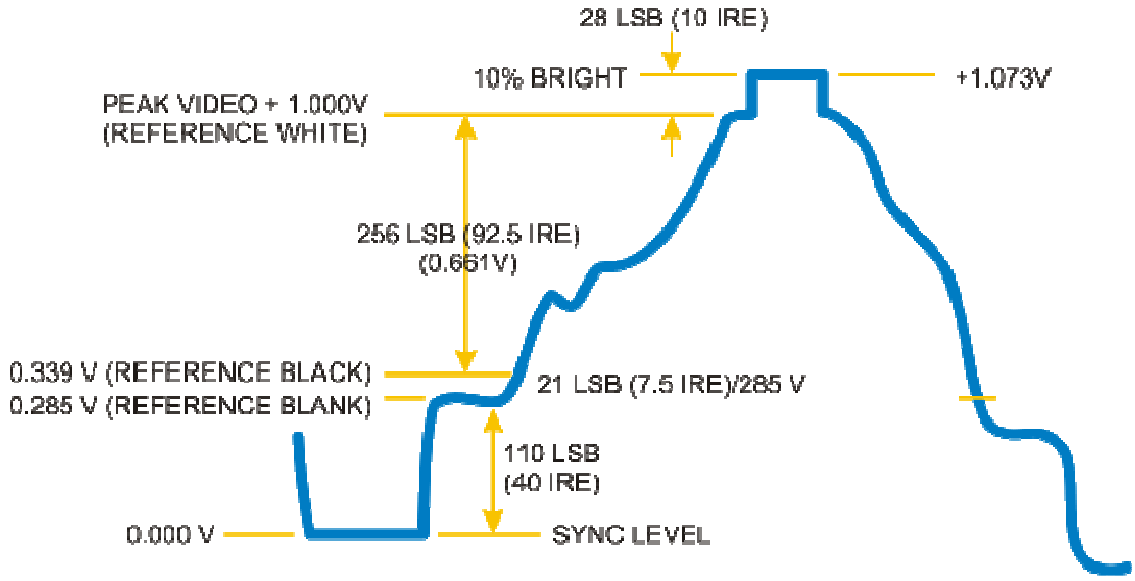
Video kavramını öncelikle teknik bir oluşum süreci olarak kısaca incelemeyi, televizyon olgusunu ve yayıncılığını anlamak açısından gerekli görüyoruz. En basit anlatımıyla, herhangi bir görüntünün kamera/lar yoluyla çekilerek önce elektriksel işarete dönüştürülmesi, sonra bu elektriksel işaretin (video sinyali) işlenerek kayıt araçlarıyla veya anında/canlı olarak yayınlanması sürecinin televizyon yayıncılığının ana hattını oluşturduğunu biliyoruz. Bu açıdan bakarsak, ışığın elektriksel işaret dönüşümü diyebileceğimiz video sinyalini, televizyon yayıncılığının ana hattı, sürecin tüm aşamalarında bulunan bir teknik kavram olduğunu söyleyebiliriz.

Kameranın optiğinden içeri giren ışıkla başlayan bu süreçte önce ışığın kamera içinde görüntü oluşumunu sağlayan ve CCD (Charged Coupled Device) olarak adlandırılan sensör blokuna ulaşmasıyla işlem başlamış olur. Bu sensör blokunun ışığa duyarlı alanında başlayan elektriksel şarj şekilleri, optikten gördüğümüz görüntünün (yansıyan ışığın) kendi içindeki ışıklı ve gölgeli alanlara bağlı kalarak oluşan bir elektriksel işarete dönüşür. Özel tarama devrelerinin bu şarj şekillerini düzenli okuması sonucunda optiğin gördüğü resmin/görüntünün sinyal voltajı, video sinyali ortaya çıkmış olur. ⁸

Bkz. Şekil 1 Video Sinyali (Analog Composite)

⁷ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, , İnkılap yayınevi, 1999, s., 1

⁸ Gerald Millerson, **Television Production**, 13th Edition, Focal Press 1999, S.,29



Şekil 1 Video Sinyali (Analog Composite)

Bu sinyal daha sonra ya kayıt edilerek veya canlı biçimde, uzun bir teknik süreçten (transmission/yayınlama) geçerek alıcı cihazlara ulaşır. Burada elektriksel işaretler tekrar görüntü bilgisine çevrilerek yayın görüntüsü elde edilmiş olur. Elbette ,burada çok basit gibi görünen bu süreç aslında çok karmaşık teknolojik işlemlerle doludur.

İki veya üç boyutlu bir görüntünün standart bir video sinyaline dönüştürülmesi için, ışığın elektriksel işaretlere çevrilmesi ve alıcı ekranında tekrar görüntü haline getirilmesi için doğru ve güvenilir yöntemler kullanılması gereklidir.Bu çevirme/dönüştürme süreci içinde,standart bir sinyalin belli sayıda çizgisel tarama ve kare tekrarlamaya dayalı bir senkronlama modeliyle adaptasyonu yapılarak bu iletim sağlanmış olur. Üstelik, aynı senkronlama modelinin sürecin üretim,yayın ve alıcı noktalarında tekrarlanması gerekir.⁹

Video sinyali konusunda daha fazla teknik detaya girmeden, bilmemiz gereken, ülkemizde PAL sistem denilen ve bir TV karesi içinde 625 satır tarama ile görüntü oluşturan kayıt ve yayın sisteminin kullanıldığıdır. Saniyede 25 kare akışına dayalı

⁹ Peter Ward, **Tv Technical Operations**, Focal Press, 2000, S.,34

bu sistem içinde resmin oluşumu karmaşık bir tarama süreci sonucunda oluşmaktadır.

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak günümüzde ortaya çıkan Yüksek Tanımlamalı (High Definition) kayıt ve yayın sistemleri ile 16:9 gibi geniş ekran formatları, hatta üç boyutlu (3 D) çekim teknolojileri, elektronik görüntü ve televizyon için yepyeni imkanlar getirmişler ve görsel tasarım konusunda ciddi etkiler yaratmışlardır.

Video'nun teknik anlamı dışında sözünü edeceğimiz bir başka boyutu, elektronik görüntünün estetik öğelerini geliştirerek,bazen zorlayarak onu bir sanat dalı haline getiren “ video sanatı” (video art) kavramıdır. Televizyon'un görsel anlamda ham malzemesi olan video (elektronik görüntü) ile televizyon dışında neler yapılabileceği göz ardı edilmiştir. Bu konudaki çalışmaları video ile uğraşan avant-garde sanatçılar yapmışlardır. Koreli Nam June Paik ve Amerikalı Dara Birnbaum videonun yeni anlatım biçimlerini arayan ilk kişilerdir.

Televizyonun görüntüsü üzerinde 1960'lı yıllarda yapılan ilk denemeler, Nam June Paik'in ekrandaki görüntüyü bir mıknatıs yardımıyla bozmasından ve kayıt edilmiş bir video bandını oynatırken görüntünün oynatma hızına elle yapılan değişimlerden oluşuyordu. Elektronik görüntünün oluşum süreci ya da çıktısı üzerindeki çalışmalar sonucunda ortaya çıkan bu gerçeküstücü görüntülerin ve ses kuşağı kayıtlarının televizyonla hiçbir ilişkisi yoktur. Bu ilk deneysel çalışmaların yapıldığı dönemde taşınabilir video kameralar ve kayıt araçlarının da piyasaya sürülmesiyle birlikte bu çalışmaların gelişmesi sağlanmıştır. Video Sanatı, hem teknoloji hem de görsel estetik öğeler açısından köklü bir geleneğin sonucunda ulaşılan noktadır.¹⁰

Ekrandaki görüntü,geçmişten kendisine kalanlar açısından kelimenin tam anlamıyla mirasyedir. Fotoğrafın,film ve televizyonun mirasının üzerine oturmuştur. Bilgisayarın sundukları ise daha fazladır. Video teknolojisinin bilgisayar ile birleşmesiyle birlikte yeni bir dönem başlamış, videonun klasik analog yapısı sayısal

¹⁰ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, Levend Kılıç, İnkılap Yayınevi,2000, S.5

teknolojiye dönüşmüş, kayıt ortamı olarak kasetler yerine VCD, DVD,Harddiskler ve Bellek Kartları ve Blue Ray Diskler geçmiştir.

Analog video dan sayısal videoya geçişle birlikte sıralı görüntü erişimi ve kurgu zorunluluğu ortadan kalkmış, anında erişim ve değiştirme olanağı ortaya çıkmıştır.Bu gelişme ile birlikte video artık eskisinden daha cazip bir hale gelmiş,ve kullanıcılarına daha geniş görüntü işleme olanakları sunar olmuştur.

Sayısal video ile birlikte artık daha kaliteli bir görüntü elde etmek mümkündür. Elde edilen bu görüntünün kopyalanması/aktarılması da farklılıklar içermektedir. Analog video da görülen jenerasyon kaybı (çözünürlük kalitesinde azalma) burada söz konusu değildir. Bir başka deyişle,sayısal görüntünün aslıyla,kopyası arasında bir kalite farkı yoktur.

Almanya kökenli Bauhaus sanat/mimari okulu üyelerinden Laszlo Moholy-Nagy,daha 1920 de elektronik görüntünün gelişimini ilk gören sanat kuramcısıdır.Moholy-Nagy, 1936 yılında filmin ötesinde ekrandaki görüntüyü bir anlatım aracı olarak görmüştür.

Ekrandaki elektronik görüntü;bir yönüyle hemen gerçekleşen,gerçeğe uygun ve doğaldır.Bir yönüyle de yapmacık, mesafeli,yapay ve yorumsaldır. Bu ayrım video teknolojisinin yapısını yansıtmaktadır.Görüntünün kayıt süreci basittir,ancak görüntünün oluşum süreci karmaşıktır. Video sisteminin kolay kayıt edilip,elde edilen görüntü ve sesin birlikte hemen izlenebilmesi,bu sistemi insanlara yakınlaştırmaktadır.

Televizyondaki egemenliğine ek olarak video,gelişmiş ve ucuz teknolojisiyle ailelerin vazgeçemedikleri bir araç haline geldi. Öte yandan Moholy-Nagy nin 1936 daki düşleri, 1960 lı yıllarda Nam June Paik'in video ile gerçekleştirdikleri ise sanat olarak video'yu geliştirdi. Özetlemek gerekirse,video günümüzde Televizyon yayıncılığı, Amatör Video ve Video Sanatı (Video Art) olarak üç farklı grup içinde gelişmektedir.¹¹

¹¹ Levend Kılıç,**Görüntü Estetiği**, Levend Kılıç, İnkılap Yayınevi, 2000, S.,9

Bazı öncü isimlerden oluşan sanatçılar, videoyu sanatın değişik ortamlarına farklı biçimlerde soktular. Bu çalışmalar sonucunda; iki boyutlu ve üçboyutlu gerçeküstücü betimlemelerin ses ve hareketle yönlendirilmesinden oluşan elektronik betimlemeler; videonun renk oluşturma sistemiyle üretilen ve sesle birlikte yönlendirilen renkli ya da siyah beyaz çizimler ve boyamalar; elektronik görüntüyü ışık olarak yansıtarak ses eşliğinde oluşturulan video heykel gibi çalışmalar ortaya çıktı.

Elektronik görüntüyü sanatın ortamına taşıyan bu yeni kuşak, öncü sanatçılar, teknolojinin belirli noktaları üzerinde yoğunlaştılar. Fotoğraf ve filmde olduğu gibi, videoda da önce kamera vardır. Video kamera, elektronik olarak görüntü oluşturma aşamasında sanatçıya görüntünün oluşma aşamasında sayısız düzenleme ve yönlendirme olanağı sağlar. Video kamera sadece gerçeği kaydetmez, gerçeği yeniden yaratır.

Televizyon alıcıları ve monitörler, video sanatının icra edildiği yüzey olmanın ötesinde sanatçıya yeniden görüntü üretme ve yansıtma ortamları olarak hizmet etmektedir. Video sistemi içinde yer alan çeşitli görüntü ve ses aygıtları görüntü ve ses boyutunda sayısız olanaklar sunmaktadır. Görüntü ve sesi kayıt ederek anında sunabilen, ve defalarca yeniden kayıt olanağı sağlayan aygıtlar, video sistemleriyle birlikte çalışan ileri teknolojiler, özellikle bilgisayar teknolojisi sanatçıya yepyeni ortamlar sunmakta. Bütün bunlar video sanatçılarına çizgiyi, şekli, formu vb görsel estetik öğeleri video ortamında yeniden keşfetme olanağı sağlamaktadır.¹²

Bütün bu yönleriyle video ve video sanatı, Televizyon içindeki önemli görsel zenginliklerden biri olmuş ve ileride göreceğimiz, “komşu teknolojiler” kavramının temellerini oluşturmuştur.

Televizyon sözcüğü, “uzak” anlamındaki Yunanca **tele** ve “görme” anlamındaki Latince **visio** sözcüklerinden türetilmiştir. Bu tanıma göre televizyonun sözcük anlamı “uzaktakini görme”dir. Televizyonla ilgili ilk çalışmalar, radyoda olduğu gibi Avrupalı bilim adamları tarafından gerçekleştirilmiştir. Televizyonun

¹² Levend Kılıç, **Video Sanatı**, Hil Yayınevi, 1999, S., 11

radyoya göre daha karmaşık bir tekniğe sahip oluşu, çalışmaların daha yavaş bir gelişme göstermesine neden olmuştur. Televizyonun bulunuşuna gerek yayın olarak ses ve görüntünün aktarılmasına gerekse bunu alacak özel araçların (televizyon alıcılarının) yapılmasına emeği geçen belli başlı kişiler May, Nipkow, Jenkins, Baird, Zworykin, Farnsworth gibi isimlerdir.¹³

Televizyonla ilgili ilk teknik buluş, İrlandalı bir telgrafçı olan Andrew May tarafından 1873 yılında gerçekleştirilmiştir. May, ışık dalgalarının elektrik akımına çevrilebildiğini ve selenyum adlı kimyasal maddenin elektriğe karşı dirençli olduğunu ve bu direncin güneş ışığında daha da azaldığını bulmuştur. May'in bu buluşundan on yıl sonra bir Alman bilim adamı Paul Nipkow bir resmi dönerken tarayabilen bir araç geliştirmiştir. "Döner Disk" adı ile anılan bu aracın içinde kenarlardan itibaren helozonik şekilde yerleştirilen kare delikler, bir delikten geçirilerek verilen elektrik ışınları ile baştan başlayarak dönerek taranmakta ve bu taranan yerler ışık ve gölge olarak bir diğer yerde görüntü olarak elde edilmektedir. "Döner disk" görüntüyü başka yere aktaran ilk araç olması bakımından önemli bir buluştur.¹⁴

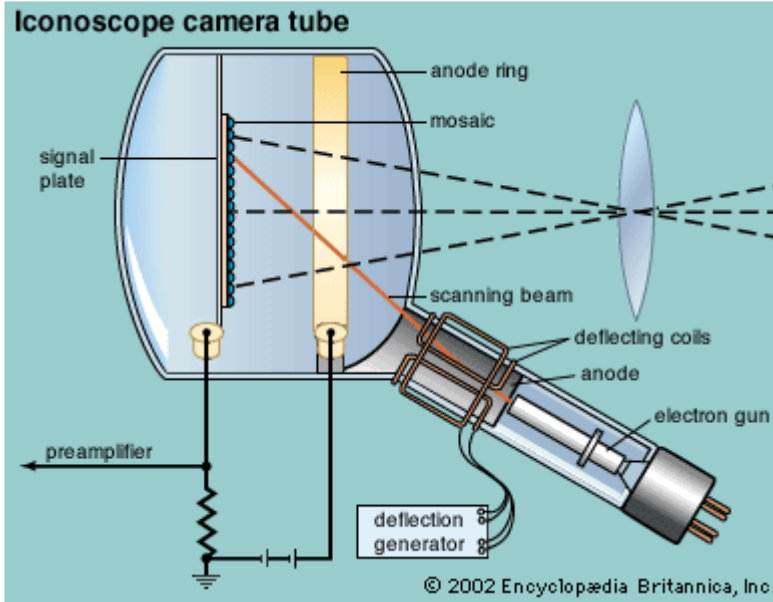
Nipkow'un daha sonraları mekanik tarama olarak adlandırılacak "döner diski", 1923 yılında Amerikalı Jenkins, 1925'de ise İngiliz Baird tarafından ilk deneme yayınlarını gerçekleştirmek için kullanılmıştır. Ancak alınan sonuçlar üstelik duyuşsal bir saldırı altında iken nasıl anlamlandıracağız. belli belirsiz kaba çizgilerden ileri gidememiştir. Yapılan denemelerde saniyede 20 resim 60 – 120 çizgi ile taranmıştır. 1936 yılında ise Baird, saniyede 24 resim ve 240 çizgi ile yaptığı denemede daha net bir görüntü elde etmiştir. Baird'in bu buluşu, İngiliz televizyon yayınlarında başlangıçta kullanılan mekanik tarama sisteminin temeli olmuştur.¹⁵ Bilim adamları görüntünün net olarak aktarılmasını sağlayan araştırmalar yapmaya devam etmişlerdir.

¹³ Peter Ward, **Television Technical Operations**, Focal Press, 2000, S. 36

¹⁴ A.e, S. 38

¹⁵ A.e, S. 39

Görüntünün elektronik olarak nakledilmesini amaçlayan bu çalışmalar, uygulamaya Vladimir Zworykin tarafından 1923 yılında geçirilmiştir. ABD’de denemelerini yapan bu Rus bilgini, İkenoskop (iconoscope) adı verdiği ve elektronik taramada kullanılan aracı geliştirerek ilk elektronik tarama ile görüntü yayını gerçekleştirmiştir. Bu araç ile objeler satır satır çok çabuk bir şekilde taranmakta ve insan gözünde sürekli bir resim geçiyor hissi uyanmaktadır. Elektrik dalgaları ile yapılan bu deneyimler sonucunda televizyonun kamu yararına kullanılacağı umudu kuvvetlenmiştir. Bkz.Şekil 2. İkenoskop Tüplü Sistem



Şekil.2 . İkenoskop Kamera Tüp Sistemi

Westing House Firması adına deneylerini sürdürerek buluşunun patentini alan Zworykin, icadının henüz ticaret yaşamına girecek kadar gelişmediğini düşünmektedir. Teknik, bugünkü tarama tekniğinin aslı olmakla birlikte çok ilkel bir durumdadır. 1928 yılında ise NBC yayın örgütü bir kıyıda diğer kıyıya yayını gerçekleştirmiş ve aynı yıl Londra’dan verilen bir görüntü New York’tan izlenmiştir.

Elektronik taramada gelişme, 1930 yılında Farnsworth’un denemeleri ile olmuştur. Farnsworth, verici ile alıcı arasında etkili bir eş zamanlılık olması üzerinde durmuş, böylece vericiden verilen görüntü sinyallerinin elektromanyetik dalgalar aracılığıyla alıcılarda daha net bir biçimde izlenme olanağı elde etmiştir. 1931 yılında ilk kez bu

teknikle çalışan alıcıların yapımına başlanılmış, 1932 yılında ise radyo ve televizyon frekanslarının aynı olmasının televizyon yayınlarını etkilediği görüldüğünden VHF'ye (Very High Frequency – Çok Yüksek Frekans) geçilmiştir. Daha sonraki yıllarda ise görüntü bandı yanında ses bandında da gelişmeler olmuştur. Amerikalı Edwin Armstrong 1935 yılında FM'i (Frequency Modulation) ses bandı olarak geliştirmiş ve ilk FM istasyon yayını başlamıştır..

Yapılan bu denemelerden sonra dünyada gerçekleştirilen ilk düzenli televizyon yayını, 1936 yılında İngiltere'de yapılmıştır. Ancak bu düzenli yayınlara II. Dünya Savaşı nedeniyle 1939 yılında ara verilmek zorunda kalınmış, 1945 yılında savaşın sona ermesiyle tekrar başlanmış ve 10 yıl sonra yayınlar ülkenin her yerinden izlenebilecek duruma gelmiştir. İngiltere'den sonra televizyon yayınlarını başlatan ikinci ülke ABD'dir. Bunu, SSCB ve diğer gelişmiş ülkeler izlemiştir.

İngiliz bilim adamı Baird, 1928 yılında gerçekleştirdiği çalışmalarda aslında ilk renkli görüntüyü elde etmiştir. Daha sonraki yıllarda bu konuda birçok deneme yapılmışsa da kaba görüntüler elde etmeden öteye gidilememiştir. Renkli televizyon yayınlarının net olarak alınması 1950'lerden sonra olmuştur. İlk ticari renkli televizyon yayını 1954 yılında gerçekleştirilmiş, ABD'nin başlattığı bu yayınlar **NTSC (National Television System Committee)** sistemi olarak adlandırılmıştır.

Günümüzde Amerikan sistemi olarak bilinen ve Japonya'nın da bir türevini kullandığı **NTSC** dışında, yayın/rek sistemleri olarak **SECAM** ve **PAL** sistemleri vardır. **SECAM (Sequential Couleur a Memoire)** Fransız sistemi olarak bilinmektedir. Sistem, ilk önce Fransa'da başlamış daha sonra SSCB ve diğer Sosyalist ülkeler tarafından renkli televizyon yayınlarında kullanılmıştır. **PAL (Phase Alternation Line)** sistemi ise 1963 yılında Almanya'da Telefunken Şirketi adına çalışan W. Bruch adlı bir Alman mühendis tarafından bulunmuş olup bugün ülkemizde ve birçok Avrupa ülkesinde yaygın olarak kullanılmaktadır.¹⁶

¹⁶ A.e, S. 42

Televizyon'un kitle iletişim aracı olması, kendinden önceki elektronik görüntü,video gibi kavramlardan ayrıldığı en önemli noktadır. Elektronik görüntü ve video daha çok tekil ve bireysel kavramlardır, ancak Televizyon, değişik teknolojik araçlar ve ortamlarla geniş kitlelere ulaşan, çoğulluğu esas alan bir ortamdır.

Kitle iletişim aracı olarak taşıdığı önemli işlevler dışında, Televizyon, bütün dünyada önemli bir sektör haline gelmiş, gerek teknoloji,gerekse içerik konusunda yaşanan gelişmelerle,kendine has kuralları, örgütlenmeleri ve değerlerini oluşturmuştur.

Bir yandan Televizyon'un çekim, kurgu,yayın gibi evrelerinde kullanılan çeşitli teknolojik ürünler ve sistemler kullanıma girerken, diğer yandan Televizyon sektörünün, hukuki,etik ve estetik değerleri oluşmuştur.

Aslında, Televizyon ortamının estetik değerleri ve ölçütleri, daha önce de diğer görüntü sanatlarında geçerli olan değerler ve ölçütlerden pek farklı değildir. Daha önce resim,fotoğraf,sinema gibi sanat dallarında kullanılan ve kavramlaştırılan estetik öğelerin bir bölümü Televizyon ve Elektronik görüntü için kullanılan ve Herbert Zettl'in " Uygulamalı Medya Estetiği" adlı kitabında işlediği temel öğeler olan " Işık,Renk,Uzay,zaman-hareket ve ses" öğelerinin oluşturduğu değerlerdir.¹⁷

Bulunuşundan bugüne kadar, yaşadığı gelişmelere karşın, Televizyon, tek başına sanat dalı olarak kabul edilmemiş,ancak görsel sanatların ve plastik sanatların pek çok yanını kullanmıştır. Zaten barındırdığı; Işık,renk gibi estetik öğeler, kendisinden önce resim,fotoğraf,sinema gibi sanat dallarında ana unsurlar olmuşlardır.

Televizyon'un kendinden önceki görsel araçlardan önemli bir farkı da ciddi bir teknoloji gerektirmesi ve adeta dünyayı kapsayan bir iletişim ağı oluşturmasıdır. Gelişen iletişim teknolojileriyle, bütün dünyayı,hatta uzay boşluğunu kapsayan yayınlar sayesinde dünyada televizyon olgusuyla karşılaşmayan insanoğlu yoktur

¹⁷ Herbert ZETTL, **Sight Sound Motion,Applied Media Aesthetics**, Wadsworth Publishing,1999,S.3

denilebilir. Aynı şekilde, ay yüzeyinden dünyaya görüntü iletimi ve uzak galaksilerden görüntülerin alınması da yine televizyon yayını ile mümkün olmuştur. Günümüzde, cep telefonları, el bilgisayarları (PDA), gibi farklı cihazlar üzerinden ve yeni teknolojilerle insanlara ulaşan televizyon yayınları,artık bir içerik türü haline gelmiş ve ilk dönemlerdeki popülerliğini kaybetmiştir.

Özellikle iletişimin kişiselleşmesini temel alan internet gibi ortamlar, pek çok yönden Televizyon'un yerini almış, hatta IPTV (İnternet üzerinden TV yayını) gibi gelişmelerle onu ,bir alt başlık haline getirmişlerdir.Yine de hem içerik oluşturma,hem de teknolojik gelişme açısından önemli bir sektör olan Televizyon, bizim gibi gelişmekte olan ülkelerde halen en önemli ve yaygın kitle iletişim aracı konumunu korumaktadır.

1.3. Medya Estetiği ve Televizyonda Görsel Tasarım Unsurları

Bilerek ya da bilmeyerek, hepimiz hergün birçok estetik seçimler yaparız. Ne giyeceğimize karar verirken, veya odamızı toplayıp, eşyaları yerleştirirken, yemek masasına hangi çiçekleri koyacağımızı düşünürken, hatta arabamızla yolda giderken, aracımızın hızını, diğer araçlarla mesafesini tesbit ederken temel bir algılama ve estetik faaliyeti içinde oluyoruz. Hergün kullandığımız “ Ne istediğimi (sevdiğimi) biliyorum” ifadesi bile bir estetik yargı içermektedir.

Duvarınıza asmak üzere bir resim seçerken, arabanızın rengine karar verirken veya bir kameranın vizöründen bakarken, elbette estetik bir seçim yaptığınızın biraz daha farkındasınızdır. Bu tip bir karar süreci, seçeneklerinizin ne olduğunu bilmenizi, belirli bir prensip ve çerçeve içinde düşünmenizi ve en az çaba ile en makul seçimi yapmanızı gerektirecektir. Banyonuzu önce kırmızıya, sonra pembeye, daha sonra oranj renge boyamanız, aslında en uygun rengin düz beyaz olduğunu keşfetmenizi sağlayacaktır, ancak bu yöntem, bu amaç için pahalı ve zaman alıcı olmakla kalmayıp, aynı zamanda külfetli ve verimsiz bir yol olacaktır.

Uygulamalı Medya Estetiği konusunda genel bir bakış amacı ile ve bu konudaki çalışmaların altyapısını anlamak için, beş esas başlık üzerinde durmak gerekecektir; Bunlar; Uygulamalı Medya Estetiğinin Tanımı, Uygulamalı Estetik ve Bağlamsallık, Bağlam /İçerik ve Algılama, Yapısal bir etmen olarak ortam, ve Uygulamalı Medya Estetiği; Metod başlıklarıdır.¹⁸

Uygulamalı Medya Estetiği; Tanımlama;

Uygulamalı Medya Estetiği, geleneksel/felsefi estetik kavramından başlıca üç yönden ayrılık göstermektedir; Öncelikle burada, estetik kavramı, güzeli anlamaya ve değerlendirmeye çalışan felsefi anlamıyla veya sanatı, sanatın içindeki gerçekliği arayan teorik yönüyle ele alınmamaktadır. Uygulamalı Medya Estetiği, sanatı ve hayatı karşılıklı olarak birbirine bağımlı, esasen birbiriyle iç içe olacak derecede ilişkili olarak Son olarak; Uygulamalı Estetik kriterleri bize biçimsel geliştirme imkanları sunmakta, yani bir yapımın estetik faktörlerinin izafi iletişim etkinliğini,

¹⁸ Herbert Zettl, **Sight Sound Motion, Applied Media Aesthetics**, Wadsworth Publishing, 1999, p 4

adım adım değerlendirip,arttırabilme imkanı vermekte, üstelik bunları yapım aşaması sürerken sağlamaktadır.

Uygulamalı Estetik ve Bağlamsallık (**Applied Aesthetics and Contextualism**);

Bu çalışmada temel kaynak olarak aldığımız, Herbert Zettl’ın sıkça karşımıza çıkacak olan “ Bağlam-Bağlamsallık” (**Context-Contextualism**) kavramına biraz açıklık getirmek gerekiyor. Sanat ve Felsefe de değişik yerlerde kullanılan bu terim için genel olarak yapılabilecek tanım; “Bir esere, bir olaya veya olaylar örgüsüne anlam kazandıran, onu netleştiren, diğerlerinden ayıran her türlü özel şartlar bütünü şeklinde yapılabilir.

Örneğin; Bir sanat eserini değerlendirirken, bu eserin ortaya çıkış tarihi, yapıldığı dönemin şartları, sanatçının kimliği ve kariyeri vb , yaratım sürecinin tüm faktörleri bir arada göz önüne alınarak bir değerlendirme yapılır. Bu anlamda,bütün bu faktörlerin birlikte değerlendirilmesi kavramına “Bağlam” , değişik disiplinlerde kullanılan bu yaklaşımın kendisine de “ Bağlamsallık” demektediriz.

Sanat dışında Tarih ve Felsefe alanında da sıkça karşımıza çıkan “Bağlam ve “ Bağlamsallık” kavramının genel anlamından yola çıkarak, Herbert Zettl’ın yaklaşımında bu kavramın biraz daha özel bir anlam kazandığını görüyoruz. Bağlam (**Context**) için bu açıdan bir tanım yaparsak; Çevremizi veya bir görüntüyü algımlarken her imge,her imaj, Televizyon Diliyle düşündüğümüzde her karenin içinde bulunan işaretler, harfler,sözel,işitsel ve görsel düzenlemelerin tümü” şeklinde bir tanım yapabiliriz..¹⁹

Bu anlamıyla düşünersek bu kavram, kendisine yakın olan “**Text**” (Metin) ve “**Content**” (İçerik) kavramlarıyla yakın ilişkidir. Ancak her ikisini de kapsayan bir kavram durumundadır. Ayrıntılarını ve unsurlarını ileride inceleyeceğimiz bu kavramların altını çalışmamız boyunca değişik yerlerde yeniden çizeceğiz.

¹⁹ A.e, S. 7

Uygulamalı estetik, sanatın müzelerde saklanan izole edilmiş bir nesne olmadığını ve estetik deneyimlerin günlük yaşamın bir parçası olduğunu altını çizmektedir.

Kendinizi ifade etmek için hangi aracı/ ortamı seçerseniz seçin, sanat hayata yaratıcılık katan ve aynı zamanda kalite ve itibar kazandıran bir süreç olarak öne çıkacaktır. Siz, bizzat sanat eseri yaratma sürecinde olmasanız bile, algısal duyarlılık ve estetik yargı gerektiren birçok estetik faaliyet içinde olacaksınız.²⁰

Tabii yaşamın her yönünün, her algısal deneyimin sanat olduğunu söyleyemeyiz. Merakla dolu olan sıradan günlük deneyimleri sanat sayamayız, henüz. Ancak bunlar, sanat dediğimiz estetik iletişim süreci için hammadde oluştururlar diyebiliriz.

Herbert Zettl dan elli yıl önce sanat ve yaşamın yakın ilişkisi üzerine bir kuram geliştiren düşünür Irwin Edman, gündelik yaşam içinde bağımsız gelişen sıradan olay parçacıklarının, kendi deyimiyle “ Yaşam Olayları” nın belirli bir bağlam içinde değerlendirildiğinde, sonuçta anlamlı ve belirli bir bütün olayı oluşturduklarını belirtmiştir. Bu açıdan bakarsak, “ Bağlamsallık” bu kuramda yaşam ve sanat arasındaki “asli, yakın ve amaçlı” ilişkiyi açıklamaya çalışan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.²¹

Bağlamsal Estetik (**Contextualistic Aesthetics**)

Bağlamsallık veya Bağlamsal Estetik, Uygulamalı Medya Estetiği’nin tartışılması için uygun bir düşünce çerçevesi oluşturmaktadır. Kolayca fark edileceği gibi, uygulamalı medya estetiğinin değişik alanları, “algısal olaylardan” oluşmakta ve bu olaylar, birleştiğinde belirli bir medya deneyimi halinde sonuçlanmaktadır.

Uygulamalı estetiğin çeşitli alanları(Işık, Uzun, zaman/hareket ve ses) gerçek anlamda bağlamsal unsurlardır ve birbirleriyle etkileşerek bir nihai iletişim etkisi üretmek zorundadırlar.²²

Bağlam ve Algılama;

²⁰ A.e, S. 7

²¹ A.e, S. 8

²² A.e, S. 8

Dış dünyayı algılamamız, mutlak terimler den ziyade, değişkenlik gösteren bağlamsal ilişkilendirmelerle olmaktadır. Bir olaya baktığımızda, olayın bir boyutunu, başka bir boyutuyla kıyaslayarak veya, başka bir olayla karşılaştırarak bir yargıda bulunuruz. Örneğin; bir araba hızlı gitmektedir, çünkü bir başkası yavaş gitmektedir, veya araç nispeten durağan duran bir nesnenin yanından geçmektedir. Bir nesne büyüktür, çünkü yanındaki bir diğeri küçüktür. Aynı ışık kaynağı, gün ortasında oldukça soluk görünmekte, ancak karanlık bir odada hayli parlak ve güçlü durmaktadır.

Araba kullanırken, algısal faaliyetleriniz fazla mesai yapmaktadırlar. Sürekli olarak aracınızın çevredekilere göre durumunu gözlemekte, aynı zamanda çevredekilerin size göre konumunu izlemektesiniz. Hiç şüphesiz şehiriçi yoğun saatlerde kısa süreli bir kullanım bile sizi yoracaktır. Rahat bir şekilde oturup, sabit bir nesneye, örneğin bir masaya bakıyor olsanız bile, gözleriniz sürekli tarama yaparak, masanın değişik açılardan birçok görüntüsünü algılayacak, sonunda bu görüntüler, çok kameralı bir sahnenin kurgulanmış hali gibi, bütünleşik bir masa görüntüsünü oluşturacaktır.

Zihinsel çalışma sistemimizin verdiği cesaretle oluşan hatırı sayılır bir algılama tembelliği bizi, aşırı algı yükünden korumaktadır.. Doğamız gereği, hepimiz alışkanlığa dayalı görme ve işitme biçimleri geliştirerek, aslında gerçekte olanın sadece küçük bir bölümüne odaklanmamızı ve fark etmemizi sağlıyoruz. Gözlerimize ve kulaklarımıza ulaşan duyumların en dışta olanlarını elemeyen geçiriyor, ve olabildiğince sabitleyip, basitleştirerek algıladığımız sonucu oluşturuyoruz.

Çevreyi Dengelemek/ Sabitlemek;

Algılama mekanizmalarımız çevremizde olup bitenleri olabildiğince sabitleyip, basitleştirerek onları daha kolay anlamlandırmamızı ve yönetebilmemizi sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. Bir olaydaki detayları bir küme haline getirip, bunları kalıplar ve basit düzenekler haline indirgeyerek algılama eğilimimiz olduğunu biliyoruz. Örneğin; bir nesneyi, ne kadar uzakta olursa olsun sabit bir büyüklükte algılamak veya bir kısmı gölgede bile olsa, nesnenin tüm renk tonlarını algılamak sıkça yaptığımız bir şeydir.

Bir başka otomatik,fiziksel bağlantılı algılama dengeleyicimiz, çizgi-zemin prensibi olarak özetleyebileceğimiz, çevremizdekileri ön plandan arkaya doğru sıraya koymamızdır. Bu sıralamayı ön plana hareket halindeki nesneleri koyarak,arka plana ise sabit duran veya nispeten durağan olan nesneleri koyarak yapmaktayız.²³

Seçici Görme Biçimi;

Çoğumuz, olayların veya olayların detayları içinden görmeyi istediğimiz kısımları görür ve fark ederiz. Alışkın olduğumuz görme biçimleriyle, genellikle dünyayı görmek istediğimiz biçimle örtüşen bilgileri öne çıkararak algılarız. Zihnimizdeki kurulu yapıya uymayan detayları neredeyse tamamen yok sayarak çalışan bu tip seçici görme biçimini sık kullandığımız,fakat yanlış bir biçimde “Seçici Algı” olarak adlandırıyoruz.

Etkin seçicilik,zeka içeren başka faaliyetlerin olduğu gibi görmenin de temel bir özelliğidir ve dikkat edilmesi gereken en temel seçim de,çevredeki değişimlere yöneliktir.Görmeyi kendi ihtiyaçlarına göre ayarlayan organizma,doğal olarak hareketsizlikten çok değişimlerle ilgilenir. Bir şey ortaya çıktığında ya da gözden kaybolduğunda,bir yerden başka bir yere hareket ettiğinde,şeklini,renğini,boyutunu ya da parlaklığını değiştirdiğinde, onu gözleyen kişi kendi koşullarının/konumunun da değişmiş olduğunu anlar.

Bir konuda kararımızı verdikten sonra genellikle mevcut görüşlerimizle ve davranışlarımızla örtüşen mesajlara kendimizi açıp, derin inançlarımıza ters düşecek ve bizi üzecek mesajları ise yok saymayı tercih ediyoruz. Ayrıca, görmeyi istediğimiz şeylere bakmaya çalışıyor ve yakından ilgileniyor,bize fazla bir şey ifade etmeyen şeyleri ise yok saymaya çalışıyoruz.

Aslında bu tip ipuçlarının eksilmesi ve algılama sürecimizdeki çok sayıda detayın filtrelenmesi akıl sağlığı bakımından zorunlu olmakla birlikte, bazen sorunlar da yaratmaktadır. Örneğin, bir olayda, genellikle sadece zihnimizdeki ön kabullerle uyumlu detayları görüyor ve duyuyoruz ve bu imaja uymayan detayları yok

²³ A.e, S..9

sayıyoruz. Böylece bu olayın zihnimizde olmasını istediğimiz halini gerçek olarak kabul etmiş oluyoruz.

Daha sonra ise, sorgulanabilir seçme sürecimizi ve seçtiğimiz detayları, aslında olayın gerçek parçaları olduğuna kendimizi inandırıyoruz. Örneğin, reklam veya tavsiye nedeniyle bir restoranın iyi bir ortama ve lezzetli yemeklere sahip olduğuna inanmışsak, aynı restoranın yemekleri çok kötü de olsa, sadece bir garsonun kibar davranışı bile bu yargıyı destekleyen bir faktör olarak kafamızdaki olumlu imaja destek olabilir. Sadece görmek istediğimiz şeylere bakıyor olmamız, ve görülmesi gerekenlerin bütününe gözden kaçırmak, bazen kaçınılmaz olarak, dış dünyanın bozulmuş bir görüntüsünü algılamamıza yol açabilir.

Herbert Zettl gibi,kendisinden sonra gelen ve estetikle ilgilenen pek çok yazarı ve bilim adamını etkilemiş olan Rudolf Arnheim da bu noktaya dikkat çekiyor ve şöyle diyor;

“ Değişime yönelik bu seçici dikkat her ne kadar pratik açıdan yararlı olsa da, sakıncaları da vardır. Yaşamın içinde değişmeden sürüp giden faktörlerin varılmasını güçleştirir. Düşünür ya da bilimci ,gözlemlenebilir bir değişim sergileyen şeylerin ötesinde yatan amilleri dikkate alma gereği duyduğunda bu zayıflık kendisini gösterir.Fiziksel,psikolojik ya da sosyal meselelerde bir durumun sabit görünümüleri çok kolay gözden kaçır ve anlaşılması en zor yönlerde bunlardır. Algılamamanın özellikleri sadece anlamaya katkıda bulunmaz, aynı zamanda onu kısıtlar .”²⁴

Bağlamın(Context'in) Gücü;

Başlarda da ele aldığımız Bağlam (**Context**) kavramını biraz açarak, bu kavramın gücünü vurgulayabiliriz. Bağlam kavramını sıkça kullanan Herbert Zettl, ileride detaylarını ve unsurlarını inceleyeceğimiz bu kavramla, temel olarak bir film/televizyon karesi gibi algıladığı dış dünyanın görüntüsü içinde, bize ulaşan ve algımızı oluşturan tüm uyarıları kastediyor. Bağlamın gücünü vurgulamak için Zettl'ın kitabından görsel örnekler vermek gerekiyor; Genelde algılarımızın çoğu,dikte etmesede context (bağlam) rehberliğinde yönlendirilmiş algılardır.

²⁴ Rudolf Arnheim, **Görsel Düşünme**, Metis Yayınları, Çev; Rahmi Ögdül, S.37

Algılama süreçlerimizin bazıları o kadar güçlüdür ki, yönlendirildiğimizi,hatta yanıltıldığımızı bilsek bile belirli estetik uyarılara,önceden öngörülen tepkileri gösteririz. Daireler Bağlamı'nın büyük olduğu şekilde merkez daireyi küçük, küçük olduğu şekilde ise büyük olarak algılamaktayız. Bu da bize çevresel bağlamanın algılamada ne kadar etkili olduğunu göstermektedir.

İnsanın algılama sürecinde gördüğümüz yeterli tutarlılık düzeyi, bize belli estetik uyarılara veya şekilsel bağlamlara karşı insanların öngörülebilir tepkiler vereceği tahminini yaptırmaktadır. Bu konuda bir deneme yapabiliriz; evimizin salonunda asılı tabloları aşağı veya yukarı eğerek simetrilerini bozduktan sonra bir arkadaşımızı eve çağıralım ve gözlemleyelim, büyük ihtimalle tabloların eğik duruşlarını fark edecek ve kendi duruşuna, bakış açısına göre düzeltmeye çalışacaktır. Arkadaşımızın yaptığı, güçlü bir estetik uyarana karşı, önceden tahmin edilebilen bir tepki vermekten ibarettir.²⁵

Bu tepkiyi oluşturan, eğilmiş ufuk çizgisinin ayakta dik duran insanın bakışını fazlasıyla rahatsız etmesi prensibidir. Aynı prensibi bir sahneyi daha dinamik hale getirmek için kamerayı yan yatırma efektinde de görebiliriz. . Bir resimde, eğilmiş olan ufuk çizgisini otomatik olarak nispeten dengesiz bir etken olarak görürüz ve varolan aracı olduğundan daha hızlıymış gibi algılarız.(Bkz. Şekil.3.)



Şekil. 3. Eğik Ufuk Çizgisi

²⁵ Herbert Zettl, **Sight Sound Motion,Applied Media Aesthetics**, Wadsworth Publishing, 1999, S..8

Bu örnekten yola çıkarak, algıyı oluşturan bağlam'ın (context) gördüklerimiz hakkında ne hissedeceğimiz ve onları nasıl açıklayacağımız konusunda bir ölçüde belirleyici olan bir kod sistemi yarattığını söyleyebiliriz. Eğer sadece kendi gerçek yansımamızı güçlendirecek bilgiler (enformasyon) peşinde isek,ve bağlam tarafından yönlendirilmeye bu kadar hazırsak, dünya hakkında nispeten tarafsız bir görüşe/bakışa nasıl sahip olabiliriz. Güzel sanatlar yüzyıllarca bu kısır döngüyü kırmaya çalışmıştır. Her ne kadar,otomatik algılama süreçlerimize ve çevreyi sabitleyen, ipuçlarını filtreleyen sistemimize bağlı kalsak da, bütün sanatlar bizi bu otomasyondan kurtarıp, olayları,nesneleri değişik açılardan görmemizi sağlamaya çalışmışlardır. Böylece insanın bakış'tan derinlemesine görüş evresine geçişi mümkün olmuştur.

Kayda değer filmler ve televizyon programları da türlerine bakmaksızın aynı özelliğe sahip olmalıdır. Kamerayı veya mikrofonu koyduğunuz yere, ölçeğinize ve kamera açınıza bağlı olarak izleyicilerinizin sizin bakış açınızı/görüşünüzü paylaşmaktan başka şansları yoktur. İzleyicileri güdüleyerek,bir olayı değişik açılardan görmelerini sağlayabilir, “bir şeye bakmak” tan, “ bir şeyin içine bakmak” evresine geçirebilirsiniz.Özünde onların algılarını eğitmelerine yardımcı olursunuz.²⁶

Ancak , izleyicilerin çevrelerine karşı daha duyarlı olmalarını, alışkanlıkla getirdikleri görme biçimlerinden kurtulup, eserin verdiği bakışı algılamaları için,yaşamın içindeki karmaşayı, incelikleri,çelişkileri uygun bir estetikle netleştirip,güçlendirip etkin biçimde açıklayarak izleyiciye iletmeniz gereklidir.

Yapısal bir etmen olarak Ortam (Medium);

Öncelikli işleviniz özel bilgiler iletmek olduğunda, mesajın nasıl algılanacağı konusunda özel bir etki yaratmaya gayret edersiniz. Bildiğimiz, “ Nasılsınız” ifadesini, güler yüzle veya asık suratla söylemeniz, mesajı alan kişi açısından elbette fark yaratacaktır. Burada ortamı oluşturan varlık olarak siz, mesajı belirgin şekilde etkilemiş oluyorsunuz. Gülümsemek, ilgili kişiyi gördüğünüze memnun olduğunuzu gösterir, asık suratlı olmak da tam tersini ifade eder.

²⁶ A.e, S..10

Çok bilinen İletişim Bilgini Marshall Mc Luhan, bundan elli yıl önce, “Ortam mesajın kendisidir” demiştir. Bu abartılı,ancak algılaması güçlü ifade ile kastettiği; ortamın/aracın sadece mesajın dağıtımı konusunda değil, mesajın şekillenmesi konusunda da önemli bir faktör olduğu gerçeğidir. Mesajın şekillenmesinde ortamın ne kadar önemli olduğuna dair ezici kanıtlara rağmen, seçkin iletişim araştırmacılarının çoğu, yapısal bir etmen olarak mesaj ve ortamın birleşik etkisini incelemek yerine, mesajın içeriği ve gerçek anlamını analiz etmeyi tercih etmişlerdir.

Kitle iletişimine konu olan mesajlarını, bir deney titizliğiyle her türlü kirlenmeden korumak için çaba sarfetmişler,bu arada hertürlü ortamı(media) tek önemli şey olan mesajın dağıtılması işlevini üstlenen tarafsız kanallar olarak görmüşlerdir. Bu kişilerin analizleri,sadece yukarıda sözünü ettiğimiz “ Nasılsınız” ifadesi üzerine yoğunlaşmış,ancak soruyu soranın gülümsemesi veya surat asması üzerinde durmamışlardır. Çok açık şekilde, “ortamın farkında” olmayan bu anlayışın kökeni, sistematik kitle iletişim çalışmalarının ilk günlerinden kalan ve ortamın mesaj üzerindeki etkisinin neredeyse tamamen yok sayıldığı modellere dayanmaktadır.

Bu modelde, iletişim süreci fikirden mesaja ve mesajdan alıcıya gitmektedir. Bu model, mesajın iletildiği ortamı/aracı iletişim sürecinin önemli bir faktörü olarak görmemektedir.

Günümüzün medya ortamlarını, uygulamalı medya estetiği açısından düşünürsek,ortamın kendisinin, yaratıcı çabalarımızın sonucu olan ürün/mesaj üzerinde hayati etkisi vardır. Aynı mesajın iletileceğini düşünsek bile, kullanılacak ortamın/aracın özelliklerine göre, yani geniş ekran sinema,televizyon veya bilgisayar ekranı için tasarımılanmasına göre farklı anlatım biçimleri uygulanacaktır.

Kuşkusuz, mesajın hem kodlanması/prodüksiyonu , hem de çözülmesi/alınması,bir ölçüde ortamın teknik ve estetik potansiyeline, ihtiyaçlarına göre belirlenen ve işlev kazanan süreçlerdir. İşte, Uygulamalı Medya Estetiği’nin konusu, Ortamın (**Media**), özel olarak Televizyon ve Sinema’nın, belirli bir izleyici kitlesinde, belirli bir algı/tepki yaratmak için mesajı nasıl biçimleyeceği/biçimlemesi gerektiği sorunudur.

Uygulamalı Medya Estetiği ; Metod/Yöntem

Uygulamalı Medya Estetiği'nin sunuşu için kullanılan yöntem, tümevarımsal bir yöntem olup, ünlü Rus Ressam Wassily Kandinsky'nin kuram ve uygulamalarına dayanmaktadır. Kandinsky için soyutlama, gerçekçi bir görünümü temel biçimsel elemanlarına indirgemek değildir.

Tümünden gelimli/Çıkarsamalı olarak nitelendirilen bu soyutlama anlayışında, **(Deductive Abstraction)** fotografik gerçekçilikten temel özelliklere doğru bir ilerleme söz konusudur. Kandinsky ise soyutlama sürecinde, tümevarımsal bir anlayışla, resmin temel yapıtaşlarını/grafik elemanları, yani nokta, çizgi,düzlemler,renk,doku ve benzeri unsurları belli bir sıra ve düzen içinde birleştirerek görseli/resmi oluşturmaktadır.²⁷

Tümevarımsal soyutlama anlayışında, resmin veya sinema ve televizyon'un biçimsel elemanları üzerinde çalışıp, daha sonra bunları düzenleyerek olayın/görünümün temel niteliklerini ifade edecek hale getiriyoruz.

Kandinsky, tümevarımsal yaklaşımı izleyerek, çevresinde var olan dünya ile sınırlı kalmamış,görüşünü/bakışını geliştirmiş ve “olan” la yetinmemiş, duyularına göre “olmalı” dediği bir görünüm geliştirmiş, yani başka bir dünya yaratmanın kapılarını açmıştır.İşte Uygulamalı Medya Estetiği,bize böyle bir dünya kurmanın temel estetik unsurlarını anlatmaktadır.

Temel İmgesel Unsurlar;

Kandinsky'ye benzer bir tümevarımsal yaklaşımla, Televizyon ve Sinema için beş adet bağlamsal ve temel imgesel unsur olduğunu söyleyebiliriz. Tanımlayıp, ayrımını yapabildiğimiz bu unsurlar; 1) Işık ve Renk, 2) İki boyutlu uzam , 3) Üç boyutlu uzam, 4) Zaman/Hareket 5) Ses şeklinde sıralanabilir.

Uygulamalı Medya Estetiği, bu beş unsurun estetik özelliklerini,olanaklarını inceleyip, bu olanakları ve özellikleri kendi estetik alanları ile ilişkilendirerek nasıl bir yapı kurulabileceğini ve sonuçta bir Sinema/Televizyon yapıtında nasıl

²⁷ A.e, S. 12

uygulanacağını bize göstermektedir Bu unsurlar üzerinde bir çözümleme yapmak,onların bağlamsal işlevlerini anlamak için ön koşuldur.

Bu temel imgesel unsurların estetik özellikleri ve olanaklarını bilerseniz,bunların daha büyük bir estetik alan bağlamı içinde nasıl işlediklerini anlayabilir, ve bunları bilgili/akıllı biçimde birleştirerek belli bir deneyimi ,sade,güçlü ve etkili biçimde aktaracak modeller oluşturabilirsiniz. Bu beş, imgesel unsuru tam olarak kavramış olmanız, seçtiğiniz ortama(**medium**) özgü bir estetik kelime dağarcığı ve eşsiz bir dil kurmanızı sağlayacaktır. Bu dil size en açık ve etkili biçimde, üstelik kişisel bir tarz içinde görsel biçimde konuşmanızı sağlayacaktır.

İçerik (**Content**) ;

Bu noktaya kadar, temel estetik unsurlar tartışmasında içerik konusunu ele almayışımız garip gelebilir. İçerik, en önemli temel estetik unsur değil midir, diye bir soru sorulabilir. Ayrıca, değişik ortamlara göre bir mesajı şekillendirmeden önce, aslında bir fikre ihtiyaç yok mudur diye de sorulabilir. Her iki sorunun yanıtı da Evet'tir. Ancak, iyi bir fikrin tek başına Kitle İletişimi için yeterli olmadığını da fark etmek gerekir. Bir fikrin, ortamın teknik ve estetik yapım şartlarına uygun olması için, belli kalıplar içinde işlenerek, izleyicinin algısına hazır hale getirilmesi gerekir.

Kodlama(**Encoding**) olarak nitelediğimiz bu kalıplama işlemi, ilgili ortamın üretim araçları(kameralar, mercekler, aydınlatma,ses vb) hakkında bilgi sahibi olmayı gerektirir. Ayrıca, uygulamalı estetiğin konusu olan; uygun çerçeveleme, belirli renk kullanımı,seçici netlik ve belli bir müzik parçasının kullanımı gibi konuları da bilmek gerekecektir.²⁸

Uygulamalı Medya Estetiğine Şekilci/Kuralcı bir yaklaşım olarak niteleyebileceğimiz bu bakış açısı, aslında yapım teknikleriyle benzerlik göstermektedir. Her iki durumda, araçları ve teknikleri önce öğrenip, sonra değişik bağlamlar içinde değişik iletişim amaçları için kullanıma sokmaktayız. İletişimin içeriği konusundaki kaygı yersiz veya önemsiz değildir, sadece az gelişmiş veya erken doğmuştur diyebiliriz. Kelime dağarcığı ve konuşma parçaları üzerinde

²⁸ A.e, S. 14

çalışmak edebiyata saygı duymamızı engellemez, fakat iyi bir roman yazmak için temel önkoşuldur.

Uygulamalı Medya Estetiğini iyi kavranmış olması, belirli fikirleri şekillendirmek için uygun ve etkili unsurları ve teknikleri seçme olanağı sağlamaktadır. Diğer yandan, Uygulamalı Medya Estetiği'nin gerekleri ve olanakları hakkında bilgi sahibi olmak, aynı zamanda yeni fikirler de yaratabilir, aksi halde içerik, durağan kalacaktır. Son olarak; uygulamalı medya estetiğinin biçimsel unsurları ve ilgili estetik alanlarıyla iç içe olmak, yaratıcılığınızı sonuna kadar kullanma olanağı sağlayacaktır

Sorumluluk;

Bildiğimiz gibi, uygulamalı medya estetiğinin temel amacı, olayları büyük izleyici kitleleri için netleştirmek, pekiştirmek ve açıklamaktır. Bu tip süreçlerin, izleyicinin dünyaya yeni bir bakış kazanması amacıyla tasarlanmasına karşın, bazen doğrudan algı yönlendirmeleri sözkonusu olmaktadır. Sıradan bir reklam/tanıtım çalışmasında bile, alıcıların/izleyicinin duyuları, duyguları ve sonunda kişiliği üzerinde yönlendirme / kötüye kullanma yapılmaktadır. İşin kötüsü, estetik olarak netleştirilip, pekiştirilmiş mesajı alan izleyiciler, genellikle bu yönlendirmenin farkında değildirler. Örneğin, kabaca yönlendirilmiş/açıkça taraflı bir kurguyu izlerken bu yönlendirmenin farkına varabiliriz, ancak izleyicilerin çoğu, özel ışık efektleri, mercek/görüntü deformasyonu gibi ince hilelere karşı tepkisiz kalmaktadırlar.

Ameliyat masasındaki, uyutulmuş hasta ile, televizyon veya film izleyen estetik açıdan bilgisiz izleyici arasında pek çok ortak yön vardır. Her ikisi de olup biten ve kendilerine yapılan üzerinde çok küçük bir kontrole sahiptir. Her ikisi de başkasının yeteneklerine, değer yargılarına ve daha önemlisi iyi niyetine güvenmek zorundadırlar. Dolayısıyla, cerrah ve yapımcı ağır bir sorumluluk taşımaktadırlar. Birincisi insan bedenine bir neşterle giriş yapmakta, diğeri ise mesajlarla yüklü, ince hesaplanmış güçlü bir estetik enerji kullanmaktadır. Bu nedenle, medya iletişimi

işinde çalışanlar olarak tüm kararlarınızı görsel-işitsel bir etik anlayışı ve temel olarak ahlaki bir düşünce sistemi içinde süratle vermek zorundasınız.²⁹

Hergün, milyonlarca izleyiciyi etkileyen bir medya iletişimcisi olarak, böyle bir sorumluluğu kabul etmek bu mesleğin bir önkoşuludur. Tek başına yetenek yeterli değildir. İlk ve önde gelen kural, işinize samimi bir ilgi ve izleyiciye gerçek bir saygı göstermektir. Her işinizin ve davranışınızın sorumluluğunu da taşımak zorundasınız.

Kitle iletişiminin tüketicileri olarak da benzer sorumluklardan kaçamayız. Eğer, sorumsuz ikna yöntemlerine karşı korunmak ve kitle iletişimini insanoğlu için faydalı bir hale getirmek konusunda aktif olmak istiyorsak, tüketici olarak bile medya estetiğinin yöntem ve teknikleri konusunda olabildiğince bilgi sahibi olmamız gerekiyor.

Işığın veya sesin algılarımızı ve duygularımızı nasıl etkilediğini bilirsek, körü körüne ikna olmaya karşı daha duyarlı olabiliriz. Böylece estetik teknikleri tanımlayarak ve kullanım nedenlerini anlayarak, mesajın çözümlemesini yaparak gerçek iletişim değerini algılayabiliriz. Ayrıca ortamın ilettiği mesajı daha doğru yargılayarak, seçme özgürlüğümüzü gerçek anlamda kullanabiliriz.

Böyle bir medya okur yazarlığı, medya dünyasından daha yüksek bir farkındalık ile zevk almamızı, gerçek yaşam ile ekrandaki yaşamı birbirine karıştırmadan her ikisini de zevkle yaşamamızı sağlayacaktır.

Uygulamalı Medya Estetiği, hem iletişimcinin/yapımcının, hem tüketicinin/izleyicinin ortak uzmanlık alanı haline geldiğinde, ortamın(media)kötüye kullanımı giderek azalan bir sorun haline gelecektir. Her iki tarafta, küresel toplumun layık olduğu biçimde, birbirine güvenmeyi ve birbirine iyi davranmayı daha kolay görecektir.

Televizyonda Görsel Tasarım Unsurları, başlı başına birkaç kitap konusu veya bir doktora tezi hacminde bir konu olduğu için bu bölümde ancak başlıklar halinde bu konuya değineceğiz. Görsel Tasarım'ın ilk estetik alanı Işık'tır. Işık olmadan hayat

²⁹ A.e, S. .13

olmaz diyebiliriz. Görsel algılamanın anahtar bileşeni olan Işık, algılamayı yönlendirip uzay ve zaman içinde nesnelerin konumlanmasını sağlayan bir unsurdur. Işık aynı zamanda duyularımızı ve duygularımızı da etkiler. Işık gözlerin gördüğü bir sinyaldir ve beyin tarafından algılamaya çevrilir.

Çevremize baktığımızda değişen özellikte bir yığın ışık yansımaları algılarız. Her yansımanın belli derecede bir ışık yoğunluğu ve karmaşıklığı vardır. Işığın yoğunluğundaki değişimler bize aydınlık ve karanlık alanlar olarak görünürken, aynı zamanda ışıklı ve gölge alanları oluştururlar. Değişik ışık yansımalarının yarattığı karmaşıklık da renkleri yaratmaktadır.

Televizyon ve Film dünyası, aynı bilgisayar ve multimedya ortamında olduğu gibi aslında tamamen bir ışık gösterisidir. Örneğin, ışığın sadece setteki objelerin görünmesi ve bir atmosfer yaratılması için kullanıldığı Tiyatro'nun aksine, televizyon ve bilgisayar ekranındaki final görüntünün kendisi ışıktır.

Tiyatro'nun malzemesi, insan ve objeler ile sahnenin zaman ve uzayıdır. Televizyon ve Film'in malzemesi ise ışıktır. Işığın kontrollü kullanımı diyebileceğimiz, "Aydınlatma Kavramı" Televizyon ve Film Estetiğinin anayasasıdır diyebiliriz.

Aydınlatma, ışık ve gölgelerin belirli bir iletişim amacına yönelik olarak kasıtlı ve planlı bir manipölasyonudur demek yanlış olmaz. Işığın ve gölgeleri manipüle edip yaratıcı biçimde kullanmadan önce, ışığın doğası, aydınlatma amaçları ve fonksiyonları, gölgelerin doğası, aydınlatmanın dışsal konumlama fonksiyonları, aydınlatmanın içsel konumlama fonksiyonları gibi kavramlara vakıf olmak gerekir.³⁰ Akademik çevrelerde ve bazı profesyonellerce "Işıklama" olarak da adlandırılan

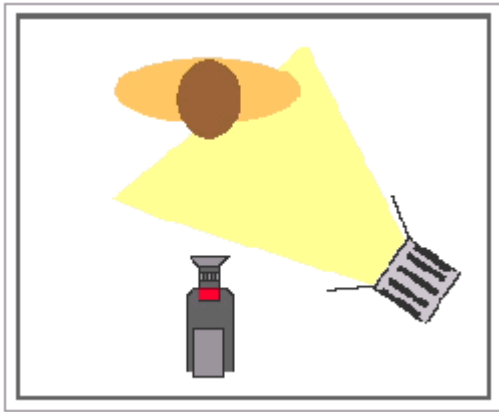
Aydınlatma konusuyla ilgili çok detaya girmeden, temel formlarına bakmakta yarar vardır; Aydınlatmanın Temel Unsurları olarak ; ışığın yönü, ışığın kalitesi, ışığın şiddeti ve oranı ve ışığın kontrolü başlıklarını sayabiliriz. Her bir unsur, aydınlatmanın toplam etkisini oluşturur ve ışığın tasarımı sırasında ayrı ayrı düşünülmesi gerekir.

³⁰A.e, S. 17

Aydınlatmanın temel formlarından bir olan 3 Nokta'dan Aydınlatma Tekniği, en bilinen ve en eski formlardan biridir. Yaratıcı işlerin çoğunda olduğu gibi, aydınlatma için de belirli temel kurallar ve tasarım ilkeleri vardır. Bu ilkelerin oluşturduğu çerçeve, ışık tasarımcısının yeteneklerini geliştirecek temel bilgileri oluşturur ve daha yaratıcı ve cesur ışık tasarımlarının ortaya çıkmasını sağlar.

Rahat çalışılabilecek bir ışıklı ortamı hazırlayacak en temel formlardan biri olan, “ Üç Noktadan Aydınlatma” tekniği, objeyi/ortamı üç ışık kaynağı ile aydınlatmakta, böylece şekil, boyut gibi kavramları ortaya çıkarmakta, ayrıca objeyi fondan ayırmaktadır.

Bu teknikte kullanılan üç ışık kaynağı; “ Anahtar Işık”, “ Dolgu Işığı” ve “ Fon Işığı” olarak adlandırılmaktadır. Anahtar Işığı, objeye çarpan en yoğun/belirleyici ışık kaynağıdır. Tipik olarak, Anahtar Işığı, dolgu ışığının en az iki katı siddet ve parlaklıkta olmaktadır. Üç Noktadan aydınlatma tekniğinde Anahtar Işığı, objenin 45 derece yan tarafından ve 45 derece üst açıyla verilmektedir ³¹ (Bkz. Şekil 4 a,b)



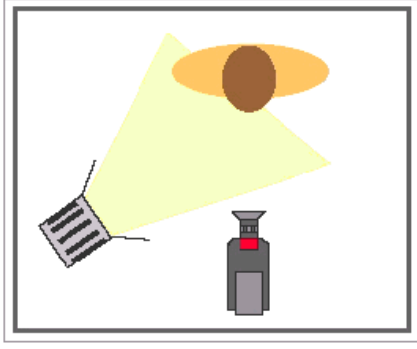
Şekil. 4.a . Anahtar Işığı (Key Light)



Şekil.4.b. Anahtar Işığıyla Aydınlatma

³¹ Gerald Millerson, **Television Production**, Focal Press 1999,S. 206-210

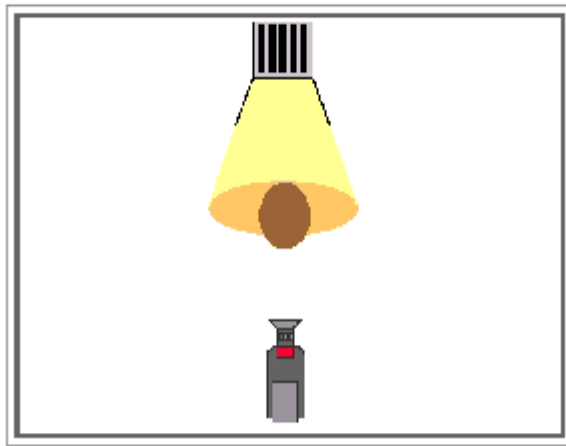
Dolgu Işığı, objenin diğer yanından, yani anahtar ışığın konduğu tarafın aksi tarafından verilir. Genellikle anahtar ışıkla aynı yükseklik ve aynı açıdan verilen dolgu ışığı, anahtar ışığın yarı parlaklığında/şiddetinde kullanılan bir ışık kaynağıdır. (Bkz Şekil 5 a,b)



Şekil.5.a. Dolgu Işığı (Fill Light)

Şekil.5.b. Dolgu Işığıyla Aydınlatma

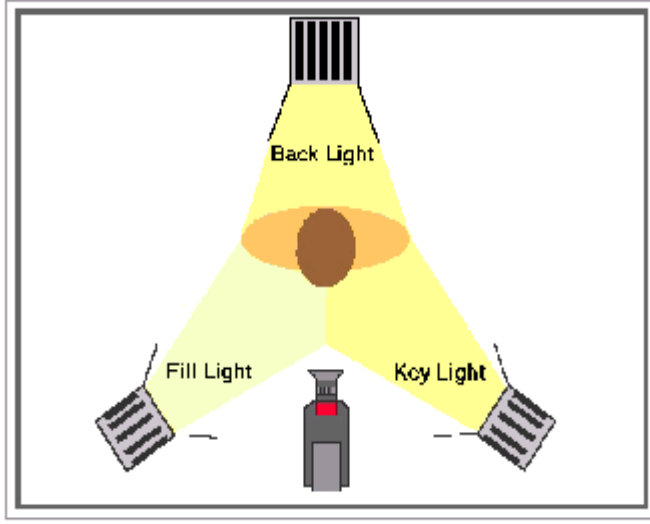
Fon Işığı/Arka Işık ise, objenin arkasından ve yaklaşık 45 derece üst açıyla verilen ve objeyi fondan ayırıp belirginleştiren ışık kaynağıdır. Fon ışığının şiddeti, objenin yansıtma özelliğine göre değişebilir. Bazen bu oran, dolgu ışığı seviyesinden başlayıp, anahtar ışık seviyesine kadar çıkabilir.. Örneğin, sarışın ve beyaz saçlı birinin fon ışığıyla, esmer ve siyah saçlı birinin fon ışığı şiddeti aynı olmayacaktır. (Bkz. 6 a,b)



Şekil. 6.a. Fon Işığı (Back Light)

Şekil.6.b. Fon Işığıyla Aydınlatma

Anahtar Işık, Dolgu Işığı ve Fon Işığı, temel ışık tasarımı'nın üç ana noktasını temsil etmektedir. Birlikte kullanıldıklarında bu üç ışık kaynağı, temel obje aydınlatmasını oluşturmaktadırlar. Anahtar ve Dolgu ışığın parlaklığı ve şiddeti üzerinde yapılan oynamalar ile gölgeler yaratılmakta, bu da 3.boyutu ortaya çıkarmaktadır. Fon Işığının da yardımıyla, objenin şekillenmesi sağlanmakta ve objenin fondan ayrılmasıyla üçüncü boyut belirginleşerek aydınlatma tamamlanmaktadır. (Bkz. Şekil. 7 a,b)



Şekil.7 a. Üç Noktadan Aydınlatma Sistemi



Şekil.7.b. Üç Noktadan yüz aydınlatması

Işık, Işıklama, Aydınlatma konusunun hemen ardından gelen başlık Renk ve Rengin kullanımı başlığıdır. Zettl'in ilk estetik alan olarak gösterdiği Işık unsurundan ve bu estetik alanı yapılandırma çalışması olan Aydınlatma dan sonraki başlık olan Renk konusu da en az Işık ve Aydınlatma kadar geniş bir konudur. Herbert Zettl, bu konuyu kendi içinde, Renk Nedir, Rengi nasıl algılıyoruz, Renkleri nasıl karıştırıyoruz, Renklerin izafi özellikleri, Renkler ve Duygular, Renklerin Enerjisi gibi alt başlıklara ayırmıştır.³²

³² Herbert Zettl, **Sight Sound Motion, Applied Media Aesthetics** Wadsworth Publishing, 1999 S.47-48

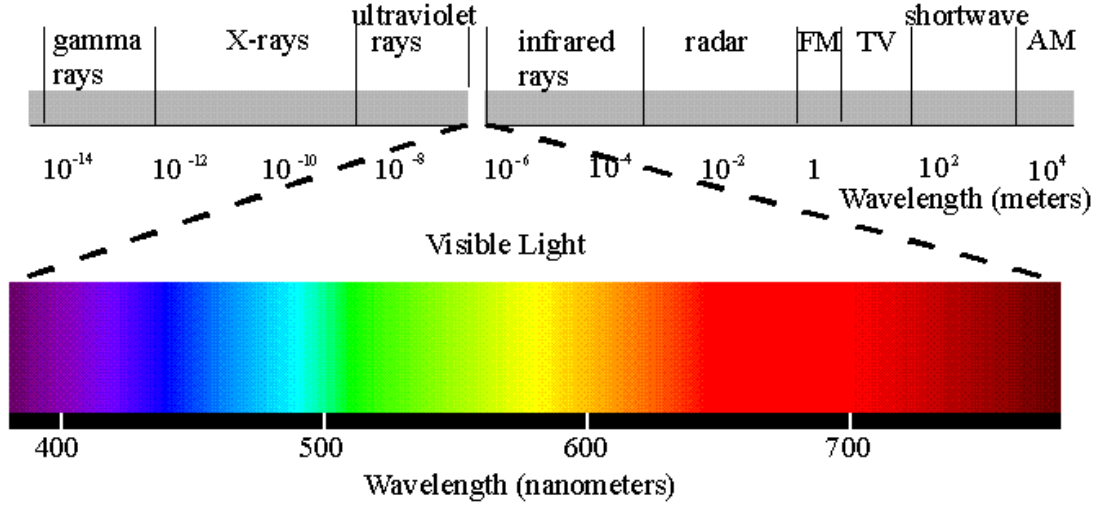
İnsan gözü; şekillerin, hareketlerin, mesafelerin, ışığın parlaklık miktarının ve de renklerin farklılıklarını hassas bir şekilde algılayabilme yeteneğine sahip olan bir organdır. Gözün retina tabakası, her an titreşen sayısız ışık noktacığına hedef olur. Bu noktacıklar da ışığa karşı duyarlı algı konilerini uyarırlar ve konilerin sinyal bombardımanı sonucunda da beynin ışığı algılama süreci başlamış olur.

Renklerin algılanma süreci ise ışığın fiziksel yapısı ile yakından ilişkilidir. Işık denen fiziksel olgu; dalgalanmalı bir enerji çeşididir. Belirli bir ışık kaynağından yayılan bu enerji dalgalarının uzunlukları ve devinimleri, ışığın kaynağı veya çarparak yansıdığı nesnenin fiziksel özelliklerine göre farklılıklar göstermektedir.

Dalga boylarındaki bu farklılıklar ise görme duyusu tarafından renkler olarak algılanmaktadırlar. Bu dalga boylarının görülebilir ışık spektrumu içerisindeki sınır değerleri yaklaşık olarak 380 nm ile 720 nm arasındadır (nm = nanometre = milimetrenin milyonda biri). 380 nm sınırının altına inen ve görülemeyen dalga boylarına mor ötesi ışınlar, 720 nm üzerindeki görülemeyen dalga boylarına da kırmızı ötesi ışınlar adı verilir.

İnsan gözünün çıplak olarak görebildiği dalga boyları ise 400 ile 700 nm değerleri arasındadır. Fakat görülemeyen dalga boylarındaki ışınlar da çeşitli minerallerin ve tekniklerin yardımıyla görülebilir hale getirilebilmektedir.³³ Bkz.Şekil. 8.

³³ Max Keller, **Light Fantastic-The Art and Design**, Prestel, New York,1999,S..25

[Table of Contents](#)[Visual Stimulus](#)

Şekil. 8. Işık Spektrumu ve Görülebilir Renk Aralığı

Işık Spektrumu içinde gözün algıladığı bölümün bu kadar dar olması ve bütün görsel etkinliklerin ve araçların bu dar alanda oluşuyor olması çok ilginçtir

Bu kadar dar alanda insanın bu kadar geniş bir görsel dünya kurmuş olması görsel tasarım olgusunun da ne kadar kapsamlı ve detaylı bir konu başlığı olduğunu göstermektedir.

Farklı tonlara ve renklere sahip olan çeşitli ışıklar, aydınlattıkları nesnelerin fiziksel renk yapılarının algılanmasını da etkileyerek olduklarından başka renkte görünmelerini sağlayabilmektedir. Belirli bir ışık kaynağından yayılan ışığın renk tonlarının oluşmasına neden olan şeylerden biri de ışığın renk ısısidir. Renk ısısı ışığın Kelvin derecesidir ve simgesi K dır. Kelvin derecesi ışığın renk ısısını ölçen ve ilk birimi mutlak sıfır sayılan -273°C derecede başlayan bir ölçü birimidir. 19. y.y. İngiliz fizikçisi, matematikçisi ve mucidi Lord Kelvin tarafından geliştirilen bir yöntem olduğu için bu adı almıştır³⁴

³⁴ Ross Lowell, **Matters Of Light & Depth**, Broad Str. Books, Philedelphia U.S.A 1994, s 136.

Genel bazı ışık kaynaklarının renk ısısı değerleri şöyle sıralanmaktadır;

“Mum ışığı: 2000 K

Günbatımında güneş ışığı: 2000 K

Düşük voltajlı tungsten ampul: 2900 K

Tungsten halojen ampülü: 3200 K

Flaş ışığı: 3400 K

Sabah / öğleden sonra güneş: 4400 K

Beyaz ışık karbonlu ark: 5000 K

Gün ortası güneşi: 5500 K

HMI ışığı: 5600-5800 K

Gün ortası güneş ışığı+gökyüzü ışığı: 6500 K

Bulutlu gökyüzü: 6800 K

Açık, mavi gökyüzü: 10,000-20,000 K”³⁵

Çevremizdeki nesneler ,gördüğümüz eşyalar, giysilerimiz,odamızda yer kaplayan her obje, sadece yüzeyler ve hacimler değil, aynı zamanda gözümüze yansıyan farklı renklerdir.Çevremizi kuşatan her nesnenin kendine ait bir rengi vardır ve bu nesnelerin yüzeylerinden yansıyan ışıkların dalga boyları bizim onları farklı renkler olarak görmemizi sağlar. Her dalga boyu bir renge karşılık gelir ve renk, ışığın değişik dalga boylarının gözün retinasına ulaşması ile ortaya çıkan bir algılamadır. Bu algılama,ışığın maddeler üzerine çarpması ve kısmen soğurulup, kısmen yansması nedeniyle çeşitlilik gösterir.Algılanan bu süreç,renk tonu veya renk olarak adlandırılır.³⁶

Işığın farklı dalga boylarının farklı renkler olarak görüldüğünden

bahsetmiştik. Spektrumda oluşan bazı renklerin en şiddetli olarak görüldüğü dalga boylarının nanometre değerleri şöyledir:

“Mor = 440 nm

Mavi = 480 nm

Yeşil = 520 nm

Sarı = 570 nm

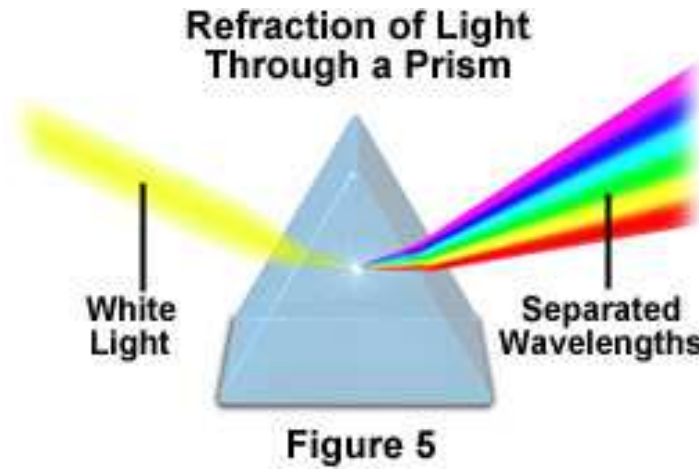
Kırmızı = 650 nm”

³⁵ Blain Brown,**Motion Picture and Video Lighting**, Focal Pres, Newton U.S.A., 1996,S.. 30

³⁶ Levend Kılıç v.d, **Görsel Estetik**, Anadolu Üniv.Yay 2000, .Ed.Alper Altunay, ,S.107

Gözlerden geçerek, görme sinirleri aracılığı ile beynin görme merkezine ulaşan dalga boylarının, ana renkler olarak adlandırılan mavi, yeşil ve kırmızı renk değerleri ise; mavi için 448 nm, yeşil için 518 nm, kırmızı için de 617 nm dir. Bu tanım ışık renkleri için geçerli bir tanımdır. Çünkü daha çok fiziksel ve kimyasal yapılarının ışığa verdiği tepkiye göre farklılıklar gösteren boya renklerinde, ana renkler; sarı, magenta ve cyan olarak sıralanmaktadır.

Işık ve boya ana renklerin birbirleri ile karışması sonucu oluşan diğer renkler ise ara renkler olarak adlandırılır. Bu renkleri tamamına ‘chromatic’ renkler, siyah, beyaz ve gri tonlarına da ‘achromatic’ renkler denir. Fakat boya ve ışık renklerinde karıştırma teknikleri birbirlerinden farklı yapıdadır. Örneğin boya renkleri düşünüldüğünde beyaz, aslında bir renksizlik durumu iken beyaz ışık diğer bütün ışık renklerinin bileşiminden oluşmaktadır. Prizmadan geçerken kırılmaya uğrayan beyaz ışığın farklı dalga boylarına ayrılarak yedi ayrı renge dönüşmesi de bu durumun açıklaması niteliğindedir ³⁷ (Bkz. Şekil-9)



Şekil. 9. Işığın Prizmada Kırılması ve Gökkuşağı Efeği.

Renk algısı gözün belirli dalga boylarını ya da bu dalga boylarının karışımının sonucunu algılayabilmesi demektir ve bu süreç üç farklı aşamada gerçekleşir;

³⁷ Max Keller, **Light Fantastic-The Art and Design**, Prestel, New York, 1999, s. 25

- Fiziksel Algı: Işığın göze ulaşması ve gözbebeğinden içeri girmesi sürecidir
- Fizyolojik Algı; Gözde gerçekleşen işlemlerin sürecidir.
- Psikolojik Algı; Cisnin beyinde algılanması sürecidir.³⁸

Rengin üç farklı niteliği vardır ve bu nitelikler rengin fiziksel algısında temel belirleyiciler olarak kabul edilir; Bunlar;

Hue (Temel Renk) : Rengin kendisi anlamını taşır ve temel renk karakteristiğidir. Mavi,kırmızı,yeşil dediğimizde renk skalası içerisinde bu renklere karşılık gelen dalga boylarıdır.

Satürasyon(Doygunluk) : Rengin doygunluğudur ve renklerin saflık derecesini belirler. Temel renk üzerine ne kadar beyaz ışık aldığıyla ilgilidir. Tamamen doymuş bir renk ,temel renktir ve diğer renklerden hiç etkilenmemiştir.

Parlaklık: Rengin üzerine gelen ışığı ne derece yansıttığı ile ilgilidir. Nesnenin üzerine düşen ışık ve nesnenin bu ışığa tepkisiyle doğrudan orantılıdır. Renklerin parlaklıkları gri tonları değerini de ifade eder. Yani her renk parlaklığının bir gri ton değeri vardır. Ayrıca renk parlaklığının, rengin üzerine düşen ışıkla da doğrudan ilişkisi vardır. Işık seviyesi arttığında renk bilgisi de artar, düştüğünde ise renk bilgisi de azalır.

Yüzey sanatları açısından renk iki farklı yöntemle ele alınır.Bunlardan ilki pigment yani boya renkleri olarak renk çözümlemesidir. Bu yöntem daha çok,resim gibi boyaya dayalı yüzey sanatlarında önem taşır. Fakat,fotoğraf, video,televizyon gibi alanlarda ise renkler ışık değerleri olarak anlam taşır ve renk kavramından söz ederken gelen ve yansıyan ışığın renk değerlerine atıfta bulunulur. Temel renk bilgisi dahilinde kırmızı yeşil ve mavi ana renkler olarak adlandırılır. Macenta, ,Cyan ve Sarı ise ara renklerdir.³⁹

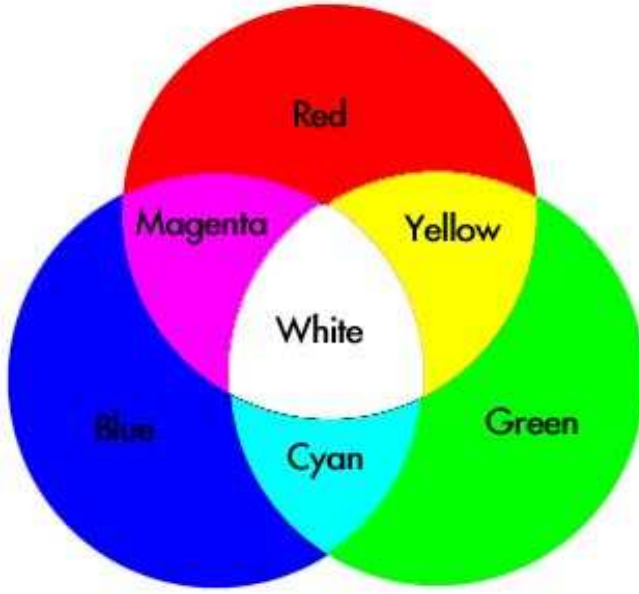
³⁸ .Levend Kılıç vd., **Görsel Estetik**, Ed.Alper Altunay, Anadolu Üniv.yay. 2009,S.108

³⁹ **Ae.** S. 108

Toplamsal renk sentezi (Additive color mix)

Televizyon ve Bilgisayar dünyasında, video sinyalinin renkleri oluşturmakta kullandığı sistem , Toplamsal Renk Sentezi (additive color mix) dir.

Toplamsal renk sentezi yöntemi, gözümüzün ışığın dalga boylarını nasıl renk algımıza çevirdiğinin bir sonucu olarak devreye girer. Bütün elektronik donanımlar bu yöntemi kullanırlar. Temel prensip, ışığın dalga boylarının birbirlerine eklenmesinin toplam bir renk etkisi oluşturmasıdır. Toplamı oluşturan ışıkların rengi her zaman karışımın (toplamın) rengini belirler. Daha kolay anlaşılır şekilde şu biçimde tanımlanabilir: Eğer işe siyahla başlıyorsanız (TV veya bilgisayar ekranı gibi), renkleri birbirine ekleyerek beyaza ulaşırsınız (Bkz.Şekil 10.)



Şekil. 10. Toplamsal Renk Sistemi (Additive Color Mix)

Video sinyalinin, giderek Televizyon teknolojisinin renkleri işlemede ve okumada referans aldığı “ Renk Çubukları/Colorbar” formunu da burada anmakta yarar görüyoruz. (Bkz.Şekil 11)



Şekil. 11. COLORBAR (Renk Referans Çubukları)

Çıkarımsal Renk sentezi (Subtractive color mix)

Çıkarımsal Renk sentezi, ışığı soğuran (büyük oranda yansıtmayan) maddelerin (boyaların) karışımının sonucunda oluşan renklerin açıklanması ve uygulanmasını anlatır. Işıklar birleştirilirken ayrı ayrı renkler birbirine eklenirken, boyaların karıştırılması renklerin birbirlerinden çıkarıldığı bir süreçtir. Beyaz ışıpta bakıldığında kırmızı boya kırmızı görünür, çünkü yalnızca kırmızı ışığı yansıtır. Beyaz ışığın yeşil ve mavi bileşenlerini yutar. Başka bir deyişle, kırmızı boya beyazdan mavi ve yeşili çıkararak kırmızıyı bırakır. Aynı şekilde yeşil boya yalnızca yeşil ışığı yansıtır, mavi boyada diğer ikisini yutarak yalnızca maviyi. Çıkarımsal bir karışım (mesela iki veya daha fazla boyanın karışımı), karışımı oluşturan her bir materyalin absorbe ettiği (yuttuğu, soğurduğu) ayrı ayrı dalgaboylarını soğurur.

Bunun bir sonucu olarak çıkarımsal bir karışım sadece kendisini oluşturan materyallerin karışıma eklenmeden önce beraberce yansıttığı dalgaboylarını etkili bir şekilde yansıtır. Çıkarımsal renk sentezinde birincil olarak ışığın değil karışıma katılan materyallerin göz önüne alınması gerekir.

Çıkarımsal renk sentezinde karışımın ışığı yansıtıcılık potansiyeli, bileşenlerinin yansıtıcılığının geometrik ortalamasına tekabül eder. Örneğin bir beyaz boyanın 452 nm dalgaboyundaki ışığı %98 oranında yansıttığını ve bir siyah boyanın %10 oranında yansıttığını düşünürsek bu boyalardan oluşan bir karışım bu dalgaboyundaki ışığı %31 oranında yansıtacaktır. Bu, şu anlama gelmektedir: Karışımın yansıtıcılığı kendisini oluşturan bileşenlerden daha koyu olanın yansıtıcılığına yakın olacaktır. Eşit oranda siyah ve beyaz boyanın karışımı ortalama bir gri vermez. Daha ziyade siyaha yakın bir gri elde edilir..

Çıkarımsal renk sentezini kullanışlı kılabilmek, meseleyi ışık yansıtıcılığından uzaklaştırıp renk kullanımını kolaylaştırmak için çıkarımsal renk sentezi yönteminin kendine ait ana renkleri belirlenmiştir. (Toplamsal renk sentezinin ana renklerinin Kırmızı, Yeşil ve Mavi (RGB) olduğunu hatırlayın).

Bu sistemin ana renkleri ise; Cyan, Macenta ve Sarı renkleridir (CMY). Boya kullanımında bu ana renklerin karışımı, tanıtık karışımlar elde etme olanağı sağlar.



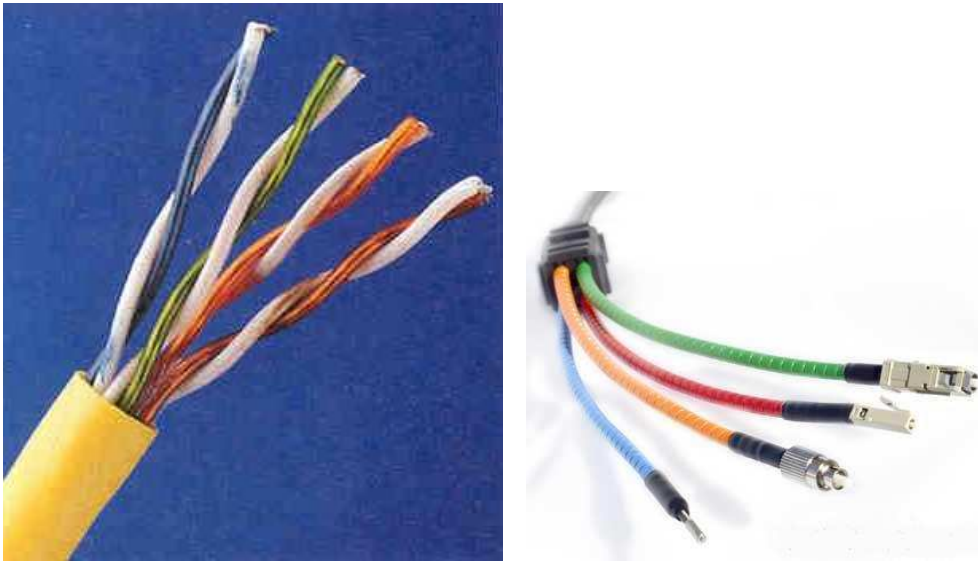
Şekil. 12. Çıkarımsal Renk Sistemi

Görsel estetik öğelerin düzenlenmesinde rengin üç önemli işlevi öne çıkar:

- Rengin bilgilendirme işlevi
- Rengin kompozisyon işlevi
- Rengin vurgulama işlevi

Rengin bilgilendirme işlevi dendiğinde, çoğunluk için aynı olan ve aynı anlamları ifade eden renk kodları akla gelmelidir. Örneğin elektrik kablolarının farklı renklerde üretilmesi ve bu renklerin; faz, nötr ve topraklama gibi farklı işlevlere yönelik olarak kullanılması veya trafik ışıklarının belli renk kodları kullanılarak düzenlenmesi gibi süreçler rengin bilgi verme işlevine örnek verilebilir.

Kızılay ya da Kızılhaç gibi örgütlerin amblemlerinin kırmızı olarak seçilmesi ve bu amblemleri gören herkesin bu kuruluşları algılayabilmesi gibi birçok algısal süreç, rengin bilgi verme işlevi üzerine kuruludur. Bu süreç içerisinde renkler, algılamada belirleyici bir rol oynarlar. Elektrik kablolarının ya da trafik ışıklarının anı renk olduğunda yaşanacak karmaşayı ve kazaları düşündüğümüzde, rengin bilgi verme işlevinin insan yaşamında ne kadar önemli bir yer aldığı daha iyi görülecektir. Bkz.Şekil. 13.



Şekil. 13. Rengin Bilgilendirme İşlevi. Renkli Kablolar.

Rengin kompozisyon işlevi ise, daha çok rengin bir enerji olarak kullanılmasını içerir. Görsel bir kompozisyonda seçici algının oluşturulmasında renk zıtlıklarından yararlanılır ya da renkler kompozisyonun temel yapı taşı olarak kullanılır. Bu noktada birbiriyle uyumlu ve zıt renklerin belirlenmesi önem taşır. Böylelikle şekil ve zemin ilişkisinden de yararlanarak görüntüde boş ve dolu alanlar oluşturulur.

Boş ve dolu alanların oluşturulmasında ise renklerin temel özelliklerinden, yani parlaklık,doymuşluk ve temel renk değerlerinden yararlanılır. Modern resmin en büyük ustalarından bir tanesi Matisse'in tablolarında rengin bu işlevi ön plandadır. Matisse'in resimlerinde renkler hep ön plandadır. Renklerin kapladığı alanla, renkler arasındaki zıtlıklar kompozisyonda bir denge oluşturacak biçimde dağılır.

Belirgin konturlarla sınırlanmış nesne ve figürler, saf renklerle tanımlanmıştır. Eleştirmenlere göre Matisse'in amacı, resmederken aslına benzetmekten çok, tuvali estetik bir şekilde süslemektir. (Bkz. Şekil.14.)



Şekil.14. Matisse (Decorative Figure,Ornamental Ground)

Rengin vurgulama işlevi ise, rengin bir nesne ya da olgunun duygusal yapısına olan etkisidir. Spor araba denince akla kırmızı rengin gelmesi buna iyi bir örnektir. Aynı model olan iki otomobilden kırmızı olanı, diğerinden daha hızlı olmasa bile, rengi nedeniyle diğerinden daha hızlı gidecekmiş izlenimi verir. Bu algının nedeni, kırmızının ateşleyici ve heyecan verici bir renk olmasıdır. Burada renk bilgisi, yaşanan bir deneyime farklı heyecanlar katarken rengin vurgulama işlevinden yararlanır.

Lunaparklar ve sirklerde kullanılan canlı renkleri bu kullanım tarzına iyi bir örnektir; Lunaparklar hiçbir zaman,askeri,resmi,tekdüze renklere boyanmazlar.Aksine canlı renklerle bezenmiş çarpışan otolar, dönme dolaplar,atlıkarıncalar bizim lunapark deneyimlerimizi daha heyecanlı ve eğlenceli kılar. Bu süreç içerisinde renkler, duygularımızın yönlendirilmesinde belirleyici olarak öne çıkarlar.

Yüzey ve Kompozisyon; Görsel Estetik bir öge olarak yüzey kavramını ele aldığımızda şunları söyleyebiliriz; Dış dünya üzerine görsel bilgilerimiz bizim nesneler ve nesnelerin yüzeyleri ile olan ilişkimizle biçimlenir. Bir sanatçı içi yüzey iki farklı anlam taşır. İlki sanat ortamı olarak seçeceği nesnenin yüzeyi,ikincisi ise bu sanat ortamında ortaya çıkarmayı amaçladığı kompozisyonda yer alan nesnelerin yüzeyleridir. Bu ilkeyi televizyona uyarlırsak, yönetmenin kullandığı ilk yüzeyin ekran olduğunu, çerçeve içinde yer alan nesnelerin yüzeylerinin de ekran içindeki kompozisyonu oluşturan yüzeyler olduğunu söyleyebiliriz.

Yüzey seçimi,uygulanan resmin boyutlarını,dokusunu,renk özelliklerini, ve izleyicisiyle buluşma mekanlarında da belirleyici bir rol oynar. Burada, film ve televizyon arasındaki teknik/tasarım ayrımını örnek verebiliriz. Sinema için yapılan görsel tasarım ile televizyon için yapılan görsel tasarım arasında önemli farklar vardır. Bir sanat eserinin, bizim konumuzda, bir görüntünün, kullandığı yüzeyin özelliklerinden yeterince yararlanmasının yanında, aynı zamanda bu yüzeyin kendine özgü zorluklarını da aşması gerekir.

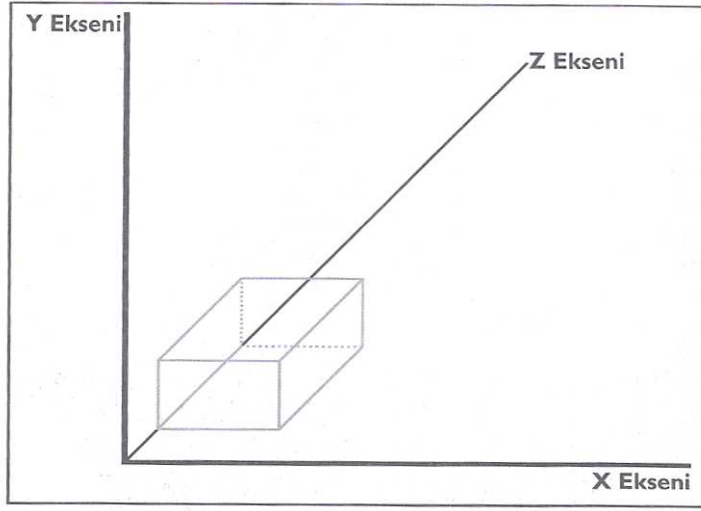
Görsel düzenlemelerde kompozisyon bilgisi ve denge kavramları da önemli bir yer tutmaktadır. Günlük yaşamımızda, çevremizdeki dünya ile ilişkilerimizi kurarken, bizi çevreleyen nesnelerle olan ilişkilerimizi diğer nesnelerin yardımıyla kurarız veya farklı nesneler arasındaki ilişkilerden yararlanırız. Büyük-Küçük, uzun-Kısa, Dar-Geniş gibi kavramlar nesneleri algılama sürecinde sıkça kullandığımız karşılaştırmalardır. Objelerin konumlarına, aydınlatmalarına bağlı olarak göreceli bir gelişim gösteren bu kavramların değerlendirilmesinde durağan veya hareketli alanlarda oluşan denge unsuru belirleyici olur.

Denge unsur, kavram olarak kinetik enerjinin potansiyel enerjiye dönüştüğü noktada gerçekleşir. Görsel Denge oluşumları genel olarak; Durağan Denge, Nötr Denge ve Devingen Denge olarak üç farklı grupta toplanabilir.

Görsel Düzenlemelerde üçüncü boyut oluşturma'nın önemi büyüktür. Bilindiği gibi yüzey kavramı temelde iki boyutlu bir ortamdır ve bir yüzey üzerinde üretilen sanat eserlerinin en büyük sorunu iki boyutlu bir ortamda üçüncü boyutu gerçekleştirmek adına oluşur . Resmetme tekniğinde ı ışık-gölge ilişkisi yaratmak üçboyutlu görüntü oluşturmada sıkça kullanılan bir tekniktir. Bu tekniğin temeli Chiaroscuro (aydınlık-karanlık) uygulamalarına dayanır.

Resim sanatında önemli bir yer tutan çizgisel üslup ve gölgesel üslup ayrımları, ışığın üçüncü boyut oluşturmadaki yöntemlerini açıklar. Çizgisel üslup çizgileri, gölgesel üslup ise kitleleri ve kütleleri görür. Gölgesel üslubu çizgisel üsluptan ayıran en önemli öge konturlarda ortaya çıkar. Ayrıca ışık dışında, şekil-zemin ilişkisinin oluşturulması, büyüklük-küçüklük ve uzaklık-yakınlık karşılaştırmaları, Z ekseninin oluşturulması gibi uygulamalar üçüncü boyut izlenimini güçlendirecek yöntemler olarak bilinir. ⁴⁰ (Bkz. Şekil. 15.)

⁴⁰ A.e. S.140



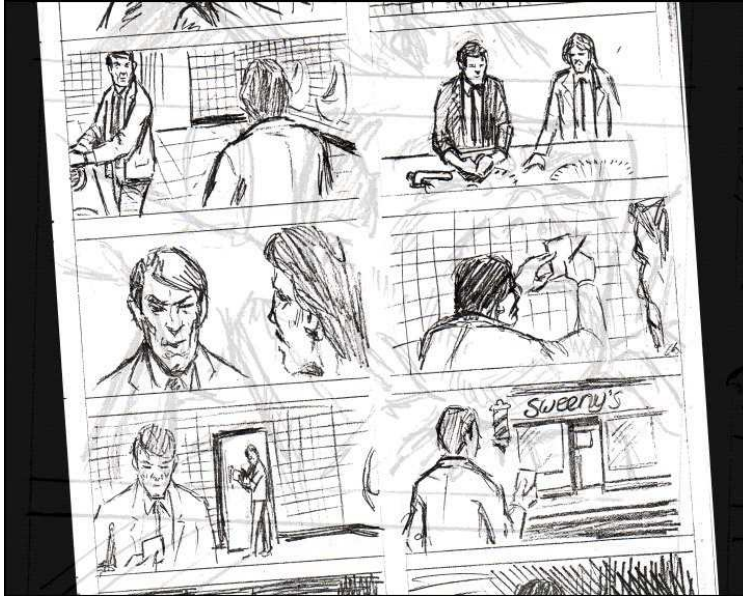
Şekil. 15. Z Eksen Grafiği



Şekil.16. Z Eksen Oluşumu

Görüntü Boyutu; Kameranın ürettiği görüntü, gösterdiği içeriğin fiziksel anlamı dışında birçok anlamı içerir. Çok özel durumlar dışında görüntü çok anlamlıdır. Bir yapım ya da kamerayla bir konunun kaydedilmesi iki temel süreci içerir. Bunlar görselleştirme ve görüntüleme süreçleridir. Kamerayı belli bir amaca yönelik olarak kullanan kişi ya da yönetmen bu süreçleri izler. Bu iki temel süreç zihinsel ve eylem süreçleridir. Her konu gibi televizyon yapımları da önce zihinsel olarak tasarlanır, daha sonra bu tasarıma göre çekim yapılır. Zihinsel olarak tasarım yaparken, teknik sürecin detaylarını bilmek önemlidir. Zihinsel olarak bir televizyon yapımını tasarlarırken uyulması gereken belli kurallar vardır. Bu kurallar, görüntüyü ortaya çıkaran kamerayla ilgili kullanım kurallarıdır.

Görselleştirme sürecinin belirleyici öğeleri dendiğinde ilk akla gelen şey kameradır. Bunun nedeni görüntünün kamera yoluyla üretilir olmasıdır. Yönetmen görselleştirme sürecinde kamerayla ilgi konuları önce zihninden geçirir, daha sonra bunlar senaryo olarak kağıda dökülür. Ardından görselleştirme kağıdı veya “Storyboard” denilen çizimlere dönüşür, en sonunda kamerayı kullanan kişinin veya yönlendiren yönetmenin neyi nasıl istediğine bağlı olarak görüntü üretilmiş olur. (Bkz. Şekil 17)



Şekil.17. Görselleştirme Kağıdı (STORYBOARD)

Kamera bir iletişim aracı olarak kullanılırken iletişim kurallarını ve işlevlerini gerçekleştirir. Bu anlamda kamera üç şekilde kullanılır;

- Kamera Konuya Bakar
- Kamera Konunun içine girer
- Kamera Konuyu yeniden yaratır.

Kamera hangi biçimde kullanılırsa kullanılsın, ortak olan bir nokta; konunun çerçevelenmesi, kameranın konuya bakış açısı ve kameranın konuya göre nerede konumlandığıdır. Bu üç temel başlık altında çekim ölçeklerinden, göz seviyesi,alt açılı, üst açılı diye sıralanan kamera açılarından ,ve öznel/nesnel kamera kullanımından söz etmek gerekir.⁴¹ (Bkz. Şekil 18,19/ Çekim Ölçekleri/Çekim Açılıları)



a) Çok Genel Çekim



b) Genel Çekim



c) Genel Orta Çekim



d) Orta Çekim

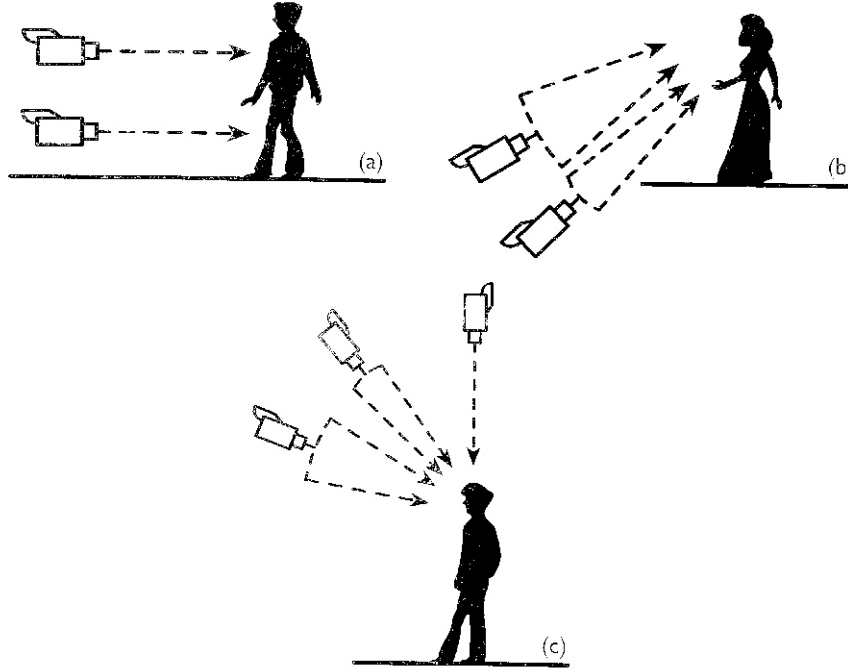


e) Yakın Çekim



f) Çok Yakın Çekim

⁴¹A.e , S.150- 157

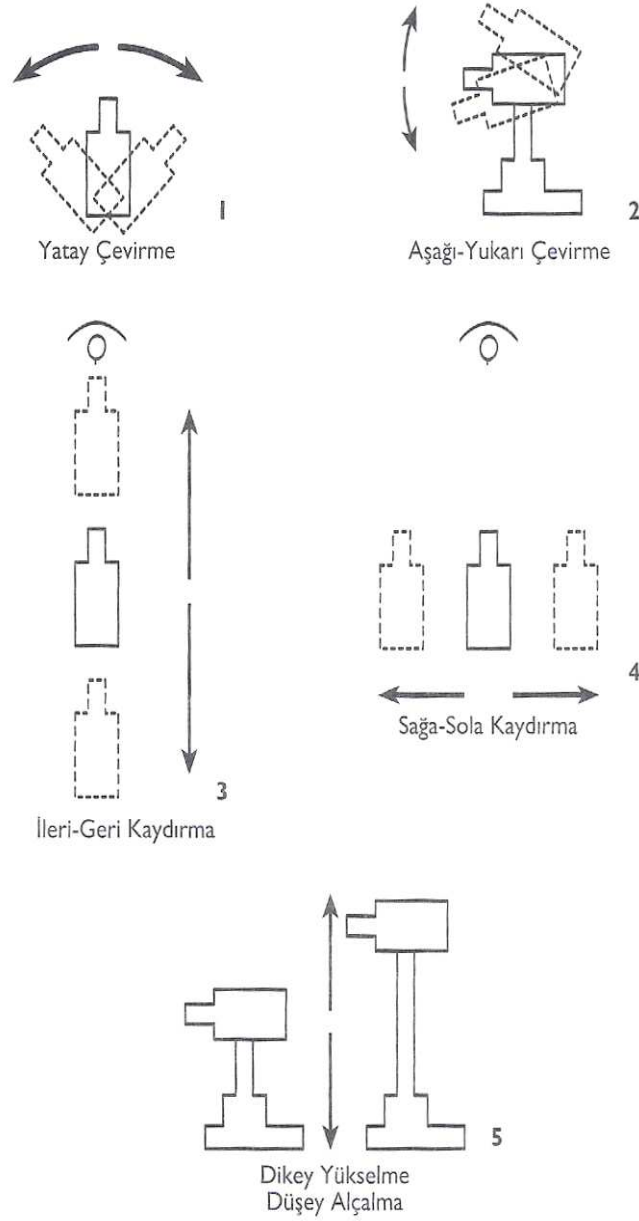


Şekil. 19. Çekim Açıları; a) Göz Hızı b) Alt Açı c) Üst Açı

Görüntüleme; çekimleri ,sahneleri ve sekansları birbiri ardına ekleyerek yapımı ortaya çıkartmaktır. Görselleştirme zihinsel bir süreç iken,görüntüleme ise eyleme yöneliktir. Görüntüleme çekim ile başlar ve yapımın kurgulanmasıyla son bulur. Bu süreç içinde yapımda ortaya çıkan hareket önemlidir. Görüntüleme sürecinde üç tip hareket söz konusudur;

- Kamera önündeki nesnelerin hareketi
- Kameranın hareketi
- Çekimlerin oluşturduğu hareket

Kameranın önündeki hareket nesnelerin hareketidir. Kameranın hareketleri ise; Sağa ve sola çevrinme,kaydırma,yükselme-alçalma, ve optik kayma olarak bilinen kameranin gövdesi,kafası ve optiğiyle yaptığı hareketlerdir.⁴² (Bkz.Şekil 20/Kamera Hareketleri)



Şekil.20.Kamera Hareketleri

⁴² A.e S.160

Kesme, kararma-açılma, ve zincirleme ise çekimlerin birbirlerine eklenmesini sağlayan geçişlerdir. İşte bu geçişlerin oluşturduğu hareket de üçüncü hareket olarak bilinen kurgu sürecidir.

Zaman Boyutu; İnsanoğlu her çağda zaman kavramıyla ilgilenmiştir. Zaman takvimsel olarak akarken yaşadığımız anın öncesi ve sonrasıyla ilgili düşünmemize de neden olur. Zamanın gelip geçici olması, değişim ve süreklilik içermesi, bir başka deyişle geri dönüşü olmayan bir olgu olması, her zaman üzerinde durulması gereken önemli bir konu haline getirmiştir.

Saatle ölçülen zamana, saat zamanı ya da nesnel zaman denir. Hissedilen zamana da psikolojik zaman ya da öznel zaman denir. Nesnel zaman, en basit tanımıyla saatin gösterdiği saat zamanıdır. Nesnel zamanın, yani saat zamanının ölçülebilmesi, bir ölçüm cetveli üzerinde düşünülmesini gerektirir. Nesnel zaman bazı sanatlarda doğrudan hissedilir. Bir tiyatro oyunu, bale ya da dans gösterisinin başlaması ve bitişi arasındaki süre o eserin nesnel zamanını ortaya koyar.

Öznel zaman, görsel olarak ya da psikolojik olarak hissedilen zamandır. Saatin gösterdiği zamana aldırmaksızın kültürümüze, yaşadıklarımıza dayanarak birey olarak hissettiğimiz süredir. Olayın kısa ya da uzun olduğu konusunda yargıda bulunmaktır. Öznel zamanın ölçülmesi mümkün değildir. Bu nedenle öznel zaman nicelikten çok nitelik ifade eder.

Zaman konusuyla uğraşan kuramcılar, zaman olgusuyla ilgili olarak insan yaşamını; geçmiş, şimdi, gelecek olarak bir süreklilik değişim içinde bölerek açıklarlar. Şimdi hangi zamandır?. Zamanın en küçük birimi olan an şimdi dir. Ayrıca o anı yaşarken zaman ilerleyecek o an geçmiş olacaktır. Bir sonraki an ise şimdi olacaktır. Yani geçmiş ve gelecek şimdi den oluşur. Zaman kuramıyla ilgili bu bilgileri, pozlayarak resmetme tekniğiyle çalışan fotoğraf makinesi açısından düşünelim; Fotoğraf makinesi ışıkla resmeder .Nesneden yansıyan ışık, makinenin optiğinden geçerek yüzey üzerinde görüntüyü oluşturur. Fotoğrafi çekilen nesnenin anı yani resmedilen an ile makinenin içindeki resmedilme anı neredeyse aynıdır. Fotoğraf makinesine

bu nedenle şimdiki resmeden bir aygıt denilebilir. Mekanik ya da dijital olarak şimdiki zamanı kaydeder. Yine de fotoğrafın çekildiği, enstantane süresi, nesnel zamanı biraz değiştiren bir süreç yaratır. Fotoğraf makinesinin resmetme süresi,saniyenin çok küçük bir bölümünde de olsa başlama ve bitiş anı vardır.

Resmedilen şey yüzey üzerinde ortaya çıktıktan sonra algılanan bu şeyin,yani fotoğrafın bir saat zamanı yoktur. Fotoğraf makinesiyle elde edilen fotoğrafın sadece psikolojik yani hissediş zamanı vardır.

Zaman kavramını Elealı Zeno ve Henri Bergson' un hareket konusundaki görüşlerinden yola çıkarak film ve video ile ilişkilendirmek mümkündür. Zeno, hareketin imkansız olduğunu söyler. Sonsuz bir yol üzerinde hareket eden nesne ,temelde birbiri ardına eklenen durgun,donuk noktalardan oluşur. Bu durgun noktaların birleşmelerinden hareket oluşur. Hareket diye gördüğümüz yanılsamadır. Bu nedenle, Herbert Zettl, Film sanatında ortaya çıkan hareketi Zeno'nun hareket kuramına benzetir. Filmin her bir karesi aslında donuk bir durumdur ve hareket sözkonusu değildir. Hareket, filmin perdeye yansıtılması sonucunda izleyicinin zihninde oluşur.

Bergson ,Zeno'nun tersine zamanın dinamik bir süreç olduğunu söyler. Bergson'a göre şimdi,durağan bir şey değildir. Herbert Zettl, Bergson'un zaman ve hareketin ilişkisini açıklayan bu görüşlerinin video görüntüsünün oluşturulmasına benzetir. Filmin tersine, video da görüntü durağan karelerin hareket kazanmasıyla oluşmaz. Her bir video karesi arka arkaya gelen bir oluş durumudur. Elektronik olarak sürekli bir fiziksel işlem devam etmekte, daha önce gördüğümüz renk sistemleri yoluyla görüntü oluşmaktadır. Kameranin önündeki olayın şimdisi ile monitördeki görüntünün şimdisi aynıdır. Ancak, televizyon yayın teknolojileri işin içine girdiğinde, sinyalin izleyiciye ulaşmasına kadar geçen zaman belirli bir süreyi oluşturmaktadır. Böyle bir süreç içinde zaman akışı düz olarak ilerler. Zamanın geri dönmesi,ya da ileri sıçraması sözkonusu değildir. Aslında teknolojinin gelişimi bu kavramları da yerinden oynatmaktadır, bu çalışmanın bir sonraki bölümünde bu konuyu etkileyen teknolojilere değinilecektir..

Elektronik görüntü açısından üzerinde durulması gereken en önemli nokta iç ışıktır. Daha önceki bölümlerde gördüğümüz gibi video görüntüsü ışıktan oluşmaktadır ve kendisi ışıktır. Videonun bu yapısal özelliği ekranı sayısız şekillerde yönlendirmeye olanak sağlar. Video açısından üzerinde durulması gereken bir konu da yapımın ortaya çıktığı yüzeydir. Kendisi de ışıktan oluşan bu yüzey (ekran) gelişen teknolojinin de katkısıyla kendi içinde değişim göstermekte ve hergün yeni görsel imkanlar kazanmaktadır.

Zaman boyutu içinde ele aldığımız konular eserin bütünü açısından önemli bir kavramı ortaya çıkarıyor. Bu kavram ritim dir. Nesnel zamandan başlayarak öznel zamana doğru eserin bütününe yansıyan şey ritim dir. Ritim,sadece sanat eserinin ortaya çıkmasını sağlayan teknik ve estetik gereklilikler değil, bunların birlikteliğiyle ortaya çıkan saat zamanı ve psikolojik zamandan oluşan zaman boyutudur.⁴³

Ses Boyutu; Görsel Tasarım unsurlarını Herbert Zettl anlayışına göre sıraladığımızda; Işık,/ Aydınlatma, Renk/İşlev ve Kompozisyon, İki boyutlu yüzey/Alan, ,Üç boyutlu yüzey/Derinlik, Dördüncü Boyut/Zaman-Hareket, Dördüncü Boyutun yapılanması/Kurgu ve Beşinci boyut; Ses şeklinde bir dizinden sözedebiliriz.

Bu bağlamda görsel tasarım unsurlarının sonuncusu gibi görünen Ses boyutu, kronolojik olarak zincire en son eklenen halka olduğu için Zettl ve takip eden kaynaklarda en sonda ele alınmıştır. Belki de bu nedenle ses konusu hem sinemada hem televizyonda oldukça ihmal edilmiş, neredeyse üvey evlat muamelesi görmüştür.

Çevremizde gördüğümüz nesnelerin çıkardığı sesler nesnelerin görüntüleri kadar bizi etkiler. Hatta nesnelerin içinde bulunduğu ortamın yarattığı ses, bizler için sunulmuş işitsel bir dünyadır. Bu dünyanın içinde insan kulağına ulaşan her türlü ses vardır. Elektronik görüntünün ikinci önemli yapısal ögesi insan kulağına ulaşan bu seslerden oluşur. Video, dolayısıyla televizyon görsel-işitsel bir araçtır. Filmde olduğu gibi, ses

⁴³ A.e S.165-178

video teknolojisine sonradan eklenen bir öge değildir. Videonun teknolojik olarak yapısal bir ögesidir. Aynı zamanda bu yapısal öge bir estetik enerji alanıdır ⁴⁴

Sinemanın gelişim serüveni içinde ses, önce anlatıcıyla kullanılmış sonra görüntüleri açıklayıcı müzik kullanılmış ve nihayet sesli çekim evresine geçilmiştir. Film sanatında ses, görüntünün yanına çok sonraları eklenmesine rağmen filmin görsel estetiğini yeniden düzenlemiş ve görüntüye yeni ufuklar açmıştır.

Çevremizi anlamlandırma açısından ses,günlük yaşantımızın en önemli öğelerinden birisidir. Bildiğimiz nesneler ve olaylar ekranda bir tema içinde görüntü olarak belirirken bunların sesleriyle birlikte ekrana gelmeleri,gerçeği ifade etme açısından son derece önemlidir.Öte yandan ses,görüntü boyutunun psikolojik olarak tamamlayıcı bir ögesidir. İzleyici çoğu zaman görüntüyle sesi bütün olarak görme eğilimindedir.

Televizyon alanında, medya estetiğinin önde gelen kuramcısı Herbert Zettl da, Televizyonun icadından itibaren sesli olarak doğduğunu ve sinemada gerekliliği uzun süre tartışılan sesin, televizyon ve film iletişiminin zorunlu bir elemanı olduğunu söyler. Kendi kuramını ortaya koyduğu kitabında, beşinci boyut olarak gördüğü ses konusunu; ses ve gürültü, televizyon ve film sesleri, söze bağlı ve söze bağlı olmayan ses, sesin işlevleri ve estetik faktör olarak ses başlıkları altında inceler.⁴⁵

Sesi bir enerji olarak düşündüğümüzde, sıradan seslerle amaçlı olarak hazırlanmış sesleri birbirinden ayırmak gerekir. Teknik deyiimiyle ses ve gürültünün birbirinden ayrılması gereklidir. Ses ve gürültü iletim amacına göre birbirinden ayrılır. Ses belli bir amaca yöneliktir, gürültü ise rastlantısaldır. Caddeden geçen araçların çıkardığı gürültü rastgeledir.Teknik ve içerik açısından bir amacı yoktur. Ancak,bu gürültüyü kayıt ederek belli bir amaca yönelik olarak kullanırsak, gürültü ses haline dönüşür. Benzer şekilde, ekranın görüntü boyutuyla ilişkisiz olan güzel bir müzik parçası da

⁴⁴ **Görüntü Estetiği**, Prof.Dr Levend Kılıç, İnkılap Yayınevi, 2000, S.63

⁴⁵ Herbert Zettl, **Sight Sound Motion,Applied Media Aesthetics**, Wadsworth Publishing, 1999,S. 307

gürültü olarak ortaya çıkabilir. Ekran açısından, sesin bir işlevinin olup olmaması gürültü olup olmadığını belirler.

Ekranda kullanılan sesleri temel olarak Tanınan Sesler ve Tanınmayan Sesler diye ayırabiliriz. Tanınan sesler sesi değil içerdiği anlamı öne çıkartır. Konuşma ve anlatıcı sesleri en güzel örneklerdir. Tanınan sesin kullanımı doğal olarak içerdiği anlamın bilinmesiyle ilgilidir. Duyulan sesin anlamını önceden biliyorsak, görüntü olmadan da anlamlandırabiliriz.. Acı bir fren sesi duyduğumuzda aklımıza trafik kazası gelmesi buna iyi bir örnektir. Tanınmayan sesler, özel olarak belirli bir anlamı içermeyen seslerdir. Bir duygu, bir düşünce yaratabilir ancak özel bir anlama yönelik değildir.

Tanınmayan sese en iyi örnek müziktir. Özellikle ekrandaki olayı yoğunlaştırmak ve açıklamak için kullanılan müzikler bu türün en iyi örnekleridir. Tanınmayan sesler çoğunlukla tek başına görüntüyü yönlendirmez, görüntüyle birliktelik oluşturarak onu zenginleştirir.

Ses boyutunun görüntü boyutuyla oluşturacağı birliktelik yapımın bütününde estetik enerji olarak ortaya çıkar. Görüntü ve ses iki farklı estetik alan olmakla birlikte birbirine zıt kutuplar değildir,tam aksine bir bütündür. Bu bütünlüğü başarmak için sanatçı düşünceden başlayarak görselleştirme ve görüntüleme aşamalarında görüntüyü mümkün olduğu kadar ses boyutuyla birlikte ele almalıdır.

Yapımın her aşamasında görüntü-ses birlikteliği düşünsel boyutta ortaya çıkar. Gerektiğinde görüntü-ses ilişkisi, şekil-zemin ilişkisi gibi, başka bir boyutu ortaya çıkaran bir unsur gibi düşünülmelidir. Görüntü ve ses,elektronik görüntü estetiğinin yapısal iki alanıdır. Bunların estetik enerjilerini ortaya çıkartan öğeleri azaltmak ya da yoğunlaştırmak , teknolojinin çok ötesinde sanatçının yaşamını ve düşüncelerini estetize edebilmesiyle yakından ilişkilidir

1..4 Görsel Tasarım ve Teknolojik Gelişmeler

Televizyonun icadından beri kullanılan bütün teknolojik gelişmelerin “ Görsel Tasarım” konusunda katkıda bulunduğunu söyleyebiliriz. Televizyonun icadından önce kullanılmakta olan birçok teknolojinin de aslında bu alanda katkı verdiğini söylemek yanlış olmaz. Daha önce Fotoğraf ve Sinema’nın kullandığı aydınlatma teknikleri, görsel efekt yöntemleri gibi teknolojik olguların Televizyon için de kullanıldığını biliyoruz. Ayrıca, dekor tasarımı, yazılı grafikler gibi unsurlar da eskiden beri varolan görsel tasarım unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Detaylarına girmeden kategorize etmek gerekirse, Televizyonda Görsel Tasarımı etkileyen teknolojileri; Aydınlatma, Görsel ve Dijital efektler, Gösterim ve Yansıtma Sistemleri, Çekim ve Kurgu Sistemleri, Mekanik, Elektronik ve Optik Sistemler olarak sıralayabiliriz. Bütün bu alanlardaki gelişmeler, Televizyonda Görsel Tasarım olgusunu yakından ilgilendirmektedir. Siyah-Beyaz resimlerle başlayan Televizyon’un kendi teknolojik gelişimi içinde karşımıza çıkan; Renkli Televizyon Teknolojisi, Yüksek Tanımlamalı (**High Definition**) Televizyon ve Üç Boyutlu (3 D) çekim teknolojileri de görsel tasarımı etkileyen aşamalar olmuşlardır.

Siyah-Beyaz dönemde görsel tasarım unsurlarının kullanılması sonucunda ortaya çıkan resim siyah ve beyazın tonlarından oluştuğu için tasarımın temel unsurlarını ışık,dekor ve grafik oluşturmuyordu. Felsefi anlamda da ilk estetik alan olan Işık konusunda yaşanan teknolojik gelişmeler özellikle siyah beyaz ve renkli dönemin ilk yıllarında en belirleyici olan teknolojik etmen olmuştur.

Film ve televizyon endüstrisinin gelişimiyle birlikte ışıklandırma ekipmanlarının geliştirilmesi veya adapte edilmesi gereken yeni bir alan ortaya çıkmıştır. Televizyon stüdyoları ve bu stüdyoların ışıklandırma problemleri de ışıklandırma ekipmanları konusunda çalışmalar yapan şirketlerin konu alanlarına girmiştir.

Film ve kamera teknolojilerindeki hızlı gelişim süreci, ışıklandırma sistemlerinde de bu sürece paralel olarak oluşan bazı gelişmeler yaşanmasına neden olmuştur.

Örneğin; 1951 yılına gelindiğinde akkor(**Tungsten**) ışığına göre dengelenmiş olan yüksek hızlı **Technicolor** filmlerinin kullanılmaya başlanması, tungsten aydınlatmasına bir geri dönüş başlatmıştır. Ayrıca bu gelişmenin hemen ardından Kodak ve Ansco gibi diğer bazı film şirketleri de tungsten balanslı filmleri üretmeye başlamışlardır. Yine de tungsten ışıkların gün ışığı kullanımında filtreleme gereksinimi devam etmiştir.(Bu sorunu ortadan kaldıran günışığı balanslı-**daylight balance**- filmlerin üretimi ancak bize daha yakın bir tarihte Kodak tarafından yapılabilmektedir.)

Daha sonra, 1955 yılında tungsten balanslı sarı ışıklı karbon arklarının üretimi, ark lambalarının tungsten balanslı renkli filmlerde renk düzeltmesine gerek kalmaksızın kullanılmasına olanak sağlamıştır. Bunu takip eden başka bir gelişme de gaz dönüşümlü tungsten-halojen ampullerin 1960'ların sonlarında keşfedilip kullanılmaya başlanmasıdır. Bu ampulün içindeki gazın, elektrik akımı ile tepkimeye girerek oluşturduğu etki, lamba telini yüksek bir sıcaklıkla akkor haline getirmekte ve ortaya diğer ampullerinkinden çok daha parlak bir ışık çıkmaktadır. Ayrıca tungsten-halojen ampullerin ömrü diğerlerine göre daha uzundur.

Bu da yine dönemin yapımcılarını cezbeden mali bir avantaj sağlamaktadır. Quartz lambaları olarak da adlandırılan tungsten-halojenlerin sağladığı diğer bir avantaj ise, normal tungsten ampullerin kullanıldığı spot gövdelerinden daha küçük armatürlere sığdırılabilmeleridir. Bu nedenle de daha kolay taşınabilir ve daha pratik bir kullanıma sahip olan ışıkların (günümüzde popüler olan Tweenie 650 Watt gibi) üretimine olanak sağlamıştır.

Yine 1960'ların sonunda, Alman televizyonu için geliştirilen sarma metal ark lambaları ise ışıklandırma konusunda bir devrim niteliği taşımaktadır. Işıklama literatüründe 'HMI' adıyla bilinen bu ışıklar eski karbon arklarında oluşan filtreleme ihtiyacını da ortadan kaldırmaktadır. Bu lambaların asıl avantajı ise ışık yayılma gücünün(**lumens-per-watt**) çok yüksek oluşudur. Ayrıca bu gücü, diğer ışık sistemlerine göre daha az elektrik enerjisi kullanarak sağlamaktadırlar.

Bu nedenle de HMI spot ışıkları daha küçük jeneratör ve daha ince elektrik kablolarıyla çalışabilmektedir. Bu özellikleri nedeniyle HMI'lar, ışıklandırma işiyle uğraşan kurumlarda büyük değişikliklere neden olmuştur. İlk başta televizyon ışıklandırması için üretilen bu etkili ışık teknolojisinin avantajlarını, film yapımcıları ve ışıkçıları da hemen fark ederek HMI kullanmaya başlamışlardır. Doğru akımla(DC) çalışan eski arklardan farklı olarak HMI spotlar alternatif akımla(AC) çalışmaktadır ve bu nedenle oluşan akım dalgalanmasına da bu akımı ve ışığın çıkış gücünü(lümen) dengeleyen, **ballast** adı verilen cihazlarla çözüm getirilmiştir.

Gösteri sanatlarındaki tungsten ağırlıklı ve karbon ark destekli ışıklandırma teknikleri devam ederken, 1970'li yılların ortalarında **xenon gas projector** denen yeni ve güçlü bir ışık kaynağı kullanılmaya başlamıştır.

Bu ışıklarda kullanılan, yüksek parlaklığa sahip parabolik reflektörler sayesinde de xenon ışığın çıkış gücü ve dar açılı odaklama kapasitesi olağanüstü bir artış göstermiştir. Bununla birlikte yaşanan bir diğer gelişme de, ancak günümüzde yaygın bir şekilde kullanılabilen titreşimsiz HMI lambalarıdır.

Bu lambaların gelişimi, HMI lambalarının ışık dalga boylarındaki titreşimi ortadan kaldıran **ballast**'ların kullanım zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır; ki bu durum pratik kullanımın son derece önemli olduğu ışıklandırma tasarımı teknikleri açısından son derece önemli bir gelişmedir. Bir başka yenilik de, flüoresan tüp (**fluorescent tubes**) lambalarıdır. Özellikle film uygulamalarında gereken renk taramasına uygun bir ışık spektrumuna sahip olan bu ışıklar, soğuk ışık veren (cool beam) bir yapıya sahiptirler.

Ayrıca flüoresanlar, günümüzde ışıklandırma gerektiren diğer uygulama alanlarında da hem aydınlatma amaçlı hem de dolgu ışığı olarak sıkça kullanılan ışık kaynaklarıdır.

Işıklama kavramının tarihsel süreci içerisinde ışıklama tekniklerinin ve ekipmanlarının gelişimine baktığımızda görüyoruz ki; ışıklamanın tarihi aslında görsel sanatların estetik ihtiyaçlarını giderme amaçlı üretilen teknik çözümlerin ve gelişen yeni teknolojilere adapte olma çabalarının tarihidir. Bu tarihe bakarak düşündüğümüzde, günümüzün sahnelerinde veya setlerinde geçirdiğimiz her gün yaşadığımız estetik endişeler, karşılaştığımız ve çözümü için çeşitli uğraşlar verdiğimiz teknik problemler ve de yeni tekniklerle veya icat ettiğimiz yeni teknolojilerle oluşturduğumuz her estetik görüntünün bizlere yaşattığı heyecanlar, bizden öncekilerin yaşadıklarından pek de farklı değildir.⁴⁶

Televizyon ve Stüdyo Işıklaması;

Televizyon ve stüdyo ışıklamasında, estetik kaygılar açısından bakıldığında, diğer gösteri sanatları ile çok büyük farklar oluşmazken, teknik olarak önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Burada ışıklama tasarımı yapılırken öncelikle dikkat edilmesi gereken nokta kameraların doygun resim yapabilmesi için gereken minimum ışık miktarının belirlenmiş olmasıdır. Çünkü kullanılacak ışıklama ekipmanının niteliği bu şartlara bağlıdır. Ayrıca çekim yapılacak ortam koşullarının nitelikleri de bu ekipmanların seçimi konusunda etkili bir rol oynar.

Bunların dışındaki önemli bir konu da, özellikle stüdyo ortamlarındaki ışık asma barları, asansörleri ve asma aparatlarının çeşitliliği ve konumlandırılma düzenidir. Çünkü ışık tasarımının gerektirebileceği ışık açılardırma düzenlerinin kabiliyet zenginliği bu sistemlerle doğrudan ilişkilidir. Bir televizyon stüdyosu yada setindeki bu tür ekipmanın zenginliği, ışıklama tasarımının estetik olarak geliştirilebilmesine de olanak sağlamaktadır.

Sinema ve Televizyon set ışıklamasında, ışıklama tasarımı teknikleri konusundaki özgürlük, tiyatro oyunlarının sağladığından, kat kat üstün bir nitelik taşımaktadır.

⁴⁶ Atay Gergin, “ **Gösteri Sanatları ve Sinema Televizyonda Işıklama**” Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniv,Güzel Sanatlar Enst, Sahne Sanatları Böl., 2006, .

Çünkü sinema ve televizyon setlerinin her açıda dönüştürülebilir yapısı ve kamera hareketlerinin özgürlüğü, ayrıca da kamera objektifinin sınırladığı görüntü çerçevesinin dışında kalan bütün alanların ışıklandırma tasarımı açısından, tekniklerin ve ekipmanların elverdiğince özgür kullanılabilmesi gibi özellikler, televizyon dışında başka hiçbir ışıklandırma alanında yoktur. Fakat bütün bu özgürlüklerin içerisinde bütünlüklü ve düzenli bir ışıklandırma yapabilmek için, çok disiplinli bir hazırlık süreci ve yine çok disiplinli bir uygulama süreci oluşturmak gerekmektedir.

Bunun için, bir prodüksiyona başlamadan yapılan hazırlık toplantılarında, öncelikle ve temel olarak planlanması gereken üç ana bölümlere vardır: Bunlardan birincisi; gerekli ekipman listesi için, her türlü spot, lamba ve diğer ekipman sistemleri ve de kullanılacak olan her türlü aparat ve destek malzemelerinin kararlaştırılmasıdır.

İkinci olarak da; ışık uygulama ekibinin sayısını ve kişilerini kararlaştırmak gerekmektedir. Üçüncü aşamada da; prodüksiyonun zaman cetveli ile orantılı olarak hazırlık ve uygulama süresinin belirlenmesi ve her aşamada da bu programa sadık kalabilmek için disiplinli bir şekilde çalışılması gerekmektedir.

Işıklandırma, yüzeysel anlamda çeşitli alanlara bölünmüş gibi görünse de temel olarak böyle bir bölümlendirme, dolayısı ile de sınırlama yapmak pek doğru bir yaklaşım değildir. Çünkü çağdaş ışıklandırma tasarımcıları, hem kendi teknik yaklaşımlarını hem de tasarım olanaklarını geliştirip zenginleştirebilmek için çok çeşitli alanlarda faaliyet göstermektedirler. Buna bağlı olarak da, ışıklandırmanın her alanında kullanılan ekipman çeşitliliğinin artması ve böylelikle de estetik anlatım olanaklarının zenginleştirilmesi sağlanabilmektedir.

Günümüzde sahne ve gösteri sanatları ışıklandırmasında ve de sinema-televizyon ışıklandırmasında kullanılan çok çeşitli ışık kaynakları, spot çeşitleri, bunlarla birlikte kullanılan ve spotların kullanım alanlarını daha da genişleten çeşitli aparatlar, ışıklandırma tekniklerini geliştiren çeşitli askı sistemleri ve de bunlar gibi daha pek çok ışıklandırma ekipmanı bulunmaktadır. (Bkz. Şekil.21.)



Şekil. 21. Eurovision 2004 Şarkı Yarışması Hazırlık Aşaması

Bu bağlamda ışıklandırma ve tasarımı konusunda ve de ışıklandırma ekipmanlarının çeşitliliği hakkında önceki bölümlerde verilen tüm bilgiler, güncel ışıklandırma tasarımı konusunda çalışmalar yapan ve ışıklandırmayı tüm görsel sanatların bünyesinde kusursuzca ve etkili olarak kullanmak isteyen herkesin hakim olması gereken bilgilerdir. Bu bilgilere sahip olan bir ışıklandırma tasarımcısı, kabul edilmiş sınırların çok ötesine bakabilen, her türlü yaratıcılığa ve yeni fikre açık bir yapılanma sürecine adım atmış olacaktır. Ayrıca kullanım alanlarına göre farklılıklar gösteren bu ekipmanların çeşitli amaçlarla, birbirleriyle etkileşim halinde kullanılmaları da mümkün görünmektedir. Zaten, ancak bu yolla, günümüz izleyicisinin doygunluğa ulaşmış görsel beğenisinin üzerine çıkmak ve sınırlarını zorlamak mümkün olabilecektir.

Bu tür melez kullanım yöntemleriyle, sinema ve televizyonun sunduğu görsel zenginliğin çok gerisinde kalan ve istisnai bazı büyük prodüksiyonların dışında daha çok, küçük ve de dar alanlara sıkışan sahne ve gösteri sanatlarının da, daha geniş ve açık alanlara doğru yönelmesi mümkün olacaktır.

Bu yönelim, statikleşen görsel estetik anlayışların gelişmesiyle birlikte, hareketli ve yenilikçi bir yapı kazanmasına olanak sağlayacaktır. Bunu yapabilmek için sahne ve gösteri sanatlarının, sahip olduğu klasik ışıklandırma ekipmanlarının yanında diğer alanlarda kullanılan ekipmanlarını da listesine katması gerekmektedir.

Bu nedenle de her türlü ışıklandırma alanının olanakları konusunda bilgi sahibi olunması, özgün mekanlarda gösteri yaparken görsel zenginliğin sağlanabilmesine ve görsel açıdan büyük bir doygunluğa sahip olan günümüz seyircisinin dikkatini ve konsantrasyonunu sağlayarak, onları etkilemeye yardımcı olacaktır. (Bkz.Şekil.22)



Şekil.22. Eurovision 2004 Final Gecesi, Sertab Erener ve Semazenler

Bu tür gelişmeler, aynı zamanda sahne ve gösteri sanatları çalışmalarına karşı duyulan heyecanı artırmak açısından da son derece önemlidir.

Bununla birlikte her gün yeni bir teknolojik gelişmenin yaşandığı günümüzde, sahne ve gösteri sanatlarının da bu yarışa ortak olarak görsel zenginliğini geliştirmesi gerekmektedir. Bu da her düşüncüyü hayata geçirebilmeyi

sağlayan ekipmanlarla ilgili sürekli olarak günceli takip etmek, yeniliklere açık olmak, seminerler ve work shoplara katılmak ve bu gelişmelere yer veren eserleri izlenilmek gibi yöntemlerle mümkün olacaktır.

Yaşadığımız yüzyılın, iletişim ve teknoloji alanının gelişme hızı konusundaki baş döndürücülüğü, tüm sanat dallarında olduğundan daha yoğun bir şekilde, belirli bir seyirci kitlesine sahip olmadan varlığını sürdüremeyecek olan sahne ve gösteri sanatlarını etkilemektedir. Tüm dünyada ve hemen her alanda teknolojik açıdan çok büyük ve hızlı bir gelişim süreci yaşanırken, sinema-televizyon sektörü belirli bir anlamda bu gelişmeleri yakalamış ve yakından takip eder durumdadır.

Sahne ve gösteri sanatları da bazı açılardan bu yarışa ortak olmuş gibi görünmektedir. Ayrıca, teknolojik gelişmeleri yakından takip etmenin gerekliliğini vurgulayan ve yenilikçi bir ileri görüşe sıkıca sahip çıkan bazı ışıklandırma tasarımcılarının çalışmaları, bu gelişimi hızlandırmıştır.

Buradan yola çıkarak, teknik açıdan gelişmiş ve sürprizlerle bezenmiş bir ışıklandırmanın, alan ayırt edilmeksizin gösteri içeren her türlü eserin estetiğini artırabileceğini söyleyebiliriz. Bünyesinde her türden estetik anlatım olanaklarını kompozit bir şekilde kullanan sinema ve televizyon prodüksiyonları da, ışıklandırmanın etkileyici ve sürprizlere açık yapısını günümüz olanaklarının son noktasına kadar kullanmaktadır.

Bunu yaparken ışığı ayrı, dekoru ayrı, oyunculuğu ayrı bir uzmanlık olarak ele alıp yönetmenin önderliğinde, prodüksiyon ve tasarımcılarla ortaklaşa çalışarak ulaşmak istenileni mükemmelleştirmek adına paylaşımcı bir fikir birliğiyle hareket eder. Yapılması gereken şeylerden birisi de, bu sistemi tiyatro da dahil olmak üzere tüm sahne sanatlarının oluşumuna dahil etmek olacaktır.

Eğitimli ve ışıklandırma konusunda uzman sanatçılarla yönetmenlerin beklentileri arasında bir köprü kurarak, tüm teknolojik yeniliklerden faydalanıp, projeksiyon yüzeyleri, çeşitli filtre kullanımları, yeni nesil spotlar ve sahnenin farklı yönlerinden,

alışlagelmişin dışında oluşturulmuş açların özgün, şaşırtıcı hilelerle süslenmiş tasarımına yer vermek ve de zengin bir anlatıma kavuşmak mümkün olacaktır.

Işıklama tasarımı konusunda sağlanacak etkin eğitim programları, teknolojik ve estetik gelişmeleri yakından takip ederek bunları en iyi şekilde uygulamayı öğretebilir. Bu yöntemlerin geliştirilmesiyle de sahneye konacak tüm eserlerde daha profesyonel, imkanları ve sınırları son noktasına kadar zorlayan, estetik ve bakış açısı olarak eksiksiz ve de kusursuz olan işler ortaya konmasını sağlanacaktır. Bu bağlamda da, çok büyük bir endüstri haline gelmiş ışıklama tasarımı, sinemada da olduğu gibi farklı ve önemli bir sanat ve uzmanlık dalı olarak kabul görmelidir.

Zaten bu nedenle de dünyanın çeşitli yerlerindeki eğitim yada sanat kurumlarında ışıklama laboratuvarları kurulmakta ve burada yapılan çalışmalar sonucunda da yeni ışıklama sistemleri ve de bu sistemleri destekleyecek yeni ışıklama ekipmanları geliştirilmektedir. Yeni sahne teknikleri konusundaki teknolojik ivmenin bir uzantısı olarak ışıklama teknolojileri de tüm dünyada büyük bir hızla gelişim göstermektedir. Bu nedenle gelişmelere ortak olabilmek için, daha önce hiç denenmemiş teknikler üretebilmek ve çeşitli deneysel çalışmalar yapmak bir gerekliliktir.

Deneysel ışıklama çalışmaları ise, günümüzde kullanılan ışıklama ekipmanlarının, kullanım alanlarının dışında farklı alanlarda ve farklı tekniklerle kullanımıyla ve de bu kullanımlar sırasında geliştirilecek yeni ışıklama yöntemleriyle mümkün olacaktır.

Örneğin konserlerde ve sahne ‘show’larında kullanılan efekt ışıklarının, çeşitli projeksiyon sistemlerinin ve sahne konstrüksüyonlarının müzikallerde, opera yorumlarında ve tiyatro oyunlarında kullanımları alışılmışın dışında ve pek çok anlatım sürprizini de beraberinde getiren sonuçlar doğuracaktır.

Deneysel bir çalışma olarak düşünüldüğünde, dünyanın başka bir bölümünde canlı olarak çekilen bir film görüntüsünün, yine başka bir sahnedeki oyun sırasında çeşitli

projeksiyon ve ışıklama hileleri ile simültane olarak o anki sahnenin bir parçası ve de sürpriz anlatımı olarak sunulması mümkün olabilir. Yada bilgisayar kontrollü sistemler ve uydu bağlantıları sayesinde dünyanın farklı yerlerinde yine simültane olarak yapılacak ışıklama gösterileri mümkün olabilir.

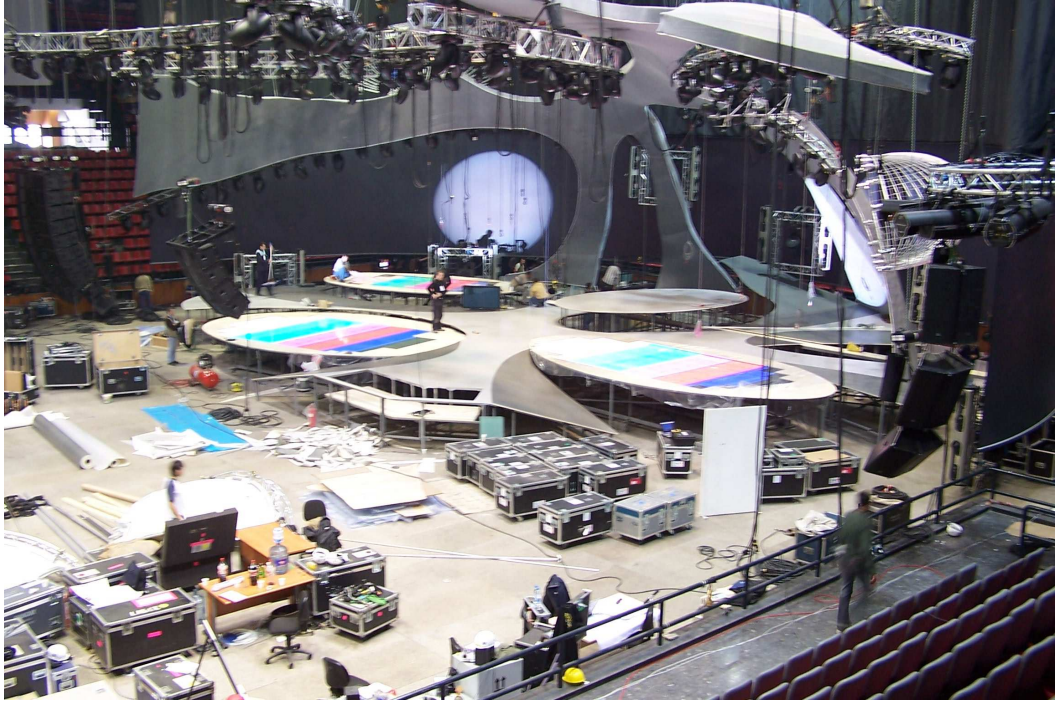
Başlangıcından günümüze kadar tüm sanat dallarının anlatım olanaklarını kullana gelmiş olan sahne sanatları, doğal olarak teknolojik gelişmelere de sırtını dönemez. İnsanlar için yaşamsal bir gereklilik haline gelen teknoloji, tüm gösteri sanatları için de bir gereklilik olarak görünmektedir. Ancak teknoloji kullanımı, onun kullanımıyla ortaya çıkacak problemlerle yada karmaşık uygulama teknikleri ile başa çıkabilmek için bilgisel olarak da donanımlı almayı gerektirmektedir. Teknolojinin kendisi de, kendi kullanım alanlarını geliştirebilen ve çok farklı ve heyecan verici çözümler üretebilen bir olgudur. Teknolojik yorumların ve imknların kullanıldığı her yeni sahne gösterisi, hazırlık çalışmalarında, tasarımcıların kendi problem çözme alışkanlıklarının dışında başka yollara yönelmelerine neden olabilir. Böyle durumlarda tasarımcıların önceki estetik anlayışlarını kolayca ve hızlı bir şekilde değiştirebilmeleri gerekmektedir.

En iyi bildikleri ve hkim oldukları konuları bile, ilk kez karşılaşıyormuş gibi incelemeli ve bir bütün halinde ters yüz ederek yeni boyutlarını ortaya ıkarabilmelidirler. Ayrıca bu işlem sonucunda ortaya çıkacak olan yeni yapılanmanın problemlerine ve çözümlerine de hazır olmalıdırlar. Bu da ağırlıklı olarak teknik ve teknolojik bilgidен geçen bir yapılanmayı gerektirir.

Fakat teknolojik gelişmelere ayak uydurmuş ve en son geliştirilen sistemlerle çalışan ekipmanlara sahip olmak, ne ışıklama tekniklerini ne de ışıklama tasarımı anlayışını geliştirmek için tek başına yeterli bir etkidir. Bu sistemlerin estetik ışıklama tasarımının gelişimine ve de sahne ve gösteri sanatlarının anlatım olanaklarının zenginleşmesine katkıda bulunabilmesi için, öncelikle bu sistemleri etkili bir şekilde kullanabilecek, hem teknolojik hem de güncel ışıklama tasarımı diline hakim olan açık fikirli tasarımcıların yetiştirilmesi gerekmektedir.

Bununla birlikte, sahne sanatlarının diğer alanlarında çalışmalar yapan kişilerinde ışıklandırma tasarımının önemi ve genel yapısı hakkında, en azından bilgilenmeleri gerekmektedir. Gerek uluslararası alanda gerekse ülkemizde, sinema ve televizyon projelerindeki ilerleme ve zenginlik, milyonlara ulaşan seyirci kitlesi, kitlelerin, ortaklaşa yapılan bir grup çalışmasının hakkını verdiğinin en büyük kanıtıdır.

Bu zenginliklerin sahne ve gösteri sanatları için de aynı şekilde oluşabilmesi; gösteri sanatlarının artık diğer bütün sanat dallarının estetik anlatım olanaklarını korkusuzca ve büyük bir açık fikirlilikle kullanabilmesi yoluyla mümkün olacaktır. (Bkz..Şekil.23)



Şekil. 23. Eurovision 2004, Sahne Hazırlığı/Farklı Teknolojilerin Birlikte Kullanımı.

Bu nedenle de günümüz ışıklandırma ekipmanlarının çok gelişmiş ve çeşitli kazanmış olmasına rağmen, bir oyunda, operada yada balede yaratılabilecek efektlerin çeşitliliği ve sınırsızlığı konusundaki bilgisizliğimizi en kısa zamanda gidermemiz, ve ufukumuzu genişletmemiz gerekmektedir. Teknolojiye sanatın kapılarını aralamalı, ve sanatın, teknolojinin gelişmeleri ve yenilikleri ile etkileşim halinde olan bir estetik anlatım çeşitliliği sağlayabilmesine olanak vermeliyiz.

Çünkü, insanların günlük yaşamlarında bile kolayca ulaşabilecekleri teknolojilerin gerisinde kalan anlatım teknikleri varlığını sürdüremez.

Öyle ki, gösteri sanatlarının sinema ve televizyon anlatım tekniklerinin izleyiciler üzerinde kurmuş olduğu görsel hakimiyetin benzerini sağlayabilmek için onların estetik olanakları ile sürekli olarak etkileşim halinde olması yerinde olacaktır. Sahne şovlarında ve konser sahnelerinde kullanılan çeşitli ışıklandırma efekti, lazer veya projeksiyon makineleri de geniş alanlarda kurulacak tiyatro sahnelerinin estetik anlatım olanakları olarak kullanılabilir. Daha çok melez kullanımlı ekipmanla, birçok farklı sahneleme biçimleri oluşturulabilir.

(Bkz. Şekil.24)



Şekil.24. Eurovision 2004, Final Gecesi, Athena(Türkiye) Işık Tasarımı

Gösteri sanatlarının doğuşundan bu yana, daima hedeflenen nokta içten ve hayranlıkla tutulan bir alkış olmuştur ve bu alkış aynı zamanda sağlanacak olan maddi tatminin işaretidir.

Bu nedenle de, ışıklandırma sistemleri konusunda yapılacak bu türden çalışmalar, gösteri sanatlarının maddi anlamda da canlanmasına ve kendisine yatırım yapma olanaklarına kavuşmasına yardımcı olabilecek bir etken olabilir.

Sonuç olarak; ışık, doğru bir ışıklandırma tasarımıyla ve onu özgün olarak kullanan bir ışıklandırma tasarımcısıyla bir araya gelince, pek çok açıdan tatmin edici bir sanat eseri ortaya çıkar. Bu noktada günümüz ışıklandırma tasarımı için vazgeçilmez olan şey de, teknoloji ve onu özgün bir biçimde kullanabilecek olan yenilikçi ışıklandırma tasarımcıdır.

Işık kadar, ciddi teknolojik gelişmeler göstermiş bir diğer unsur da dekor ve set tasarımı konusudur. Televizyonun ilk yıllarında büyük stüdyolarda, gerçek hayatın aynısını yansıtan dekorlar kurulmuş, giderek TV Teknolojisinin gelişimine bağlı olarak dekor tasarım olayı da değişim göstermiştir. Klasik dekor anlayışını temelinden değiştiren gelişme, tamamen yazılıma dayanan Sanal Stüdyo Sistemleri, (Virtual Set Design) teknolojileri olmuştur.

Sanal Stüdyolar son dönemde TV kanalları için büyük bir yenilik; küçük stüdyoları olan TV kanalları için büyük bir fırsat olmuştur. Dekor maliyetlerinden kurtulma şansını tanıyan sanal stüdyolar, TV kanallarını sürekli dekorları taşıma derdinden de kurtardı. Bir program çekildikten sonra kameralar yer değiştirmeden hızla diğer bir dekora geçiş yapılabilirdi için ardı ardına farklı programlar farklı dekorlarla yayınlanmaya başladı. Seyirci için zaten farklı bir uygulama olan sanal stüdyo uygulaması bu özelliğiyle de ekranlara farklı bir görsel zenginlik katmıştır.

Öncelikle sanal stüdyo ve chromakey uygulamalarının farkına dikkat etmek gerekir. Chromakey uygulamaları 2 boyutlu, sanal stüdyo uygulamaları ise 3 boyutludur. 3 boyutludan kasıt 3Dmax, gibi 3D yazılım projelerini alıp kullanabilme özelliğine ahipdir. 2 boyutlu uygulamalar ekranda oldukça basit durmaktadır. 3 boyutlu uygulamalarda ise kamera hareketleri ve dekor çok daha zengindir.

Sanal Stüdyolarda dikkat edilmesi gereken unsurların başında stüdyo alanı gelmektedir. Sanal stüdyo uygulamalarında çok küçük stüdyolar bile oldukça geniş alanlarmış gibi görünmektedir.. Ancak yine de olabildiğince büyük bir dekor alanı işi her açıdan rahatlatır. Kameranın önündeki kişiler fona belli bir mesafede durmalıdırlar. Bu mesafe fondaki yeşil renge kameranın önündeki kişilerin gölgelerinin vurmaması için önemlidir.

Ayrıca duvar mutlaka sonsuz fon olarak hazırlanmalıdır.. Sonsuz fon köşesiz duvar demektir. Yani taban ve duvar arası ve eğer iki duvar kullanılıyorsa iki duvar arası yuvarlatılmış şekilde birleşmelidir. Bunun için çeşitli malzemeler kullanılabilir. Yeşil (veya diğer bir renk) fon hazırlanırken yeşilin tonuna dikkat edilmeli ve mümkünse perde yerine duvara boya kullanılmalıdır. (Bkz.Şekil.25)



Şekil.25.. Sanal Stüdyo Ortamı

Sanal stüdyo uygulamalarında ikinci bir önemli unsur da ışıktır. Işıklar mutlaka yeterli miktarda olmalılar. Yeterli miktarda ışık doygunluğu keyleme işleminin doğru yapılmasını sağlar. Işık yeşil fonu her yeri tek tonda yeşil olacak şekilde aydınlatmalı, kamera önündeki kişilerin gölgeleri yeşil fona düşmeyecek yapıda olmalıdır.

Diğer bir önemli unsur da kameraların özellikleridir. Sanal stüdyo uygulamalarındaki kameraların komponent çıkışlarının olması önemli bir tercih nedenidir. Kameranın her zaman doğru renk ayarları yapılmış olmalıdır. Renk bilgisinin doğruluğu keylemede çok önemlidir. Burada çok önemli bir unsur en az 2 gerçek kamera desteğinin olmasıdır. 1 kamera desteği kesinlikle yeterli değildir. Nasıl tek kameralı stüdyo çekimleri yavan duruyorsa tek kameralı bir sanal stüdyo uygulaması da basit durmaktadır. (Bkz.Şekil.26)



Şekil.26. Tek Kameralı Sanal Stüdyo Uygulaması

Sanal Stüdyolarda tasarım da çok önemlidir. Tasarımda 3DMax ve muadili 3 boyutlu bir yazılım kullanılmalıdır. Sanal Stüdyolar tasarım açısından ikiye ayrılır. Yeni bir proje oluşturabilenler ve yeni bir proje oluşturamayan Sanal Stüdyolar. Yeni bir proje oluşturamayan Sanal Stüdyolar'da yeni bir 3DMax projesi import etmek mümkün değildir. Ancak hazır dekorlar satın alıp eklenebilir. Proje oluşturamayan sadece oynatıcı sistemler istenirse proje oynatan hale de yükseltilebilir. Eğer TV kanalında 3D Max bilen bir grafiker yoksa hazır dekorları kullanmak daha uygundur. Bu uygulamada 3D Max bilinmesine gerek yoktur.

Hazır 3Dmax'den çevrilmiş çeşitli tasarımlar hem sistemlerin içinde belli bir sayıda gelmektedir hem de ayrıca satılmaktadır. İki veya daha fazla kameralı ve üç boyutlu

grafikler üreten bir sanal stüdyo sistemi, görsel tasarım açısından önemli bir unsur olmayı başarmıştır. (Bkz.Şekil .27)



Şekil.27. Çok Kameralı 3 D Sanal Stüdyo Uygulaması

Sanal Stüdyo uygulamalarında dikkat edilmesi gerek bir diğer unsur da kostümdür. Kostümlerde ve aksesuarlarda fonun rengi -ki genellikle yeşil olur- kesinlikle kullanılmamalıdır. Hatta mümkünse yakın renklerden ziyade zıt renkler kullanılmalıdır. Sanal stüdyo sisteminin ekstra özelliklerine göre,TV ekranlarında bir bilgisayar oyunu oynatılabilir veya hayali karakterler yaratılıp gerçek kişilerin hayali karakterlerle interaktif iletişimi sağlanabilir.

Sanal stüdyolar her zaman canlı yayında kullanılmak için değildir. Çoğu zaman, prodüksiyon amaçlı da kullanılabilir. Örneğin bir video klip çekiminde, bir reklam filmi çekiminde, sanal üniversite sınıflarında ,hava durumunda ve organizasyonlarda kullanılmaktadır. Sanal stüdyolarda hemen herşey yaratıcılıkla ilgilidir.

Hayal gücünüz nereye kadar gidiyorsa o kadar sayıda dekorunuz vardır. Sadece sanal stüdyo üzerine düşünülmüş programlar dahi hazırlanabilir. Seçim yayınları ve seçim programları sanal stüdyolarla yapılan yayınlarla seyirciye ulaşabilir.

Televizyonda Görsel Tasarım ve Teknoloji ilişkisi dendiğinde ilk akla gelen noktalardan biri de video görüntünün kendi içindeki gelişimlerdir. Yani siyah beyaz yayın, sonraları renkli yayıncılık, giderek yüksek tanımlamalı (**High Definition**) ve 3 boyutlu (3 D) yayın gibi gelişmelerin tasarıma etkisinden söz etmek gerekir.

İlk yıllarda siyah beyaz bir yayıncılık söz konusu iken, görsel tasarım unsurları daha çok fotoğraf sanatındaki grafik ,leke, kontrast gibi kavramlarla şekilleniyordu.Renkli yayıncılıkla birlikte, renklerin dünyası ve anlamları değişik kullanım biçimleriyle televizyon dünyasına girmiş oldu. Renkleri kullanarak ekran yüzeyinde farklı tasarım etkileri yaratıldı.

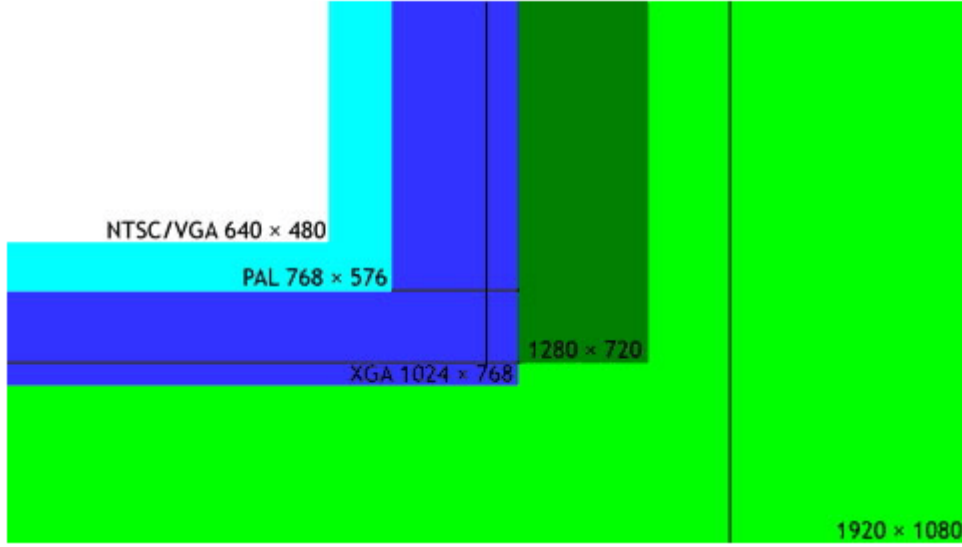
Son 20 yıl içinde ortaya çıkan Yüksek Tanımlamalı (High Definition) yayın teknolojisi ile televizyonda görüntü kalitesi belirgin biçimde artmış, buna bağlı olarak görsel tasarım unsurları da bu gelişmeden etkilenmiştir. Çekim,yayın ve gösterim alanında bütün ekipmanın yenilenmesine yol açan bu teknolojik atılım, televizyon dünyasında çığır açan bir gelişme olmuştur.

Yüksek çözünürlüklü (HD) TV ile ilgili detaylara girmeden önce televizyon yayıncılığında sıkça kullanılan aşağıdaki terimleri açıklamak faydalı olacaktır. Örneğin 720p60 demek; 1280x720 piksel çözünürlüklü, progressif kodlanmış ve saniyede 60 resim içeren bir görüntü demektir. 1080i50 ise 1920x1080 piksel çözünürlüklü, interlaced kodlanmış ve saniyede 50 alan (25 resim) içeren görüntüyü tarifler. Çoğunlukla saniyedeki resim veya alanı belirten rakamlar yazılmaz ve 720p veya 1080i şeklindeki kısa notasyon tercih edilir.

Saniyedeki resim veya alan sayısı da benzer şekilde çözünürlük olmaksızın tanımlanabilir. Örneğin 24p saniyede 24 progressif resim anlamına gelirken 50i saniyede 25 interlaced resim anlamına gelir.

Çoğu HDTV sistemi standart çözünürlük ve saniyedeki resim ya da alan oranını destekler. Bunların en yaygın kullanılanları aşağıdaki resimde gösterildiği gibidir:

(Bkz. Şekil.28)



Şekil.28. Çözünürlük Tablosu

NTSC 720x480 çözünürlüğündedir.

Saniyedeki resim/alan sayıları

24p (Sinematik film)

25p

30p

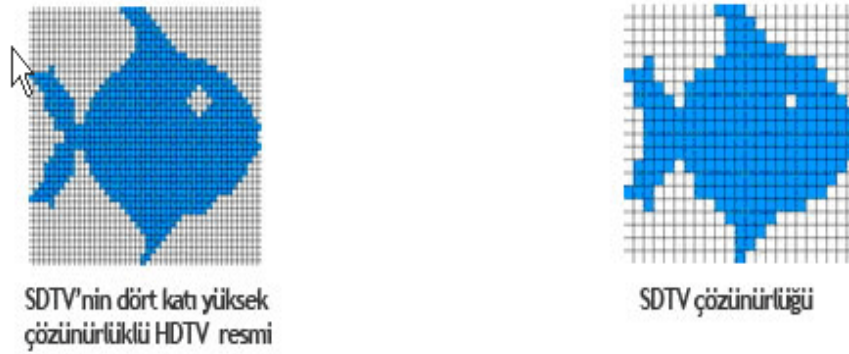
50p

60p

50i (PAL)

60i (NTSC)

Standart televizyon ile karşılaştırma yaparsak, HDTV, SDTV'nin en az iki katı çözünürlüğe sahiptir, bu sayede analog TV veya DVD ile karşılaştırıldığında çok daha detaylı görüntüler elde edilir. (Bkz. Şekil.29)



Şekil.29..ÇözünürlükKarşılaştırması

Yayın için en uygun format, kayıt için kullanılacak medya ve görsel içeriğe bağlıdır. Yani yüksek çözünürlük, çoğunlukla mevcut bant genişliğinden daha yüksek bir bant genişliğine ihtiyaç duyabilir. Mevcut bant genişliğinde istenilen çözünürlüğe erişebilmek için tüm HDTV sistemlerinde kayıplı sıkıştırma tekniği kullanılır ve bu da resim kalitesinin bozulması demektir.

Sinematik Film sinemaya yönelik bir formattır, yüksek çözünürlüklüdür ve saniyede 24 resim içerir. Mevcut bant genişliğine, sahnelerdeki detay ve hareketlilik miktarına göre görüntü transferi için optimum format 720p24 veya 1080p24'tür. Film saniyede 25 resim veya 50 alan formatına dönüştürülmek için %4 hızlandırılabilir ya da 3:2 düşürme (pulldown) tekniği ile saniyede 60 resime dönüştürülebilir. Ancak bu teknik saniyede 30 resim kullanan NTSC sistemin tersine, sadece PAL sistem kullanan ülkelerde kullanılabilir.

Betacam gibi video kaset üzerine yapılan daha eski (HDTV-öncesi) kayıtlar 480i60 veya 576i50 formundadırlar. Bunlar 720i gibi daha yüksek çözünürlüklere dönüştürülebilirler, ancak daha yaygın 720p formatına dönüştürmek için, interlaced formatın progresif formata çevrilmesi, görüntü kalitesini bozmakta veya gerçekte görüntünün nihai çözünürlüğünü düşüren ilave filtrelemeler gerektirmektedir.

Sinematik olmayan HDTV video kayıtları ise genellikle 720p veya 1080i formatında kaydedilirler. Bu format genellikle görüntüleri yayınlayacak şirketin bu görüntüleri nasıl yayınlayacağına (TV yayını olarak mı, yoksa HD medya üzerinde mi?) bağlıdır ve buna göre görüntü formatının seçimine başka değişik faktörler etki eder.

Genellikle 720p formatı progresif alanlar kullandığından hızlı hareketler içeren sahneler daha uygundur. 1080i formatı interlaced alanlar kullandığından hızlı sahnelerde görüntü kalitesi bozulmalarına sebebiyet vermektedir.

Ayrıca 720p daha az yer kaplaması ve daha az görüntü çözümleme (decoding) ihtiyacı olması nedeniyle HD Video görüntülerinin internet üzerinden dağıtımında da kullanılmaktadır.

Yüksek tanımlı televizyon (High Definition Television), yüksek çözünürlüklü, geniş ekranlı, dijital çevresel ses (Digital Dolby Surround) sistemli ve görüntü hayaleti, karlama gibi gürültü ve parazitlerden arınmış bir dijital televizyon standardı olarak tasarlanmaktadır.

Görüntüyü oluştururken, yüksek tanımlı televizyonda 1000 yatay satırın üstünde bir çözünürlük değeri hedeflenmektedir. Geleneksel televizyon setlerinin ekran oranları 4:3 iken, yüksek tanımlı televizyonda 16:9 sinemaskop görüntü oranı elde edilmektedir. Eski televizyon alıcıları mono veya stereo analog ses sistemine sahiptir. Bunun karşılığında yüksek tanımlı televizyon dijital çevresel ses teknolojisi ile donatılmaktadır.

Yine eski televizyon setlerinin renk elde etme yöntemleri ile dijital yüksek tanımlı televizyonunun renk işleme yöntemleri arasında farklar vardır. Ayrıca iletim sistemi yeni televizyon standartlarında dijital olacağından, iletimden kaynaklanan gürültü ve parazit sorunlarının önüne geçilecektir. Bütün bu geliştirmeler sonuçta, görsel ve işitsel açıdan yüksek kaliteli bir seyir zevki sağlayacaktır.

Yüksek tanımlı televizyonun bir adım ötesinde, üç boyutlu televizyon (3-dimensional television, 3D-TV) alıcılarının geliştirilmesi ile ilgili senaryolar bulunmaktadır. Üç boyutlu televizyonun gelişimi için üç aşama tarif edilmektedir: Bunlardan birincisi, Immersive Tv'dir. ImTv derinlik duygusunu destekleyecek şekilde büyük boyutlu panoramik resim ve görüntülerin interaktif olarak izlenmesini sağlayacaktır.

Bu sistemde, görsel enformasyon, çok yönlü (omnidirectional) bir kamera düzenlemesi ile elde edilecek ve dijital video kanallarından iletilecektir. İkinci aşamada bu başlangıç noktasına dayanarak interaktif sanal bakış videosu (interactive virtual view video- IVVV) denilen bir genişlemeyle, derinlik hissi uyandıracak paralaktik hareketlerin oluşturulması hedeflenmektedir. Bu sistemde, sahneler çoklu ana hatlara yerleştirilmiş kameralarla görüntülenecektir. Bu kameralar, görsel verilerin 3 boyutlu analizi ile elde edilecek resim temelli derinlik sunumunu sağlayacaktır. Ek bilgiler, temel video bilgisiyle birlikte, yine birden fazla dijital video kanalından iletilecektir.

Alıcı tarafında ise izleyicinin kafa hareketleri otomatik olarak bir sanal kamerayı kontrol edecek ve böylece 2 boyutlu bir televizyon ekranında, doğru perspektif değerleri üretilebilecektir. İnteraktif sanal bakış videosu yaklaşımı, üçüncü boyut işareti olarak, stereo görüntü etkisi eklenerek tam bir üç boyutlu televizyon (3 Dimensional TV, 3D-TV) aşamasına güncellenebilir.

Ancak dijital yüksek tanımlı televizyon yayıncılığına geçişle birlikte, konu ile ilgili teknolojik gelişme durma noktasına gelmiş olmayacaktır. Halihazırda bugün yürümekte olan platformlar arası birleşmenin, dijital televizyon yayıncılığının, telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojileriyle iç içe geçmesine yol açacağı tahmin edilmektedir. Böylece kitle iletişim, telekomünikasyon ve bilişim sektörleri arasındaki sınırlar belirsiz hale gelecektir.

Telekomünikasyon, yayıncılık ve enformasyon teknolojileri uzun yıllar birbirinden ayrı alanlar olarak değerlendirilmiş ve bu alanlardaki gelişmeler de farklı kulvarlarda seyretmiştir. Bugün medya veya iletişim sektörlerinin birleşmesi basit bir kuramsal olasılık olmanın ötesinde, telekomünikasyon, yayıncılık ve enformasyon teknolojileri arasında “yaşanan ve gerçek” bir aktüel gelişme haline gelmiştir.

Medya platformlarının birleşmesi, televizyon ve bilgisayar gibi farklı platformların çok fonksiyonlu bir medya platformu halinde kaynaşması anlamına gelmektedir. Öyle ki birbirinden oldukça farklı eski uygulamaların işlevleri, daha geniş bir içerik seçim olanağı ile bir araya gelmektedir .

Bilgisayar ile iletişim teknolojilerinin birleşmesini tetikleyen iki önemli olay, mobil telefon ile televizyon teknolojilerindeki gelişmeler olmuştur..Mobil telefonların bugünkü ölçekte yaygınlaşmasında telekomünikasyon ağlarının sayısallaşmasının önemli etkisi vardır. Sayısallaşma sayesinde, bir taraftan sabit telekomünikasyon hizmetlerinde kapasite ve çeşitlilik artarken, diğer taraftan mobil hizmetlerin yaygınlaşabilmesi için gerekli teknolojik koşullar oluşmuştur.

Bugünün mobil telefonları, artık hareketli görüntülerle kişisel iletişimi ve dijital televizyon sinyallerini izleyebilmeyi sağlayan teknolojilere sahiptir. Halihazırda bu aygıtlar plaftmdan bağımsız programlama dilleriyle geliştirilmiş bilgisayar ve internet uygulamalarını çalıştırabilmektedir. Başka bir deyişle, mobil telefonlarla bilgisayarlar arasındaki sınır çizgisi giderek silikleşmektedir. Bu dönüşümün dijital televizyon yayınlarının mobil sistemlerle izlenebileceği bir aşamaya doğru seyredeceği tahmin edilmektedir.

Dijital teknolojiler, yayıncılığın ve internet dünyasının özelliklerini birleştiren yeni interaktif servisler sağlayarak, bugün bildiğimiz televizyonu da önemli ölçüde değiştirme eğilimindedir. Dijital Platformlara üye olan ve set top box (işlemci kutu) sahibi olan izleyiciler, sadece canlı ve istek üzerine (ondemand) belirli televizyon programlarına ulaşmakta, aynı zamanda televizyon setleri aracılığıyla e-mail hesaplarına, web tabanlı e-ticaret sitelerine ve e-devlet hizmetlerine de erişebilmektedirler.

Ortaya çıkışı programcı, yayıncı ve tüketiciler için ek maliyetler getirse de, dijital televizyonun (DTV) geleceğın iletişim aracı olacağı çok açıktır. Böylece tek bir prizden her türlü ağlanmış hizmete (networked services) erişebilecek televizyon setleri ile kişisel bilgisayarlar arasında işlev açısından bir fark kalmayacaktır.

Teknik birleşmenin doğal bir sonucu olarak meydana gelen yeni bir gelişme ise içerik entegrasyonudur. İçerik entegrasyonu için tek biçimli içerik sunan radyo, televizyon ve gazete gibi araçların içerik tarzlarının, yeni türden multimedya yayınlarında birleştirilmesi amaçlanmaktadır.

Bu yayıncılık tekniği, kullanıcıyı kitle izleyicisinin bir parçası olmaktan çok, bir birey olarak hedef alacaktır. Böylece yayıncılık, bir noktadan çok sayıda belirsiz noktaya hizmet sunmak (broadcasting) yerine, bir noktadan tek tek talepte bulunabilen çok noktaya (multicasting) hizmet sunabilir bir forma dönüşecektir. Sonuçta, yakın geleceğin kitle iletişim aracının/araçlarının müziği, sesi, videoyu, resimleri, metinleri ve veritabanı temelli etkileşimli uygulamaları birleştiren web TV veya internet TV (IPTV) gibi bir platform (veya benzer türde platformlar) olacağını ileri sürmek mümkündür.

1990'ların sonunda, teknolojik birleşmenin ve gelişmenin zorlayıcı etkisi altında, içerik üretim ve dağıtım endüstrilerinde faaliyet gösteren girişimler birleşme ihtiyacı hissetmiştir. Bugünkü strateji, sinema stüdyoları ve dağıtım şirketleri, televizyon yayın ağları, kablo ve telekomünikasyon şirketleri gibi değişik alanlarda faaliyet gösteren kuruluşların bir multimedya kümelenmesi yaratmak üzere birleşmeleridir. Bu multimedya kümelenmeleri, kendi ticari kaygıları açısından yukarıda bahsedilen teknolojik gelişmeleri doğru okuyarak sinema, televizyon, müzik gibi bir çok faaliyet alanına el atmaktadır.

Televizyon yayıncılığının ve yayıncıların geleceğinin şekillenmesinde, dijital video teknolojilerindeki ve bilgisayar ile internet de dahil olmak üzere ağırlanmış hizmetlerdeki teknolojik gelişmeler giderek daha belirgin hale gelmektedir. Dijital yöntemlerle bilgi işleyen ve ileten sistemlerin görsel-işitsel içerik üretiminde kullanılabilecek ölçekte teknik kapasitelere ulaşmaları sayesinde, dijital video sistemleri yayıncılık sektörü için yaygın olarak kullanılabilir hale gelmiştir. Ayrıca bu yolla telekomünikasyon, bilişim ve yayıncılık sektörleri birbirleriyle iç içe geçmeye başlamıştır.

Bu gelişmeler ve teknik birleşmeler, yayıncıların içerik üretim yöntemlerini, değer üretim zincirlerini ve sektörel ilişkilerini köklü bir şekilde değiştirecekmiş gibi görünmektedir. Üretim sistemlerinin yapısından ve dayandıkları teknik alt yapılarından dolayı, televizyon yayıncılığı kadar başka hiçbir sektörün içinde bulunduğumuz bu teknolojik ve endüstriyel değişim furasına duyarlı olmadığını ileri sürmek iddialı bir ifade olmayacaktır.

Bu bağlamda yayıncılık sektöründeki girişimciler ve profesyonel yöneticiler, bir taraftan hızla çeşitlenen, karmaşıklaşan ve yetenekleri artan söz konusu yeni teknolojilere yatırım yapmak, diğer taraftan da oluşturdıkları alt yapıların verimli ve etkin kullanılmasını sağlayacak yönetsel tedbirler almak durumundadırlar. Bunu yaparken de pazar koşullarındaki değişikliklere uyum sağlamak; televizyon içerik üretim sistemlerini, iş görme biçimlerini ve örgüt düzenlerini yeni koşullara göre düzenlemek zorundadırlar.

Yöneticilerin televizyon yayıncılığının tümleşik ve etkileşimli hizmetleri verebilecek bir biçime doğru değiştiğinin farkında olmaları ve uzun dönemli teknoloji yatırımlarını bu yönde planlamaları gerekmektedir. Başka bir deyişle, öngörülerini bilgisayar ve internet ile televizyon yayıncılığının kaynaşması üzerine yerleştirmeleri gerekmektedir.

Yayıncılığı meslek edinmiş çok sayıda çalışan ise, eski iş görme alışkanlıklarını gelecekte adım adım terkederek, yaratıcı davranışlarını bilgisayar ve ağ ile dijital video ekipmanları işletmenliği üzerine inşa etmek zorunda kalacaklardır. Bugün televizyon yayıncılığı daha fazla bilgisayarlaştıkça, kullanılan ekipmanlar hafifledikçe, yazılımın donanımla kıyaslandığında önemi arttıkça ve video içeriği giderek daha çok bilgisayar verisine dönüştükçe, televizyon çalışanlarının analog tekniklerle gerçekleştirdikleri bedensel olarak yorucu çalışmalar, bilgisayar terminalleri karşısında gerçekleştirilen zihinsel eylemlerin önem kazandığı ağırlanmış işler haline gelmektedir.

Bütün bunlara yukarıda sözü edilen teknolojiler arasındaki sınırların birbirine geçmesi eklenince, televizyon çalışanlarının teknik eğitim ve becerilerinin bilgisayar ve ağ teknolojilerini kapsayacak şekilde çok yönlü olması beklenmektedir. İçerik entegrasyonunun artmasına koşut olarak, bilgisayarlı görsel-işitsel iletişim tasarımı, ağ yöneticiliği ve görsel programlama teknikleri gibi konularında gelecekte daha çok uzmana gereksinim duyulacaktır.

Özet olarak, dijital yayıncılık, bilgisayar ve telekomünikasyon teknolojilerindeki gelişmelerin yayıncı kuruluşlardaki iş, emek, örgüt ve yönetim yapılarından iletişim ve enformasyon sektörlerindeki endüstriyel ilişkilere kadar bir dizi değişimi tetiklediği görülmektedir.

Değişim sürecinin içinde bulunduğumuz bu günlerde, teknolojik ve endüstriyel yapılanmaların gelecekte nasıl olacağını yüzde yüz doğrulukla betimlemek mümkün değildir. Ancak teknolojik değişimin akış yönünü kestirmek için elimizdeki anahtar ipucunun sayısallaşma olduğundan hareketle, geleceğin iletişim alt yapılarını tümleşik interaktif iletişim platformlarının oluşturacağını ileri sürmek mümkündür.

Bütün bu teknolojik gelişmelerin oluşumu kendi içlerinde, kendilerine has görsel tasarım kuralları getireceklerdir. Ancak, görsel tasarımın temel unsurları olarak tezimizin bir önceki bölümünde ele aldığımız kavramlar prensipte pek değişmeden, sadece teknolojik boyut değiştirerek hayatımızda yer almaya devam edeceklerdir.

1.5. Görsel Tasarım ve Kurum/Kanal Kimliği İlişkisi

Görsel tasarım ve Kurum/Kanal Kimliği ilişkisine geçmeden önce, kurumsal kültür konusunda önemli başlıklar olan Kurumsal Kimlik ve Görsel Unsurlar kavramlarına değinmek, daha açıklayıcı olacaktır;

Kimlik; herhangi bir nesneyi belirlemeye yarayan, onu türdeslerinden ayıran özelliklerin bütünüdür. Eger bir kimliğiniz yoksa, siz de tüketici gözünde yoksunuz demektir. Bir kurumun kendisini temsil etme biçimlerinin bütünü, o kurumun kimliğini oluşturur. Kurumun kendisini temsil ederken nasıl algılanacağına yön veren aktivitelerin bütünü ise kurumsal kimlik süreci olarak tanımlanmaktadır.

Kurumsal kimliğin dışa yansıyan yüzü öncelikle amblem, logo, kartvizit, mektup kağıdı vb. unsurlardır. En basta bir kurumsal kimlige sahip olabilmek için, öncelikle kurum olmak gereklidir. Eger bir kuruluşu yöneten, yöneticiler değil de birtakım ilkeler ise ya da başka bir ifadeyle bir kurulusta zaman içinde yöneticiler değişse de ilkeler değişmiyorsa (tabi önce ilkeler varsa) bir işletmenin onu diğerlerinden ayıran bazı nitelikleri, tarzı, standartları varsa o kuruluş bir kurumdur.

Kurumlarda yöneticilerin başarısı; var olan ilkeleri uygulayabilmesiyle, gerektiğinde yeni ilkeler getirebilmesi ve çağdışı kalanları değiştirebilmesiyle ölçülür. İşletmenin güçlü bir kurum kimliğine sahip olabilmesi için, yöneticinin bunları dikkate alması gereklidir. Buna bağlı olarak kurumsal kimlige sahip olmanın kuruma sağladığı bazı avantajlar vardır. Bunlar arasında; kuruluşun tanınması sağlanır ve onu benzerlerinden ayırmak kolaylaşır.

Bu özellikle, hedef kitlede güven duygusu oluşmasına yardımcı olur. Kuruluşla bir şekilde ilişkisi olan herkes, neyle karşılaşacağını, kimle iş yapacağını tahmin edebilir. Coca Cola'nın bu kadar tutulması; dünyanın en tatlı içeceği olusundan değildir. Bunun nedeni herkesin dünyanın neresinde olursa olsun, Coca Cola'nın logosunu gördüğünde neyle karşılaşacağını, ne içeceğini bilmesiyle ilgilidir. Çünkü bilinmeyen herşey macerayı ve riski de beraberinde getirir.

Ancak insanlar özellikle bilmedikleri, görmedikleri ve tatmadıkları bir şey söz konusu olduğunda riske atılmayı pek sevmezler. Genellikle kurumların ya da şirketlerin birleşmelerinde, ayrışmalarında, yeniden yapılanmalarında ve diğer stratejik yapı ve idari değişimler sonrasında kurum kimliğinin yenilenmesi gerekebilir. Ancak bu değişimi gerçekleştirirken logonun olabildiğince sade olması, temsil ettiği kuruma çok uygun olması ve bir dereceye kadar da ayrıntılı olması gerekir.

Çünkü, bilinmeyen küçük bir işletme potansiyel hedef kitlesi tarafından tanınabilmek, rakipleri karşısında direnebilmek ve hedef kitlesi tarafından hatırlanabilmek için güçlü bir logo istemektedir. Ayrıca hedef kitle karşılaştığı markalar arasında da bildiği tanıdığı markaları tercih etmekte; bilmediği markaları tercih etmemektedir. Dolayısıyla kurum /markayı temsil eden logonun yüksek bilinirlikte olması, hedef kitlenin satın alma tercihini o kurumdan yana kullanmasına ve diğer markaların logoları ile ifade edilen kurumu karıştırmamasına katkı sağlamaktadır.

Kurumsal kimlik bir kurumun ya da bir firmanın dışa açılan yüzü , penceresidir. Kurumun kendi karakterini, kimliğini dışarıya doğru bir şekilde yansıtabilecek nitelikte kurumsal kimlik tasarımı yapabilmesi gerçekten karmaşık, zor, yaratıcılık ve uzmanlık isteyen bir konudur. Bu nedenle kurum kimliği programlarının ana amaçları arasında yer alan görsel bir iletişim bütünlüğü sağlayabilmek için; bu tasarımın profesyonel kişilerce yapılması gerekmektedir.

Kurum kimliği ile en çok karıştırılan kavram kurum imajıdır. Bu iki kavram birbirinden farklı olup, etkileşim içerisindedir. Biri kurumun fiziksel açıdan nasıl tanındığı; diğeri ise kurumsal olarak nasıl kavrandığı ile ilgilidir.

Bir işletmenin adının yazılıs biçiminden, şirkete ait her araç ve gereçte hakim olan renge kadar, geniş bir alanı kapsayan kurumsal görüntü kurum imajını yükseltir.

Özellikle basılı araçlar, kuruluşla hedef kitlesi arasında etkili bir iletişim gerçekleştirmek adına önemli bir yere sahiptir.

Bu nedenle, kurumsal görüntünün oluşturulması ve bütünlüğün korunması için basılı araçlar birer aracı olarak düşünülmelidir.

Büyük ölçekli işletmelerde basımdan sorumlu birimler olabilir; ancak bütünlüğün korunabilmesi için halkla ilişkiler biriminin görüşü mutlaka alınmalıdır ve küçük işletmelerde basım işleri tamamen halkla ilişkiler sorumlusunun denetimine bırakılmalıdır. Pek çok kuruluşun kurumsal görüntüsü öylesine güçlüdür ki, ürün ve reklamları hemen fark edilir. Bu; bir logo, bir renk, değişik bir yazı stiliyle veya tüm bu faktörlerin birleşmesiyle elde edilmiş olabilir. Kurumsal bütünlük antetli kagıttan tasıma aracının üzerindeki yazı , renk ya da ambleme kadar geniş bir yelpazeyi içermektedir.

Özellikle bir kuruluş; şirket raporu, kuruluş gazetesi, referans kitabı, katalog gibi çok sayıda yayına sahipse, basılı araçlarda bütünlüğe dikkat etmenin önemi daha da artar. Tüm bu yayınların aralarındaki ilişkiyi vurgulayacak bir görüntüye sahip olması kurumsal görüntüde bütünlüğü oluşturabilmek açısından önem taşır. Kurum kimliği kavramı, kişilerin diğerlerine kim olduklarını bildirmek ve onları ürkütmek isteyen bir anlayışla ortaya çıkmıştır.

Gemilerinin yelkenleri üzerinde ürkütücü kusların resimlerini taşıyan vikingler, savasta ordularını kalkanlarının üzerindeki haçlar ve kartallarla yöneten krallar, kullandıkları simgelerle bir yandan yandaşları tarafından tanınırken, diğer taraftan da karşı tarafa mesaj göndermektedir. Tarihin başlangıcından beri belirleyici olan kurum kimliği; gemilere, yolcu vagonlarına, giderek demiryollarına, otobüslere ve hava yollarına kısacası her türlü ulaşım aracına uygulanmıştır.

Birbirine uyumlu renk, biçim ve isimlerin birleşiminden oluşturulması gereken, ayırt edici kurum kimliğini oluşturma bugün ayrı bir meslek haline gelmesinin belki de en önemli nedenlerinden birisi, başarılı bir kurumsal görüntünün kuruluşun hatırlanması açısından oynadığı roldür .Reklamcılıkta hatıra kalıcılığı sağlama

açısından önemli bir faktör olan tekrarın, halkla ilişkilerde baska bir biçimi olan kurum kimligi; tanınmaya sagladığı katkı ve ayırt edilebilirliği kolaylaştırması açısından özellikle önemlidir.

Kurum kimligini olusturan temel unsurlar arasında logo, kurulusun renk unsuru, harf karakteri, ticari karakter unsuru gelmektedir. Kurum rozeti haline gelen, özel bir tasarım özelligi taşıyan logolar ise bazen Ford gibi kurucunun imzası ile yaratılırken; bazen de TRT gibi kelimelerin baş harfinden meydana gelmekte veya belli bir harf karakteri ya da sembolik şekiller kullanılmaktadır. Bununla beraber işletme adının yazılıs biçiminden kuruma ait her araç ve gereçte hakim olan renge kadar her şey işletmelerin imajını etkileyen boyutuyla da halkla ilişkilerin alanı içinde algılanmaktadır.

Kurum kimligi içinde sayılan görsel kimligin dört ayrı amacı vardır: Bunlardan birincisi, konumlandırmaya ve isme bir kişilik katarak markaya hayat vermektir. İkincisi; markanın kabulünü ve anımsanmasını yaygınlaştırmaktır. Üçüncü amaç ise markanın rekabet içerisinde farklılaşmasına yardım etmektir. Dördüncü amaç da farklı marka unsurlarını aynı görüş ve duygu içerisinde birbirine bağlamaktır.

Aslında görsel kimlik bir logodan daha fazlasını ifade etmektedir. Çünkü görsel kimlik renklerin, şekillerin ve baskı biçimleri gibi görsel ipuçlarının bütünleşmesinden oluşmaktadır. Görsel kimlikte imza denilen şey ise; logo, amblem ve sloganın birlesiminden oluşur. Sirketlerin bu üç unsurun hepsini kullandığı söylenememektedir. Ancak hemen hepsi kurumun kimligini direkt veren ve bakıldığı anda “ bu isaret su kuruma aittir” dedirtebilen amblemini ya da logosunu kullanmaktadır.

Örneğin Yahoo, Coca-Cola farklı ve tescilli olabilmek için yalnızca yazı karakterlerine dayanan çözümler üretmişlerdir.

Görsel iletişim sistemini oluşturan temel elemanlar şunlardır:

- Kurum Adı ,
- Ana Birim - Alt Birim _simleri ,
- Semboller (Amblem, Logo, Logotype) ,
- Temel Harf Karakterleri,
- Renkler

Yukarıda belirtilen öğeler, kurumun görsel iletişim bütünlüğünü sağlaması açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle de bir kurumun bu unsurlarında sık sık değişiklik yapması hedef kitlede bir güvensizliğe yol açması nedeniyle pek tercih edilmemektedir.

Görsel kimliğin belli başlı uygulama alanları şunlardır:

- Antetli Kağıt, Kartvizit, Zarf , Dosya, Tebrik Kartlar, Davetiye
- Ürünler, Ürün Ambalajları, Poşetler
- Bina, Ofis, Saniye Gibi _çinde Yer Alınan Çevre
- Tabelalar, Yönlendirme Elemanları
- Sergiler, Fuarlar, Standlar
- _İlan , Basın Bülteni
- Fatura, _İrsaliye, Tahsilat ve Tediye Makbuzları
- Personele ait hertürlü Form, Başarı Belgesi, Sertifika, Kimlik Kartları,
- Kurumsal Yayınlar, Kitapçık, Dergi, Faaliyet ve Finans Raporları
- Brosür, Katalog, Reklam materyali
- Bayrak, Flama, Çıkartma, Ajanda, Bloknot, Takvim gibi
- Promosyon Malzemesi, Web Sitesi, Araç Üzeri Yazı ve Grafikler
- Tanıtım CD'si gibi Multimedya Uygulamaları
- Televizyon Kanalları için; Fragman, tanıtımlar, logonun kullanıldığı görseller

Görsel kimliğin içinde yer alan logo, markanın / kurumun karakterini, kişiliğini tanımlamaya yardım edecek bir baskı, harf şeklinde olmalıdır. Baskı biçimi kendi içinde ve dışında bir sanattır. Tasarım sürecine başlamadan önce, markanın nerede

yasayacağını bilmek önemlidir. Eger baskı mikroçipin üzerine yapılacaksa görünebilir ve okunabilir olması için, inanılmaz derecede basit bir yapısı olması gerekmektedir.

Aynı şekilde, ekran üzerinde yer alacak bir logo veya grafiğin de tasarım aşamasında üzerinde detaylı bir ön çalışma yapılması gerekir.. fonun ve logo renklerinin uyumu, grafiklerin renkleri ve hareketleri, görsel materyalin kurum/kanal kimliğine uyumlu olması gibi unsurlar dikkate alınmalıdır.

Çünkü tüketici/izleyici markayı ne kadar çabuk okur ve anlarsa, onu o kadar hızlı tanıyacak ve hatırlayacaktır. Dolayısıyla markanın ya da kurumun görünen yüzü olan logolar üzerinde de çok sık değişiklik yapılması o kurumun kimliği üzerinde de özellikle görsel kimliğin uygulama alanları düşünüldüğünde etkili olmakta ve burada da bir değişime neden olabilmektedir.

Bir markanın en önemli ögesi logosudur. Logo, markanın imzası olarak görülür. Logo şirketin perspektifinin, kurumsal kimliğinin ve modernizmin harmanlandığı bir yapıda olmalıdır. Yine de her çağa uygun olabilecek bir logo bir seferde tasarlanamayacağından şirketler değişen koşullar karşısında logolarını yenileme yoluna gitmektedirler.

Konumuz olan TRT kurumunda da dönem dönem logo değişimleri ve buna bağlı olarak kanal kimliği değişimleri olmuştur. Bunların en belirgin olanı 2000 yılında yaşanan ve kurum içindeki iki yıllık kapsamlı çalışmalara dayanan değişim süreci olmuştur. Tezimize konu olan tematik kanallar açılımının da planlandığı bu dönemde yaşanan gelişmeleri dönemin TRT Genel Müdürü Yücel Yener, kendisiyle yapılan bir söyleşide şöyle özetlemektedir;

“ Ekim de ekranda bir değişim başladı,Kasım ve Aralık aylarında ekrandaki değişim sürecek, Ocak’tan itibaren de logosuyla, bütün yayın akışıyla,ekran estetiğiyle,kanal kimlikleriyle değişik bir TRT yi kamuoyunun gündemine getireceğiz”⁴⁷

⁴⁷ **Radio Televizyon Dergisi**, Kasım 2000, Sayı 138, S. 15

Bir kurumun kimliğini oluşturan unsurlar içinde görsel öğelerin önemli bir yeri vardır. Hayatın içinde pek çok kurumu ,markayı onların özel işaretleri, logoları veya sloganları ile hatırlamaktayız. Televizyonda, Kurum/Kanal kimliği konusunda ilk akla gelenler ; logo, renkler, jenerik ve fragman formatları, yazı ve grafikler gibi unsurlardır.

Bunların dışında her yayın döneminde değişebilen veya program türüne göre değişim gösteren renkler,özel işaretler ve semboller de kanal/kurum kimliği konusunda rol alan görsel tasarım unsurlarıdır.

Bu konuda ciddi bir politikası olan TV kanallarına baktığınızda, logosunu görmeden bile hangi kanal olduğunu anlayabilirsiniz. Ekranın grafik ve renkler konusundaki tasarımı dışında, kullanılan aydınlatma biçimleri, çekim formatları da ayırıcı olan diğer unsurlardır.

Bu nedenle, kanal kimliği, bir kanalın tasarım aşamasından itibaren özenle ve ciddiyetle hazırlanması ve uygulanması gereken bir kurallar bütünü içermelidir. Bir anlamda, o kanalın görsel anayasası olacak bu kurallar, içerik ve program formatlarını da yani kanalın kimliğini ve kişiliğini de belirleyecek, en azından temsil edecektir.

Bu noktada, televizyon kanalları için önemli bir konu olan ve görsel tasarım unsurları açısından tanımları ve sınırları belirleyen bir anayasa niteliğinde olan “**Commisioning**” ve “ **Channel Branding**” kavramlarından söz etmek gerekir.⁴⁸

Televizyon yayıncılığında “ İşletme Prensipleri” ve “ Kanal Markalama” olarak Türkçeye çevirebileceğimiz bu kavramlar, konumuz olan Görsel Tasarım ve Kanal Kimliği konusunda yol gösterici unsurlardır. Kanalın kimliğine dair bütün öğeleri ve nasıl kullanılacağını açıklayan bu kavramların, bir kanalın tasarımı aşamasında yazılıp, çizilmesi ve harfiyen uygulanması gerekir.

Bu konuda bir örnek vermek için küçük bir karşılaştırma yaparsak, Televizyon yayıncılığında öncü ve örnek kuruluş olan BBC kurumu ile TRT kurumunu karşılaştırabiliriz; BBC kurumunun sitesinde bu kavramlar altındaki linkten ulaşılan

⁴⁸ www.bbc.co.uk/commisioning

sayfalarda, kurumun prensipleri ve bütün kanalların görsel kimlikleriyle ilgili çok kapsamlı tanım ve örneklerle ulaşıyoruz;

<http://www.bbc.co.uk/commissioning/tvbranding/>

Aynı konuda TRT 'nin websitesinde ise sadece logo örneklerine ve yayınlar başlığından erişilen faaliyet raporları içinde kimi kanal tanımlarına ulaşıyoruz;

<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/anasayfa.aspx>

Özellikle son iki yıldır yeniden yapılanma ve tematik kanal açılımlarıyla dikkat çeken TRT'nin bu konuda önemli mesafe almasına karşın bu noktalarda henüz yeterli düzeye gelemediğini söyleyebiliriz.

Logo ve görsel kimlik unsurlarının kanalın içeriğiyle yakından ilişkili olması gerektiğini, en azından aralarında bir çağrışım olması gerektiğini söylemiştik. Bir örnek olarak çalışanın ileriki bölümlerinde incelenecek olan, TRT Çocuk Kanalı'nın logosu gösterilebilir. Uzun süren hazırlık ve çalışmalardan sonra tasarımı tamamlanan bu logonun hemen ilk bakışta çocuk ve çocukluğu çağrıştıran sevimli, elle çizilmiş gibi bir havası olduğu dikkat çekmektedir. (Bkz.Şekil.30)



Şekil. 30. TRT Çocuk Kanalı Yayın Logosu

İleriki bölümlerde diğer ,görsel kimlik çalışmalarının da inceleneceği bu kanal için görsel tasarım unsurlarıyla içerik ve kanal kimliğinin uyumu konusunda oldukça başarılı bir kanal olduğu söylenebilir.

Görsel tasarım ve Kanal Kimliği kavramlarının yakın ilişkide olması, hatta birbirini içeren, tamamlayan kavramlar olması nedeniyle çoğu zaman, bu iki süreç aynı anda tasarlanmışlardır. Yani, kanal kimlikleri, editoryal yönden tasarlanırken, logo vb görsel kimlik unsurları da birlikte düşünülmüştür.

Görsel Tasarım kavramı, genel olarak kanal kimliği çalışmasında üretilen görseller olarak algılanmaktadır. Bu algının iyi tarafı, kanalın içerik tasarımı yapılırken,veya yapılmadan önce ilgili kimlik görsellerinin üretilmiş olmasıdır. Kötü tarafı ise, görsel tasarım kavramının kimlik unsurları dışında kalan kavramların kısmen göz ardı edilmesidir. (ışık,renkler,dekor tasarımları, çekim ölçekleri, vb)

Logo ve görsel tasarım unsurlarının, kullanılacağı kanalla olan uyumları konusu elbette önemlidir. Ancak, kanalın kimliği dışında bu kanalın bulunduğu kurumun kimliği de bir şemsiye kimlik olarak ilgili kanla bir uyum içinde olmalıdır.

Bu noktada, yine iki Kamu yayın Kurumu olan TRT ve BBC’yi ve yapıları altındaki kanalları logoları üzerinden karşılaştırabiliriz; (Bkz. Şekil 31)



Şekil.31. TRT ve BBC Logo Tasarımları

Bu örnekte göze çarpan ilk özellik, BBC kanallarına ait logolarda bir sadelik ve bir örneklik bulunması, buna karşın TRT kanallarına ait logolarda, bir benzemezlik, ve karakter/font karmaşası bulunmasıdır. Bu karmaşa o kadar belirgindir ki, örnekte bulunan dört TRT logosunun hepsinde TRT markası, değişik renk ve fontlarla kullanılmıştır.. Buna karşın BBC logolarının hepsinde BBC markası aynı ölçekte, aynı fontla ve aynı renklerle kullanılmıştır.

Kurumsal kimlik konusu, kanal kimliklerin kapsayıcı bir kavram olmalıdır. Aynı kurum içinde varolan kanalların, kendi logolarını ve görsel tasarımlarını oluştururken kurumun genel kimliğinden kopmaları gerekmez. Kanal kimliğinde ayırıcı öğeler kullanmak elbette gereklidir,ancak, tabloda yeralan logolar gibi birbirinden çok başka örnekler kullanmak pek doğru olmayacaktır.

İşte bu karmaşanın, bu kafa karışıklığının önlenmesi için, bu çalışmanın sonuç bölümünde bazı öneriler getirilecek ve bu konuda TRT kurumunda bir yol haritası çıkarılması, tek elden bir tasarım planlaması yapılması için katkıda bulunacak proje fikirleri ortaya konacaktır.

2. TRT ve GÖRSEL TASARIM

2.1. TRT de Görsel Tasarım Algısı / Kavram ve Planlama

TRT de Görsel Tasarım Algısı üzerine düşünürken, mutlaka dönemlere ayırarak bir değerlendirme yapmak gereklidir. Modern bir icat olan Televizyon'un ülkemizde deneme aşamasında olduğu İTÜ stüdyolarından yapılan yerel yayınlar döneminde başlayan, 1968 den itibaren TRT kurumu bünyesinde devam eden yayıncılık macerasında bu kavramın gelişimi de teknolojiye ve diğer etmenlere bağlı olarak değişik bir seyir izlemiştir.

1964 yılında TRT'nin resmen kurulmasından bir yıl önce Türk Dışişleri Bakanlığı ile Federal Almanya Hükümeti arasında varılan bir anlaşma ile Türkiye de bir Televizyon Eğitim Merkezi kurulması kararlaştırıldı. Bu merkez ileride TRT nin yürüteceği yayıncılık faaliyetleri için eleman yetiştirecekti.

TRT nin kurulmasından sonra, önce Radyoda görev yapan teknik eleman ve yapımcıların Almanla tarafından eğitime alınmaları süreci başladı. 1967 sonlarında Televizyon Dairesi'nin kurulmasını takiben, Almanlara alternatif olarak, yayıncılıkta iyi bir ekol olan BBC kurumuyla temas kuruldu ve bu kurumdan eğitimciler istendi.

İngiliz eğitimcilerin, Almanlara oranla daha başarılı, daha verimli olduklarına kanaat getiren TRT yönetimi, bu tarihten sonra eğitim ve program alımı konusunda BBC kurumuna yönelmiş oldu. Böylece teknik donanım konusunda Almanlarla işbirliği yapan TRT, yayın planlama ve program politikaları açısından BBC tarzını benimsemeye başladı.

Daha sonra ise BBC ile yapılan anlaşma çerçevesinde BBC televizyonundan bir uzman gelerek televizyon eğitim kursları düzenledi. Bu kurslarda, kursiyerlerin hazırladıkları programlarda kullanılan dekor, kostüm, grafik gibi çalışmalar için gerekli olan elemanlar için de eğitim kursları düzenlendi.¹

¹ **Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı**, Aysel Aziz, TRT Yayını, 1999, S. 23

Bu elemanlar içinde,daha sonra dekor ve grafik şubelerinin temellerini oluşturacak olan elemanların olması ve bu insanların bu eğitimlerin sayesinde ilgili bölümleri kurmuş olmaları, bir anlamda TRT de Görsel Tasarım kavramının ilk oluşumu sayılabilir.

Bu yıllardan başlayarak TRT kadroları içinde Görsel Tasarım kavramının öncelikle ve ağırlıkla Dekor Tasarımı olarak algılanmasının temelinde bu tarihi gelişmeler yatmaktadır. Bugün bile, “ Artistik Hizmetler” bölümü içinde çalışan personelin çoğu, bu kavramı Dekor Tasarımı gibi görmektedir.

İlk yıllarda başlayan Teknik Konularda Almanlara, program anlayışında İngilizlere yakın olma alışkanlığı, Görsel Tasarım algısını da belirlemiştir diyebiliriz. Bu nedenle, teknik personelin bu konudaki algısı; Işık, Görüntü Düzenlemesi vb şeklinde oluşurken, program kadroları ve “ Artistik Hizmetler” denilen dekor, kostüm, grafik kadroları, daha çok dekor ve sahne tasarsımı şeklinde bir algı geliştirmişlerdir.

Görsel Tasarım algısının baştan itibaren parçalı olarak gelişmesi sonraki yıllarda da devam etti. İleriki bölümlerde göreceğimiz siyah-beyaz ve renkli yayın dönemlerinde de etkisini sürdürdü.

TRT nin kuruluş yıllarından başlayarak, Anayasayla belirlenmiş bir Kamu Yayıncılığı tanımı içine yerleştirilmiş olması, hem yayın içerikleri, hem de Görsel Tasarım yönünden ağırbaşlı bir tavır içinde olması sonucunu getirmiştir. Bir anlamda Kamu yayıncısına özel bir Görsel Tasarım anlayışı gelişmiş ve uzun yıllar devam etmiştir. Siyasilerin etkileri ve hatta müdahaleleri yayın planlamasını ve her türlü tasarımı belirler hale gelmiştir.

Bu konuda teknik kadrolar ayrı, yapım ve artistik kadroları ayrı bakış açılarıyla çalışmaya ve üretmeye devam ettiler. Bu karma anlayış, yaklaşık 30 yıl devam ettikten sonra ilk kez 1998-2000 yıllarında bu konuyu ve kavramı da kapsayan geniş bir yeniden yapılanma sürecine girilmesiyle yeni bir aşamaya, yeni bir anlayışa doğru değişim göstermeye başladı.

Televizyon yayıncılığında tasarım kavramının bütün boyutlarıyla ele alınmasıyla, bütün üretim ve yapım süreçleri yeniden tanımlanmaya, ilk kez kanal kimliği kavramı üzerinde durulmaya ve bu kimliklere bağlı olarak görsel tasarım uygulamaları yapılmaya başlandı.

TRT Yönetim Kurulunun 15.12.1998 tarihli kararıyla bu uzun ve zahmetli süreci yürütmek üzere “ Değişim Ofisi” kuruldu ve ilk kez Görsel Tasarım kavramının da içinde yer aldığı bir dizi hedefe sahip, “ Başarılı bir gelecek için Değişim Programı Tasarımı” başlıklı bir program başlatılmış oldu.

Bu programın yol haritasını çıkarmak ve uygulama esaslarını belirlemek için Mc Kinsey&Company firmasıyla çalışmaya başlayan Değişim Ofisi böylece TRT tarihinde ilk kez, yayıncılığa dair kavram ve tanımların yeniden belirleneceği ve planlanacağı bir süreci başlatmış oluyordu.

Görsel Tasarım kavramına dair planlamaların da ilk kez ciddi biçimde yapıldığı dönem bu dönem olmuştur. Kurum ve Kanal Kimliğiyle yakın bağlantılı olan bu kavram, kanal kimlikleri değişimi projesi sırasında doğal olarak ele alınmış ve ilk olarak TRT logolarının değişimi ve konumlanması çalışması başlatılmıştı.

Değişim Ofisi bünyesinde kurulan Alt Proje Gruplarından biri olan “ Tanıtım ve Kurumsal İletişim Alt Proje Grubu” tarafından yürütülen çalışmalar sonucunda;

“Proje alt grubu çalışmalarını tamamlayarak,hazırladıkları rapor ,değişim ofisi başkanlığı tarafından Yönetim Kuruluna sunulmuş ve raporda yer alan öneriler doğrultusunda, Yönetim Kurulu, 09/05/2000 tarih ve 2000/144 sayılı kararı ile Kurum Kimliğimizin yeniden oluşturulması ve bunun Kamuoyuna tanıtılması için,Stratejik çalışma, tasarım ve Üretim aşamalarından oluşacak projenin Pittard-Sullivan firması ile gerçekleştirilmesini uygun bulmuş ve firma ile sözleşme imzalaması için Genel Müdürlüğü yetkili kılmıştır.

Makamın 18/05/2000 tarih ve 252 sayılı oluru ile Proje Sorumlusu olarak görevlendirilen Genel Müdür Yayın-Program Yardımcısı Bülent Varol'un başkanlığında , 03/07/2000 tarihinde başlatılan ve 28 hafta süren projede aşağıda belirtilen çalışmalar gerçekleştirilmiştir;

- TRT' nin Radyo,Televizyon ve İnternet yayınlarında yeniden markalandırma stratejisinin oluşturulması ve bu stratejinin uygulamaya konulması
- Marka Vizyonu, misyonu ve konumlandırması açısından bir marka stratejisinin geliştirilmesi.
- Pazarlama ve İletişim Stratejileri ile bileşik ve sayısal medyalara yönelik stratejilerin geliştirilmesi”
- Öngörülen marka ve pazarlama stratejisinin uygulanmasında ihtiyaç duyulan yaratıcı çalışmaların temelini oluşturacak platformun belirlenmesi ve bu platform üzerinde geliştirilen ekran içi ve ekran dışı 121 parça tanıtım ürününün üretilmesi.

Tüm kurumsal kimlik çalışmalarında, TRT, değerlerinde geleneksel, düşüncesinde çağdaş,teknolojik yaklaşımında ise ileri görüşlü bir yayın kuruluşu olarak tanımlanmaya çalışılmıştır. Kurumsal logonun yanı sıra kanal logoları işelmprogram ve kanal jeneriklerinde marka bütünlüğü sağlanmıştır.

Bu çalışma ile oluşturulan “ Tanıtım Merkezi” Ocak 2001 den itibaren çalışmalarına devam etmektedir.”²

Görüldüğü gibi, gerçekten çok kapsamlı ve ciddi bir çalışma başlatılmış ve o güne kadar üzerinde durulmayan pek çok kavram ele alınarak, TRT tarihinde önemli bir aşamaya geçilmiştir. Bu çalışmanın ürünü olan logolar ve diğer tasarımlar uzun

² **Yayıncılığın Değişen Dünyası ve TRT'nin Yeniden Yapılandırılması** Rapor, Ahmet Tarakçıoğlu, Ocak 2004, S.18-20

yıllar kullanılmış ve ileriki bölümlerde ele alınacak olan “ Tematik Kanallar Açılımı” için zemin oluşturmuş ve büyük ölçüde esaslarını belirlemiştir.

Değişim Ofisinin bu çalışmalarıyla başlayan proje, daha sonraki yıllarda kurum içi iletişim ve koordinasyon sorunları ve arkasından gelen yönetim değişikliği nedeniyle tamamlanamamıştır. Ancak bizim tez konumuzu oluşturan Görsel Tasarım ve Kanal Kimlikleri konusunda farkındalık yaratan ve çığır açan bir dönem olmuştur.



Şekil. 32. TRT Kurumsal Logo (2000)

2.2 Tek Kanallı ve Siyah Beyaz Dönemdeki Uygulamalar

TRT nin Almanya'nın teknik yardımıyla Televizyon yayınlarının altyapısını kurduğunu bir önceki bölümde görmüştük. 'Türkiye' de Siyah Beyaz olarak başlayan televizyon yayınları aslında aynı dönemde Almanya da renkli olarak yapılabilirdi.

Buna rağmen Almanya ile Siyah Beyaz Televizyon Altyapısı konusunda işbirliği yapılması, bu konuda derinlemesine, ayrıntılı planlar yapılmadan karar verildiğini göstermektedir. Daha sonraki yıllarda bu konu üzerinde çok tartışılmıştır.

Federal Almanya'nın renkli televizyon yayınlarına geçmesiyle, elindeki siyah beyaz televizyon stokunu eritmek ve bir pazar bulmak için bu teknik yardımı yaptığı söylenmiştir. Türkiye, televizyon yayınlarına bu denli gecikmiş olarak başladığına göre, doğrudan renkli televizyon teknolojisiyle başlamasının daha doğru olacağı savları ileri sürülmüştür. İleriki yıllarda TRT nin renkli yayın tekniğine geçerken, yeniden yaptığı büyük yatırımlar düşünüldüğünde bu savların pek de haksız olmadığı anlaşılmaktadır ³

Siyah Beyaz Dönemdeki gelişmeleri ve yayıncılık anlayışını,Türkiye'de Televizyon yayıncılığının duayenlerinden ve TRT'nin efsane isimlerinden Sn.Haluk BURAN,bir dergide yaptığı söyleşide şöyle anlatıyor;

Mayıs 1964 tarihinde 359 sayılı yasanın yürürlüğü girmesiyle Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) , özerk ve yayınları tarafsız kamu yayın kuruluşu olarak kurulmuştur. Bundan bir yıl önce Alman Hükümeti ile Türk Hükümeti arasında Teknik Yardım Antlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşma ile Ankara'da bir Televizyon Eğitim Merkezi olarak bir TV stüdyosu kurulması, televizyon yayınları için teknik eleman ve programcı yetiştirilmesi öngörülmüştür. 1966 yılında burada kapalı devre televizyon yayınları ile program yapımlarına başlanmıştır.

TRT Yönetim Kurulu, Alman Teknik Yardım faslından temin edilen 5 KW'lık bir

³ Özden Çankaya, **Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi; TRT 1927-2000**, YKY,2003, S. 77

verici ile televizyon yayınlarının Ankara’da başlamasını kararlaştırmıştır. Bu kararla 31 Ocak 1968 tarihinde akşam saat 19,30’da Ankara’da televizyon deneme yayını adı altında başlamıştır. “Burası 5.kanaldan yayın yapan Ankara Televizyonu” anonsu ile Televizyon M¼d¼r¼ Mahmut Tali ngren tarafından açılış konuşması yapılmış ve saat 20.00’de ekranda ilk haber b¼ltenini Zafer Cilasun sunmuştur.

Hava durumu ve çizgi film ile belgesel yayınından sonra 20.50 de kapanış anonsu yapılarak İstiklal Marşı ile ilk g¼nk¼ yayını sona ermiştir. (Bkz. şekil.33.)



şekil. 33. 31 Ocak 1968. TRT de İlk Televizyon Yayını

Ankara’da başlayan televizyon yayınlarında Mithatpaşa Caddesinde bir apartman bodrumunda kurulan tek televizyon st¼dyosunda anonslar, haberler, söyleşi, edebiyat, tiyatro programları peş peşe canlı, aralarda yurt dışından temin edilen kısa metrajlı filmler yayınlanmıştır. Televizyon alışanları, Ankara Radyosu ve Basın Yayın Genel M¼d¼rl¼ę¼’nde daha önce çeşitli görevlerde bulunmuş yayıncılardan oluşmuş ve bunlar tamamen amatör ruhla çalışmışlardır. İlk zamanlarda haftada 3 g¼n yapılan yayınlar 3 ila 3,5 saat olarak yapılmış, daha sonraları yayınlar haftada 9-10 saat olan 4 ve 5 g¼ne çıkarılmıştır.

Siyah-beyaz yapılan bu yayınlar sadece Ankara’da yayınlanmış ve yurda getirilerek satılan televizyon alıcıları ile bu televizyonları alabilecek aileler tarafından açılıştan kapanışa kadar aralıksız seyredilmiştir.

Televizyonu olmayan aileler de televizyonu olan ailelere misafirlğe giderek televizyon seyrederek televizyonla tanışmışlar, bu misafirlğe de “telesafirlik” adı takılmıştır. Ankara Televizyonu tarafından hazırlanan “Projeli Köy Programları”nın yayınından önce Ankara çevresindeki köylere TRT tarafından televizyon alıcıları dağıtılmış ve yayınların izlenmesi sağlanmıştır.



Şekil. 34. TRT de Tiyatro Yayını

Yayınlar esnasında arıza ve aksaklıklar olunca yayına ara verilir ve ekranda değişik resim tabloları ve manzara görüntüleri ile müzik yayını yapılmıştır. Bu görüntüler arasında en çok kullanılan maşrapa adı ile anılan su kabı yer almış ve televizyon tarihinin mizahları arasında yerini almıştır.

1969 Temmuz ayında insanın Ay’a inişi canlı yayınlanamadığı için çekilen film yayın günü olmadığı halde saat 21.00 den itibaren televizyondan yayınlanacağı ilan edilmesine rağmen filmi getiren uçağın Ankara’ya normal saatinden bir saat geç inmesi nedeniyle 21.45 de yayına verilebilmiştir.

1970 yılında Ankara Televizyonu yayın saatini haftada 4 güne çıkarmıştır. Salı, Perşembe, Cumartesi, Pazar günleri yayın yapılmıştır. Açılışı iki kez ertelenen İzmir Televizyonu 7 Eylülde yayına başlamıştır. İzmir Belediyesi’nce yapılan televizyon yayınları fuar süresince devam etmiştir.



Şekil.35. TRT'nin İlk Siyah Beyaz Naklen Yayın Aracı

Alman Teknik Yardım faslından temin edilen siyah-beyaz naklen arabası ile ilk naklen yayın İzmir'den 1971 Ekim ayında bir maç ve aynı tarihte İzmir'deki Akdeniz Olimpiyatları ile yapılmıştır. 1971 yılında Akdeniz Oyunları'nın naklen yayınına kısa bir süre kala provaların yapıldığı Atatürk Stadında elektrikler kesilmesiyle karanlıkta araç gereçlerin toplanması sırasında link cihazının dipol anteni kaybolmuştur. Yayınların tehlikeye girmesi üzerine İzmir'de bir tornacı bulunarak gece dükkanı açtırılarak sabaha kadar dipol anten yaptırılmış ve ertesi sabah başlayacak oyunların naklen yayınına yetiştirilmiştir.

1971 yılından itibaren televizyon yayınları deneme kapsamından çıkarılmış ve televizyon vericileri büyük bir hızla yurda yayılmıştır. Ankara'da başlayan televizyon yayınları diğer illerde önce paket yayın şeklinde gelişmiştir.

İstanbul'da İTÜ TV stüdyo ve vericisi paket yayın için kullanılmıştır. Alman Teknik Yardım faslından sağlanan stüdyo donanımları ile Ankara dışında paket yayın yapacak televizyon stüdyoları ve vericileri kurulmaya başlamıştır. Ankara Televizyonu stüdyosunda yapılan yayınlar anında banda kaydedilmiş, ertesi gün uçakla ulaştırılan bantlar paket yayın yapan televizyon stüdyoları ile vericilerinden yayınlanmıştır.

Edirne, Erzurum, Antalya, Diyarbakır, Çukurova, Gaziantep paket televizyon yayınları izlemiştir. PTT radyolink sistemleri yaygınlaşınca paket yayınlara son verilerek Merkez yayına bağlanmış, PTT'nin radyolink sistemi olmayan illere de TRT tarafından radyolink kurularak ana yayının

tüm yurda ulaştırılmasına çalışılmıştır. 1972 yılında TRT , Avrupa Yayın Birliği'nin oluşturduğu Eurovision televizyon şebekesinden Münih Olimpiyatları'nı canlı naklen yayınlamıştır. Televizyonun yurt dışından ilk naklen yayını olan Münih Olimpiyatları'nın aktarılması zaman darlığı ve teknik olanaksızlıklar nedeniyle çok zor gerçekleştirilmiştir. Bir hafta gibi kısa bir süre içinde gerekli araç ve gereç temin edilerek dış yayından kaynaklanan şebeke ve senkron bozukluklarının giderilmesi ile naklen yayın yapılabilmiştir.

Marmara Bölgesinde televizyon yayınlarının seyredilmesini sağlamak üzere 30 Aralık 1972 tarihinde Çamlıca vericisi hizmete girmiştir. Bazı teknik yetkililerin görüşüne göre, verici Uludağ'a kurulsaydı 200 km'lik bir çevreye yayın yapılması sağlanacağı iddia edilmiştir. Daha sonra Uludağ'a inşa edilen yeni bir verici ile Çamlıca vericisinin ulaşamadığı yerler televizyon yayınlarını izler duruma gelmiştir. 1973 yılına kadar 5 gün yapılan televizyon yayınları 1974 yılında 7 güne çıkarılmış, hafta sonları gündüz yayınları da yapılmaya başlanmıştır.



Şekil. 36. İstanbul Çamlıca Verici Kulesi

1974 yılında İstanbul TV Prodüksiyon Müdürlüğü kurulmuş ve İ.T.Ü. TV stüdyosu kullanılarak Ankara Merkez yayınına program üretilmeye başlanmıştır. Canlı yayınlanan programlara da İstanbul'dan katılması gereken sanatçılar ile tamamı İstanbul'dan canlı yapılan programlar için bu stüdyodan canlı bağlantılar yapılmıştır. Bu stüdyonun cihaz donanımı, Alman Teknik Yardım faslından sağlanan cihazlardan oluşturulmuş ve bu yardımla gelen siyah-beyaz naklen yayın arabasının biri İstanbul'dan yapılan maç, konser, festival ve yarışma programları naklen yayınlarında kullanılmıştır.

Genel nüfus sayımı dolayısıyla sokağa çıkamayan halkı ekran başında eğlendirmek üzere televizyon ilk tam gün yayınına gerçekleştirmiştir. 12 Ekim 1975 de yapılan seçim sonuçlarının anında izleyiciye duyurulması nedeniyle televizyon sabaha kadar süren ilk seçim yayınına gerçekleştirmiştir.



Şekil. 37. TRT Eurovision Merkezi, Ankara

1975 yılında ilk defa Eurovision Şarkı Yarışmasına katılan ülkemiz tüm Avrupa ülkelerinde TRT'nin seçtiği eserle temsil edilmiştir. 1976 yılında İstanbul'da Bağlarbaşı semtindeki bir okul binasında İstanbul'daki ikinci televizyon stüdyosu

açılarak televizyonda yayınlanan Yaykur yaygın eğitim ve çeşitli programlar gerçekleştirilmiştir.

Bu binada TRT'nin Ankara'dan sonra İstanbul'da da film seslendirme stüdyosu açılarak yıllarca Yeşilçam'da çalışan seslendirme sanatçılarından televizyonda da yararlanılması düşünülmüş, böylece değişik seslerle çalışılmış, ve Ankara Devlet Tiyatrosu dışında sanatçıları ekranda yer alması mümkün olmuştur.

1978 yılında TRT'de konulu film yapımları, Yeşilçam yönetmenlerine yaptırılmış ve Aşk-ı Memnu, Yorgun Savaşçı, Preveze Zaferi, Ceza Avukatının Anıları filmleri çekilmiştir . İlk defa televizyonda yayınlanmak üzere konulu film ve dizi yapımına başlanmıştır. Bu yapımlara daha sonraki yıllarda da devam edilerek günümüze kadar gelmiş ve TRT dışında özel yapım firmaları tarafından televizyon için film ve dizi gerçekleştirmişlerdir.

1979 yılında da bütün dünya çocuklarının davet edildiği bir 23 Nisan Çocuk Şenliği düzenlenmiş ve bugüne kadar katılan ülke sayısı artarak devam etmiştir. Dünya ülkelerinden katılan çocukların ülkemiz çocukları ile kaynaşmasını sağlamak için gelenler ailelerin yanında misafir edilmekte ve hep birlikte hafta boyunca yapılan etkinlikler ve törenlere katılarak dünyadaki tek çocuk bayramını kutlamaktadır. Bunlar yurdumuzla birlikte bir çok ülkede yayınlanarak ülkemizin tanıtımına da katkıda bulunmaktadır.



Şekil. 38. TRT 23 Nisan Çocuk Şenliği

TRT'nin satın aldığı naklen yayın arabaları da renkli televizyona uygun donatılmış olduğu için yapılan naklen yayınlar renkli yapılabilmektedir. 1979 yılında Papa'nın yurdumuzu ziyareti, İstanbul başta olmak üzere gittiği illerden tüm dünyaya haber ve program naklen yayınları renkli olarak gerçekleştirilmiştir. Bu naklen yayın arabalarından önce biri İstanbul'daki naklen yayınlar için İstanbul TV'ye tahsis edilmiş, ancak daha sonra İstanbul'daki naklen yayınların çokluğu göz önüne alınarak ikinci renkli naklen yayın arabası İstanbul'a getirilmiştir. Bu imkanlarla hükümetçe tamamen renkli yayına geçilinceye kadar bazı programların renkli yayını hususunda TRT'ye verilen izinle gerçekleştirilen renkli program ve naklen yayınlarla renkli yayın için Kurumda deney kazanılmıştır.



Şekil. 39. TRT Haber 16 mm Film Montajı



Şekil. 40. Program Film Çekimi

Program ve haberlerin dış çekimleri 16 mm film kameraları ile film sesli veya sessiz olarak yapılarak Kurum imkanları ile banyo edildikten sonra kurgu masalarında kurgulanmıştır. Sesli çekimlerde kurgu sırasında görüntü ve ses eşlemesi de yapılarak yayına hazır hale getirilmiştir. Sessiz çekilmişse görüntü kurgusundan sonra stüdyoda seslendirilerek görüntü ve ses eşlemesi yapılır ve film yayına gönderilmiştir. Haber görüntüleri de 16 mm film ile çekilerek haber saatine kadar bütün işlemleri bitirilerek yayına film gösterme cihazı telesineden yayına verilmiştir.

Ankara'da Kavaklıdere semtindeki stüdyolarından televizyon yayınları yapılmaya başladıktan sonra televizyon yayınlarının ilk yapıldığı Mithatpaşa caddesindeki stüdyo, Alman Teknik Yardım faslından renkli bir Eğitim Stüdyosu'na dönüştürülmüş ve İstanbul'da inşaatı devam eden TV binasına da renkli iki televizyon stüdyosu kurulması planlanmıştır. Bu stüdyolara renkli teknik donanım önce bir stüdyoda kurulmuş ve renkli televizyon eğitimi yapılmıştır. Diğer stüdyoda ise renkli teknik donanım bir kaç yıl sonra kurularak İstanbul TV renkli iki stüdyoya kavuşmuştur. Televizyonda ilk renkli yapım ve deneme yayınları İstanbul TV stüdyosu tesislerinden yapılmıştır.

1979 yılbaşı programlarının bazı bölümleri İstanbul'da stüdyo ve naklen yayın arabaları ile renkli olarak kaydedilmiş ve yayının büyük bölümü canlı olmak üzere tamamı renkli olarak İstanbul TV stüdyolarından yayınlanmıştır. Yayında her hangi bir aksaklık olması durumunda yayında kesinti olmaması için stüdyoya yedek olarak jeneratörlü naklen yayın arabası da hazır bulundurulmuştur.

1 Temmuz 1984 de televizyon tümüyle renkli yayına geçinceye kadar film çekimi ile gerçekleştirilen program ve haber çekimleri, bu tarihten sonra U-Matic ve Betacam video kamera ve kayıt cihazları ile yapılmaya başlanmıştır. Uzun metrajlı sinema filmleri ile bazı bir kaç bölüm olarak yayınlanacak konulu televizyon dizileri dışındaki programlar ile haberlerin tamamı artık video kamera ile çekilmeye başlanmış ve kurgular da artık video kurgu olarak yapılmıştır. Böylece programların yayına hazır hale getirilerek gerçekleştirilme süreleri çok kısalmıştır.

TRT'de siyah-beyaz ve ilk renkli televizyon yayınlarında bütün dünyada olduğu gibi program kayıtlarında Ampex firmasının formatı olan 2 inç magnetik band formatlı resim kayıt ve okuma cihazları kullanılmıştır. Avrupa'da 2 inç format yerine B format 1 inç cihazlar kullanılmaya başlanmış, ancak kısa zaman sonra bunların yerini Sony firmasınınca geliştirilen C format 1 inç cihazlar almıştır.

Sony firması tarafından geliştirilmiş olan diğer bir kayıt formatı Umatic format 3/4 inç ve daha sonra çıkarılan Betacam formatla 1/2 inç kasetlere kayıt yapan cihazlarda yapılan kayıtların frekans band genişliğinin ancak haber yayınları için yeterli ve bu formatların portatif resim kayıt ve okuma cihazları olarak kullanılmaya uygun olması nedeniyle bu cihazlarla önce haber çekimleri gerçekleştirilmiştir.



Şekil. 41. Betacam Video Kamera

1984 yılına kadar hafta sonu Cumartesi ve Pazar günleri yapılan gündüz televizyon yayınları yanı sıra hafta içinde gündüz televizyon yayınları yapılmaya başlamıştır. İstanbul TV stüdyoları ile dış çekim imkanları ile hazırlanan magazin türü programların yer aldığı “Hanımlar Sizin İçin” adlı program sabah kuşağı 10.00-12.30 saatleri arasında önceleri haftada 3 gün, daha sonraları hafta içinde her gün yayınlanmıştır” .⁴

Siyah Beyaz dönemde tasarım anlayışı, daha çok Dekor Tasarımı yönünde olduğu için hazırlanan programlarda, tiyatro ve TV draması gibi formatlara ağırlık verilmiş, ayrıca forum ve tartışma gibi formatlar da hazırlanmıştır. TRT televizyonunun ilk yıllarında eğitim ve kültür işlevi ağır basan bir yönetim kadrosu / anlayışı olduğu için ortaya çıkan görsel tasarım anlayışı da buna bağlı olarak, hem renk olarak, hem de estetik olarak “renksiz” bir çizgiyi sürdürmüştür.

Televizyonun ilk yıllarındaki dekorlar daha çok, karton gibi basit ve ucuz maddelerden yapılırdı. Çünkü bütçede dekora yarılan ödenek yoktu. Hepsinden önemlisi dekor atölyesi yoktu, atölye daha sonraları yapılabilirdi. Dekor ödeneği

⁴, **Broadcaster Info** Dergisi, Haluk Buran, Sayı, 2006, Haziran, S. 17-22

olmadığı için malzeme alınamıyordu,depolama sorunları ve parasal sorunlar çalışmaları aksatıyordu.

İlk yılların önemli isimlerinden olan Deniz Soley, bu dönemi, Özden Çankaya'nın kitabı için yaptığı söyleşide şöyle anlatıyor;

“ Televizyon'un yayına geçtiği ilk yıllarda daha çok stüdyoda çekim yapılırdı Plato ve dış çekimler fazla olmazdı. Stüdyo dekoru, ışıyla, rengiyle, sesiyle çok farklıdır. Plato çekimlerinde ise bir drama dekoru hazırlanacağından reel, birebir çalışmalı, her şeyin otantik olmasına özen gösterilmelidir. Böylece platoda hazırlanan bir dekorda çok fazla eleman görev yapar, kira masrafları ve diğer masraflar artar. Tüm bu güçlüklerle rağmen ilk yıllarda drama dekorlarına günümüzdekinden çok daha fazla önem verilir, milimetrik olarak her adım plan üzerinde hesaplanır, çizilir ve kamera açıları tespit edilirdi. Yirmi santimetre gibi küçük ölçüler için bile dekoru söküp yeniden kurabilirdik ki, günümüzde aynı özveriye rastlayamıyoruz. Dekorcu olarak görev yapanlar,stüdyo planından,dekordan, dekorun ayakta durmasından, elemanların çalışmalarından sorumlu olurlardı. Bir programın dekorunu hazırlamak için stüdyoda kullanılan mekanların rölövesi çıkarılır, ölçeklendirilir, elliser santimetrekarelik karelere ayrılır ve her birine harfler, rakamlar verilirdi. TRT Televizyonunda dekoratör araştırır, yaratır ve onun yarattığını uygulamak için farkı elemanlar , bir uzmanlaşma içinde çalışırlardı. Bu ilk yıllarda yerleşmiş bir yayın geleneğiydi”⁵

Bu alıntı, TRT nin ilk yıllarındaki Siyah Beyaz dönemde yaşanan görsel tasarım algısı ve uygulaması hakkında en iyi bilgileri vermektedir. Dönemin idari ve mali sorunlarına karşın, kısıtlı eğitim ve gelişim imkanlarıyla çalışan ilk yılların özverili personeli, yine de günümüzde bile hatırlanan, klasik olmuş pek çok yapıyı ortaya koymuşlardır.

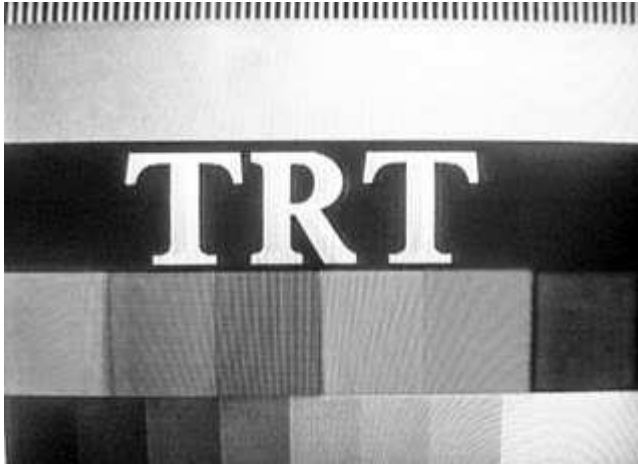
Bu çalışmanın hazırlanışı sırasında veya daha önce tanıma ve çalışma olanağı bulduğumuz ilk on yılın personeli arasında kendilerinden otuz yıl sonra gelen kuşaklardan daha iyi yayıncı nitelikleri olan pek çok insana rastlamak mümkündür.

⁵ **Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi; TRT 1927-2000**, Özden Çankaya, YKY,2003, S. 125

Görsel Tasarım ve diğer pek çok yayıncılık kavramı konusunda TRT'nin öncüleri olan bu kuşaklar, bir bakıma bu konularda kurumun hafızasını da oluşturdular.

Ne yazık ki zaman içinde bu hafıza kayboldu ve teknolojinin getirdiği kolaylıklara, eğitim ve kişisel gelişim olanaklarının artmasına rağmen, bu alanda çalışan kurum personeli büyük ölçüde geriye gitmiş oldu. Bu konuda çarpıcı bir örnek olarak ülkemizde yapılan Eurovision Şarkı Yarışması Prodüksiyonu gösterilebilir.

2004 yılında Eurovision Şarkı Yarışması Projesinde, TRT' nin genç reji/kamera ekipleriyle çalışılırken, format gereği Kamera Kartlarıyla çekim provaları yapılmak istenmiş ve ekibin çoğunun bu kavramdan habersiz olduğu, üstelik isteksiz oldukları görülmüştü. Oysaki 30 yıl önceki Siyah Beyaz dönemin elemanları için bu olay, günlük rutin çalışmalarının bir parçasıydı.



Şekil. 42. Siyah Beyaz TRT Yayın Açılış Logosu ve Test Sinyali

2.3.Renkli Yayıncılık ve Görsel Tasarım İlişkisi

Tezimizin başlarında renk olgusunu işlerken değindiğimiz gibi, dünyayı renkli görmek, renkleri algılamak nerdeyse görmenin kendisi kadar önemli bir aşamadır.

Aslında Türkiye de belki de hiç başlamaması gereken siyah beyaz TV yayıncılığı, 1981 yılından itibaren aşamalı olarak TRT de kendini hissettirmeye başlamıştır. Bu yıl içinde televizyon yayınlarında renkli yayın oranı giderek arttırıldı. 23 Nisan Çocuk Şenliği, 19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı, Prens Charles ve Prenses Diana'nın evlilik töreni gibi olaylar naklen ve renkli olarak yayınlandı.

1982 yılının Yılbaşı Programı da tamamen renkli olarak çekilmiş ve yayınlanmıştı. Bu dönemde TRT'nin Stüdyo Altyapısı renkli yayına uygun olarak yenilenmiş bulunuyordu.

Giderek artan renkli yayınlar sonunda, 1984 yılında tüm yayınların renkliye geçişi sağlandı. Bu yıl içinde Mayıs ayında önce reklamlar renkli olarak yayınlanmaya başladı, ardından 1 Temmuz 1984 tarihinde tüm yayınlar renkli olarak yapılmaya başlandı. Böylece, kuruluşundan bu yana geçen 16 yıl sonra, TRT Televizyonları ilk kez tamamı renkli yayına geçmiş oluyordu .⁶

Tunca Toskay'ın Genel Müdürlüğü döneminde yaşanan bu gelişmeler TRT için, özellikle konumuz olan Görsel Tasarım kavramı için çığır açan bir dönemin habercisiydi.

Renkli yayına geçişle birlikte, artık seyircinin de yapılan dekoru, kostümü, her türlü ekran grafiğini renkli gördüğü bir dönem başlamıştı. Artık seyirci görmez, fark etmez denecek bir dönem değildi. Ekran tasarımında yapılan her şey, renkleri ve detaylarıyla birlikte seyirciye ulaşıyordu. Bu gelişme, dekor tasarsımı ve ekran grafiklerinde biraz daha özen gösterilmesine neden olacaktı.

⁶ **Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı**, Prof.Dr. Aysel.AZİZ, TRT Yayını, 1999, S. 70-71

Ayrıca, teknolojik her gelişmenin abartarak yaşandığı ülkemizde, renkli televizyon döneminde de bazı abartılı renk kullanımları ortaya çıkacaktı. Bazı programlarda, aşırı renk yoğunluğunun kullanılması, özellikle renkli spot ışıkların stüdyolarda yoğunlaşması bunlara örnekti.

Dekor Tasarımı konusunda, ileri ülkelere bakılarak daha büyük ölçekli ve daha renkli dekorlar üretiliyordu. Öte yandan Belgesel Filmler de tamamen renkli olarak çekilip yayınlanıyordu. Sadece stüdyo yapımlarında değil, film, drama ve her türlü dış yapım için de tamamen renkli yapımlar tercih ediliyordu. Zaten uzun süredir dış alım ürünlerinin hemen tamamı renkli yapımlardan oluşuyordu.

Renkli teknolojinin yaygınlaşmasıyla birlikte ekran estetiğini etkileyen ve dolayısıyla Görsel Tasarım kavramı içinde yer alan başka unsurlar da ekranı değiştirmeye başladı. Stüdyolarda tercih edilen renkli robot ışıkların yanı sıra, projeksiyon sistemleri, gelişmiş grafik animasyon cihazları vb araçlar, renkli yayında göze çarpan ekran unsurları oluyorlardı.

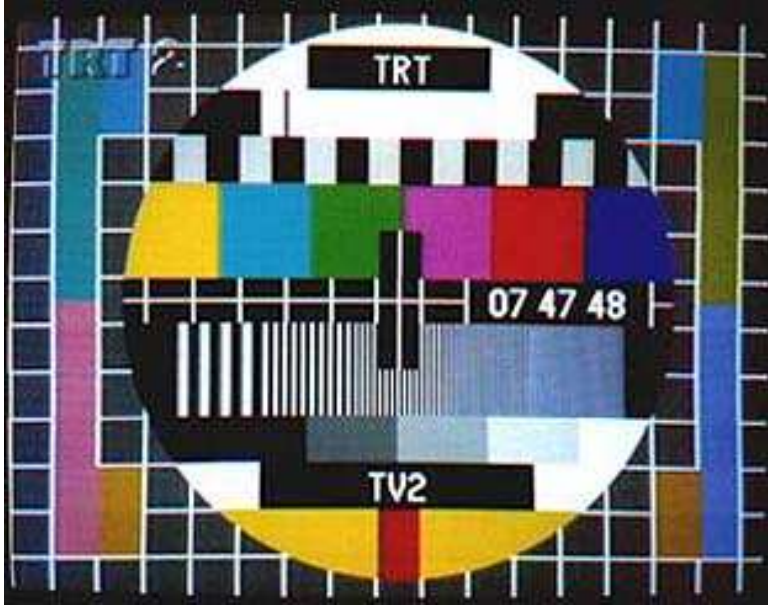
Aslında renkli yayınlar başlamadan önce de TRT nin kullandığı ekipmanların çoğu, zaten renkli yayına uyumluydu. Hatta, ekranda yer alan logolar da renkli olarak üretiliyor, ancak yayın aşamasında siyah beyaz olarak görünüyorlardı. Tamamen renkli yayına geçişle birlikte ilk kez TRT logoları da ekrana renkli olarak gelmiş oldular. Böylece kurumun ilk logo renkleri, yani kurumsal renkleri ekrandan yansıtılmış oldu.

Renkli yayına geçişle birlikte yaratıcı kadroların, ekran estetiği üzerindeki etkileri ve imkanları artmış oldu. Artık, siyah beyaz yayının getirdiği kısıtlamalar yoktu. 1984 yılından itibaren renkli yayınların başlamasıyla birlikte TRT'nin gelişimi de hızlanmış oldu. Artık bu ülkeye tek kanal yetmiyor gibiydi. Hem halkta ,hem siyasi iktidarda ikinci bir kanal ihtiyacı ve beklentisi vardı.

Renkli yayına geçiş, TRT'nin ikinci bir kanal açması sürecini hızlandırmış oldu. Renkli yayınla birlikte, TRT içinde üretim ağırlığı giderek artan TRT İstanbul Televizyonu, renkli yayının üretim merkezi haline geldi.

O tarihlerde renkli iki stüdyo ve iki renkli naklen yayın arabası bulunan İstanbul TV Müdürlüğü teknik imkanları ile müzik, eğlence ve magazin yönünden Ankara'ya göre daha avantajlı durumda olan İstanbul'da televizyon renkli yapım ve yayınlarının yapılması tercih edilmiştir. Ankara TV yapımcılarının çoğu yapım ve yayınlarını İstanbul TV stüdyo ve naklen yayın arabalarını kullanarak gerçekleştirmiştir.

Renkli yayına geçen TRT televizyonu için artık bir ikinci kanal oluşturulması düşünülmeye başlanmış ve o dönemin yöneticileri bu kanalın İstanbul merkezli olması doğrultusunda kararlar almıştır. İlk TRT televizyon yayını gibi önce üç büyük şehirde Ankara, İstanbul ve İzmir'de yayın yapması planlanan ikinci kanalın çalışmaları başlatılmış ve İstanbul TV stüdyolarının bu kanalın yayın merkezi olması kesinleşmiştir.⁷



Şekil. 43. TRT 2 (TV 2) Renkli Test Sinyali

⁷ , **Broadcaster İnfö Dergisi**, Haluk Buran, Sayı, 2006, Temmuz,, S. 22-26

2.4 Çok Kanallı Dönem ve Görsel Tasarımın Gelişimi

Çok kanallı dönem kavramını ikiye ayırmamız gerekiyor; birincisi, TRT'nin kendi içinde kanal sayısını arttırdığı dönem, diğeri özel kanalların kurulmasıyla başlayan çok kanallı dönem. Her iki dönemde de TRT içindeki Görsel Tasarım kavramı bu dönemlerdeki gelişmelerden etkilendiği için bu bölüm, ikiye ayırarak incelenecektir.

TRT'nin televizyonları ile ilgili gelişmeleri incelerken, üzerinde durulması gereken önemli bir olgu, kanal sayısının önce ikiye, sonraki yıllarda ise hızla üçe, dörde ve beşe çıkmasıdır. Bu konuda öncelikle belirtilmesi gereken nokta, Türkiye'nin Televizyon konusunda Dünya'daki gelişmeleri uygulamakta oldukça geç kaldığıdır.

Bu durum ilk televizyon yayınlarının başlamasında olduğu gibi, yayınların ülke çapında yaygınlaştırılmasında, kanalların çoğalmasında, ve renkli yayına geçişte de yaşanmıştır. Televizyon yayınlarının teknik olarak tüm ülkeyi kapsamaları için neredeyse 20 yıla yakın bir sürenin geçmesi beklenirken, ikinci bir kanal için de buna yakın bir süre geçmesi gerekmiştir. Oysa, bu gelişmeleri yürütmek için TRT Televizyonu'nun kısa zamanda yetiştirdiği iyi bir yapımcı ve yönetmen kadrosu ve teknik elemanları vardı.⁸

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı içerisinde yer alan ikinci kanalın açılışı, 6 Ekim 1986 tarihinde gerçekleşmiş, böylece ilk televizyon yayınından 18 yıl sonra TRT kurumu ve Türkiye ikinci kanalına kavuşmuştur.

İkinci kanalın hazırlıklarını, kuruluşunu ve uzun yıllar yönetimini gerçekleştiren ekibin içinde yer alan TRT'nin unutulmaz yöneticilerinden Sn.Haluk Buran, bu heyecanlı dönemi ve sonrasını şöyle anlatıyor; “ 1 Temmuz 1984 tarihinden itibaren TRT televizyon yayınlarının tamamı renkli yapılmaya başlamıştır. O tarihlerde renkli iki stüdyo ve iki renkli naklen yayın arabası bulunan İstanbul TV Müdürlüğü teknik imkanları ile müzik, eğlence ve magazin yönünden Ankara'ya göre daha avantajlı durumda olan İstanbul'da televizyon renkli yapım ve yayınlarının yapılması tercih edilmiştir.

⁸ **Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı**, Prof.Dr. Aysel.AZİZ, TRT Yayını, 1999, S. 74

TRT Ankara Televizyonu yapımcılarının çoğu yapım ve yayınlarını TRT İstanbul Televizyonu'nun stüdyo ve naklen yayın arabalarını kullanarak gerçekleştirmiştir.

Renkli yayına geçen TRT televizyonu için artık bir ikinci kanal oluşturulması düşünülmeye başlamış ve o dönemin yöneticileri bu kanalın İstanbul merkezli olması doğrultusunda kararlar almıştır. İlk TRT televizyon yayını gibi önce üç büyük şehirde Ankara, İstanbul ve İzmir'de yayın yapması planlanan ikinci kanal çalışmaları başlatılmış ve İstanbul TV stüdyoları bu kanalın yayın merkezi olması kesinleşmiştir.

O güne kadar sadece program yapım ve canlı yayınları yapılan İstanbul TV stüdyoları yeni kanalın yayın merkezi olarak donatılması planlanmaya başlamış, ancak gerek stüdyo cihazları, gerekse verici cihazlarının ikinci kanal yayınlarının başlatılması düşünülen tarihe kadar yetiştirilmesi mümkün olmayacağı anlaşıldığı için önce üç şehre üç verici teminine çalışarak mevcut stüdyo imkanları ile günde birkaç saat yayın yapılmasına karar verilmiştir.

1 Eylül 1986 tarihinden itibaren 15 gün kapalı devre, sonra 15 gün de antenden ikinci kanal deneme yayınları ile mevcut İstanbul TV personeli yayına alıştırılması için gerekli hazırlıklar yapılmış ve eksikler tespit edilerek giderilmesine çalışılmıştır. İstanbul'un düşman işgalinden kurtuluşunun yıldönümü olan 6 Ekim 1986 da ikinci kanalın yayına başlaması kararlaştırılmıştır.

O gün İstanbul TV stüdyolarında TRT2 TV yayınları için görkemli bir tören ve Emel Sayın konseri ile Atatürk Kültür Merkezi'nde de davetliler huzurundaki bir konserle işletmeye açılmıştır. Yayın merkezi İstanbul TV olan bu yayınlar önce sadece Ankara, İstanbul ve İzmir'de günde 3 saat olarak yapılmış ve yayın akışında yer alan "Haber" yayını ise linkle İstanbul TV'ye getirilerek buradan yayına verilmiştir. TRT2 yayınları, bir yıl sonra 29 adet yeni verici ile daha geniş bir alana ulaştırılmış ve yayın saatleri arttırılmıştır. Bu arada İstanbul TV stüdyolarında da bir haber ve bir devamlılık stüdyosu ile diğer eksik cihazlar tamamlanarak yapım yanında yayın yapan bir televizyon istasyonu haline getirilmiştir. Ankara TV stüdyoları da renkli yapım ve yayın yapacak şekilde yeniden donatılmıştır.

Teknik imkanların artması ile İstanbul TV stüdyoları tamamen yayın saatleri artırılan TRT2 yayınları için program üreten ve yayınlayan bağımsız bir televizyon kanalı haline gelmiştir. Böylece Ankara TV, TRT1 kanalı yapım ve yayınlarını, İstanbul TV'de TRT2 kanalı yapım

ve yayınlarını yapan ayrı iki televizyon kanalı olarak birbiriyle rekabet eder duruma gelmiştir.

Hafta sonu Cumartesi ve Pazar günleri TRT2 de öğleden sonraları gündüz yayınları yapılmaya başlamış ve akşam yayınlarının saatleri artırılarak 18.00 – 24.00 arasında yayın yapar duruma gelinmiştir. Ayrıca bu dönemle birlikte yeni kanalda da dizi film yayınına başlanmış ve Perihan Abla dizisi ile bu tür dizi filmlerinin seyirci tarafından beğenildiği anlaşılarak yeni diziler birbirini izlemiştir.

Bu dönemde yapılan haftalık dizi film yayınları ve geniş bütçeli büyük prodüksiyonlara yer verilmiştir. Bunlar arasında Parmak Damgası, Bugünün Saraylısı, Kırık Hayatlar, Acımak, Çalıkuşu, Üç İstanbul, Mardin-Münih Hattı, Yarın Artık Bugündür, Kartallar Yüksek Uçar önemli yer tutmaktadır.

Programların çeşitliliği yanı sıra stüdyo ve dış çekimlerde çok büyük teknik gelişmeler yaşanmış olup bunlar program yapım ve yayınlarına yansımıştır. O zamana kadar TRT’de kullanılan kameralar tüplü iken dünyada yeni gelişen CCD yarı iletken kameralara geçiş yeni yatırım gerektirdiğinden biraz yavaş olmuş, önce daha küçük ve hafif kamera ihtiyacı olan aktüel adı verilen dış çekim kameraları satın alınmıştır. Daha sonraki dönemde stüdyo ve naklen yayın arabalarında tüplü kameraların yerini CCD kameralar almıştır. 1 inç C formatında resim kayıt cihazları kullanılırken dünyada bu formatın yerini Betacam SP formatına bırakmış olmasına rağmen ülkemizde bu değişim de uygulanmış, ama 1 inç C format resim kayıt cihazları yine kullanılmaya devam etmiştir.

Televizyonda yayınlanan yabancı film ve dizilerin seslendirilmesi film ve perfore adı verilen ses bandları kullanılarak yapılırken U-matic ve Betacam resim kayıt cihazlarında birden fazla ses kanalı bulunması video üzerinde seslendirme imkanını getirmiştir. Böylece film olarak gelen programların gerek kopya, gerekse montaj işlemlerinin özel emek istemesi ve zaman alması mahsuru ortadan kalkmıştır.

Resim kayıt cihazlarındaki yeni formatlar canlı yayınlarda, özellikle maç naklen yayınlarında oynanan önemli pozisyonların mesela gollerin tekrar ve yavaş gösterim yayını yapılmasına imkan sağlamıştır. Dünyada slow motion adı verilen bu uygulama canlı yayınlarda seyircilere getirdiği çok önemli bir yenilik olarak yansımıştır. Mikrofonlarda da birçok

değişiklik yaşanmış ve küçük yakaya takılabilen yaka mikrofonları ile ses mikserine kablosuz bağlanabilen telsiz mikrofonlar ile ses alınmasında kullanım kolaylığı getirmiştir.

Bu dönemde ülkemizde TRT1 yayınlarının daha geniş bir alana ulaştığı halde TRT 2 yayınlarının o tarihlerde henüz daha yaygınlaşmadığı göz önüne alan yapımcılar arasında TRT2 yerine TRT1 kanalının tercih edilmesi gibi bir durumla karşılaşmış ve TRT2 verici sayısı TRT1 verici sayısına ulaşılncaya kadar bu durum devam etmiştir”⁹

İstanbul Televizyonu Stüdyolarında hazırlanan ve doğrudan renkli olarak yayına başlayan TRT 2 (TV 2) ile ilgili yayın planlamalarında kağıt üzerinde öngörülen düzenlemeler hemen gerçekleştirilemedi. TV 1 deki yayın içeriğine benzer nitelikte programlar,TV 2’de de verilmeye başlandı. Yurtdışından alınan pembe diziler de bu kanalda yer aldı. Haber bültenleri de bir iki küçük farkla ,TV1’le içerik olarak aynen fakat farklı saatte ve İngilizce özet eklemesiyle verilmeye başlandı.

Buna daha sonra,işitme engelliler için ekranın sol köşesinde verilen hareketli haber anlatımı da eklendi. TV2 yayınlarına ilgiyi arttırmak amacıyla TV 1 de yayınlanan başarılı yerli komedi dizilerinden “ Perihan Ablâ” dizisi de dönüşümlü olarak TV 2 de yer aldı. Zamanla, kurum dışı eğitim kurumlarının hazırladığı örgün eğitime yönelik programlar da bu kanaldan yayınlanmaya başlandı. Dolayısıyla, kanalın izleyicisi farklı gruplara seslenen programlardan ötürü çok sınırlı kaldı.

Kuruluşunda bu kanaldan beklenen ,BBC 2’nin yaptığı gibi, ya da benzer ikinci kanallarda görüldüğü üzere, toplumun eğitim ve kültür düzeyini yükseltici,haberde doyurucu yorumlara giren bir haber anlayışı le yayınlar yapmak idi.

Ancak, zaman zaman TV 2 kanalı bu konsepti yakalamaya çalıştı ise de kısa bir süre sonra yine TV 1 yayınlarına benzer yayın içeriği ile seçenek sunan bri kanal durumuna geldi. Daha açık söyleyişle, kanal sayısının ikiye çıkması,ilk yıllarda

⁹ **Broadcaster İnfö** Dergisi, Haluk Buran, Sayı, 2006, Temmuz,, S. 22-26

izleyiciye programları seçme olanağı değil,farklı zamanlarda benzer programları izleme olanağı sağladı. ¹⁰

Ankara ağırlıklı üretim yapan TV 1 den sonra, İstanbul ağırlıklı üretim ve yayın yapan TV2'nin açılması, aynı kurum içinde bir rekabet, bir yaratıcı yarışma ortamının doğmasını sağladı. Kültür ve Sanat ortamının İstanbul'da olması, İstanbul'daki yapımcıların ve yaratıcı kadroların bu kaynaklara yakın olması,TV 2 de yayınlanan yapımlarda kendini göstermeye başladı. TV1'in Ankara'daki yapımcıları geleneksel olarak Müzik-Eğlence ve Tartışma programlarında uzmanlaşırken, TV2'nin İstanbul'daki yapımcıları, daha çok kültür ve sanat programları, belgeseller,aktüel kuşak programları gibi farklı formatlarda uzmanlaştılar.

Bu ayrışma, Görsel Tasarım konusunda da kendini gösteriyordu. Birbirine banzeyen, renk cümbüşü içindeki Müzik-eğlence programlarını bir yana bırakırsak, Ankara dan çıkan programlar, genellikle Başkent'in, birpokrasinin ağır havasını ekrana yansıtıyor gibiydi. Ayrıca, Ankara daki yapımcılar, resmi görüşün ve siyasetin baskısını daha fazla hissediyor gibiydiler. İstanbul Televizyonu içinde üretim yapan TV 2 ise nispeten daha özgürlükçü, daha yaratıcı bir havada üretim yapıyordu.

İstanbul Televizyonu'nun TV 2 yayınlarını doğrudan ve tamamen renkli olarak başlaması, buradaki yapımcıları ve yaratıcı kadroları daha avantajlı bir konuma getirmişti. Buna bağlı olarak, kültür-sanat ortamının da etkisiyle bu kanaldan daha yaratıcı işler çıkıyor, TRT içindeki yenilikçi dekor ve tasarım anlayışı daha çok İstanbul'da filizleniyordu.

TV2'nin kanal kimliğinin bir türlü rayına oturmaması, TRT Yönetimi ve İktidar değişimlerinde sürekli olarak yayın prototipleriyle oynanması, bu kanalın ekran yüzünü de karmaşık bir hale getiriyordu. Bu nedenle, içerik olarak benzer programlar sunan iki kanal, sadece belli yapımcıların ve tasarımcıların elinden çıkan programlar sayesinde bir ayrışma yaşayabiliyordu.

¹⁰ **Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı**, Prof.Dr. Aysel.AZİZ, TRT Yayını, 1999, S. 75

1998-2000 döneminde yaşanan yeniden yapılanma ve değişim süreci sonucunda TV2 için de yeni bir işlev ve buna bağlı olarak yeni bir kanal kimliği düşünülecekti;

2001 Eylül ayında, kuruluşunda, eğitim ve kültür kanalı olarak konumlandırılan bu kanalın “TRT 2 Haber Bilgi Kanalı” olarak yapılandırılması kararlaştırıldı. Kısa süreli ve yoğun bir hazırlığın ardından TRT2, 1 Şubat 2002 de yeni kimliğiyle yayın hayatına başladı ve uzun yıllar böyle devam etti. Yeni kimliğine rağmen TRT2, özel kanalların yarattığı kültürel karmaşa, hatta kirlilik döneminde, özellikle kentli ve eğitim-kültür-gelir düzeyi yüksek kesimler için bir kaçış kanalı olmaya devam etti.

Bu arada, TV 2, 1989 yılında bir başka işlevi daha üstlendi; Güney Doğu Anadolu Projesi (GAP) olarak bilinen ve içinde Atatürk barajı ile diğer sulama sistemlerini barındıran projenin bulunduğu bölgede (14 il) yöre halkının ihtiyaçlarına yönelik yayın yapacak bir televizyon kanalı kurulması planlandı. Bu kanalın yayınları için TV 2’nin sabah ve öğleden sonraki kuşakları ayrıldı. Bu kanal için Ankara ağırlıklı üretilen yapımlar ve yöreden toplanan haber, aktüel program görüntüleri ile oluşturulan bir kuşak program yayıncılığı başlamış oldu.

Günümüzde halen devam etmekte olan bu kuşak yayınları, TRT de Görsel Tasarım konusunda yöresel düşünme, yöresel motiflere ağırlık verme gibi bir unsuru öne çıkarmıştır. Yörede Türkçe bilmeyen pek çok insana bu yayınları izletmek için ekran tasarımında, onların kültürüne yakın motifler kullanmak, görüntülerine, seslerine yer vermek gerekiyordu. Bu anlayışın bazı programlarda kullanıldığını, ancak genellikle resmi anlayışın hakim olduğu kuşak yayınların bölgede pek fazla izlenmediğini söyleyebiliriz.

Yine de bu kuşak yayınlar, TV 2 içinde ayrı bir renk oluşturmuş, hem içerik tasarımında, hem biçimsel tasarımda yeni fikirler getirmiştir.

Dönemin ANAP hükümeti ve Başbakan Turgut ÖZAL’ ın girişimci politikaları, sadece özel sektör televizyonculuğunu başlatmakla kalmamış, TRT içinde de süratle ve arka arkaya yeni kanalların açılmasını sağlamıştır. TRT’nin tarihi boyunca kanal açılımlarının mutlaka siyasi iradenin isteğiyle başladığını ve çabuklaştırıldığını tanık

olmuşuzdur. ANAP döneminde bu örneklerle sık rastlanması, bizzat Turgut ÖZAL'ın yayıncılık konusuyla yakından ilgilenmesiydi. Kendi oğlunun ortak olduğu televizyon kanalının TRT'nin yayın tekelini kırmasıyla aynı dönemde, kendisinin TRT içinde arka arkaya yeni kanallar açtırması ilginç bir gelişmeydi.

Özal dönemi, TRT'nin kanal sayısını hızla arttırdığı bir dönem olmuştu, TRT'nin üçüncü kanalı olan TRT3, 2 Ekim 1989 da yayına başlamıştı. Bu kanal için içerik araştırmaları yapılırken, Özal, 5 Ocak 1991 de TRT'nin Oran Sitesinin açılışında yaptığı konuşmada,yeni açılan kanal için; “ Benim tavsiyem,ayrı bir kanal verelim,siyasetçiler istedikleri gibi kullansınlar” önerisini getiriyordu.

TRT'nin 1990 Genel Yayın Planına baktığımızda, TRT 3 yayınlarının “ Sinema,yerli ve yabancı dizi,belgesel,çizgi film,müzik ve reklamlardan oluşacağı belirtilmekteydi. Uygulama pek böyle olmadı, uzun yıllar TRT 3, TBMM çalışmalarını yayınlayan ve kalan zamanda canlı ve banttan spor karşılaşmalarına yer veren bir kanal kimliğine büründü. Günümüzde halen bu kimliğini sürdüren,ancak yakında spor kanalı haline gelecek olan bu kanalın, karma kimliğiyle bir görsel tasarım karmaşasını olduğunu söyleyebiliriz.

Aynen TRT 3 'te olduğu gibi, yine gerekli planlama ve hazırlık yapılmadan bir başka kanalın, TRT 4 ün yayına girdiğini görüyoruz. 30 Temmuz 1990 da yayına başlayan bu kanalın amacı olarak TRT 1991 Genel Yayın Planında “ Orta Öğretim ve Yüksek Öğretim öğrencilerine yapılan örgün ve yaygın eğitime yardımcı olmak” belirtilmiştir. Belgesel programlar da yayınlayacağı belirtilen bu kanalın ağırlıkla doğu ve güneydoğu bölgelerine yönelik eğitim işlevi göreceği belirtilmiştir.

Uzun yıllar, Anadolu Üniversitesince hazırlanan eğitim programlarının yayınlandığı, kalan zamanda ise Türk Halk ve Türk Sanat Müziği yayınları yapılan bu kanal, son iki yıldır, TRT Çocuk Kanalı olarak hizmet vermektedir. Görsel Tasarım açısından eski döneminde pek bir varlık göstermeyen , özellikle açık öğretim yayınlarıyla çok durağan bir görünüm sergileyen kanalın yeni kimliğine de ileriki bölümlerde değinilecektir.

TRT'nin yurtdışına yayın yapmak amacıyla kurulan TRT İNT beşinci televizyon kanalı olarak 28 Şubat 1990'da yayına başlamıştır. Önceleri Avrupa'daki Türklere yönelik olarak planlanan ve bu ülkelerdeki kablo altyapısından yayın yapan kanal, giderek Türk vatandaşlarının bulunduğu Avrupa'nın tümü, Kuzey Afrika Ülkeleri, Orta Asya Türk Cumhuriyetleri, Avustralya, yeni Zelanda, ABD ve Kanada gibi çok geniş bir coğrafyaya yayılmıştır.

Bu kanalda içerik olarak, yurtdışındaki Türklere yönelik olarak hazırlanan özel programlar ve TRT 1'den aktarılan müzik programları yayınlanmaktaydı. Sonraki yıllarda yurtdışında kurulan temsilcilikler ve Almanya'da kurulan üretim merkezinde üretilen programlar da yayına girmeye başlamıştır.

Yurtdışında yaşayan Türklere yönelik olarak planlanmakla birlikte TRT İNT kanalı ülkemizin tanıtımı için de önemli rol oynamıştır. Bu nedenle, zaman içinde bazı programlar ve haberler belli başlı Avrupa dillerinde verilmeye başlanmıştır.

TRT İNT kanalı için logo tasarımları dışında özel bir görsel tasarım çalışması yapılmamış, TRT genelinde geçerli olan anlayış buraya da uygulanmıştır..Bir süre TRT-INT Avrasya adıyla Kafkas ve Orta Asya ülkelerine yayın yapan TRT TÜRK ile ortaklaşa yayınlarını sürdüren kanal, son dönemde, TRT TÜRK adıyla tüm dünyaya Türkçe olarak seslenen haber ve kültür ağırlıklı bir kanal haline gelmiştir.

TRT'nin Kafkasya ve Orta Asya Cumhuriyetlerine yönelik olarak yayın yapmak üzere kurduğu, TRT Avrasya, 12 Nisan 1993'te yayına başlamıştır. Aslında daha önce TRT İNT yayınlarının dört saat uzatılmasıyla elde edilen kuşak içinde aynı adla yayına başlamış olan bu kanal, bu tarihten sonra ayrı bir kanal kimliğiyle çalışmasına devam etti.

TRT Avrasya kanalı da yine Özal'ın bu bölgeye özel ilgisi ve politikaları nedeniyle hayata geçmiştir diyebiliriz. Özal'ın ölümünden sonra pek gelişemeyen bu kanal, son dönemde eski formatları yenilenerek, aynı coğrafya ya kendi dillerinde de hitap eden ve Türk Dünyasının ortak kanalı iddiasıyla, TRT AVAZ adıyla yeniden yapılmıştır.

Sonuç olarak, TRT'nin kanallarının bu şekilde çoğalması, daha çok siyasilerin talimat ve ihtiyaçlarına göre şekillenmiş, ancak içerik ve kanal kimlikleri olarak bir türlü istenen seviyelere ulaşmamıştır. Yani, teknolojik olarak çok hızlı atılımlar yapan TRT, içerik tasarımı ve görsel tasarım bakımından aynı başarıyı yakalamıştır diyemeyiz.

Yine de bu çok kanallı dönemin, TRT nin görsel yapısında önemli değişiklikler getirdiğini söyleyebiliriz. Bu kanalların getirdiği teknolojik gelişimle birlikte görsel tasarımı etkileyen ürünler de kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle ışık ve dekorda kullanılan yeni teknoloji ürünler, grafik animasyon cihazları, dekor tasarımında daha çok elektronik ürünlerin kullanımı, ve nihayet yazılıma dayalı sanal dekor sistemlerinin ortaya çıkışı , görsel tasarımı etkileyen unsurlar olmuşlardır.

Çok kanallı dönem olarak nitelediğimiz bu dönemin son yıllarında, Türkiye de hızla kurulan özel kanalların TRT deki Görsel Tasarım Kavramına etkisine de bakmak gerekir. Bu bölümde özel televizyonların kuruluşlarını detaylı anlatmaktan çok, konumuz olan görsel tasarım konusundaki etkileşimi incelenecektir.



Şekil. 44. STAR 1 İlk yayın Logosu

Aslında yasalardaki boşluktan yararlanıp, fiili durum yaratarak yayına başlayan özel televizyon kuruluşları ile TRT'nin ilk etkileşimi personel alanında olmuştur. İlk kanal olan Magic Box Star1 kanalında, Yönetim Kurulu Başkanı, Genel Müdür, Teknik Müdür ve birçok kadro, TRT kökenli kişilerden oluşuyordu. Bu alanda yetişmiş eleman olmayışı nedeniyle başlayan bu akım, diğer kanallarla devam etti.

Daha sonraki yıllarda, bu alandaki okullardan mezun kişiler özel televizyonlarda çalışmaya başladılar, ancak ilk yıllarda özellikle teknik eleman ve yapım kadrolarının hemen tamamı TRT den geçiyordu. Böylesine bir geçişin yaşanması, hem programlarda, hem görsel tasarımda TRT tarzını yansıtmaya başlamıştı.

Ancak, kamu kurumundan özel sektörün nispeten özgür ve hatta kuralsız ortamına geçen bazı kadroların çok yaratıcı, hatta radikal işler yapmaya başladıkları görüldü. Özel televizyonlardaki bir başka avantaj, katı kurallara, bürokrasiye takılmadan çalışma, üretme imkanı bulmalarıydı. Ancak, teknolojik ve maddi alanda yaşanan rahatlığın, görsel tasarım alanında kalite getirdiğini söyleyemeyiz.

Özel televizyonların kuralsız bir dünyada ilerlemelerine karşın, TRT bu yılları kendi ciddiyeti içinde geçirdi ve aslında gücünden bir şey kaybetmedi. İlk yıllarda TRT den özel sektöre büyük bir akım olmasına karşın, yaratıcı kadrolardan pek fazla kurumu terk eden olmadı. Dolayısıyla, TRT'nin “ Artistik Hizmetler” geleneği pek yara almadı.

İlk yılların ateşi geçtikten sonra, TRT'den özel sektöre geçen birçok insan kuruma geri döndü. Bunun nedeni, özel sektörün acımasız ticari kuralları içinde zorlanan ve eski memuriyet günlerini arayan kadroların tekrar devlet güvencesine geri dönmek istemeleriydi..

Bugün geri dönüp bir değerlendirme yaptığımızda, TRT'nin özel televizyonlar karşısında bir dönem güç kaybettiğini, ancak özellikle 1998- 2000 yıllarından başlayarak, yeni bir yapılanma çabasıyla, kendini yenilediğini, çağdaş yayıncılığın gereklerini kısmen de olsa yerine getirmeye çalıştığını söyleyebiliriz.

2000’li yıllardan başlayarak, dünyada ve Türkiye’de TV yayıncılığının değişik medyalarla iç içe geçmesi ve farklı yayıncılık formatlarının ortaya çıkması, giderek yeni bir yayıncılık anlayışının ortaya çıkmasını sağlayacaktı. Bir sonraki bölümde ele alacağımız, platform yayıncılığı ve bu kavram içinde yer alan tematik kanalların popüler olması son dönemin en önemli gelişmeleriydi.

Teknolojinin gelişimiyle ortaya çıkan bu yeni yayıncılık konseptleri, kendi tasarım anlayışlarını ve kendi estetiklerini de beraber getireceklerdi.

3. TRT VE TEMATİK KANAL UYGULAMALARI

3.1. Türkiye’de Platform Yayıncılığı ve Tematik Kanallar Dönemi

Platform Yayıncılığı’nın işletme,içerik ve tasarım yönünü anlayabilmek için bu yayıncılık türünü mümkün kılan sayısal uydu teknolojisinin gelişimine bakmak gereklidir;

Türkiye’de renkli televizyon yayınları ile ikinci televizyon kanalından hemen sonra dünyada uydu yayıncılığı başlamış ve hızlı bir gelişme yaşanmıştır. Her uydu kanalından bir televizyon yayını ve televizyon sesinin yanında radyo yayınları da yapılmıştır. Sayısal teknolojinin uydu yayınlarında uygulanmasıyla bir uydu kanalından daha çok televizyon yayını ile stereo radyo yayını yapılmaya başlanmıştır. Bugün kablo ve verici yayınlarının da sayısal olması çalışmaları devam etmektedir.

1980’li yıllarda gerek ABD tarafından uzaya gönderilen INTELSAT, gerekse Avrupa ülkeleri tarafından atılan EUTELSAT uyduları ile hem haberleşmenin, hem de radyo ve televizyon yayınlarının kapsama alanı içinde olan dünyanın çeşitli ülkelerine ulaştırılabilmesi, hatta kıtalararası iletilmesi mümkün olmaya başlamıştır. Dünyanın bir bölgesinden uyduya doğru yapılan belirli bir frekanstaki yayın, uydu üzerindeki alıcı tarafından alınarak dünyanın başka bir bölgesine doğru değişik bir frekanstaki bir verici ile yeniden yayınlanmaktadır.

1990’lı yılların başında o tarihlerde PTT Genel Müdürlüğü olan ve daha sonra Türk Telekom adını alan kuruluşun Ankara Gölbaşı’ndaki uydu yer istasyonu işletmeciliği yanı sıra uzaya gönderilen TÜRKSAT 1 B, kısa bir süre sonra gönderilen TÜRKSAT 1 C uydularının da işletmesini üstlenmiştir. Daha sonra da TÜRKSAT 2A (Eurasiasat-1) uydusu hizmete sunulmuştur.

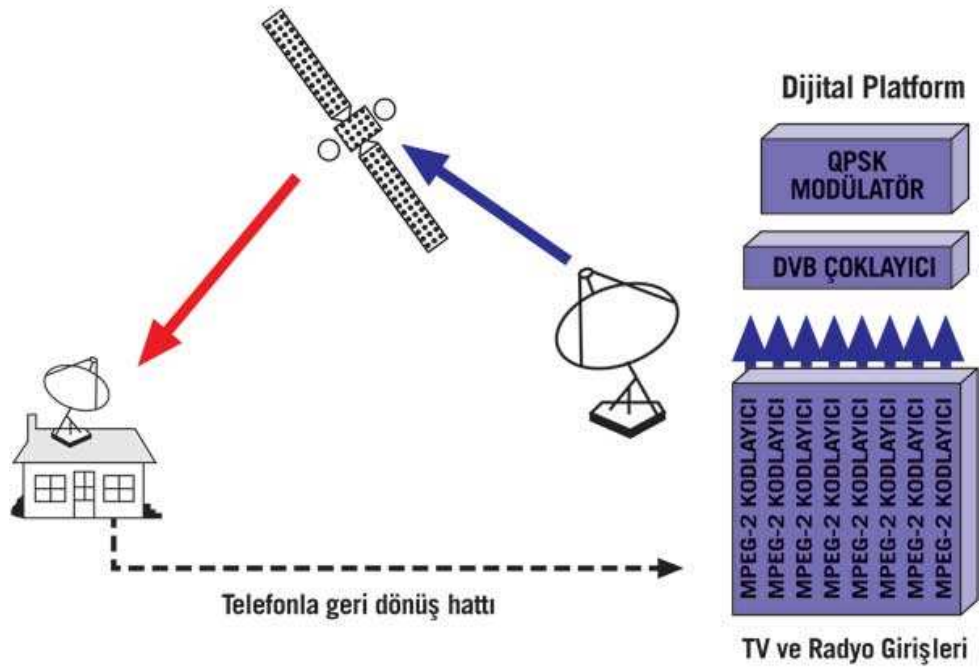
Bu uydulardan biri haberleşme, diğerleri ise radyo ve televizyon yayınlarına tahsis edilmiştir. Önceleri TRT radyo ve televizyon yayınları bu uydulara alınmış, daha sonra da diğer özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yayınları da aşamalı olarak

Türksat uydularında yer almıştır. Ancak belirli bir süre için analog yapılan uydu yayınları, bir süreç dahilinde sayısal uydu yayınlarına dönüşmüştür.

Halen yurdumuzda RTÜK tarafından yayınlanan sayısal yayın konsepti gereğince, sayısal verici radyo ve televizyon yayınlarına TRT tarafından Ankara, İstanbul ve İzmir’de deneme amaçlı olarak başlanmıştır. 2010 yılında diğer illerde de sayısal yayınların başlaması ve Ankara ile İzmir’de , 2012 yılında da İstanbul’da analog yayınlarına son verilmesine karar verilmiştir. 2016 yılında ise tüm analog yayınların bitirilmesi hedeflenmiştir.

Sayısal yayıncılıkta platform işletmeciliği; Değişik ortamlardan alınan her türlü sayısal TV, radyo ve data sinyallerinin toplanarak uydu üzerinden abonelere şifreli ya da şifresiz iletilmesini sağlayan, tek yönlü veya interaktif kullanıma imkan veren sisteme uydu platformu denir. Uydu platform hizmeti vermek üzere yetki belgesi alan ve ilgili yönetmeliğe uygun kurulmuş sermaye kuruluşu, uydu platform işletmecisi adıyla anılmaktadır.

Farklı kodlayıcı (encoder) ya da farklı iletim dizileri üreten cihazlardan gelen bilgilerin birleştirilerek tek bir sayısal sinyal haline getirilebilmesi için kullanılan dönüştürücü ve sıkıştırıcı cihazların tümü çoklayıcı (multiplexer) ile ifade edilmektedir. Değişik transmisyon ortamlarından gelen sinyaller (TV, radyo ve veri) platform merkezinde toplanarak, MPEG-2 sıkıştırma ve kodlama tekniği kullanımı ile DVB formatında paketler haline dönüştürülmekte ve uydu üzerinden tek tek veya buket olarak aboneye ulaştırılmaktadır.



Şekil. 45. Dijital Platform İşletme Grafiği

Birden fazla TV programının sıkıştırılarak bir çoklayıcı içerisine yerleştirilmesi, resim kalitesine bağlı olarak TV program sayısı 4-6 arasında değişebilir. Karasal sayısal TV Yayıncılığında sayısal çoklayıcı, televizyon kanallarının yanı sıra multimedia servislerine uygun yapıdadır.

TV kanalları ile beraber sayısal radyo programları, çeşitli yazılım, bilgisayar programları, elektronik magazin aktiviteleri yayınlanmaktadır. Çoklayıcının kullanımı yayıncılık işletmesine yeni boyutlar getirmekte, bir çoklayıcı birden fazla yayıncı tarafından ortak kullanılabilecektir.

Bu nedenle Platform işletmeciliği yayıncılık açısından yeni bir konum yaratmaktadır. Sayısal teknolojide, bir verici ile bir kanaldan çoklayıcı ile 6 TV yayınına kadar gönderilebilmektedir. Bu şekilde sayısal teknoloji kullanılarak, sadece UHF bandından 200 veya daha fazla program göndermek mümkün olmaktadır.

Sayısal uydu platform örnekleri yurdumuzda Digitürk ve Stardigital adıyla iki işletme olarak hizmete sokulmuş, ancak bunlardan sadece biri, Digitürk platformu kalmış, diğeri yayın hayatından çekilmiştir. Daha sonra bu kurumlara, D SMART ve Türksat Tele Dünya Platformları eklenmiştir. Platform işletmecisinin yanı sıra uydu yayınlarında MCPC kısa adıyla bilinen, tek noktadan tek taşıyıcı ile bir çok radyo ve televizyon kanalı ile yayın yapan ülkemizde birkaç çoklayıcı (müльтиplekser) işletmesi radyo ve televizyon yayını yapmaktadır. Benzer çoklayıcı radyo ve televizyon yayını DVB – T sayısal televizyon yayınında da yer alacaktır.

Platform işletmelerinin teknik gelişimi kadar, içerik ve tematik özellikleri de önemlidir. Günümüzde mevcut işletmeleri bu bakımından inceleyebiliriz ;

Şu anda Türkiye sınırları içerisinde internet üzerinden yayın yapanlar hariç 3 adet dijital platform bizlere hizmet vermektedir.

İlk platform olarak D-Smart'ı ele alalım. D-Smart , dijital platformlar arasında daha yeni olmasına rağmen, çabuk ilerleme kaydetmiş olanlardan. Şu anda D-Smart platformu, 3 farklı uydu alıcısıyla ve 150'den fazla kanalıyla Türksat ve Hotbird uyduları üzerinden hizmet vermektedir. Tüplü, LCD ya da LED olsun fark etmez; hemen her televizyon izleyicisinin kullanacağı ürünlerinden biriye D-Smart SD cihazıdır.



D-Smart SD cihazıyla Türksat üzerindeki kanalların yanı sıra, ikinci bir çanak anten ile Hotbird uydusundaki bazı yabancı kanalları da izleyebilmek mümkündür, ancak bu uydulardaki HD kanalları seyretmek için ise D-Smart HD cihazı almak gerekmektedir.

D-Smart HD cihazıyla Türksat ve Hotbird uydularındaki SD kanallarının yanı sıra HD kanalları da izleme imkanı vardır. ancak bunun için bir HD televizyona sahip olmak gerekmektedir. Bununla yetinmem diyenler için, D-Smart PVR' cihazıyla tanışmak gereklidir.

D-Smart PVR cihazı ile VOD (Video on Demand), yani iste-izle sistemini kullanabilme imkanı vardır.. Bununla birlikte, evde olmadığınız bir zamanda istediğiniz bir diziyi ya da futbol maçını cihazınızı önceden ayarlayarak kaydedebilme şansına da sahipsiniz. Zamanınızı kendiniz belirlemek istiyorsanız, D-Smart PVR tam size göre; ancak ne yazık ki D-Smart PVR ile HD yayınlarını izleme şansına sahip değilsiniz.

İkinci dijital platformumuz ise, köklü bir 10 senelik geçmişi olan Digiturk. Şu anda 3 farklı dijital uydu alıcısı ile bizlere hizmet vermekte.

Digiturk, 10 yıllık bir dijital platform tecrübesini, üyelerine sunduğu üç farklı uydu alıcısıyla bizlere aktarıyor. SD, HD yayınlarını alabilen cihazlarının yanı sıra, kaydedebilenleri de mevcut.



Digiturk, senelerdir yaptığı anlaşmalar sayesinde SD alıcıları için birden fazla şirket ile anlaştı. Son olarak müşterilerine sunduğu SD alıcısı ile, televizyonunuz ne model olursa olsun, istediğiniz gibi Digiturk yayınlarını izleyebilme şansına sahipsiniz. Daha fazlasını isteyenler için Digiturk'un abonelerine sunduğu Digiturk Plus, sistemiyle, High Definition (Yüksek Çözünürlüklü) ve PVR(Kişisel Video Kayıt) hizmetlerini veren alıcıları mevcut.

Digiturk, isteyen tüm kullanıcılarına aylık ekstra bir ücret ödemek şartıyla HD yayınları alabilen bir cihaz da sunuyor. Bu cihaz ile SD yayınlarla birlikte HD yayınları da seyredebilmeniz mümkün. Tabi HD bir televizyonunuz olmak koşuluyla.

Digiturk; Daha da fazlasını isteyenler için Digiturk+ (Digiturk Plus) markasıyla bir hizmet daha vermekte. Digiturk+ uydu alıcısına sahip olan Digiturk üyeleri, HD yayınları seyredebilme şansına sahipken, istedikleri zaman bunları kaydedip, VOD hizmetinden yararlanabiliyorlar.



Teledünya, devletin kablolu televizyon üzerinden yayın hayatına geçirdiği yeni bir dijital platform. SD ve HD olmak üzere iki adet uydu alıcısıyla kullanıcılara hizmet vermekte.

HD televizyonu olan kullanıcılar ekstra bir ücret ödeyerek televizyon yayınlarını HD olarak da seyredebiliyorlar.

Teledünya, kablo tv şebekesi üzerinden çalıştığı için, uydu alıcısı yerine bir set top box kullanmanız gerekmektedir. Set top box dediğimiz kutuların uydu alıcılarından farkı yok, ancak kablo tv şebekesi üzerinden çalışıyor. Çanak antenlerin çirkin gözüktüğünü düşünen kullanıcıların bir kısmı ise çanak anten problemi olmadığı için Teledünya'yı seçebilir. Ne yazık ki kablo tv, Türkiye'nin 81 ilinde hizmet verememekte. Hizmet verdiği illerde de genel olarak şehir merkezinde hizmet verdiği için, D-Smart ve Digiturk gibi Türkiye'de yaşayan her vatandaşın kullanabileceği bir platform değil.

Özetle bakmak gerektiğinde şöyle bir tablo ortaya çıkmaktadır ;

	DIGITURK	D-SMART	TELEDÜNYA
İnteraktif Hizmetler	Var	Var	Var
SD Yayın	Var	Var	Var
HD Yayın	Var	Var	Var
PVR Yayın	Var	Var	Var
HD + PVR Yayın	Var	Var	Var

Şekil. 46. Dijital Platformlar Karşılaştırma Tablosu ¹

Tabi ki aldığımız her hizmetin bedelini de doğal olarak ödemek zorundayız. Yüksek çözünürlüklü (HD) televizyon yayıncılığının tarihi Kuzey Amerika ülkelerinde eski olduğundan dolayı HD kanalları ücretsiz izliyor olsalar da, biz ve Avrupa bu kanalları izlemek için bir süre daha ekstra para ödemek zorunda kalacağız. Her ne kadar futbol maçları dahil bir çok yayının şifreli olması bizi rahatsız etse de, bu sektörün de eğlence sektörünün içerisinde olduğunu ve eğlenmek için bedelini ödemek zorunda olduğumuzu hatırlatmakta fayda var.

Yaşamın temposu hızlandıkça, sosyal aktivitelere ayrılan zaman da azalıyor. Yoğun yaşam temposu içerisinde artık insanlar hayatın her alanında daha seçici olmak

zorunda kalıyor. Bu nedenle televizyon kanalları, hızla uzmanlaşıyor. Her yönüyle globalleşmeye doğru giden günümüz dünyasında, görsel medya da bu gelişmelerden nasibini almış durumda.

İzleyici, artık çeşitliliğe önem veriyor. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de izleyici artık kaliteli programları tercih etmeye başladı. Kuşkusuz bunun en büyük sebebi de ulusal kanal ya da popüler kanal olarak adlandırılan büyük kanalların programlarının, izleyiciyi reklâm bombardımanına tutması ve haber programlarının

¹ **Broadcaster İnfö** Dergisi, Haziran 2009, S.14-18

magazinleşmesi. Bunun yanında büyük kanalların reyting savaşları izleyiciyi iyice bunaltmış durumda. Tüketim toplumu bütün sektörlerde olduğu gibi medya sektöründen de değişik isteklerde bulunmaya başladı. Bunun üzerine bir ihtiyaç olarak tematik kanallar doğdu.

Tematik kanalların oluşumunda bir diğer önemli nokta ise teknoloji. Teknolojideki gelişmeler ve az masrafla çok sayıda kanalları ekranlara indirmeyi başardı. Bütün bu alternatif olgular ve olumsuz koşullar bir araya gelince bütün bu piyasalardaki ve refah seviyesi yükselen ekonomilerde gördüğümüz gibi izleyiciyi de daha seçici olmaya itti.

İnteraktif ve güncel olması, ayrıca çeşitliliğinin fazla olmasından dolayı izleyiciyi git gide kendisine çekiyor tematik kanallar. Genelde Digitürk,D-SMart, Teledünya gibi platformlarda, kablolu TV veya uyduda toplanan tematik kanallar, çoğunlukla tek bir konu üzerinde yayın yapıyor. Spor kanalı, haber kanalı, belgesel kanalı, dizi kanalı, çocuk kanalları, yarışma kanalları, sinema kanalları ve müzik kanalları gibi. İzleyici televizyonun karşısına oturduğunda, canı o an müzik dinlemek istiyorsa müzik kanalını ya da haber izlemek istiyorsa haber kanalını tercih ediyor.

Özel ilgi ve uzmanlık alanlarına yönelik olan bu kanallar tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de son yıllarda ciddi bir şekilde izlenmeye başladı. Git gide sayıları artan tematik kanalların en büyük sorunu ise şüphesiz reklâm pastasından yeterince pay alamaması.

Tematik kanal yöneticileri ise bu olumsuz koşulun AGB'nin sağlıklı ölçüm sisteminden kaynaklandığını dile getiriyorlar. Bunun yanında platformların ve devletin desteğini yanında bulamayan bu kanallar ekranlarda devamlılık şansı bulamıyor. Bazı tematik kanallar büyük guruplara ait olsa da bir kısmı daha birkaç yıl sürmeden ekranlardan silinip gidiyor. Kablolu TV'deki hukuki sorunlar da Türkiye'de tematik kanalların gelişmesi hususunda büyük bir engel oluşturmaktadır.

Türkiye'de varolan sosyo-ekonomik sorunlara rağmen, ülkenin demokratikleşme ve sosyal gelişmesinin hızlandığını,giderek şehirleşmeye kaydığını görmekteyiz. Refah seviyesi'nin gittikçe artması,. Türkiye'de demokrasinin getirdiği özgürlük ,etnik gurupların da oluşmasını etkiliyor ve buna bağlı olarak da tematik kanallar daha cazip bir hal alıyor. Dolayısıyla dünyanın her yerinde olduğu gibi ülkemizde de tematik kanallar başarılı bir şekilde büyüyor.

Tematik kanalların daha interaktif olması ve çeşitliliğinin fazla olmasından dolayı izleyiciyi git gide kendisine çektiğini görmekteyiz.Popüler kanalların çoğunun magazine kayması ve bu magazin'in çok seviyesiz bir hal alması, izleyicinin bu durumdan rahatsız olmasına yol açmıştır. . Bu noktada izleyiciyi memnun eden ve ona istediğini veren tematik kanallar, özellikle eğitim,kültür ve ekonomik düzeyi yüksek izleyiciler tarafından tercih edilmektedir.

Tematik kanallar izleyici tarafından tercih edilmeye başlandı,ama bunun yanında bu kanalların gelişmesini engelleyen birçok sorun da beraberinde gelmiş oldu..

Dünyanın birçok yerinde tematik kanallar, platformlardan, uydulardan ve kablolu TV'lerden hayatını sürdürmek zorundadır.. Türkiye dışında birçok yabancı ülkede platformlar kendi bünyelerinde yayın yapan tematik kanallara belirli bir ücret ödemektedir,ancak bu durum Türkiye'de tam tersi olarak işliyor. Kanallar bu platformlara girebilmek için para ödemek durumunda kalıyor. Bu durum tematik kanalların gelişmesinde ve büyümesinde büyük bir sorun olarak görülüyor.

Tematik kanallar için önemli bir başka sorun da izlenme seviyelerinin yeterince ölçülememesi,dolayısıyla reklam pastasından yeterli pay alamayışılarıdır. Reklam verenler ise AGB'nin ölçüm sonuçlarını baz alıp reklam vermekte, sonuçta tematik kanallar reklam almada sıkıntı yaşamaktadırlar. Bu konuda üretilebilecek çözüm önerileri arasında ; Tematik Kanalların aboneli sistemine dayalı ücretli bir sisteme geçmeleri, sponsorluk olanaklarının artırılması ve RTÜK reklam paylarından bir bölümünün bu kanallara aktarılması sayılabilir.

Tematik kanalların eğitim seviyesi yüksek izleyiciler tarafından tercih edilmesi ve bunların büyük şehirde yoğunlaşması, Digitürk ve kablolu TV gibi platformların ekonomik durumu iyi kişiler tarafından tercih ediliyor olması, aslında reklam verenlerin ulaşmak istediği kitlelerin platformlarda toplandığı görülmektedir.

Özel sektör Tematik Kanallarında bunlar olurken, TRT'nin de bu gelişime kayıtsız kalması beklenemezdi. Aslında 10-12 yıl önce temelleri atılan TRT Tematik Kanalları'nın ardı ardına açılması ve büyük ilgi görmesi çok gecikmeyecekti.

3.2 TRT de Yeniden Yapılanma ve TRT Tematik Kanalları

TRT, 1990 lı yılların ikinci yarısında, özel televizyonlara karşı bir hayli güç kaybetmişti. Aslında kurum giderek büyümüş,ve bürokrasi çarkı ve siyasal baskılar karşısında zorlanır hale gelmişti. Siyasiler ve diğer unsurların TRT yi biçimlendirme istekleri ile yayıncılığın kuralları bazen çatışıyor, genellikle yöneticilerin döneme göre değişen tarz ve tavırları sorun yaratıyordu.

1997 de Yücel Yener'in Genel Müdürlüğü ile birlikte TRT içinde Yeniden Yapılanma, Değişim gibi sözcükler sıkça duyulmaya başlandı. Bu kez, bir reorganizasyon değil, çağın yayıncılık ve medya anlayışına uygun ciddi bir çalışma yapmak gerekiyordu. Bu nedenle, bu alanda daha önce benzer değişim programları yürütmüş olan bir grupla çalışmak gerekecekti.

TRT Yönetim Kurulunun 15.12.1998 tarihli kararıyla bu uzun ve zahmetli süreci yürütmek üzere “ Değişim Ofisi” kuruldu ve ilk kez Görsel Tasarım kavramının da içinde yer aldığı bir dizi hedefe sahip, “ Başarılı bir gelecek için Değişim Programı Tasarımı” başlıklı bir program başlatılmış oldu.²

Bu programın yol haritasını çıkarmak ve uygulama esaslarını belirlemek için Mc Kinsey&Company firmasıyla çalışmaya başlayan Değişim Ofisi böylece TRT tarihinde ilk kez, yayıncılığa dair kavram ve tanımların yeniden belirleneceği ve planlanacağı bir süreci başlatmış oluyordu.

Değişim ofisinin görevi;

- Organizasyonel yapının geliştirilmesi ve üretim süreçlerinin yeniden tanımlanması.
- Mevcut yönetmeliklerin,üretim süreçlerine göre yeniden düzenlenmesi,
- Maliyet Muhasebesi ve Yönetim Bilgi sisteminin kurulması
- Kanal kimliklerinin belirlenmesi ve program seçimi ile yayın akış düzenlemelerine yönelik kısa ve uzun vadeli planların hazırlanması

² Değişim Ofisi Esaslarına Dair Yönetmelik, TRT, 1998

- Dışa dönük Pazar araştırmalarına dayalı program yapım yöntemlerinin geliştirilmesi ve uygulanması
- Kamu ile iletişim ve kurumsal imaj için içerik ve planların hazırlanması
- Kısa ve uzun vadeli tanıtım planlarının hazırlanması ve uygulaması

Dönemin Genel Müdürü, Yücel Yener, kendisiyle yapılan bir söyleşide yeniden yapılanmanın amacını şöyle anlatıyordu; “ Bizim amacımız, hem şu andaki kurumun yapısını değiştirmek, hem program politikamızı, hem de kanal kimliklerimizi gözden geçirmek, Ekranı ve gerisindeki kurumun sistemini elden geçirerek değişimi gerçekleştirmek. Bunun için kurumun şu andaki bürokratik yapısını değiştirmek istiyoruz. Şu anda dikine bir örgütlenme var. Bu örgütlenmeyi yatay örgütlenme haline getirip, bürokrasiyi ve kademeleri azaltmak amacındayız. Bunun dışında, üst taraftaki bütün yetkileri aşağıya vererek, yayını hazırlayan üreten, düşünen yapımcı, prodüktör veya muhabirlere daha fazla özgürlük tanıyarak onlara daha fazla yetki ve dolayısıyla sorumluluk vermek istiyoruz”³

Aynı söyleşide Yener, yeniden yapılanma tamamlandığında TRT’nin yapısında nasıl bir değişim olacak sorusuna karşılık şunları söylüyordu; “Planlayan, üreten ve kaynakları kullanan diye üç gruba ayrılacak kurum çalışanları. Üreten ve planlayan kesimler birbirinden ayrılacak. Şimdi iç içe bir yapı var, bunun dışında teknik olarak hizmet veren bir grup var, onlar da ayrılacak. Bu gruplar kendi içlerinde bir ilişki içinde olacaklar. Sonradan gelen vericiler de bu yapının içine dahil olacak. Yapı genel hatlarıyla belli ama detaylandırılmış

değil. Bu konuda kurumda kurduğumuz bir çalışma grubu var, onların çalışmaları devam ediyor. Yönetmelik değişiklikleri gerektirdiği için bu konuda çalışmalar sürüyor.”⁴

Genel Müdürün sözünü ettiği bu çalışmalar 2 yıla yakın devam etti, Değişim Ofisi içinde alt gruplar kurularak yapılan çalışmalarda birçok alanda önemli mesafeler alındı. Ancak, örgütse/yönetmelik yapıda gerekli değişim yapılamadığı için maalesef yeniden yapılanma gereği gibi başarılamadı.

³ **Radyo Televizyon Dergisi**, Kasım 2000, S.12

⁴ **A.e**, S.13

Yücel Yener'in ayrılmasıyla birlikte başlayan vekalet döneminde de bir ilerleme sağlanamadı ve 1998-2000 yıllarında başlanan bu hareketi devam ettirmek 2008-2010 döneminde mevcut Genel Müdür, İbrahim Şahin ve ekibine kısmet oldu.

Özellikle TRT yasasının değiştirilmesi, yaşanan tartışmalara rağmen önemli bir adım oldu ve ardından ilgili yönetmeliklerin değişmesiyle TRT, 2000 li yıllarda başarısız olan örgütsel/yönetimsel yapı değişimini büyük ölçüde gerçekleştirmiş oldu.

Mc Kinsey &Company raporlarında teşhisi yapılan konularda, benzer çözümler üretildi. Aynı dönemde başlatılmış olan üretim süreçlerinin yeniden tanımlanması ve üretim modelinin değiştirilmesi aşamaları kısmen gerçekleştirildi. Özellikle Prodüksiyon Kaynakları ve Kanal Yönetimleri modeli gibi bu raporların önde gelen çözüm modelleri,⁵ son dönemde yeni uygulamalar olarak yürürlüğe konuldu. Böylelikle yaklaşık 10 yıl aradan sonra bu raporlar için harcanan emek ,zaman ve paranın karşılığı kısmen alınmış oldu.

Yapılanmanın ardından ortaya çıkan, TRT tematik Kanalları da aslında aynı yapılanma gibi, 1998-2000 döneminde planlanmış, ancak çeşitli nedenlerle yarım kalmış bir projeydi. Dönemin Genel Müdürü, Yücel Yener, kendisiyle yapılan bir söyleşide, kanal kimlikleriyle ilgili olarak şunları söylüyordu;

“Kanal kimlikleriyle ilgili çalışma tamamlandı .Birinci kanalımız,bugünkü yapısını koruyarak,aileye yönelik genel bir kanal olacak. İkinci kanalı haber kanalı yapacağız.Çünkü bütün dünyada artık Kamu yayın Kurumları haber kanalı kurmaya başladı. BBC ve RAI haber kanalı kurdular. Biz de TRT olarak ikinci kanalımızı haber kanalı yapacağız. GAP yayınlarını üçüncü kanaldan sürdürmeyi düşünüyoruz. Dördüncü kanal eğitim kanalıydı, öyle devam edecek. TRT INT ve TRT AVRASYA kanallarını bir Türk kanalı olarak birleştireceğiz. Bütün dünyaya yayın yapan ,BBC World gibi, “ TRT TÜRK” adlı bir kanal yapacağız.”⁶

⁵ **Başarılı bir gelecek için değişim programı tasarımı**,Mc Kinsey & Company, TRT, 1998

⁶ **Radyo Televizyon Dergisi,,** Kasım 2000, S.14

Elbette, 2008-2010 döneminde yaşanan Tematik Kanallar açılımı, bu dönemin özel şartlarına da cevap veriyordu. TRT 6 gibi, Kürtçe yayın yapan kanal ve TRT 7 gibi Arapça yayın yapan kanal bu dönemin politika ve stratejilerine cevap veren kanallardı.

TRT Tematik Kanallarının bazıları, kendi kaynağında, TRT faaliyet raporlarında şöyle tanımlanmaktadır;

TRT-2 Haber Bilgi Kültür ve Sanat Kanalı; Türkiye'nin ilk kültür ve sanat kanalı TRT 2, haberden spora, eğitimden kültüre, müzikten dramaya yaşamın her alanından pek çok programla ,bilgiye estetiğe ve öğrenmeye ihtiyaç duyanlara kaliteli yayın sunuyor

Bu kanal, 2010 yılı içinde, haber kanalına dönüştü ve TRT içinde önemli bir kanal oldu.



Şekil.47. TRT Haber Kanalı Logosu

TRT AVAZ Türk Dünyasına Yayın; Mart 2009'da yayına başlayan, Özbekistan, Kazakistan, Kırgızistan, Türkmenistan, Azerbaycan, Bosna-Hersek ve Türkiye olmak üzere, 7 ülkeden ve bu ülkelere özgü 7 dilde programlarla, Uzakdoğu'dan Balkanlara uzanan coğrafyada yaşayan Türk Dünyasına yönelik yayın yapan kanal,Türkiye ile diğer Türk cumhuriyetleri arasında dil ve düşünce birliği sağlamaktadır. Birçok Türk Lehçesinde SES anlamına gelen AVAZ, Türk Cumhuriyetlerinin ortak sesi olarak, Ortadoğu'dan Kafkaslara 27 ülke ve 13 muhtar cumhuriyette yaklaşık 250 milyon nüfuslu bir coğrafyaya hitap etmektedir.



Şekil. 48. TRT AVAZ Kanalı Logosu

TRT 6 Kürtçe Aile Kanalı (TRT Şeş) Türkiye'nin uluslararası ve özellikle bölge ülkeleriyle olan ilişkilerine olumlu katkı sağlamak amacıyla yola çıkan TRT 6, çağdaş normlarda her yaştan seyirciye hitap ederek, Kurmançi, Zazaki ve Sorani lehçelerinde ekonomi,drama, belgesel,spor, müzik, haber,kültür,sanat,, din-ahlak ve eğlence programlarından oluşan zengin bir içerikle,Ocak,2009 da yayına başlamıştır.



Şekil. 49.. TRT 6 (TRT Şeş) Kanalı Logosu

TRT ÇOCUK ; Çocuk Kanalı; Türk çocuklarının animasyondan müziğe,haberden spora bütün ihtiyaçlarına cevap veren kanal, evrensel pedagojik normlarda, kaliteli,çağdaş ve sorumlu yayıncılık anlayışıyla çocukların gelişiminde destekleyici ve yol gösterici olmayı ilke ediniyor.

Kasım 2008 de yayına başlayan TRT Çocuk, Türk dilinin ve kültürünün doğru bir şekilde tanıtılmasını ,çocukların oynayarak,eğlenerek eğitimini ve bilinçlenmesini amaçlıyor.



Şekil. 50. TRT Çocuk Kanalı Logosu

TRT TÜRK ; “ Dünyayı Türkçe İzleyin” sloganıyla yola çıkan TRT TÜRK, Türkiye ile Türk insanını tanıtan programlarıyla,haber,kültür ve sanat yayınlarıyla, kilometrelerce uzakta yaşayan Türkleri birbirinden haberdar etmek ve dünyadaki gelişmeleri Türkiye’ye anlatmak amacıyla Mayıs 2009 da yayına başladı.



Şekil. 51. TRT TÜRK Kanalı Logosu

TRT BELGESEL ; Turizmin Rehberi, Belgeselin Her Rengi

“ Tanık Olmaya Hazır mısınız ? ” sloganıyla Ekim 2009 da yayına başlayan kanal, Türkiye’yi İngilizce, Almanca, Fransızca ve Rusça ve Türkçe ile beş dilde dünyaya tanıtıyor. TRT Belgesel kanalı, tarih, toplum, doğa, çevre, spor, kültür-sanat, bilim, teknoloji alanlarında belgesel programları ile geçmişi, geleceğe aktarıyor.



Şekil. 52. TRT Turizm-Belgesel Kanalı Logosu

TRT MÜZİK; Müziğe Dair Herşey

Kasım 2009 da yayına başlayan kanal, Türk Müziği ağırlıklı olmakla birlikte yerli ve yabancı müzik yayınlarıyla,Türkiye'nin ve dünyanın müziğini ekrana taşıyor. Geçmişten geleceğe,Türkiye'nin ve dünyanın müziğini buluşturan kanalda, yarışma programları,müzik belgeselleri,konserler,kuşak programlar, liste programları ve canlı yayınlar yer alıyor⁷



Şekil. 53. TRT Müzik Kanalı Logosu

TRT 2009 Faaliyet raporundan tanımlarını aktardığımız, TRT Tematik Kanallarını Görsel Tasarım açısından değerlendirdiğimizde, genel olarak bir karmaşanın hakim olduğunu görüyoruz. Kanal içeriklerinde ve kanal kimliği unsurlarında değişik ellerden çıkmış ürünlerin yarattığı bir karmaşa söz konusudur. Kanal ve Kurum kimliği bölümünde söz ettiğimiz ilkelerin pek uygulanabildiğini göremiyoruz. Logo tasarımlarından başlayarak, dekor tasarımı, ışık tasarımı ve diğer karakteristik

⁷ TRT 2009 Yılı Faaliyet Raporu, S. 25-49

özelliklerde, çizgi üstü bir seviye olmadığını görmekteyiz. Bununla birlikte, TRT TÜRK, ve TRT HABER kanallarının giderek daha fazla izlendiğini görmekteyiz. Özellikle TRT TÜRK kanalı, büyük ölçüde kurum dışında hazırlandığı için adeta TRT dışında bir kanal gibi algılanmakta, hem program tasarımı, hem de görsel tasarımıyla öne çıkmaktadır. TRT AVAZ ve TRT 6 kanalları ise, daha çok dil ve içerik yönünden ayrışmakta, ancak kanal kimliklerine uyumlu bir görsel tasarım oluşturmamaktadırlar. TRT Çocuk ve TRT Müzik kanalları ise bu konuda nispeten başarılı görünmektedirler.

3.3 TRT Çocuk Kanalı / Görsel İnceleme

1 Kasım 2008 tarihinde yayına başlayan TRT Çocuk Kanalı, çocuk yayınlarında deneyimli, pedagojik formasyon sahibi, oldukça iyi bir yapımcı yönetmen kadrosuyla yola çıkmıştır. TRT'nin tematik kanallar açılımında ilk sırada yer alan bu kanal, iyi ve uzun bir hazırlık dönemi geçirmiş, dolayısıyla, hem program tasarımı hem görsel tasarım konusunda yeterli zaman bulabilmişti. Kurucu ve yönetim kadrolarının bu alandaki deneyimi de eklenince, bu kanalın başarılı olma ve tutulma şansı doğal olarak yüksek olacaktı.

Kanalın Koordinatörü ve TRT'nin deneyimli prodüktörlerinden Can Soysal, kendisiyle yaptığımız söyleşide, görsel tasarım ve çocuk kanalıyla ilgili olarak şunları söylüyordu;

“Görsel Tasarım, kanalın seyirciyle buluşan yüzüdür, yani televizyonculuğun kendini ifade etme içimidir. Bunu anlamak için aslında olayın bütününe bakmak, bir kanalı bütün olarak ele almak gerekir. Bu noktada, yapılan işe, yani içeriğe bakmak gerekiyor. İçerik, görsel tasarımı da belirleyen ve daha sonra onunla birlikte koşan bir unsurdur. Bizim hazırlık döneminde ilk önce yaptığımız iş, bir anayasa çıkarmak olmuştur. Yurtdışında benzer kanallardan da esinlenerek hazırladığımız 18-19 maddelik kurallar ve prensiplerden oluşan bu anayasa ile yola çıktık. Bu metinde, hangi yaş gruplarına hitap edeceğimizi, bu grupların beğenilerini, yayıncılık prensiplerimizi, içerik formatlarımızı ve benzer unsurları bir araya topladık. Daha sonra kurum dışından bir yaratıcı ekiple işbirliği içinde görsel tasarım projemize başladık. İlk çıkan eskizleri değerlendirip, ürünlerin kendi anayasamıza uygun olmasına dikkat ederek, kendimize uygun, görsel, işitsel hatta sözel bir kimlik çalışmasını tamamladıktan sonra yayına başlamış olduk. Bir anlamda, böyle bir süreç, TRT içinde ilk kez yaşanmış oldu diyebiliriz”⁸

Bu kanalın, TRT içinde son dönemin ilk tematik kanalı olması dışında, başka ilkleri de söz konusuydu. Bir yandan, içerik tasarımı yapılırken, bir yandan bu kanalın

⁸ Can Soysal ile Yapılan Görüşme, 5 Haziran 2010.

üretimleri için TRT de ilk defa kurulacak olan Sanal Stüdyo (Virtual Studio) sistemi kuruluyordu.

Bu stüdyo, TRT'nin ilk sanal stüdyosu olmasının yanı sıra, ilk HD (High Definition) yapım stüdyosu olma özelliğini de taşımaktadır.

Bu stüdyoda;

- 3 adet HD kamera sistemi,
- 34 girişli 2,5 ME ve 2 kanal DVE'li HD resim kumanda masası,
- 72 kanal (analog/digital) giriş, 72 kanal (analog/digital) çıkışlı dijital ses kumanda masası
- Alt yazı cihazı
- 3 kamera için sanal stüdyo yaratma donanımı
- 2 adet grafik tasarım istasyonu
- SD (Standart Definition) kaynaklar için HD, SD kullanım için de SD dönüştürme cihazları bulunmaktadır.

Daha önce seslendirme stüdyosu olarak kullanılan bu alana, gereken mimari tadilatlar yapıldıktan sonra, stüdyo platosuna yaklaşık 6.5 metre eninde, 6.5 metre boyunda ve 3,6 metre yüksekliğinde bir sanal fon uygulanmıştır. Üst üste iki reji odasından alt kattaki Reji odasında; Resim Kumanda masası, Ses kumanda masası, Altyazı cihazı, Prompter sistemi kontrolü ve Sanal Stüdyo kumandaları bulunmakta, üst kattaki reji odasında ise Kamera ve Teknik kontrol ile, Işık Kumanda, Server sistemi ve VTR okuma-kayıt sistemi bulunmaktadır.

Sanal stüdyo sistemleri; bilindiği üzere tek renge boyanmış (genellikle mavi veya yeşil) bir sonsuz fon üzerinde bulunan sunucu ile diğer materyallerin, bilgisayar sistemlerinde hazırlanan modellere göre, anında veya önceden üretilen arka plan görüntüler ile kroma key tekniği kullanılarak keyleme prensibine dayanmaktadır. Bu sistemin klasik kroma key tekniğinden farkı, kameralar hareket ettikçe zoom

oranların değişimiyle beraber, arka fonun da otomatik olarak buna uygun oranda ve biçimde değişmesidir.

Bu nedenle, Sanal Stüdyo uygulamaları için en önemli fonksiyonlardan biri olan İzleme ve Takip Sistemi (Tracking System) olarak, her bir kamera için birden fazla yöntem kullanılarak üç kameranın da verimli ve fonksiyonel kullanılması planlanmıştır. Buna göre 2 adet kamerada Infrared LED, Pan/Tilt Sensör, Krane üzerinde yer alan kamerada ise Infrared LED bulunmaktadır. Yeşil olarak boyanan sanal fonun arkasında 5 metre x 2,9 metre ebatlarında bir grid konmuş, fonun her iki yan duvarında ise 2 adet Infrared Kamera bulunmaktadır. Böylece her üç kameranın stüdyo içerisinde pozisyonu ile kameranın pan, tilt, zoom değerleri en az 2 farklı metod ile algılanmakta, ve hatasız bir prodüksiyon yapılmaktadır.



şekil. 54. TRT Çocuk Kanalı / Sanal Stüdyo Sistemi



Şekil. 55. Sanal Stüdyodan Canlı Program Yayını

Tamamen HD olarak çalışabilen Sanal Stüdyo cihazları, HD kamera sinyalini, önceden tanımlanmış 3D modeller ve animasyonlara göre, anında render edebilecek kapasiteye sahip. Bu makinalara 2 adet harici HD kaynak girilerek kullanılabilmesi de mümkündür.

Stüdyoda, ihtiyaç duyulması halinde kullanılmak üzere, mevcut Ana kumanda ve yeni kurulan HD Devamlılık Stüdyolarından gelecek olan kaynakların kullanılması için SD/HD dönüştürücüler bulunmaktadır. Tamamen HD olarak çalışacak olan stüdyonun gerektiğinde HD çıkışları SD ye de dönüştürülerek, hem HD hem SD formatında yayın veya kayıt yapılması mümkün olmaktadır.

TRT Çocuk Kanalı Koordinatörü Can Soysal, bir başka söyleşide kanalla ilgili olarak şu bilgileri veriyordu;

“ Bizim kanalımız kendini tekrar eden bir kanal değil. Kendi koyduğumuz çıtayı hep daha yükseğe taşıyan bir kanalı. Biz Japonların Su mantığı ile çalışıyoruz. Her yaptığımız yapıyı her dönemde yeniden gözden geçiriyoruz. Dolayısıyla kanalımız her an sürprizlere yeniliklere açık. Kanalda yayınlamayı düşündüğümüzü tüm programları çocukların onayından geçtikten sonra yayına koyuyoruz ,böyle bir jüri sistemi oluşturduk. Çocukların onayından geçmeyen programların yayınlanmadığını ifade etmek istiyorum. TRT Çocuk’la kesinlikle maddi bir kazanç elde etmeyi amaçlamıyoruz. ve, çocuklara faydalı olabilecek ve onların gelişimine katkı sağlayacak her projeye açık olduğumuzu belirtmek istiyorum.

TRT Çocuk’un doğuş sürecinde TRT Genel Müdürü İbrahim Şahin’in bir çocuk kanalı projesini göreve gelmeden çok önce düşündüğünü öğrenmiştim. Göreve gelir gelmez, bu kanalla ilgi bir taslak hazırlanması için kendisi beni görevlendirmiştir. 2008 yılının Ocak ayında kanal için taslak projeler hazırladık ve 1 Kasım 2008’de de kanalın açılışını gerçekleştirdik . TRT Çocuk’un kurulumu sırasında söz verdiğimiz, yüzde 70 yerli yapımlarla çocukların karşısına çıkacağız şeklindeki sözümüzü, yüzde 60 oranıyla yakalamak üzereyiz ve bu hedefe de kısa sürede ulaşacağımızı düşünüyoruz..

TRT Çocuk’ta her yaş grubu için ayrı ayrı programlar hazırlanıyor, ancak 1 ile 3 yaş arası gruba herhangi bir program yapmıyoruz, , 1-3 yaş grubu çocukların kesinlikle televizyon izlememesi gerektiğini, çocuğun bu yaşlarda sürekli aile ile iletişimde olmasının çok önemli olduğunu düşünüyoruz..

Programları hazırlarken, bizim bir yaş grubumuz var 4–14 dediğimiz bir yaş grubu, genişçe bir aralıktaki yaş grubu, bu yaş grubu kendi arasında da gruplara ayrılıyor. Okul öncesi dediğimiz, 4–6 yaş grubu, 7–9 ve 9–12 yaş gruplarına ayrılıyor. Bu bütün yaş gruplarının birbirinden farklı bilişsel motor becerileri olan gruplar. Bir anlamda bilimsel bir çalışmayla gerçekleşiyor. Biz yayınıımızı örerken tüm bu yaş gruplarını göz önüne alıyoruz.

TRT Çocuk'ta yayınlanacak her bir program için akademik anlamda destek veren bir danışma kurulu ile paralel çalışmalar yürütüyoruz. Genellikle bizim her programın danışma kurulu var ve bunlar akademik olarak eğitim almış. Çocuk psikolojisini bilen gruplar ya da kişiler. Programları belirledikten sonra konuyla ilgili danışılıyor ve karar veriliyor.

TRT Çocuk üzerinde çocukların daha etkin bir karar verme mekanizması halini alması için bir takım yeni projeler de hazırlıyoruz. İnternet üzerinden oluşturacağımız üyelik sistemi ile çocukların yeni başlayacak projelerin jürilerine daha aktif katılmalarını amaçlıyoruz. İzleme portalı ile bine yakın çocuğun aynı anda yapımı izleyip karar vermesini sağlayacağız.⁹”

TRT Çocuk Kanalı Görsel Tasarım ve Kanal Kimliği Çalışmalarından Örnekler;



Şekil. 56. TRT Çocuk Kanalı Yayın Logosu

Kanal Koordinatörü Can Soysal'ın ifade ettiği gibi, kurum içinde, görsel tasarım ve kurumsal kimlik tasarımı konusunda uzmanlaşmış, özel bir birim olmadığı için, kurum dışında serbest çalışan bir yaratıcı ekiple yola çıktılar ve daha önce hazırladıkları yayın konseptine uygun olarak bazı logo ve eskizler hazırlamaya

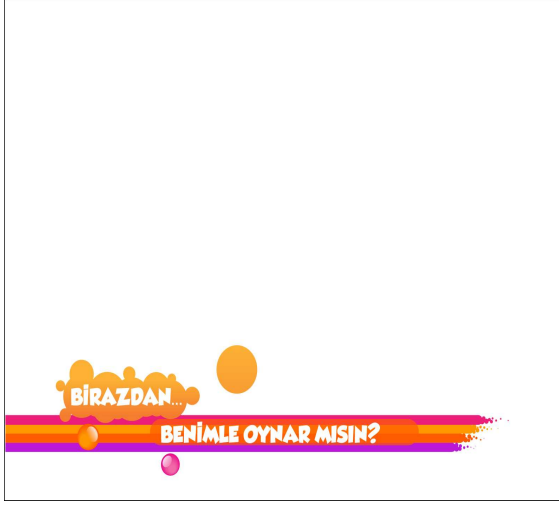
⁹Can Soysal ile yapılan görüşme , Haziran 2010

başladılar. Verilen kısa bilgilerle yola çıkan yaratıcı ekip, birçok eskiz çalışma getirdikten ve bunlar kimi zaman TRT yönetiminden de görüş alınarak düzeltildikten sonra yukarıda görülen ve başından itibaren kanalın logosu olarak benimsenen logo ortaya çıkmış oldu.

Uzun zaman sürdürülen deneme yayını döneminde, çocukların görüşleri de alınarak yayın logosu olarak seçildi ve buna göre diğer görsel kimlik unsurlarının hazırlanmasına geçildi. Logonun ilk bakışta seçilen özelliği, TRT Kurumsal Logosunun hiç değiştirilmeden bir üst kimlik olarak kullanılmasıydı, ve doğru olan buydu. Kendisinden sonra gelen diğer tematik kanalların logosunda, TRT logosunun değişik şekilde kullanımı, hatta bozulması, burada yapılmamıştı. Ayrıca, alttaki çocuk yazısı, gerçekten bir çocuğun elle yaptığı bir çizim havası vermekteydi. Bununla birlikte aynı çizim basit olmayan, sağlam ve kaliteli bir fontla desteklenmişti. Öte yandan, hafif patlak biçimde ekranda yer alması, her yaştan çocuğun dikkatini çekebilecekti. Son olarak, logo, bağlantılı olarak hazırlanan, geçişler, fragmanlar ve diğer ara görseller ile uyumlu bir animasyon alt yapısına sahipti.



Şekil. 57. Üçlü Ekran Bağlantı Grafiği



Şekil. 58. Birazdan Anons Grafiği



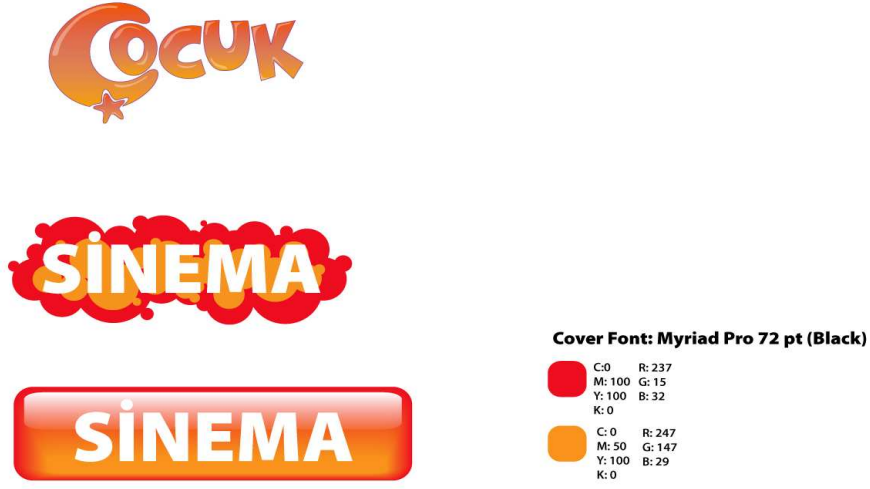
Şekil. 59. Altyazı Grafiği



Şekil. 60. Background (Boş Fon) Grafiği



Şekil. 61. Üçlü Ekran Duyuru Grafiği



Şekil. 62. Sinema Duyuru Grafiği



Şekil. 63. Yarışma Duyuru Grafiği



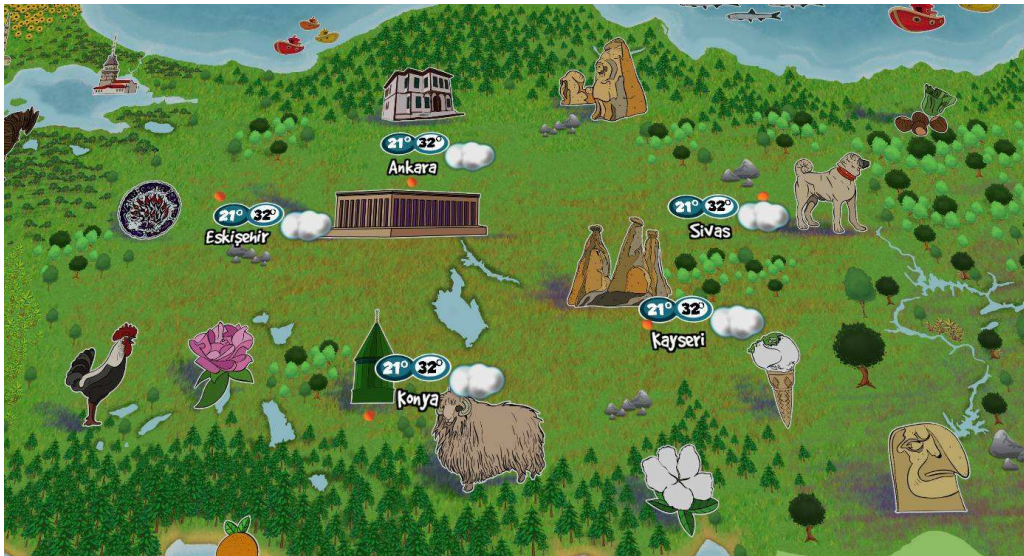
Şekil. 64. Saatli Bant Grafiği



Şekil. 65. Yakında Anons Grafiği



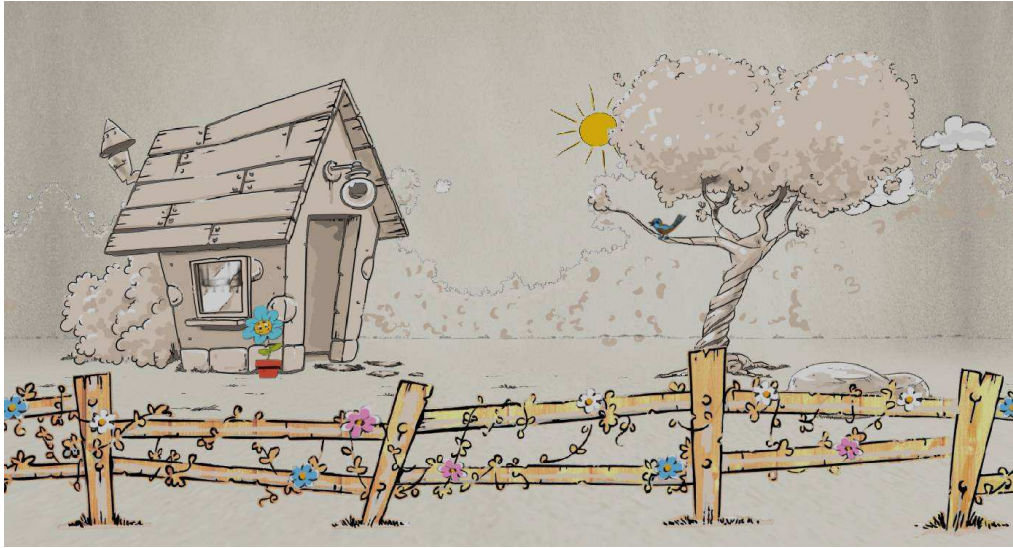
Şekil. 66. Haberlik Programı Sanal Stüdyo Fon Tasarımı



Şekil. 67. Hava Durumu Sanal Stüdyo Fon Tasarımı



Şekil.68. Kasaba Programı Sanal Stüdyo Fon Tasarımı



Şekil. 69. Paytak Programı Sanal Stüdyo Fon Tasarımı



Şekil. 70. Yarışçı Programı Sanal Stüdyo Tasarımı

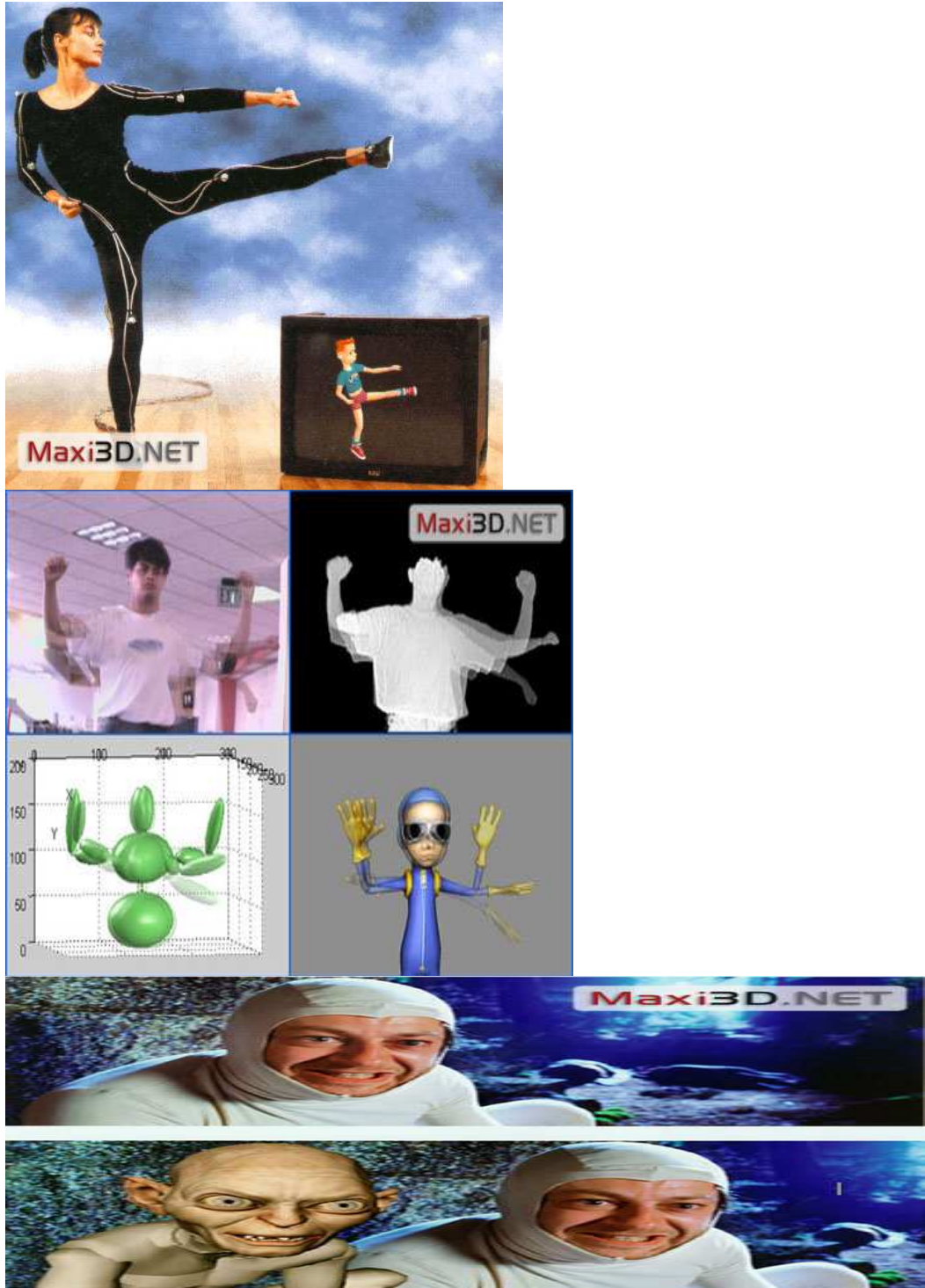


Şekil. 71. Yarışçı Programı Sanal Stüdyodan Canlı Yayın

Değerlendirme;

Buraya kadar gördüğümüz görsel tasarım örnekleri ve kanal kimlik görsellerini değerlendirdiğimizde, bu başlığın en başında belirttiğimiz yargılarımızı tekrar edeceğiz. Çocuk Programcılığı konusunda uzman ve deneyimli bir ekibin yönetiminde olan bu kanal, TRT yönetiminin de desteğiyle kısa zamanda bu alandaki boşluğu doldurdu ve hem kendi kulvarında en çok izlenen kanal oldu, hem de TRT'nin diğer tematik kanallarını geride bırakan izlenme başarıları oranlarına erişti.

Görsel olarak baktığımızda, kendi içinde tutarlı, içerikle uyumlu ve grafik olarak başarılı materyalin kullanıldığı bu kanalın, sanal stüdyo sistemi sayesinde TRT içinde bir çığır açtığını söyleyebiliriz. Buna karşın, baştan beri temin edilmek istenen ancak gecikmiş olan MOCAP (Motion Capture Graphics) sisteminin kurulmasıyla, sanal karakterlerin yaratılıp kullanılması da mümkün olacak, böylece gerçek karakterlerle karşılıklı çekimler gerçekleştirilecektir. (Bkz. Şekil.72)



Şekil. 72. MOCAP (Motion Capture) Grafik Sisteminden örnekler.

Bu kanalın, görsel tasarımın pek bilinmeyen bir yönü olan “ Sesli Tasarım” yani geçişlerde kullanılan sinyal müzikleri jenerik, reklam vb geçiş müzikleri gibi sesli unsurları da göz önüne aldığını görüyoruz. Kanalin Koordinatörü, Can Soysal, bu noktayı görüşmemizde şöyle ifade ediyordu; “ Kanalı oluştururken, kurumsal kimliğin ifadesi olan görsel tasarımla birlikte , aynı kimliği yansıtacak, sloganlar ve sesli tasarımlar da düşündük. Kimlik sesleri diyebileceğimiz ve geçişlerde, reklamlarda, fragmanlarda kullandığımız her türlü ses ve müziğin görsel tasarımın bir parçası olduğunu bilerek hazırlandık. Görsel döngülerin yanında , ekranı görmeden, seslerle aynı görselliği hem destekleyen, hem çağrıştıran bir ifade biçimi yaratmaya çalıştık ¹⁰”

Sanal Stüdyo Sisteminden faydalanmada biraz eksiklik olmakla beraber, özellikle yazılım ve yaratım ekibinin birlikte çalışma deneyimi arttıkça bu sorunun da düzeleceğini düşünüyoruz. Kasım 2008 den bu yana yayında olan kanalın giderek artan bir başarı grafiği yakalayacağını görebiliriz.

Görsel Tasarım unsurları yönünden başarılı bulduğumuz bu kanalın, Can Soysal’ın deyimiyle “ Kurumsal Kimlik-Görsel Tasarım-Marka Başarısı” formülünü ekranda hayata geçirebileceğini düşünüyoruz. Bu başarıda, deneyimli ve işi bilen bir ekibin yanında bazen türlü zorluklara karşın, kendilerine her türlü desteği veren TRT Genel Müdürlüğü ve İstanbul Televizyonu yönetiminin katkılarını da belirtmek gerekir.

¹⁰ Can Soysal ile Yapılan Görüşme, Haziran 2010.

3.4. TRT Müzik Kanalı / Görsel İnceleme

Bu kanalın tanımını, TRT 2009 yılı Faaliyet Raporundan alıntılanarak şöyle yapabiliriz; Yaptığı atılımlarla dünyanın sayılı yayın kuruluşları arasında yer alan TRT, tematik kanallar zincirinin son halkası olarak, 16 Kasım 2009 tarihinde TRT Müzik kanalını tüm Türk izleyicisine armağan etmiştir.

TRT MÜZİK KANALI

- **TÜRKSAT 3A** (TRT Doğu Paketi) 11.096 MHz Frekansından
- **DIGITÜRK** Digital Platformundan 95. Kanaldan
- **D-SMART** Digital Platformundan 128. Kanaldan
- **TÜRKSAT Sayısal Kablo TV'de** 155. Kanaldan
- **TÜRKSAT Analog Kablo TV'de** S 35 ya da K 28 Bandından

İzlenebilmektedir

Teması Müzik Olan Bir Kanal; TRT Müzik; klip yayıncılığından çok, kaliteli müzik yayıncılığı konusunda lider olmayı hedeflemiş, eşsiz TRT arşivini açarak geçmişle bugünün kucaklaşmasına imkan sağlamış, radyo geleneğini bugünün televizyonlarına taşıyarak izleyiciyi nostalji yolculuğuna çıkarmış, ‘Geçmişten Geleceğe’ uzanan bir kanal olma idealiyle ortaya çıkmış bir tematik kanaldır.

Hedef Kitle ; Gerçek müziğimizin izlerini süren, TSM ve THM ağırlıklı olmak üzere, Caz’dan, Rock’a, Pop’tan etnik müziklere kadar her türün kaliteli örneğini sunan TRT Müzik’in hedef kitlesi; orta yaş grubudur. Kanal, bununla birlikte; tüm yaş grupları içinde müziği talep eden, arayan, bulmaya çalışan ve satın alan gruba yayın yapmakta olan; “Türkiye’nin Müzik Kanalı”dır.¹¹

Programlar;

TRT Müzik; TSM ve THM başta olmak üzere, TRT Radyo sanatçılarıyla radyo geleneği içinde canlı performanslarla gerçekleştirilen kuşak programdan Anadolu aşıkalarının peşinde müzik kültürümüzün izini süren programa, arşivden gün ışığına çıkan nostaljik tatta ve eşsiz değerde programlardan, Avrupa ve Amerika’dan Pop müziğin ve sektörünün seyrini takip eden programa, müzik sorunlarının masaya yatırıldığı tartışma programından albümlerin ortaya çıkış serüvenlerine, enstrümanların hikayelerinden konserlere, konser arkalarına, gerçek müzik listelerine kadar herkesin ilgisini çekecek programlarıyla geçmişi de geleceği kavrayan, herkesi sarmalayan gerçek bir müzik kanalıdır.

Vizyon;

TRT Müzik; müzik kanalları arasında referans alınan saygın bir tematik kanal olma vizyonunu gerçekleştirmek üzere; pozitif etkilenmeye açık, gerçek sanatçılarla, kaliteli, hoş giden, eğlenceli, müzik ilgisi ve sevgisi uyandıran, yetenekleri geliştiren, tüm Türkiye’yi sarmalayan, ilkeli, örnek, güvenilir TV yayıncılığı yapmaktadır.

TRT’nin kendi kaynaklarında böyle tanımlanan bu kanalın Koordinatörü, deneyimli müzik/eğlence program yapımcısı, Bahtiyar SİS, kendisiyle yapılan bir söyleşide kanalın hedeflerini ve amacını şöyle anlatıyor;

“ TRT Müzik Kanalı, TRT’nin son dönemlerde yaptığı atılımların sonucundan biridir. Tematik bir kanal olarak; hem müzik sektörüne, hem de müzikseverlere ve müzisyenlere hitap edebilecek bir kanal kimliğiyle ortaya çıktı. TRT’nin müzik temalı tematik bir kanalının olması ihtiyacı hepimizin aslında ortak arzusudur. Ama bunu harekete geçiren sayın Genel Müdürümüz’dür. Biz onun öngörüsü doğrultusunda sorumluluk aldık ve 16 Kasım 2009 tarihinde TRT Müzik Kanalımız’ı açtık.

TRT, Türkiye’nin ilk TV kanalı, 42 yıldır kamu yayıncılığı yapıyor. Bu alanda öncü ve TV alanında bir birikimi var. Bu birikim içinde de müziğin çok önemli bir yeri var. Müziğimize

¹¹ TRT 2009 yılı Faaliyet Raporu, S.46-47

ait örnekleri ve sanatçılarımızı TRT’den dinleyerek yetiştik, büyüdü. TRT radyolarımız da 84 yaşında ve radyolarımızla da getirdiğimiz bir müzik geleneğimiz var. Tarihsel süreç içinde TRT’nin bir müzik kanalına kaynaklık edebilecek önemli bir müzik arşivi, kültürü ve geleneği var. TRT’nin, müzik kültürümüzün tanınmasında, sevilmesinde, müzik zevkinin oluşmasında önemli bir misyon üstlendiğini hepimiz biliyoruz. Bunları görünce; müziğin hem sektörel anlamda, hem de başka anlamlarda gelişme seyrine bakınca TRT’nin bir müzik kanalı kurması kaçınılmazdı.”

“ TRT’nin Müzik Kanalı ismiyle tematik bir kanal açması ve bu kanalın ana omurgasını THM ve TSM ağırlıklı olarak oluşturması bir sorumluluk bilincinin göstergesidir. TRT’nin bu anlamda Türk müziğinin yaşatılması konusundaki sorumluluğu kaçınılmazdır. Bu sorumluluğu yerine getirmesi açısından daha önce de ciddi adımlar atmıştır, bundan sonra da atacaktır. TRT kamu yayıncısı olmanın verdiği sorumluluk bilinciyle; TSM ve THM’nin kültürümüzün taşıyıcısı olarak yaşatılması konusunda şimdiye kadar radyo sanatçıları aracılığıyla, değişik müzik belgeselleri ve programları aracılığıyla bu sorumluluğunu yerine getirmeye çalıştı.

Türkiye’de kanalların çok kısa sürede hızlı ve etkin bir rol üstlenmesi beklenemez. Bu kanalın bilinirliği, bir sürece bağlı olduğu anlamına geliyor. Ama TRT Müzik Kanalımız bu kısa sürede mesafe aldı. Daha önce kanalın hangi dijital platformlarda yayınlandığına ilişkin sıklıkla karşılaştığımız sorular azaldı. Önemli geri dönüşler alıyoruz. Diğer ulus kanalların geleneksel müziğimize yer vermemesini dikkate aldığımızda, TRT’nin bu anlamda çok doyurucu ve kamuoyunu besleyici, onların müzik kültürüne hitap eden çalışmalar yaptığını izleyiciden ve dinleyiciden teyidini almak çok güzel bir duygu.

Var olan kanalların anlayışının çok uzağında ve dışında bir yayıncılık ilkesini belirlemiş durumdadır. Bu paralelde de müzik alanında öncü ve etkin ve belirleyici olmayı amaçlamaktadır. Program formatlı bir kanalı, klip kanalı formatında bir yayıncılık anlayışımız yok. Müzikseverlerin her türlü müzik zevkini tatmin edecek nitelikte programlar yapıyoruz. Bu uzun vadede genç kuşaktan, yaşlı kuşağa kadar ve değişik yelpazedeki müzik zevkine sahip izleyici ve dinleyicilerin hepsini kucaklayabilecek nitelikte programlara ve tarzlara yer veriyoruz. Bu profilimizi devam ettireceğiz. Bu anlamda önemli işlere imza atmak istiyoruz. TV’lerde yayınlanan formatın çok üstünde, müzikseverlerin kabul ve beğeni göstereceği, çok iddialı bir müzik yarışma programı gerçekleştirmek hedeflerimizden biridir.

Bunun dışında burada yaptığımız birçok programdaki konser, belgesel gibi programları kalıcı hale getirmeyi planlıyoruz ¹² ”

Görsel İncelemeye geçmeden önce, bu kanalla ilgili yapılabilecek ilk değerlendirme, hazırlık döneminin çok verimli olmadığı şeklindedir. Hazırlık döneminden, yayına kadar geçen sürede üç kez yönetici/koordinatör değişmesi olumsuz etkiler yaratmıştır. Hepsi TRT’nin Müzik-Eğlence Programları geleneğinden gelen ,ancak, farklı yetenek,bakış açısı ve görsel anlayışa sahip olan bu kişilerin sık değiştirilmesinin, kanalın kimliğinin oturmasında biraz zaman kaybına yol açtığını söyleyebiliriz.

Öte yandan, hedef kitle olarak oldukça karma bir kapsama alanı olan bu kanal, bunun kaçınılmaz yansıması olarak, karışık bir içerik veya karma bir prototip ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu anlamda, giderek, kanal kimliği yönünden bir bunalım içine girebilir endişesi vermektedir.

Buna karşın, kanalın yapımcıları ve yönetmenleri özverili bir çalışmayla kısa sürede ve yoğun bir tempoyla yayın formatını oturtmuş ve kendi kulvarında izlenen bir kanal yaratmışlardır.

¹² Akort Dergisi, Yıl.6, Sayı. 35, 25/03/2010

Görsel İnceleme;



Şekil.73. TRT Müzik Kanalı Sabit Logo

Uzun süren denemelerden sonra karar verilen bu logo, hareketli harfler logosuna alternatif olarak yapılmış ve ana logo olarak benimsenmiştir. Daha sonra yapılan fragman, tanıtım, altyazı bantları, geçişler, anons bantları gibi materyaller de bu logoya uyumlu olarak yapılmışlardır. Dikkat çeken nokta, TRT Kurumsal Logosunun şekil ve duruşuyla oynanması ve M harfinin büyütülerek, Müzik kavramının vurgulanmasıdır. Kullanıldığı ilk dönemden başlayarak grafikerler arasında da pek beğenilmeyen bu logonun, sağlam fontlarına ve güçlü görünümüne karşın, kanalın amacına uygun ve başarılı bir görsel tasarım olduğunu söylemek pek kolay değildir.



Şekil. 74. TRT Müzik Kanalı Hareketli Logo

Tek başına M harfinin Müzik Kanalını ifade etmekte yetersiz kalabileceği ve seyirciye kanalın tematik kimliğini ara sıra hatırlatmak için hareketli olarak kullanılan bu logo, daha çok animasyonlu biçimde uygulanmaktadır. İlk dönemlerde geçici bir süre ana logo olarak da kullanılan bu örnek, yine grafikerler tarafından pek başarılı bulunmamıştır. M harfinin yanındaki dört harfin kaldırılmasıyla, sabit logo'nun elde edilmesi, akılda kalıcı bir geçiş sağlamakla birlikte, yine de bir kalite ve özen hissi vermemektedir. Yine de bu logo, program arası geçişlerde, kanalın adını hatırlatmak bakımından yararlı olmaktadır.

Görsel Değerlendirme;

İlk bakışta, kanalın görsel kimliğini oluşturan ürünler arasında “ Kurumda Hazırlanan” ve “ Kurum dışında hazırlanan” şeklinde bir fark göze çarpmaktadır. Kanalın kısa ve uzun tanıtım fragmanları, kurum dışında daha gelişmiş imkanlarla hazırlandığı için görsel zenginlik ve grafik derinlik olarak öne çıkmakta ve kurum içinde ve dışında beğenilen fragmanlar durumundadır.

Kurum içinde hazırlanan, tanıtım ve fragmanlar, hem teknik hem artistik olarak biraz daha dar imkanlarla hazırlanmış gibi durmaktadır. Böyle bir ayrımın olması doğaldır ve uzun yıllardır böyle bir ayrımın varlığı bu çalışmalarda sıkça gözlenmektedir.

Kurumsal kimlik açısından bakıldığında, bütün bu materyalde, resmi kanal renklerinin (mavi/lacivert) kullanımı ve logolarla uyum konusu başarılı biçimde işlenmiştir denilebilir. Ancak, bu konu, ana logonun kurumsal logoyla olan uyumsuzluğunu ve oransızlığını değiştirmemektedir. Ses konusunda başarılı bir kullanım olduğunu, “kimlik sesi” olarak kullanılan “ geri vokal ” sesin kanalı çağrıştırmada başarılı bir motif olduğunu söyleyebiliriz.

Logoların görsel tasarımı konusunu daha iyi açıklamak ve netleştirmek için, TRT Tematik Kanallarının logolarını, BBC ‘nin bazı logolarıyla karşılaştıralım ;



Şekil. 75. TRT Tematik Kanalları ve BBC Logolarından Örnekler

Logoların yer aldığı bu tabloya baktığımızda ilk göze çarpan özellik veya fark, BBC tarafındaki sadelik ve netlik ile TRT tarafındaki karışıklık ve karmaşa olmaktadır.

TRT Tematik Kanallarından sadece çocuk kanalının kurumsal logoyu değiştirmeden kendine özgü bir karakterle adını yazdığını, diğer TRT kanallarının kurumsal logoyu

tamamen bozduğunu görebiliriz. Bu nedenle bir önceki bölümde çocuk kanalının görsel tasarımını neden olumladığımız burada somut olarak görülebilmektedir.

Logolarda yaşanan bu karmaşa, kaçınılmaz olarak içerik ve kanal kimliğine de yansımakta, sonuçta, özellikle Müzik kanalında, tematik kanaldan çok, popüler, kitlesel özellikler taşıyan bir karma kanal kimliği ortaya çıkmaktadır.

Daha önceki bölümlerde belirttiğimiz gibi, TRT, kurumsal logosunu, 2001 yılında Mc Kinsey çalışması döneminde, Amerikan Pittard & Sullivan firmasına yaptırmıştı. Ama bu konsept üzerinden gitmek yerine zaman içinde yeni açılan veya yenilenen kanalların logoları değişmeye başladı. Kurumsal bütünlük kalmadı. Her kanalın farklı karakterini yansıtmak, aynı bütün içinde yaratılacak farklılıklar ile (Örneğin farklı renkler, tonlar) mümkündü.

Ancak, olayın bütününden kopmaya başlayınca bugünkü bazı tematik kanal logolarında ve görsel tasarım ürünlerinde gördüğümüz farklı sonuçlar ortaya çıkmış oldu.

Program İnceleme; TRT Müzik Kanalı yayınından bir programı seçip ,görsel tasarım unsurları açısından inceledik, Bu program müzik kanalında sık görülen ve canlı yayınlanan, kurumda “ Performans” olarak adlandırılan bir solist programıdır.



Şekil. 76. Sahnede Programı (Hakan ALTUN)

Şekil. 77. (a,b,c, d,) TRT Müzik Kanalı “ Sahnede” Programı
(Solist; Hakan ALTUN)

Sahne ve Işık Tasarımından Görüntüler



Şekil.77 a.



Şekil. 77 b



Şekil. 77. c



Şekil. 77. d

Görsel Değerlendirme;

“Sahne” isimli program serisi, TRT Müzik - Eğlence geleneğinden gelen ve Pop Müziği programlarında deneyim kazanmış yapımcıların gerçekleştirdiği ve Müzik Kanalı için standart bir örnek sayılabilecek bir programdır. Bu özellikleri nedeniyle örnek olarak ele alınmıştır.

TRT Tepebaşı Stüdyolarında çekilen/yayınlanan programda, dekor olarak; basamaklı yuvarlak sahne ve arkasına bağlı podyum şeklinde bir tasarım uygulanmıştır. Arka podyumun sağına ve soluna platformlar üzerinde orkestra üyeleri yerleştirilmiştir.

Seyircili çekilen programda, seyirciye yönelik aydınlatmanın dışında, sahne ve solist için ağırlıklı olarak robot ışıklar kullanılmıştır. Sahne arkasında, fon olarak, 2004 Eurovision yarışmasından sonra trend haline gelen, LED ekran modüller kullanılmış, sahnenin tam arkasında 1 ana LED, sağında ve solunda 4'er adet panel LED olmak üzere toplam 9 adet LED Panel üzerinde hazır fonlarla bir renk tonlaması yaratılmıştır. En arkada ise derinlik hissi vermek için standart bir uygulama olan “Star Cloth” yıldız Perdesi kullanılmıştır.

Bu unsurlarıyla standart özellikte olan bu dekor ve ışık anlayışı, programın/sanatçının kimliğine özgü bir hazırlık göstermemektedir. Bu uygulamayı, diğer pek çok performans programında da aynen görmek mümkündür. Genel hatlarıyla dekor ve ışığın kullanımı sıradan bir program atmosferi yaratmıştır .

Dekor ve Işık dışında, hareketi ve boyutu vermek için “ Jimmy Jib” ve “ Steadycam” gibi hareketli çekim ekipmanları kullanılmıştır. Rejinin kesmeleriyle çok senkron olamayan bu hareketler, sadece biraz tempo katmıştır .

Tasarımın uzun zaman ve emek isteyen bir süreç olduğunu biliyoruz. Yeni açılan kanallar, mevcut kanallara eklenen programlar, yani aşırı artan iş yükü karşısında hem yaratıcı, hem de işletmeci ekibin, özenli tasarıma zamanı kalmamıştır.

Özellikle, çok karma bir prototipi ve kanal kimliğini yürütmeye çalışan TRT Müzik Kanalında, programların görsel tasarımında bu tip sıradanlaşma yaşamak kaçınılmazdır . Yeterli zaman, imkan ve destek verildiğinde kurumdaki personelin, gerektiğinde dışarıdan alınacak doğru destekle, çağın ritmine uygun tasarım örnekleri verebileceği görülmüştür. Bu konularda neler yapılabileceğine dair çözüm ve önerilerimiz, sonuç bölümünde ortaya koyulacaktır.

3.5 . TRT Platformuna Doğru;

TRT nin 2009 yılı faaliyet raporunda yer alan radyo-televizyon kanallarına, internet TV (IPTV) ve web sitelerine, dergilere baktığımızda TRT'nin zaten dev bir iletişim platformu olduğunu görebiliriz. Genel Müdür, Sn. İbrahim Şahin, TRT 2009 yılı Faaliyet Raporunun önsözünde şöyle diyor; “ 2008 yılında başladığımız kaliteli yolculuğumuz, ve iki yıl boyunca gerçekleştirilen faaliyetler sonucunda, TRT bugün, 13 televizyon kanalı, 6 ulusal, 6 bölgesel, 1 yerel, 2 uluslar arası radyo kanalı, trt.net.tr ve trt-world.com üzerinden 32 dilde yayın, teletext yayını, ve Televizyon, Radyovizyon, F1 Racing dergileriyle Türkiye'nin en büyük medya gruplarından biri olmuştur.”¹³

Bu konuşmadan sonra hazırlığı yapılan İngilizce Kanal ile Çiftçilere yönelik yayın yapacak olan “ Tarım TV” yi de katarsak, toplam 15 televizyon kanalı yayında olacak. Önümüzdeki iki yıl içinde planlanan yeni kanallar olduğu da belirtiliyor.

Teknik olarak, Platform yayıncılığından farklı olarak sadece iletişim uydularıyla değil, karasal yayınlı, internet yoluyla, kablolu televizyon ve dijital platformlarda yer alarak yayın yapmakta olan TRT, kullandığı iletişim ortamları yönünden Türkiye’de kendine özgü bir yayın kuruluşudur. Platform işletmelerinden bir başka önemli farkı, diğerleri gibi sadece içerik ve enformasyon taşıyan bir yapı olmaması, aynı zamanda ülkenin en büyük program üreticisi olmasıdır. Bu bakımdan, hem üreten, hem taşıyan bir kurum olması, onu mevcut platformlardan ayırmaktadır. Bu niteliğiyle, yayıncı olmanın yanı sıra yapımcı kişiliğiyle de öne çıkmaktadır.

TRT'nin bir Kamu Tüzel Kişisi olması ve Kamu Yayın Kurumu olarak görevlerinin bulunması, ileride platform yayıncılığı yapmasında engel olabilecektir. Dünyada ve ülkemizde platform yayıncılığı, kıymetli içeriğin, şifrelenmiş yayınlı, belli bedeller karşılığında aboneler ulaştırılması esasına dayanmaktadır. Halen, ülkemizde en kıymetli içerik olarak görülen, Futbol maçları, belirli bir uydu yayın platformunun abonelerine, ek ücretler karşılığında izletilmektedir. TRT, bu maçların canlı yayınları dışında, geniş özetlerini, ve tekrarlarını açık kanaldan yayınlamaktadır. Bu konu

¹³ TRT 2009 Yılı Faaliyet Raporu, S. 7

gündeme her geldiğinde, TRT'nin amacının 1.Lig maçlarını canlı ve açık kanaldan yayınlamak olduğu yetkililerce belirtilmiştir.

Böyle bir içeriğin, ücretsiz olarak yayınlanması, ödenecek bedellerin başka bir şekilde karşılanmasını gerektirecektir. TRT'nin kendi yayınlarını belli ücretler karşılığında izletmesi kısa vadede çok mümkün görünmeyen bir gelişme olduğuna göre, bu tip kıymetli içeriğin bedellerinin karşılanması TRT'yi zorlayacak gibi görünmektedir.

Halen, elektrik faturalarından gelen ve yakında kaldırılması beklenen, yüzde iki (% 2) katkı payının bile bu bedelleri karşılamaya yetmeyeceği açıktır. Ancak, son iki yıl içinde hem kanalların açılımı ve içerik yatırımına, hem de teknolojik altyapının yenilenmesine bütçeler bulabilen TRT yönetimi ve hükümetin bu konuda da çözümleri olacaktır.

Son dönemde, reklam kuşaklarının özelleştirilmesi, artan sponsorluk anlaşmaları, dış yapımların arttırılarak maliyetlerin düşürülmesi, yasa ve yönetmelik değişimleriyle kurumsal hantallığın azaltılarak tasarruf edilmesi gibi yöntemlerle mali yönden bir rahatlama yaratılmıştır. Bu dönemde geçilmeye çalışılan yeni üretim modeli de oturduğunda kurum içi kaynakların kullanımında da belli oranda tasarruf sağlanacaktır.

Medya alanına günümüzde yaşanan kalite ve seviye kaybına bakarsak, aslında TRT'nin radyo ve Televizyonlarıyla kendine özgü bir yayın paketi yaparak bir kutu içine (Set Top Box) girerek abone sistemine geçmesi ve bu yayınlar için belli bir ücret talep etmesi en doğru çözüm olacaktır. Ancak, mevcut yayınlara ekler yapmalı, yeni ve kıymetli içeriğe sahip kanallar açmalıdır. Dijital yayın teknolojileri sayesinde, artık her mekandan, her ortamdan ve her türlü mecrayı kullanarak yayın yapmanın mümkün olduğu günümüzde, sorun teknik olarak bunları başarmak değildir . Sorun, içerik yönünden zengin, tercih edilecek, estetik düzeyi yüksek ve ekonomik yönden sürdürülebilir yayıncılık yapmaktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, inceleme konusu olan TRT Tematik Kanallarında Görsel Tasarım konusuna girmeden önce genel olarak estetik kavramı ve giderek medya estetiği kavramları incelenmiş, sonraki, değerlendirmelerde rehber alınan , Televizyon Dünyasının en önemli yazar ve teorisyenlerinden, Herbert Zettl’in geliştirdiği “ Bağlamsal Medya Estetiği” kuramı ayrıntılarıyla ortaya konmuştur. Bu kuramda sözü edilen unsurların ışığında TRT Tematik Kanallarından seçilen örnek materyaller üzerinden bir görsel inceleme yapılmıştır.

Seçilen örnek kanallarla ilgili görsel tasarım ve görsel kimlik ürünleri üzerinde yapılan incelemede, görsel tasarım ve kurum/kanal kimliği ilişkisi aranmış ve belirli sonuçlara varılmıştır.. Çalışmanın giriş bölümünde bir hipotez olarak öne sürülen, “ Televizyon’da Görsel tasarım, TRT Tematik Kanallarında biçim ve içerikte ayırıcı bir unsur olarak yeterince kullanılmamakta ve bu kavramın kanal Kimliği üzerindeki etkileri yeterince bilinip değerlendirilmemektedir” savını destekleyen bulgular, ilgili tez bölümlerinde detaylarıyla ortaya konmuştur.

Detaya girmeden özetlemek gerekirse, TRT Tematik Kanalları içinde, bir tek TRT Çocuk Kanalında Görsel Tasarım kavram ve unsurlarının fikir aşamasından başlayarak dikkatle ve özenle göz önüne alındığını, içerik, görseller ve hatta teknolojinin bile bu kavramlara göre tasarlandığı tespit edilmiştir. Yapılan incelemeler,araştırmalar ve görüşmelerin sonucunda, TRT Çocuk Dışındaki tematik kanalların görsel tasarım hazırlığının yeterli süre verilmeden ve gerekli özen gösterilmeden yapıldığı şeklinde bir izlenim edinilmiştir.

Bazı kanalların içerik, sunum, program formatları, görsel kimlik unsurları bakımından incelendiğinde aslında tematik kanal bile sayılamayacakları tespit edilmiştir.

Tematik Kanal açılımı içinde zikredilen, TRT Arapça (Ed Turkiyye) ve TRT 6 (TRT Şeş/ Kürtçe Yayın Kanalı) bu tespite en iyi örnekler olmuştur. Özellikle bu iki kanalın, tematik bir içerik ve görsel tasarım unsurları taşımaktan çok ağırlıkla bir “dublaj kanalı” olduğu, yani aslında diğer TRT Kanallarında yer alan veya alabilecek programların farklı bir dilde seslendirilmesine ağırlık verdikleri görülmüştü. Bu durumun zaman içinde tematik içeriklere doğru ağırlık kazanacağı düşünülmektedir.

Türk Dünyasına seslenen, TRT AVAZ kanalında da benzer eksiklikler olduğu görülmektedir.. Ancak kısıtlı bir süre içinde çok sayıda kanalın açılması ve bunların her biri için yeterli bir hazırlık süresinin olmaması bu konularda geçerli bir mazeret sayılmaktadır. TRT AVAZ kanalında da tematik olmaktan çok dil değişimine dayalı bir yayın formatı göze çarpmaktadır.

TRT gibi Kamu Kurumlarında yeterli sayıda iş yapabilmek için hızlı ve kararlı hareket etmek şarttır, bu açıdan bakıldığında bu noktada TRT yönetiminin hızlı ve kararlı hareket ettiği ve kısa zamanda çok sayıda atılım ve yenilik yapabildiği bir gerçektir. Daha önce çeşitli dönemlerde tanık olunan hantal tavırların bu dönemde ortadan kalkması, bütün bu atılımların gerçekleşmesindeki olumlu ve önemli etken olmuştur.

Çalışmanın ilgili bölümlerinde detaylarıyla açıklandığı gibi, televizyon yayıncılığının pek çok alanında bizzat TRT kurumu tarafından, örnek alındığı belirtilen İngiliz yayın kurumu BBC den yapılan alıntılar ve incelemeye açılan belgelerden yola çıkarak bazı karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu karşılaştırmalar sonucunda ortaya çıkan en önemli bulgu; TRT'nin tematik kanallarında kullandığı logolar ve diğer görsel kimlik unsurlarında, kurumsal kimliğiyle bir örneklik ve standartlık olmayışıdır. Her kanal TRT logosunu renk, font ve ölçek bakımından kendine göre değiştirerek kullanmıştır. Oysa, kurumsal logonun standart olması, hem kurumsal kimliğin hem de BBC nin en önemli prensiplerinden biridir.

Sadece bu örnek bile, bu çalışmanın hipotezimizi destekleyen bir sonuçtur ve bu konuda bir tek elden yaratım ve yönetim modelinin gerekli olduğunu göstermektedir.

Genel olarak kurum içinde bu konularda bir bilgi eksikliği ve bilgi paylaşım zorluğu da araştırma sırasında karşılaşılan başka bir zorluk olmuştur. Ayrıca, gerek kurum içinde gerekse kurum dışında konuyla ilgili kaynak bulmakta da zorluklar yaşanmıştır.

Kurum içinde bu konularda bilgi sahibi olan kişilerin de eksik, yetersiz bazen de yanlış bilgilerle ve algılarla donatılmış olduğunu görülmüştür. Özellikle, temel kavramların değerlendirmesinde bu konu açığa çıkmıştır.

Ancak, son dönemde, bazı düzenleme ve uygulamaların bu konuda olumlu katkılar yapmakta olduğu gözlenmiştir. İlk kez 1998-2000 yıllarında Mc Kinsey&Company çalışmasında gündeme gelen Kanal Kimliği ve Kanal Koordinatörlüğü kavramlarının ¹2008 TRT yasasıyla uygulamaya konması bu konularda olumlu ve umut verici bir sürecin başlamasına yol açmıştır.

Son iki yıl içinde, Tematik Kanal Koordinatörlerinin bazıları görsel tasarım konusuna eğilmiş ve kendilerine özgü bir kanal kimliği yaratma yolunda görsel adımlar atmışlardır. Çalışmanın ilgili bölümlerinde değinilen TRT Çocuk Kanalı bu konuda önde gelen kanal olmuştur.

Buraya kadar söz edilen sorunların çözümüne dair bazı öneriler getirmek gerekirse;

Öncelikle “ Televizyonda Görsel Tasarım” konusunun ele alınacağı ve TRT Kurumundaki uygulamaların değerlendirileceği bir Panel- Konferans düzenlenmesi düşünülebilir..

Ekler kısmında belgesi sunulan bu etkinlikte, konuyla ilgili, kurum içi, kurum dışı, yerli ve yabancı uzmanların katılımıyla TRT kurumu için bir yol haritası çıkarılması mümkün olacaktır.

Bir başka somut öneri, hatta yapısal değişiklik olarak, doğrudan Genel Müdür’e bağlı, Genel Sekreterlik,Televizyon Dairesi, ilgili Genel Müdür Yardımcısı ve Kanal Koordinatörleri ile koordineli olarak çalışan yeni bir “Kurumsal İletişim ve Tasarım Bölümü” kurulmasıdır.

Avrupa’daki kamu yayın Kurumlarında gördüğümüz, ülkemizde de NTV gibi bazı kanallarda bulunan bu tip bir birim üzerinden kurumun bütününe dair İletişim, PR ve Tasarım hizmetleri yürütülmeli, kurum kimliği, kanal kimlikleri gibi konularda politikaları/stratejileri bu birim üretmeli ve buna bağlı olarak görsel tasarım ürünleri bu birim tarafından tek elden ve bir Standard oluşturarak gerçekleştirilmelidir. Bu konuda TRT kurumunda standartları belirleyen bir çalışmanın olmaması en büyük eksiklik olarak görünmektedir. Karşılaştırmalı olarak inceleme konusu yapılan BBC kurumunda program sonu jenerikleri konusunda bile detayları saptanmış standart belgelerinin olması bu konuda iyi bir örnektir.²

¹ **Başarılı bir Gelecek için Değişim Programı Tasarımı**, Mc Kinsey&Company, TRT, 1998-2000

² **Programme End Credits Guideline**, BBC Commisioning, 2006

TRT kurumunda bu konularda merkezi bir birimin olmaması, kanal kimliklerine dair strateji ve politikaların, Üst Yönetim, Kanal Koordinatörlükleri, Kurum Dışı Kaynaklar ve hatta siyasilerin etkisi ve katkısıyla belirlenmesi, bu konularda yaşanan karmaşa ve belirsizliğin asıl nedenidir. Her zaman örnek alındığı söylenen İngiliz yayın kurumu BBC de ise dışarıdan etkiler, ancak kurumun izleyicileri tarafından kendi interaktif siteleri yoluyla yapılabilmektedir.

Elbette belli bir hiyerarşi ve bürokrasi içinde çalışan bir kamu kurumunda bu konuların çok değişik etmenlere açık olması doğaldır. Bu çalışmada önerilen türden bir Kurumsal İletişim ve Tasarım biriminin kurulması ve işlemesi ancak İdari ve Mali Özerkliğe sahip bir TRT içinde mümkün olabilir. Bu nedenle, TRT Kurumu'nun Anayasada belirtilen, fakat son yıllarda sözde kalan özerklik kavramına yeniden kavuşturulması, çağdaş kamu yayıncılığı alanındaki pek çok konuda olduğu gibi, bu konuda ilerleme sağlanması için de gereklidir.

Son yıllarda, TRT kurumunda önemli açılımlara imza atan bu yönetim döneminde, birçok alanda yaşanan olumlu gelişmeler yanında, Görsel Tasarım konusunda da olumlu adımlar atılması mümkün görünmektedir.. Bu çalışmanın ardından başlayabilecek bir proje geliştirme süreciyle bundan sonraki dönemde kurum içinde yapılacak olan çalışmalar, TRT Kurumunda “Görsel Tasarım ve Kanal Kimliği” konusunda olumlu gelişmeler yaşanmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR;

Armay, Ural: **Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı** Der, İstanbul,1998

Arnheim, Rudolf : **Görsel Düşünme**, Metis,İstanbul,2007

Aziz, Aysel: Türkiye’de **Televizyon yayıncılığının 30 Yılı**, TRT, Ankara,1999

Aziz, Aysel, **Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler**,TRT,Ankara,1989

Brown, Blain: **Motion Picture and Video Lighting**, Focal Press, Newton,USA,1996

Çankaya, Özden: **TRT 1927-2000**, YKY, İstanbul, 2003

Keller, Max,: **Light Fantastic-The Art&Design**, Prestel, NewYork,1999

Kılıç, Levend: **Görüntü Estetiği**, Inkılap, İstanbul, 2000

Kılıç, Levend : **Görsel Estetik**, Anadolu Ün., Eskişehir, 2009

Kılıç, Levend : **Video Sanatı**, Hil, İstanbul, 1999

Kılıç, Levend, **Televizyon Eğitim Programlarında Yapım-Yönetim**, Anadolu Ün, Eskişehir, 1987

Lowell,Ross: **Matters of Light&Depth**, Broad Str Books, Philadelphia,USA, 1994

Millerson, Gerald: **Television Production**, Focal Press, London,1999

Mutlu, Erol: **Televizyon ve Toplum**,TRT, Ankara, 2000

Önder, Bülent: **Kamu Yayın Kurumlarında Personel Yönetimi**,TRT, Ankara, 2000

Televizyonda Kamera, Aydınlatma, ve Ses Tekniği,TRT,Ankara,1999

Ünlüer, Ayhan Oğuz, **Ekranın Öte Yüzü**,Tablet, Konya,2005

Ward, Peter: **Tv Technical Operations**,Focal Press, London, 2000

Yazıcı, Ali Nihat: **Kamu Yayın Kurumları ve Yeniden Yapılanma**, TRT, Ankara, 1999

Zettl Herbert: **Sight Sound Motion**, Applied Media Aesthetics Wadsworth, CA, USA, 1998

RESMİ KAYNAKLAR;

İletişim Şurası Kitabı, Ankara, 2005

Mc Kinsey & Company Değişim Programı, TRT, 1998-2000

Radyo Televizyon Dergisi, TRT, Kasım 2000, S.138

Televizyon Dergisi, TRT, Mayıs 2010, Sayı: 251

Televizyon Dergisi, TRT, Temmuz, 2010, Sayı; 253

TRT 2008 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara, 2009

TRT 2009 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara, 2010

Yayıncılığın Değişen Dünyası ve TRT'nin Yeniden Yapılandırılması Rapor, Ahmet Tarakçıoğlu, Ocak 2004

TRT Kanunu, Haziran, 2008, Ankara

TRT Kuruluş ve Görev Yönetmeliği, Haziran 2008, Ankara

SÜRELİ YAYINLAR;

Akort Dergisi, Yıl, 6, Sayı, 35

Broadcaster İnfö Dergisi, Haziran, 2006

Broadcaster İnfö Dergisi, Temmuz, 2006

Broadcaster İnfö Dergisi, Haziran 2009

Cihan Haber Dergisi, Yıl;5, Sayı ,18

Cihan Haber Dergisi, Yıl,5, Sayı,29

Cihan Haber Dergisi, Yıl,5,Sayı 30

İstanbul Ticaret Üniversitesi,Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl,5,Sayı, 9

Zaman Gazetesi, Haber-İnceleme, 26/03/2010

YAYINLANMAMIŞ TEZLER;

Atay Gergin, “ Gösteri Sanatları ve Sinema Televizyonda Işıklama” Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniv,Güzel Sanatlar Enst, Sahne Sanatları Böl,2006.

MAKALE VE ARAŞTIRMALAR;

Buran,Haluk: TRT Siyah Beyaz Yayınları, **Broadcaster Info**, Haziran,2006, Sayfa, 18-22

Buran,Haluk : TRT Renkli Yayınları, **Broadcaster Info**, Temmuz,2006 Sayfa, 22-26

Öztürk,Gülay, Logonun Kurum Kimliği Üzerindeki Etkisi,**İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl,5,Sayı, 9, Sayfa, 1-17

İNTERNET SİTELERİ;

www.trt.net.tr

www.bbc.co.uk/commisioning

www.bbc.co.uk/channelbranding

www.broadcasterinfo.net

RÖPÖRTAJLAR;

TRT Çocuk Kanalı Koordinatörü, Can SOYSAL, Haziran 2010

TRT Müzik Kanalı Koordinatörü, Bahtiyar SİS, Mayıs, 2010

FOTOĞRAFLAR; TRT Çocuk Kanalı Kurumsal Kimlik Çalışması, TRT Müzik Kanalı
Prodüksiyon Müdürlüğü Arşivi, 2004 Eurovision Şarkı Yarışması Fotoğrafları ;
Mesut Günebakanlı Arşivi.

EKLER

1. TRT Kanunu
2. TRT Kuruluş ve Görev Yönetmeliği
3. Değişim Ofisi, Kuruluş ve Görev Esasları Yönetmeliği, TRT
4. Başarılı bir gelecek için değişim programı tasarımı,
Mc Kinsey&Company, Rapor. 2. Bölüm
5. Mc.Kinsey& Company, Rapor, 6. Bölüm
6. BBC Programme Ending Credits, Document
7. Panel- Konferans Önerisi “ TRT ve Görsel Tasarım”

TÜRKİYE RADYO VE TELEVİZYON KANUNU ⁽¹⁾

Kanun No : 2954 Tarih: 11/11/1983 R.G.: 14/11/1983 Sayı: 18221

BİRİNCİ KISIM Genel Hükümler

BİRİNCİ BÖLÜM Amaç, Kapsam ve Tanımlar

Amaç:

Madde 1- (Değişik: 11/6/2008 - 5767/1 md.) Bu Kanunun amacı, radyo ve televizyon ile tüm medya araçlarından yapılan yayınların düzenlenmesine ve özerkliği ve tarafsızlığı Anayasada hükme bağlanan Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun kuruluş, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin esas ve usulleri belirlemektir.

Kapsam:

Madde 2- Bu Kanun, her türlü teknik, usul ve araçlarla ve her ne isim altında olursa olsun elektromanyetik dalga yoluyla yurt içine ve yurt dışına yapılan radyodifüzyon ve televizyon yayınları ile ilgili hususları kapsar.

Tanımlar:

Madde 3- Bu Kanunda geçen deyimlerden:

- a) Radyodifüzyon (Radyo yayını): Elektromanyetik dalgalar yoluyla halkın doğrudan alması maksadıyla yapılan ses yayınlarını,
- b)Televizyon yayını: Elektromanyetik dalgalar yoluyla halkın doğrudan alması maksadıyla yapılan, hareketli veya sabit resimlerin sesli veya sessiz kalıcı olmayan yayını,
- c) Elektromanyetik dalga: Boşlukta veya kablo, cam iletken ve benzeri bir fiziki ortamda ışık hızı ile yayılan, suni olarak üretilmiş elektrik ve manyetik özellikleri olan dalgayı,
- d) Radyo ve televizyon verici istasyonu: Radyo ve televizyon yayını yapmak üzere donatılmış her türlü hareketli veya sabit tesisi,
- e) Kablo televizyon: Televizyon yayınının kablo, cam iletken ve benzeri bir fiziki ortam üzerinden halkın alması maksadıyla abonelere ulaştırıldığı yayın türünü,

(1) Bu Kanun'un Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu'na ilişkin hükümleri 13/4/1994 tarih ve 3984 sayılı Kanunun 36 ncı maddesi ile yürürlükten kaldırılmış; Yüksek Kurulun Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu üyelerinin atanmasına ilişkin yetkileri Üst Kurula, Üst Kurula geçenler dışındaki diğer yetkileri Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Yönetim Kuruluna devredilmiştir.

- f) Kapalı devre televizyon sistemi: Televizyon yayını dışında eğitim, öğretim, güvenlik ve turizm gibi belirli amaçlar için bir bina dahilinde veya birbiri ile ilişkili binalar grubunda kullanılan kablo televizyonu,
 - g) Radyo alıcısı: Radyo yayınlarını almaya veya alıp kaydetmeye ve dinletmeye yarayan cihazları,
 - h) Televizyon alıcısı: Televizyon yayınlarını almaya ve seyrettirmeye yarayan cihazları,
 - i) Video: Televizyon yayınlarını alıp, kaydetmeye ve bir ekran vasıtasıyla seyretmeye yarayan cihazları,
 - j) **(Değişik : 4/12/1984 - 3093/9 md.)** Birleşik cihaz: Radyo ve Televizyon alıcısını veya televizyon alıcısını ve videoyu veya radyo, televizyon alıcısı ve videoyu ihtiva eden cihazlar ile müzik setleri ve benzerlerini.
- İfade eder.

İKİNCİ BÖLÜM Temel İlkeler ve Yayın Esasları

Temel ilkeler:

Madde 4 – Radyo ve televizyon istasyonlarının kurulması, işletilmesi, idareleri ve yayınlarının düzenlenmesine ilişkin temel ilkeler şunlardır:

- a) Radyo ve televizyon (...) ⁽²⁾ yayınlarının düzenlenmesi ile yurt içine ve yurt dışına yayın yapılması, Devletin tekelindedir. Bu tekel, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu tarafından kullanılır. Ancak, bu Kanunda belirtilen esaslara uygun yayın yapmak şartıyla polis ve meteoroloji teşkilatlarının devamlı ikaz ve duyuru maksadıyla radyo istasyonu kurmaları, sürekli ve kesintili radyo yayını yapmaları, Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun iznine tabidir.
- b) Radyo ve televizyon yayınlarının dinleyici ve izleyiciye seçme hakkı tanıyacak şekilde birden fazla kanaldan ve bütün yurt sathına yapılması esastır.
- c) **(Mülga : 12/1/1989 - 3517/7 Md.)**
- d) **(Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)**

e) (Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)

f) Her türlü radyo ve televizyon yayını için frekans planlama, tahsis ve tescil işlemleri 5 Nisan 1983 tarih ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine tabidir.

(2) Bu bentte geçen "verici istasyonlarının kurulması, işletilmesi", ibaresi 12/1/1989 tarih ve 3517 sayılı Kanunun 7 nci maddesi ile yürürlükten kaldırılmış; daha sonra mezkur madde Anayasa Mahkemesinin 18/5/1990 tarih ve E. 1989/9, K. 1990/8 sayılı Kararıyla iptal edilmiştir.

Yayın esasları:

Madde 5- Genel yayın esasları şunlardır:

- a) Anayasanın sözüne ve ruhuna bağlı olmak; Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü, milli egemenliği, Cumhuriyeti, kamu düzenini, genel asayışı, kamu yararını korumak ve kollamak,
- b) Atatürk ilke ve inkılâplarını kökleştirmek, Türkiye Cumhuriyetinin çağdaş uygarlık düzeyinin üstüne çıkmasını öngören milli hedeflere ulaşmayı gerçekleştirmek,
- c) Devletin milli güvenlik siyasetinin, milli ve ekonomik menfaatlerinin gereklerine uymak,
- d) Devletin bir kişi veya zümre tarafından yönetilmesini veya sosyal bir sınıfın diğer sosyal sınıflar üzerinde egemenliğini sağlamak yahut Devleti ve Devlet otoritesini ortadan kaldırmak veya dil, ırk, din ve mezhep ayırımı yaratmak yahut sair herhangi bir yoldan bu kavramlara ve görüşlere dayanan bir Devlet düzeni kurmak amacı güden rejim ve ideolojilerin propagandasına yer vermemek,
- e) Genel ahlakın gereklerini, milli gelenekleri ve manevi değerleri gözetmek,
- f) Türk milli eğitiminin temel görüş, amaç ve ilkelerine uymak,
- g) Kolayca anlaşılabilir, doğru, temiz ve güzel bir Türkçe kullanmak,
- h) Toplumun beden ve ruh sağlığına zarar verecek hususlara yer vermemek,
- i) Karamsarlık, umutsuzluk, kargaşa, dehşet, saldırganlık gibi olumsuz duygular uyandırmak ve telkin etmek amacına yönelik yayın yapmamak,
- j) Kişilerin özel hayatlarına, şeref ve haysiyetlerine saygılı olmak ve dürüstlük anlayışına bağlı kalmak,
- k) Haberlerin toplanması, seçilmesi ve yayınlanmasında tarafsızlık, doğruluk ve çabukluk ilkeleri ile çağdaş habercilik teknik ve metotlarına bağlı olmak,
- l) Haberler ile yorumları ayırmak ve yorumların kaynaklarını açıklamak,
- m) Kamuoyunun sağlıklı ve serbestçe oluşabilmesi için kamuoyunu ilgilendirecek konularda yeterli yayın yapmak; tek yönlü, taraf tutan yayın yapmamak ve bir siyasi partinin, grubun, çıkar çevresinin, inanç veya düşüncenin menfaatlerine alet olmamak.

İKİNCİ KISIM

Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu

Madde 6,7- (Mülga:13/4/1994-3984/36 md.)

ÜÇÜNCÜ KISIM

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu

BİRİNCİ BÖLÜM

Kuruluş ve Görevler

Kuruluş:

Madde 8– Tarafsız bir kamu tüzel kişiliğine sahip Türkiye Radyo -Televizyon Kurumu kurulmuştur. Kısa adı TRT'dir. Merkezi Ankara'dadır.

Bu Kanundaki özel hükümler ile düzenlenen hususlar dışında kalan konularda Kurum hakkında kamu iktisadi kuruluşlarına uygulanan genel hükümler uygulanır.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu Hükümet ile ilişkilerini Başbakan aracılığıyla yürütür.

Görevler:

Madde 9– Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun görevleri şunlardır:

- a) (Değişik : 12/1/1989 - 3517/6 md.; İptal: Ana. Mah.nin 18/5/1990 tarih ve E. 1989/9, K. 1990/8 sayılı Kararıyla.; Yeniden düzenleme: 6/7/1999-4397/2 md.) Radyo ve televizyon yayınları yapmak ve bu amaçla radyo ve televizyon verici istasyonları, program iletim sistemleri ve stüdyo tesisleri kurmak, geliştirmek, radyo ve televizyon yayınları alanında ek gelir temin edecek düzenlemeler yapmak ve faaliyette bulunmak,
- b) Radyo ve televizyon yayınları için haber toplama ve program yayın ve yapımı maksatlarıyla gerekli birimleri oluşturmak,

c) (**Değişik: 11/6/2008-5767/2 md.**) Bu Kanun çerçevesinde; Türkiye sınırları içinde yayın yapan yerel, bölgesel, ulusal radyo ve televizyon kurum ve kuruluşları ile sözleşme, anlaşma ve protokoller imza etmek; ayrıca Başbakanlığın onayını alarak gerektiğinde uluslararası radyo ve televizyon kurum ve kuruluşları ile anlaşma, sözleşme ve protokoller imza etmek,

d) (...)3) Tesislerde kullanılacak alet ve cihazlar ile ilgili araştırmalar yapmak veya yaptırmak, bunların onarım ve bakımlarını yapmak veya yaptırmak ve gerekli hallerde işletme için zorunlu olan alet ve cihazları imal etmek veya ettirmek,

e) Yurt içine yapılacak; haber, kültür, bilim, sanat, eğlence ve benzeri türlerde eğitici, aydınlatıcı ve eğlendirici nitelikte her türlü yayınlarla

1. Atatürk ilke ve inkılaplarının kökleşmesine, Türkiye Cumhuriyetinin çağdaş uygarlık düzeyinin üstüne çıkmasını öngören milli hedeflerin gerçekleşmesine,

2. Devletin varlık ve bağımsızlığının, ülkenin ve milletin bölünmez bütünlüğünün, toplumun huzurunun, milli dayanışma ve adalet anlayışı içinde, insan haklarına saygılı ve Atatürk Milliyetçiliğine dayanan demokratik, laik ve sosyal hukuk devleti niteliklerinin korunmasına ve güçlendirilmesine,

3. Milli eğitim ve milli kültürün geliştirilmesine,

4. Devletin milli güvenlik siyasetinin, milli ve ekonomik menfaatlerinin korunmasına,

(3) Bu bendin başındaki "İstasyon ve", ibaresi 12/1/1989 tarih ve 3517 sayılı Kanunun 7 nci maddesi ile yürürlükten kaldırılmış daha sonra mezkur madde Anayasa Mahkemesinin 18/5/1990 tarih ve E. 1989/9, K. 1990/8 sayılı Kararıyla iptal edilmiştir.

5. Kamuoyunun Anayasa ilkeleri doğrultusunda serbestçe ve sağlıklı bir şekilde oluşmasına, yardımcı olmak.

f) Yurt dışına yapılacak yayınlarla:

1. Devletin her alanda tanıtılmasına,

2. Yurt dışında bulunan Türk vatandaşlarının Türkiye Cumhuriyeti ile ilişkilerinin sürdürülmesine, yardımcı olmak.

İKİNCİ BÖLÜM

Organların Teşkili ve Görevler

Organlar:

Madde 10- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun organları şunlardır:

a) Yönetim Kurulu,

b) Genel Müdürlük,

c) (**Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.**)

Yönetim Kurulu:

Madde 11– (Değişik birinci fıkra: 11/6/2008-5767/3 md.) Kurumun en yüksek karar ve yönetim organı olan Yönetim Kurulu; Genel Müdür, Bakanlar Kurulu tarafından genel müdür yardımcıları arasından atanan iki üye ile elektronik veya kitle iletişimi alanlarında bir; hukuk alanından bir; işletme, iktisat veya maliye alanlarından bir ve sanat veya kültür alanlarından bir kişi olmak üzere, bu alanlarda temayüz etmiş kişiler arasından seçilen ve atanan dört üyeden oluşur. Dışarıdan seçilen yönetim kurulu üyeleri; Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından her bir alandan teklif edilen iki kat aday arasından Bakanlar Kurulu kararı ile atanır.

Genel Müdür Yönetim Kurulunun başkanıdır. Yönetim Kurulu ilk toplantısında bir başkan yardımcısı seçer.

(Değişik üçüncü fıkra: 11/6/2008-5767/3 md.) Yönetim Kurulu üyeliği dört yıldır. Süresi biten üyeler ile herhangi bir sebeple Yönetim Kurulundan ayrılanların yerine yeniden atama yapılır. Süreleri sona eren üyelerin yeniden atanmaları mümkündür. Herhangi bir sebeple üyeliğin normal süreden önce sona ermesi halinde aynı usulle yenisi dört yıllığına atanır. Yeni atanan üye göreve başlayıncaya kadar mevcut üyenin görevi devam eder. Bir yıl içinde mazeretsiz iki toplantıya katılmayanların üyeliği kendiliğinden sona erer. Bakanlar Kurulu tarafından atanan genel müdür yardımcısı üyeler gerektiğinde Bakanlar Kurulu tarafından değiştirilebilir.

Yönetim Kurulu en az beş üyenin katılmasıyla toplanır ve kararlarını en az dört üyenin oyu ile alır. Çekimser oy kullanılamaz. Yönetim Kurulu en az onbeş günde bir defa toplanır. Yönetim Kurulunun çalışma esasları bir yönetmelikle düzenlenir.

Yönetim Kurulu üyeleri, Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun görev ve yetkilerine giren konularda doğrudan doğruya veya dolayısıyla taraf olamaz ve bu konularda hiçbir menfaat sağlayamaz, siyasi partilere üye olamazlar.

Yönetim Kurulu üyelerine verilecek ücretler, Bakanlar Kurulu kararnamesi ile tespit edilir.

Görevler:

Madde 12 – Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu Yönetim Kurulunun görevleri şunlardır:

a) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun program, yayın, teknik, personel, idari, mali ve her türlü hizmetlerine dair temel ilkeleri ve hedefleri tespit etmek ve bunlarla ilgili kararları almak,

- b) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun bütçesini, bilançosunu, kadrosunu karara bağlamak,
- c) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun her seviyedeki teşkilat değişikliklerine ait Genel Müdürün tekliflerini inceleyerek, uygun görülenleri Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun onayına sunmak.
- d) Genel Müdürlükçe hazırlanacak yönetmelik tasarıları hakkında karar vermek,
- e) Yıllık genel yayın planını karara bağlamak,
- f) Alınan kararların uygulanışını Yönetim Kurulu toplantılarında, Yönetim Kurulu Başkanının vereceği bilgilerle takip ve kontrol etmek,
- g) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun hizmetlerinin geliştirilmesini sağlayacak tedbirleri almak,
- h) **(Mülga : 12/1/1989 - 3517/7 md.)**
- i) Genel Müdürlükçe gerekli görülecek konularda kararlar almak,
- j) Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunca hazırlanan yayın değerlendirme raporları ile Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulunca hazırlanan yıllık ve ara raporları inceleyerek düzeltici ve geliştirici tedbirleri almak,
- k) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu ile ilgili ve başka mercie bırakılmamış konularda karar almak,
- l) Bu Kanunda belirtilen başkaca görevleri yerine getirmek.

Kurum Genel Müdürlüğü:

Madde 13 – (Değişik birinci fıkra: 5/12/1990 - 3687/1 md.) Genel Müdür, Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu tarafından teklif edilen üç aday arasından Bakanlar Kurulu Kararı ile atanır ve kendisine Başbakanlık Müsteşarının almakta olduğu aylık veya sözleşme ücreti (ikramiye dahil) ödenir. Aylık ödemelerinde ek gösterge, kıdem ve taban aylıkları ile sosyal yardım, zam ve tazminatlar esas alınır.

Genel Müdürün görev süresi dört yıldır. Süre sonunda yeniden atanabilir.

Genel Müdür, milli güvenliğin ve kamu düzeninin gerekli kıldığı, Devlet memuru olma niteliğini yitirdiği, ağır hizmet kusuru işlediği veya tarafsızlığın ihlal edildiği hallerde, bu hallerin gerekçeli olarak belirtilmesi suretiyle ve Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun teklifi ve Bakanlar Kurulu kararı ile görevden alınır.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu, Genel Müdür tarafından temsil olunur ve yönetilir.

Genel Müdür ve Genel Müdür yardımcılarında aranacak şartlar ve nitelikler şunlardır:

- a) Yükseköğretim mezunu olmak,
- b) **(Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)**
- c) **(Değişik: 11/6/2008 - 5767/4 md.)** Kamu kurum ve kuruluşlarında veya temayüz ettiği televizyon, radyo, haberleşme, bilgisayar, telekomünikasyon, elektronik, kitle iletişimi, hukuk, işletme, iktisat, maliye, sanat veya kültür alanında en az oniki yıl hizmeti bulunmak,
- d) Atanmadan önceki son üç yıl içerisinde herhangi bir siyasi partiye üye veya herhangi bir siyasi partiden aday olmamak,
- e) Devlet memuru olmak için aranan şartlara sahip olmak.

(Değişik altıncı fıkra: 11/6/2008-5767/4 md.) Genel Müdür yardımcılarının birisinin; elektronik, elektrik-elektronik, elektronik ve haberleşme, bilgisayar, telekomünikasyon mühendisliği veya radyo ve televizyon ile ilgili mühendislik dallarının birinden mezun olması zorunludur.

(Değişik yedinci fıkra: 11/6/2008-5767/4 md.) Genel Müdürün herhangi bir sebeple geçici süre ile görevde bulunmaması halinde uygun göreceği genel müdür yardımcısı kendisine vekalet eder. İstifa, ölüm, görevden alınma veya başka bir sebeple Genel Müdürlük makamının boşalması halinde ise yerine atama yapılınca kadar, yönetim kurulu üyesi genel müdür yardımcılarının bu hizmette daha kıdemli olanı, kıdemde eşitlik olması halinde ise yaşlı olanı Genel Müdüre vekâlet eder.

Madde 14 – (Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)

Danışma kurulları:

Madde 15- Yönetim Kurulu veya Genel Müdür tarafından Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun bu Kanunda belirtilen görevleri çerçevesinde; radyo ve televizyon yayınları hakkında kamuoyunun düşünce ve dileklerini tespit etmek, ilmi veya teknik araştırmalar yaptırmak veya lüzumlu görülecek konularda özel ihtisaslarından yararlanmak maksadıyla geçici danışma kurulları teşkil edilebilir.

Danışma kurullarının teşkili, mensuplarının nicelik ve nitelikleri, çalışma usul ve esasları ve mali hususlar yönetmelikle belirlenir.

Milli güvenliğe ilişkin danışmanlık, Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği tarafından sağlanır.

Teşkilat:

Madde 16- (Değişik birinci fıkra: 11/6/2008-5767/5 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu; Genel Müdür, dört Genel Müdür Yardımcısı, Hukuk Müşavirliği, Teftiş Kurulu Başkanlığı, Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Genel Sekreterlik, Özel Kalem Müdürlüğü ile Televizyon, Radyo, Haber ve Spor Yayınları, Dış Yayınlar, Dış İlişkiler, Müzik, Arşiv, Strateji Geliştirme, Bilgi Teknolojileri, Stüdyolar ve Program İletim Sistemleri, Verici

İşletmeleri, Muhasebe ve Finansman, Satınalma, İnsan Kaynakları, Eğitim, Reklam-Tasarım-Tanıtım ve Destek Hizmetleri daire başkanlıklarından oluşur. Dairelerin Genel Müdür Yardımcılarına olan bağlantıları Genel Müdürün teklifi ile Yönetim Kurulu tarafından belirlenir.

(Değişik ikinci fıkra: 11/6/2008-5767/5 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun taşra teşkilatı; Genel Müdürlüğe bağlı müdürlükler ve haber bürolarından oluşur. Kurum, yurt dışında büro açabilir, bu bürolarda personel çalıştırabilir.

Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun her seviyedeki teşkilatlanma değişikliği (lağv, tensik, yeni kuruluş), Genel Müdürün teklifi, Yönetim Kurulunun tasvibi ve Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun onayı ile yapılır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Yayınların Düzenlenmesi

Yayın türlerinin dengelenmesi:

Madde 17– Radyo ve Televizyon yayınları mümkün olduğu kadar çeşitli konulara yer verecek şekilde ve yayın görevlerinin yerine getirilmesi esas alınarak düzenlenir.

Hükümet bildiri ve konuşmaları:

Madde 18– Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, Hükümet bildirilerini, sadece Hükümeti bağlamak kaydıyla yayınlamakla yükümlüdür. Ancak, bunların Hükümet bildirisi olduğunu yayın sırasında açıklar. Hükümet bildirilerine ait metinlerin, Başbakanlıktan yazılı yayın isteği ile verilmesi ve yetkililerin imzasını taşıması şarttır.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu, olağanüstü haller ile sıkıyönetim, seferberlik ve savaş haline inhisar etmek üzere Hükümet konuşmalarını yayınlamakla yükümlüdür. Hükümet konuşmalarına ilişkin yayın istekleri, Başbakan ve görevlendireceği bakanın imzasıyla yapılır.

Hükümet uygulamalarının tanıtılması:

Madde 19– Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun yayın esaslarına uymak, cevap hakkı doğuracak nitelikte olmamak ve siyasi çıkar amacı taşımamak kaydıyla, mevzuat veya idari kararlarla yürürlüğe konan ve halkın katılımı ile başarıya ulaşabilecek Hükümet uygulamalarının; gerekçelerinin, yararlarının, vecibelerinin, usul ve esaslarının kamuoyuna benimsenmesini amaçlayan tanıtıcı radyo ve televizyon programları, Hükümet tarafından Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu dışında hazırlanır ve Kurum tarafından "haber bültenleri dışında" yayınlanır ve bu yayının Hükümet uygulamasının tanıtılması olduğu yayın sırasında belirtilir. Bu yayınların yayın süreleri ayda otuz dakikayı geçemez. Hükümet bu süreyi bir defada veya bir aydaki toplamı otuz dakikayı aşmamak üzere birkaç defada kullanabilir. Kullanılmayan süreler müteakip ay sürelerine eklenemez.

Hükümet ve siyasi parti açıklamalarının ve faaliyetlerinin yayınlanması:

Madde 20– Bu Kanunda belirtilen yayın esaslarına uymak ve diğer siyasi partilere cevap hakkı doğuracak bir unsur taşımamak kaydıyla; Hükümetin ve Türkiye Büyük Millet Meclisinde grubu bulunan siyasi partilerin açıklama ve faaliyetlerinin yayınlanması, bunların haber değeri ve niteliği taşıması şartına bağlıdır.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu, Hükümet veya bir siyasi parti açıklama ve faaliyetlerini yayınladıktan sonra bunu dengelemek maksadıyla hemen ardından veya aynı bülten içerisinde karşı görüşleri almak için çaba harcamak ve yayınlamak zorunda değildir.

Türkiye Büyük Millet Meclisi ve açıköğretim yayınları ile eğitim ve öğretim amaçlı yayınlar ve diğer yayınlar

Madde 21- (Değişik: 11/6/2008-5767/6 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurul çalışmalarını radyodan dengeli ve tarafsız bir biçimde özetleyen yayın yapar.

Kuruma tahsis edilen TV kanallarından biri olan TRT 3'ten TBMM TV aracılığıyla Türkiye Büyük Millet Meclisi faaliyetleri yansıtılır. Türkiye Büyük Millet Meclisi faaliyetlerinin hangi ölçüde yansıtılacağı hususu, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı ile Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğüne birlikte hazırlanacak protokolle belirlenir. Bu yayınlardan ücret alınmaz.

Açıköğretim yayınları ve eğitim ve öğretim amaçlı diğer yayınlar, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna tahsis edilen TV kanallarının uygun görüleninden yayınlanır. Ücret miktarı ve yayın ile ilgili diğer hususlar, ilgili kurumlar ile Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğü arasında yapılacak bir protokolle belirlenir.

Kurum tarafından Türkçe dışında farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir.

Seçimlerde siyasi partilerin yayınları:

Madde 22- (Değişik: 28/12/1993 - 3959/19md.) Siyasi partilerin milletvekili genel ve ara seçimleri ile mahalli idarelerin genel seçimleri sırasında radyo ve televizyonlardan faydalanmaları, seçim propagandası yapmaları ve yükümlülükleri ile bu faydalanmanın esas, şekil ve şartları 26.4.1961 tarihli ve 298 sayılı, 10.6.1983 tarihli ve 2839 sayılı ve 18.1.1984 tarih ve 2972 sayılı kanunlarda yer alan hükümlere tabidir. (4)

(4) 28/12/1993 tarih ve 3959 sayılı Kanunun Geçici 1 inci maddesi uyarınca, bu madde hükmü sadece ilk genel yerel seçimlerde uygulanır.

Milli güvenlik açısından yayınların menedilmesi:

Madde 23- Başbakan veya görevlendireceği bakan, milli güvenliğin açıkça gerekli kıldığı hallerde, bir haber veya yayını menetmeye yetkilidir. Men kararının yazılı olması esastır. Ancak, acele hallere men kararı sözlü olarak da iletilir. Bu durumda men kararının en kısa zamanda yazı ile tekrarlanması şarttır. Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun sorumluluğu altında yapılmayan yayınların men edilmesi halinde, men kararı ilgililere, Genel Müdürlükçe alındığı tarihten başlayarak yirmidört saat içinde bildirilir.

26 Nisan 1961 tarih ve 298 sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanunun 52 ila 55 inci maddeleri uyarınca siyasi partiler adına yapılan konuşmalar hakkında birinci fıkra hükümleri uygulanmaz.

Birinci fıkra söz konusu men kararları aleyhine Danıştayda açılacak iptal davalarında tebligat, müracaat tarihinden başlayarak kırksekiz saat içinde yapılır. Cevap ve cevaba cevap süreleri onar gündür. Bu sürelerin tamamlanmasından sonra onbeş gün içinde karar verilir.

Devletin dış ilişkileri ile ilgili yayınlar:

Madde 24- Devletin dış ilişkileri ile ilgili yayınlarda uygulanacak esaslar, Dışişleri Bakanlığınca tespit edilerek Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna bildirilir. Dış ilişkiler ile ilgili yorumlarda kaynak belirtilip belirtilmeyeceği hususunda Dışişleri Bakanlığının görüşü göz önünde tutulur.

Madde 25 – (Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)

Reklam yayınları:

Madde 26- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, görev ve yayın esaslarına uymak kaydıyla gerçek kişiler, kurumlar ve özel hukuk tüzel kişilerin de hazırlanan programlı veya programsız reklam kuşaklarını radyo ve televizyondan yayınlatabilir.

Reklam yayınlarında; halkı aldatıcı, yanıltıcı, haksız rekabete veya karşılıklı cevaplamaya yol açıcı, diğer ürün veya nitelikleri kötüleyici, herhangi bir ürünün israfını telkin veya ima edici ve genel olarak memleketin ekonomik durumuna zarar verici hususlara yer verilmez, siyasi propaganda yapılamaz.

Reklam yayınları ile ilgili esaslar, birinci ve ikinci fıkralarda belirtilen genel esaslar göz önüne alınarak bir yönetmelikle düzenlenir.

Düzeltilme ve cevap hakkı:

Madde 27- Yayınlarda bir kişinin haysiyet ve şerefine dokunulması veya kendisi ile ilgili olarak gerçeğe aykırı hususlar bulunması halinde;

a) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu, o kişinin yayın tarihinden başlayarak yedi gün içinde göndereceği düzeltme ve cevap metnini, Genel Müdürlükçe alınmasından başlayarak üç gün içinde yayınlamakla yükümlüdür.

b) Bu düzeltme ve cevap metninde, yayının niteliğinin yukarıdaki fıkra kapsamına girdiği, yayında kendisine gerçeğe aykırı olarak bir husus atfedildiği veya şeref ve haysiyetine dokunulduğu veya gerçeğin ne olduğu kısaca açıklanır. Cevap ve düzeltme metni, cevap ve düzeltmeye esas olan yayın süresinin ilgili bölümünün süresini aşamaz.

c) Düzeltme ve cevap metninin bu Kanun hükümlerine uygun olmaması veya suç niteliğindeki ifadeler taşıması veya yeni bir düzeltme ve cevap hakkı doğurur nitelikte olması halinde, Genel Müdürlük bu talebi reddettiğini, yayınlamakla yükümlü olduğu üç günlük sürenin bitiminden itibaren iki gün içinde ilgisine bildirir.

d) İlgili, bu ret kararına karşı, iki gün içinde Ankara Sulh Ceza Hakimliği nezdinde itiraz edebilir. Hak sahibi, itirazını, Ankara Sulh Ceza Hakimliğine gönderilmek üzere bulunduğu yer mahkemesine de verebilir.

e) Ankara Sulh Ceza Hakimliği, en geç iki gün içinde düzeltme ve cevap metnini; suç niteliği olup olmadığı, yayın ile ilgili bulunup bulunmadığı, bu maddede yazılı şartlara uygun olup olmadığı, yeni bir düzeltme ve cevap hakkı doğurur nitelikte olup olmadığı ve süresi içinde Türkiye Radyo – Televizyon Kurumuna gönderilip gönderilmediği yönlerinden inceleyerek karar verir. Hakim cevap veya düzeltme metninin aynen yayınlanmasına karar verebileceği gibi uygun göreceği değişiklikleri bizzat yaptıktan sonra yayınlanmasına da karar verebilir. Bu kararın birer örneği taraflara gönderilir.

f) Taraflar, bu karara, kendilerine tebliğinden başlayarak iki gün içinde Ankara Asliye Ceza Hakimliği nezdinde itiraz edebilirler. Bu itiraz ve karar hususlarında yukarıdaki (d) ve hiçbir bentleri hükümleri aynen uygulanır.

g) Asliye Ceza Hâkiminin verdiği karar kesindir. Bu kararın Genel Müdürlüğe tebliğinden itibaren en geç iki gün içinde cevap ve düzeltmenin yayınlanması zorunludur.

h) Düzeltme ve cevap hakkını kullanmadan ölen kimsenin bu hakkını mirasçıları birlikte veya bunlardan yalnız ilk başvuranı kullanabilir.

i) Bu madde uyarınca ilgililere yapılacak tebligatlarda 7201 sayılı Tebligat Kanunu hükümleri uygulanır.

Özel hukuk tüzelkişilerince gönderilecek düzeltme ve cevap metinleri hakkında da bu madde hükümleri uygulanır.

Bu Kanunun 19 uncu maddesi uyarınca yapılan yayınlar nedeniyle Türkiye Büyük Millet Meclisinde grubu bulunan fakat Hükümete dahil olmayan siyasi partiler, düzeltme ve cevap hakkı taleplerini yayın tarihinden başlayarak üç gün içinde Ankara Sulh Ceza Hakimliği nezdinde yaparlar. Bu talepler hakkında bu maddenin (d), hiçbir ve (f) bentleri hükümleri uygulanır.

Siyasi partilerin radyo ve televizyondan özel kanunları uyarınca yapacakları seçim propaganda konuşmaları ile bu Kanunun 18 inci maddesi uyarınca yayınlanan Hükümet bildirisi veya konuşmaları hakkında bu madde hükümleri uygulanmaz.

Sorumluluk:

Madde 28- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun yayınları yoluyla işlenen suçlarda veya haksız fiillerde, yayın tespit yoluyla yapılmışsa, metni yazan veya sesi tespit edilen, bu metni veya tespiti fiilen kontrol eden ve yayını fiilen yöneten ve kontrol eden kişiler sorumludur.

Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun, kendilerine tevdi edilen metni aynen okumakla görevli personeli o yayının yönetim ve kontrolünde özel olarak görevlendirilmiş olmamak şartıyla, o yayın yoluyla işlenen suçtan veya haksız fiilden sorumlu tutulmazlar.

Bu Kanunun 18, 22 ve 27 nci maddeleri uyarınca yapılan ve bu özelliği anonsla belirtilen yayınlar ile tespitlerden faydalanmaksızın Türkiye Radyo Televizyon Kurumu istasyonları dışındaki bir radyo ve televizyon kuruluşundan naklen yapılan yayınlardan, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personeli sorumlu değildir.

Kişiler, kurum ve kuruluşlar yayınlar nedeniyle uğradıkları zararlardan ötürü, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personeli aleyhine değil, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu aleyhine dava açarlar. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun genel hükümlere göre sorumlu personele rücu hakkı saklıdır.

Kişiler, kurum ve kuruluşlarca yayın yoluyla suç işlendiği iddia edilerek Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu personeli hakkında açılan ceza davalarında, personel, Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu avukatlarının savunulabilir.

Bu madde kapsamına giren suçlardan ve haksız fiillerden dolayı yayının yapıldığı tarihten başlayarak altmış gün içinde açılmayan davalar dinlenmez.

Metin ve tespitlerin saklanması:

Madde 29- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun yayınlarında kullanılan yazılı metinler ve metni bulunmayan radyo ve televizyon yayınlarına ait tespitler yayın tarihinden başlayarak yetmişbeş gün süre ile saklanır. Tespitlerden faydalanmaksızın yapılan naklen yayınlar ile müzik yayınları yukarıdaki fıkra hükmünün dışındadır.

Yayının, herhangi bir şekilde yasama, yürütme ve yargı organlarıncı soruşturma, kovuşturma ve araştırma konusu olması halinde bu işlemlerin sonuçlandırıldığı Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna yazılı olarak bildirilmesine kadar yayın tespitlerinin ve metinlerinin saklanması zorunludur.

Yayınlanmayan haberler:

Madde 30- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun Devletin güvenliği ile ilgili, elde ettiği ancak, yayınlamadığı haberler, sadece Başbakanın tayin edeceği ilgili yürütme unsuruna bildirilir. Bu husus bir protokol ile düzenlenir.

Yayınlara denetimi:

Madde 31- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun yayınlayacağı programların son denetimi, Genel Müdür adına ve Genel Müdüre doğrudan bağlı Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı(5) tarafından yapılır. Bu denetimin usul ve esasları yönetmelikle düzenlenir.

Radyo ve televizyon yayınları, yayından önce ayrıca Türkiye Radyo- Televizyon Kurumu dışından hiçbir kişi veya kuruluş tarafından denetlenemez. Ancak, Türk Silahlı Kuvvetleri ile ilgili yayınlar hakkında Genelkurmay Başkanlığının olumlu görüşü alınır.

Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun uzun metrajlı konulu sinema filmleri hariç, yurt dışından getireceği her çeşit televizyon filmleri hakkında 23 Eylül 1977 tarihli ve 16063 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Filmlerin ve Film Senaryolarının Denetlenmesi Hakkında Tüzük" hükümleri ile ek ve değişiklikleri uygulanmaz.

Kurum programlarının korunması:

Madde 32- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu yayınları, Kurumun yazılı izni alınmadan telli veya telsiz olarak tekrar yayınlanamaz, ücretli veya ücretsiz olarak tedavüle çıkarılmak üzere bütünü veya bir kısmı tespit olunamaz, çoğaltılamaz ve girişi ücrete tabi yerlerde halka gösterilemez.

Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun birinci fıkra hükmüne aykırı davranışlara karşı maddi ve manevi tazminat davası açma hakkı mevcut olduğu gibi, Kurum, Fikir ve Sanat Eserleri Kanununda öngörülen hukuki ve cezai korumadan da yararlanır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Mali Hükümler

Sermaye:

Madde 33- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun nominal sermayesi 20.000.000.000.-TL.dir. Bu Sermaye Yönetim Kurulunun teklifi, Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun tasvibi ve Bakanlar Kurulunun kararı ile artırılabilir.

Sermayenin kaynakları şunlardır:

- b) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte ödenmiş sermaye,
- b) Genel bütçeden, sermayeye mahsuben yapılacak ödemeler,
- c) Yıllık karlardan, bu Kanunun 34 üncü maddesi ve diğer kanunlar uyarınca ayırımlar yapıldıktan sonra kalacak bakiyeler.

(5)11/6/2008 tarihli ve 5767 sayılı Kanunun 10 uncu maddesiyle; bu maddenin birinci fıkrasında yer alan "Yayın Denetleme Kurulu Başkanlığı" ibaresi "Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı" şeklinde değiştirilmiş ve metne işlenmiştir.

Karın dağıtımı ve yedek akçe:

Madde 34- Yıllık bilanço, kar ve zarar hesaplarının Yönetim Kurulunca onaylanmasını müteakip;

a) Yıllık karın % 10'u ödenmiş sermayenin % 25'ine kadar kanuni yedek akçe olarak, %10'u da nominal sermayenin % 10'una kadar olağanüstü yedek akçe olarak ayrılır.

b) Mevzuat gereğince ödenecek vergi, fon ve aidatlar düşüldükten sonra kalan kar özel yedek akçe hesabına naklolunur. Zararlar; öncelikle özel yedek akçeden karşılanır. Özel yedek akçenin yetmemesi halinde, bu zararlar sırasıyla olağanüstü yedek akçeden ve kanuni yedek akçeden karşılanır.

Madde 35- (Mülga : 4/12/1984 – 3093/7 md.)**Bütçenin hazırlanması ve finansman açığı:**

Madde 36- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun yıllık bütçesi ile yatırım ve finansman programları Yönetim Kurulu tarafından onaylanarak yürürlüğe konulur. Ancak, Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun yıllık yatırım ve finansman programı konusunda, Yönetim Kurulu kararından önce, Devlet Planlama Teşkilatı ile Maliye Bakanlığının vizesinin alınması gereklidir.

Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun yıllık finansman programında tespit olunan açık, genel bütçeden karşılanır.

Ortaklık kurulması:

Madde 37- Yönetim Kurulu, Kurumun amaçlarına uygun olmak şartıyla ve Bakanlar Kurulu kararnamesi ile gösterilecek esaslar içerisinde, yerli veya yabancı gerçek veya tüzelkişilerle, özel hukuk hükümlerine tabi mahdut mesuliyetli ortaklıklar kurabilir.

Madde 38 – 43- (Mülga : 4/12/1984 – 3093/7 md.)**İndirimli posta, telgraf ve telefon tarifeleri:**

Madde 44- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun; haber, radyo ve televizyon hizmetlerinde kullandığı telefonlarına, Posta, Telgraf ve Telefon İşletmesi Genel Müdürlüğünce basına uygulanan indirimli tarife veya indirim nispetleri uygulanır.

Kurumun, Posta, Telgraf ve Telefon İşletmesi Genel Müdürlüğünden kiraladığı radyo ve televizyon programlarının nakledildiği resim ve ses kanallarının ve hizmet gereği geçici veya sürekli olarak kiraladığı telefon ve teleks devrelerinin, milli sınırlar dahilinde kalan kısımları için, Posta, Telgraf ve Telefon İşletmesi Genel Müdürlüğü tarifesinde bulunanlara bu tarife üzerinden, bulunmayanlara milletlerarası tarifeler üzerinden yüzde altmış indirim uygulanır.

Devlet Yatırım Bankası kredileri:

Madde 45- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu, yatırımlarının finansmanında Devlet Yatırım Bankası kredilerinden faydalanır.

İndirimli tarife:

Madde 46- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumuna indirimli tarife uygulayan Devlet daire ve kuruluşları, kamu tüzelkişileri ve kamu iktisadi teşebbüslerine ilan ve reklam işlerinde indirimli tarife, Yönetim Kurulu kararıyla uygulanabilir.

Tedarik işleri:

Madde 47- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun alım, satım, hizmet, yapım ve taşıma işleri ile bu hususlara ilişkin ihale işlemleri bir yönetmelik ile düzenlenir.

Muafiyetler:

Madde 48- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun ihtiyacı için yurt dışından getirilecek radyo ve televizyon vericileri, stüdyo cihazları, işletme malzemesi ve yedekleri ile yayınlarda kullanılan alet ve edevat, program yüklü film ve bantları; damga resmi dahil, gümrük vergi ve resimleri, belediye hissesi ve harçlarından muaftır.

Kurumun iktisap ettiği ve edeceği radyo ve televizyon verici ve aktarıcı binaları emlak vergisi ve tapu harçlarından muaftır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Personele İlişkin Hükümler

İstihdam şekilleri:

Madde 49- (Değişik: 11/6/2008-5767/7 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun hizmetleri; memurlar, sözleşmeli personel ve geçici personel eliyle gördürülür.

Personelin özlük hakları:

Madde 50- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu personeli aşağıda düzenlenen hükümler dışında kamu iktisadi kuruluşlarının personel rejimine tabidir.

a) Kurumun haber ve program hizmetlerini doğrudan doğruya yapan ve yürütenlerden yükseköğrenim yapmış olanlar 8 inci derecenin ilk kademesinden işe başlarlar, 1 inci derecenin son kademesine kadar yükselebilirler. Yükseköğrenim yapmamış olanlar 10 uncu derecenin ilk kademesinden işe başlarlar, 3 üncü derecenin son kademesine kadar yükselebilirler.

Ancak, bu fıkra hükümlerine göre belirlenen giriş ve yüксеlebilme dereceleri, 657 sayılı Kanunun 36 ncı maddesinde belirlenen derecelerden aşağı olamaz.

b) Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunda çalışan personele ödenecek mahrumiyet zammı, 657 sayılı Kanuna tabi memurlar için tespit edilecek miktar ve şartlara uygun olmak kaydıyla Yönetim Kurulu tarafından bir yönetmelikle tespit edilir.

c) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun haber ve program hizmetlerinin yürütülmesinde, Kurum dışından görevlendirilecekler, başka iş ve hizmet yasağına ilişkin hükümler uygulanmaz.

Kurum Yönetim Kurulunca tespit edilecek sayıdaki yabancı dil yayınları mütercim spikerlerine 657 sayılı Kanunun 59 uncu ve müteakip maddelerindeki istisnai memuriyetlere ilişkin hükümler uygulanır.

d) Kurum personeline hizmetin bütünlüğü ve ifa edilen görevin özelliği dikkate alınarak, en yüksek Devlet memuru aylığını (Ek gösterge dahil) geçmemek üzere, Kurum Yönetim Kurulunun teklifi üzerine Bakanlar Kurulunca tespit olunan oran veya miktarlarda tazminat ödenir.

Kurum personeline bu tazminat dışında, 657 sayılı Kanunun “Zam ve tazminatlar” başlıklı değişik ek maddesinde öngörülen zam ve tazminatlar ödenmez.

e) (a) bendine giren görevlerde bulunduktan sonra, öğrenim durumu itibarıyla hizmete giriş derece ve kademesi bu fıkrafta belirtilen giriş derece ve kademesinden daha aşağı olan sınıflardan birine geçenlerin, ilk ilerleme ve yükselmeleri için kanuni bekleme sürelerine kazandıkları süre kadar ilave edilir.

f) 657 sayılı Kanunun değişik 43 üncü maddesinin (B) fıkrası hükümleri Kurum personeli hakkında da uygulanır. Ancak, anılan fıkranın (j) bendi hükümleri saklı kalmak üzere, Genel İdare Hizmetleri sınıfına dahil kadrolara uygulanacak ek göstergeler, bu memuriyetlerin niteliği ve yönetim sorumluluğu göz önünde bulundurularak ve diğer kamu kuruluşlarındaki emsallerini geçmemek şartı ile, Kurumun Yönetim Kurulunun teklifi üzerine Bakanlar Kurulunca tespit olunur.

g) **(Değişik: 13/4/1988 - KHK-322/1. md.)** Kurumda kadro karşılığı sözleşmeli personel çalıştırılabilir. Bunların kadro unvanları, sayısı, ücretlerinin taban ve tavanı ile diğer hususlar, Yönetim Kurulunun teklifi üzerine Bakanlar Kurulunca belirlenir.

(Değişik ikinci paragraf: 11/6/2008-5767/8 md.) Ayrıca; özel bilgi ve ihtisasından yararlanmak üzere en çok on Genel Müdür Müşaviri istihdam edilebilir.

(Ek: 13/4/1988 - KHK-322/1.md.) Birinci ve ikinci fıkraya göre çalıştırılacaklar, istekleri halinde, T.C. Emekli Sandığı ve Sosyal Sigortalar Kurumu ile ilgilendirilirler.

Bunlardan T.C. Emekli Sandığı ile ilgilendirilenlerin;

1. Tahsil durumlarına göre giriş ve yükselebilecekleri derece ve kademeleri, (a) bendi hükümlerine göre belirlenir.

2. Kazanılmış hak aylıkları, öğrenim durumlarına göre yukarıda belirlenen giriş dereceleri esas alınmak ve yükselebilecekleri dereceyi aşmamak kaydıyla 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun 87 nci maddesinde sayılan kurumlarda 18 yaşından sonra geçen hizmetler, hazırlık kıtası ile okul dönemi dahil yedek subaylıkta, yedek subay öğretmenlikte, muvazzaf ve ihtiyat erlikte geçen sürelerin her yılı için bir kademe ilerlemesi ve her üç yıl için bir derece yükselmesi verilmek suretiyle değerlendirilerek tespit edilir.

Ayrıca, 1 Mart 1979 tarihinde, 13 Aralık 1960 tarih ve 160 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinde sayılan kuruluşlarda görevli bulunanlara 2182 sayılı Kanun hükmüne göre bir derece ilave edilir.

Bu fıkrafta sayılan T.C. Emekli Sandığına tabi olarak çalışan personelin emekli keseneğine esas aylıkları ile kazanılmış hak aylıkları saklıdır.

3. Emekli kesenek ve karşılıkları;

Emekli keseneğine esas aylıkları 8 ve 7 nci derecede olanlar için 100, 6 ve 5 inci derecede olanlar için 150, 4 ve 3 üncü derecede olanlar için 200, 2 nci derecede olanlar için 300 ve 1 inci derecede olanlar için 400 ek gösterge uygulanmak suretiyle hesaplanır. Ancak, daha yüksek ek göstergeli yönetici kadroları karşılık gösterilerek çalıştırılanların emeklilik keseneklerine ve karşılıklarına bu ek göstergeler esas alınır.

h) Borçlar Kanunu hükümleri gereğince de sözleşmeli personel çalıştırılabilir. Bunlara (g) bendi hükümleri uygulanmaz.

ı) (Ek: 11/6/2008-5767/8 md.) Sözleşmeli personel; Kurumda radyo-televizyon yayın, yapım, teknik ve bilişim hizmetlerini yürütmek ve sayısı 300'ü geçmemek üzere Kurumca yapılacak sınavla istihdam edilen, istihdama ve sözleşmeye ilişkin usul ve esasları Yönetim Kurulunca belirlenen personeldir. Bu şekilde çalıştırılacak olanların ücretleri, 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun 4 üncü maddesinin (B) fıkrasına göre istihdam edilenlere uygulanan sözleşme ücreti tavanının dört katını geçemez ve bu fıkra da belirtilen ücret dışında herhangi bir ödeme yapılamaz. Bu suretle çalıştırılacaklar, sosyal güvenlikleri bakımından 17/7/1964 tarihli ve 506 sayılı Sosyal Sigortalar Kanunu hükümlerine tabidir.

Yabancı uyruklular da sözleşmeli olarak istihdam edilebilir. Bu personelin istihdam, sözleşme usul ve esasları ile ücret miktarı ve her çeşit ödemeleri Yönetim Kurulunca tespit edilir.

i) (Ek: 11/6/2008-5767/8 md.) Geçici personel, sosyal güvenlik bakımından 506 sayılı Sosyal Sigortalar Kanunu hükümlerine tabi olan, bir yıldan az süreli istihdam edilen ve işçi sayılmayan kimselerdir. Bu statüdeki personelin istihdam ve ücretlerine ilişkin usul ve esaslar Yönetim Kurulunca tespit edilir.

j) (Ek: 11/6/2008-5767/8 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personelinin yurt içinde geçici görevle memuriyet mahalli dışına görevlendirilmesi durumunda, bu personele 10/2/1954 tarihli ve 6245 sayılı Harcırah Kanunu gereğince her yıl Bütçe Kanununda emsali devlet memuru için belirlenen gündeliklerin iki katını geçmemek üzere Yönetim Kurulu kararı ile belirlenen tutarda gündelik ödenir.

Kurum personelinin yurt içinde geçici görevle memuriyet mahalli dışına görevlendirilmesi halinde, 6245 sayılı Kanunun 33 üncü maddesindeki on günlük sınırlama dikkate alınmaz. Ayrıca, yurt içi ve yurt dışında görevlendirilenlerin konaklama yer ve ücretlerine ilişkin hususlar Yönetim Kurulu tarafından belirlenebilir. Bu şekilde tespit edilen yerlerde kalanlara gündelikleri yüzde elli oranında azaltılarak ödenir.

İkramiye:

Madde 51- (Değişik: 13/4/1988 - KHK - 322/2. md.) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunda görevli kadrolu veya sözleşmeli personele, yılda dört aylık ücret tutarını aşmamak üzere Genel Müdürün teklifi ve Yönetim Kurulunun onayı ile ikramiye verilebilir.

Fazla çalışma:

Madde 52- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personeline ücretle fazla çalışma yaptırılabilir. Fazla çalışma esasları ve süresi Devletin diğer personeli için tanınan sürenin iki katını geçmemek, saat ücreti ise Devlet memurları için tanınan miktarlara bağlı kalınmak kaydıyla yönetmelikle tespit edilir.

Personelin işe alınma, atanma, yer değiştirme, görevlendirme, görevden alınma ve terfi işlemleri:

Madde 53- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu personelinin işe alınma, atanma, yer değiştirme, görevden alınma ve terfi işlemleri Kurum Genel Müdürü tarafından yapılır.

Kurumun kadrolarında sanatçı olarak çalışanlar ile sanatçı niteliğinden ötürü Kurumun idareci, uzman şef ve benzeri diğer kadrolarında görevli bulunanlar ile spiker, sunucu ve teknisyenlerden oluşacak bu topluluklara; asli görevlerini aksatmamak şartıyla, yurt içinde ve yurt dışında, Kurumun müzik yayınları amaç ve politikasına uygun hizmet ve faaliyetlerde bulunmak, müziğin tanıtılıp yaygınlaştırılmasına katkıda bulunmak amacıyla konser, festival ve benzeri sanat faaliyetlerinde Genel Müdür tarafından görev verilebilir. Bu durumda, başka iş ve hizmet yasağına ilişkin hükümler uygulanmaz. Bu görevlendirmeler ikinci görev verilmesi sayılmaz. Bu konuların uygulama usul ve esasları Kurum Yönetim Kurulunca tespit edilir.

Öğretim ve eğitim:

Madde 54- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, personeline, görevleri arasına giren konularda yurt içinde ve dışında eğitim, öğrenim ve ihtisas yapma imkanını sağlar, bu maksatla kurslar açar ve kendi maksatları için personel yetiştirmek üzere kendi kadrolu personeline veya, 8 Nisan 1929 tarih ve 1416 sayılı Kanun hükümlerine göre, öğrencilere burs verebilir.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun düzenlediği hizmet içi eğitimlerde ya da oluşturacağı danışma kurulları ile memur alımı maksadı dışında teşkil edilecek sınav jürilerinde ve hazırlayacağı programlarda, gerektiğinde yükseköğretim kurumlarının öğretim elemanlarından ve diğer eğitim kurumlarının öğretim görevlilerinden yararlanılabilir.

Kurumun sürekli kadrolarında çalışanların Kurumun asli fonksiyonları ile ilgili konularda üniversite ve yüksekokullarda öğretim üyesi veya yardımcısı olarak görev almalarına, her derecedeki resmi öğretim kurumlarında öğretmenlik yapmalarına, esas görevlerini aksatmamak şartıyla Genel Müdürün teklifi üzerine Yönetim Kurulunca izin

verilebilir. Bu görevlilerin Yönetim Kurulu kararı ile Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu ortaklıklarında görevlendirilmeleri de mümkündür.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu görevlilerinin, asli görevlerinin dışında Kuruma bağlı radyo ve televizyon postalarında yapacakları yayın ile Kurum içerisinde verecekleri dersler için kendilerine yayın ve ders başına ödenecek ücretlerin azami haddi ile bu personelin çalışmaları ile ilgili esaslar yönetmelikle tespit edilir.

Mesken yapımı ve kiralama:

Madde 55- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu, personeline kira karşılığında lojman olarak tahsis edilmek üzere yatırım programları dahilinde mesken yaptırmaya ve satın almaya, kalkınmada öncelikli yörelerde Maliye Bakanlığının uygun görüşü üzerine mesken kiralamaya yetkilidir.

Personel işlemleri ve personel hizmet tanımları:

Madde 56- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personelinin işe alınmasındaki usul, şartlar, atanma, terfi, nakil, işe son verme, disiplin cezaları ve sicil ile ilgili konuları personel yönetmeliğinde düzenlenir.

Kurum hizmetlerinin tanımı, bu hizmetlere atanacaklarda aranacak özel nitelikler ve atama şartları bir yönetmelik ile düzenlenir.

DÖRDÜNCÜ KISIM
Çeşitli Hükümler

Yüksek Denetleme Kurulunun denetimi:

Madde 57- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu; idari, mali ve teknik konularda Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulunun denetimine tabidir.

Başbakan, Kurum ile ilgili olarak belli bir hususun incelenmesini Yüksek Denetleme Kurulundan isteyebilir. Yüksek Denetleme Kurulunun, "yıllık" ve "ara" raporlarında Kurumun; idari, mali ve teknik işlemler ile ilgili olarak bazı konuların teftiş ve tahkiki, temenni olduğu takdirde, Başbakanın tensibi ile Maliye Teftiş Kurulunca yapılır.

Başbakanlık gerektiğinde rapor sonuçlarını adalet mercilerine sevk eder.

Radyo ve televizyon alıcı cihazlarının imal, ithal ve montajlarında uygulanacak esaslar:

Madde 58- (Değişik birinci fıkra : 15/6/1987 - 3383/1 md.) Radyo ve Televizyon alıcı cihazlarının imal ve ithalinde, Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun görüşü alınmak kaydıyla Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığınca müştereken hazırlanacak yönetmelikle tespit edilecek standartlara uyulması zorunludur. Bu standartlara uymayan cihazların imal ve ithaline bu Bakanlık ve Müsteşarlıkça izin verilmez. Ancak Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulunca onaylanmış araştırma, geliştirme faaliyetleri kapsamına giren prototip imalat ve bu imalat maksadıyla yapılacak ithalat, bu hükmün dışındadır.

İthalat ve imalatçılar, ithal veya imal ettikleri cihazların tanımları için gerekli her türlü teknik nitelik ve bilgileri, kullanma açıklamalarını ve montaj şemalarını ithalat veya imalat yapıldığında, model değişikliği veya cihaz üzerinde tadilat yapılması halinde derhal bu değişiklik veya tadilata ilişkin belgeleri, Radyo ve Televizyon Yüksek Kuruluna bildirmekle yükümlüdürler.

Radyo ve televizyon verici cihazları 5 Nisan 1983 tarih ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine tabidir.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun malları:

Madde 59- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun malları ve her çeşit mevcutları Devlet malı sayılır.

(Değişik : 6/7/1999 - 4397/3 md.) Kurumun verici ve stüdyolar ile program iletim sistemleri gibi yayın ile ilgili bina ve tesislerinin güvenliği ve korunması İçişleri Bakanlığının sorumluluğu altındadır. Ancak, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu gerektiğinde 2495 sayılı Bazı Kurum ve Kuruluşların Korunması ve Güvenliklerinin Sağlanması Hakkında Kanun çerçevesinde özel güvenlik teşkilatı oluşturabilir.

Kamulaştırma:

Madde 60- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun kuracağı her türlü tesisler için gerekli taşınmaz malların kamulaştırılmasında, "Kamu yararı" kararı Yönetim Kurulunca alınır. Bu kamulaştırmalarda, Devlet ihtiyaçları için yapılan kamulaştırmalarla ilgili diğer hükümler uygulanır.

Telekomünikasyon tesisleri:

Madde 61- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu radyo ve televizyon tesislerini birlikte çalıştırmak için bunlar arasında veya bunlarla geçici sabit veya gezici transmisyon yerleri arasında telekomünikasyon tesisleri kurmaya ve

işletmeye yetkilidir. Kurum, bu tesislerin kurulmasında ve işletilmesinde 5 Nisan 1983 tarih ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine tabidir.

Yönetmelik:

Madde 62- Bu Kanunun 6 ncı maddesi gereğince hazırlanacak yönetmelik, Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunca hazırlanır ve Resmi Gazete'de yayımlanarak y  r  rl  ge girer. Bu Kanun gereğince hazırlanacak diğ  r yönetmelikler, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğünce hazırlanır, Yönetim Kurulu onayı ile ve Resmi Gazete'de yayımlanarak y  r  rl  ge girer.

Ceza hükümleri:

Madde 63- Aşağıda belirtilen fiilleri işleyenler, bu fiilleri başka bir suçu oluştursa bile ayrıca bu madde hükümlerine göre de cezalandırılırlar:

a) (Mülga : 12/1/1989 - 3517/7 md.)

b) (Mülga : 4/12/1984 - 3093/7 Md.)

c) (Mülga : 4/12/1984 - 3093/7 md.)

d) 58 inci maddenin birinci fıkrası hükümlerine aykırı olarak standartlara uymayan cihaz ithal veya imal edenler üç aydan bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılırlar.

58 inci maddenin ikinci fıkrasında belirtilen mecburiyetlere uymayan her türlü radyo ve televizyon alıcı cihazlarını imal ve ithal edenler iki aydan altı aya kadar hapis, yüzbin liradan beşyüzbin liraya kadar ağır para cezası ile cezalandırılırlar.

Yürürlükten kaldırılan kanunlar ve kanun hükümleri:

Madde 64- 24 Aralık 1963 tarih ve 359 sayılı Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu Kanunu ile 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun ek ge  ci 10 uncu maddesi ve bunların ek ve değışiklikleri yürürlükten kaldırılmıştır. Diğ  r kanunların bu Kanuna aykırı hükümleri Kurum ve personeli hakkında uygulanmaz.

Ek Madde 1- (1/10/1992 - 3840/1 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu haber, program ve teknik hizmetlerinde (vardiya hariç) fiilen görev yapan personele 3056 sayılı Başbakanlık Teşkilatı Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Değıştirilerek Kabul   Hakkında Kanunun Değışik 31 inci maddesine göre, Başbakanlık Merkez Teşkilatında   alışan memurlara ödenen miktar ve nispetlerde ve aynı esaslar dahilinde fazla çalışma   creti ödenir.

BEşİNCİ KISIM
Ge  ci Hükümler

Ge  ci Madde 1 ila 5- (Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)

Ge  ci Madde 6- (Mülga : 4/12/1984 - 3093/7 md.)

Ge  ci Madde 7 ila 10- (Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)

Ge  ci Madde 11- (Ek: 11/6/2008-5767/9 md.) Bu Kanunda   ng  r  len yeni teşkilat düzenlemeleri nedeniyle kaldırılan, birleştirilen, ismi veya yapısı değıştirilen birimlerde unvanlı/unvansız olmak üzere; Daire Başkanı, Başkan,   ye, Başkan Yardımcısı, Bölge Müdürü, Bölge Müdür Yardımcısı, Müdür, şube Müdürü, Müdür Yardımcısı, Genel Sekreter, Genel Sekreter Yardımcısı, Savunma Sekreteri, Başuzman ve Uzman (Teknik Hizmetler Sınıfı Hariç) kadrolarında bulunanların görevleri ile Kurum Genel Müdür Uzmanlarının görevleri, bu maddenin yayımı tarihinden itibaren en geç üç ay içinde sona erer ve eşit dereceli Araştırmacı unvanlı kadrolara atanırlar. Söz konusu personel, Kurumca ihtiyaç duyulan hizmetlerde görevlendirilebilir. Anılan personelin; bu maddenin y  r  rl  ge girdiğı tarihteki unvanları esas alınarak 15/1/2008 tarihi itibarıyla bu unvana göre belirlenmiş olan ücret (fazla mesai   creti hariç) ve özel hizmet tazminatı toplam net tutarının (bu tutar sabit bir değ  r olarak esas alınır); atandığı yeni kadronun ücret (fazla mesai   creti hariç) ve özel hizmet tazminatı ve benzeri adlarla yapılan her türlü ödemelerin toplam net tutarından fazla olması halinde aradaki fark tutarı, fark kapanıncaya kadar herhangi bir vergi ve kesintiye tabi tutulmaksızın ayrıca tazminat olarak ödenir. İsteğ   bağlı unvan değışikliğı olanlar ile başka kurum ve kuruluşlara geçenlere fark tazminatı ödenmesine son verilir. En son görev yapılan kadroya ilişkin olarak ek gösterge ve/veya makam tazminatını hak edemeyen personelin atandığı yeni kadroda geçirdiğı süreler, 5434 sayılı Kanunun ek 68 inci ve ek 73 üncü maddelerinde belirtilen s  relerin hesabında dikkate alınır. Bu maddenin y  r  rl  ge girdiğı tarihte Kurumda görev yapan işçi sayılmayan ge  ci personel, bu maddenin y  r  rl  ge girdiğı tarihten itibaren üç ay içerisinde, bu Kanunun 50 nci maddesinin (i) bendi hükümlerine göre istihdam edilmek ve yine anılan bentte yer alan sözleşmeli personel sayısına ilişkin hüküm saklı kalmak üzere Kurum tarafından uygun görülen pozisyonlara atanırlar.

Kurumun hizmet birimleri, yeni teşkilat düzenlemeleri yapılıncaya kadar mevcut görevlerini yürütmeye devam eder.

Bu maddenin y  r  rl  ge girdiğı tarihte görev yapan Kurum personelinin (ge  ci personel hariç); 5434 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Emekli Sandığı Kanununa göre emeklilik hakkını kazanmış olanlara bu maddenin yayımı tarihinden itibaren üç ay, bu hakkı 2008 yılı sonuna kadar kazanacak olanlara da kazandıkları tarihten itibaren iki ay içinde

emeklilik başvurusunda bulunmaları halinde, emekli ikramiyeleri % 30 fazlasıyla ödenir. Ancak, bu kapsamda emekli olan personel, emekli oldukları tarihten itibaren üç yıl içinde Kurumda yeniden istihdam edilemez.

Geçici Madde 12 – (Ek: 11/6/2008-5767/9 md.) Kurumda istihdam edilen ve işçi sayılmayan sözleşmeli personelin istihdamlarına mevcut statüleri ile devam olunur.

ALTINCI KISIM Son Hükümler

Yürürlük:

Madde 65- Bu Kanunun;

- a) 4, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 ve 32 nci madde hükümleri Resmi Gazete'de yayımı tarihinde,
 - b) Diğer maddelerin hükümleri 1 Ocak 1984 tarihinde,
- Yürürlüğe girer.

Yürütme:

Madde 66- Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

.....

11/11/1983 TARİHLİ VE 2954 SAYILI ANA KANUNA İŞLENEMEYEN MADDELER

1- 13/4/1988 tarih ve 322 sayılı KHK'nin geçici maddesi :

Geçici Madde- Bu Kanun Hükmünde Kararnamenin yürürlüğe girdiği tarihte Kurumda çalışanlardan sözleşmeli personel statüsüne geçenler veya geçecek olanlar ile T.C.Emekli Sandığı ile ilgilendirilmek suretiyle sözleşmeli olarak çalıştırılacaklar hakkında, 5434 sayılı T.C.Emekli Sandığı Kanununun geçici 191 ve 192 nci maddesi hükümleri uygulanır.

2- 6/7/1999 tarih ve 4397 sayılı Kanunun Geçici Maddeleri :

Geçici Madde 1- Bu Kanunda öngörülen devir, bir protokolle 31.12.1999 tarihine kadar yapılır. Bu Kanunda öngörülen bütün geçiş, devir, temlik ve intikal işlemleri ile bu işlemlerle ilgili olarak düzenlenecek protokol ve kağıtlar her türlü vergi, resim, harç, ücret ve fonlardan istisnadır.

Geçici Madde 2- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğü ile Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi arasında 12.1.1989 tarihli ve 3517 sayılı Kanunun yürürlüğe girdiği tarih ile bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarih arasında 3517 sayılı Kanunun uygulanmasından doğan mevcut borç ve alacaklar karşılıklı olarak silinmiştir.

Türk Telekomünikasyon A.Ş. silinen alacak miktarını gider olarak yazar, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu ise silinen aynı miktardaki borçları Hazinesin payı olarak Kurum sermayesine ekler.

Geçici Madde 3- 1 inci maddede devredilecekleri belirtilen istasyon, tesis ve hizmetlerle ilgili olarak, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi tarafından yapılmış sözleşmeler, kredi anlaşmaları, devam eden yatırım projeleri, leh ve aleyhe açılmış ve açılacak olan davalar ve icra takipleri bütün hak, borç, alacak ve yetkileri ile birlikte Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna geçer.

Türk Telekomünikasyon A.Ş. tarafından Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğüne devredilecek maddi duran varlıkların amortismanlar ve yeniden değerlendirme artış fonundan karşılanamayan bölümü Hazinece Türk Telekomünikasyon A.Ş.'ye ödenir.

Ayrıca, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğüne devir alınan aktif değerler aynı bedel üzerinden Hazinesin payı olarak Kurum sermayesine eklenir.

2954 SAYILI KANUNA EK VE DEĞİŞİKLİK GETİREN MEVZUATIN YÜRÜRLÜĞE GİRİŞ TARİHİNİ GÖSTERİR LİSTE

Kanun No	Farklı tarihte yürürlüğe giren maddeler	Yürürlüğe giriş tarihi
-----	-----	-----
3093	3 üncü ve 4 üncü maddeleri	15/12/1984

Diğer maddeleri	tarihinden itibaren, 1/01/1985 tarihinden geçerli olmak üzere 15/12/1984 tarihinde
3383	- 25/6/1987
KHK/281	- 1/7/1987
KHK/322	- 9/5/1988
3479	- 8/10/1988
3517	- 21/1/1989
KHK/420	a) Bu KHK'nin ikinci maddesi ile 832 sayılı Kanuna eklenen Ek 2 nci madde, 4, 5, 11, 12, 13, 14 ve 15 inci maddeleri 1/1/1991 b) Diğer maddeleri 13/4/1990
3687	- 1/7/1990
3840	- 15/10/1992
3959	- 30/12/1993
3984	- 20/4/1994
4397	- 10/7/1999

Değiştiren Kanun No.	2954 Sayılı Kanunun Değişen Maddeleri	Yürürlüğe giriş tarihi
5767	1, 4, 9, 10, 11, 13, 14, 16, 21, 25, 31, 49, Geçici Madde 1 ila 12	26/6/2008

**2954 SAYILI KANUNDA EK VE DEĞİŞİKLİK YAPAN MEVZUATIN YÜRÜRLÜKTEN KALDIRDIĞI KANUN VE
HÜKÜMLERİ GÖSTERİR LİSTE**

Yürürlükten Kaldırılan Kanun Hükümleri	Yürürlükten Kaldıran Mevzuatın Tarihi	Sayısı	Maddesi
2954 sayılı Kanunun 35,38,39,40, 41,42, 43 üncü maddeleri 63 üncü maddenin (b) ve (c) bentleri, Geçici madde 6	4/12/1984	3093	7
2954 sayılı Kanunun 4 üncü Maddesinin (c) bendi, 12 inci maddesinin (h) bendi, 63 üncü maddesinin (a) bendi.	12/1/1989	3517	7
2954 sayılı Kanunun Radyo ve Televizyon Yüksek Kuruluna ait hükümleri	13/4/1994	3984	36
2954 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (d) ve (e) bentleri, 10 uncu maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi, 13 üncü maddesinin beşinci fıkrasının (b) bendi, 14, 25, Geçici 1 ila Geçici 5, Geçici 7 ila Geçici 10 uncu maddeleri ile 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun 24 üncü maddesinin dördüncü fıkrası ve geçici 8 inci maddesinin birinci fıkrası	11/6/2008	5767	10

Türkiye Radyo-Televizyon Kurumundan:

TÜRKİYE RADYO-TELEVİZYON KURUMU KURULUŞ VE GÖREVLERİ

HAKKINDA YÖNETMELİK

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar

Amaç

MADDE 1 –(1) Bu Yönetmeliğin amacı, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğünün, Anayasa ve 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanununda belirtilen esas ve ilkelere uygun kuruluş ve çalışma düzeninin oluşturulmasını ve görevlerinin sorumluluk, işbirliği ve hiyerarşik düzen içerisinde yerine getirilmesini sağlamaktır.

Kapsam

MADDE 2 –(1) Bu Yönetmelik, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun kuruluşu ve organları ile bunların görev, yetki ve sorumluluklarını kapsar.

Dayanak

MADDE 3 –(1) Bu Yönetmelik, 11/11/1983 tarihli ve 2954 sayılı Kanunun 16 ve 62 nci maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır.

Tanımlar

MADDE 4 –(1) Bu Yönetmelikte geçen;

a) Birim: Kurumun hizmet ve görev alanlarına giren faaliyetlerini yürüten anahizmet; istişari mahiyette yardımcı olan teknik, idari, hukuki ve mali konularda faaliyette bulunan danışma ve denetim ile bu birimlere yardımcı olan Kurumda zorunlu olarak yürütülmesi gereken idari, mali ve güvenlik gibi hizmetleri yerine getirmekle görevli yardımcı hizmet birimlerini,

b) Birim Amiri: Bu Yönetmelikte geçen hizmet birimlerinin en üst amirini,

c) Genel Müdür: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürünü,

ç) Genel Müdürlük: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğünü,

d) Kurum: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunu,

e) Yönetim Kurulu: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Yönetim Kurulunu,

ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

Kurumun Teşkilatı, Organları ve Görevleri

Organlar

MADDE 5 –(1) Kurumun, 2954 sayılı Kanunun 10 uncu maddesi ile kurulan organları şunlardır:

- a) Yönetim Kurulu,
- b) Genel Müdürlük.

(2) Bu organlar, 2954 sayılı Kanunda belirtilen usul ve esaslara göre görev yaparlar.

Yönetim Kurulu

MADDE 6 –(1) Yönetim Kurulu, Kurumun en yüksek karar ve yönetim organıdır. Yönetim Kurulu, 2954 sayılı Kanunun 11 inci maddesinde gösterilen esaslara göre kurulur ve aynı Kanunun 12 nci maddesi ile diğer ilgili maddelerinde belirtilen görevleri yapar.

Genel Müdürlük

MADDE 7 –(1) Genel Müdürlük; Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcılarından meydana gelir. Kurum, Genel Müdür tarafından temsil olunur ve yönetilir.

Genel müdür yardımcıları

MADDE 8 –(1) Kurumda, dört genel müdür yardımcısı görev yapar. Genel müdür yardımcıları Genel Müdüre karşı sorumludur. Genel müdür yardımcılarının birinin; elektronik, elektrik-elektronik, elektronik ve haberleşme, bilgisayar, telekomünikasyon mühendisliği veya radyo ve televizyon ile ilgili mühendislik dallarının birinden mezun olması zorunludur.

(2) Genel müdür yardımcılarının görev ve sorumlulukları şunlardır:

- a) Kurumun temel görevini teşkil eden yayın hizmetini; ilgili mevzuat hükümlerine uygun olarak, işbirliği ve müşterek sorumluluk anlayışı içerisinde hareket ederek yerine getirmek,
- b) Kurum hizmetlerinin bir bütün olarak gerçekleşmesi için kendilerine bağlı birimler ile diğer birimler arasında işbirliğini sağlamak,
- c) Yönetim ve koordinasyonu kendilerine verilen birimlerin, işlem ve çalışmalarını gözetmek, denetlemek, bu birimlerin görevlerini mevzuata uygun olarak yerine getirmelerini sağlamak,
- ç) Kendilerine tanınan sınırlar içerisinde yetkilerini Genel Müdüre karşı sorumlu olarak kullanmak.

Teşkilat

MADDE 9 –(1) Kurum teşkilatı;

- a) Merkez teşkilatı; ana hizmet, danışma ve denetim ile yardımcı hizmet birimlerinden,
 - b) Taşra teşkilatı; Genel Müdürlüğe bağlı müdürlükler ve haber bürolarından,
 - c) Yurt dışı teşkilatı; bürolardan,
- meydana gelir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Ana Hizmet Birimleri

Ana hizmet birimleri

MADDE 10 – (1) Ana Hizmet Birimleri; Haber ve Spor Yayınları Dairesi Başkanlığı, Televizyon Dairesi Başkanlığı, Radyo Dairesi Başkanlığı, Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı, Dış İlişkiler Dairesi

Başkanlığı, Müzik Dairesi Başkanlığı, Stüdyolar ve Program İletim Sistemleri Dairesi Başkanlığı, Verici İşletmeleri Dairesi Başkanlığı, Arşiv Dairesi Başkanlığı, Kanal Koordinatörlüğü, Yapım Koordinatörlüğü ile Prodüksiyon Kaynakları Koordinatörlüğünden meydana gelir.

Haber ve Spor Yayınları Dairesi Başkanlığı

MADDE 11 –(1) Haber ve Spor Yayınları Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Radyo, televizyon ve diğer medya araçlarından yapılacak yayınlar için toplanacak haber ve spor bültenleri ile programlarını mevzuata uygun olarak hazırlamak veya hazırlatmak ve yayınlamak,
- b) Haberlerin; toplanması, seçilmesi, yazılması, değerlendirilmesi, sıralanması ve yayınlanmasında, genel habercilik ilkelerine uygun şekilde tarafsızlık, doğruluk, çabukluk ve tazelik unsurlarını sağlayıcı her türlü tedbiri almak, haber kaynaklarının belirtilmesini sağlamak,
- c) Haber ve spor ile ilgili istihbarat yapmak, toplanan bilgi ve belgeleri değerlendirmek, yayına hazırlamak, yayınlamak, arşivlenmesini sağlamak,
- ç) Seçim ile ilgili konularda mevzuat ile verilen görevleri yapmak,
- d) Haber bültenleri ve Başkanlığın sorumluluğuna verilen yayınları, kanunlardaki hükümler saklı kalmak kaydıyla denetlemek, gerçekleştirmek, bu çerçevede yetkilendirilecek personeli belirleyerek Genel Müdürün onayına sunmak,
- e) Haber ve spor ile ilgili konularda Kurum adına sözleşmelerin yapılması, yenilenmesi, değiştirilmesi ve feshedilmesi hususlarını Genel Müdürlüğe teklif etmek, sözleşmeleri uygulamak,
- f) Yetkili birim aracılığı ile yabancı radyo ve televizyon kurumları ile haber, haber programı ve personel mübadelesi konularında temaslar yapmak, sağlanan imkânlardan hizmetin ve kurum mevzuatının öngördüğü esaslar içerisinde personelin yararlanması amacıyla tedbirler almak, yurt dışındaki uluslararası yayın kuruluşları ile periyodik haber ve görüntü alışverişi düzenlemek, bu konudaki ilişkileri yürütmek,
- g) Ulusal ve bölgesel radyo kanallarında yer alacak haber bültenlerinin hazırlanması ve TBMM çalışmalarıyla ilgili yapımların gerçekleştirilmesinde Radyo Dairesi Başkanlığıyla işbirliği yapmak.
- ğ) Yerli veya yabancı yapım ve/veya yayın kuruluşlarıyla ortaklaşa haber ve spora ilişkin program, belgeseller yapmak, yaptırmak, satın almak.

Televizyon Dairesi Başkanlığı

MADDE 12 –(1) Televizyon Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Koordinatörlükler arasında koordinasyonu sağlamak,
- b) Kurumun televizyon program yapımı ve yayınına ilişkin hizmetlerinin mevzuata uygun olarak yürütülmesini gözetmek,
- c) Hedef kitlenin yayın akışına, program içerik ve biçimine yönelik ilgi, ihtiyaç ve tercihlerini tespit etmek üzere program araştırmaları yapmak veya yaptırmak, izlenme oranlarının takibini ve analizini yapmak,
- ç) Yurt dışındaki kuruluşlarla ortaklaşa ve karşılıklı yardımlaşma yoluyla gerçekleştirilecek televizyon program ve film yapımı ile ilgili sözleşme işlemlerini yürütmek,
- d) Kurumun ürettiği televizyon radyo ve yeni medya program ve hizmetlerinin yurt dışına satışı, kiralanması ve değişimine dair faaliyetleri yürütmek; ilgili birimler ile işbirliği içinde bu faaliyetlerle ilgili yurt dışı fuarlara katılmak,
- e) Kurumun ihtiyacı olan dış kaynaklı program, film, dizi ve benzeri yayın materyalini, ilgili birimlerle işbirliği içinde temin etmek,

- f) Televizyon ile ilgili yeni medya hizmetlerinin, ilgili birimlerle koordineli olarak yürütülmesini sağlamak,
- g) Tanıtım faaliyetlerini koordine etmek ve gerçekleştirmek.

Radyo Dairesi Başkanlığı

MADDE 13 –(1) Radyo Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Radyo programlarının yapımı ve yayınına ilişkin hizmetlerin mevzuata uygun olarak ilgili birimlerle koordinasyon içinde yürütülmesini sağlamak,
- b) Her türlü radyo programının kanal kimliklerine göre biçim ve içerik planlamasını yapmak, bu doğrultuda detaylı program siparişleri hazırlamak ve ilgili birimlere duyurmak, Kurum içi ve Kurum dışından gelecek program tekliflerini değerlendirmek, prototiplerini hazırlamak,
- c) Radyo programlarının yıllık yapım uygulama talimatını hazırlamak, Genel Müdürlüğün onayını aldıktan sonra yapılması kararlaştırılan programların Kurum içi veya Kurum dışı kaynaklardan yapımının gerçekleştirilmesini sağlamak,
- ç) Yeni medya uygulamalarını radyo yayın alanlarına taşımak, internet yayıncılığı ve mobil medya hizmetleri alanında politika üretmek, yayınlar yapmak,
- d) Ulusal ve bölgesel kanallarda yer alacak haber bültenlerinin hazırlanması ile TBMM çalışmalarıyla ilgili yapımlar için Haber Dairesi Başkanlığıyla işbirliği yapmak, bunların kanal kimliklerine uygun şekilde tespit edilecek planlar çerçevesinde yayınlanmasını sağlamak,
- e) Reklam yayın planlamasını, kanal kimliklerine uygun olarak ve Reklam-Tasarım-Tanıtım Dairesi Başkanlığı ile koordinasyon sağlayarak yapmak veya yaptırmak,
- f) Görev ve sorumluluk alanıyla ilgili olarak, kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum örgütleri, uluslararası yayın kuruluşları ve yabancı yayın kurumlarıyla ilişkileri, ilgili birimlerle koordinasyonu sağlayarak düzenlemek, ortak projeler oluşturmak,
- g) Radyo kanalları ve programlarıyla ilgili güncel tanıtım faaliyetlerini ilgili birimlerle koordineli olarak yürütmek.

Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı

MADDE 14 –(1) Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Radyo ve diğer medya araçları aracılığı ile Türkiye'nin görüşlerini yansıtmak ve tanıtımını yapmak üzere yurt dışına yönelik Türkçe ve değişik dil ve lehçelerde yayın gerçekleştirmek,
- b) Yurt dışında yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, soydaşları ve akraba toplulukları ile Türkiye Türkçesi konuşanların, Türkiye ve Türk Kültürü ile bağlarının devamını sağlayıcı ve pekiştirici yayınlar yapmak,
- c) Yurt dışındaki radyo ve televizyon kuruluşlarından gelecek haber, program ve müzik taleplerini karşılamak, yayın ortaklıkları oluşturmak,
- ç) Dış ilişkiler ile ilgili yayınların planlanmasında Dışişleri Bakanlığı tarafından bildirilecek Esaslara uyumu sağlamak.

Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı

MADDE 15 –(1) Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Kurumun, Avrupa Birliği, Avrupa Konseyi ve uluslararası kuruluşlar, uluslararası yayın kuruluşları ve yabancı radyo-televizyon kuruluşları ile ilişkilerini düzenlemek ve yürütmek,
- b) Uluslararası kuruluşlar veya uluslararası yayın kuruluşlarından, yabancı radyo-televizyon kuruluşları ile

şirketler ve kişilerden gelen yazı ve dokümanları ilgili birimlere iletmek, sonuçlarını takip etmek, bu doküman ve yazılardan kendi görev alanına giren işlemleri yapmak,

c) Uluslararası kuruluşların veya yabancı radyo-televizyon kuruluşlarının statüleri ile mesleki eğitim konularındaki yayınlarından ve bu kuruluşlardan gelen dokümanlar ile yazılardan gerekli olanları Türkçeye ve hazırlanan cevapları yabancı dile çevirmek,

ç) Kurumun yurt dışından gelen misafir ve ziyaretçilerini ağırlamak, bu amaçla Genel Müdürlük tarafından verilecek talimatlar uyarınca düzenlemeler yapmak,

d) Genel Müdürlük tarafından belirlenecek esaslar kapsamında Kurum personelinin yurt dışına görevli gönderilmesine ilişkin dış görevlendirmelerle ilgili yazıları hazırlamak ve takip etmek,

e) Genel Müdürlük tarafından uygun görülen uluslararası organizasyonları ilgili birimlerle koordineli şekilde yürütmek,

f) Yurt dışı büroları ile kurumsal yazışmaları yürütmek.

Müzik Dairesi Başkanlığı

MADDE 16 –(1) Müzik Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

a) Kurumun müzik yayınlarının genel hedef ve esaslarını tespit etmek, müzik programlarının repertuar ve tür açısından genel planlamasını yapmak, uygulamayı denetlemek ve değerlendirmek, gerektiğinde, ulusal ve uluslararası bazı program ve projelerin gerçekleştirilmesini koordine etmek,

b) Müzik yayınları ve programları ile ilgili olarak, genel yayın planının ve yapım uygulama talimatlarının hazırlanması ve yayın birimleri tarafından yapımı önerilen müzik programlarının yayın dönemi öncesi değerlendirilmesi konusunda Radyo ve Televizyon Dairesi Başkanlıklarının yapacakları koordinasyon toplantılarında yer almak,

c) Radyo ve televizyon yayınlarında yer verilecek Kurum içi veya Kurum dışı sanatçılar, topluluklar ve bunların denetimleri ile ilgili koordinasyonu sağlamak,

ç) Müzik programlarının üretimlerinde yer verilecek müzik aleti tür ve sayısını programların özelliklerine göre tespit etmek, radyo ve televizyonda bu konuda uygulama birliği sağlamak, Kurum birimlerinde sürekli olarak görev yapan çeşitli müzik topluluklarının kadrolarını, bu esaslar çerçevesinde ilgili birimlerle işbirliği halinde düzenlemek,

d) Radyolarda ve stüdyo dışında yapılacak, salt müzik üretimlerinin ve konserlerin kaliteli ve düzenli bir şekilde yürütülmesi için gerekli tedbirleri almak, koordinasyonu sağlamak ve üretim ve icraya dönük çalışmalar konusunda yayın birimlerinden talepte bulunmak,

e) Radyo ve televizyon yayınlarına, müzik üretimi sağlamak açısından, Kurum içi ve Kurum dışı sanatçı, topluluk ve kuruluşlarla temas etmek, uygun görülecek müzik icralarının ses ve görüntü kayıtlarının gerçekleştirilmesi ve yayınlanması için ilgili birimlerle işbirliği yaparak koordinasyonu sağlamak,

f) Yayınlarda kullanmak ve gelecek kuşaklara aktarmak açısından, nitelikli müzik icralarını ve dokümanlarını saklamak, Kurum arşivine göndermek; bunların içerisinden uygun görülenlerden veya yeni üretimlerden derlenecek müzik materyallerini kültür hayatına kazandırmak,

g) İstisna sözleşmeleri ve telif hakları kayıt işlemlerini gerçekleştirmek ve bu konuda uygulama birliğini sağlamak, meslek birlikleri ve hak sahipleri ile telif hakkına ilişkin sözleşme ve ödemeler hakkında gerekli işlemleri yapmak.

Stüdyolar ve Program İletim Sistemleri Dairesi Başkanlığı

MADDE 17 –(1) Stüdyolar ve Program İletim Sistemleri Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

a) Radyo ve televizyon yayınlarında tespit edilen güçlük, aksaklık ve tikanıklıkları Kurumun diğer birimlerinden elde edeceği bilgiler çerçevesinde değerlendirmek, bunları giderici tedbirleri Genel Müdürlüğe

sunmak,

b) Prodüksiyon kaynaklarının ve hizmetlerinin verimli işletilmesi için uygulamayı da izleyerek araştırmalarda bulunmak, istatistikî verileri toplayıp değerlendirmek, Genel Müdürlüğe işletme standartlarını ve kaynak kullanım verimliliğini geliştirici öneriler sunmak,

c) Yapım, yayın ve iletim sistemlerine ait tesislerin kaliteli ve verimli bir şekilde çalışmasını ve işletilmesini sağlamak amacıyla bu tesislerin ölçü, ayar ve bakım esasları ve standartlarını tespit ederek Genel Müdürlüğe sunmak,

ç) Naklen yayın araçları, up-link araçları, uydu yer istasyonları, program iletim sistemlerine ait teçhizat ve tesisatın kaliteli ve verimli bir şekilde çalışmasını ve işletilmesini sağlayacak esasları uygulamayı da izleyip hazırlayarak Genel Müdürlüğe sunmak,

d) Radyo ve televizyon yayınlarının stüdyo çıkışından itibaren halka yayınlanmasına kadar kullanılan sistemler hakkında bilgi edinmek, Kurum yayınlarının yurt içi ve yurtdışında izleyiciye ulaşımı konusunda araştırma yaparak Genel Müdürlüğe sunmak,

e) Uydudan yayın iletimi planlamak, kiralınması için gerekli işlemleri yapmak,

f) Yapım, yayın ve iletim sistemlerine ait tesisler için ihtiyaç duyulan yedek malzeme ve sarf malzemesinin, yayının süreklilik ve güvenliğini sağlayacak şekilde alımı için teşebbüste bulunmak, arızalar ve aksaklıklar konusunda veri tabanı oluşturmak, bu veri tabanı üzerinde istatistikî değerlendirmeler yapmak, optimum stok seviyelerini tespit, takip ve kontrol etmek.

Verici İşletmeleri Dairesi Başkanlığı

MADDE 18 –(1) Verici İşletmeleri Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

a) Radyo ve televizyon yayın sistemleri üzerinde araştırmalar yapmak, güncel teknolojileri takip etmek, yeni yayın teknolojileriyle deneme yayınları yapmak, Kurumun bu alanda yatırım ve teknoloji değişimine esas olacak politikalarının belirlenmesi için gerekli çalışmaları yapmak,

b) Radyo ve televizyon yayın teknolojileri alanında yeni düzenlemelere ve standartların belirlenmesine yönelik çalışmalara Kurum adına katılmak, katkıda bulunmak; sanayi kuruluşları ile işbirliği yapmak,

c) Radyo, televizyon ve telekomünikasyon tesislerinde kullanılan frekansları tescil ettirmek, düzenleme yetkisine sahip kuruluşlar tarafından yapılan frekans planlama ve koordinasyon çalışmalarına katılmak,

ç) Radyo ve televizyon yayın şebekesini planlamak, tesislerin plan ve projelerini hazırlamak, verici istasyonları, verici ve anten teçhizatı, tesisat ve malzemesi ile ilgili teknik etütler yapmak, bunların kurulmasını sağlamak, Kurumun kısa ve uzun vadeli ihtiyaçlarını belirlemek,

d) Radyo ve televizyon istasyonları, verici ve anten teçhizatı, tesisat ve malzemesi ve propagasyonla ilgili olarak Kurumca uygulanabilecek standart ve esasları belirlemek,

e) Verici istasyon ve tesislerindeki teçhizat ve tesisatın işletme, ölçü ayar ve bakım esaslarını tespit etmek ve bunların uygulanmasını sağlamak, sistematik kontrollerini yapmak,

f) Radyo ve televizyon yayınlarının teknik kalitesinin, kapsama bölgelerinin ve enterferansların belirlenmesi için saha ölçümleri yapmak, yapılan ölçümlere göre gerekiyorsa verici gücü ve anten sistemi ile ilgili yeni düzenlemeler yapmak, enterferansların önlenmesi için gerekli girişimlerde bulunmak,

g) Kurumun radyo ve televizyon istasyonları ile enerji tesislerinin ihtiyacı olan malzemenin stok seviyelerini de takip ve kontrol ederek alımı için girişimde bulunmak,

ğ) Verici istasyonlarına ait her türlü bina, tesis ve teçhizatın kiraya verilmesi ya da kiralınması şartlarını belirlemek, buna ait protokol ve sözleşmeleri tanzim etmek, bunların uygulanmasını takip etmek,

h) TRT Müdürlüklerinin sorumluluk alanı dışında kalan yerlerdeki verici tesislerini işletmek ve buna ilişkin

hizmetleri yürütmek.

Arşiv Dairesi Başkanlığı

MADDE 19 –(1) Arşiv Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Kurumun yapım yayın sürecinde üretilen her türlü görsel ve işitsel yayın materyalinden ilgili mevzuat çerçevesinde uygun görülenlerin, yeterli ayrıntıda içerik çözümlemesini de yaparak arşivlenmesini, korunmasını, saklanmasını, tekrar kullanılmasını ve güvenliğini sağlamak,
- b) Kurum yayın arşivlerinin kontrolünü yapmak, kullanım dışı kalan arşiv materyalini yeni kayıt ortamlarına aktarmak üzere ilgili birimlerle işbirliği yaparak yayına uygun hale getirmek, arşivlenmesine gerek olmayan veya zaman içerisinde arşiv niteliğini kaybeden materyali tespit etmek ve ilgili mevzuat çerçevesinde imha edilmesini sağlamak,
- c) Kurum içi ve dışındaki kullanıcılara yönelik arşivlerin kullanımına ilişkin hizmetleri geliştirmek, uygulamak, koordinasyonu sağlamak,
- ç) Yurt içi ve dışındaki yayın kurum ve kuruluşlarının arşivleriyle, Kurum yayın arşivlerinin internet dahil medya ortamlarında değişimi, araştırma, sorgulama ve izleme yapılabilmesini temin etmek için gerekli işbirliklerini geliştirmek ve gerçekleştirmek,
- d) Kurum yayın arşivlerini, yurt içi ortamlarda tanıtacak, pazarlayacak ve geliştirecek işbirlikleri yapmak, arşiv materyalinin ilgili mevzuat çerçevesinde, kiralanmasını, satışa sunulmasını sağlamak, telif hakları konusunda ilgili birimlerle işbirliği yapmak.

Kanal Koordinatörlüğü

MADDE 20 –(1) Kanal Koordinatörlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Kanal kimliğinin belirlenmesine yönelik çalışmalar için önerilerde bulunmak,
- b) Hedef kitlenin yayın akışına, program içerik ve formatlarına yönelik, ilgi, ihtiyaç ve tercihlerini saptamak üzere kamuoyu ve program araştırmaları yaptırmak, izlenme oranlarının takibini ve analizini sağlamak,
- c) Kurumun genel yayın ilkelerini, kanal kimliğini, kamu yayıncılığının gereklerini, diğer kanalların yayın kalıplarını, izleyici analizlerini ve kanal için tahsis edilen bütçeyi dikkate alarak yayın kalıplarını hazırlamak,
- ç) Yayın akış planlarına uygun detaylı program siparişlerini ve/veya talimatları hazırlayarak yapımcılara iletme,
- d) Kurum içinden ve/veya dışından Kanal için gelen program önerilerini değerlendirmek,
- e) Yapımına karar verilen Kurum içi önerilerden uygun görülenlerin yapımına başlanması için yapımcı birime, ödenek tahsisi için ise ilgili muhasebe birimine bildirimde bulunmak,
- f) Yapımına karar verilen Kurum dışı öneriler için yapımcılarla sözleşme yapmak veya yapılmasına yönelik çalışmaları yürütmek,
- g) Yapımına karar verilen Kurum içi ve Kurum dışı program önerilerini, yapımın gerek görülen her aşamasında, siparişe uygunluk açısından kontrol etmek, yapımcılar tarafından teslim edilen yayın materyalinin kabulünü yapmak,
- ğ) Gerekli medya araçlarını kullanarak tanıtım faaliyetlerini planlamak, gerçekleştirmek ve değerlendirmek,
- h) Yayın akışının devamlılığını, takibini ve değerlendirilmesini sağlamak,
- ı) İlgili birim ile koordinasyon sağlayarak, programların izlenme başarısını takip etmek,

i) Kanala tahsis edilen bütçenin etkin ve verimli şekilde kullanılmasını sağlamak.

Yapım Koordinatörlüğü

MADDE 21 –(1) Yapım Koordinatörlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Program siparişleri üzerine hazırlanacak önerileri veya bünyesindeki yapımcıların özgün önerilerini koordine ederek ilgili birime bildirmek,
- b) Yapılmasına karar verilen program önerilerinin; siparişe, iş takvimine ve bütçesine uygun olarak gerçekleşmesini, denetiminin yapılarak yayına hazır halde ilgili birime teslim edilmesini sağlamak,
- c) Yapımlar için Birimlerce aktarılabacak ödeneklerin uygun ve verimli bir şekilde kullanılmasını sağlamak, harcamaların ödeneğe ve mevzuata uygunluğunu gözetmek,
- ç) Yayında kullanılmayan her türlü yapım malzemesinin değerlendirilmek üzere arşive ulaştırılmasını sağlamak.

Prodüksiyon Kaynakları Koordinatörlüğü

MADDE 22 –(1) Prodüksiyon Kaynakları Koordinatörlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Yurt içi ve yurt dışı radyo, televizyon, haber yapım ve yayın hizmetleri için gereken her türlü prodüksiyon hizmetinin kaliteli, verimli, düzenli ve estetik olarak yapılması için bağlı işletmeler arasında gerekli koordinasyonu sağlamak,
- b) Bu hizmetlerde öncelikle Kurum kaynaklarından yararlanılmasını, gerektiği hallerde Kurum dışından kiralama yolu ile destek alınmasını veya Kurum dışına ücreti karşılığı hizmet, araç, gereç ve eleman tahsis edilmesini sağlamak,
- c) Yapım ve yayın kaynaklarından gelen prodüksiyon kaynağı taleplerinin planlamasını yapmak,
- ç) Yapım ve yayın kaynakları ile ilgili teçhizat, malzeme ve hizmet ihtiyaçlarını toplamak, temini hususunda ilgili birimlere teklifte bulunmak,
- d) Naklen yayınlarla ilgili yurt içi ve yurt dışı her türlü ihtiyacın ilgili birimlerle koordine ederek gerçekleşmesini sağlamak,
- e) İşletmelerde kaynakların verimli kullanılmasını ve ihtiyaç halinde birimler arası kaynak aktarımını koordine etmek, planlama ve kiralama hizmetlerini yapmak,
- f) Naklen yayın araçları, up-link araçları, uydu yer istasyonları, program iletim sistemlerine ait teçhizat ve tesisatın kaliteli ve verimli bir şekilde çalışmasını sağlamak,
- g) Kurumun standartları veya Kurumun üyesi olduğu uluslararası yayın birliklerinin teknik kuralları dikkate alınarak, yapım ve yayınların yurt içine ve yurt dışına iletimi için ihtiyaç duyulan ana kumanda, devamlılık merkezleri, Eurovision Merkezi, diğer sistem ve devreleri tespit etmek ve işletmek,
- h) Yapım, yayın ve iletim sistemlerine ait tesislerin ölçü, ayar ve bakım esasları ve standartlarına uygun olarak kaliteli ve verimli bir şekilde çalışmasını ve işletilmesini sağlamak.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Danışma ve Denetim Birimleri

Danışma ve denetim birimleri

MADDE 23 –(1) Danışma ve Denetim Birimleri; Hukuk Müşavirliği, Teftiş Kurulu Başkanlığı, Yayın

Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı ile Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığından meydana gelir.

Hukuk Müşavirliği

MADDE 24 –(1) Hukuk Müşavirliğinin görevleri şunlardır;

- a) Kurum leh veya aleyhine açılan dava ve icra takipleri ile anlaşmazlıkları yargı organları önünde takip etmek ve sonuçlandırmak,
- b) Resen veya birimlerin istemi üzerine, Genel Müdür tarafından sorulan hukuki konular hakkında, istişari mahiyette görüş bildirmek,
- c) Kurumun taraf olacağı sözleşmelerin esaslarını tespit etmek; yayın hizmetleri, istihdam ve fikir haklarını kapsayan tip sözleşmelerin hazırlanmasına yardımcı olmak; birimler tarafından hazırlanacak genelge, sözleşme, protokol, ibraname ve benzeri taslakları inceleyerek görüş bildirmek,
- ç) Mevzuatta aranan veya Genel Müdür tarafından öngörülen hallerde komisyonlara, görüşme ve toplantılara katılmak,
- d) Uluslararası kuruluşların hukukî faaliyetlerini takip etmek, fikir hakları ile ilgili çalışmalar yapmak, sonuçlarını Genel Müdürlüğe bildirmek, fikri haklara ilişkin yayın konularında ilgili ünitelerle işbirliği yapmak,
- e) Kanun, tüzük ve yönetmelik gibi mevzuat taslaklarını inceleyerek görüş bildirmek veya bunların hazırlık çalışmalarına katılmak.

Teftiş Kurulu Başkanlığı

MADDE 25 –(1) Teftiş Kurulu Başkanlığının kuruluş, görev, yetki ve sorumlulukları, çalışma usul ve esasları ile başkan, başmüfettiş, müfettiş ve müfettiş yardımcılarının atamaları ve diğer hususlar, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Teftiş Kurulu Yönetmeliği ile belirlenir.

Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı

MADDE 26 –(1) Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Programları, Anayasa, 2954 sayılı Kanun, 13/4/1994 tarihli ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Programlarının Denetimi Hakkında Yönetmelik ve diğer ilgili mevzuat hükümlerine göre; metin, görüntü ve ses bakımından incelemek, mevcut haliyle yayınlanmasını veya yapılan ekleme ve çıkarmalarla yayınlanmasında sakınca olup olmadığını gerekçeleriyle tespit etmek,
- b) Denetleme sonucunda cezai ve idari kovuşturmayı gerektirecek hususların tespit edilmesi halinde, durumu bir rapor ile Genel Müdürlüğe bildirmek,
- c) Denetlenen programları yayın çıkış kayıtlarından dinleyerek veya izleyerek denetim sonuçlarına uygun olarak yayınlanıp yayınlanmadıklarını kontrol etmek,
- ç) Kurum yapım-yayın hizmetlerinin geliştirilmesi ve yapım uygulama farklılıklarının giderilmesi amacıyla, yapım içeriklerinde koordinasyon ve birimler arasında işbirliğinin sağlanmasına yönelik önerilerde bulunmak,
- d) Anayasa ve 2954 sayılı Kanunda belirtilen esaslar içinde, yurdun çeşitli bölgelerinin özelliklerini de dikkate alarak uzun vadeli TRT Genel Yayın Planı ve Yıllık Yayın Planı taslaklarını gerekli araştırmaları yaparak ve ilgili birimlerce koordinasyon sağlayarak hazırlamak,
- e) Yayın birimleri tarafından hazırlanacak yıllık yapım uygulama talimatı taslaklarının plana ve Kurum mevzuatına ve her iki talimatın birbirine uygunluğunu inceleyerek görüşünü Genel Müdürlüğe sunmak.

Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı

MADDE 27 –(1) Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Kalkınma planı stratejisi ve politikaları doğrultusunda, Kurumun orta ve uzun vadeli politikalarını belirlemek,
- b) Kurumun görev alanına giren konularda performansla ilgili verileri toplamak, analiz etmek, yorumlamak, kalite ölçütleri geliştirmek ve bu kapsamda verilecek diğer görevleri yapmak,
- c) Kurum hizmetlerini etkileyecek dış faktörleri incelemek, kurum içi kapasite araştırması yapmak, hizmetlerin etkinliğini ve tatmin düzeyini analiz etmek ve genel araştırmalar yapmak,
- ç) Kurumun yatırım stratejilerini ilgili birimlerle birlikte belirlemek; birimlerin bu doğrultuda hazırlayacakları yatırım taleplerini uygulanabilirlik yönünden değerlendirmek, yatırımlarda teşvik veya muafiyetlerden yararlanılmasını sağlamak, yatırım konularında ilgili kurumlara işbirliği yapmak,
- d) Kurum faaliyetlerinin finansmanında yurt dışı fonlardan yararlanma imkânlarını araştırmak, Kurum gelir kaynakları, gelirlerin sürekliliği, sağlıklı ve düzenli toplanması hususlarında stratejiler geliştirmek, araştırma yapmak ve ilgili birimleri bilgilendirmek,
- e) Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulu Raporlarını incelemek ve cevap hazırlayarak Genel Müdürlüğe sunmak,
- f) Teknik araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde bulunmak,
- g) Kurumun mevzuat çalışmalarını yürütmek.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Yardımcı Hizmet Birimleri

Yardımcı hizmet birimleri

MADDE 28 –(1) Yardımcı Hizmet Birimleri; İnsan Kaynakları Dairesi Başkanlığı, Eğitim Dairesi Başkanlığı, Bilgi Teknolojileri Dairesi Başkanlığı, Muhasebe ve Finansman Dairesi Başkanlığı, Satınalma Dairesi Başkanlığı, Reklam-Tasarım-Tanıtım Dairesi Başkanlığı, Destek Hizmetleri Dairesi Başkanlığı, Genel Sekreterlik, Özel Kalem Müdürlüğü ve Yönetim Kurulu Bürosu Müdürlüğünden meydana gelir.

İnsan Kaynakları Dairesi Başkanlığı

MADDE 29 –(1) İnsan Kaynakları Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Kurumun insan kaynakları planlaması ve politikası konusunda çalışmalar yapmak, tekliflerde bulunmak,
- b) Kurum personelinin atama, nakil, sicil, terfi, ücret, emeklilik ve benzeri her türlü özlük işlemlerini yürütmek,
- c) Hizmet ve faaliyetlerin ekonomik ve etkin bir şekilde yerine getirilmesi için personel kaynaklarının en uygun ve verimli şekilde kullanılması hususunda tekliflerde bulunmak.

Eğitim Dairesi Başkanlığı

MADDE 30 –(1) Eğitim Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Kurum stratejileri doğrultusunda uzun dönemli eğitim önceliklerini tespit etmek ve Yıllık Eğitim Planını hazırlamak, Yönetim Kuruluna sunmak, Yönetim Kurulunun kabulünden sonra uygulanması için gerekli tedbirleri almak ve uygulamak,

- b) Kurum mevzuatında yer alan eğitime ilişkin hükümlerin uygulanmasını sağlamak,
- c) Eğitim çalışmalarında gerekli araç, gereç ve malzemeyi sağlamak.

Bilgi Teknolojileri Dairesi Başkanlığı

MADDE 31 –(1) Bilgi Teknolojileri Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Radyo-televizyon yapım ve yayın stüdyoları, naklen yayın araçları, enerji sistemleri, uydu yer istasyonları, up-link iletim sistemleri ve karasal program iletim sistemleri gibi yapım, yayın ve iletim sistemleriyle (karasal verici tesisleri hariç) ilgili teknik gelişmeleri izlemek, teknoloji geliştirmek, teknik etütler yapmak, plan ve projeleri hazırlamak, bu konularda Kurum tarafından uygulanacak standart ve esasları tespit etmek,
- b) Yapım, yayın ve iletim sistemlerine ait tesisleri planlamak, standartlarını belirlemek, projelerini hazırlamak, kurmak, kurulmasını sağlamak, mevcut stüdyo tesislerini genişletmek ve geliştirmek,
- c) Kurumun bilgi ve iletişim politikalarını belirlemek ve kurumsal verimliliği, kaliteyi arttıracak önlemler almak, kullanıcı memnuniyetini gözeten bilişim hizmetlerinde iyileştirmeler yapmak,
- ç) Kurum hedeflerine ulaşılmasında, bilişim teknolojilerinden yararlanılmasını, bu teknolojiler ışığında bilgi kaynaklarının bütünleşik bir yapıda oluşmasını ve sayısal iş üretimine geçişi sağlamak,
- d) Kurumsal bilgi ve medya teknolojilerinin ihtiyaç duyduğu donanım ve yazılımları temin etmek, temininde iş birliğinde bulunmak ve işletmek,
- e) Bilgi ve medya teknolojilerindeki gelişmeleri takip ederek, Kurum hizmetlerinde kullanımını sağlamak, yaygınlaştırmak, bu amaçla eğitim verilmesini sağlamak, Kurumun ihtiyaç duyduğu güncel bilgi ve iletişim teknoloji kaynaklarını temin etmek,
- f) Kurumun ihtiyaç duyduğu yazılımlardan kurum imkanları dahilinde geliştirilmesi mümkün olanları projelendirmek ve geliştirmek,
- g) TRT-Net yerel ve geniş alan ağının planlamasını, tesisini yapmak ve kesintisiz işletmek, TRT-Net ve internet ağı üzerinden, veri, dosya, ses ve görüntü iletişimini (VOIP, Video Konferans) sağlamak ve tüm aktif pasif iletişim cihazlarını kesintisiz işletmek, yönetmek,
- ğ) İnternet ve diğer iletişim operatörleri üzerinden verilen servisleri geliştirerek, her türlü yeni medya yayıncılığı yapmak,
- h) Bilişim donanımlarının kurulum, bakım ve onarımını yapmak veya yaptırmak,
- ı) Kurumsal bilgi teknolojileri güvenliğini sağlamak,
- i) Yönetim bilgi ve karar destek sistemini oluşturan bilgi alt sistemlerini kurmak, gerekli yazılımları temin etmek ve çalışır durumda tutmak,
- j) Kurumsal ihtiyaçlar doğrultusunda, bilgi teknolojileri kaynaklarını ve bunlara ait bilişim ağı altyapılarını temin etmek, temin edilmesinde işbirliğinde bulunmak ve kesintisiz işletilmesini sağlamak,
- k) Yapım ve yayın süreçleri için (Televizyon, Radyo, İnternet Sitesi, Teletext, isteğe bağlı ses ve görüntü iletimi, IPTV, Katma Değerli Servisler vb.) birlikte çalışabilir, farklı medyaları destekleyecek Kurumsal İçerik Yönetim Sistemi yazılımını geliştirmek, temin etmek ve işletmek,
- l) Kurumsal içeriğin (ses, görüntü, metin) üretimi, saklanması ve farklı medyalardan güvenli bir şekilde iletimini sağlamak.

Muhasebe ve Finansman Dairesi Başkanlığı

MADDE 32 –(1) Muhasebe ve Finansman Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Kurumun mali yönetiminin yapısını ve işleyişini belirlemek, kurum bütçesinin hazırlanmasını, uygulanmasını, mali bilginin zamanında üretilmesini, mali içerikli tüm işlemlerin; muhasebenin temel kavramları, ilgili mevzuat ve genel kabul görmüş ulusal ve uluslararası standartlara uygun olarak takibini, muhasebeleştirilmesini, raporlanmasını ve kontrolünü sağlamak,
- b) Muhasebe sisteminin karar, kontrol ve hesap verme süreçlerinin etkili çalışmasını sağlayacak biçimde işlemlerini, Kurumun gelir, gider ve varlıkları ile mali sonuç doğuran ve öz kaynağın artmasına veya azalmasına neden olan her türlü işlemin genel kabul görmüş muhasebe standartları çerçevesinde kaydını, yönetimini ve denetimini yapmak,
- c) Kurumun mali kaynaklarının rasyonel ve mali mevzuata uygun olarak kullanılıp kullanılmadığının ön değerlendirmesini ve kontrolünü sağlamak,
- ç) Kurum alacakları ile gelirlerinin etkin bir biçimde tahakkuk, takip ve tahsili, emanetlerin saklanması ve iadesi, giderlerin finansmanı ve hak sahiplerine ödenmesi, kurumun varlık ve borçları ile diğer mali yükümlülüklerine ilişkin iş ve işlemlerini yerine getirmek, iştirak ve ortaklıklarla ilgili incelemeler yapmak, önerilerde bulunmak ve işlemleri yürütmek,
- d) Kurumsal kaynakların, belirlenmiş stratejik amaç, öncelik ve hedefler ile temel ilke ve politikalar doğrultusunda, kullanılması, değerlendirilmesi ve elde edilmesine yönelik tedbirleri almak,
- e) Kurumun bilanço, kar/zarar ve diğer mali tablolarını yasal süresi içerisinde hazırlamak ve Yönetim Kurulu onayına sunmak, Yönetim Kurulunca gerek görülen hallerde bilanço, kar/zarar ve diğer mali tabloların Kurum dışında incelemesini yaptırmak,
- f) Kurum bünyesinde uygulanan maliyet muhasebesiyle ilgili her türlü plan, politika ve işlemleri geliştirmek,
- g) 4/12/1984 tarihli ve 3093 sayılı Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Gelirleri Kanununda sayılan gelirlerin tarh, tahakkuk, tebliğ, tahsil ve denetlenmesi hususundaki her türlü iş ve işlemi ifa etmek,
- ğ) 3093 sayılı TRT Gelirleri Kanunu hükümleri gereği, bandrol ücreti ana para alacağı ile bandrolsüz cihaz satanlar için kesilecek olan para cezaları ile ilgili olarak Tahakkuku müteakip tebliğ edilen para cezalarını ödemeyenler hakkında 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanuna göre yapılacak işlemleri yerine getirmek,
- h) 21/7/1953 tarihli ve 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun uygulanmasında; anılan Kanunun Tahsil Dairesi, Mahalli Tahsil Dairesi ve diğer makam, merci ve komisyonlara verdiği yetkileri Kurum adına kullanmak,
- ı) Borçlu veya malların Kurum teşkilatının bulunmadığı mahallerde olması halinde, 6183 sayılı Kanuna göre takip işlemlerinin niyabeten yerine getirilmesini sağlamak.

Satınalma Dairesi Başkanlığı

MADDE 33 –(1) Satınalma Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Kurumun ait olduğu yıl bütçesinde yer alacak alım programını hazırlamak ve alım kapsamına giren tüm harcamaların programda gösterilen ödenek ve ambar stok durumuna göre yapılmasını gözetmek,
- b) İhale ve alım kapsamına giren tüm harcamaların programda gösterilen ödenek ve yetkilere göre yapılmasını gözetmek, ödeneksiz veya yetkisiz işlem ve harcamaları önlemek, ihtiyaç halinde ek ödenek veya yetki verilmesi veya aktarma işlerini ilgili birime bilgi vererek yürütmek,
- c) Finansman durumuna göre stok alımların yapılmasını ve ihtiyaçların ambar mevcudundan karşılanmasını sağlamak,
- ç) İhale ve alımların ilgili mevzuatında belirtilen kurallara ve temel esaslara uygun olarak yapılmasını sağlamak, diğer birim ve kuruluşların da bu kural ve esaslara göre hareket etmelerini gözetmek,

- d) Kurumun diğ er birimlere verilmeyen satım işlerini ve ihalelerini ilgili mevzuatına göre yürütmek,
- e) Alım ve ihalelerin en ekonomik ve rasyonel şekilde yapılması için liste düzenlemek ve piyasa gelişmelerine göre güncellemek,
- f) Kurumun diğ er birimlere verilmeyen gayrimenkul kira işlemlerini yürütmek,
- g) Satınalma işlemlerinde gerekli taşıma, gümrük, akreditif, navlun ve sigorta işlerini yürütmek,
- ğ) Her ne şekilde olursa olsun alınan malzemenin; ekspertiz, muayene, kabul ve tesell m n , merkez depo ve ambarlara giriş kayıtlarını, sayımlarını, envanterini yapmak ve kayıt dış olarak kullanılmasını önlemek,
- h) Merkez ihale komisyonlarının sekretery  hizmetlerini yürütmek,
- ı) İhale işlem dosyalarının ilgili mevzuatına uygun olarak düzenlenmesini ve arşivlenmesini sağlamak,
- i) Kurumun diğ er alım birimlerinin ihale, alım, stok, kontrol, sigorta ve ithalat uygulamalarını gözetmek ve gerektiğinde finansman durumuna göre önlemler almak.

Reklam-Tasarım-Tanıtım Dairesi Başkanlığı

MADDE 34 –(1) Reklam-Tasarım-Tanıtım Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Kurumun reklam yayınlarıyla ilgili hizmetlerini düzenlemek ve yürütmek,
- b) Radyo ve televizyon reklamlarının ilgili mevzuata uygun olarak kurumsal denetimini ve yayınlanmasını sağlamak,
- c) Reklam sürelerini pazarlamak veya pazarlayacak aracı kuruluşlarla temas kurarak gerekli tedbirleri almak,
-  ) Reklam konusuyla ilgili yayınları izlemek, değerlendirmek, reklam ile ilgili izleyici veya dinleyici ölümü yaptırmak, istatistikler tutmak, ilgili birimlere göndermek,
- d) Kurum tarafından ihtiyaç duyulacak reklam hizmetlerine yönelik tasarım, tanıtım, organizasyon ve prodüksiyon işlerini yapmak, yaptırmak ve bu konulardaki işleri diğ er ilgili birimlerle koordine etmek,
- e) Reklam materyallerinin stüdyo işlemlerini ilgili birimlerle işbirliği yaparak hazırlamak,
- f) Reklam ve sponsorluk sözleşmeleri için diğ er birimler ile işbirliği ve koordinasyonu sağlamak,
- g) Kurumun gelir getirici katma değerli servisleri ve mobil medya hizmetlerini koordine etmek.

Destek Hizmetleri Dairesi Başkanlığı

MADDE 35 –(1) Destek Hizmetleri Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır;

- a) Kurum personeli ile bakmakla yükümlü olduğu aile bireylerinin sağlık ve tedavi hizmetlerini yürütmek,
- b) Kuruma ait lojman, kreş ve gündüz bakımevi, misafirhane, tabldot, sosyal tesisler (lokal, kamp, spor tesisleri) ile ilgili hizmetleri yürütmek,
- c) Kurum merkez hizmet binalarının yönetimi, site işletme ve araç işletme hizmetlerini yürütmek,
-  ) Yapım işlerini yürütmek, yapıların projelerine uygun olacak şekilde yapılmasını ve tadil edilmesini sağlamak,

- d) Kurum emlakine ait sicilleri tutmak, bunlarla ilgili kamulaştırma işlemlerini yürütmek,
- e) Sivil savunma, koruma ve güvenlik hizmetlerini düzenlemek ve yürütmek,
- f) Kurumun taşıma hizmetleri ile Kurum araçlarının her türlü sigorta işlemlerini yürütmek.

Genel Sekreterlik

MADDE 36 –(1) Genel Sekreterliğin görevleri şunlardır;

- a) Genel Müdürün emir ve kararları ile ilgili genelge ve duyuruları hazırlamak, diğer birimler tarafından hazırlanacak genelgelerin mevzuata uygun olarak dağıtımını sağlamak,
- b) Genel Müdür tarafından görülmesi gereken evrak ve her çeşit dokümanı sunmak, genel evrak ve Kurumsal arşiv işlerini düzenlemek ve yürütmek,
- c) Kurum Kanununda belirtilen görevler çerçevesinde; ihtiyaç duyulan alanlarda yurt içinde ve yurt dışında araştırma yapmak/yaptırmak, istatistiki veriler çıkarmak ve ilgili birimlere ulaştırmak,
- ç) Genel Müdürlük tarafından uygun görülen ulusal organizasyonları ilgili birimlerle koordineli şekilde yürütmek,
- d) Kurumsal tanıtım kapsamında; dergi yayınlanması, Aktif Hat, bilgi edinme gibi hizmetleri yürütmek, flama, broşür, hediyeelik eşya ve benzerlerini hazırlamak,
- e) Kurum faaliyet raporlarını, ilgili birimlerden sağlanacak bilgilere göre hazırlamak,
- f) Kurum hizmetlerinde kullanılacak her türlü matbu ve benzerlerinin basım hizmetlerini yürütmek.

Özel Kalem Müdürlüğü

MADDE 37 –(1) Özel Kalem Müdürlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Genel Müdür ile birimler ve Kurum dışı makam, merci ve kişiler arasındaki ilişkileri düzenlemek, büro hizmetlerini yürütmek,
- b) Genel Müdürün vereceği talimatları yerine getirmek.

Yönetim Kurulu Bürosu Müdürlüğü

MADDE 38 –(1) Yönetim Kurulu Bürosu Müdürlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Yönetim Kurulu Başkanlığının yapacağı yazışmaları hazırlamak, yürütmek ve sonuçlarını izlemek,
- b) Yönetim Kurulu ve üyelerin çalışmaları ile ilgili hazırlıkları yapmak ve faaliyetleri yürütmek,
- c) Yönetim Kurulu toplantılarının tutanaklarını ilgili mevzuat hükümlerine göre tutmak; Yönetim Kurulu kararlarının yazılmasını, saklanması ve dağıtımını yapmak.

ALTINCI BÖLÜM

Taşra Teşkilatı

TRT İstanbul Müdürlüğü

MADDE 39 –(1) TRT İstanbul Müdürlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Sorumluluk alanına giren yerlerde Genel Müdürlüğü temsil etmek,
- b) Sorumluluk alanına giren yapım, yayın, televizyon, radyo, haber ve verici hizmetleri ile bu hizmetlere yönelik teknik, idari, mali, danışma, denetim ve destek hizmetleri ile Koordinatörlüklerce verilecek hizmetleri mevzuat ve Genel Müdürlük emirleri çerçevesinde koordineli olarak yürütmek,
- c) 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun uygulanmasında; anılan Kanun tarafından Tahsil Dairesine verilen görev ve yetkileri kullanmak.

TRT İzmir Müdürlüğü

MADDE 40 –(1) TRT İzmir Müdürlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Sorumluluk alanına giren yerlerde Genel Müdürlüğü temsil etmek,
- b) Sorumluluk alanına giren televizyon, prodüksiyon, radyo, haber, verici hizmetleri ile bu hizmetlere yönelik teknik, idari, mali, danışma, denetim ve destek hizmetleri ile Koordinatörlüklerce verilecek hizmetleri mevzuat ve Genel Müdürlük emirleri çerçevesinde koordineli olarak yürütmek,
- c) 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun uygulanmasında; anılan Kanun tarafından Tahsil Dairesine verilen görev ve yetkileri kullanmak.

TRT Antalya Müdürlüğü

MADDE 41 –(1) TRT Antalya Müdürlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Sorumluluk alanına giren yerlerde Genel Müdürlüğü temsil etmek,
- b) Sorumluluk alanına giren radyo, haber, verici, sosyal hizmetler ile bu hizmetlere yönelik teknik, idari, mali, danışma, denetim ve destek hizmetlerini mevzuat ve Genel Müdürlük emirleri çerçevesinde koordineli olarak yürütmek,
- c) 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun uygulanmasında; anılan Kanun tarafından Tahsil Dairesine verilen görev ve yetkileri kullanmak.

TRT Çukurova Müdürlüğü

MADDE 42 –(1) TRT Çukurova Müdürlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Sorumluluk alanına giren yerlerde Genel Müdürlüğü temsil etmek,
- b) Sorumluluk alanına giren radyo, haber, verici hizmetleri ile bu hizmetlere yönelik teknik, idari, mali, danışma, denetim ve destek hizmetlerini mevzuat ve Genel Müdürlük emirleri çerçevesinde koordineli olarak yürütmek,
- c) 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun uygulanmasında; anılan Kanun tarafından Tahsil Dairesine verilen görev ve yetkileri kullanmak.

TRT Diyarbakır Müdürlüğü

MADDE 43 –(1) TRT Diyarbakır Müdürlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Sorumluluk alanına giren yerlerde Genel Müdürlüğü temsil etmek,
- b) Sorumluluk alanına giren televizyon, radyo, haber, verici hizmetleri ile bu hizmetlere yönelik teknik, idari, mali, danışma, denetim ve destek hizmetlerini mevzuat ve Genel Müdürlük emirleri çerçevesinde koordineli olarak yürütmek,
- c) 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun uygulanmasında; anılan Kanun

tarafından Tahsil Dairesine verilen görev ve yetkileri kullanmak.

TRT Erzurum Müdürlüğü

MADDE 44 –(1) TRT Erzurum Müdürlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Sorumluluk alanına giren yerlerde Genel Müdürlüğü temsil etmek,
- b) Sorumluluk alanına giren radyo, haber, verici hizmetleri ile bu hizmetlere yönelik teknik, idari, mali, danışma, denetim ve destek hizmetlerini mevzuat ve Genel Müdürlük emirleri çerçevesinde koordineli olarak yürütmek,
- c) 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun uygulanmasında; anılan Kanun tarafından Tahsil Dairesine verilen görev ve yetkileri kullanmak.

TRT Trabzon Müdürlüğü

MADDE 45 –(1) TRT Trabzon Müdürlüğünün görevleri şunlardır;

- a) Sorumluluk alanına giren yerlerde Genel Müdürlüğü temsil etmek,
- b) Sorumluluk alanına giren radyo, haber, verici hizmetleri ile bu hizmetlere yönelik teknik, idari, mali, danışma, denetim ve destek hizmetlerini mevzuat ve Genel Müdürlük emirleri çerçevesinde koordineli olarak yürütmek,
- c) 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun uygulanmasında; anılan Kanun tarafından Tahsil Dairesine verilen görev ve yetkileri kullanmak.

Haber Büroları

MADDE 46 –(1) Haber Bürolarının görevleri şunlardır;

- a) Sorumluluk bölgelerindeki olayları, gelişmeleri izlemek; haberleri, radyo ve televizyon yayınlarını gözeterek toplamak ve ilgili birimlere ulaştırmak,
- b) Genel Müdürlük tarafından verilecek diğer görevleri yapmak.

YEDİNCİ BÖLÜM

Yurt Dışı Teşkilatı

Yurt dışı büroları

MADDE 47 –(1) Yurt dışı bürolarının görevleri şunlardır;

- a) Bulunulan veya görev alanına giren ülkelerdeki Türkiye'nin yakın ve uzak stratejik çıkarlarını gözeterek Türk vatandaşlarının ve Türk kültürüne ilgi duyan bölge insanların Türkiye ve Türk Kültürü ile bağlarının devamını sağlayacak haber, eğitim, kültür, müzik, eğlence ve benzeri (radyo ya da televizyon) programlarının hazırlanması konusunda araştırmalar yaparak sonuçlarını ve hazırladığı program önerilerini ilgili birimlere göndermek,
- b) Önerilen programlardan Genel Müdürlükçe yapılması uygun görülen programlar ile ayrıca Genel Müdürlükçe yapılması talimatlanan programların yapımını gerçekleştirmek,
- c) Bulunulan veya görev alanına giren ülkelerdeki olayları ve gündemi takip ederek, hazırlanan haber, özel haber, haber program, naklen yayın, aydınlatıcı konuşma, yorum ve benzeri haber yayınlarını yayın için ilgili birimlere göndermek,
- ç) Her türlü haber ve program yapımlarını TRT ilkeleri ve mevzuata uygun olarak hazırlamak ve

yayınlanmak üzere ilgili birimlere göndermek,

- d) Haber veya programların planlanması ve denetiminde Kurum mevzuatı ve yayın ilkeleri yanında Dışişleri Bakanlığı tarafından bildirilecek esaslara uygun olması için gerekli önlemleri almak,
- e) Yurt dışı bürolarınca gerçekleştirilecek haber ve programların planlanması, hazırlanması, yapımı ve yayını ile ilgili konularda Kurumun diğer birimleri ile işbirliği yapmak,
- f) Yıllık bütçe tekliflerini ve faaliyet raporlarını hazırlamak, her türlü malzeme ihtiyacını belirlemek, Genel Müdürlükçe belirlenen limitler ve esaslar içinde malzeme alım talebinde bulunmak ve yetki sınırları içinde harcamaların yapılmasını sağlamak, ödeneğe uygunluğunu gözetmek,
- g) Program, haber, teknik ve idari hizmetler ile bakım ve koruma hizmetlerini yürütmek üzere; bulunulan ülkenin koşullarına göre taban ve tavan ücretleri belirlenerek Genel Müdür'ün müsaadesini almak kaydıyla hizmetlerin gerektirdiği süre ile sınırlı olmak üzere mahallinden personel temin etmek,
- ğ) Her türlü program, haber ve haber programlarının yapım ve yayını için Kurumun haber ve program yapım-yayınına yönelik mevzuat hükümleri çerçevesinde mal ve hizmet temin etmek,
- h) Büronun iş akışı ve iş bölümünü sağlamak, hizmetin aralıksız yürütülmesi amacıyla gerekli tedbirleri almak, bunlarla ilgili çalışma talimatı hazırlamak,
- ı) Yabancı radyo ve televizyon kuruluşlarından gelecek haber, program veya işbirliği taleplerini Genel Müdürlükçe verilecek yetki sınırları içerisinde karşılamak,
- i) Genel Müdürlükçe verilecek talimatlar doğrultusunda bulunulan veya görev alanına giren ülkelerde Kurum yayınlarının izlenebilirliğini, izlenme oranını takip etmek; Kurum yayınlarının daha fazla izlenmesini sağlamak için izleyici ve dinleyici araştırmalarında ilgili birimler ile işbirliği içinde çalışmak, belirtilen konularda Genel Müdürlüğe önerilerde bulunmak.

SEKİZİNCİ BÖLÜM

Yetki, Yetki Devri, Amir ve Emir

Yetki

MADDE 48 –(1) Bir görevin verilmesi, bu görevin yerine getirilmesi için gerekli yetki ve sorumluluğun da verildiği anlamını taşır. Görevin yapılması, aynı zamanda bir yetkinin kullanılması ve sorumluluğun yüklenilmesidir. Kurum organizasyonunda hiyerarşik düzen içerisinde belirli bir kadroyu işgal eden personel, o kadronun gerektirdiği görevi yerine getirmekle sorumlu ve görevi ile sınırlı olarak yetkilidir.

(2) Bu Yönetmelik ile Kurumun diğer mevzuatı ile Kurum yetkilileri tarafından verilen görevleri yapmaya, karar almaya, uygulamaya ve uygulatmaya amirler yetkilidir. Verilen görevlerin yapılmaması, yetkilerin hiç veya gereği gibi kullanılmaması ya da bu Yönetmelik ile Kurumun diğer mevzuatına aykırı olarak kullanılması sorumluluğu gerektirir. Görevler tam olarak, çabuk, güven içinde ve Kurum menfaatleri ile yükümlülükleri göz önünde bulundurularak yerine getirilir.

Yetki devri

MADDE 49 –(1) Yöneticiler, sadece kendileri tarafından kullanılması kanunla öngörülenler dışındaki yetkilerini, sınırlarını belirtmek kaydıyla, Genel Müdürlük tarafından tespit olunacak esaslara göre geçici ya da sürekli olarak astlarına devredebilirler. Ancak, yetki devri, yetki devreden amirin sorumluluğunu kaldırmaz.

(2) Denetim, teftiş ve yayına izin vermeye ilişkin yetkilerle Kurumu hukuki ve mali sorumluluk altına sokacak veya genel prensiplerle ilgili kararlar alınmasını gerektiren yetkiler, ancak Genel Müdürün onayı ile devredilebilir.

Amir ve emir

MADDE 50 –(1) Amirler, ilgili personele Kurumun çalışma konuları ile ilgili olmak ve mevzuat hükümleri içerisinde kalmak kaydı ile görev ve bu görev gereği olarak emir vermek yetkisine sahiptirler. Amirlerin astlarına

vereceği emir ve talimatları, kural olarak, hiyerarşik düzen içerisinde vermeleri esastır. Ancak, hizmetin gerektirdiği acil hallerde, hiyerarşik düzen dışında amirler tarafından verilecek emir ve talimatları alan astlar bu emir ve talimatları yerine getirmek ve ilk fırsatta bağlı oldukları amirlerine bilgi vermekle yükümlüdürler.

(2) Amirler, hizmetin verimli şekilde yürütülebilmesi için, emirlerindeki personelin çalışma yerlerini, biriminin görev alanı ile sınırlı olarak tespit etmeye yetkilidir.

(3) Aynı şehir içinde birimler arası görevlendirme, İnsan Kaynakları Dairesi Başkanlığının teklifi ve bu Başkanlığın bağlı bulunduğu Genel Müdür Yardımcısının onayı ile yapılır. Genel Müdür Yardımcısı, 1. Hukuk Müşaviri, Genel Sekreter, Daire ve Kurul Başkanları, Kanal Koordinatörü, TRT Müdürü ile Temsilcinin görevlendirmeleri Genel Müdür tarafından yapılır. Görevlendirme süresi 2 yılı geçmemek üzere görevlendirme onayında belirtilir.

(4) Bu yetkinin kullanılışının usul ve şekli Genel Müdürlük tarafından belirlenir.

DOKUZUNCU BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Çalışma usul ve esasları

MADDE 51 –(1) Birimlere bağlı alt birimlerin kuruluşu, görevleri, çalışma usul ve esasları, bu Yönetmelikte belirtilen faaliyet alanı, görev ve fonksiyonlara uygun olarak Yönetim Kurulu kararı ile yürürlüğe konulur.

(2) Birimler, gerektiğinde görev alanına giren hususlarda diğer hizmet birimleri ile koordinasyon sağırlar ve Genel Müdür tarafından verilecek diğer görevleri yerine getirirler.

(3) Hizmet birimleri, iş akışını ve bölümünü sağırlar, hizmetlerin verimli, süratli ve aksaksız yürütülmesi amacıyla gerekli önlemleri alırlar.

Düzenleme yetkisi

MADDE 52 –(1) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun her seviyedeki teşkilatlanma değişikliği (lağv, tensik, yeni kuruluş), Genel Müdürün teklifi ve Yönetim Kurulunun onayı ile yapılır.

Yürürlükten kaldırılan mevzuat

MADDE 53 –(1) 18/10/2000 tarihli ve 24204 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun Teşkilatlanmasına İlişkin Usul Hakkında Yönetmelik yürürlükten kaldırılmıştır.

Yürürlük

MADDE 54 –(1) Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

MADDE 55 –(1) Bu Yönetmelik hükümlerini Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürü yürütür.

TÜRKİYE RADYO-TELEVİZYON KURUMU
DEĞİŞİM OFİSİ
KURULUŞU VE ÇALIŞMALARINA İLİŞKİN
USUL VE ESASLAR

Kuruluş ve Amaç

Madde 1- Yönetim Kurulu'nun 15/12/1998 tarih ve 1998/358 sayılı kararı ile Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu Danışma Kurulları Yönetmeliği'nin 9 uncu maddesi uyarınca, radyo ve televizyon yayıncılığı endüstrisindeki gelişmelere uygun olarak, Kurumun stratejik, operasyonel ve örgütsel alt yapısında ihtiyaç duyulan değişimi gerçekleştirmek amacıyla, aşağıdaki esaslar dahilinde görev yapmak üzere Değişim Ofisi kurulmuştur.

Görevler

Madde 2.- Değişim Ofisi'nin görevi, Kurum tarafından 1 inci maddede belirtilen amaç doğrultusunda, Mc Kinsey & Company Firması'na hazırlatılan **“Başarılı Bir Gelecek İçin Değişim Programı Tasarımı”** ile belirlenen değişim programının uygulanmasını gerçekleştirmek üzere aşağıdaki görevleri yapar.

- a) Organizasyonel yapının geliştirilmesi ve üretim süreçlerinin yeniden tanımlanması
- b) Mevcut yönetmeliklerin, üretim süreçlerine göre yeniden düzenlenmesi
- c) Maliyet Muhasebesi ve Yönetim Bilgi Sisteminin kurulması
- d) Kanal kimliklerinin belirlenmesi ve program seçimi ile yayın akış düzenlemelerine yönelik kısa ve uzun vadeli planların hazırlanması

- e) Dışa dönük pazar araştırmalarına dayalı program yapım yöntemlerinin geliştirilmesi ve uygulanması
- f) Kamu ile iletişim ve kurumsal imaj için içerik ve planların hazırlanması
- g) Kısa ve uzun vadeli tanıtım planlarının hazırlanması ve uygulanması

Başkan ve Üyelerin Belirlenmesi ile Görevlendirilmesi

Madde 3.- Değişim Ofisinin Başkanı Genel Müdür tarafından belirlenir. Ofisin diğer Kurum üyeleri, bu esasların 2 nci maddesindeki görevleri gözönüne alınarak, Başkan'ın teklifi ve Genel Müdür'ün onayı ile belirlenir. Üyeler, Proje Alt Grupların başkanıdır.

Değişim Ofisi, Genel Müdür'e doğrudan bağlı olarak çalışır ve tüm büro hizmetleri Genel Müdür Özel Kalem Müdürlüğü tarafından yerine getirilir

Değişim Ofisi Başkanı, bu esaslarda yer alan görevleri ile ilgili olarak Genel Müdür adına Kurum içi yazışma yapabilir.

Değişim Ofisinin ihtiyaç duyacağı danışmanlık hizmeti, Kurum personeli dışında olmak üzere, yerli ve yabancı kamu kurum ve kuruluşları ile gerçek ya da tüzel kişilerden, Alım - Satım İhale Yönetmeliği'nin 3-g maddesine göre temin edilir.

Değişim Ofisi, 31.07.2000 tarihine kadar görev yapar. Bu süre Genel Müdürün teklifi ve Yönetim Kurulunun onayı ile değiştirilebilir.

Proje Alt Grupları

Madde 4- Değişim Ofisi, bu esasların 2 nci maddesinde belirtilen her görevi için bir Proje Alt Grubu oluşturabilir.

Proje Alt Gruplarının kuruluşu, çalışma usul ve esasları, Değişim Ofisi başkanı tarafından önerilir ve Genel Müdür onayı ile belirlenir.

Proje Alt Gruplarında, değişim programları hakkında bilgi ve tecrübeye sahip yerli ve yabancı kamu kurum ve kuruluşları ile gerçek ya da tüzel kişiler, Kurum mevzuatına uygun şekilde Kurum personeli görevlendirilebilir.

Hizmet Alımları

Madde 5- Değişim Ofisi, 2'nci maddede belirtilen görevlerini yerine getirmek amacıyla, Kurum personeli dışında olmak üzere, yerli ve yabancı kamu kurum ve kuruluşları ile gerçek ya da tüzel kişilere yaptırılacak her türlü prototip, etüd, proje, kontrollük, müşavirlik, danışmanlık hizmetleri de dahil, Alım-Satım ve İhale Yönetmeliği'nin 3/g maddesine göre her türlü hizmet alınmasını sağlar.

Değişim Ofisi, ihtiyaç duyduğu durumlarda Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu İstisna Sözleşmesi Yönetmeliği doğrultusunda istisna sözleşmeleri yaptırabilir.

Çalışma Sonuçları

Madde 6- Bu esaslar uyarınca yapılacak çalışmalara ilişkin sonuçların, uygulamaya geçirilmesini teminen hazırlanan rapor ve eki belgeler, Koordinasyon Kurulu'nun önerisi ve Yönetim Kurulu'nun onayı ile kesinleşir.

Yürütme

Madde 7- Bu esaslar, Genel Müdür tarafından yürütülür.

GİZLİ

Başarılı bir gelecek için değişim programı tasarımı



2. Yönlendirme Komitesi Toplantısı
21 Kasım 1998

Bu rapor, sadece müşterinin kendi elemanları içindir. Daha önceden McKinsey & Company'den yazılı izin almadan hiç bir kısmı müşteri dışında dağıtılamaz, alıntı yapılamaz, ve kopya edilemez. Bu sayfalar McKinsey & Company tarafından sözlü bir sunuş sırasında kullanılmıştır; tartışmanın tüm kaydı değildir.

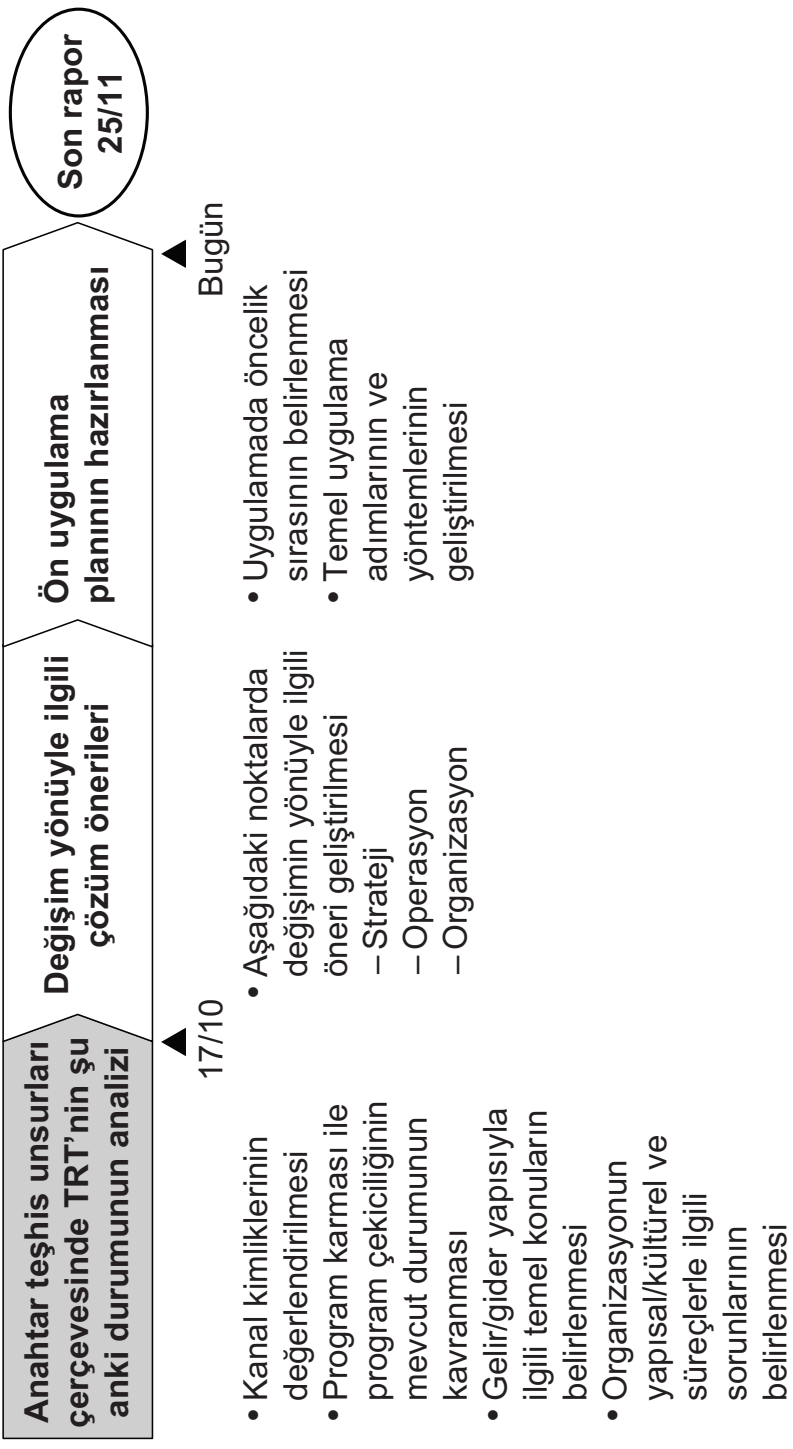
GÜNDEM

• Anımsatma

- Değişimin anahtar unsurları
 - Strateji
 - Operasyon
 - Organizasyon
- Değişim programı

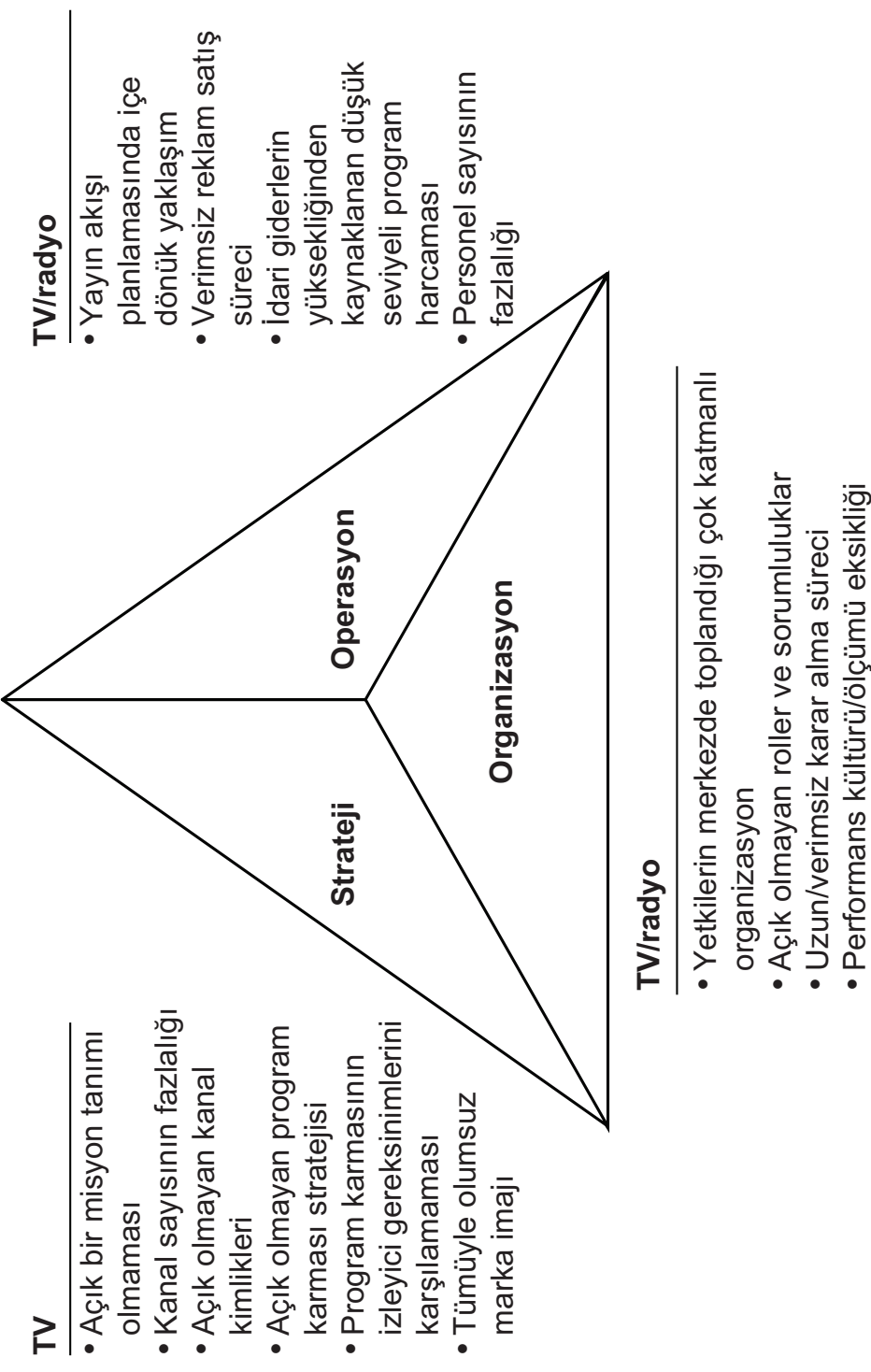
10 haftalık teşhis projemizin ikinci aşamasını tamamlamış bulunmaktayız

PROJE AŞAMALARI



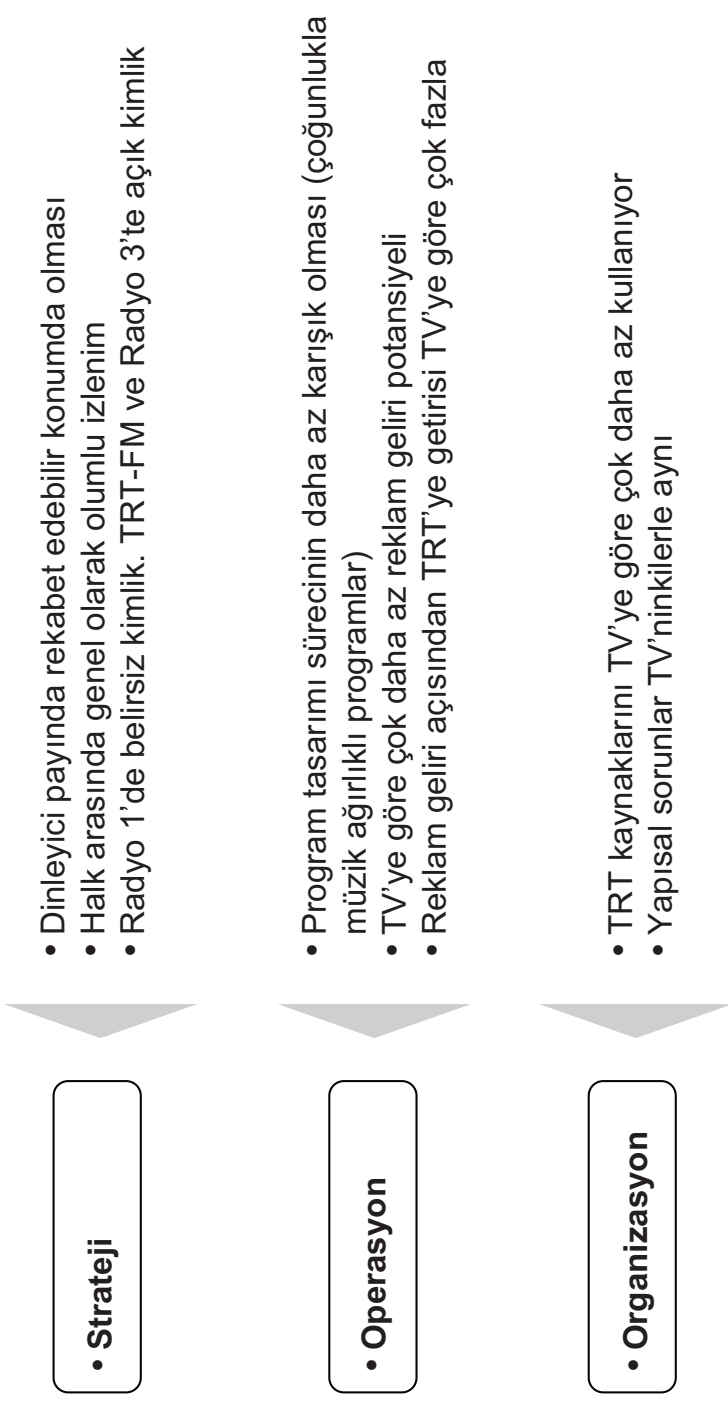
Teşhisimizin ilk aşamasının bulguları, yayıncılığın üç ana unsuru çerçevesindeki temel zayıflıkları göstermiştir

İLK AŞAMADAKİ BULGULAR



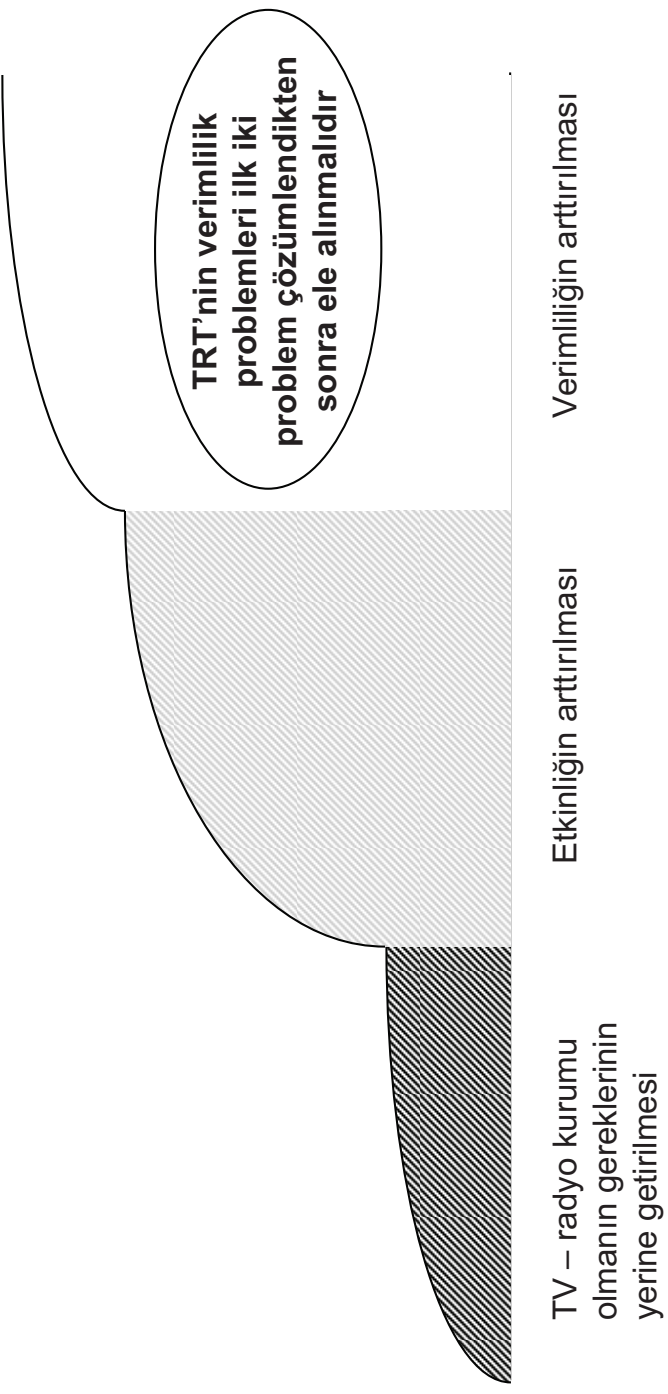
Projemizin her iki aşamasında da, etkisinin az olacağı düşünüldüğünden radyonun, TV'ye göre, daha az üzerinde durulmuştur

RADYO – TEMEL ETMENLER



Önerilen değişim TV – radyo olmanın gereklerinin yerine getirilmesine ve etkinliğin artırılmasına yoğunlaşacaktır

DEğİŞİM SÜRECİNDE ODAKLANILAN KONULAR

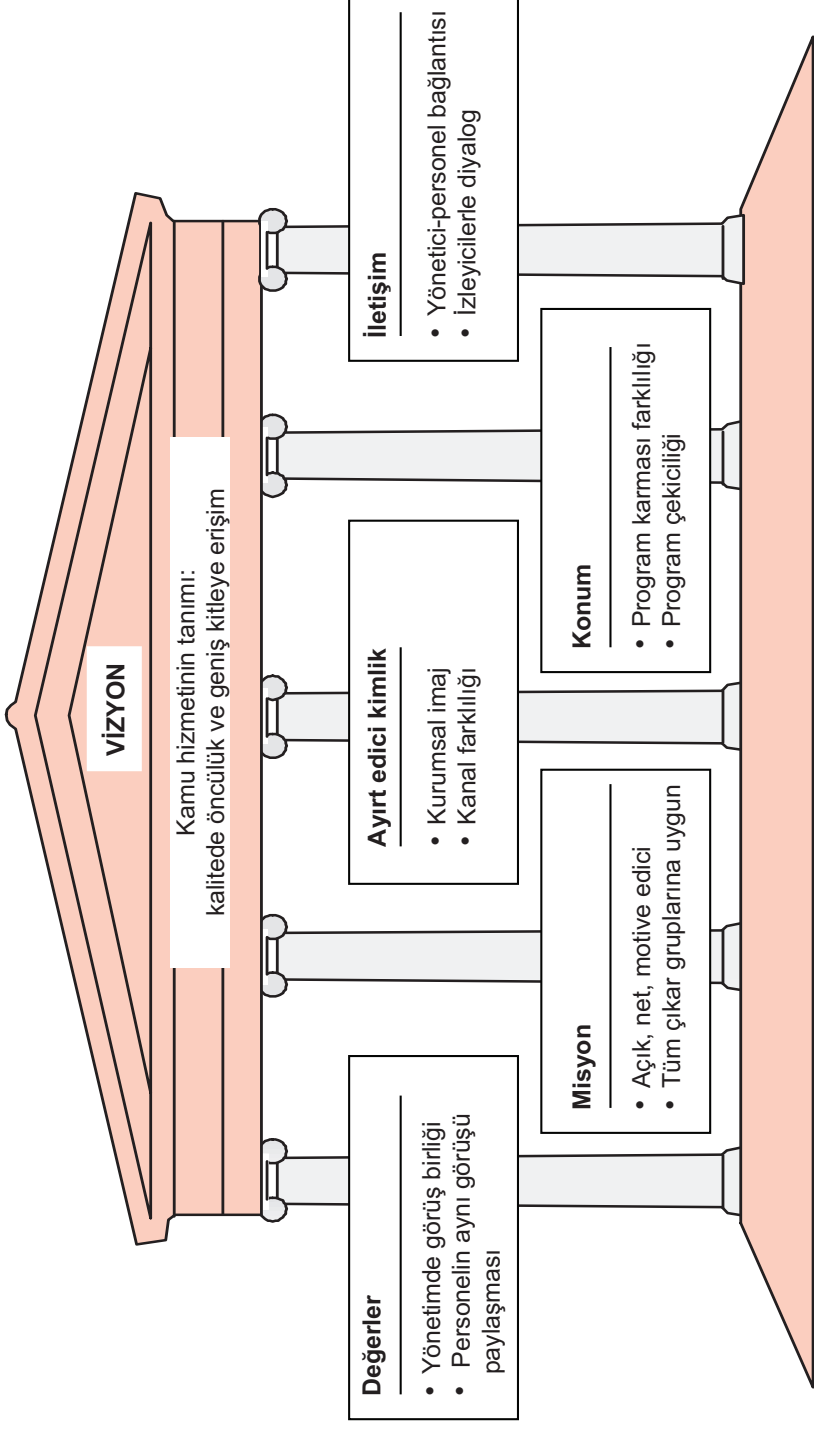


GÜNDEM

-
- Anımsatma
 - Değişimin anahtar unsurları
 - Strateji
 - Operasyon
 - Organizasyon
 - Değişim programı
-

Başarılı kamu yayın kuruluşları (KYK), temel stratejik yapı taşlarının üzerine kurulmuşlardır

KYK STRATEJİK YAPI TAŞLARI



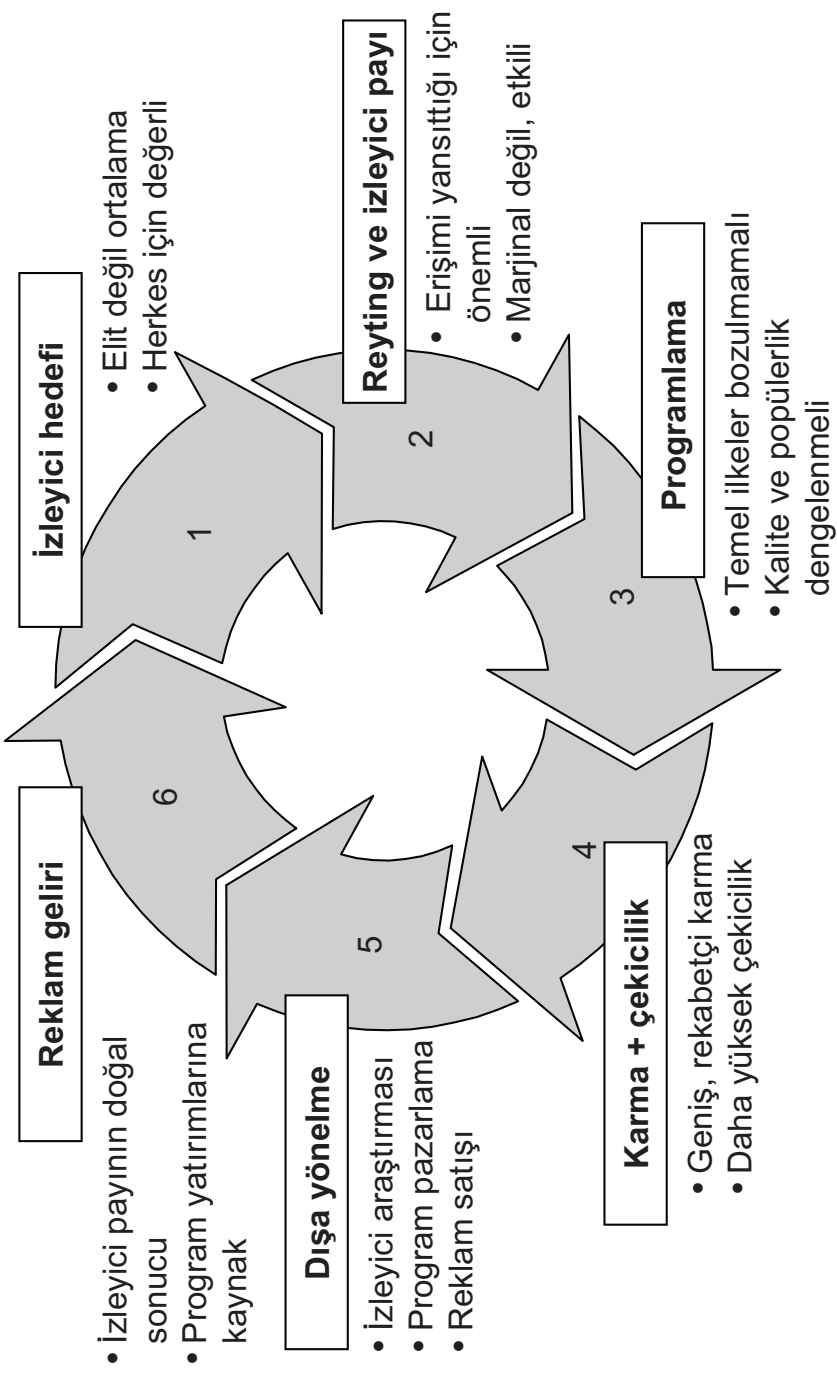
TRT'nin başarılı bir KYK haline gelmesi stratejik düşünmeye bağlıdır

STRATEJİK YAPI TAŞLARININ TRT'YE UYGULANMASI

Unsur	TRT bugün	TRT gelecekte
• Değerler	• Açık değil; görüş birliği yok	• Amaçlarda görüş birliği: izleyiciler, izleyici payı, programlar, reklamlar, v.b.
• Misyon	• Detaylı, odaksız, güncelleştirilmemiş	• Açık, net, güncel, kamu hizmeti odaklı
• Çıkar grupları	• Yöneticilere ve hükümete odaklanmış	• İzleyici gereksinimleri diğer unsurlara göre ön planda
• İmaj	• Resmi, katı, eski, çağdışı	• Dinamik, farklı, çağdaş, tepkisel
• Kanal kimlikleri	• Net değil, çakışıyor	• Açık, farklılaşmış kanal kimlikleri
• Konum	• Marjinal, elit	• Günlük hayatla ilgili, etkili
• Program karması	• Emsallerine göre ciddi/ağır	• Kültürel konumunu koruyarak, izleyiciye daha uygun bir karma
• Program çekiciliği	• Donuk, katı, "siyah/beyaz"	• Renkli, canlı, çekici ama hala kaliteli
• Yönlendirme	• İçsel: kurallar, hiyerarşi, alışkanlıklar	• Dış köprüler: izleyiciyle iletişim, reklamcılara hizmet
• İletişim	• İçeride zayıf, dışarıyla hiç yok	• Misyon/sözler, araştırma ve geri bildirim, pazarlama/tanıtım

Her şeyden önce, yönetim TRT değerlerini açıkça ortaya koymalıdır

TRT DEĞERLERİ

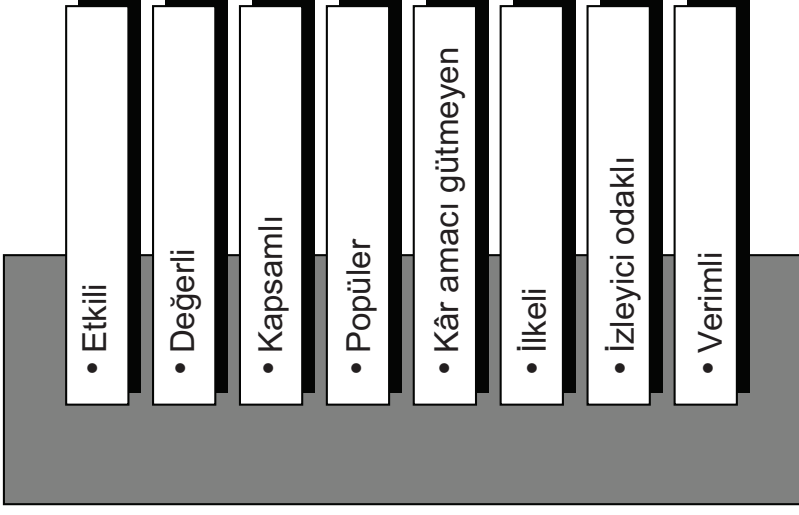


Kaynak: McKinsey, TRT yönetim kurulu ve üst yönetim araştırması

TRT değerleri, temel istekler şeklinde özetlenebilir

TRT’NİN İSTEKLERİ

“



– marjinal değil

– zorunlu vergilerin karşılığı olarak

– yalnız elit kesim için değil

– çekici bir karma

– “kârsız” program türlerine de yer veren

– bağımsız düşünen, kaliteden ödün vermeyen

– iç odaklı olmayan

– operasyondan gelen değeri en yükseğe çıkaran

”

olmak istiyoruz

Bu istekler, kurumun her seviyesine açıklıkla ve sıklıkla iletilmelidir

ÖNERİLEN TRT MİSYONU

Misyonumuz, Türkiye'nin günlük hayatında güçlü bir **olumlu etken** olmaktır.

Görevimiz, programlarımızı toplumun **tüm kesimlerine** göre tasarlayarak, halkın yaptığı katkıya değer bir hizmet vermektir

Amacımız, **kültürel ve eğitsel** çeşitliliği koruyarak, **popüler ve çekici** programlardan oluşan bir karma sunmaktır. Her iki durumda da, **özerklik** ve **tarafsızlıktan** ödün vermeden, en yüksek **kalite** standartlarını koruyarak kamunun güveni sağlanacaktır

Bu amaçları gerçekleştirmek için, izleyicimizle düzenli bir **iletişim** kuralı, kendi yaklaşımımızı onların tercihleriyle bütünleştirerek onlara daha iyi hizmet vermeliyiz. Bunun yanında, kaynaklarımızı izleyiciye doğrudan değer götürecek şekilde kullanmalı ve bu yolla **operasyonel verimliliğimizi** artırmalıyız

TRT'nin yeni yaklaşımı bir diyalogun başlangıcı olarak izleyicilerle paylaşılmalıdır

TRT'NİN İZLEYİCİ SÖZLEŞMESİ

“

Katkınıza
karşılık
DEĞER
yaratmaya

HERKESE
uygun
programlar
tasarlama

Daha popüler,
ÇEKİCİ
programlar
yaratmaya

Kâr amacı
gütmeyen, kültürel,
FARKLI
konumumuzu
korumaya

Kalitenin ve
güvenilirliğin en
yüksek
İLKELERİNİ
taşımaya

İzleyicilerimizi
DİNLEYEREK
gereksinimimizi
karşılamaya

Program değerini
en üst düzeyde
tutmak için
VERİMLİ
çalışmaya

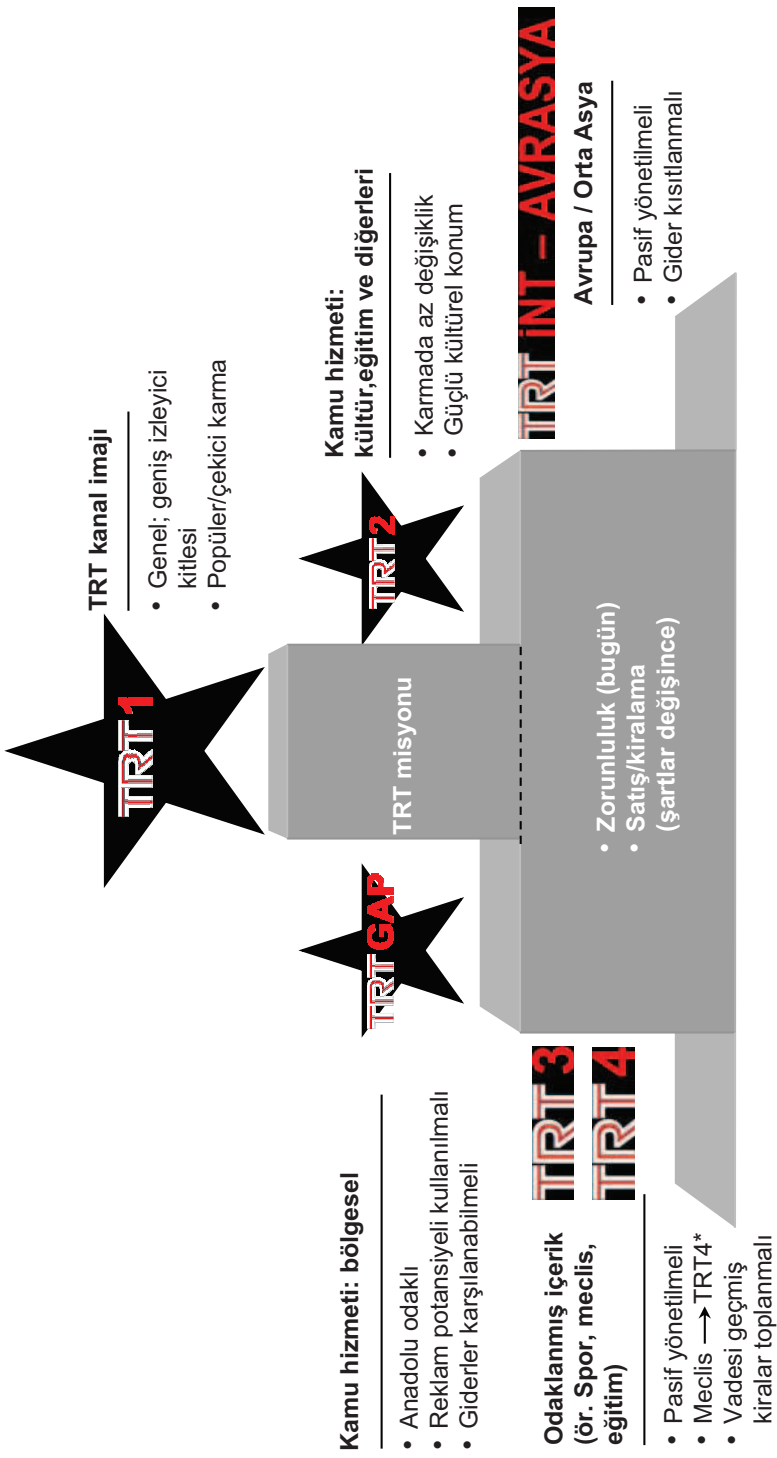
Söz verdiğimiz
konulardaki
PERFORMANSIMIZI
ölçmeye ve artırmaya
çalışmaya

”

söz veriyoruz

İzleyiciyi tekrar kazanmak üzere kaynaklar TRT1'e odaklanmış şekilde, kanal kimlikleri açıkça tanımlanmalıdır

TRT KANAL STRATEJİLERİ – TV



* Olanaksız olursa TRT3 ve TRT4'ün kimlikleri ve içerikleri yer değiştirmeli, TRT4 spor ve gençlik kanalı haline gelmeli

Kaynak: McKinsey

Radyo-1'in TRT1'e benzer problemleri olmasına karşın, radyo istasyonu kimlikleri nispeten açıktır

TRT KANAL STRATEJİLERİ – RADYO

Yeniden konumlandırılmalı

- Çok geniş ve çeşitli; odaklanmalı
- Talebin karşılanmayan yönlerini (haber, ciddi sohbetler, radyo draması) ortaya koymak için dinleyici araştırması yapılmalı

RADYO 1

TRT – FM

Güncel popüler müzik

- Mevcut yaklaşım sürdürülmeli
- Dengeli karma
- Dinamik kanal
- Ciddi miktarda dinleyici

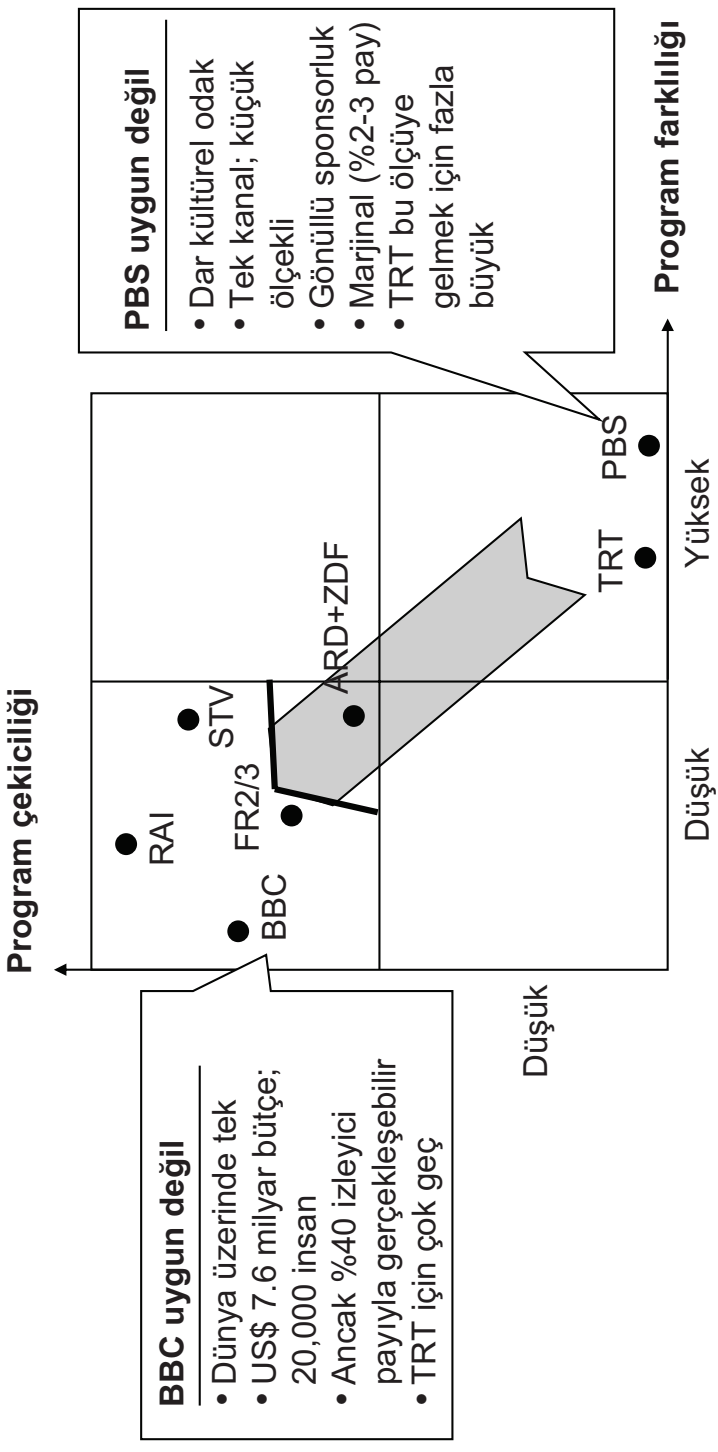
Klasik

- Mevcut odak sürdürülmeli
- Sadık dinleyici
- Fazla rekabet yok

RADYO 3

Gerçekçi olarak, TRT, PBS ya da BBC gibi olmaya çalışmamalıdır. Diğer “dengeli” Avrupa kanalları TRT için daha uygun modellerdir

TRT (YENİDEN) KONUMLANDIRMA



TRT için en iyi strateji dengeli olmaktır

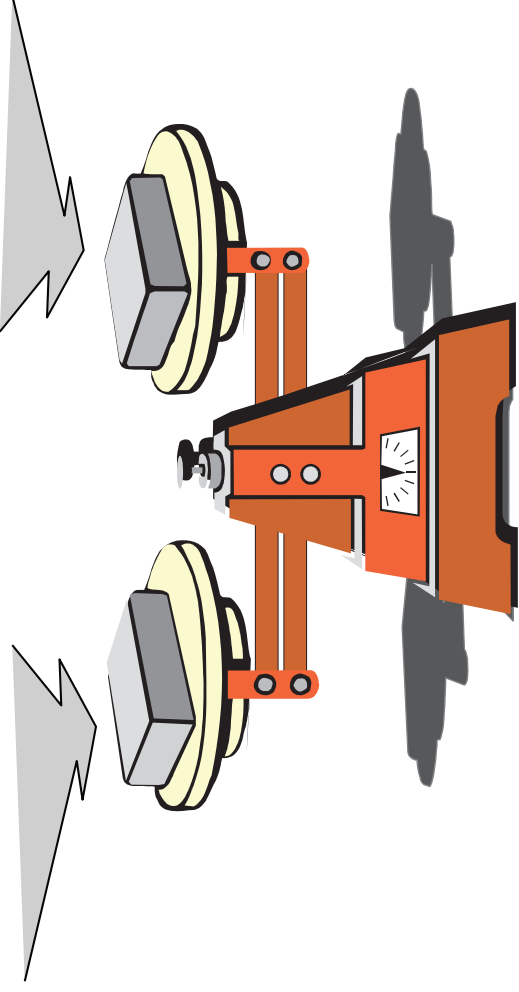
TRT KANALLARINDA PROGRAM DENGESİ

Rekabetçi

- **Ne:** Eğlence, haberler
- **Nerede:** TRT1
- **Ne zaman:** Prime time

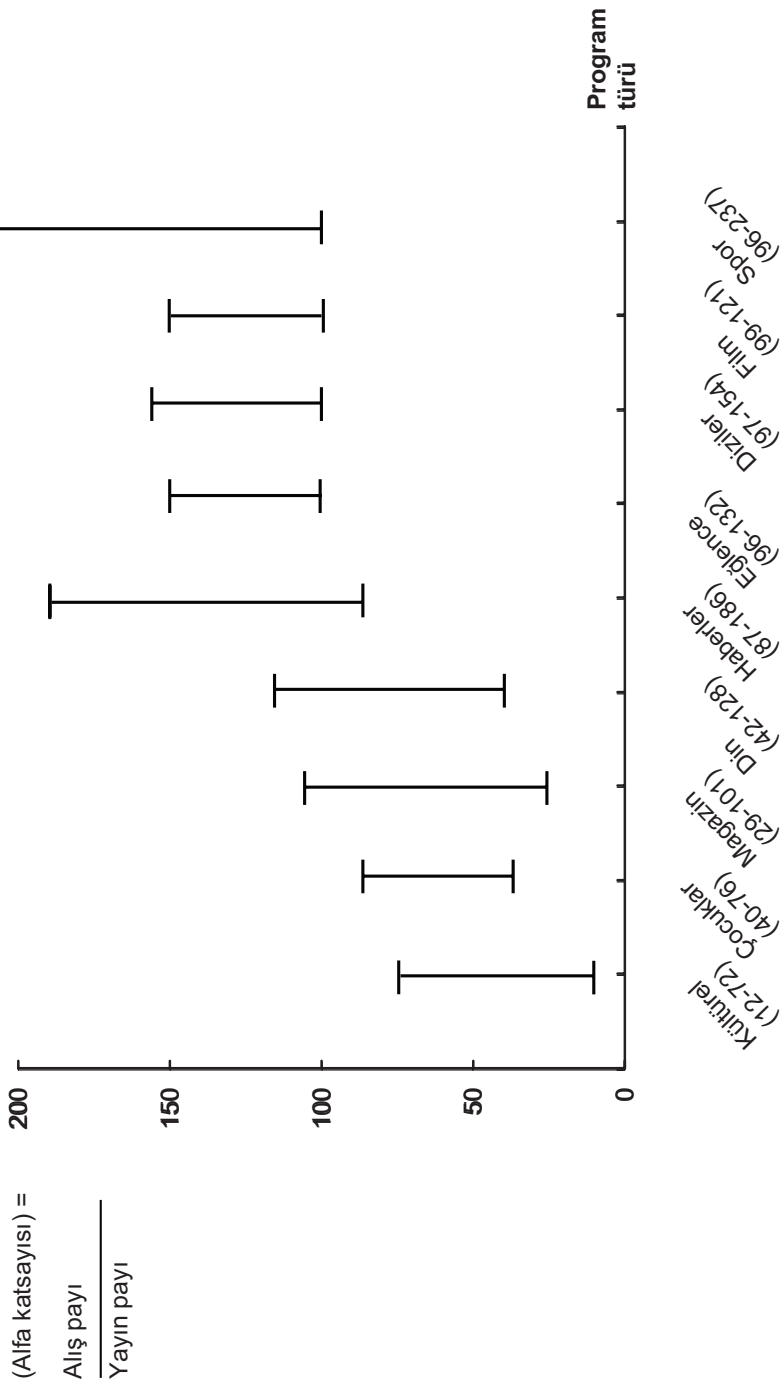
Farklı

- **Ne:** Kültürel, eğitsel
- **Nerede:** TRT2, TRT GAP
- **Ne zaman:** Prime time dışı



Program içeriğinin popürlüğü, program türüne göre değişmektedir

TÜRLERİNE GÖRE PROGRAM İÇERİĞİ POPÜLERLİĞİ- 1997



Kaynak: AGB Anadolu A.Ş., 1997

Ortalama bir program karmasına kayılması TRT'nin popülerlik potansiyelini artıracaktır

ALTERNATİF PROGRAM KARMASI POPÜLERLİĞİ

YÖN GÖSTERİCİ
ÖRNEK

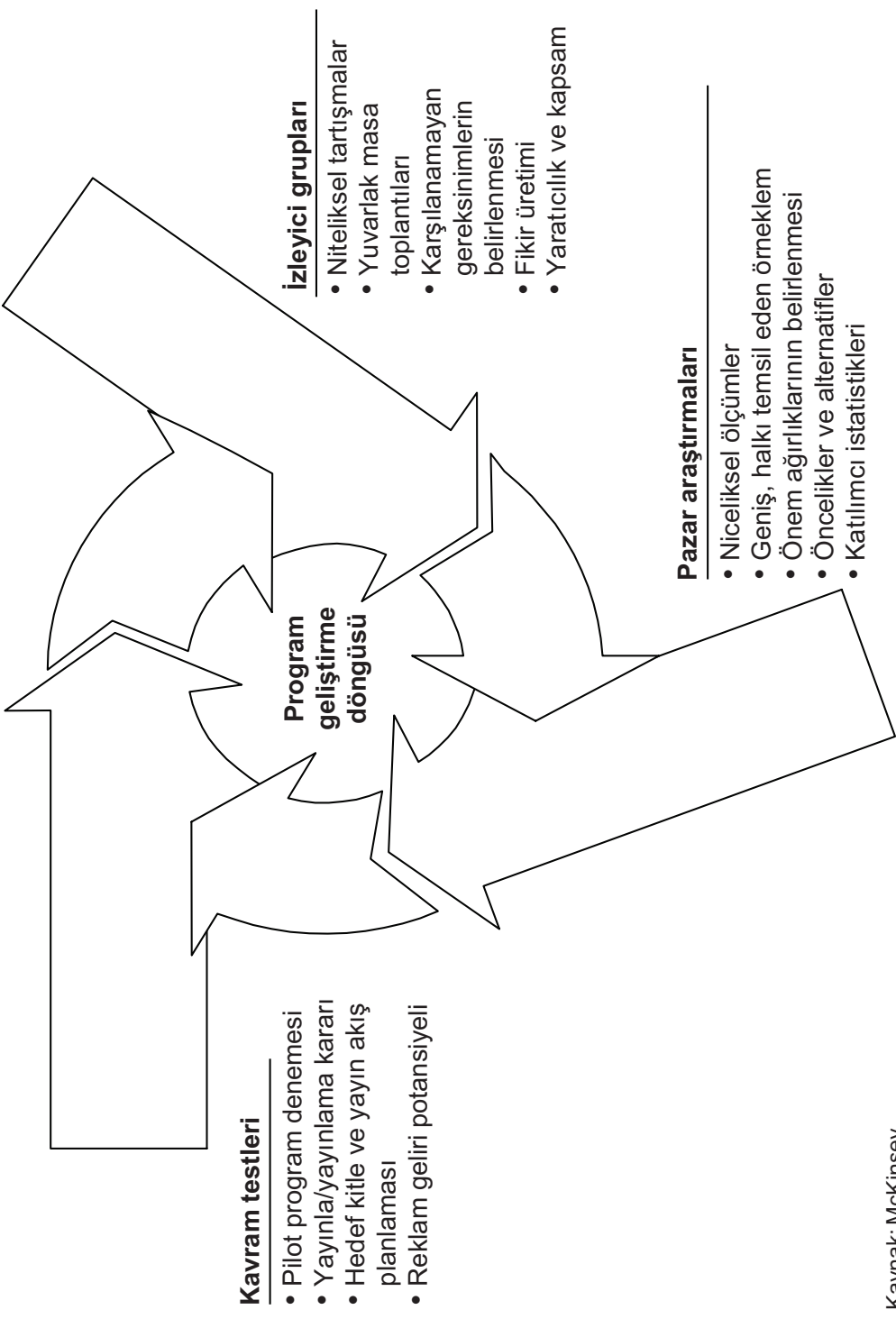
Program türü	Alfa katsayısı	(87)			(98)
Film	114	24	7	20	
Kültürel Spor Magazin	50.5 194 62.5	12	12	10	
		0	7	5	
		2	12	4	
Çocuk	53.5	6	13	10	
		10	1	15	
Dizi	109	15	21	1	
Din	83	0		15	
Eğlence	108.5	7			
Haberler	98	17	25	20	

Rakiplerin
ortalaması



Programların izleyiciye çekiciliğini artırmak için, program tasarımı ve geliştirilmesinde popüler zevkler ve tercihlere büyük önem verilmelidir

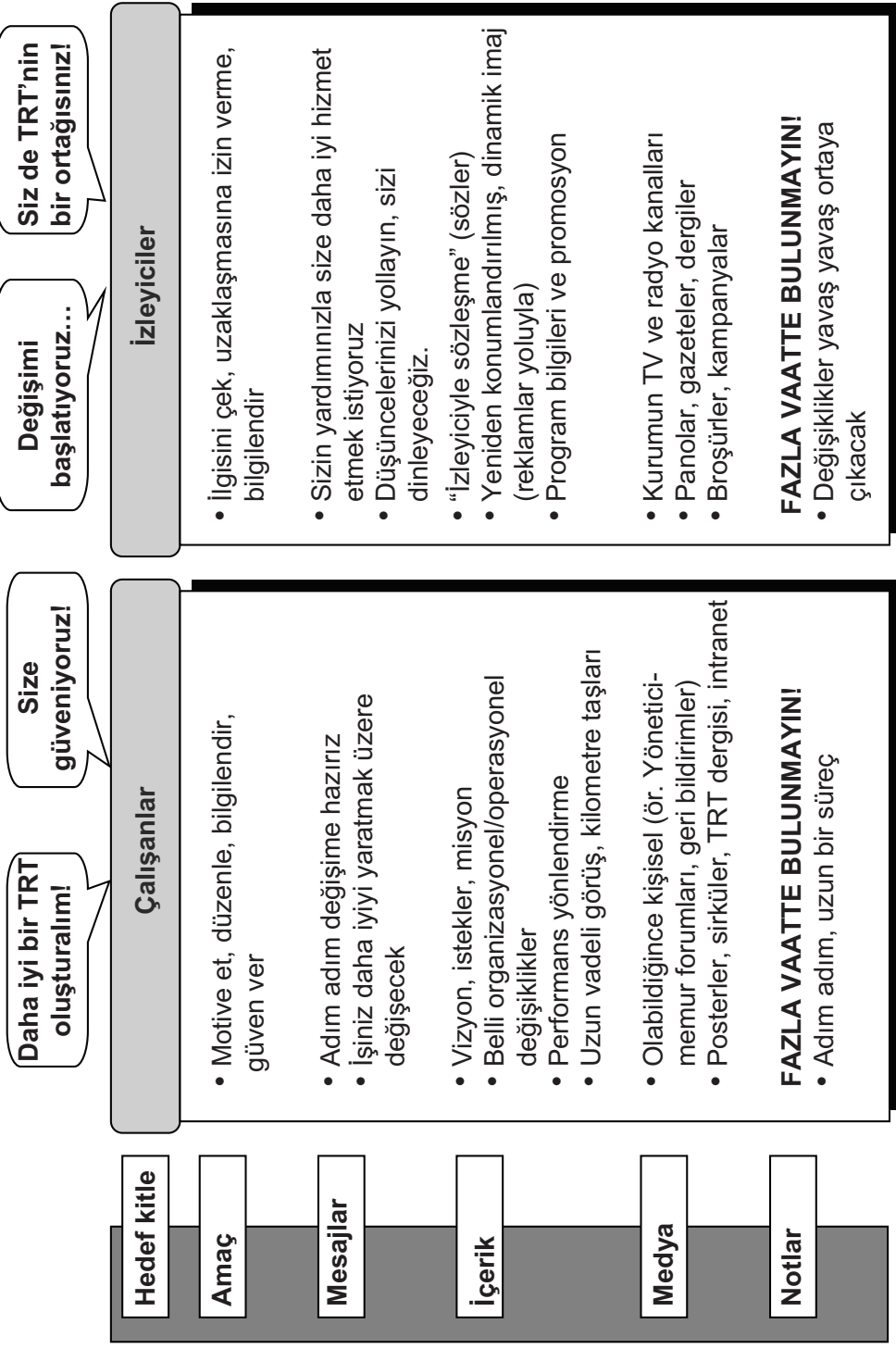
İZLEYİCİ ODAKLI PROGRAM GELİŞTİRME



Kaynak: McKinsey

Hem çalışanlar hem de izleyiciler gelecek değişiklikler konusunda bilgilendirilmeli, ancak beklentiler makul düzeyde tutulmalıdır

DEĞİŞİMİN İLETİLMESİ: 2 SINYAL



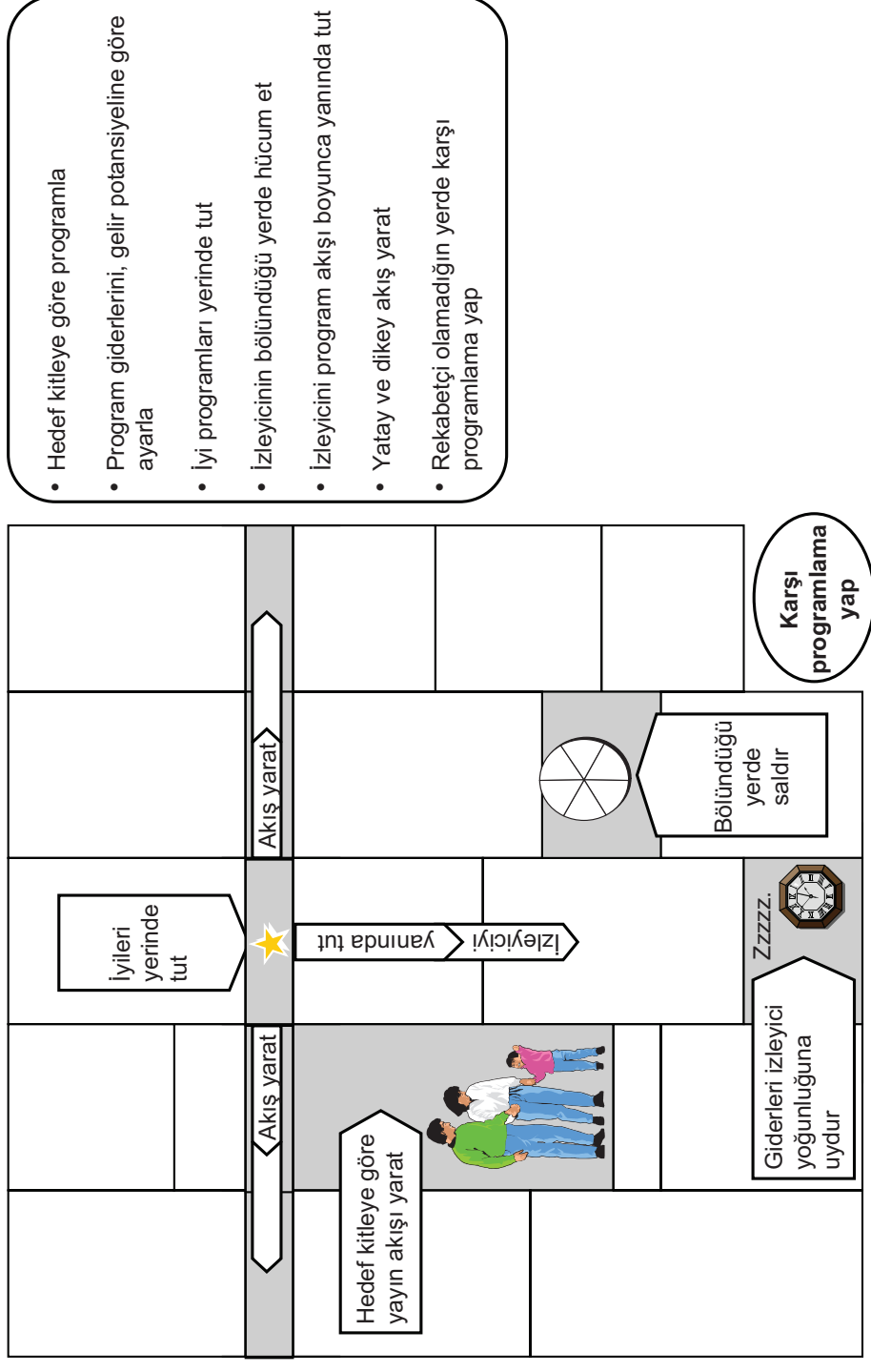
Kaynak: McKinsey

GÜNDEM

-
- Anımsatma
 - Değişimin anahtar unsurları
 - Strateji
 - Operasyon
 - Organizasyon
 - Değişim programı
-

TRT stratejik düşünerek yayın akışı planlaması konusunda kendisini geliştirebilir

YAYIN AKIŞI PLANLAMASININ TEMEL KURALLARI



TRT'nin mevcut prime time yayın akışına bakıldığında, gelişmeye açık alanlar hem program türü...

TRT1 YAYIN AKIŞI – 1 (PRIME TIME, EKİM 1998*)

19:00	İzleyici bölünmüş, saldırı şansı kaçırılmış	Müzik eğlence	Türk dizisi	Haberler	Türk dizisi	Haberler	Haberler
		Türk dizisi					
		Spor haberleri					
		Hava durumu					
20:00		Haberler			Yarışma		Türk dizisi
21:00	Programınız üstün değilse, aynı program türünde rekabet yanlıştır	Türk dizisi				Türk dizisi	
		Belgesel					Türk dizisi
22:00	Program türü prime time izleyici kitlesine uymuyor	Türk sanat müziği				Spor magazin	
23:00		Spor					Magazin

Rekabet edilemeyen yerde, maliyeti yüksek program

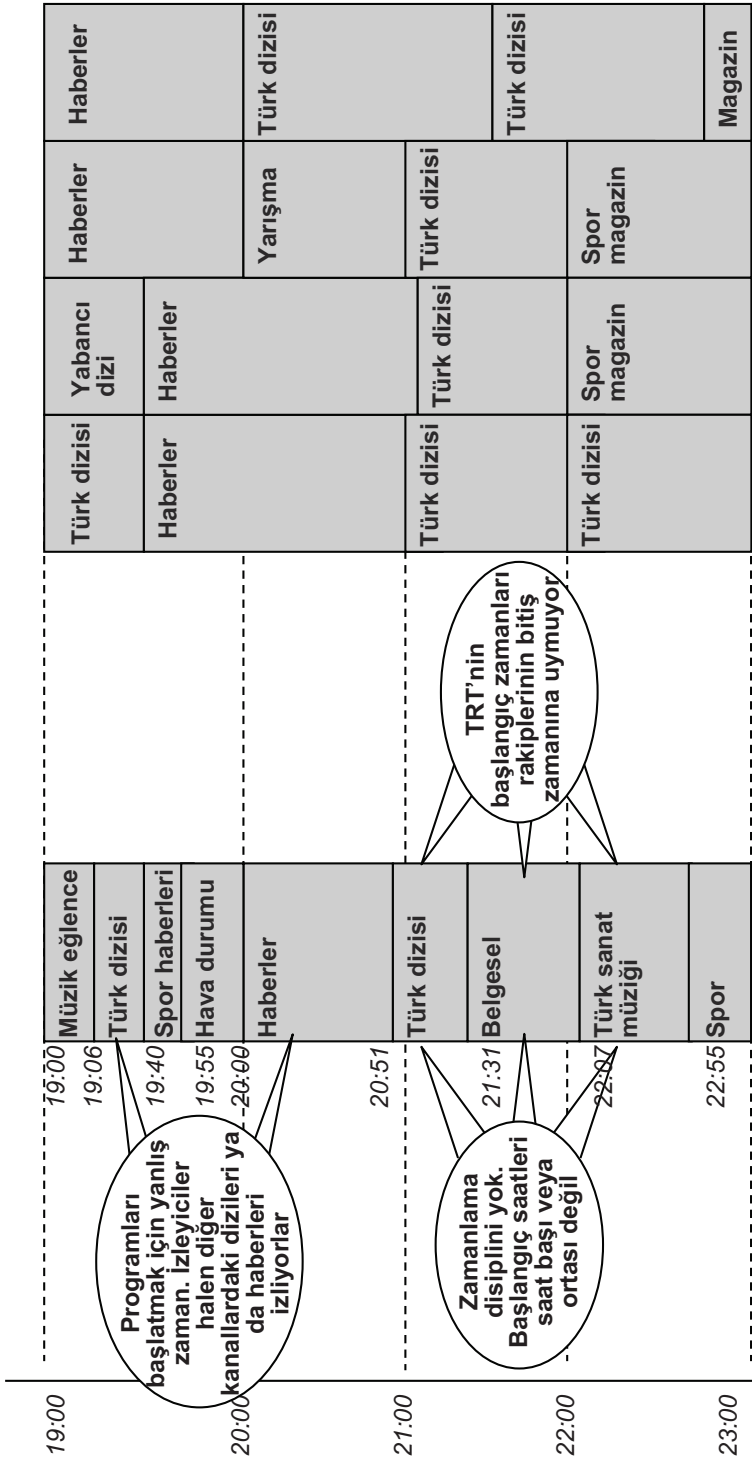
Rakiplerle aynı tür, ancak rekabetçi değil

* 5 Ekim, Pazartesi
Kaynak: AGB Anadolu A.Ş.; McKinsey



... hem de program zamanlaması konusunda kendisini göstermektedir

TRT1 YAYIN AKIŞI-2 (PRIME TIME, EKİM 1998*)



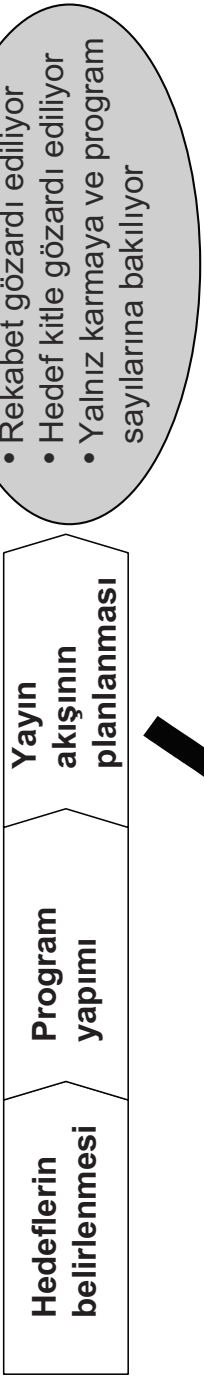
* 5 Ekim, Pazartesi

Kaynak: AGB Anadolu A.Ş.; McKinsey

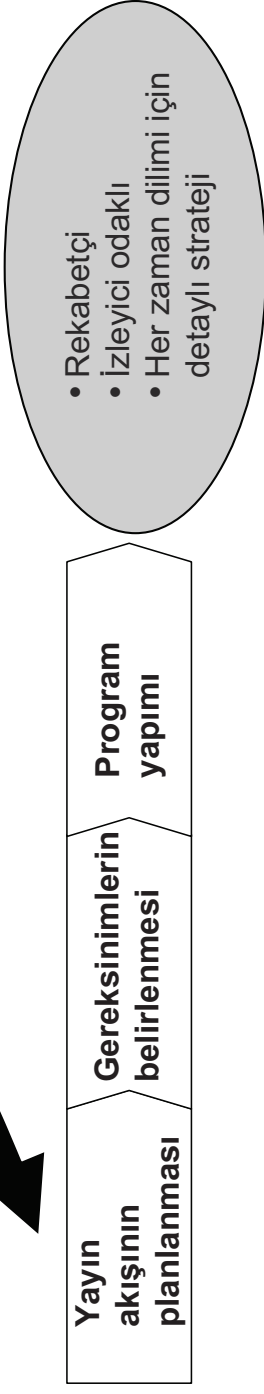
Ortaya çıkan en büyük problem, yayın akışının planlanmasının ideal süreçte en başta yer almasına karşın, TRT'deki süreçte en sonda yer almasıdır

PLANLAMA- YAPIM- YAYIN SÜRECİ

Mevcut süreç



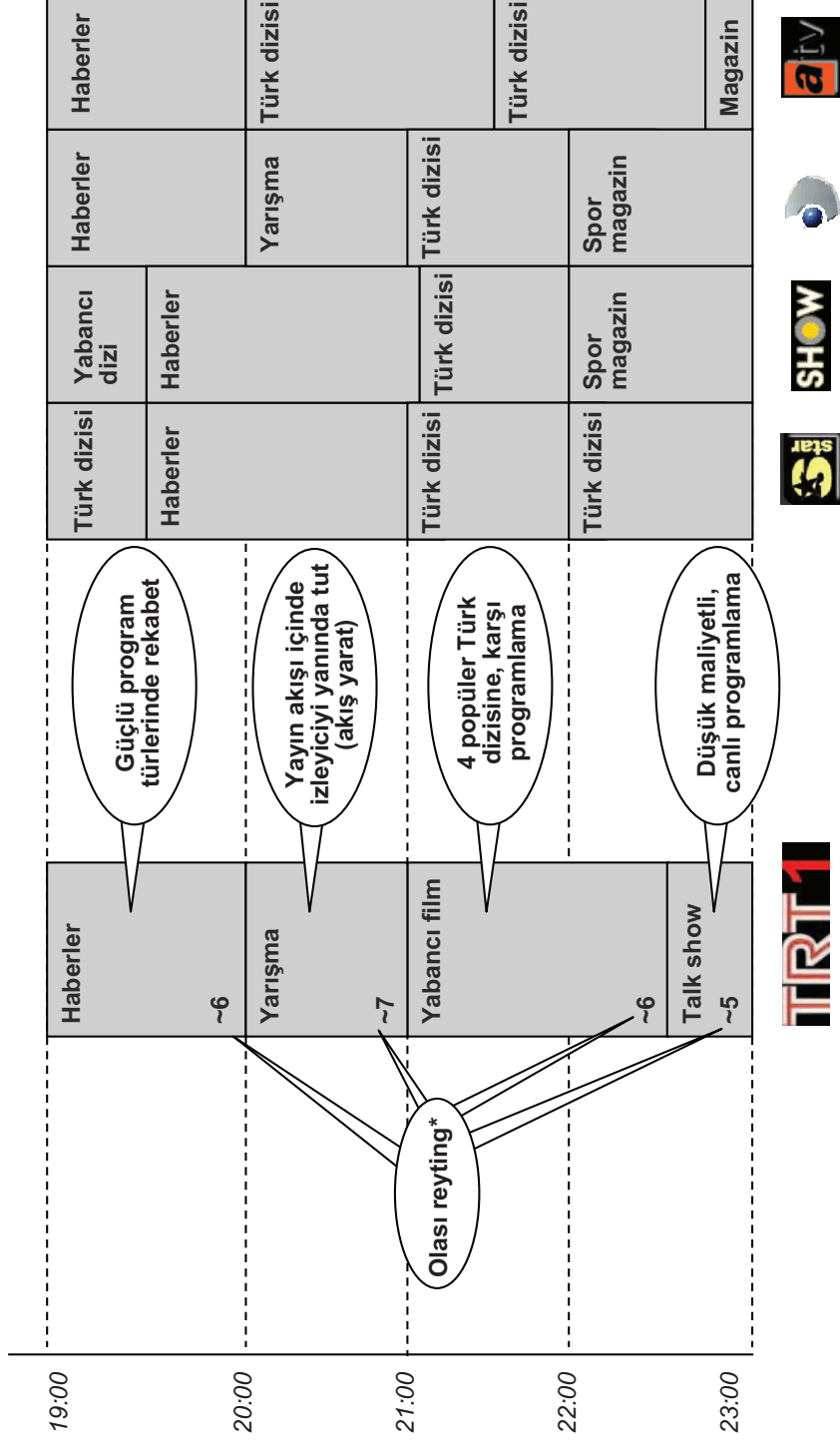
İdeal süreç



Yayın akışındaki birkaç potansiyel değişiklik, izleyiciyi yakalamak ve tutmak adına güçlü sonuçlar doğurabilir

ALTERNATİF YAYIN AKIŞI

ÖRNEK



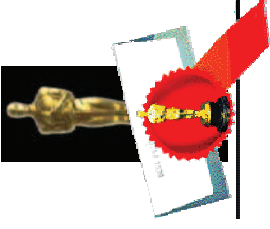
* TRT'nin her zaman diliminde 5 kanal içinde ortalama reytingi aldığı varsayılmıştır

Kaynak: AGB Anadolu A.Ş.; McKinsey

TRT, hükümet baskısından ve sansürden bağımsız hale gelirse, kolaylıkla Türkiye'nin haber lideri olabilir

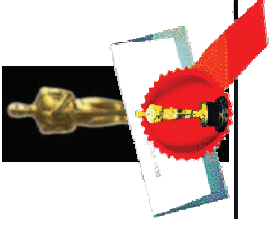
PROGRAM YENİLEME: HABERLER

İzleyicinin istekleri:



- Ciddi, güvenilir, tarafsız haber
- Yetenekli deneyimli spikerler
- Doğru Türkçe (argosuz)
- Sade, rahat, anlaşılır dil

- **TRT için liderlik potansiyeli!**
- Daha doğal bir tarz ve kişilik benimsenmeli; yorumlar görüntü ağırlıklı anlatılmalı ("görsel radyoyla" değil)
- Olaylara tanıklık eden uzman muhabirler kullanılmalı



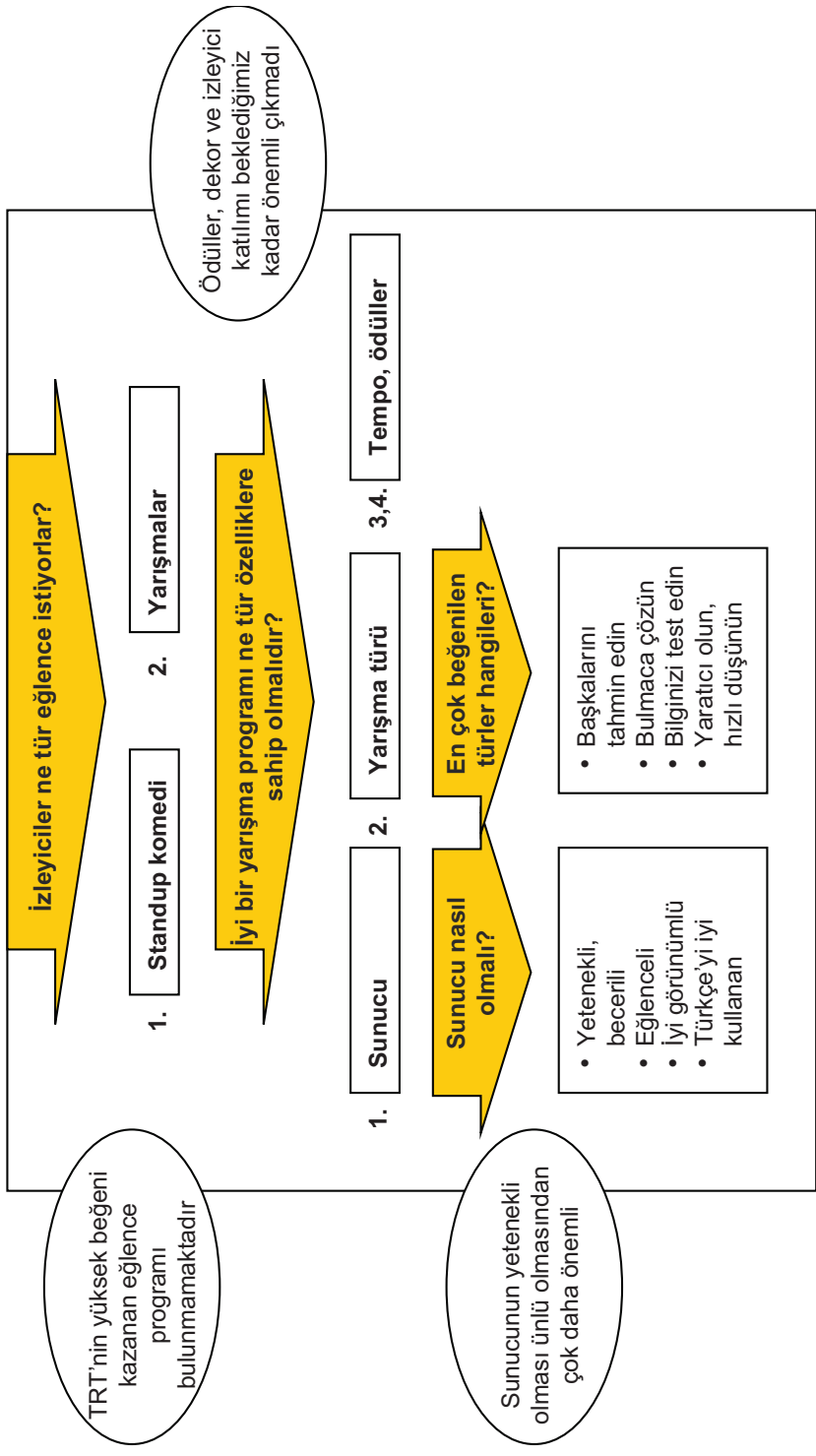
- Uluslararası ve yerel haberdan çok ulusal haber
- Güncel olaylar, sosyal sorunlar
- Sıradan protokol haberleri yerine, önemli politik olaylar

- **TRT bağımsız olmalı!**
- Siyasi haberler, protokoller olmamalı
- Tartışmaya açık konulara eğilebilmeli

- Ana haber bülteni, diğer kanallarla rekabetçi olmalı, 19:00 veya 19:30'da başlamalı
- Açık özetler (~8); uluslararası (%25) ve yerel (%15) haberlerle dengelenmiş ulusal haberler (%60)
- Spor ve hava durumuyla bitirilmeli; izleyici diğer prime time programlarına taşınmalı

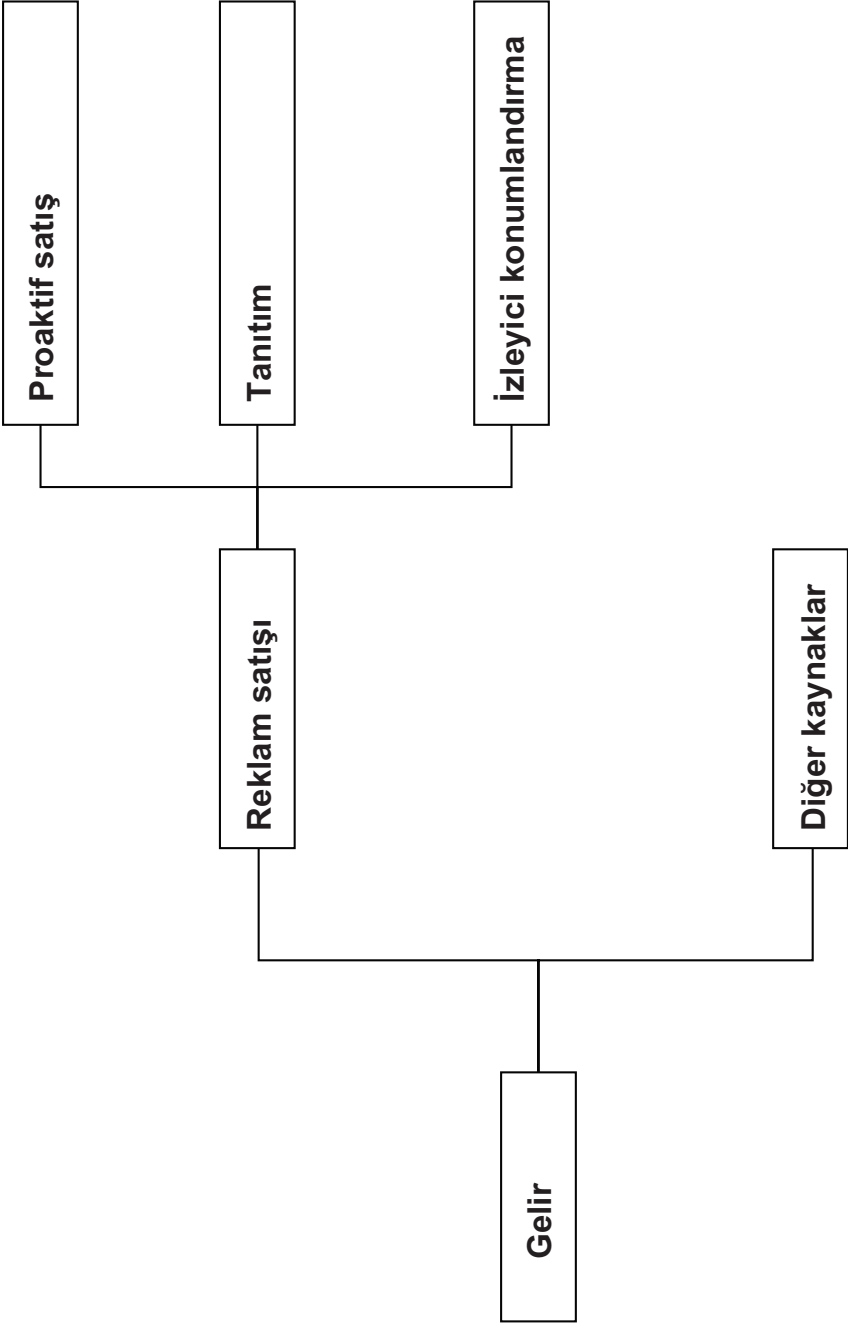
TRT'nin müzik ağırlıklı eğlence anlayışı izleyici tercihlerine uymamaktadır. Yarışmalar hem popüler ve kaliteli hem de eğlendirici ve eğitici olabilir

PROGRAM FİKİRLERİ: EĞLENCE



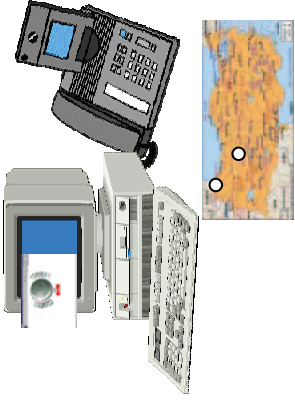
Program çekiciliğini yükseltmek için, TRT'nin halen sahip olduğu birkaç gelir kaynağı yoluyla program bütçeleri arttırılabilir

GELİRLERİN VERİMLİLİĞİ



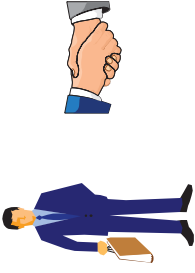
Süreçlerin düzeltilmesiyle reklam gelirleri oldukça artırılabilir

REKLAM SATIŞINDAKİ İLERLEMELER



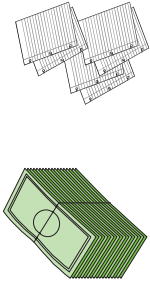
Ulaşılabilirlik

- İstanbul'da konumlandırılmalı
- Her ajans ve hesap için temsilciler
- İnternet bağlantısı



Proaktiflik

- Müşterilere düzenli ziyaretler
- Deneyimli, yetiştirilmiş satış elemanları
- Müşteri gereksinimleriyle ilgilenme



Uygulama

- Basit, esnek, bürokratik olmayan süreç
- Daha hızlı ve basit denetleme: 1 kere
- Rekabetçi ödeme koşulları

TRT'nin mevcut tanıtımı yetersizdir

TRT TARAFINDAN KULLANILAN TANITIM YOLLARI



- Radyo ve TV arasında çapraz promosyon yok
- TV'de yetersiz ve verimsiz fragmanlar
- Fragmanlar yayından yeteri kadar önce başlamıyor



- Gazeteler
- Cumhuriyet Gazetesindeki reklamlar (40,000 elit okur)
- Hemen her gazetede yayın akışı (detaysız)



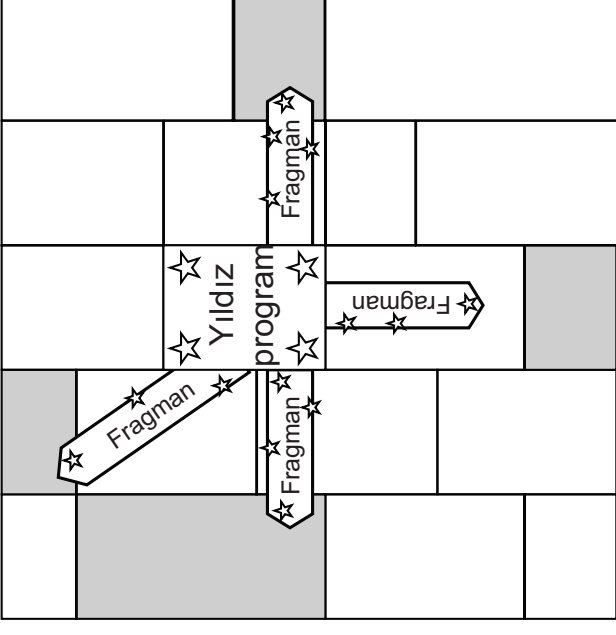
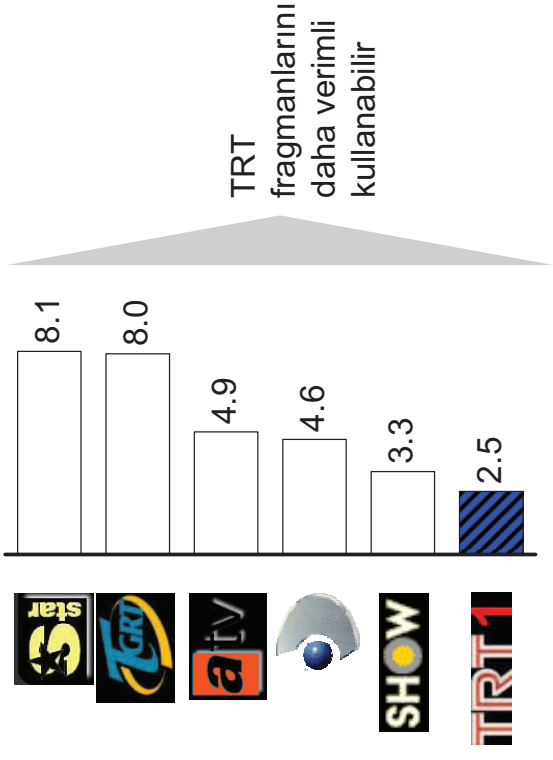
- “TRT Guide”
- “TRT Dergisi” (2,000 tiraj) meclise, reklam ajanslarına, personele ve üyelere (~300) dağıtılıyor

- Sinema
- Dergiler
- Billboardlar
- Broşürler
- Yok
- Yok
- Yok
- Yok

TRT program akışında fragmanların payını artırmalı, “yıldız programları” fragmanlar yoluyla diğer programları tanıtmak üzere kullanmalıdır

FRAGMANLARA HARCANAN ORTALAMA GÜNLÜK ZAMAN*

Dakika

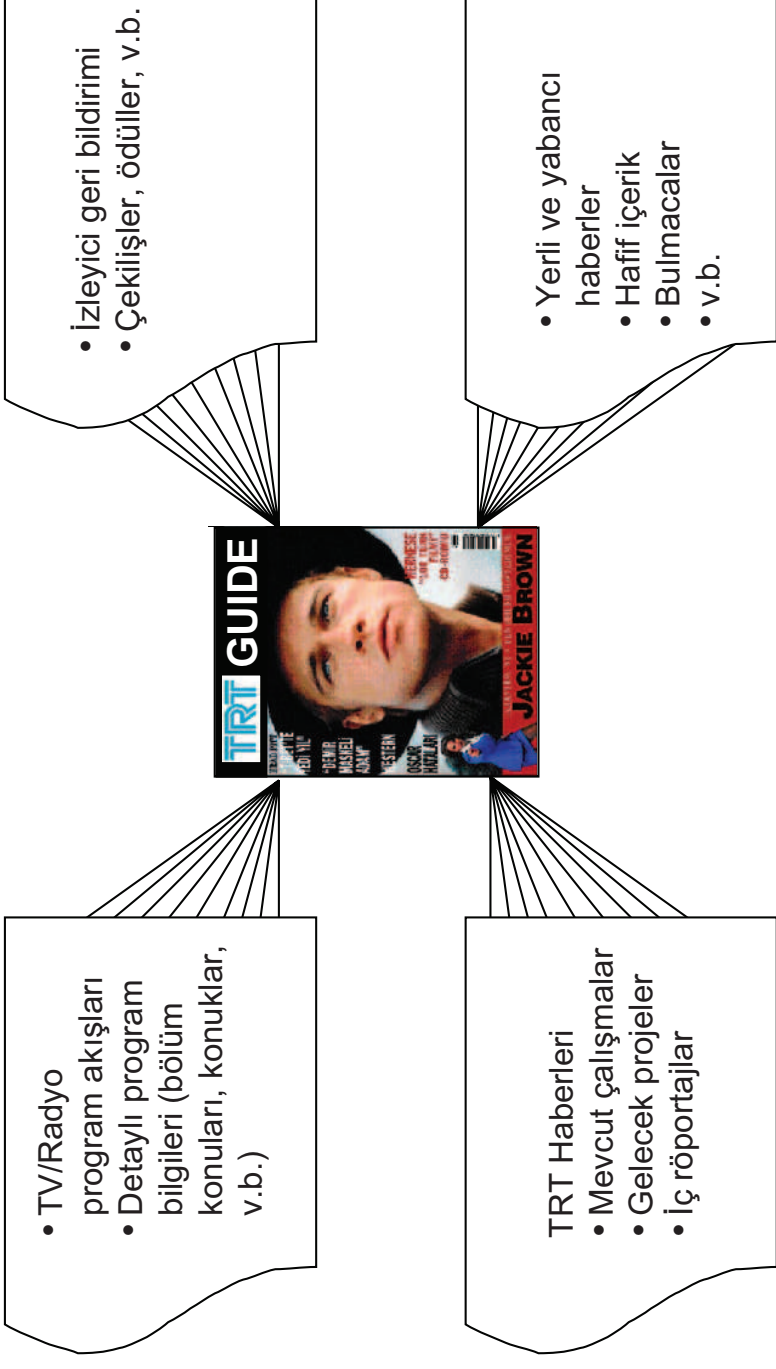


* 5-11.Ekim.1998, prime time (20⁰⁰ –22⁵⁹)

Kaynak: AGB Anadolu A.Ş.

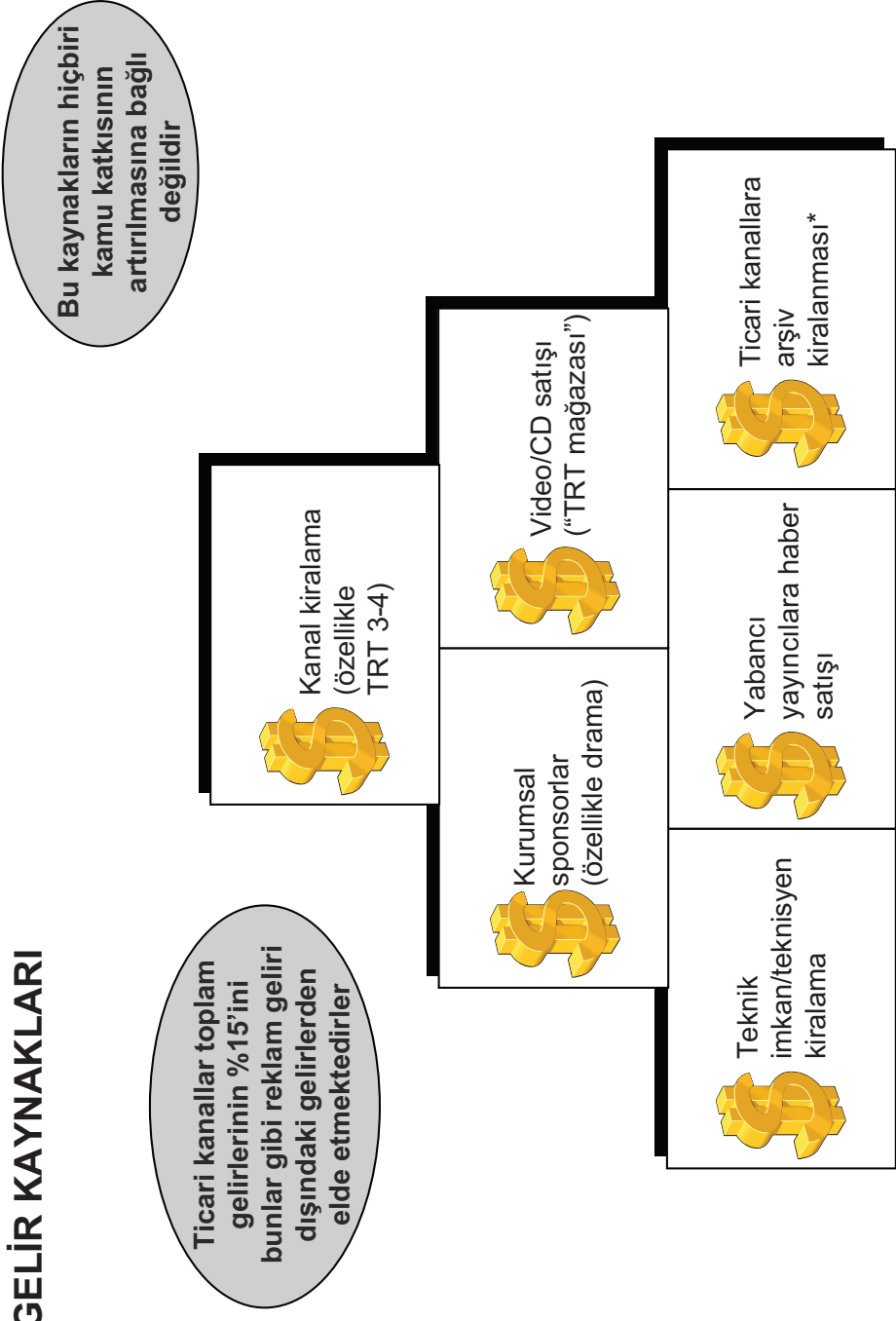
TRT’yi ve programlarını tanıtmanın bir yolu da yüksek tirajlı, kapsamlı ve çekici görünümlü bir “TRT Guide” yaratmaktır

“TRT GUIDE” İÇERİĞİ



Mevcut varlıkların ve faaliyetlerin kullanılması ekstra gelir sağlayarak program bütçelerini artıracaktır

GELİR KAYNAKLARI



* Böylece arşiv düzenlemesi kendi giderlerini karşılayan bir proje haline gelebilir

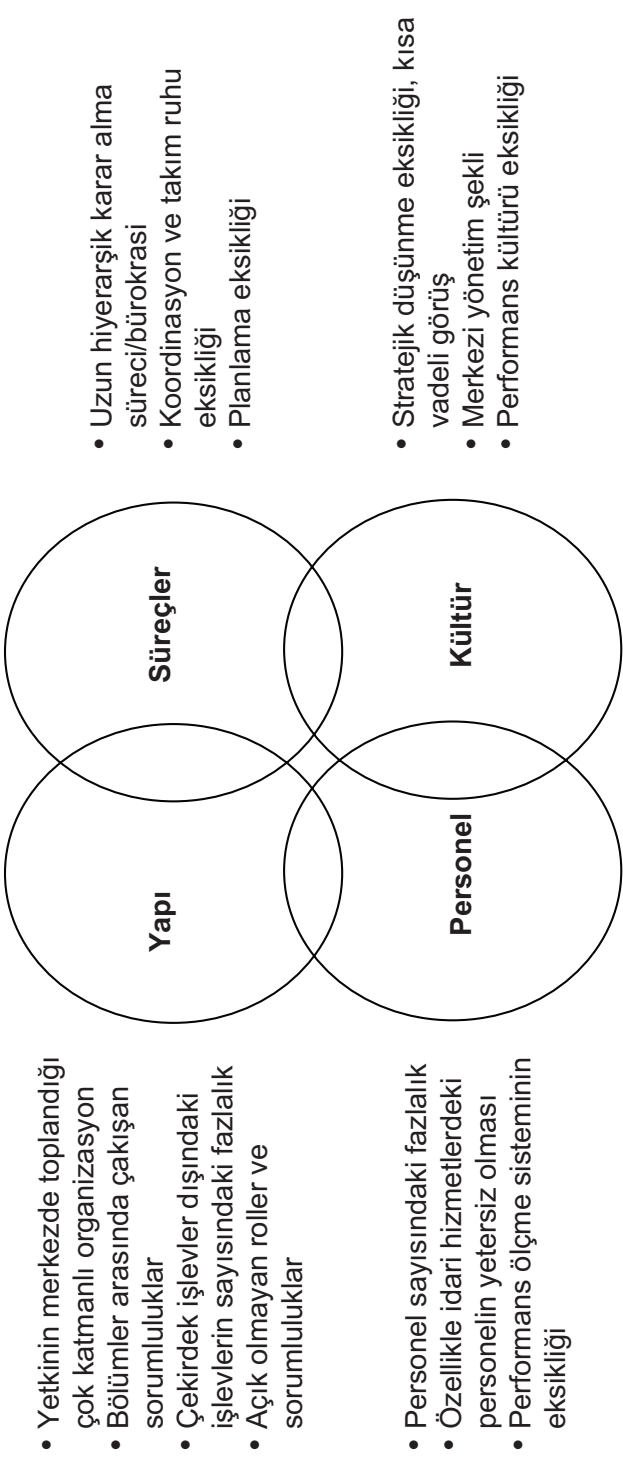
Kaynak: McKinsey

GÜNDEM

-
- Anımsatma
 - Değişimin anahtar unsurları
 - Strateji
 - Operasyon
 - Organizasyon
 - Değişim programı
-

Projenin ilk aşamasında belirlendiği gibi, TRT kurumu temel organizasyonel sorunlar yaşamaktadır

TRT ORGANİZASYONUNUN TEŞHİS SONUÇLARI



Kaynak: TRT görüşmeleri, McKinsey

Bu problemlerin çözümü yalnızca organizasyonel yapının, TRT'nin, misyonunu yerine getirmek üzere, gereken niteliklere sahip olmasıyla mümkün olacaktır

GEREKEN ORGANİZASYONUN NİTELİKLERİ

Misyon

- TRT
- Etkili
 - Değerli
 - Kapsamlı
 - Çoğulcu
 - Korumacı
 - İlkeli
 - İzleyici odaklı
 - Verimli
- olmak istiyor

Misyonunu yerine getirmek için, TRT'nin

- Endüstrideki gelişmeleri izlemeye:
 - İzleyici
 - Rakipler
 - Benzer KYK'ler
 - Reklamcılar
 - İş başvuruları
 - Program ekonomisi
 - Teknoloji
 - Kurum içi mevzuat
- Programlama ve yapım kararını verirken sürekli verileri değerlendirmeye

ihtiyacı vardır

Organizasyonun ihtiyaç duyduğu nitelikler

- Genel misyona bağlı iç ilkeler doğrultusunda dışa yönelik
- Uzmanlık alanına odaklanmış, açık idari kurallarla bağlanmış birimler
- Hızlı karar verme süreçleri

Böyle bir organizasyon üç temel ilkeye dayanır

KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI İÇİN TEMEL İLKELER

Açıkça ayrılmış kurumsal merkez faaliyetleri

- Kurumsal merkeze günlük işler yerine stratejik planlama ve temsilcilik işlevini yerine getirme izni verir
- Operasyonel işlevleri ancak boyut ekonomisi söz konusu olduğunda üstlenir
- Personel sayısı mümkün olan en düşük düzeyde tutulmalıdır

Ana süreçler çevresinde gruplaşan işletme birimleri

- İşletme birimlerinin rollerini ve sorumluluklarını belirler
- Odaklanma ve uzmanlıkla, etkiyi ve verimi artırır
- Şeffaflığı ve güvenilirliği artırır

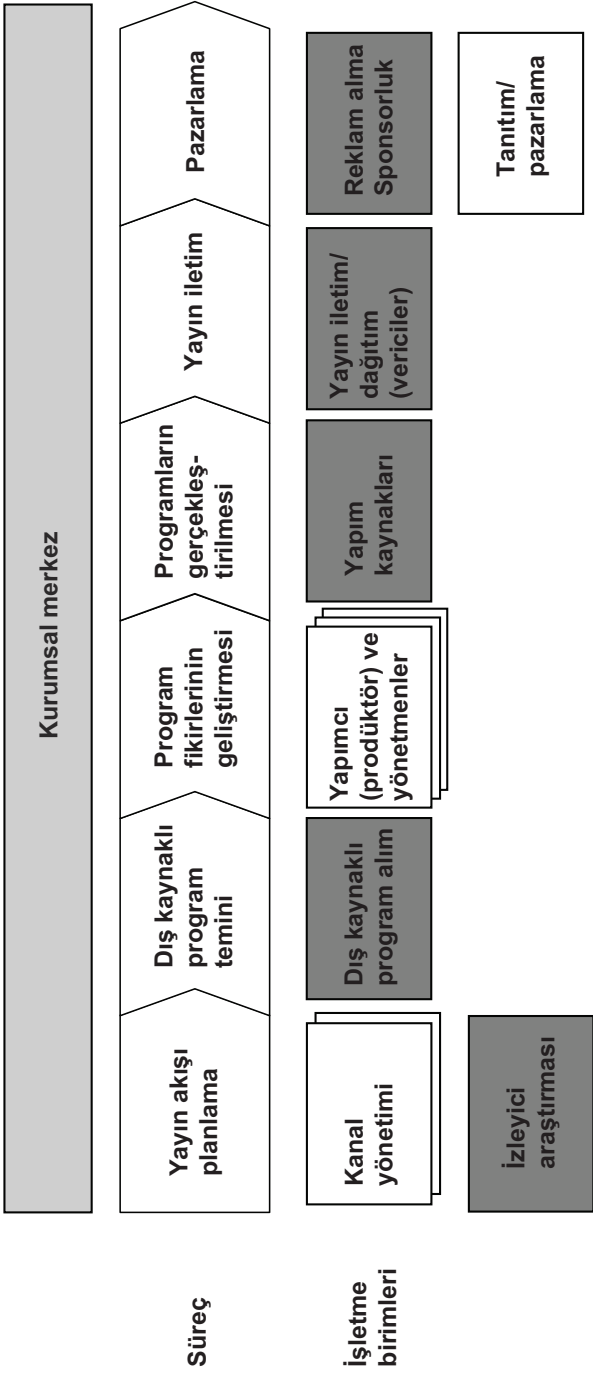
Temel işletme birimleri arasında iç pazar işleyişi

- Verimliliği artırmak adına teşvikler yaratır
- Her grup için açık standartlar belirler
- Performans ölçümünü daha kolay hale getirir

Başarılı KYK'lerin temel yapı taşları da bu ilkeler üzerine kuruludur

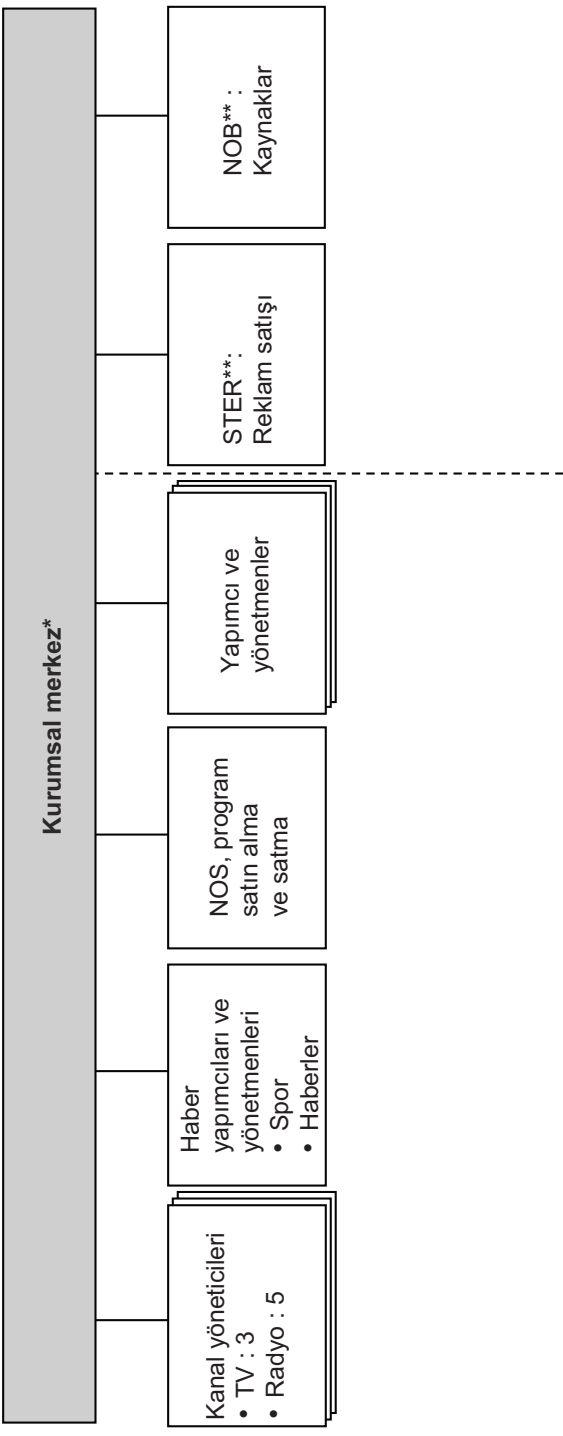
BAŞARILI KYK'LER İÇİN TEMEL YAPI TAŞLARI

■ Kurum dışından
sağlanabilecek
hizmetler



Hollanda KYK'si NOS'un organizasyonu, Avrupa'daki başarılı KYK organizasyonlarının bir örneğidir

NOS'UN BASITLEŞTİRİLMİŞ ORGANİZASYON YAPISI



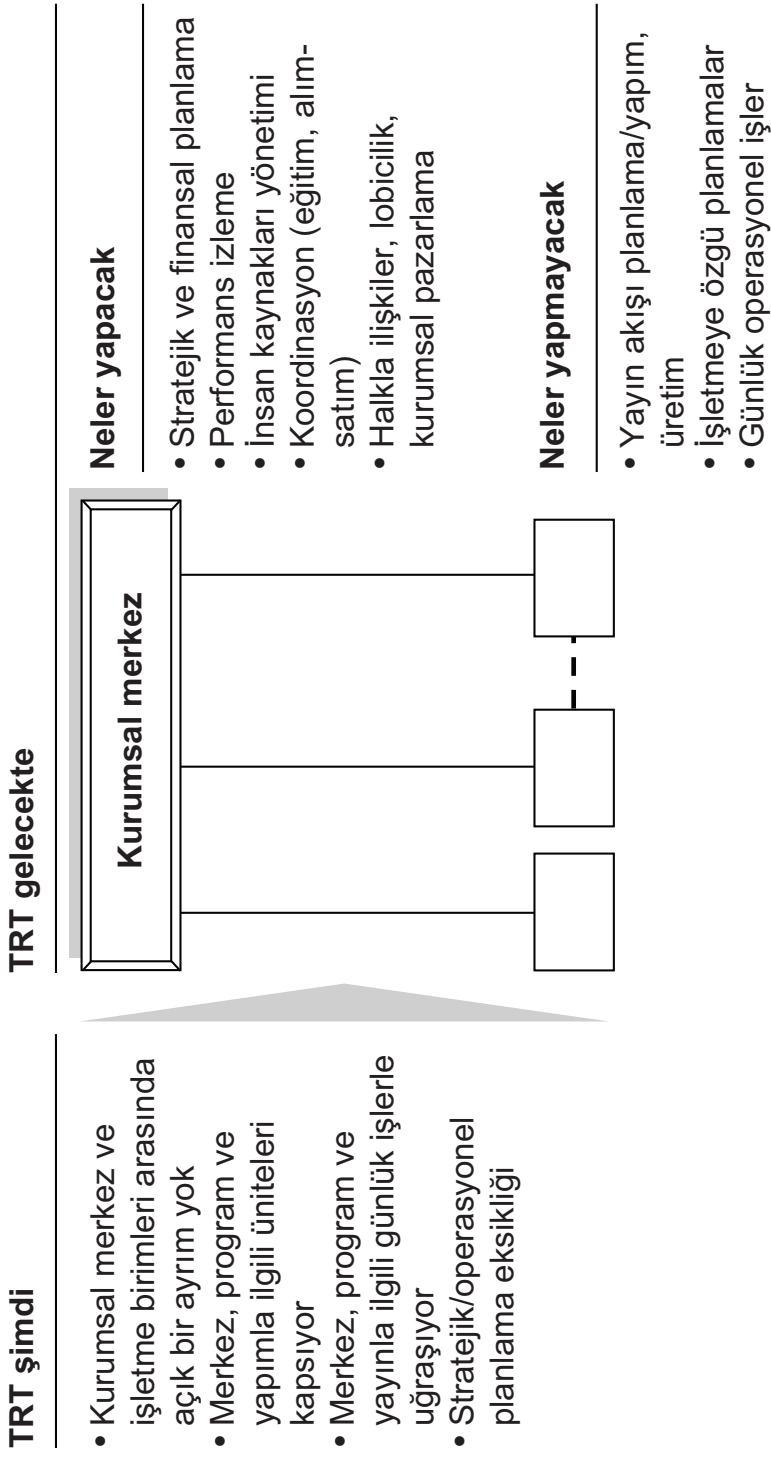
* Tarihsel nedenlerden dolayı NOS'un kurumsal merkez yapısı karışık ve birçok bağımsız bölümden oluşur

** Şirket haline dönüştürülmüş

Kaynak: McKinsey

Doğru yönde ilk adım olarak, TRT, programlama ve yapımla ilgili birimlerden açıkça ayrılmış yeni bir kurumsal merkez tanımlamalıdır

KURUMSAL MERKEZİN BÖLÜNMESİ

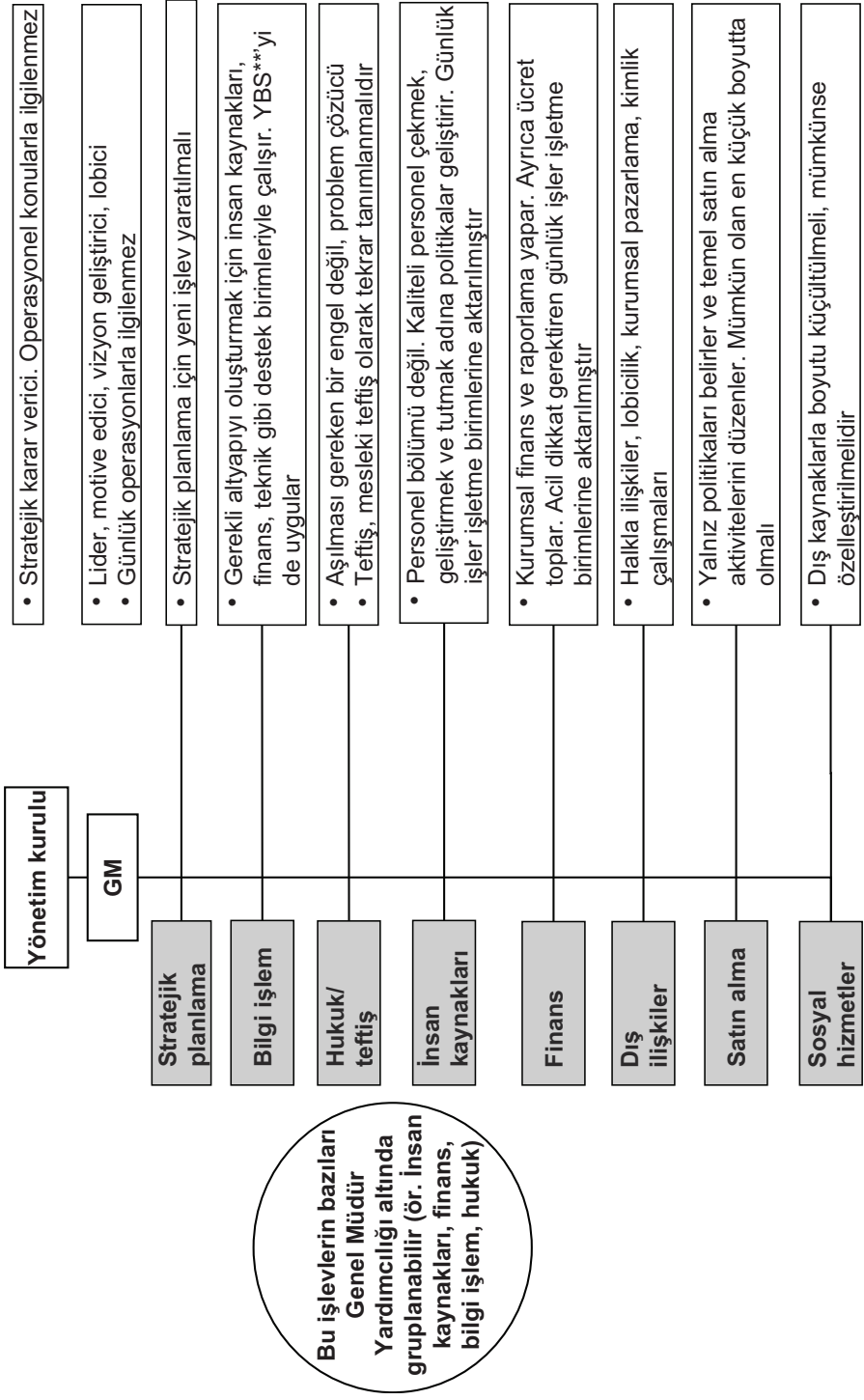


Böyle bir kurumsal merkez TRT’de yeniden yapılandırmayı gerektirecektir

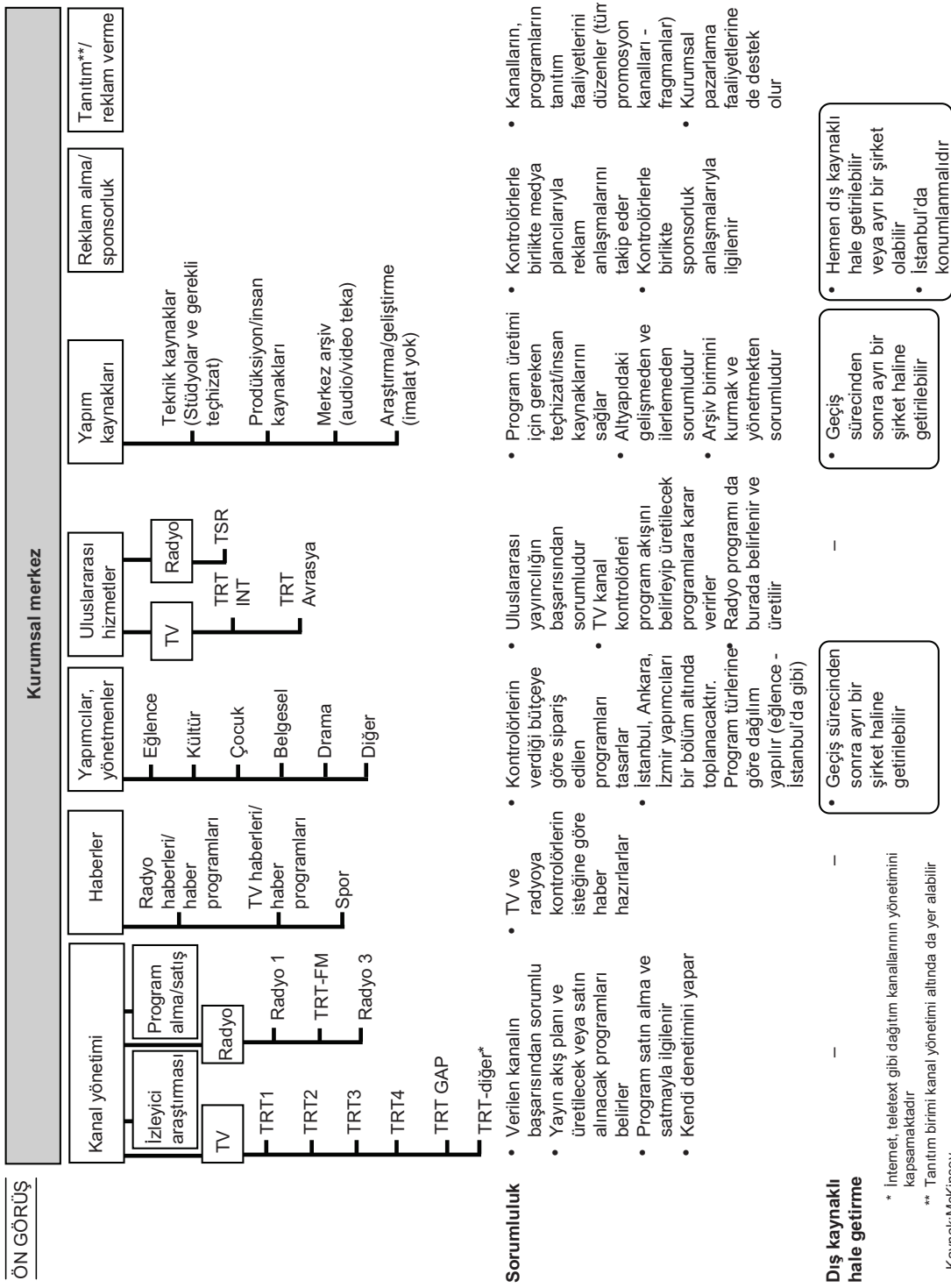
TRT KURUMSAL MERKEZİ İÇİN İLK DÜŞÜNCELER*

Temel görevleri

ÖN GÖRÜŞ



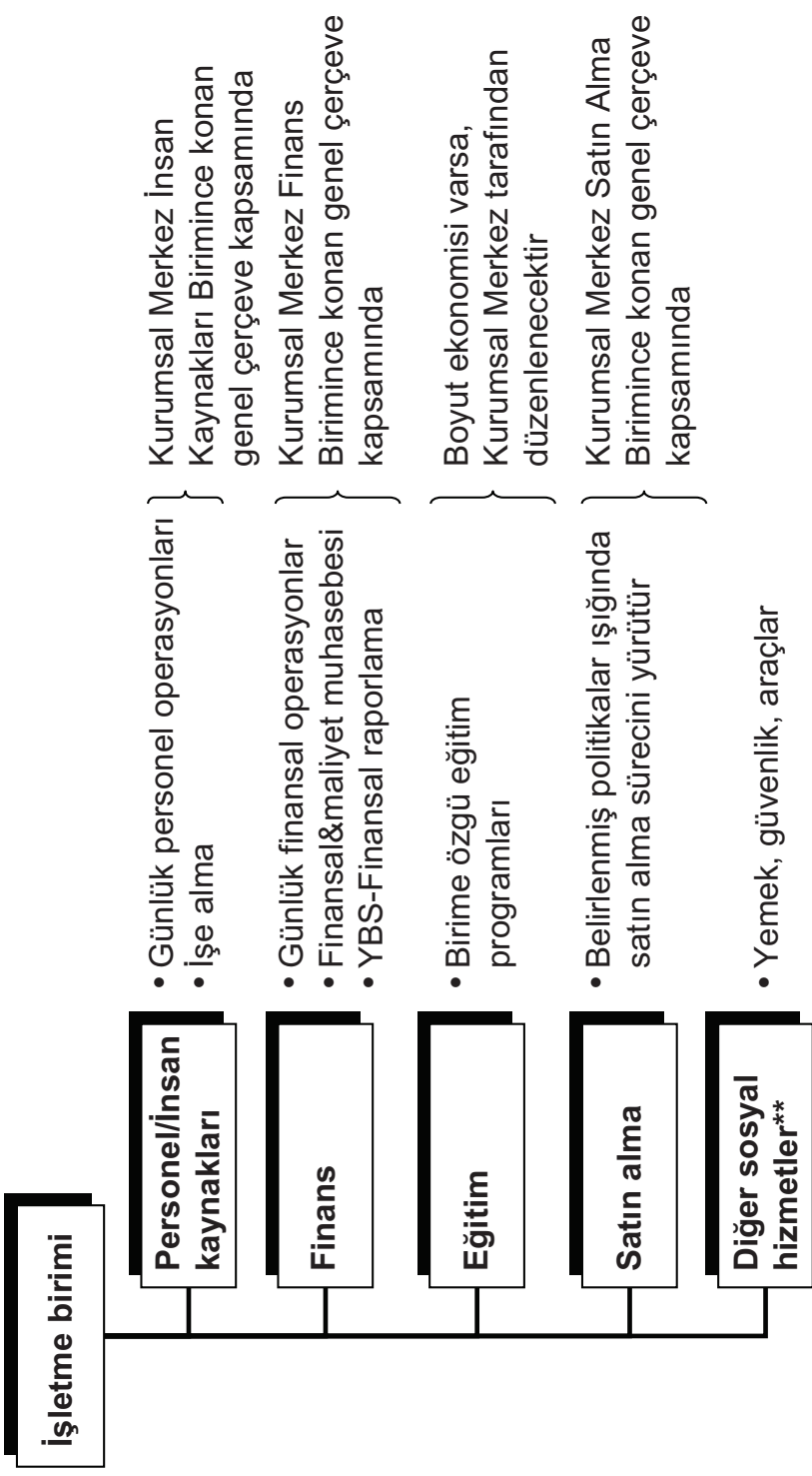
Gelecekte, TRT, uzmanlık alanına odaklanmış birimlerden oluşmalıdır. Yeni düzende her birim kendi uzmanlık alanına odaklanabilecektir



Günlük süreçleri hızlandırmak için işletme birimlerinin altına mümkün olan her durumda destek birimleri yerleştirilmelidir

İŞLETME BİRİMLERİ İÇİN DESTEK HİZMETLERİ*

ÖN GÖRÜŞ



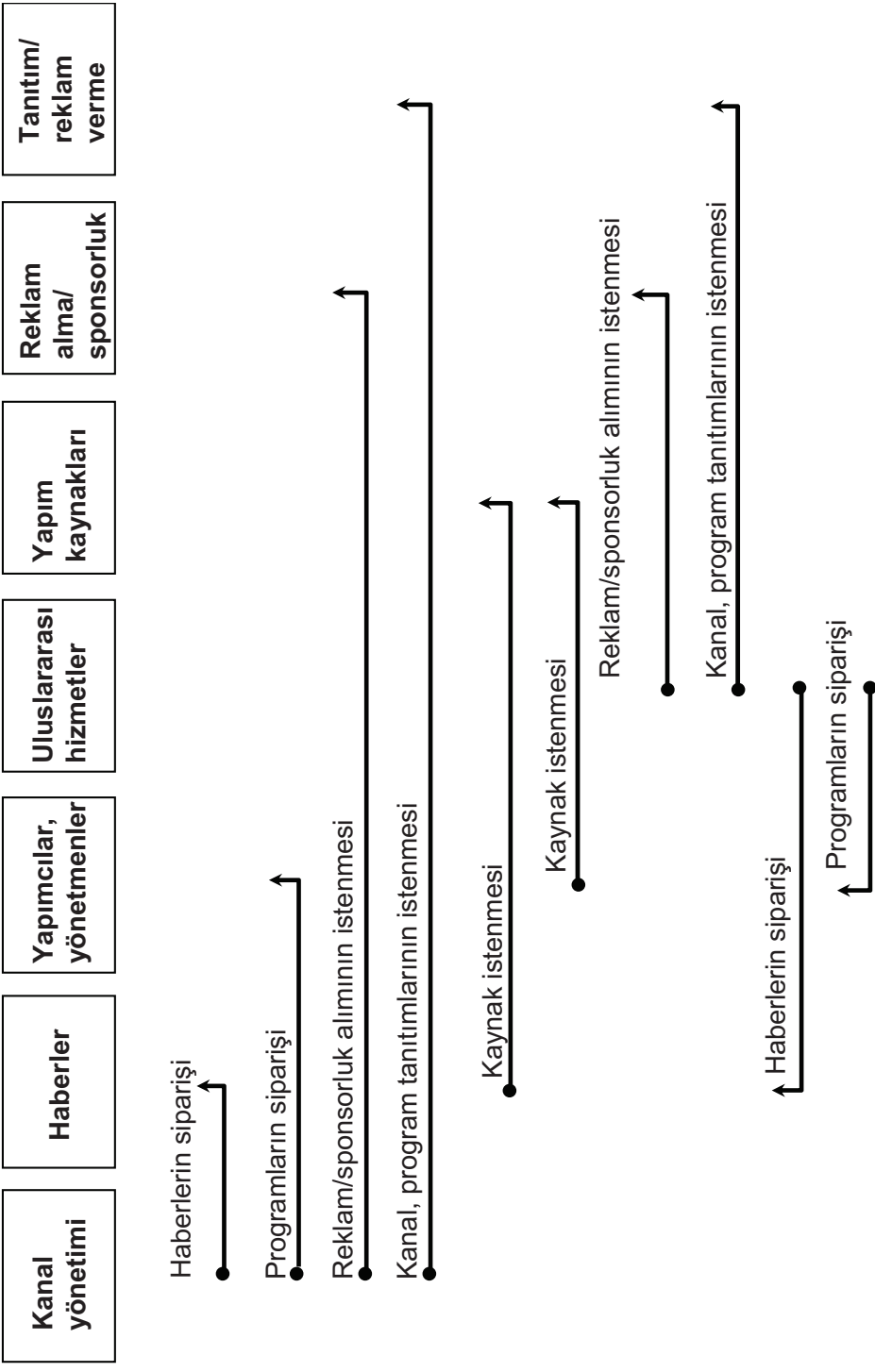
* Reklam/Tanıtım bölümleri için geçerli değil

** Mükün olduğunda özelleştirilmeli ya da dış kaynaklar yoluyla yapılmalıdır

Kaynak: McKinsey

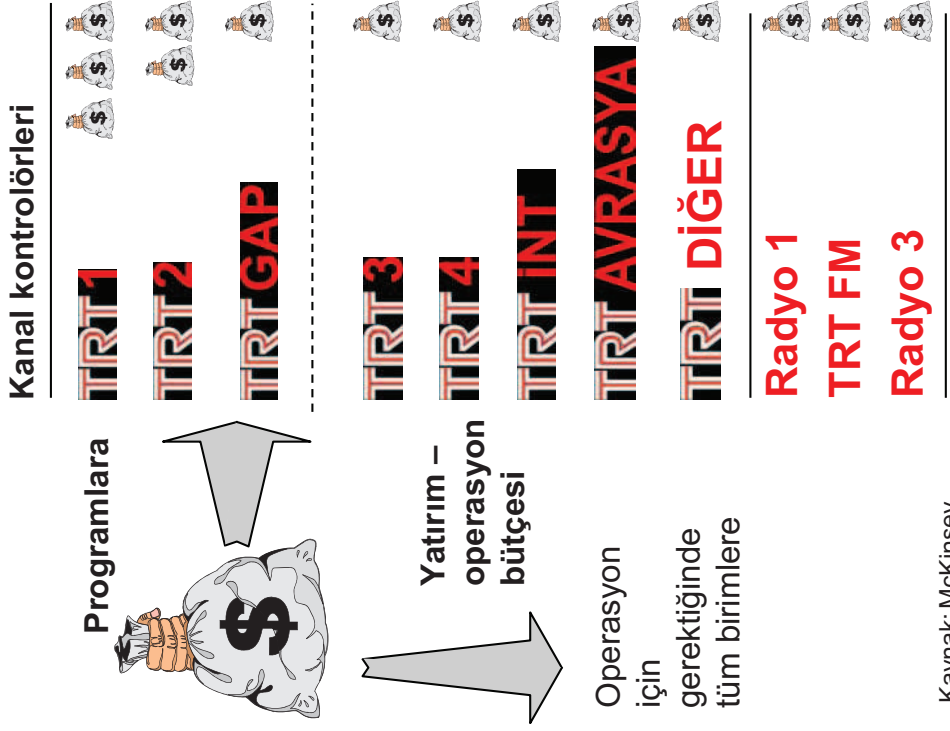
Yeni birimler, hizmet anlayışına dayalı süreçlerle birbirlerine bağlanmalıdır

İŞLETME BİRİMLERİ ARASINDAKİ BAĞLAR



Yeni sistemdeki aktiviteler için gereken para akışı, kanal kontrolörlerinin yönettiği bütçeye bağlı olacaktır

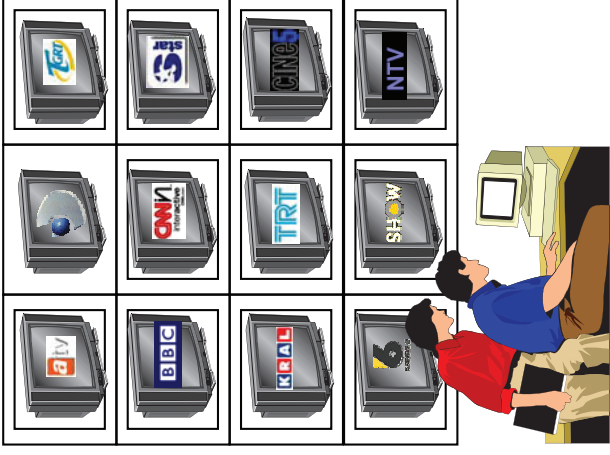
YENİ SİSTEMDE BÜTÇENİN KULLANIMI



Kaynak: McKinsey

Kanal kontrolörleri atandıkları kanalın yüksek performans sağlamasında önemli rol oynayacaklardır

TRT KANAL KONTROLÖRLERİNİN GÖREV TANIMI* (TV VE RADYO)



Şu anda TRT’de böyle bir pozisyon yoktur. Bu nedenle kanallar için açık sorumluluklar verilmemiştir.

- İzleyici tavrının/trendinin analizi
 - Pazar araştırması
 - AGB raporları
 - Basından makaleler
- Rakiplerin davranışlarının analizi
 - Rakiplerin program akışı
 - Güçlü ve zayıf yönler
 - Gelecek planlar
- Verilen kanal için yukarıdaki analizlere dayanarak program akışı (1-2 yıllık) hazırlar
- Program akışında kullanılacak programları belirler
 - Tekrarlar
 - İçeride yapılacak yeni programlar
 - Dışarıdan alınacak yeni programlar
- “Yapımcılar/yönetmenler” ve “Haber” birimlerinden yeni programlar sipariş eder
- Program alımını gerçekleştirir
- Yayınlanacak programları kontrol eder ve seçer
- Tanıtım gereksinimlerini belirler ve hizmet satın alır

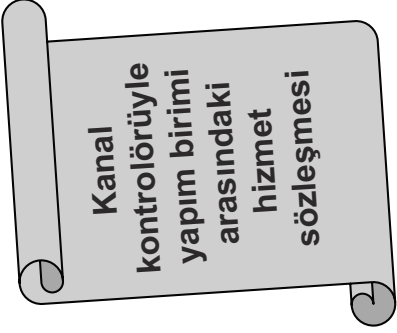
* Kanal kontrolörleri asistanları olan kişiler olacaklardır

Birimler birbirleriyle hizmet sözleşmeleri bazında ilişkilendirileceklendir

HİZMET SÖZLEŞMESİ BİRİMLERİ – PROGRAMLAMA VE YAPIM BİRİMLERİ ÖRNEĞİ

Sözleşmenin belirlenlikleri

• İstenen programın türü	: Yarışma
• Programın hedef izleyicisi	: Geniş pazar
• Zaman dilimi	: Prime time - 20:00 haberlerden sonra-haftalık kış sezonu için
• Programa ayrılan bütçe	: US\$ 40,000
• Programın hedeflenen reytingi	: >8%, aynı zaman dilimindeki ilk 5 program içinde
• Teslim tarihi	: 01/08/1999
• Açıklamalar	: • Rakiplerin, aynı zaman dilimindeki olası programları • Programdan önceki ve sonraki programlar • Reklam hedefi • İlgili konulardaki en son izleyici araştırması • Nasıl bir tanıtım kampanyası yapılacağı



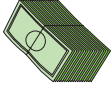
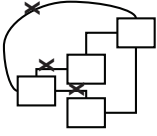
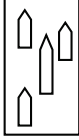
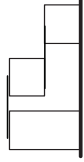
Yeni organizasyonel düzende, açık roller ve sorumluluklar sayesinde çeşitli birimlerin performans ölçümleri daha kolay olacaktır

PERFORMANS ÖLÇÜMÜ İÇİN SEÇİLMİŞ ÖLÇÜTLER

Kanal yönetimi/ kanal kontrolörleri	• Atandığı kanalın izleyici payı hedeflere göre durumu • Gelirler ve giderler-hedeflenen oranlar • Genel beğeni/kanal imajı
Yapımcılar/ yönetmenler	• Yapım giderleri- pazar fiyatları • Program başına izleyici payı-hedeflenen pay
Haber	• Yapım giderleri- pazar fiyatları • Program başına izleyici payı-hedeflenen pay
Uluslararası hizmetler	• Uluslararası yayın için belirlenen politikaların yerine getirilmesi • İzleyici tepkisi
Yapım kaynakları	• Hizmetin gideri-pazar fiyatı • Hizmet kalitesi-pazar seviyesi
Reklam alma/ sponsorluk	• Reklamdan elde edilen gelir • Yaratılan sponsorluklar
Tanıtım	• İzleyicilerin kanal/program tanıma yüzdeleri

Yeni organizasyon yapısının ve süreçlerin oturması, TRT'nin üretken personelinin düşlediği ortamı yaratacaktır

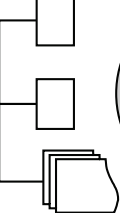
YENİ SİSTEMİN YARARLARI

	Sorumluluğa bağlı otorite	Yeni kurumsal merkez otoritenin büyük bölümünü işletme birimlerine dağıtacaktır
	Verilen bütçeyi kullanma özgürlüğü	Kurum içi mevzuattaki değişikliklerle (bazı işlevlerde şirketleşme) birimler gereksinimlerine göre kendi bütçelerini kullanma hakkı kazanacaklardır
	Kolay koordinasyon	Yakın koordinasyon gerektiren işlevler, tek bir birim altında birleştirileceklerdir (ör. yapım kaynakları, personel, finans gibi işlevler)
	Minimum bürokrasi	Otoritenin işletme birimlerine dağıtılması kurum içi mevzuatı en alt düzeye indirecektir
	Uzun vadeli planlama	Uzun vadeli yayın akış planı yapılacak ve birimler buna göre planlama yapacaklardır. Süreçlerin katılığı sayesinde geç kalma mümkün olmayacaktır
	Yeteneğe bağlı mevki	Yeni sistemdeki performans ölçümünün şeffaflığı, performansı kötü olanların yerinde kalmasını zorlaştıracaktır
	Daha yüksek verimlilik	Hizmet sözleşmeleriyle oluşturulan iç pazar işleyişi giderleri açık hale getirecek ve birimleri verimli olmaya zorlayacaktır

Kaynak: McKinsey

Yeni organizasyon yapısındaki ve süreçlerdeki değişimlerin çoğu yalnız kurum içi mevzuatta değişiklik gerektirmektedir

DEĞİŞİKLİKLERİN YAPILABİLİRLİĞİ

Temel gereksinimler	Yapılabilirlik
Yapı/personel   • Yeni yapısal oluşum, yeni pozisyonlar • Yönetim kurulu ve GM için yeni görev tanımları • Rekabetçi ortama uygun maaş politikaları • Performansa bağlı teşvikler • İşten çıkarmalar	• Yönetim kurulu kararından sonra mümkün • GM yardımcılarının sayısında ve adlarındaki değişiklikler TRT yasasında değişiklik gerektirebilir • TRT yasasında değişiklik gerekmektedir • Esneklik az. Devlet yasalarına bağlı Yaratıcı yöntemler aranmalıdır • GM kararına bağlı, ancak olanaklar sınırlı Yaratıcı yöntemler aranmalıdır • Mevcut personel yapısı yüzünden zor • Erken emeklilik çözüm olabilir
Süreçler   • İşletme birimlerine dağıtılmış bütçeler • Harcama sınırlarının işletme birimleri için kaldırılması/artırılması • Satın alma bürokrasinin azaltılması/satın alma kararlarının merkezi olmaması	• Şu anda mümkün • Kurum içi mevzuatta değişiklikler gerekmektedir • Alım-Satım Yönetmeliğinde değişiklikler gerekmektedir • Şirketleşme (ör. Yapım Kaynakları A.Ş.)

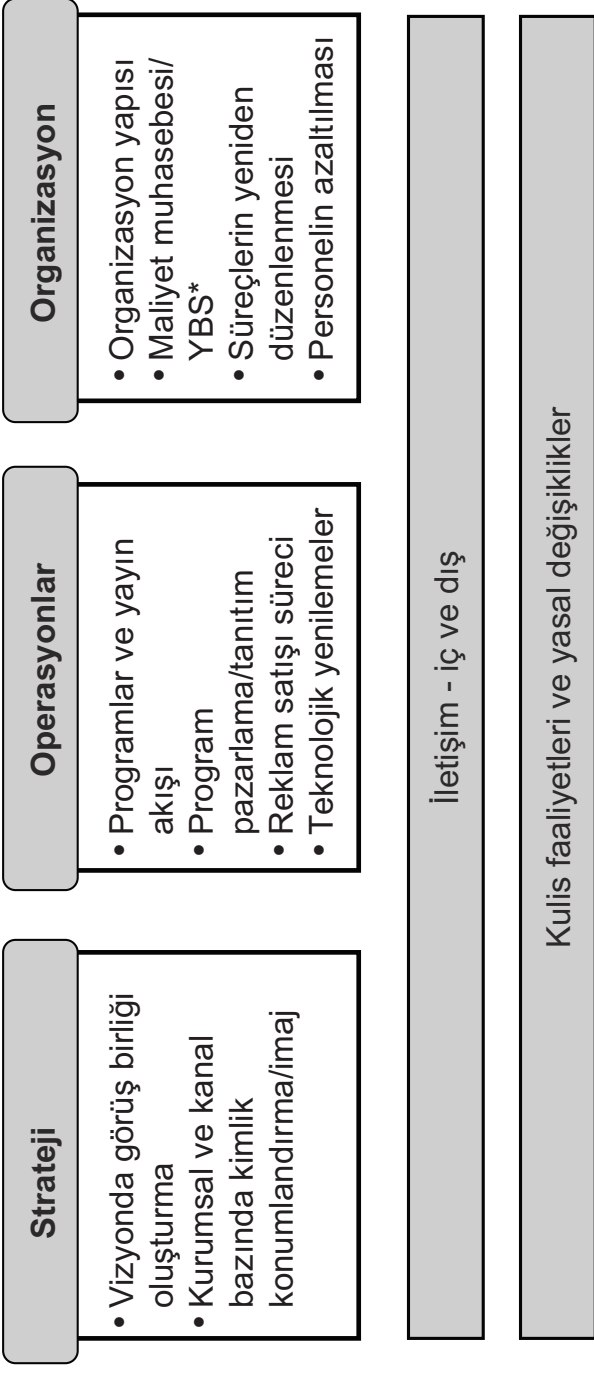
GÜNDEM

-
- Anımsatma
 - Değişimin anahtar unsurları
 - Strateji
 - Operasyon
 - Organizasyon

• Değişim programı

Değişim süreci alt dalları olan genel bir proje olarak yürütülmelidir

DEĞİŞİM UNSURLARI

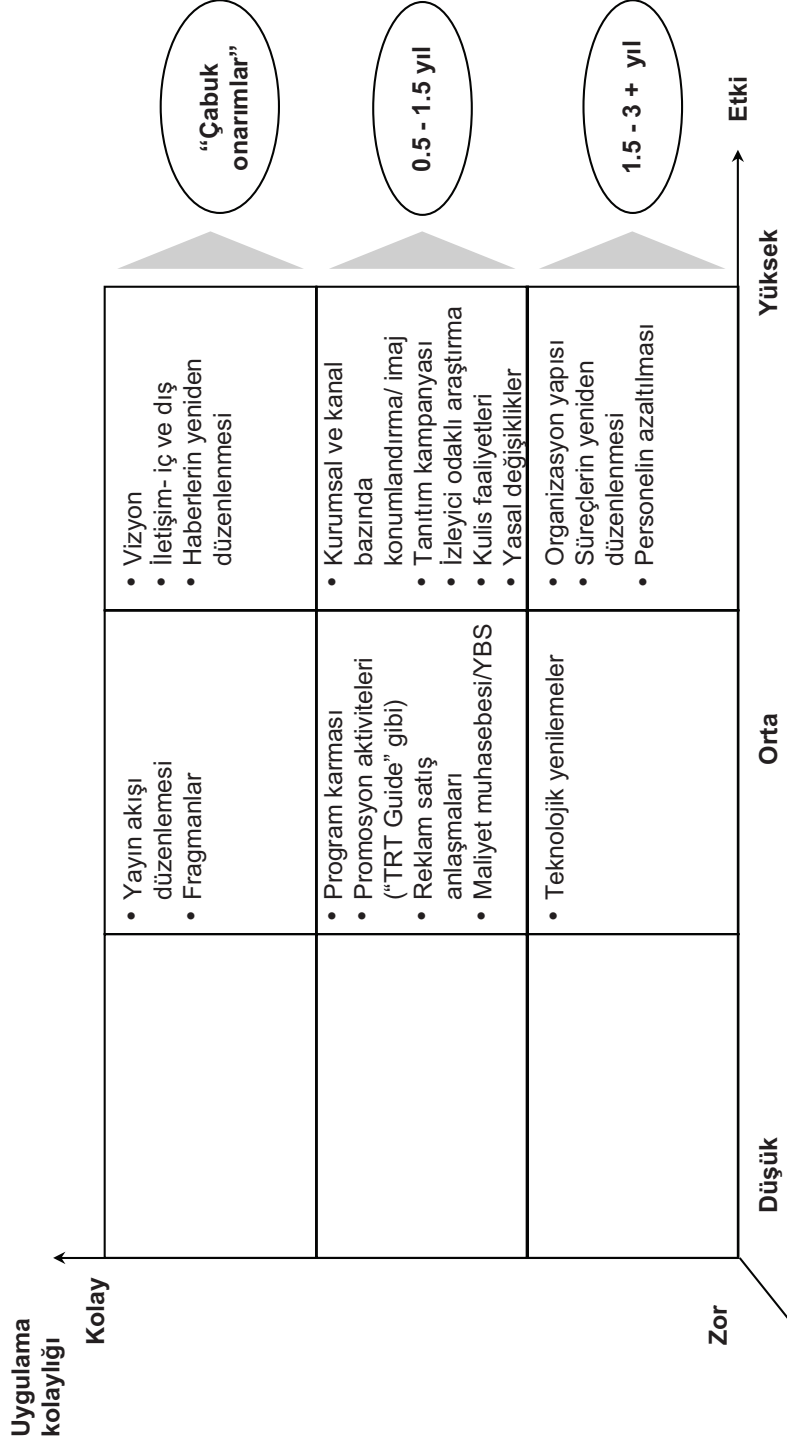


* Yönetim Bilgilendirme Sistemi

Kaynak: McKinsey

Açık iç ve dış sinyaller göndermek için, öncelik uygulamada çabuk ve etkisi yüksek değişimlere verilmelidir

DEĞİŞİMİN ZAMAN - ETKİ İÇERİĞİ



Projenin parçaları istekli görev birimleri tarafından ele alınmalıdır

PROJE TAKIMLARI

Görev birimleri	Alt gruplar/görevler			
	1998	Ocak-Haziran, 1999	Temmuz-Aralık, 1999	2000 - 2001
Değişim programı yönetimi				
Program düzenlenmesi	- Program karması/yayın akışı - Yeni haber formatı - Pilot eğlence programları (yılbaşı/bayram) - Fragmanların yenilenmesi "TRT Guide" fizibilite çalışması	- Pazar araştırması - Program araştırma döngüsü 2-3 yaz için pilot programlama - Tüm medya (küçük ölçekli) "TRT Guide" +sunumu - Reklam satış anlaşmaları	Kış için 3-5 pilot program	Pilotların çoğaltılması
Pazarlama/tanıtım				- Kurumsal ve kanal bazında konumlandırma/imaj - Tüm medya- yoğun
İletişim	- İçeriyle (misyon, plan) - Dışarıyla (sözler, amaçlar)			
Lobi/Yasalar	Politik özerklik			
Organizasyon	–	- Detaylı yapısal düzenleme - Kurum içi mevzuattaki değişiklikler	Geçiş sürecindeki organizasyonel yapının uygulanması	- Süreçlerin düzenlenmesi - Organizasyonun yeniden düzenlenmesi - Son yapının uygulanması
Maliyet muhasebesi/YBS	Uzmanlar ve satıcılarla ilk sözleşme	Yöntemin düzenlenmesi	- Sistemin tasarımı - Veri toplanması	Sistemin uygulanması
İnsan kaynakları	–	Planlama (görev tanımları, maaş, performans, işe alma, eğitim)	Yoğun eğitim	Personelin azaltılması

Kaynak: McKinsey

Çoğu durumda, görev birimleri işin gereğine göre dışarıdan gelen uzmanlarla çalışacaklardır

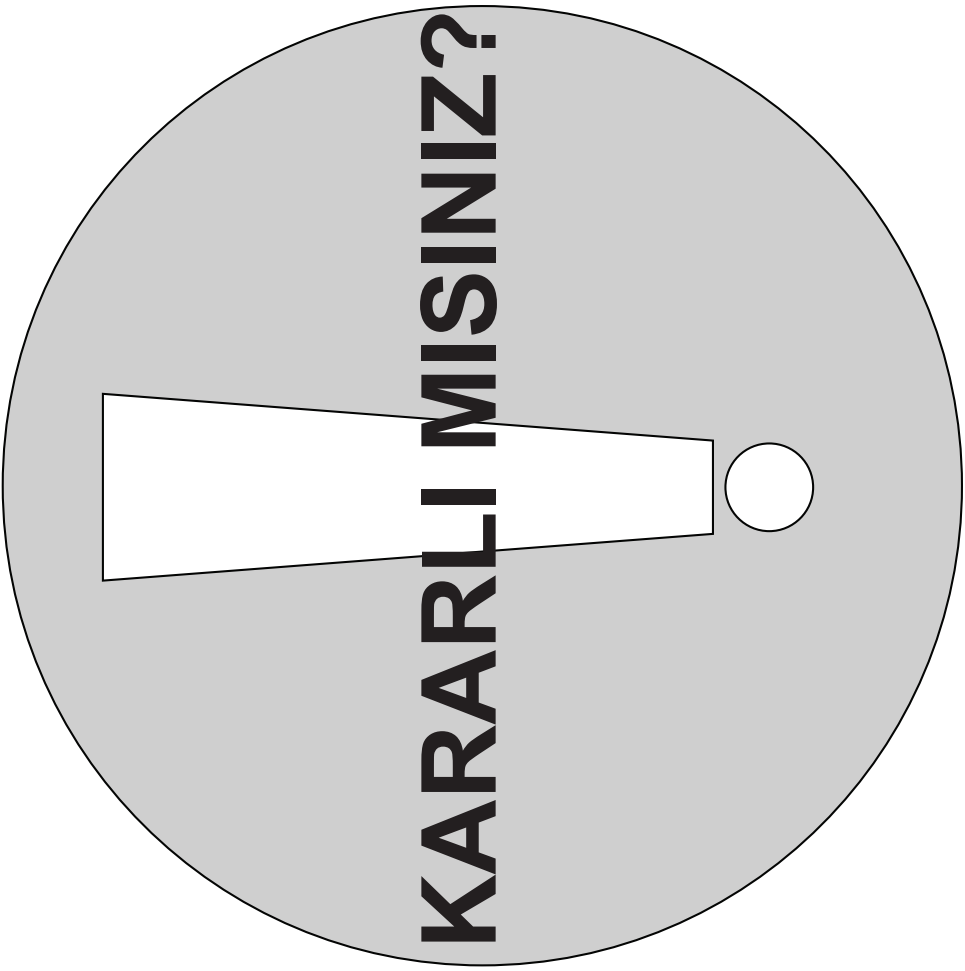
DEĞİŞİM BECERİSİ

Değişim Programı Yönetimi

- 2 üst düzey yönetici (liderler)
- Danışmanlar

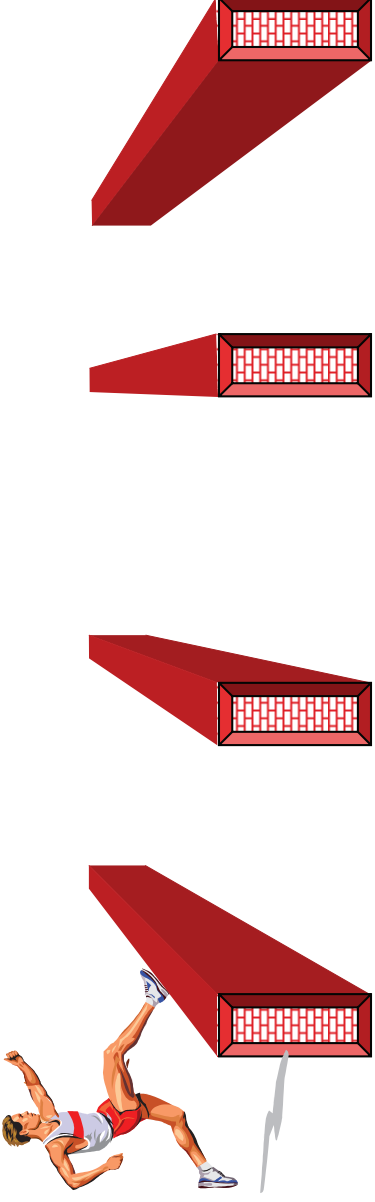
	TRT			
	tek başına	Uzmanlarla	Açıklama	
Strateji	• Vizyonda görüş birliği ✓ • Kurumsal ve kanal bazında konumlandırma/ımaaj ✓	✓	• Yönetim Kurulu+üst yönetim • Halkla ilişkiler şirketi	
Operasyon	• Program düzenlemesi – Pazar araştırması ✓ • Program pazarlama/tanıtım ✓ • Reklam satışı anlaşması ✓ • Teknolojik yenilemeler ✓	✓ ✓ ✓	• TRT'nin görevleri (yayın akışı, pilot programlar) • Pazar araştırma şirketi • Medya plancısı • Üçüncü kişilerle anlaşma • Teknik birimler	
Organizasyon	• Organizasyon yapısı • Süreçlerin düzenlenmesi • Maliyet muhasebesi/YBS • Personelin azaltılması	✓ ✓ ✓	• Yönetim danışmanları • Yönetim danışmanları • Muhasebe/BI* danışmanları • Yönetim + İnsan kaynakları	
Genel	• İletişim – iç • İletişim – dış • Kulis faaliyetleri	✓ ✓	• Üst yönetimin katılımı • Halkla ilişkiler şirketi • Hükümet ilişkileriyle ilgili kişiler	

* Bilgi İşlem
Kaynak: McKinsey



Değişim süreci sırasında, TRT önemli engellerle karşılaşacaktır

AŞILMASI GEREKEN ÖNEMLİ ENGELLER



Politik baskı	Yerleşmiş kurum kültürü	Genelde yetersiz, motive olmamış personel	Yasal sorunlar
- İşe alma baskıları - İlgi çekmeyen politik haberlerin yayınlanması için baskılar - Değişim yüzünden çıkarlarından olanlar adına değişim karşıtı baskılar - TRT'nin devlete hizmet etmesi gerektiği düşüncesinden kaynaklanan baskılar	- Organizasyonun iç dinamikleri "Başkasına güvenmeme" sendromu - Değişimin gerçekleşeceğine inanmama	- Başarısız değişim çabalarının yarattığı hüsrana/isteksizlik - Proje deneyimi eksikliği - Anahtar pozisyonları dolduracak yetiştirilmiş insan eksikliği	- TRT yasası - Kurum içi mevzuat

Bu engeller ancak etmenlerin yerine getirilmesiyle aşılabılır

DEĞİŞİMDE BAŞARININ ANAHTARLARI

Notlar

Zor kararlar almaya hazır,
inanmış üst yönetim

Sürekli ve etkin değişim
programı yönetimi

Projeleri yürütmeye istekli,
becerili takımlar

Vizyonda görüş birliği

İnanırlılığı artırmak ve hız
kazandırmak için erken
sinyaller

Kurum içinde sürekli, çift
yönlü iletişim

- Üst yönetim, değişimi durdurmayı amaçlayan müdahalelere/ricalara “hayır” demeye hazır olmalıdır
- Tüm değişim programı süresince koordinasyon faaliyetini yönetecek sürekli ve etkin bir değişim yönetimi takımı gerekecektir
- Geleceğin TRT’inde kilit sorumlulukları alabilecek yetiştirilmiş personelden oluşan proje takımları. Takım üyeleri tüm zamanlarını çalıştıkları projelere adanmışlardır
- TRT misyonu üzerinde bir an önce anlaşmaya varılması değişimin yönünü belirleyecektir
- Haber formatında, zamanında yapılacak değişiklikler gibi radikal değişimler içeriye ve dışarıya değişim süreciyle ilgili çok önemli sinyaller verecektir
- Üst yönetim personelle sık sık toplanmalı ve değişimin hızını korumak adına iletişimde bulunmalıdır. Personelin görüşlerini dinlemek de oldukça önemlidir

Yönetimin kararlılığı ve personelin çabası, TRT'yi 2000'li yıllarda çağdaş bir kamu yayın kuruluşu biri yapacaktır

DEĞİŞİM PROGRAMININ SONUNDA TRT – 2002/3

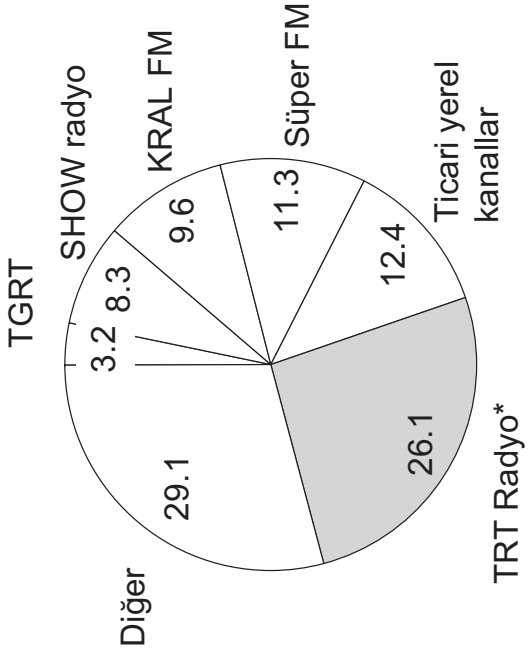


Gelecekteki TRT'nin nitelikleri
• %20 pazar payı (TV/radyo) • Ticari kanallara güçlü bir alternatif • Popüler program türlerinde her zaman ilk 3'te yer alması • Haberler, kültürel, eğitsel programlar dendiğinde akla gelen ilk isim olması
• Halkın geri bildirimini arayan dinamik, gelişmeye açık organizasyon • Yeni yayıncılık eğilimlerini izleyen, uygulamada lider olan • Operasyonlarda verimli ve etkin • Programların bütçe içindeki payı %60-70

EK

TÜRKİYE'DE RADYO KANALLARININ PAYLARI (1998)

STRATEJİ



TRT radyoları

Radyo 1	- Geniş tanımlanmış amaçlar - Her yaştan, her eğitim düzeyinden, tüm Türk vatandaşlarını hedefliyor - Kültürel ve eğitsel odaklı müzik - THM, TSM, POP
TRT FM (Radyo 2)	- Dinamik yayıncılık - Dinleyici istekleri alınıyor - Standartlarına uyan THM, TSM, POP
Radyo 3	- Klasik Müzik (%75) - Çeşitli dillerde haberler

* TRT FM + Radyo 1 + Radyo 3

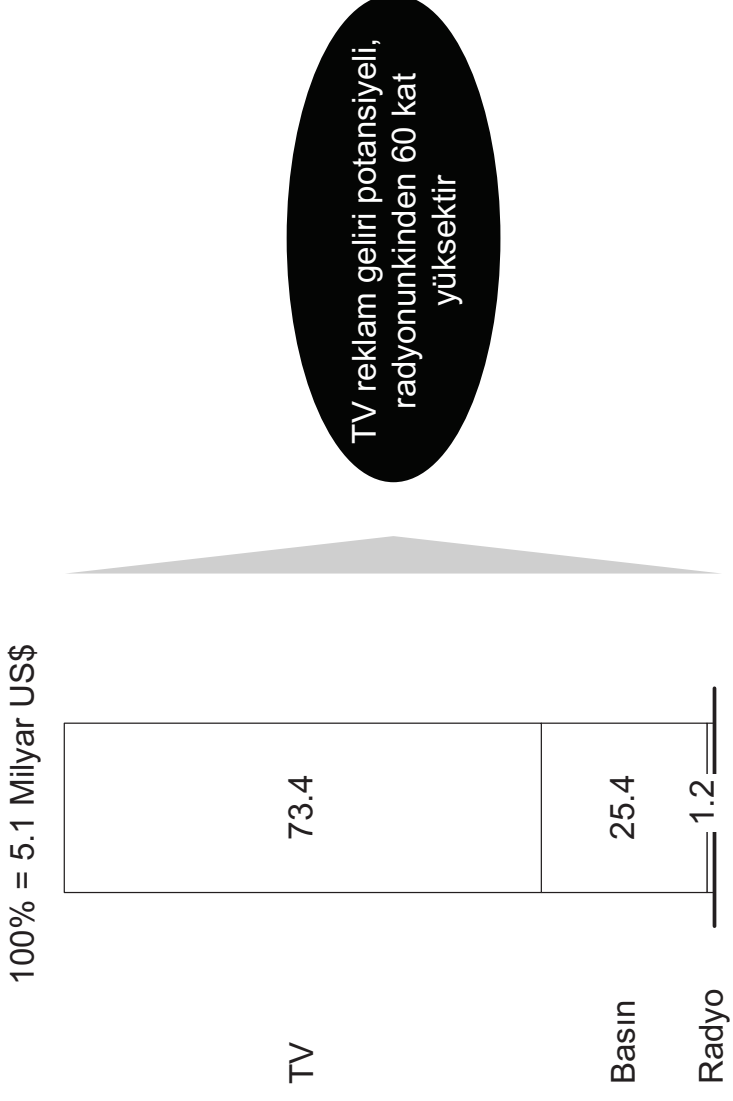
Kaynak: TRT kamuoyu araştırması (Haziran 1998)

Reklam pazarındaki yüksek potansiyeli sebebiyle öncelik TV’ye verilmiştir

REKLAM PAZARINDAKİ MEDYA PAYLARI, 1997

Yüzde

STRATEJİ



TRT1'in popürlük potansiyeli rakipleriyle yarışabilecek düzeyde görünmektedir, ancak bu yayınlının nedeni 2 program türünün ağırlık kazanmış olmasıdır

PROGRAM KARMASINA GÖRE POPÜLERLİK POTANSİYELİ**

STRATEJİ

Program türü	Alfa katsayısı*	(77)	(89)	(82)	(83)	(87)
Film	114	13				7
Kültürel Spor	50.5 194	2	27		22	12
Magazin	62.5	9		33	3 - 2 5	0 7
Çocuk	53.5	8	2			12
Dizi	109	15	6	3 = 1 3 4	13	13
Din	83	0	9	8	13	1
Eğlence	108.5	9	20	12	0	21
Haberler	98	25	5	0	10	25
			14	11	19	

Program türünün karma içindeki yüzdelik payı



* Önceki sayfaya bakınız

** Alfa katsayısı ağırlıklı ortalaması (program karmasına göre)

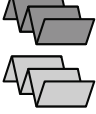
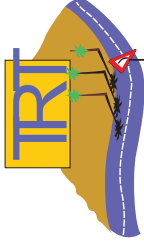
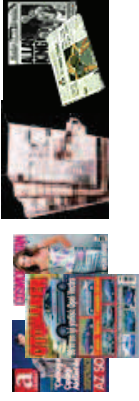
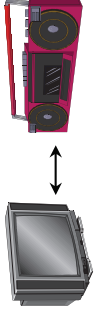
Örnek : $ATV:77 = (.13)(114) + (.02)(50.5) + (0)(194) + \dots (0.25)(98)$

Kaynak: AGB Anadolu A.Ş.; McKinsey

Halkın ilgisini çekmek ve izlenme payını artırmak adına, yayıncılar çeşitli tanıtım yollarına başvurumaktadırlar

YAYINCILAR İÇİN TANITIM YOLLARI

Temel amaçlar			OPERASYON	
İmaj oluşturma	Kanal kimlikleri	Program bilgileri		
✓	✓	✓	• TV/Radyo	✓
✓	✓	✓	• Sinema	✓
✓	✓	✓	• Dergi, gazete*	✓
✓	✓	✓	• Panolar	✓
✓	✓	✓	• Broşürler, bildiriler	✓
✓	✓	✓	• “TV Guide”	✓



* Reklam, program akışı, röportaj/makale

Kaynak: McKinsey

“TRT Guide” seçenekleri arasında belirleyici unsur dağıtımdır

PROGRAM REHBERİ SEÇENEKLERİ

OPERASYON			
Format	Maliyet	Gelir	Avantajlar
Gazete eki (yalnız TRT) 	- Basım – 500,000 kopya, tanesi 9¢ – 1,000,000 kopya, tanesi 6¢ - Dağıtım bedeli tanesi 11¢	Reklam satışı (10¢/kopya)	- Pahalı - Gazete trajıyla sınırlı (toplam traj 3-3.5 million)
Bayilerde dergi (tüm kanallar) 	- Basım (kaliteli kağıt 7.5-11¢/kopya) - Dağıtım (kapak fiyatının %35'i)	- Kapak fiyatı, üyelik - Reklam satışı	- Kapak fiyatı olmazsa pahalı - İnsanlar alacak mı? - Bayiler satacak mı? - Diğer kanallar işbirliği yapacak mı? - Sınırlı erişim
Postayla dağıtılan broşür 	- Basım - Posta (50¢/kopya normal fiyat)	Reklam satışı	- Büyük yatırım - İnsanlar yalnız TRT bilgisiyle ilgilenir mi?
En çekici seçenek			
Perakendecilere, bankalara, postanelere, v.b. kuruluşlara konulan broşür	- Basım - Toplu dağıtım (TRT öz kaynakları?)	Reklam satışı	- İşbirliği anlaşmaları - İnsanlar yalnız TRT bilgisiyle ilgilenir mi?

Kaynak: McKinsey

“TRT GUIDE”ın toplam giderleri doğrudan reklam satışıyla karşılanabilir

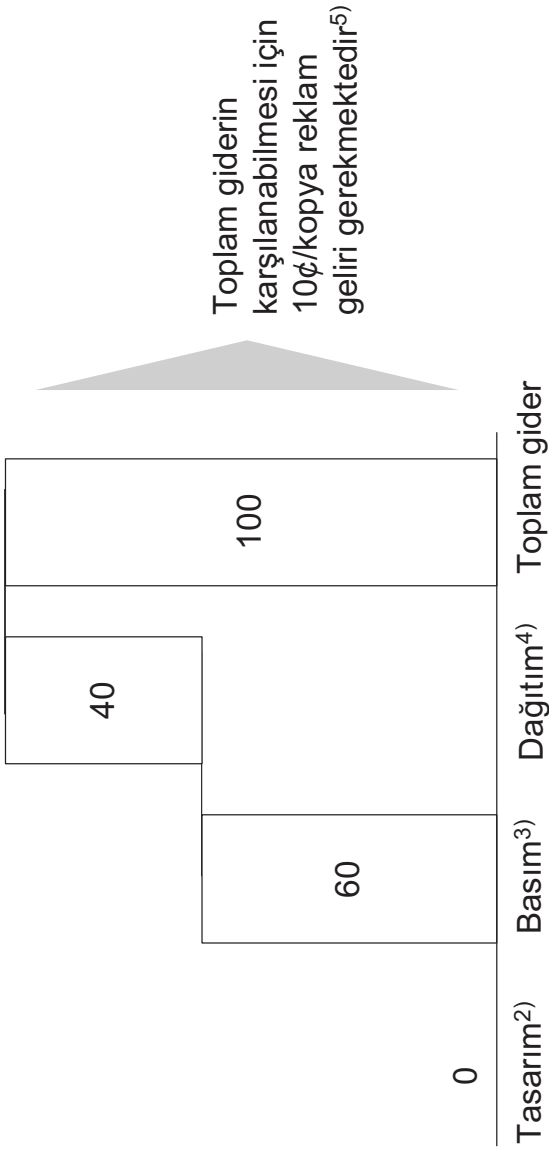
“TRT GUIDE” - KAR VE ZARAR ANALİZİ

Bin US\$

OPERASYON

Perakendecilere
broşür örneği¹⁾

Gider kalemleri (yalnız artış)



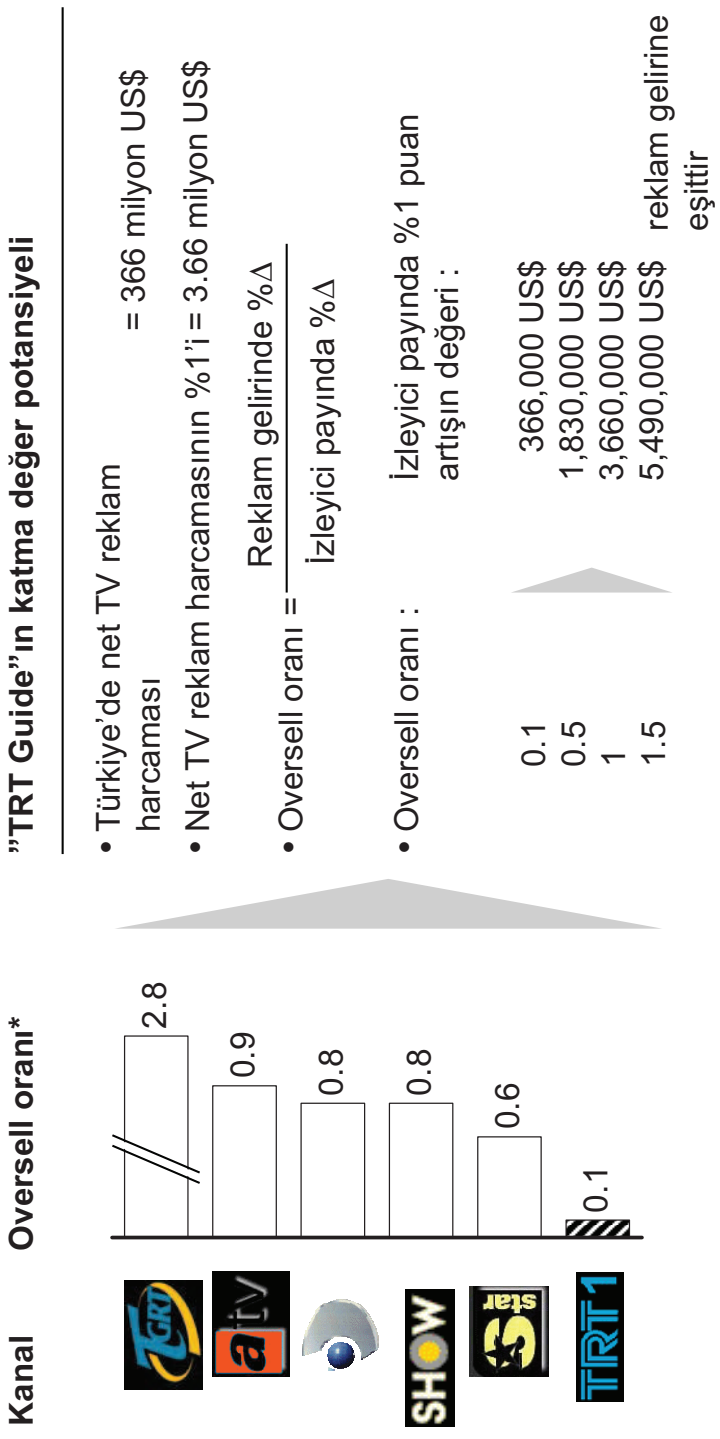
- 1) 48 sayfa, A4, 1,000,000 adet
- 2) Halen bir dergi üretilmektedir
- 3) 1,000,000 adete göre
- 4) 4 kamyon (4 şehir x haftada 2 gün)
- 5) 10¢ /kopya reklam satışı = ~ 8 tam sayfa reklam geliri

Kaynak: McKinsey

İzleyici payındaki 1 puanlık artış reklam gelirinde ne kadar artış sağlıyor?

“TRT GUIDE”IN DOLAYLI GELİR POTANSİYELİ

OPERASYON



* Yayınının, izleyici payını reklam gelirine dönüştürme kapasitesi

Kaynak: TBI 1998; AGB Anadolu A.Ş.; Bileşim

TRT'nin teknik kaynaklarının diğer yayıncılara göre çok üstün olmasına ve arşivlerinin genişliğine rağmen, bu kaynaklar ihmal edilmektedir

TEKNİK KAYNAKLAR VE ARŞİV

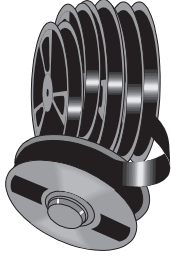
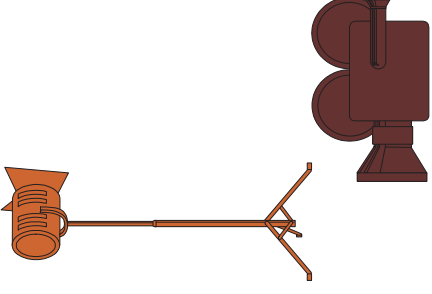
OPERASYON

Teknoloji

- Vericilerin güncelleştirilmesi (Telekomun kontrolü)
- Stüdyoların güncelleştirilmesi, Oran stüdyolarının inşası
- Malzemenin güncelleştirilmesi
 - Ölçüm ve bakımı kolaylaştıracak standart modeller
 - Yer değişimini azaltacak (kamera, mikser, v.b.) ortak mekanlar
 - Aşamalı gelişme birinç → VHS → dijital
- Kaynakların bir arada yönetilmesi
 - Kullanım verimliliğinin artırılması
 - Yalnız onarımın değil, bakımın da yapılması
- Kullanıcı ve satın alma arasında yakın koordinasyon

Arşivler

- Filmlerin doğru ortamda korunması
- İçeriğin detaylı olarak belirlenmesi (zaman referanslarıyla)
- Bilgisayarla kayıt tutma ve kataloglama
- Hırsızlığı ve yanlış yerleştirmeyi engelleyecek düzenli envanter kontrolü



Kaynak: McKinsey

Maliyet, üretkenlik ve kârlılığın temel analizleri bile maliyet muhasebesine dayanmaktadır

MALİYET MUHASEBESİ: TEMEL KAVRAMLAR

OPERASYON

1. Planlama

2. İzleme

3. Analiz

Personel kaynaklarının ve personel kullanım bütçelerinin planlanması

**Personel kullanımının
gözlenmesi ve buna göre
personel giderinin
hesaplanması**

**Toplam program
maliyetinin hesaplanması
ve ilerleme arayışları**

ÜRETİM PLANI Program Numarası: ABC123				
Personel	Tarih: Sahne:	M: M:	M: M:	M: M:
Yapımcı: _____ Kamera: _____ Işık: _____ Ses: _____ Yayın: _____				

PROGRAM BÜTÇESİ	
Numara ABC123	
Personel: Saat	x Ücret = Maliyet
Yapımcı	_____ x TL = _____ TL
Kamera	_____ x TL = _____ TL
Işık	_____ x TL = _____ TL
Ses	_____ x TL = _____ TL
Yayın	_____ x TL = _____ TL
Toplam: TL x	

ZAMAN ÇİZELGESİ

Kasım 16-20\ 1998

Ad: Ahmet K.

Ünvan: Kameraman

Projeler:
ABC123

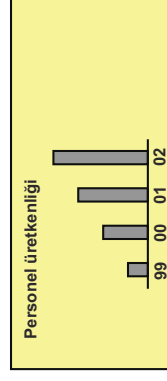
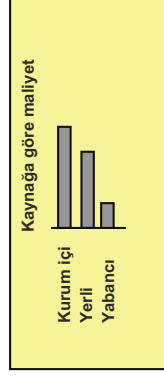
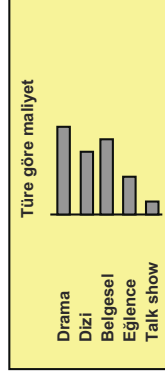
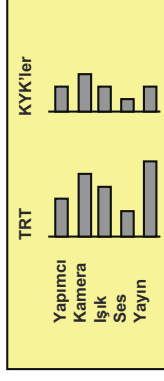
16	17	18	19	20

Toplam

"FAX HİZMETİ FATURASI"

Gönderen: Teknik bölüm
Alıcı: ABC123 numaralı program

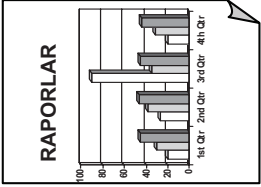
Kameraman	Saat	x	ücret	=	Maliyet
Ahmet K.	___	x	___	=	___
Mehmet Y.	___	x	___	=	___
Ali Z.	___	x	___	=	___
					TL



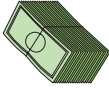
Performansı yakından izlemek ve ilerlemeler sağlamak için iyi düşünülmüş bir yönetici bilgilendirme sistemi gerekmektedir

YBS* SÜRECİ – ÖRNEK (PROGRAM PERFORMANS RAPORU HAZIRLANMASI)

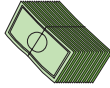
OPERASYON



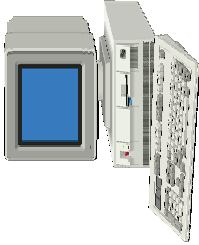
- Reytinq raporları
- İzleyici araştırması verileri



- Program giderleri



- Program gelirleri



- Bi'ye dayalı analiz
- Rapor formatları kullanıcının gereksinimlerine göre belirlenmelidir
- Toplanacak veriler de bu gereksinimlere göre belirlenecektir

Kanal kontrolörü için program performans raporu – TRT1

Program adı	Türü	Yayın tarihi/zamanı	Gider	Gelir	İzleyici payı
...	...	...	...	...	...

Gider/izlenme payı :

Gelir/izlenme payı :

Kâr payı :

Benzer programlar arasındaki sırası :

* Yönetici bilgilendirme sistemleri

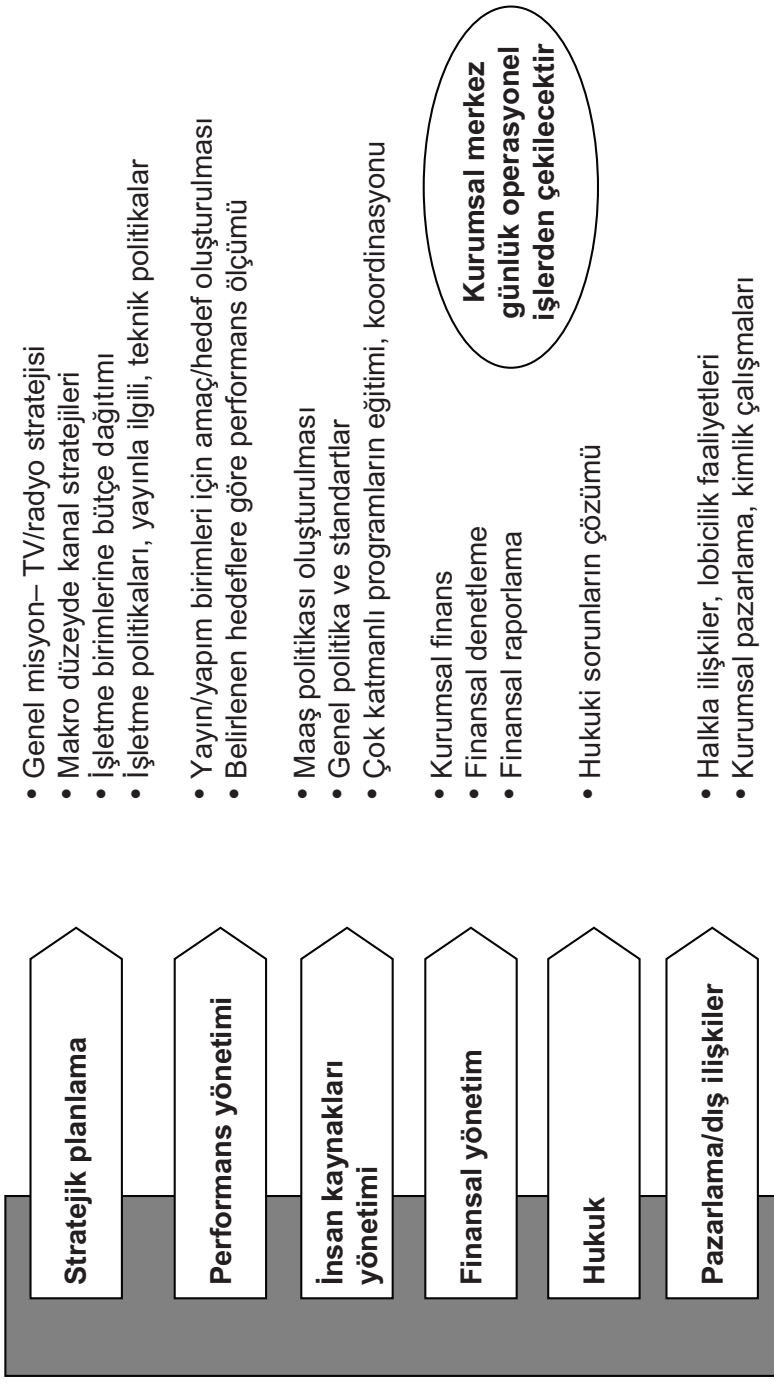
Kaynak: McKinsey

TRT'nin kurumsal merkezi, organizasyonun daha iyi performans göstermesini sağlayacak aktiviteelerde uzlaşmalıdır

GELECEKTEKİ TRT KURUMSAL MERKEZ SÜREÇLERİ

ORGANİZASYON

Olası kapsam alanı



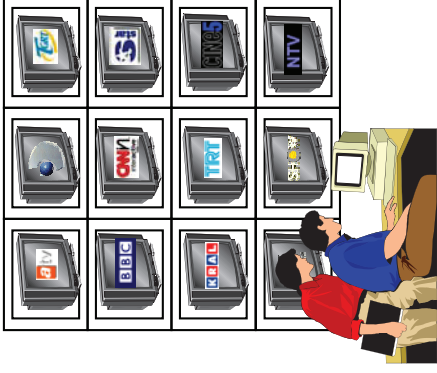
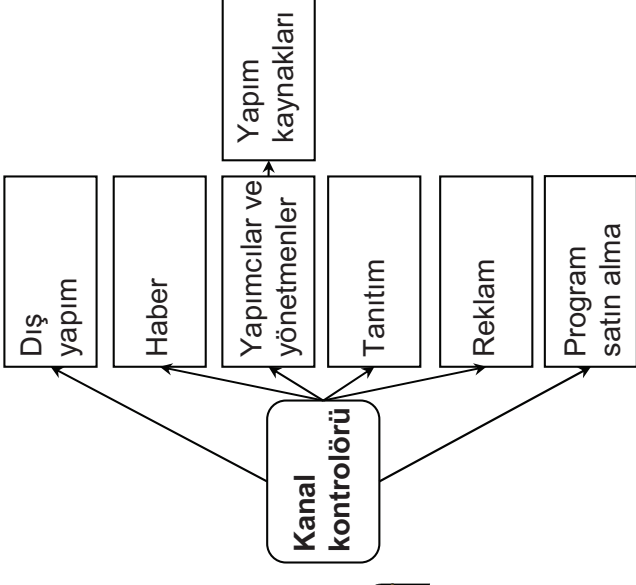
* Boyut ekonomisinden yararlanıldığı sürece tüm eğitim işleri buradan yönetilmelidir, aksi halde işletme birimlerine bırakılmalıdır. Eğitim mümkün olduğunca dış kaynaklı olmalıdır

Kaynak: McKinsey

Yeni düzende sistem programlama odaklı olacaktır

TRT İÇİN YAYIN AKIŞI PLANLAMA – ÖNERİ

ORGANİZASYON

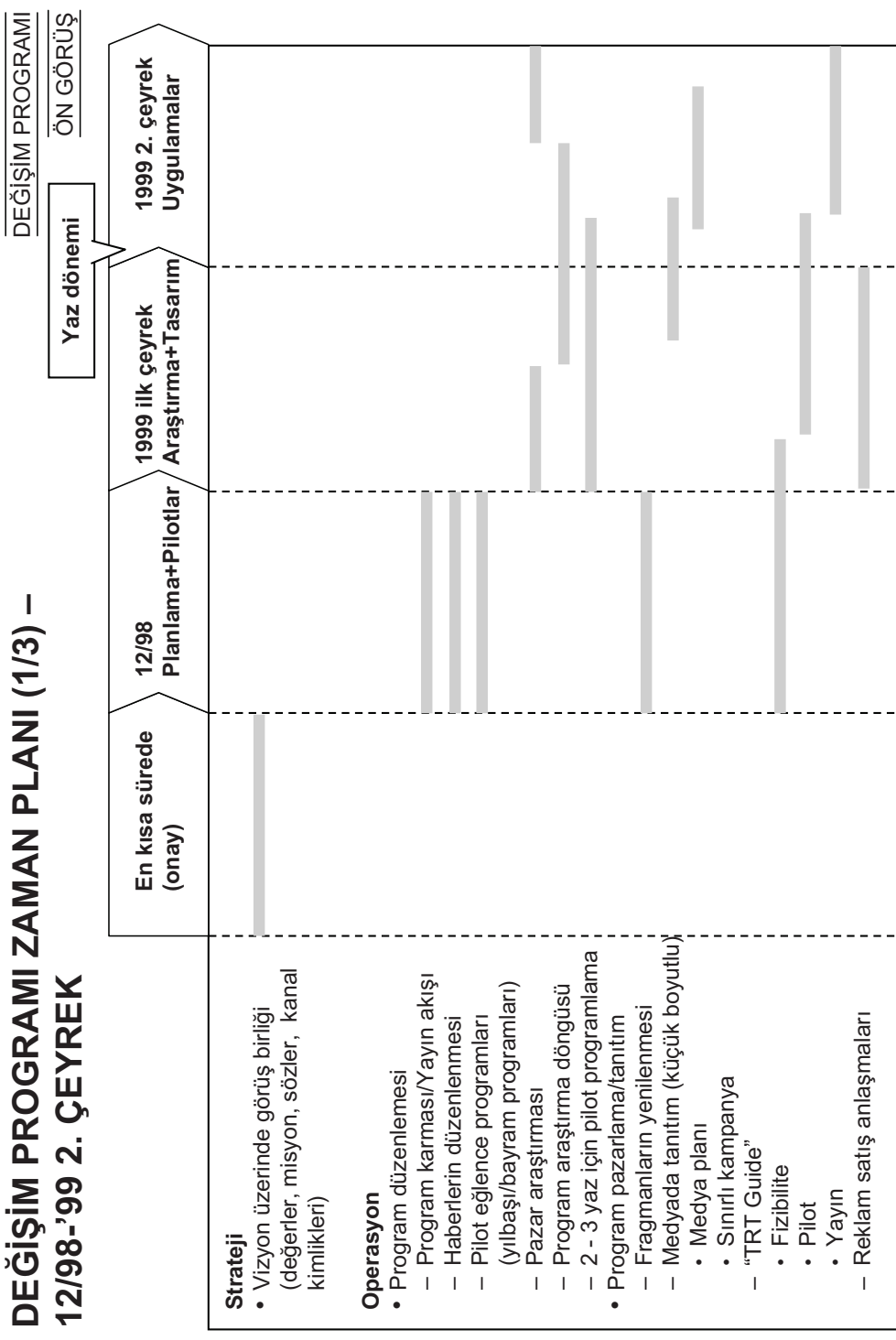


- Kanal kontrolörü 1 yıllık ve 2 yıllık planları hazırlar ve aşağıdakileri belirler:
 - Program türü (mümkünse adı)
 - Programın zaman dilimi
 - Hedef izleyici
 - Hedeflenen pazar payı
 - Yapım/satın alma gereksinimleri
- Yayın Akışı Komitesi kanal kontrolörleri, yapım/haber birimleri temsilcileri, ve planlamayı tamamlamakta yardımcı olacak diğer ilgili birimlerden oluşur
- Program gereksiniminin belirlenir ve yapım siparişi edilir
- Yapımcılar ve yönetmenler kaynak gereksinimini belirler ve sipariş eder
- Kanal kontrolörü medya planlarıyla görüşmek üzere reklam birimini bilgilendirir

Kaynak: McKinsey

1998’de hızlı değişiklikler yapacak ve önemli sinyaller verecek zaman bulunmaktadır. 1999’un ilk yarısı programların güncelleştirilmesi...

DEĞİŞİM PROGRAMI ZAMAN PLANI (1/3) – 12/98-’99 2. ÇEYREK



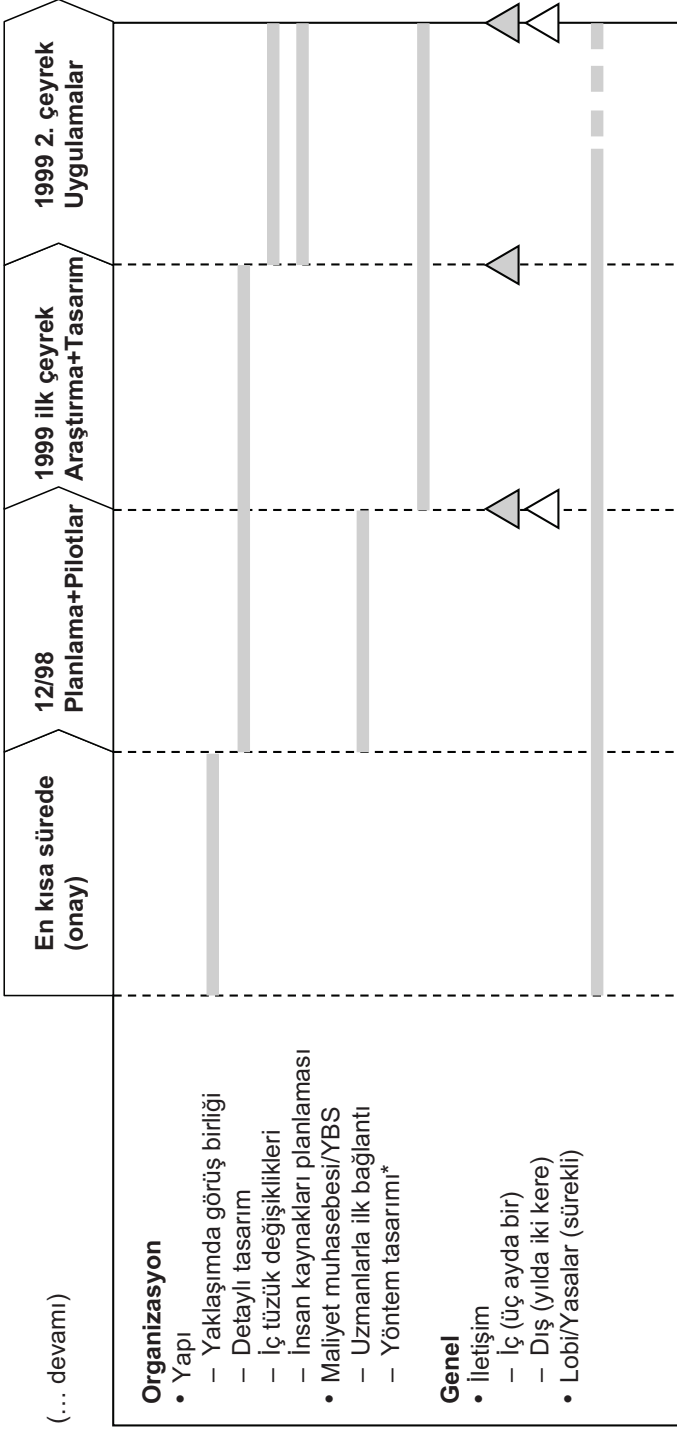
(... devamı var)

Kaynak: McKinsey

... organizasyonun tasarlanması ve iç ve dış iletişime odaklanmalıdır

DEĞİŞİM PROGRAMI ZAMAN PLANI (2/3) – 12/98-'99 2. ÇEYREK

DEĞİŞİM PROGRAMI

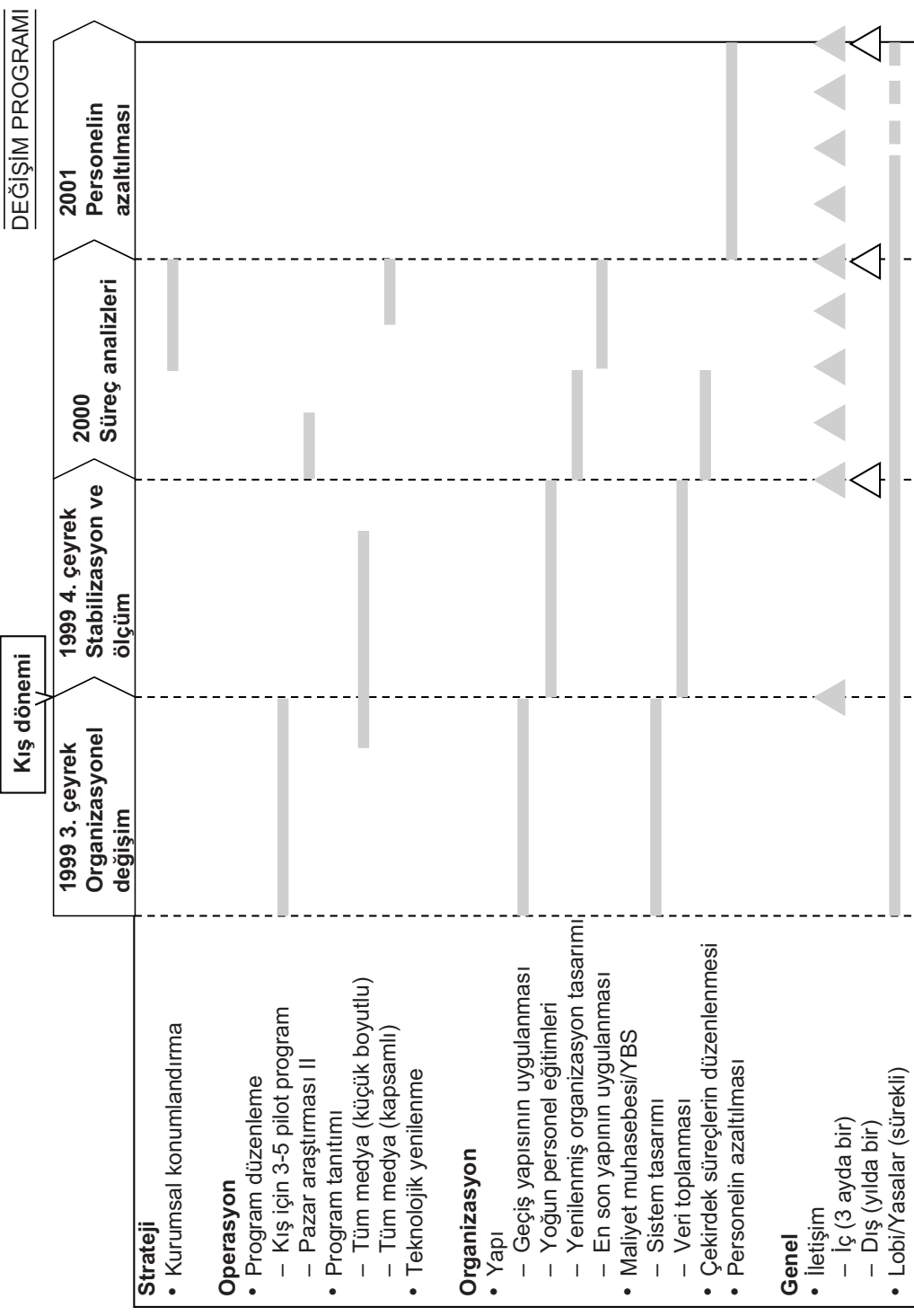


* Maliyet muhasebesinin ön çalışmalarına organizasyon tasarımı sürerken başlanabileceği varsayılmaktadır. Bu mümkün olmazsa maliyet muhasebesi organizasyon çalışmaları tamamlanana kadar ertelenmelidir

Kaynak: McKinsey

Yeni organizasyon yapısı 1999'un geri kalan kısmında uygulanabilir; bunu, 2000-2001 yıllarındaki süreç tasarımı, en son yapının oluşturulması ve personelin azaltılması izleyecektir

DEĞİŞİM PROGRAMI ZAMAN PLANI (3/3) – 1999 3. ÇEYREK- 2001



GİZLİ

Başarılı Bir Gelecek İçin Değişim



2. Yönetim Kurulu Sunuşu
23 Kasım 1999

Bu rapor, sadece müşterinin kendi elemanları içindir. Daha önceden McKinsey & Company'den yazılı izin alınmadan hiç bir kısmı müşteri dışında dağıtılamaz, alıntı yapılamaz, ve kopya edilemez. Bu sayfalar McKinsey & Company tarafından sözlü bir sunuş sırasında kullanılmıştır; tartışmanın tüm kaydı değildir.

İÇERİK

-
- Değişim projesi'nde son durum
 - Alt projeler
 - Organizasyonel yeniden yapılanma
 - Yayın akış planlaması
 - Tanıtım
 - Bütçe planlama/maliyet muhasebesi
 - Gelecek adımlar
-

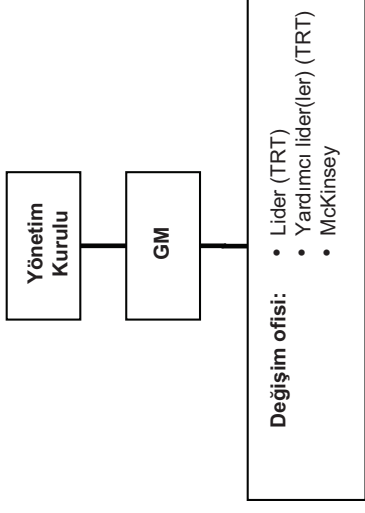
İÇERİK

• Değişim projesi'nde son durum

- Alt projeler
 - Organizasyonel yeniden yapılanma
 - Yayın akış planlaması
 - Tanıtım
 - Bütçe planlama/maliyet muhasebesi
 - Gelecek adımlar
-

Teşhis aşaması sonunda, değişim programı kapsamında 8 ayrı alt proje önerilmişti

MCKINSEY PROJE TEKLİFİNDE ÖNERİLEN DEĞİŞİM PROGRAMI



Önerilen alt proje oluşumu	Organiasyonal yeniden yapılanma	Yönetmelik değişikliği	Maliyet muhasebesi/ YBS	İç iletişim	Yayın akış planı	Program yapımı	Kamuyula iletişim/ kurumsal imaj	Tanıtım
	TRT takımı ve McKinsey takımı	TRT takımı ve ön çalışmada McKinsey takımı	TRT takımı ve ön çalışmada McKinsey takımı	TRT takımı (Çoğunlukla değişim ofisi üyeleri) ve McKinsey takımı	TRT takımı	TRT takımı	TRT takımı	TRT takımı
Gerçekleşme	✓	✓	✓	✓	McKinsey katılımıyla sonlandı	Başlanmadı	Başlanmadı	McKinsey katılımıyla ön çalışma yapıldı

Değişim programı alt projeleri planlandığı şekilde yürütülmektedir

DEĞİŞİM OFİSİ ALT PROJELERİ – SON DURUM

Değişim Ofisi sorumluluğundaki alt projeler	McKinsey – TRT projesi başlangıcı (09/07/99)	McKinsey – TRT projesi sonu (09/11/99)
① Organizasyonel yeniden yapılanma	Organizasyonel yapının ve temel süreçlerin geliştirilmesi	TRT tarafından yönetmelikler için alt yapı çalışması
② Yönetmelik değişiklikleri		
③ Yayın akış planlaması	Pazar araştırması alt yapı çalışması	Pazar araştırması Analiz ve yayın akış prototipinin hazırlanması
④ Program yapımı – Pazar araştırması	– Değişim Ofisi tarafından aralık ayında başlatılmasına karar verildi –	
⑤ Tanıtım		Planlama – Ön fizibilite (fragmanlar) Konsept geliştirme
⑥ Maliyet muhasebesi		Ön hazırlık – Maliyet muhasebesi kavramı
⑦ İç iletişim	Planlama	Uygulama
⑧ Kamuyla iletişim/kurumsal kimlik	– Değişim Ofisi tarafından 2000 yılı başında başlatılmasına karar verildi –	

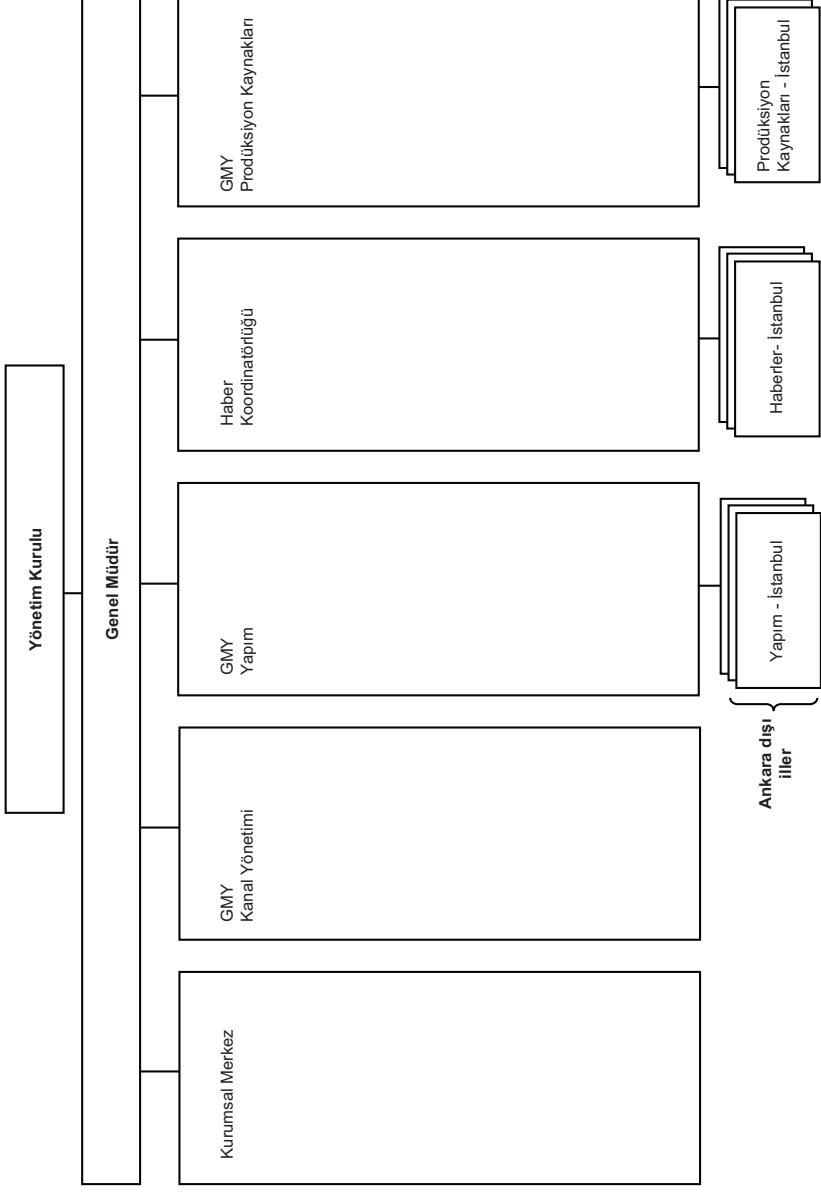
İÇERİK

-
- Değişim projesi'nde son durum

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Alt projeler<ul style="list-style-type: none">– Organizasyonel yeniden yapılanma<ul style="list-style-type: none">– Yayın akış planlaması– Tanıtım– Bütçe planlama/maliyet muhasebesi• Gelecek adımlar |
|---|
-

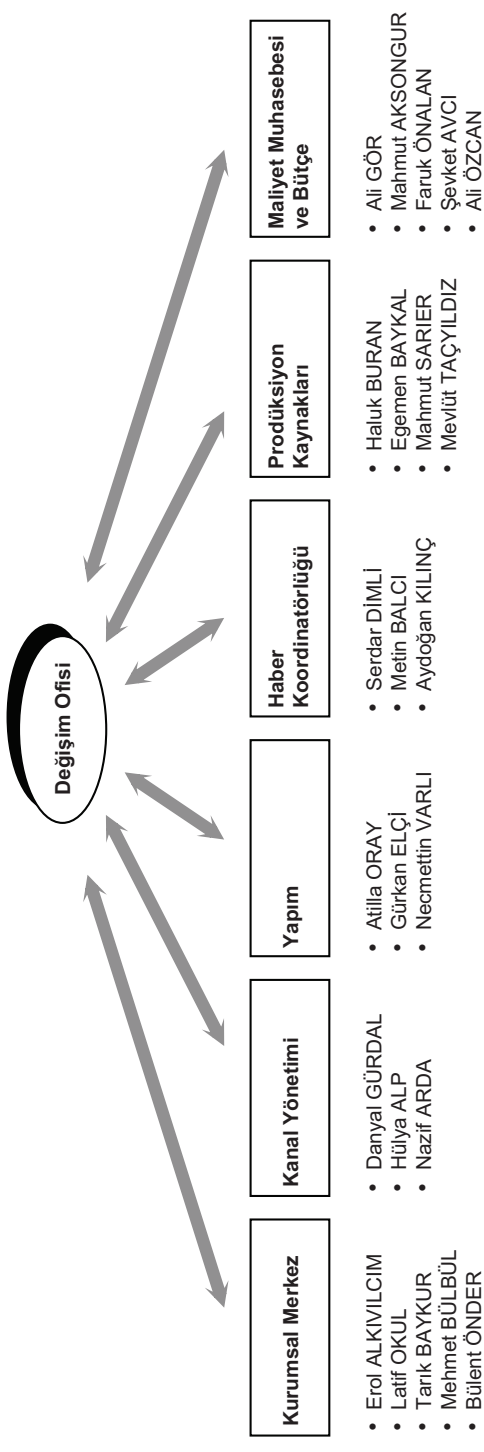
Yeni yapı stratejik odaklı Kurumsal Merkez ve yapım/yayın bölümleriyle bunların Ankara dışındaki uzantılarından oluşmaktadır

YENİ TRT YAPISI : BASİTLEŞTİRİLMİŞ GENEL ŞEMA



McKinsey grubunun önerdiği yapı ve süreçleri değerlendirip iç mevzuat değişikliklerine alt yapı oluşturmak için Genel Müdür tarafından çalışma grupları oluşturuldu

ÇALIŞMA GRUPLARI VE GÖREVLERİ

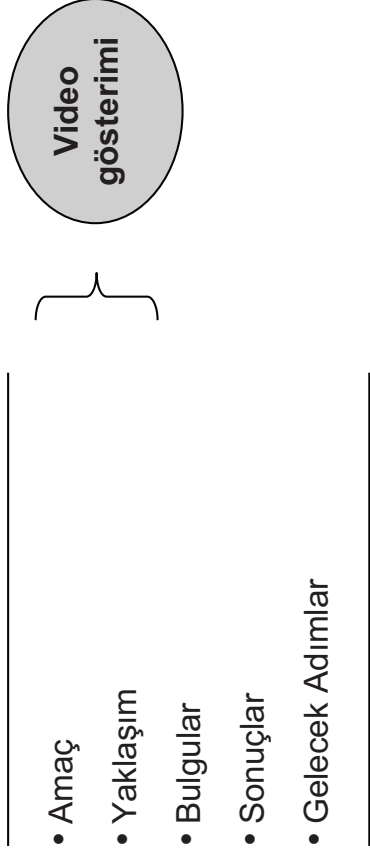


Görevler :	McKinsey tarafından önerilen yeni organizasyonel yapı ve süreçlerin kendileri ile ilgili olan bölümlerini değerlendirecek gerekli gördükleri değişiklikleri Genel Müdür ve Yönetim Kurulu'na önermek, ve bu şekilde Kuruluş Görev Yönetmeliğine temel teşkil edecek çalışmaları yapmak
Görev bitiş tarihi :	1 Ocak 2000

İÇERİK

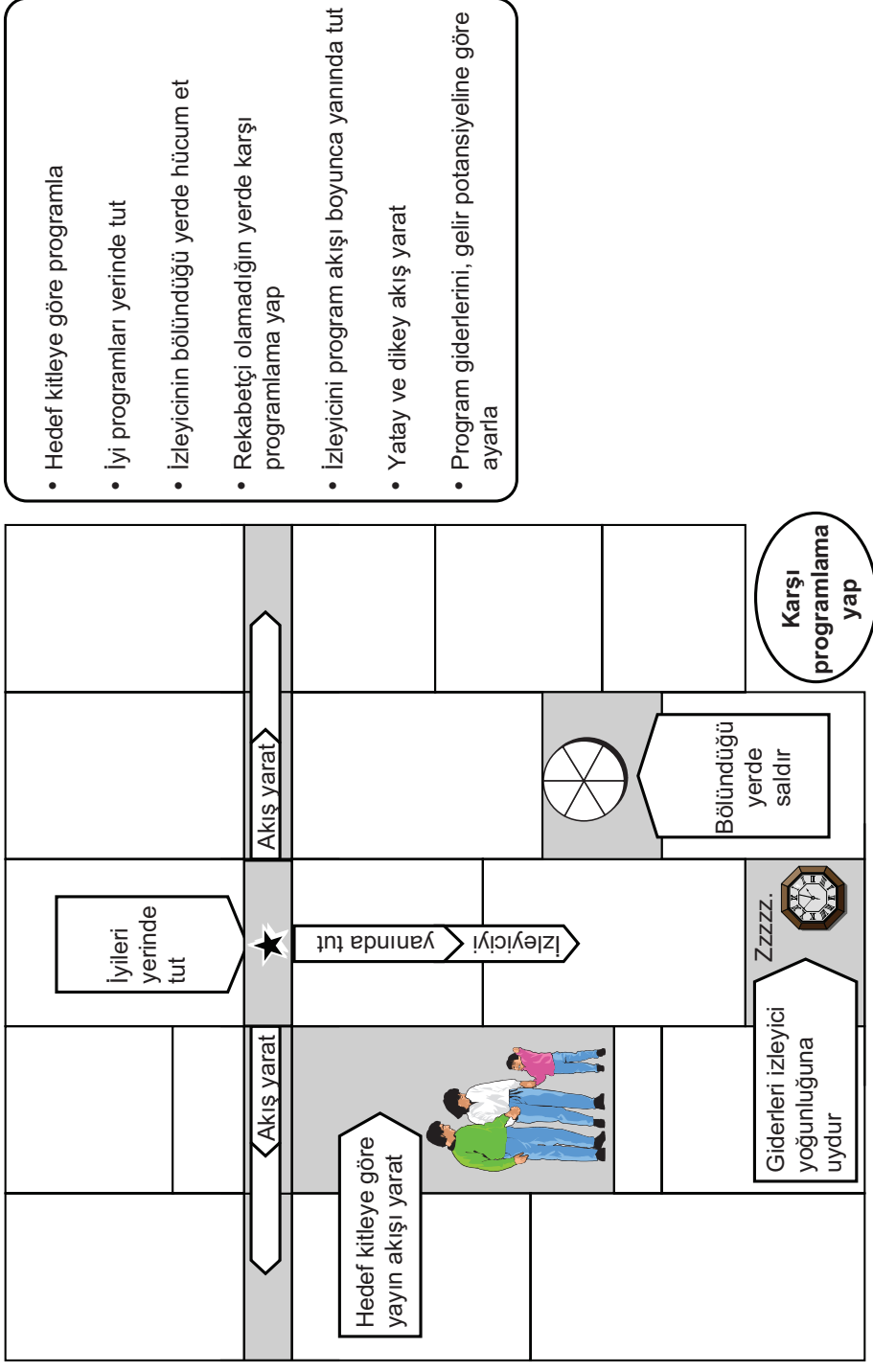
-
- Değişim projesi'nde son durum
 - Alt projeler
 - Organizasyonel yeniden yapılanma
 - **Yayın akış planlaması**
 - Tanıtım
 - Bütçe planlama/maliyet muhasebesi
 - Gelecek adımlar
-

YAYIN AKIŞ PLANLAMASI



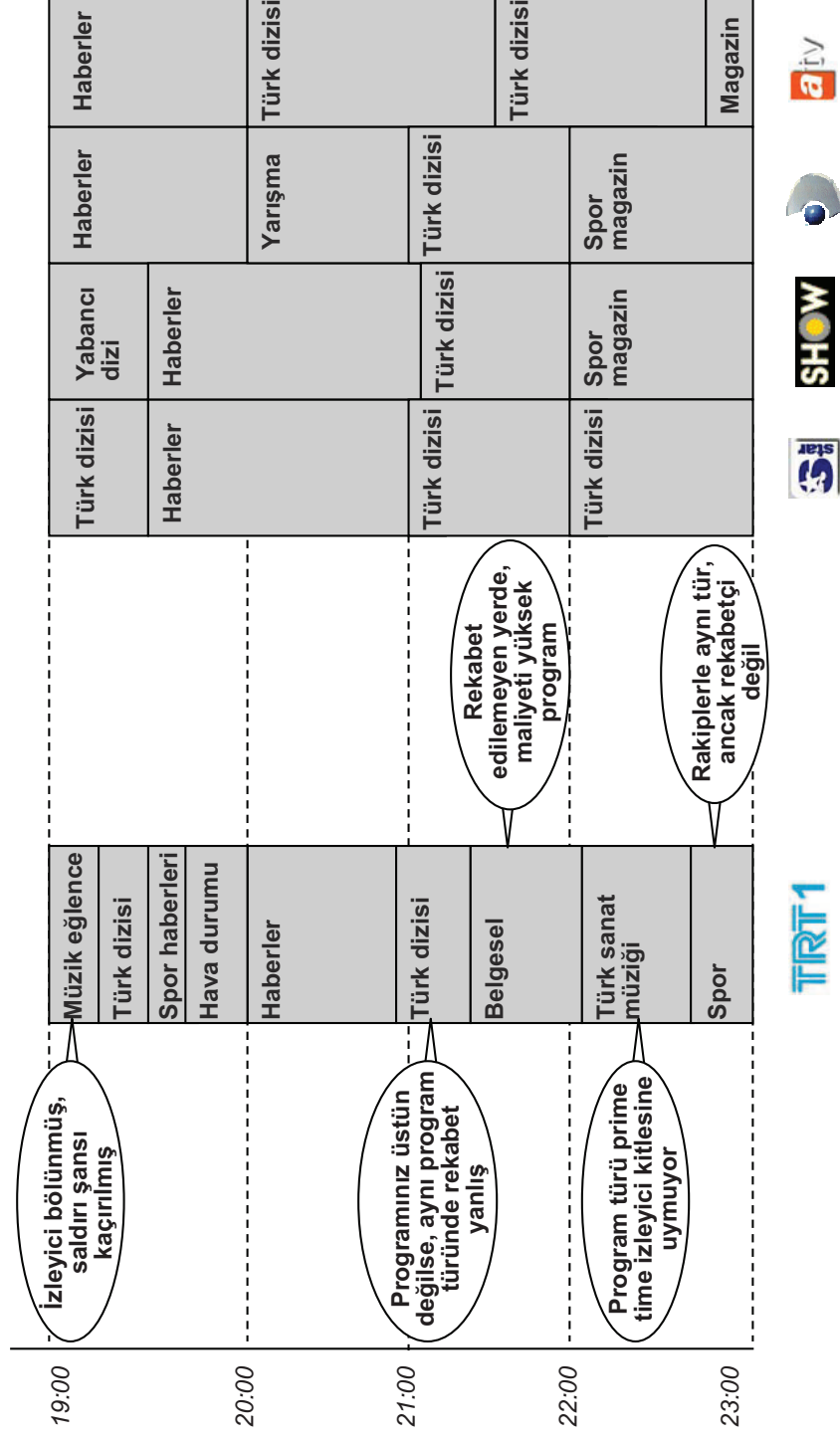
1998 teşhis çalışmasında, TRT'nin daha stratejik düşünerek yayın akışı planlaması konusunda kendisini geliştirebileceği ortaya çıkmıştır

YAYIN AKIŞI PLANLAMASININ TEMEL KURALLARI



1998 yılı içerisinde TRT'nin mevcut prime time yayın akışına bakıldığında, program türü seçimlerinde gelişmeye açık alanlar görülmüştür

TRT1 YAYIN AKIŞI – 1 (PRIME TIME, EKİM 1998*)



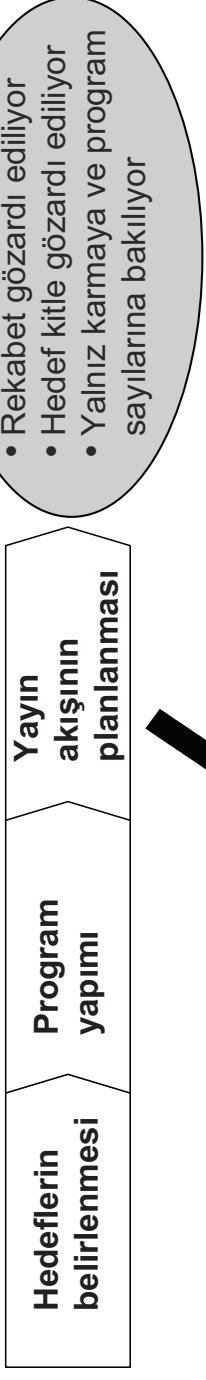
* 5 Ekim, Pazartesi

Kaynak: AGB Anadolu A.Ş.; McKinsey

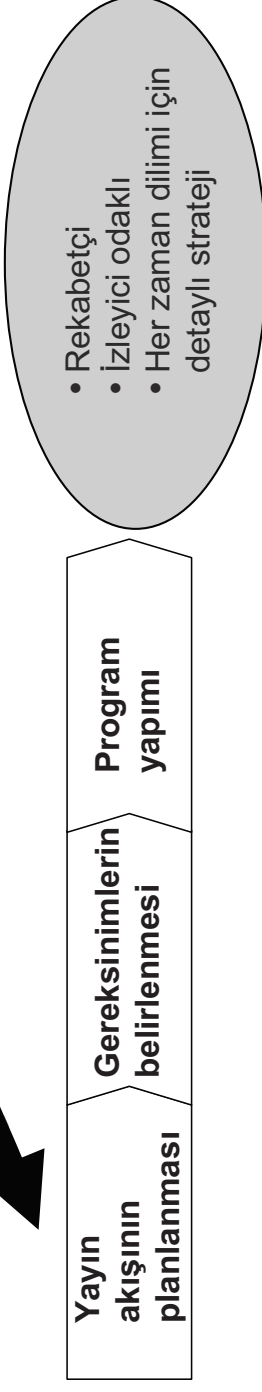
TRT'nin programlamasının daha başarılı olabilmesi için, ilk ve ana amaç daha etkin ve ön planlamaya dayanan sürecin oluşturulması olmalıdır

PLANLAMA- YAPIM- YAYIN SÜRECİ

Mevcut süreç

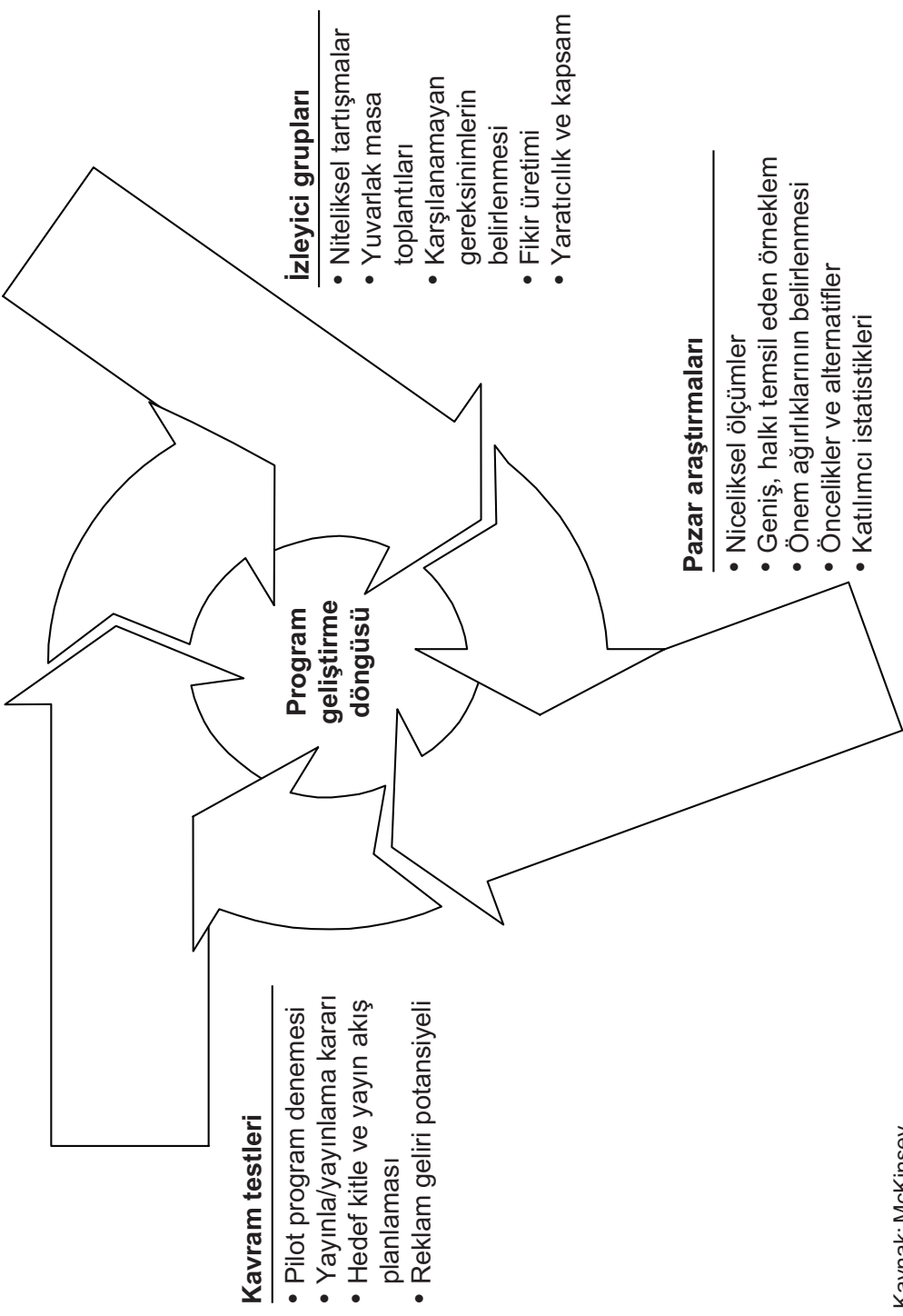


İdeal süreç



İkinci amaç, programların kamuoyunda çekiciliğini arttırmak için, daha dışa dönük ve izleyici odaklı araştırma alışkanlıklarının oturtulmasıdır

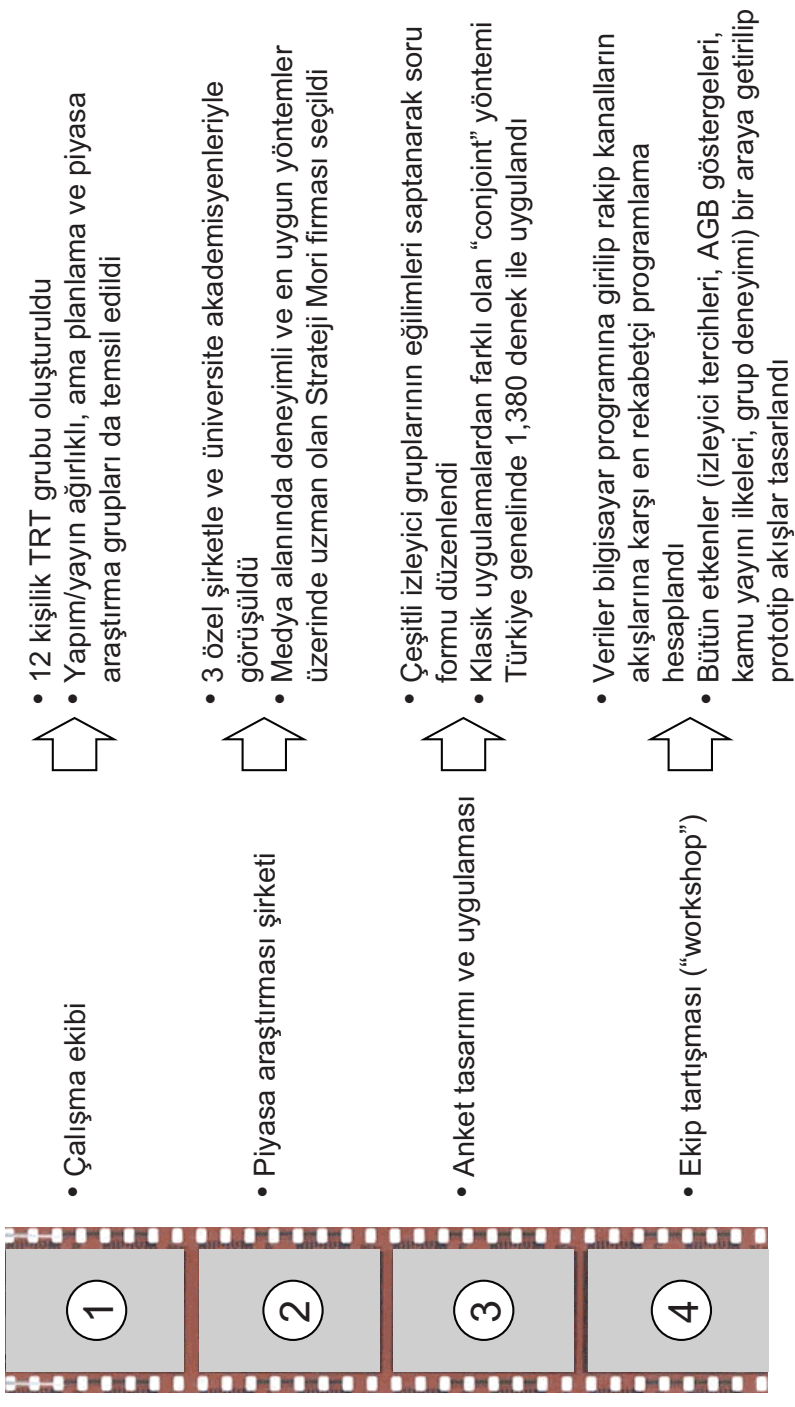
İZLEYİCİ ODAKLI PROGRAM GELİŞTİRME



Kaynak: McKinsey

Sistematik ve izleyici odaklı yaklaşımın TRT’ciler tarafından yaşanması ve benimsenmesi, son ürün olan akış prototipinden daha da önemlidir

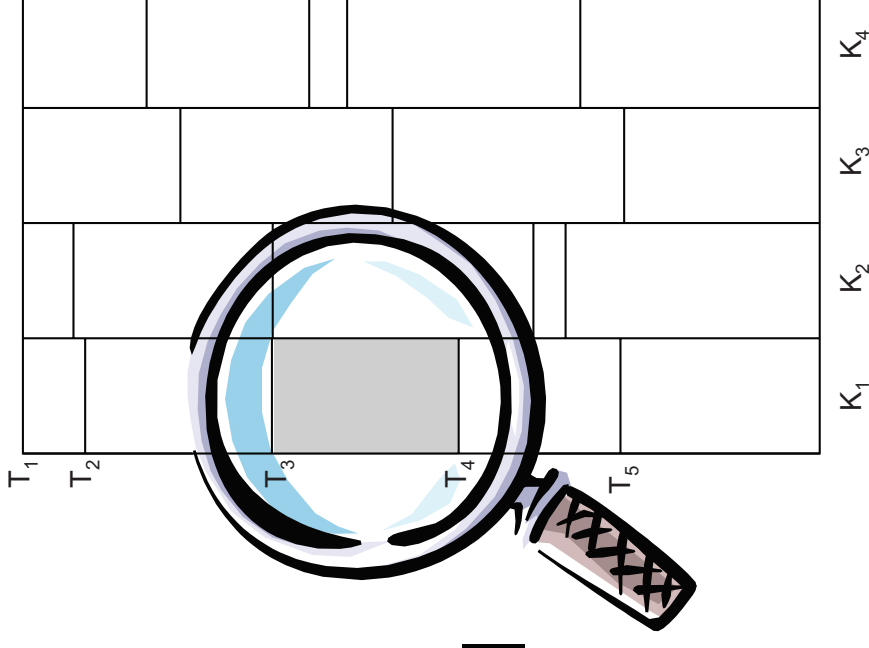
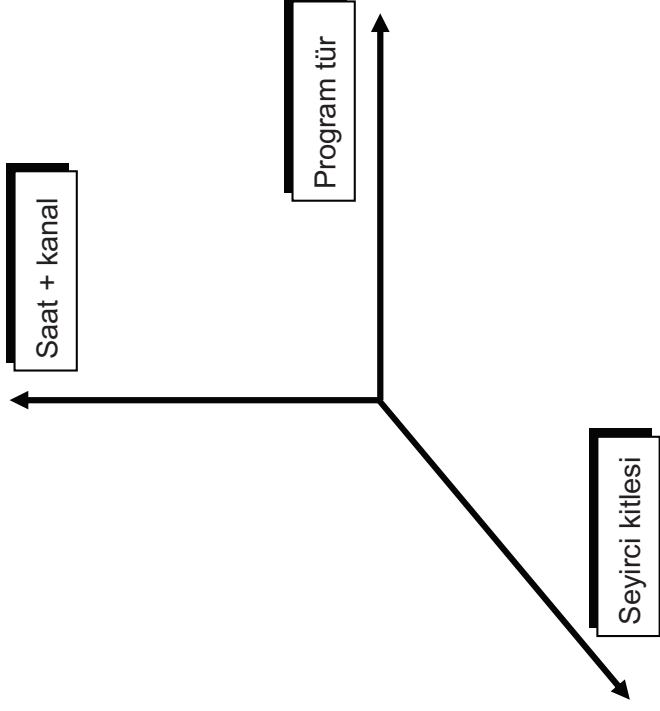
PROJE ADIMLARI



Yayın akış planlamasının amacı, her saat dilimi bazında, rakiplerin programlarını gözardı etmeden seyircilerin tercihlerine göre optimal program türünü seçmektir

ARAŞTIRMAMIZIN AMAÇLARI

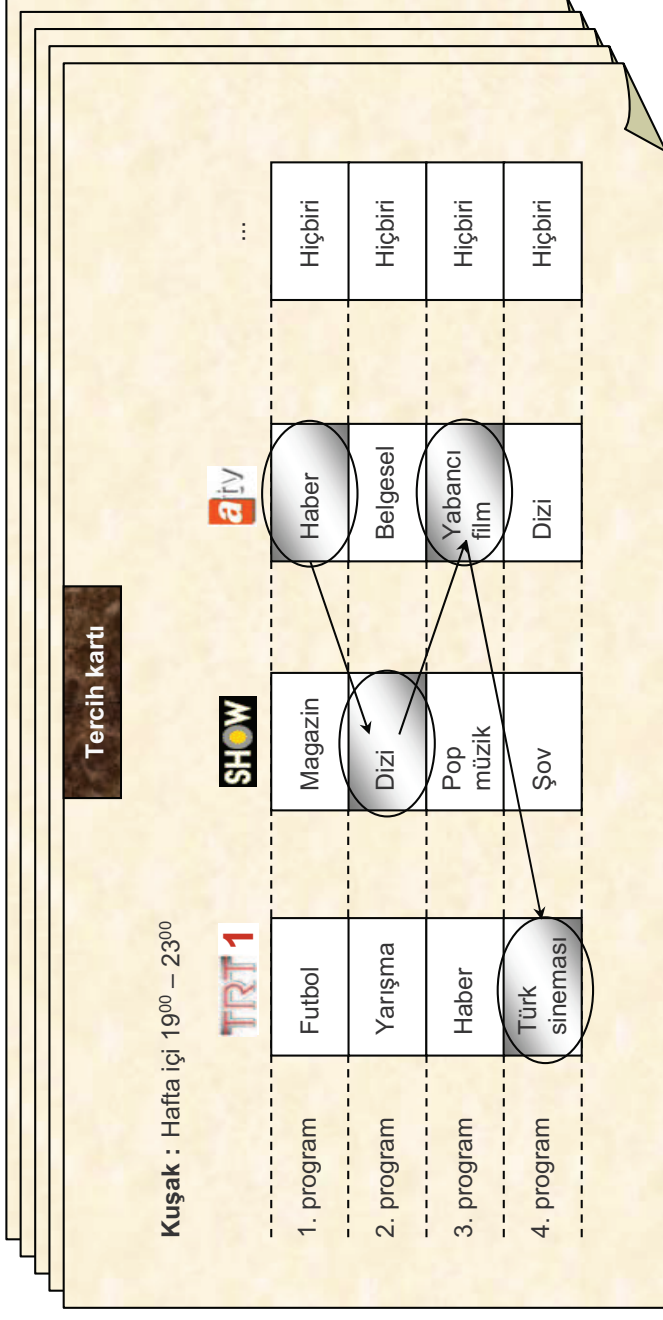
- Seyircinin isteklerini ön plana getirerek;
- Rakiplerin programlarını göz önünde tutarak;
- TRT1-2 üzerine odaklı olarak;
- Yayın akış planlamasının 3 boyutunu sistematik ve bilimsel şekilde belirlemek :



Yapılan piyasa araştırmasında en güvenilir sonuçları elde edebilmek amacıyla klasik açık soru tipinden farklı olarak gerçek hayatı daha iyi yansıtan conjoint yöntemi uygulanmıştır

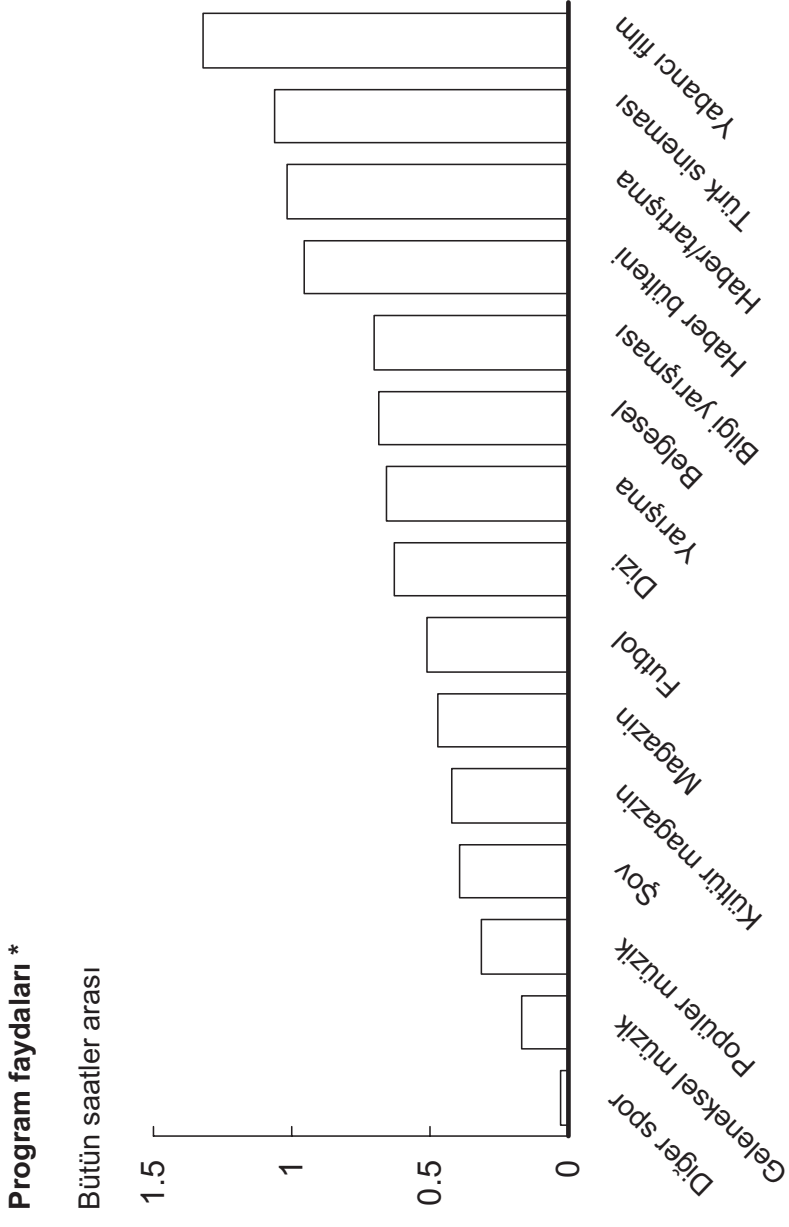
“CONJOINT” YÖNTEMİ

ÖRNEK



Araştırma sonuçlarına göre, izleyiciler en çok film ve haber programlarını tercih ederken, müzik ve şov programlarına çok daha az ilgi duymaktadırlar

PROGRAM TERCİHLERİ



* Bir dizi karar sonucunda çıkan ve bilgisayar tarafından hesaplanan her bir program türünün izleyicinin karar vermesine etkisinin ölçümü

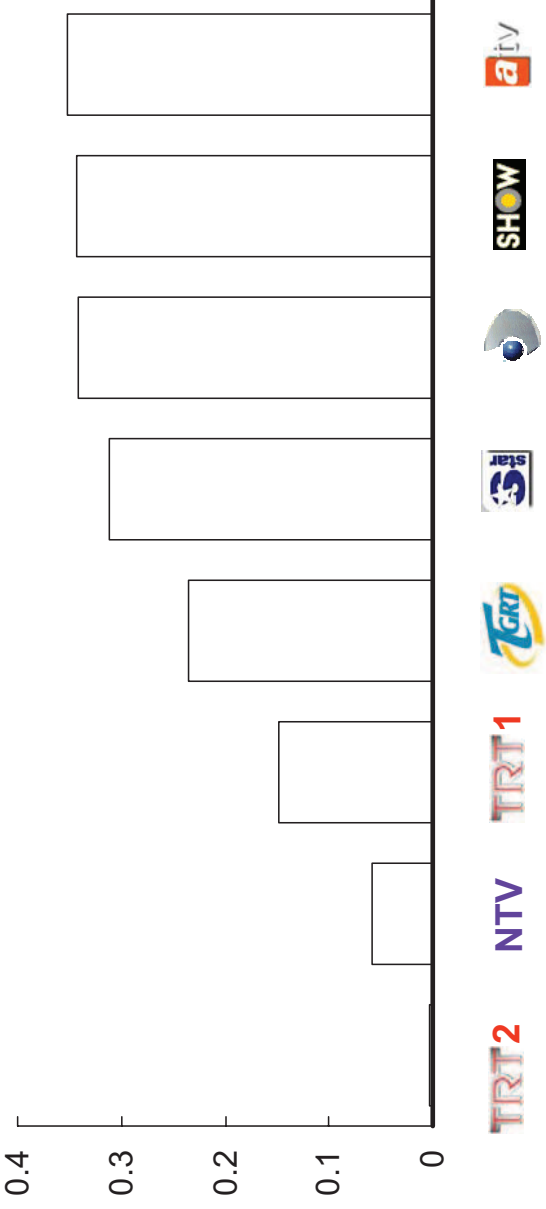
Kaynak: Piyasa araştırması

İzleyicilerin kanal tercihlerinde TRT, 5 popüler kanalın gerisinde yer almaktadır

KANAL TERCİHLERİ

Kanal faydaları *

Bütün saatler arası; baz = TRT 2

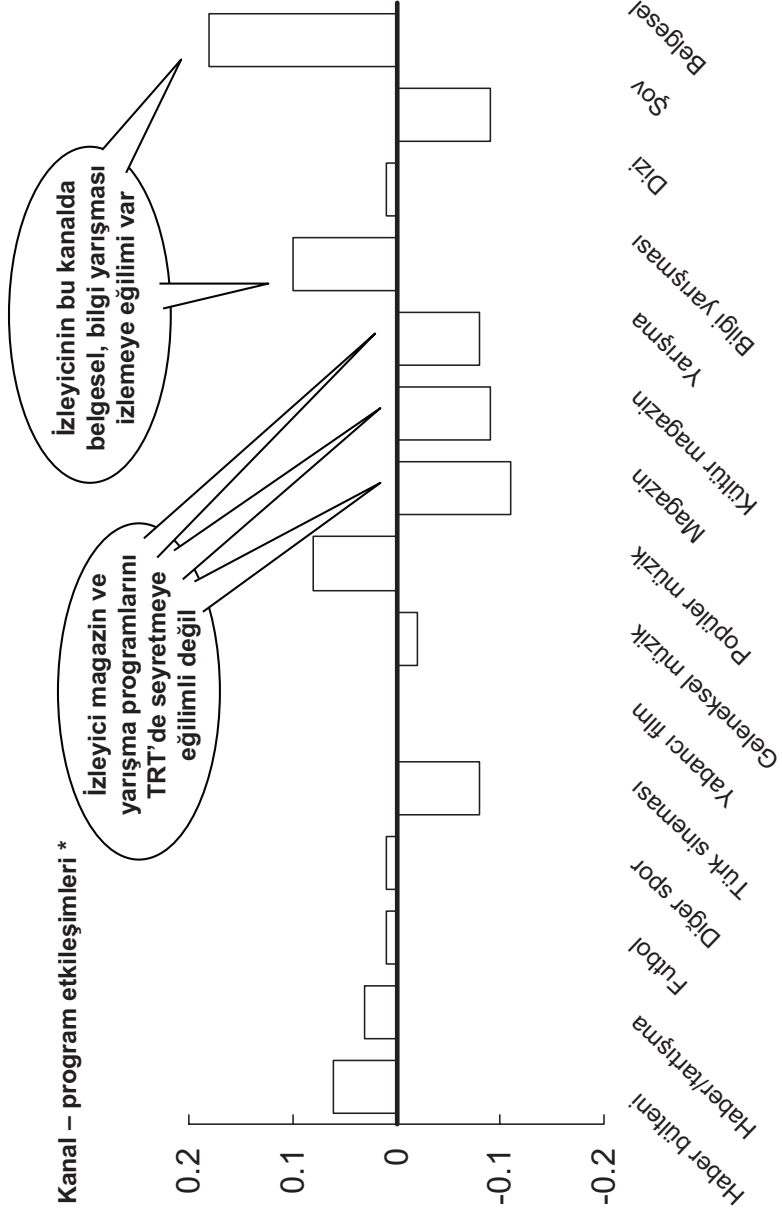


* Bir dizi karar sonucunda çıkan ve bilgisayar tarafından hesaplanan her bir kanalın izleyicinin karar vermesine etkisinin ölçümü

Kaynak: Piyasa araştırması

Program türleri ve kanal tercihleri arasındaki etkileşim, izleyicinin belirli bir tür programı, belirli bir kanalda izleme tercihini güçlendirebilir ya da zayıflatır

KANAL - PROGRAM ETKİLEŞİMLERİ – TRT 1

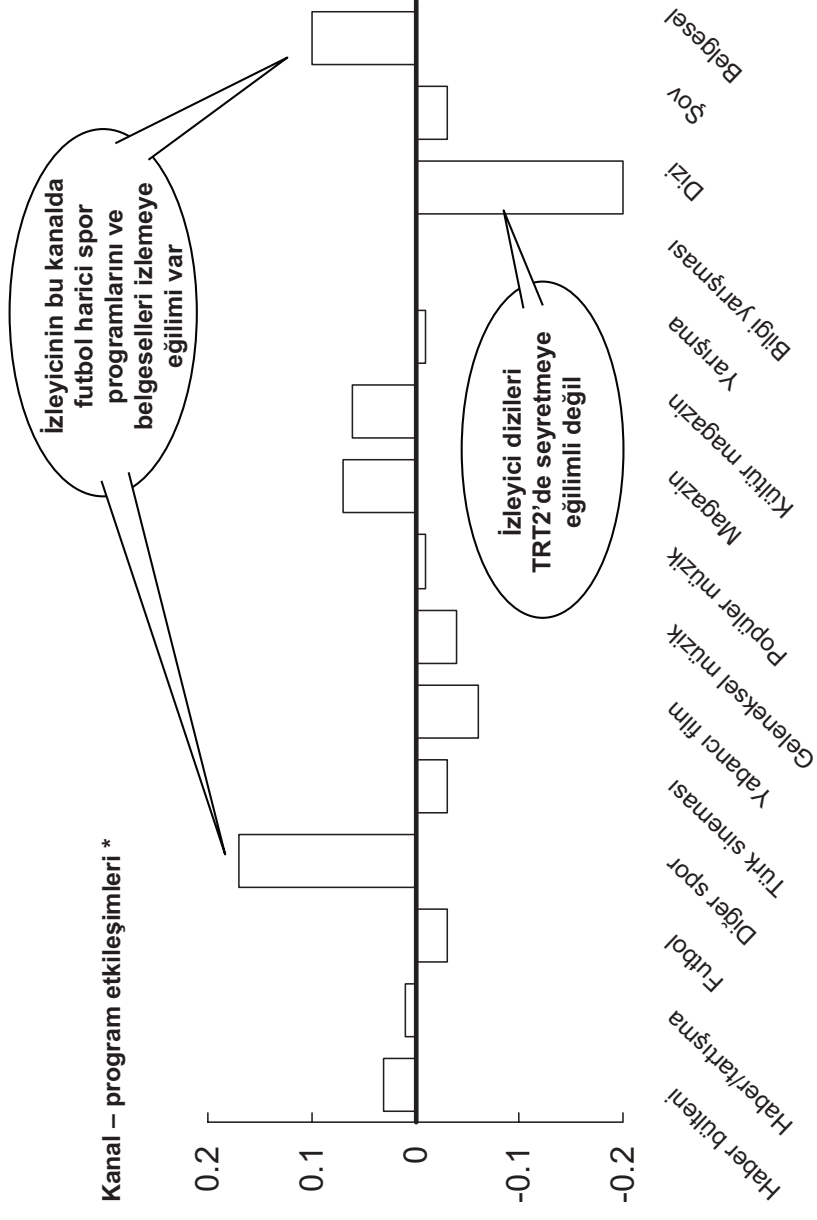


* Bir dizi karar sonucunda çıkan ve bilgisayar tarafından hesaplanan, izleyicinin karar vermesinde program veya kanalın direkt etkilerinin yanı sıra, çeşitli kanal-program kombinasyonlarının hesaba katıldığı etkinin ölçümü

Kaynak: Piyasa araştırması

Program türleri ve kanal tercihleri arasındaki etkileşim, izleyicinin belirli bir tür programı, belirli bir kanalda izleme tercihini güçlendirebilir ya da zayıflatır

KANAL - PROGRAM ETKİLEŞİMLERİ – TRT 2

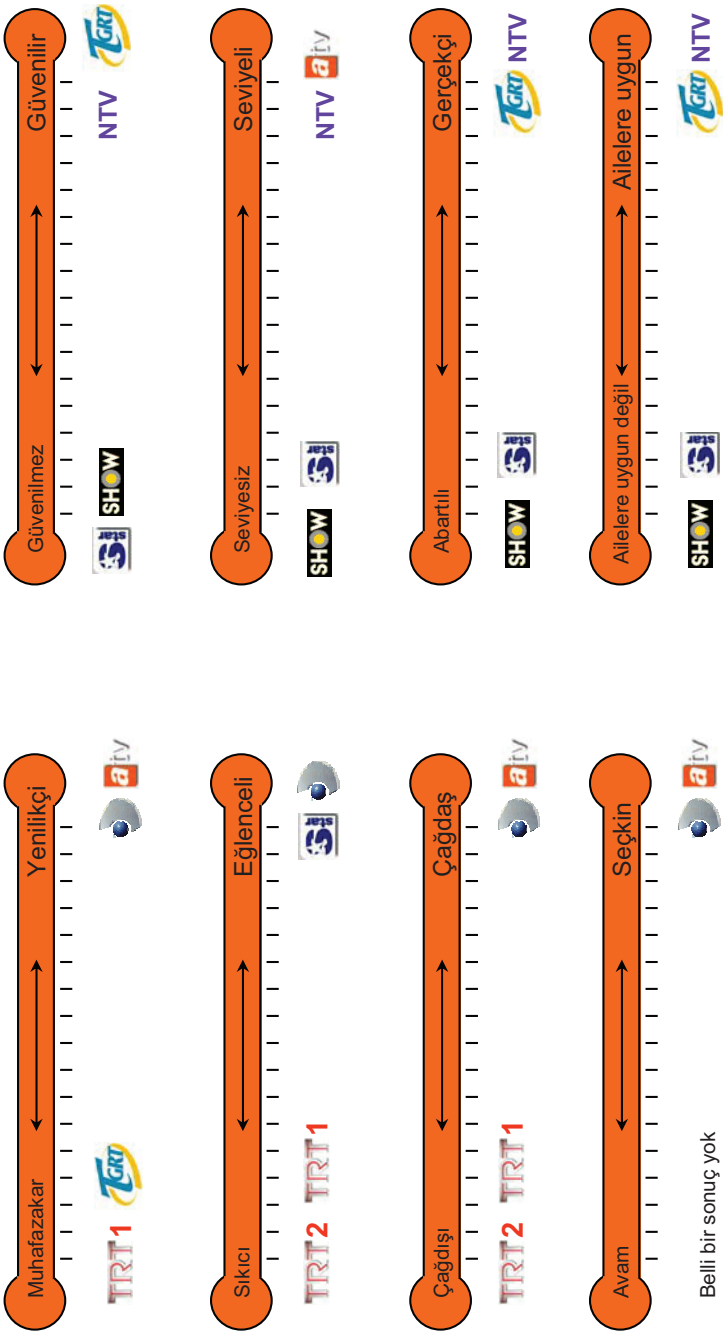


* Bir dizi karar sonucunda çıkan ve bilgisayar tarafından hesaplanan, izleyicinin karar vermesinde program veya kanalın direkt etkilerinin yanı sıra, çeşitli kanal-program kombinasyonlarının hesaba katıldığı etkin ölçümü

Kaynak: Piyasa araştırması

İzleyicilerin kanalları ne şekilde algıladığına bakıldığında TRT1 muhafazakar, TRT2 ise sıkıcı ve çağdışı olarak nitelendirilmektedir

KANAL ALGILARI



Kaynak: Piyasa araştırması

Araştırma sonucunda farklı program tercihlerine sahip dört ana hedef kitle tespit edilmiştir

SEGMENTASYON

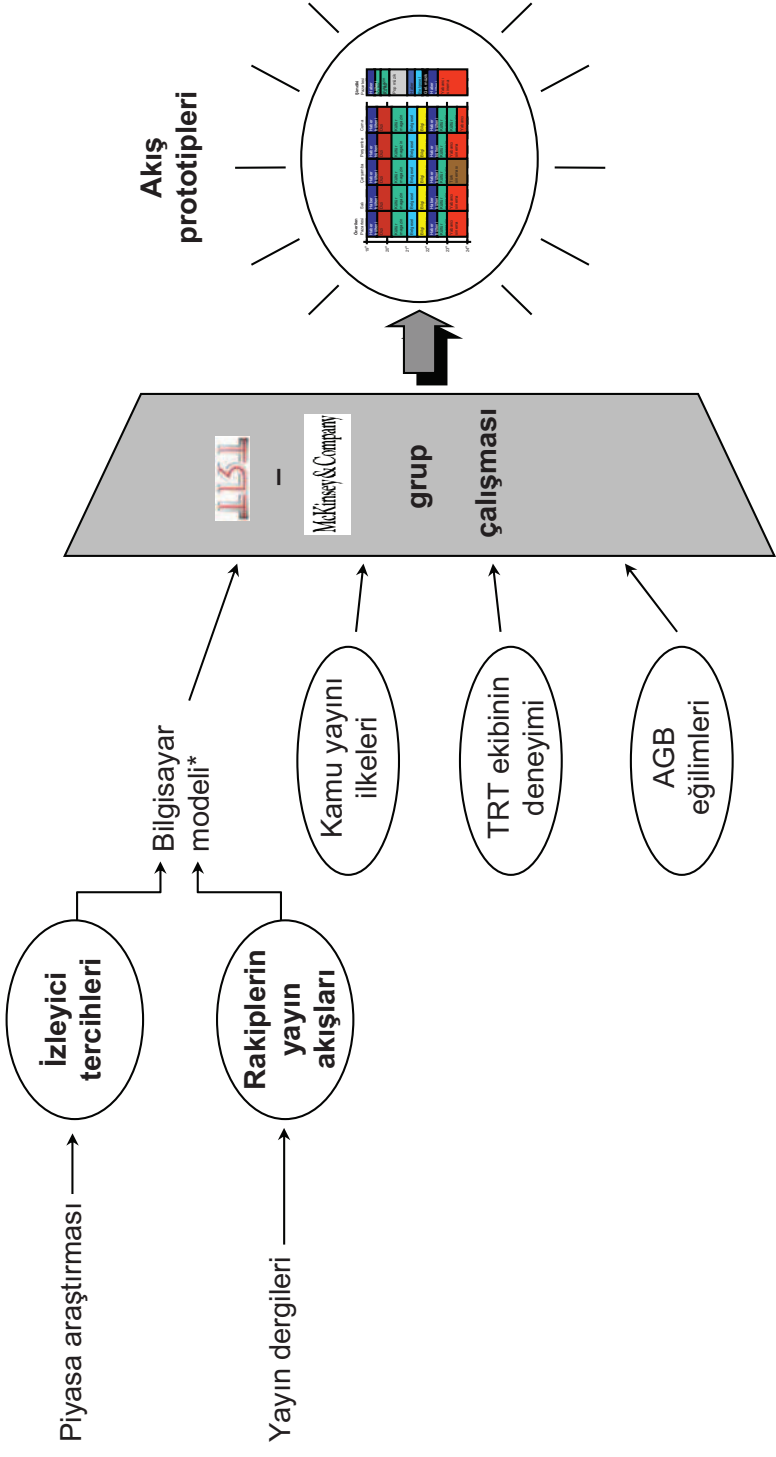
- ✓ Segmentin 1. derece sevdiği program türü
~ Segmentin 2. derece sevdiği program türü

Segmentler Program türleri	Eğlence düşünleri	Spor hayranları	Entellektüeller	Haber + drama sevenler
Diğer spor		✓		
Futbol		✓		
Geleneksel müzik				
Yarışma				
Popüler müzik	~			
Şov	✓			
Magazin	✓			
Dizi	✓			
Yabancı film	✓			✓
Türk sineması		✓	~	✓
Haber/tartışma			✓	✓
Haber bülteni			✓	✓
Belgesel		~	✓	✓
Bilgi yarışması			✓	
Kültür magazin			~	
Nüfus payları	%35	%26	%21	%18

Kaynak: Piyasa araştırması

Yayın akış prototipleri hazırlanırken sadece araştırma sonuçları değil aynı zamanda kamu yayıncılığı ilkeleri, TRT ekibinin deneyimi ve piyasada gerçekleşmiş eğilimler gibi etkenler de sürece katılmıştır

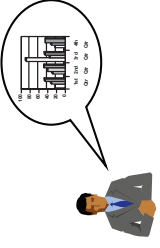
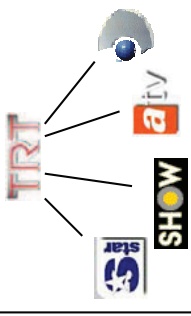
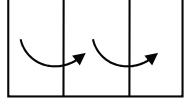
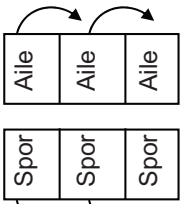
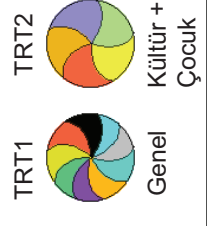
YAYIN AKIŞ PLANLANININ OLUŞTURULMASI



* Girilen rakip program türlerine karşı izleyici tercih payını hesaplayarak, optimal akışları bulan bir yazılımdır
Kaynak: McKinsey

Yayın akış prototiplerini hazırlarken, bir takım stratejik kurallara sadık kalınmıştır

STRATEJİK KURALLAR

İzleyici odaklı		Rekabet amaçlı		Alternatif programlama		Prime = popüler	
Yatay kuşaklar		Segmentleri tutma		Temalı bloklar		Kanal kimlikleri	

TRT1 YAYIN AKIŞI – HAFTA İÇİ PRIME TIME

Önerilen					Şimdiki
Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Pazartesi
19 ⁰⁰	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Dizi
	Bilgi yarışması	Bilgi yarışması	Bilgi yarışması	Bilgi yarışması	Futbol
20 ⁰⁰	Haber bülteni	Haber bülteni	Haber bülteni	Haber bülteni	Haber bülteni
	Tartışma/güncel	Tartışma/güncel	Tartışma/güncel	Tartışma/güncel	Futbol
21 ⁰⁰	Yabancı sinema	Türk sineması	Kültür magazin	Şov	Türk sineması
			Dizi	Yabancı sinema	
22 ⁰⁰	Haber tartışma	Geleneksel müzik	Haber tartışma	Yabancı sinema	Şov
		Belgesel		Dizi	Kültür magazin
23 ⁰⁰					
24 ⁰⁰					

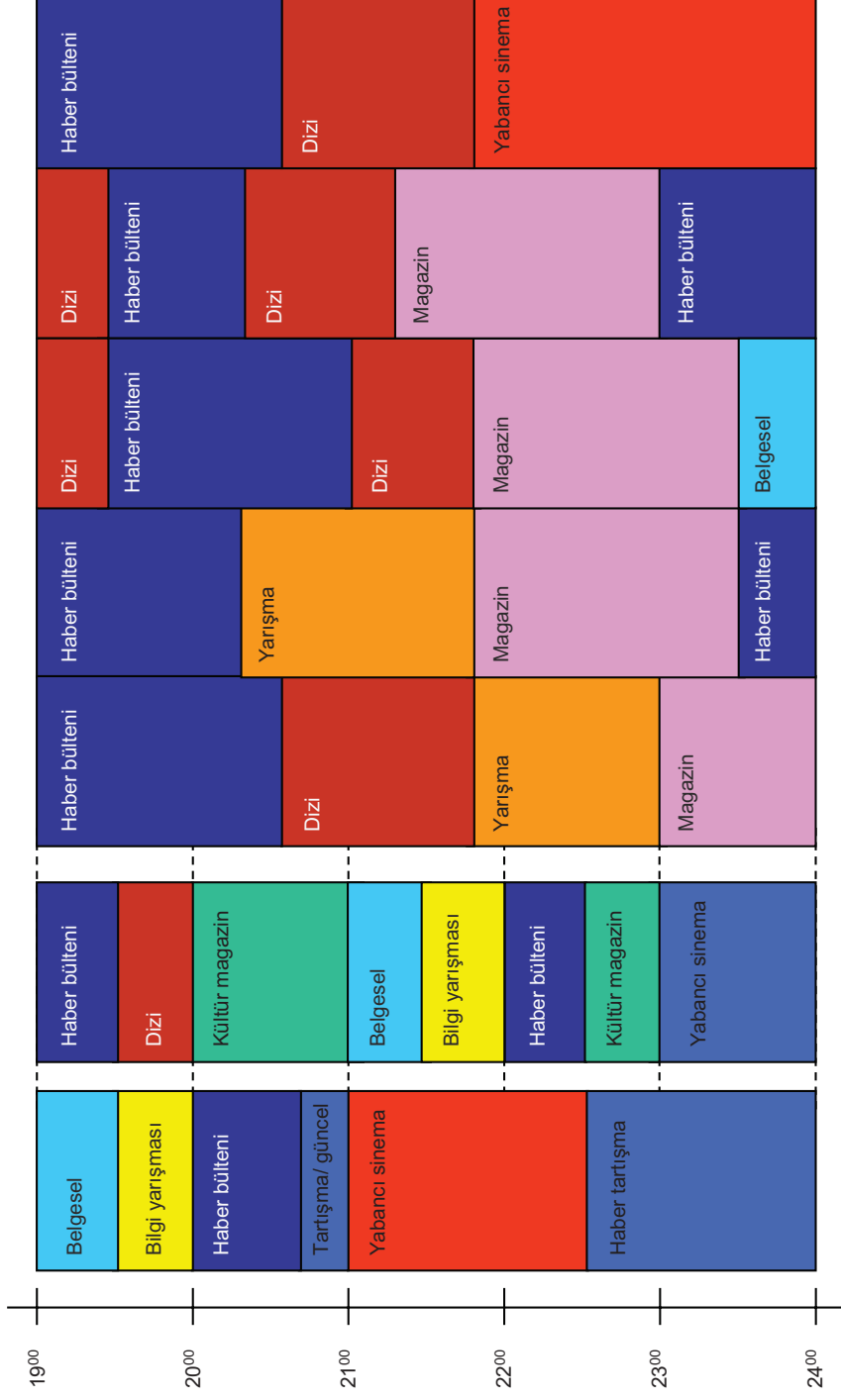
Kaynak: Y.A.P. Ekibi

TRT2 YAYIN AKIŞI – HAFTA İÇİ PRIME TIME

Önerilen					Şimdiki
Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Pazartesi
Haber bülteni	Haber bülteni	Haber bülteni	Haber bülteni	Haber bülteni	Haber bülteni
Dizi	Dizi	Dizi	Dizi	Dizi	Kültür magazin
Kültür magazin	Kültür magazin	Kültür magazin	Kültür magazin	Kültür magazin	Kültür magazin
Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Pop müzik
Bilgi yarışması	Bilgi yarışması	Bilgi yarışması	Bilgi yarışması	Bilgi yarışması	Haber tartışma
Haber bülteni	Haber bülteni	Haber bülteni	Haber bülteni	Haber bülteni	Belgesel
Kültür magazin	Kültür magazin	Kültür magazin	Kültür magazin	Kültür magazin	Gel. müzik
Yabancı sinema	Yabancı sinema	Türk sineması	Yabancı sinema	Kültür magazin	Haber bülteni
				Yabancı sinema	Yabancı sinema

Kaynak: Y.A.P. Ekibi

TRT VE DİĞER KANALLAR – PAZARTESİ PRIME TIME



TRT 1

önerilen

TRT 2

önerilen

a tv

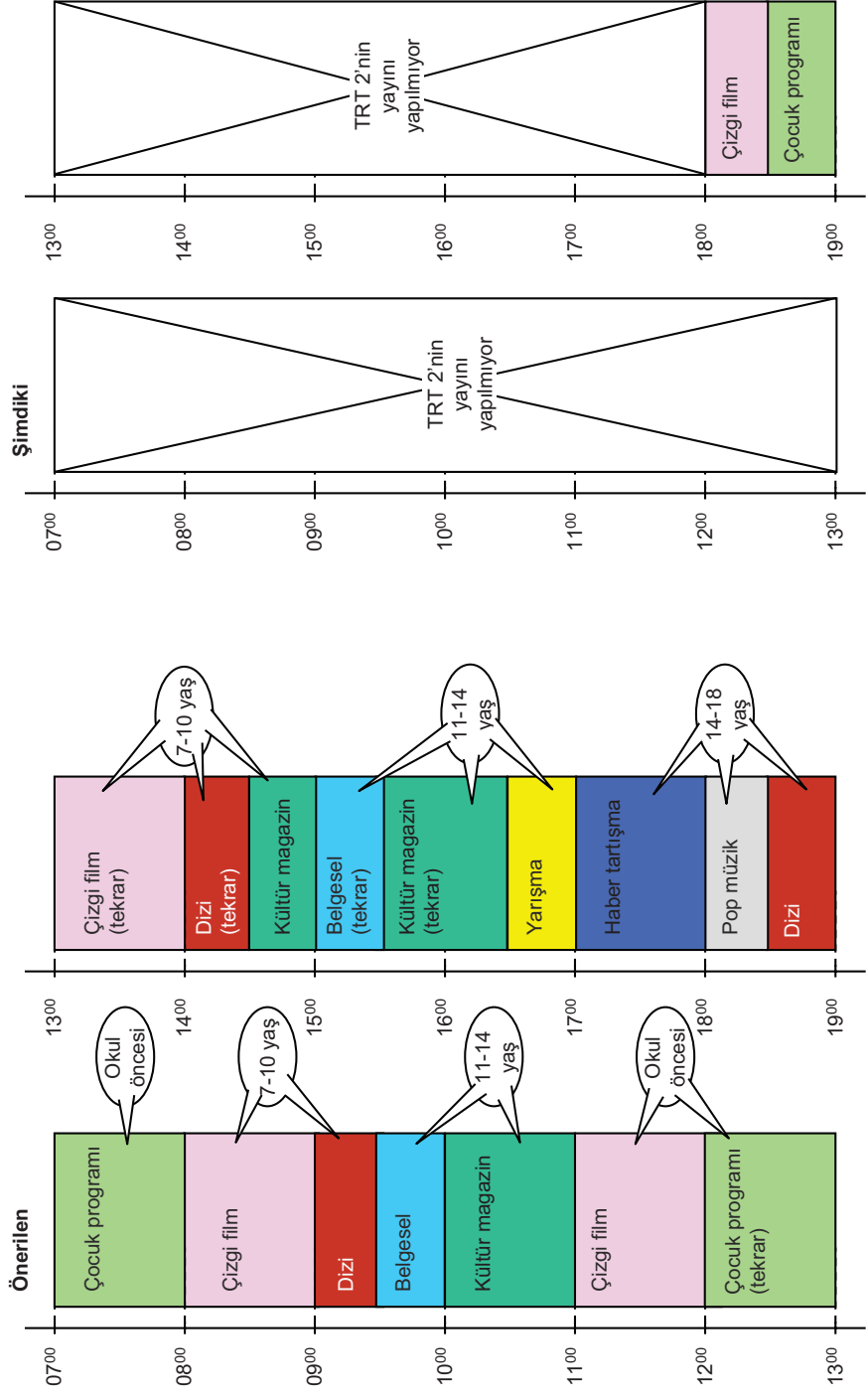
SHOW

Star

TRT

Kaynak: Y.A.P. Ekibi

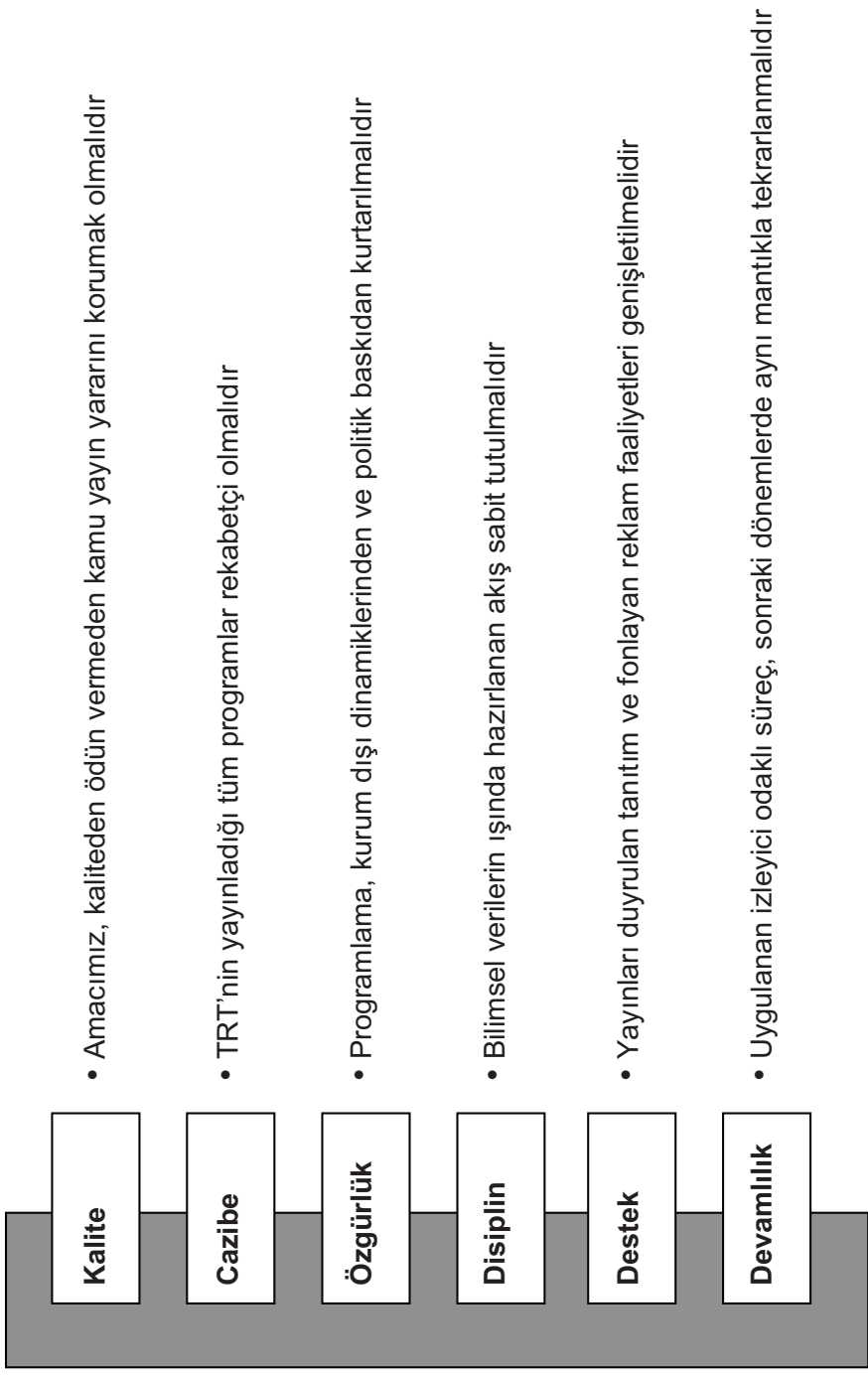
TRT2 YAYIN AKIŞI – HAFTA İÇİ GÜNDÜZ



Kaynak: Y.A.P. Ekibi

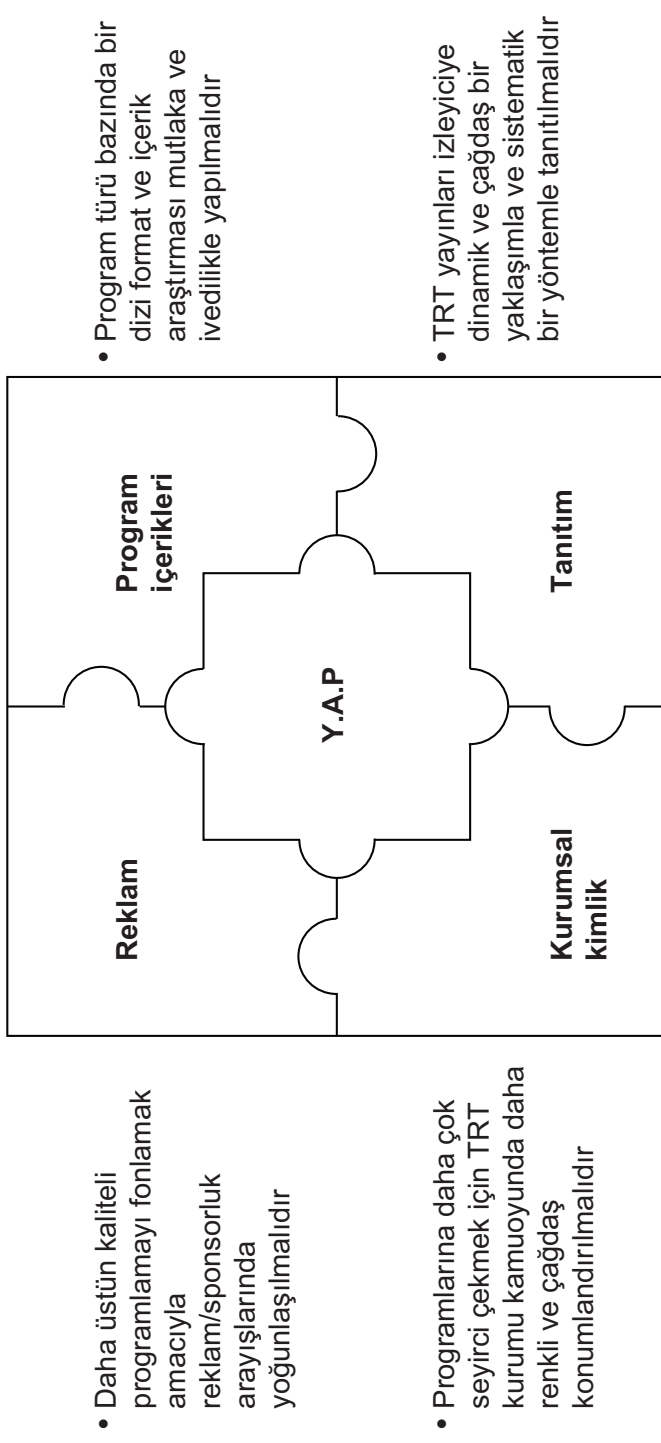
Yayın akış prototipi hazırlanırken, dayandığı “olmazsa olmaz” temel ilkeler sürekli ön plana çıkmıştır

“OLMAZSA OLMAZ” İLKELER



Yayın akış planlamasından üst düzeyde verim alabilmek için destek işlevler ödün verilmeden yerine getirilmelidir

DEVAM EDEN DEĞİŞİM



Kaynak: Y.A.P. Ekibi

İÇERİK

-
- Değişim projesi'nde son durum
 - Alt projeler
 - Organizasyonel yeniden yapılanma
 - Yayın akış planlaması

– Tanıtım

- Bütçe planlama/maliyet muhasebesi
 - Gelecek adımlar
-

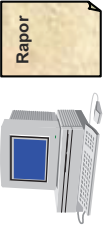
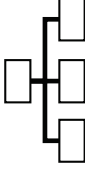
TRT'nin fragman yayın politikası daha çağdaş bir çizgiye getirilmelidir

FRAGMAN YAYIN POLİTİKASI

Şimdi	Gelecekte
• Dolgu malzemesi olarak kullanılıyor • Tarzı tekdüze ve cazip değil • Yayın yerleri uygun değil • Yapımcılar ile tanıtım grubu arasında iletişim kopuklukları var • Kurum ve kanal tanıtımları ve imaj oluşturma yapılamıyor	• İzleyiciyi bilgilendirip çekmek için kullanılacak • Daha çağdaş ve dinamik bir fragman tarzı oluşturulacak • Hedef kitle ve program önem sıraları dikkate alınarak yerleştirilecek • Merkezi bir fragman birimi oluşturularak üretim sürecinde düzen ve disiplin sağlanacak • Kurum ve kanal imajı, yapılacak tanıtımlarla güçlendirilecek

Tanıtım ekibinin fragman yayın politikasıyla ilgili çalışmaları devam etmektedir

FRAGMANLA İLGİLİ ÇALIŞMA ALANLARI

	Fragmanların yerleştirilmesi	Fragmanları günlük yayın akışına yerleştiren bir bilgisayar programının oluşturulması
	Fragman tarzı ve formatı	- Fragmanların tasarımı, metin, renk, ses, müzik ve grafik özelliklerinin belirlenmesi - Değişik fragman şekillerinin ve sürelerinin belirlenmesi
	Örgüt şeması	- İhtisaslaşmış kadroların oluşturulması - Fragman ünitesinin görev tanımlarının yapılması
	Teknik cihazlar	Fragman yapım ve yayın sürecinde gerekli olan teknik cihazların tespiti
	Yapım süreci	Fragman yapım ve yayın sürecinin belirlenmesi, tanıtım grubunun yapımcılarla olan ilişkisinin düzenlenmesi

Kaynak: Tanıtım Ekibi

Fragmanların programlara yerleştirilmesi objektif kriterlere dayanarak yapılmalıdır

FRAGMAN YERLEŞTİRME ÖNERİSİ

ÖRNEK

Günlük rapor sayfası		
Yayın zamanı	Seçilen programın adı	Fragmanın adı
15 ⁰⁰ -15 ³⁰	İngilizce	Ay Savaşçısı Gürültücü Ormanın Hayvanları Sihirli Otobüs
15 ³⁰ -16 ³⁰	İnanç Dünyası	Bu Toprağın Sesi Perde Arkası
16 ³⁰ -18 ⁰⁰	Türk Sineması "Asi Kalpler"	Türk Sineması "Kalbimin Sahibi" Haber 18 Perde Arkası Politika Kulvarı
18 ⁰⁰ -19 ⁰⁰	Haber 18	Türk Sineması "Kalbimin Sahibi" Perde Arkası Politika Kulvarı

Hedef kitleye göre :
Örnek : Çocuklara hitap eden programlarda çocuk programları tanıtılır

Önem sırasına göre :
Örnek : Prime time programı daha çok tanıtılır

Belirlenen sayıda :
Örnek : Hedeflenen sayıyı aşmadan uygun yerlere dağıtılır

İÇERİK

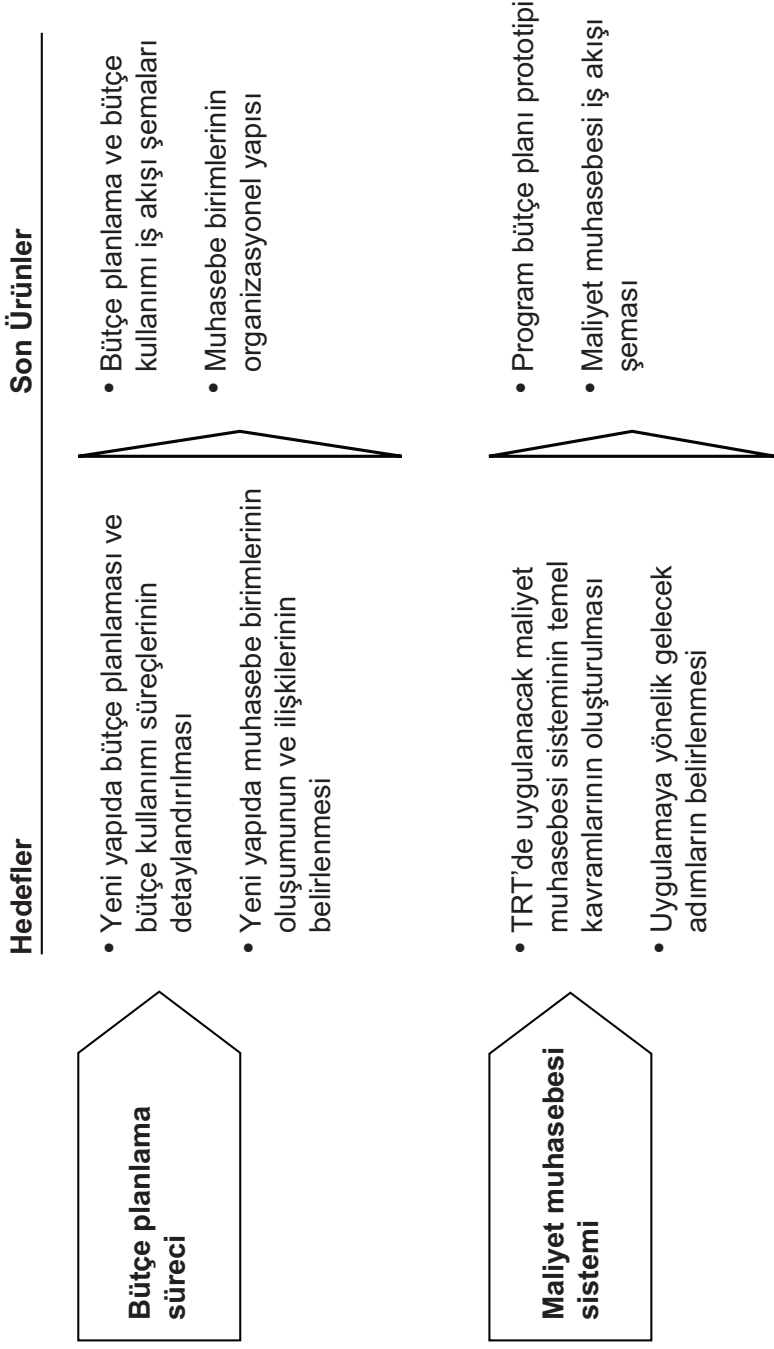
-
- Değişim projesi'nde son durum
 - Alt projeler
 - Organizasyonel yeniden yapılanma
 - Yayın akış planlaması
 - Tanıtım

– Bütçe planlama/maliyet muhasebesi

- Gelecek adımlar
-

Finans çalışmalarında yeni organizasyonel yapıyı ve yeni yapım sürecini baz alan bütçe planlama süreci ve maliyet muhasebesi sisteminin temel kavramları oluşturuldu

YENİ YAPIYI TEMEL ALAN FİNANS ÇALIŞMALARI



Yeni bütçe planlama süreci ve maliyet muhasebesiyle ilgili temel ilkeler ortaya kondu

BÜTÇE PLANLAMA VE MALİYET MUHASEBESİ- TEMEL İLKELER

Temel ilkeler

Bütçe planlama süreci

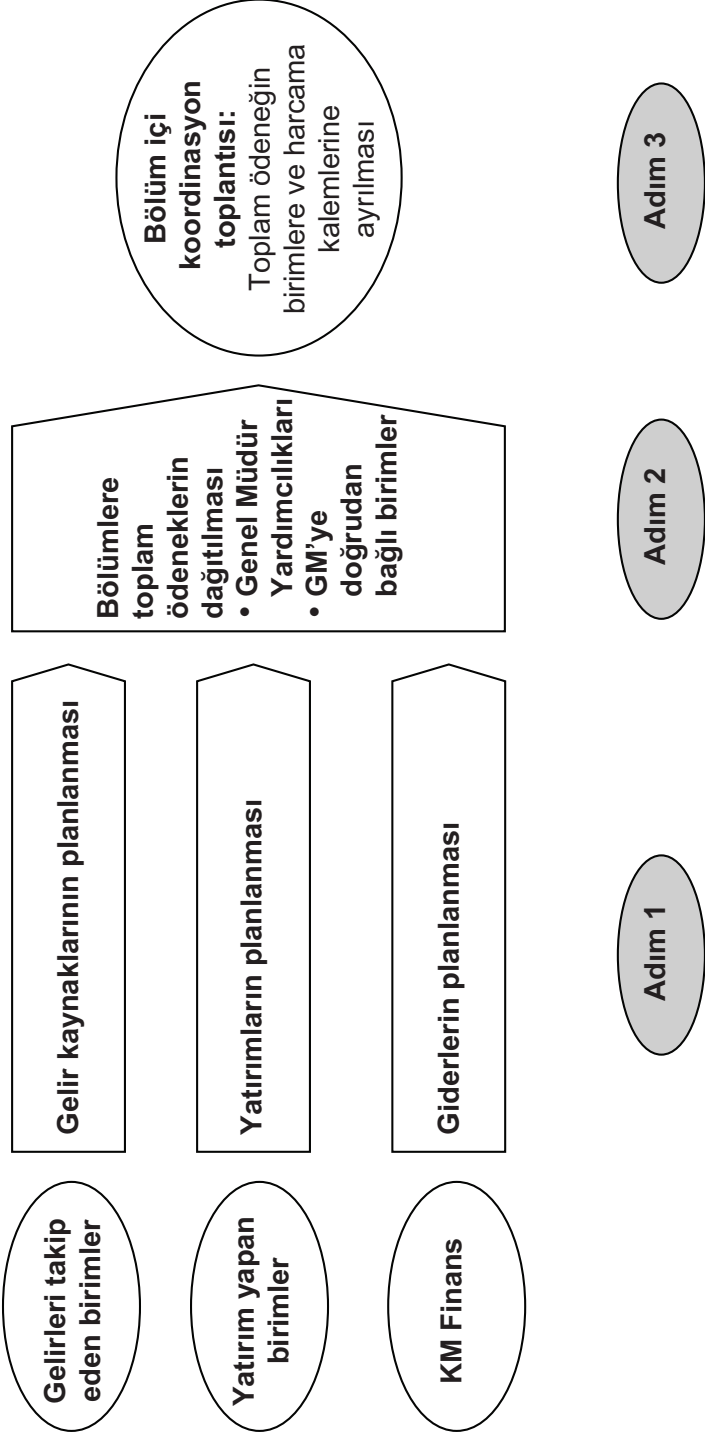
- ! Kurumsal Merkez'in bölümlere global ödenekleri dağıtması
- ! Bölümlerin global ödenek disiplini içinde detaylı bütçe planı yapma esnekliğine sahip olması

Maliyet muhasebesi sistemi

- ! Öncelikli hedefin program maliyeti olması
- ! Yapımcının detaylı bir program bütçe planı hazırlaması
- ! Kurum içi kaynakların maliyete dayalı fiyatlandırılması ve program maliyetine katılması
- ! Genel işletme giderlerinin program maliyetine sonradan dağıtılması

Yeni bütçe planlama sürecindeki temel fark, bölümlere belirlenen toplam ödenek disiplini içinde planlama esnekliği vermesidir

BÜTÇE PLANLAMA SÜRECİ



Toplam ödeneği Kurumsal Merkez Finans birimi tarafından belirlenen bölüm, detaylı ödenek dağılımına bölüm içi koordinasyon toplantısıyla karar verir

TOPLAM BÜTÇENİN DAĞITILMASI : ÖRNEK – KANAL YÖNETİMİ

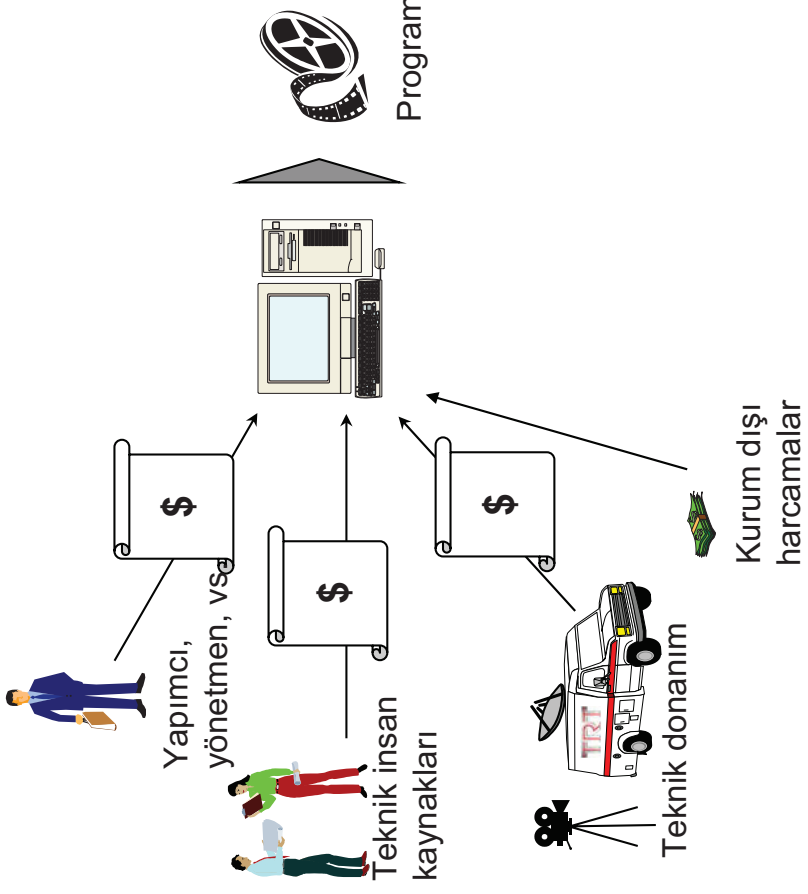
KM Finans bölüm bazında toplam ödeneği belirler	Kanal yönetimi bütçe planı					
	Kanal yönetimi			Destek birimleri		
	TV1	TV2		R1	R2	
Program						
Personel						
Malzeme						
Eğitim						
Seyahat						
•						
•						
Toplam						

	İdari - Mali GMY	Kanal yönetimi	Yapım	Haberler	Produksiyon kaynakları	GM'ye bağlı herbir birim
Toplam ödenek	TL.....	TL.....	TL.....	TL.....	TL.....	TL.....

TRT’de uygulanacak maliyet muhasebesi sisteminin öncelikli hedefi program maliyetinin ölçülmesidir

MALİYET MUHASEBESİ SİSTEMİNİN HEDEFLERİ

Öncelikli hedef : Program maliyeti

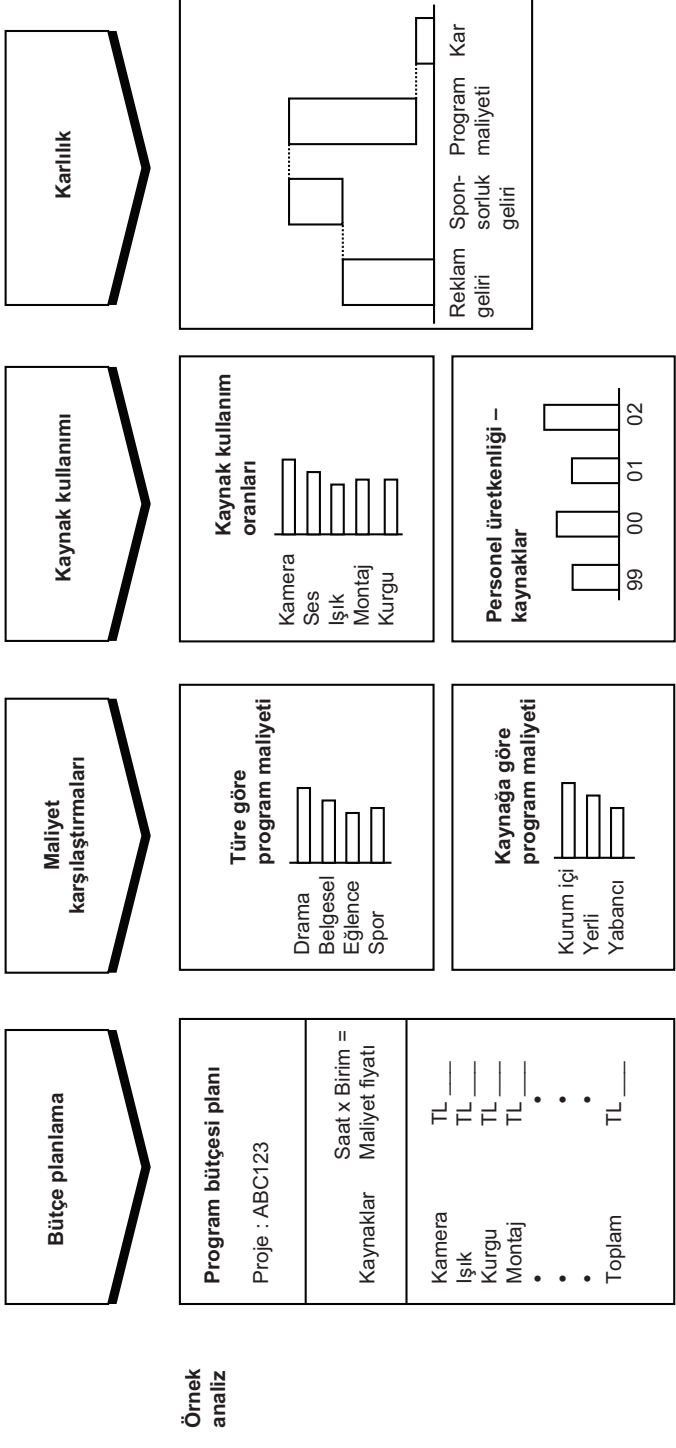


Diğer hedefler

- Her birim maliyetinin belirlenmesi
- Yayın maliyetlerinin belirlenmesi

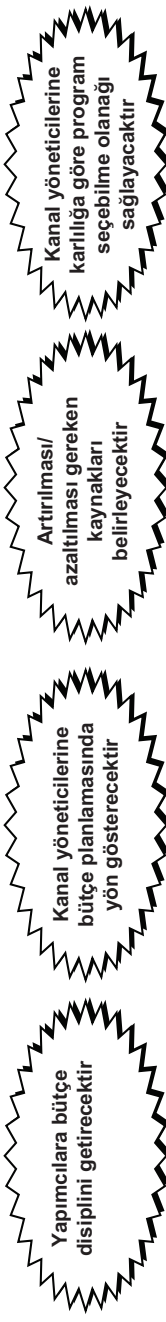
Program maliyetinin ölçülmesi verimlilik ve karlılık analizlerine temel teşkil edecektir

MALİYET MUHASEBESİ SİSTEMİYLE YAPILABİLECEK ANALİZLER



Örnek analiz

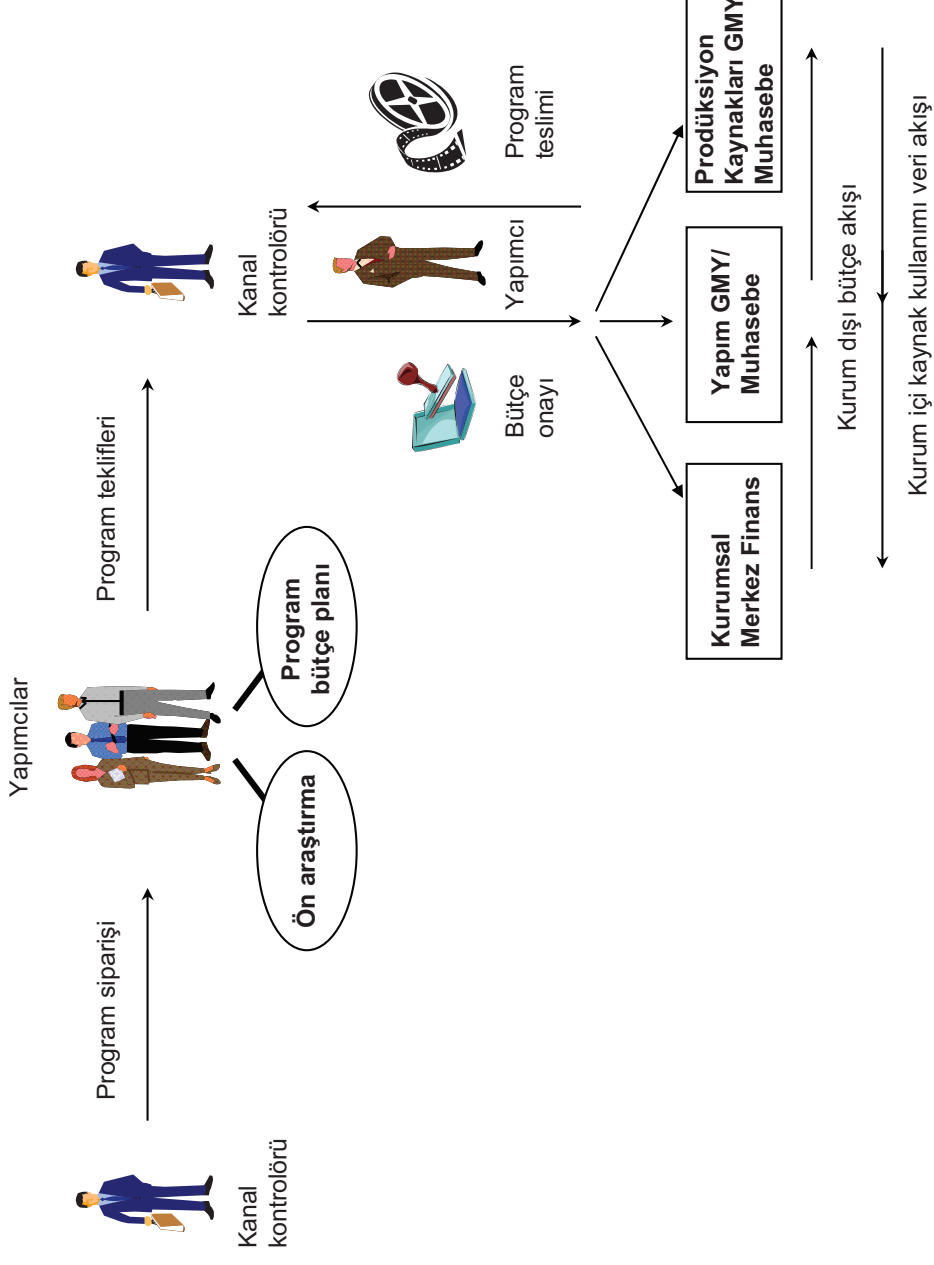
Fayda



Kaynak: Maliyet Muhasebesi Grubu

Genel maliyet muhasebesi süreci siparişiyle başlayıp programın teslimine kadar sürer

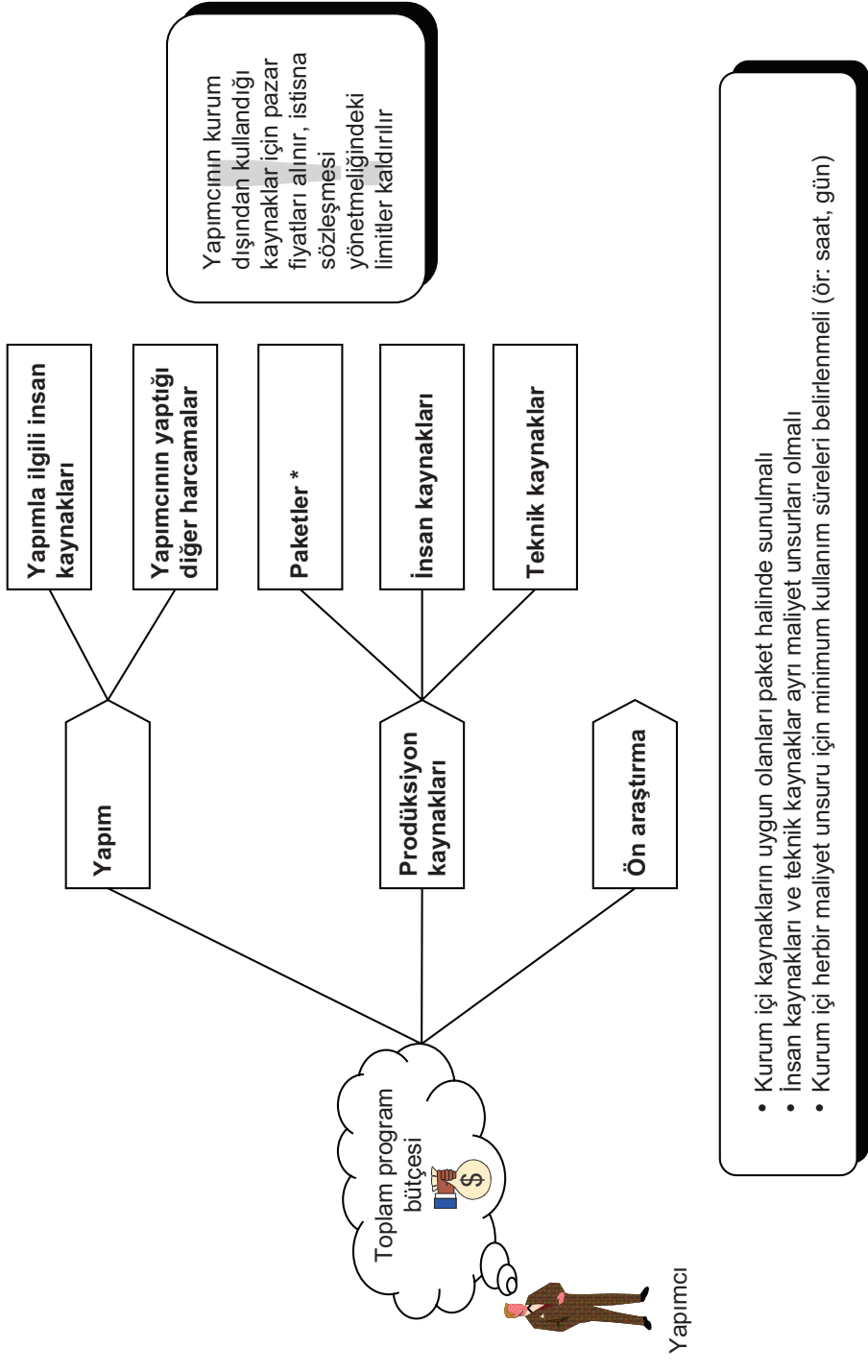
GENEL MALİYET MUHASEBESİ SÜRECİ



Kaynak: Maliyet Muhasebesi Grubu

Program bütçe planı yapım, prodüksiyon kaynakları ve ön araştırmayla ilgili maliyet unsurlarından oluşacaktır

PROGRAM BÜTÇE PLANI BİLEŞENLERİ



* Yapımcının bütçe planlamasını kolaylaştırmak için birarada sunulan prodüksiyon kaynakları (ör: stüdyolar)

Kaynak: Maliyet Muhasebesi Grubu

Oluşturulacak maliyet muhasebesi sisteminin hedefi programların gerçek maliyetini ölçmek olduğundan, TRT’de maliyete dayalı fiyatlama yöntemi kullanılmalıdır

TRANSFER FİYATLARINI BELİRLEME YÖNTEMLERİ

Yöntemlerin yararlılık analizleri

✓ Sağlıyor
x Sağlamıyor

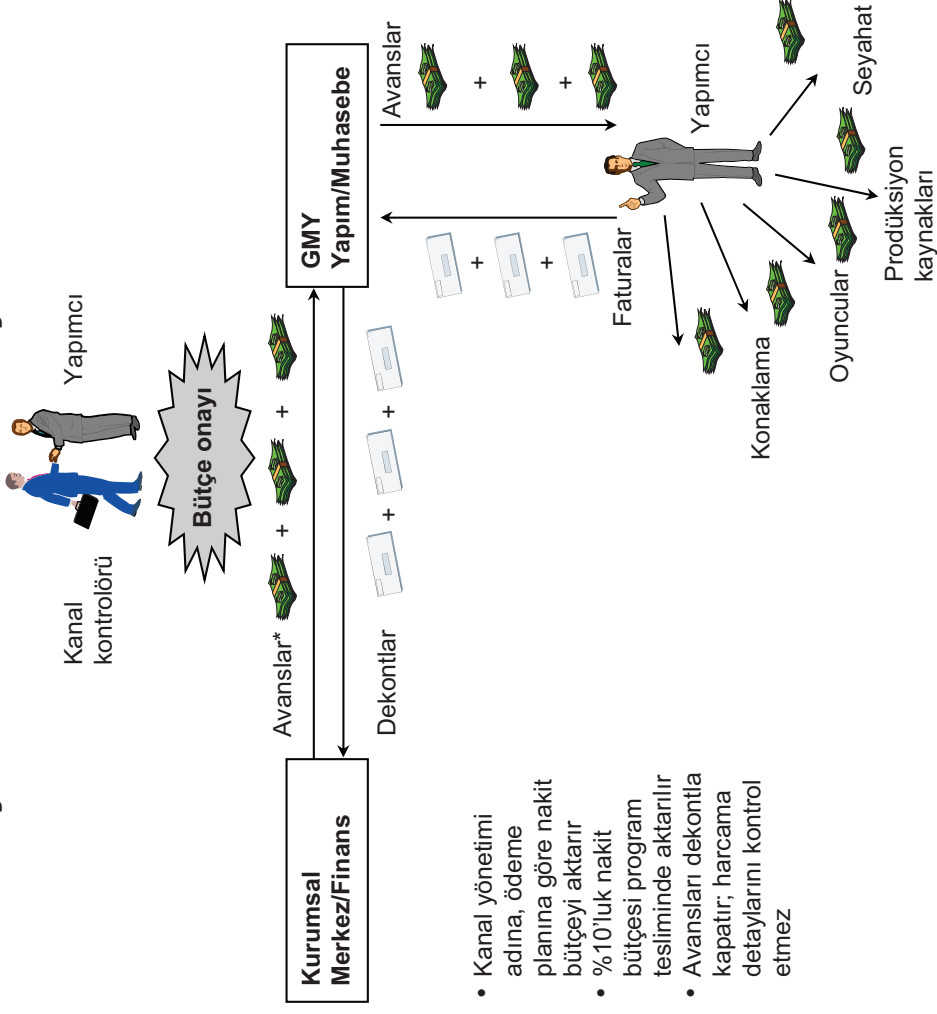
	Fiyatlama yöntemleri	
	Pazara dayalı	Maliyete dayalı
Bütçe planlama ve bütçe disiplini	✓	✓
Türüne göre program maliyeti karşılaştırmaları	✓	✓
Kaynağına göre program maliyeti karşılaştırmaları	x	✓
Gerçekçi program karlılığı hesaplamaları	x	✓
	 Temel hedef Prodüksiyon kaynakları bölümünün kendi karlılığını değerlendirmesi (ör: ZDF uygulaması)	 Temel hedef Kurum içi maliyet bilincinin yaratılması (ör: BBC uygulaması)

TRT için uygun görülen fiyatlama yöntemi

Kaynak: Maliyet Muhasebesi Grubu

Kurum dışı harcamalar Kanal Yönetiminden Yapım Bölümüne avanslar halinde gönderilecek bütçeyle karşılanır

KURUM DIŞI HARCAMALARDA BÜTÇE KULLANIMI

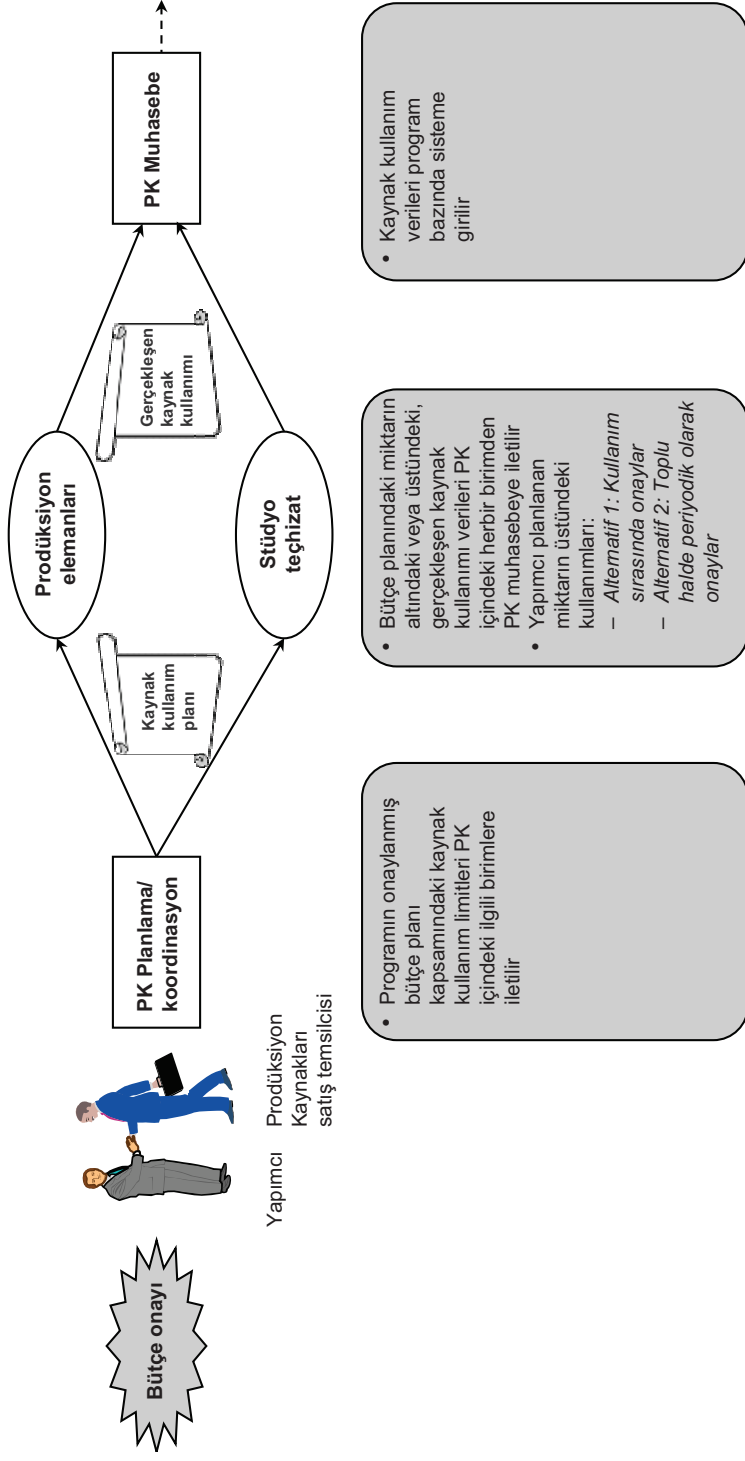


* Yapımcı, muhasebenin planlama yapmasını kolaylaştırmak için ilk avansı almadan 15 gün önce KM Finans'ı bilgilendirir

Kaynak: Maliyet Muhasebesi Grubu

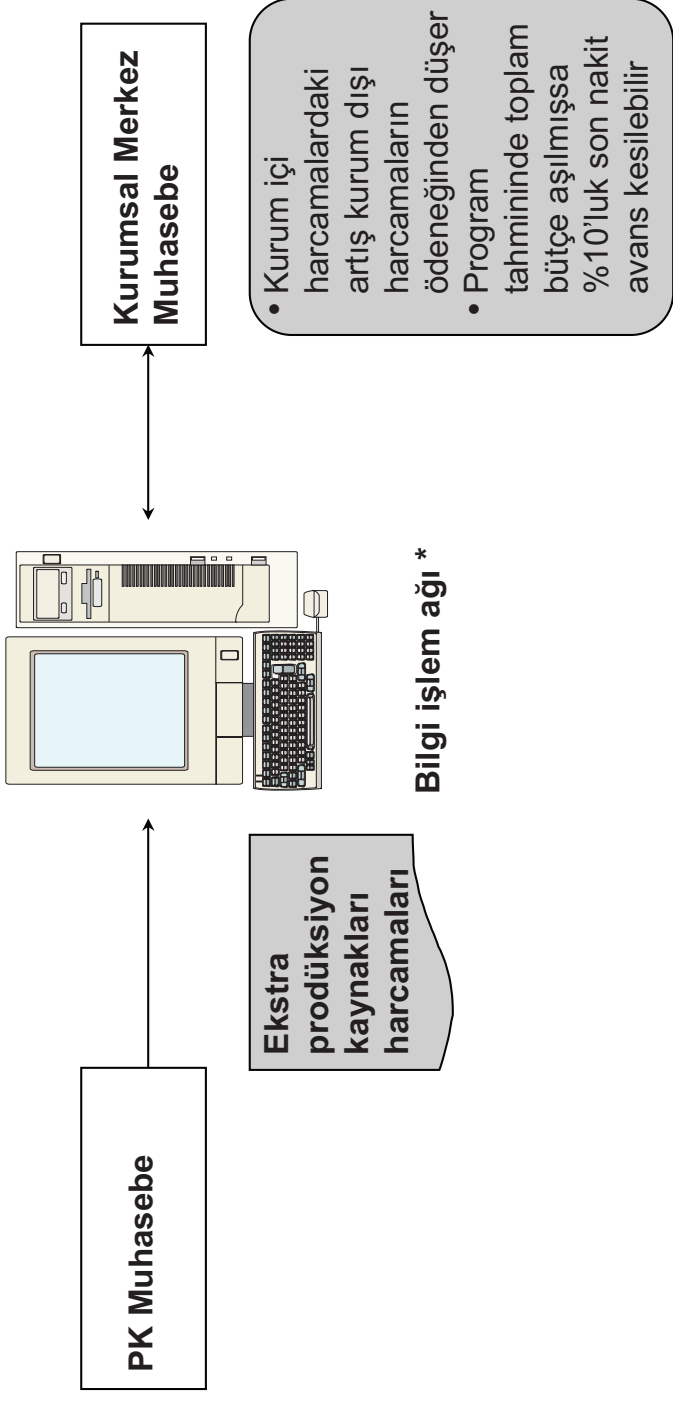
Kurum içi harcamalarda bütçe kullanımı büyük ölçüde program bütçe planına dayanır

KURUM İÇİ HARCAMALARDA BÜTÇE KULLANIMI (1/2)



Kurum içi harcamalardaki artış kurum dışı bütçe ödeneginden düşülür

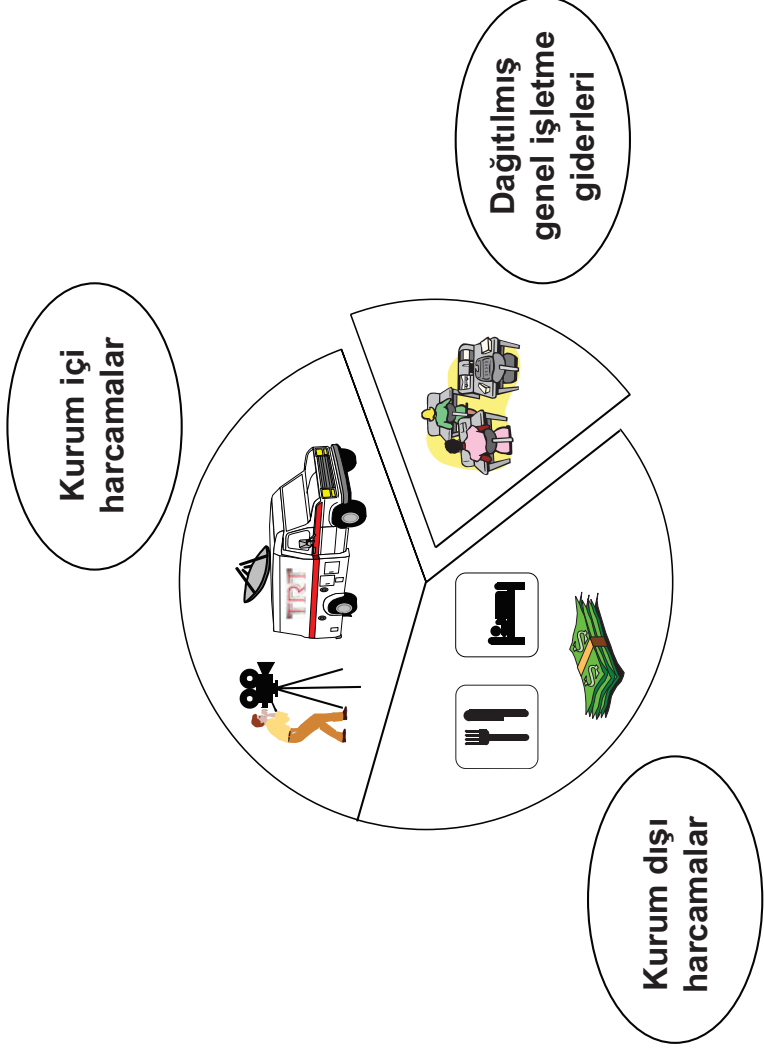
KURUM İÇİ HARCAMALARDA BÜTÇE KULLANIMI (2/2)



* Bilgi işlem ağı, yapımla ilgili verilerin Prodüksiyon Kaynaklarından KM Finans ve Yapım Muhasebeye akmasını sağlamalıdır
Kaynak: Maliyet Muhasebesi Grubu

Dağıtılmış genel işletme giderlerinin eklenmesiyle toplam program maliyeti ortaya çıkar

TOPLAM PROGRAM MALİYETİ



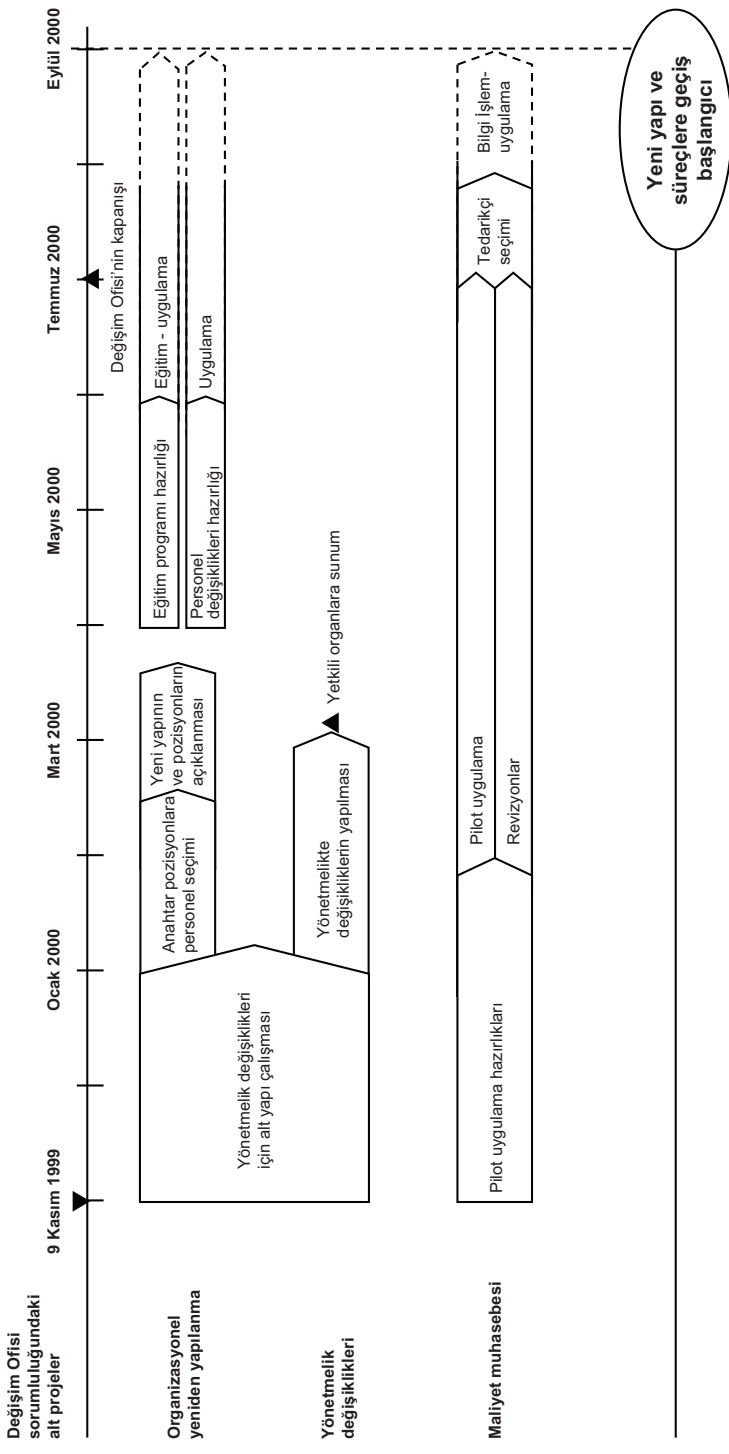
İÇERİK

-
- Değişim projesi'nde son durum
 - Alt projeler
 - Organizasyonel yeniden yapılanma
 - Yayın akış planlaması
 - Tanıtım
 - Bütçe planlama/maliyet muhasebesi

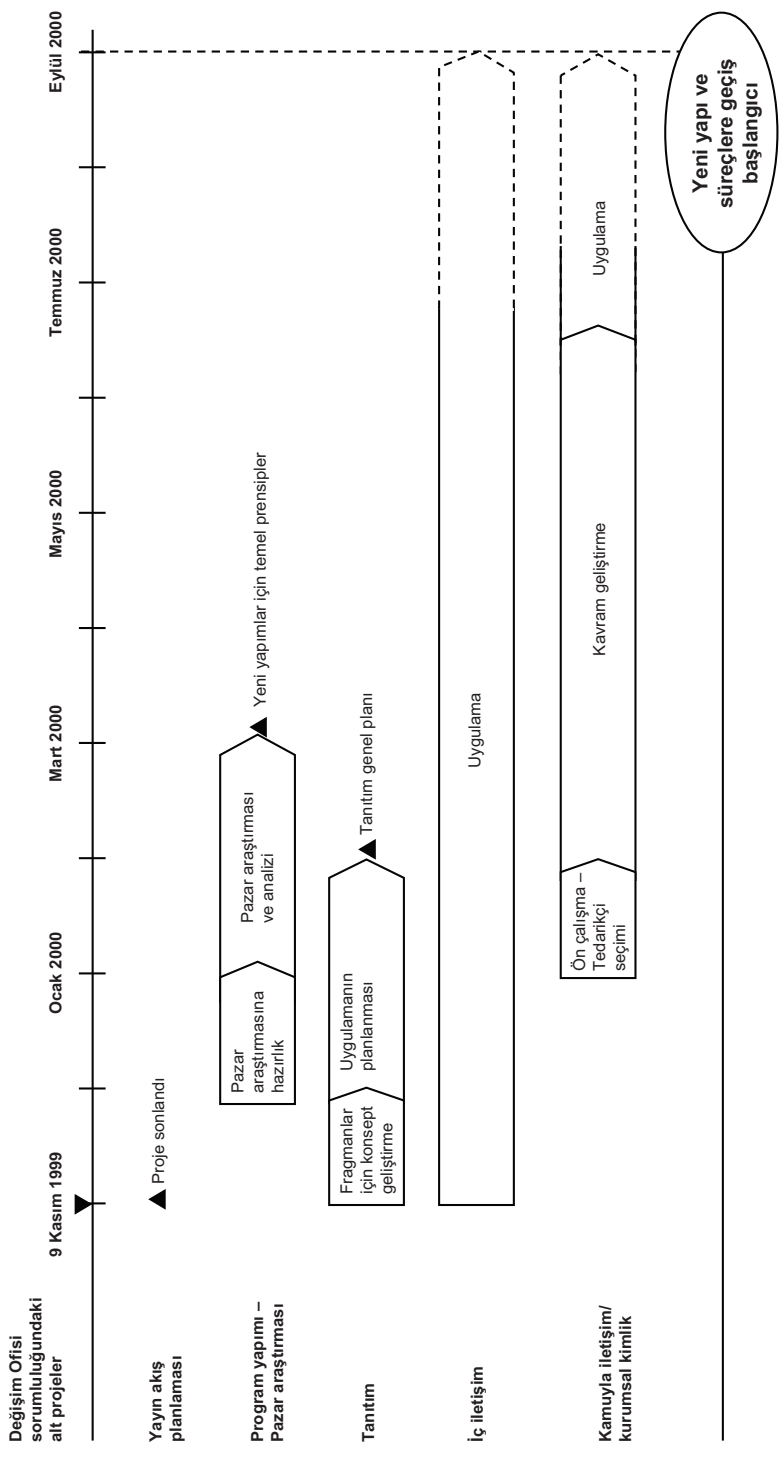
• Gelecek adımlar

2000 yılı sonbaharında yeni sistemin uygulamasına geçebilmek için değişim ofisi alt projelerinde disiplinli bir çalışmaya ihtiyaç var

UYGULAMA İÇİN YAPILMASI GEREKENLER (1/2)

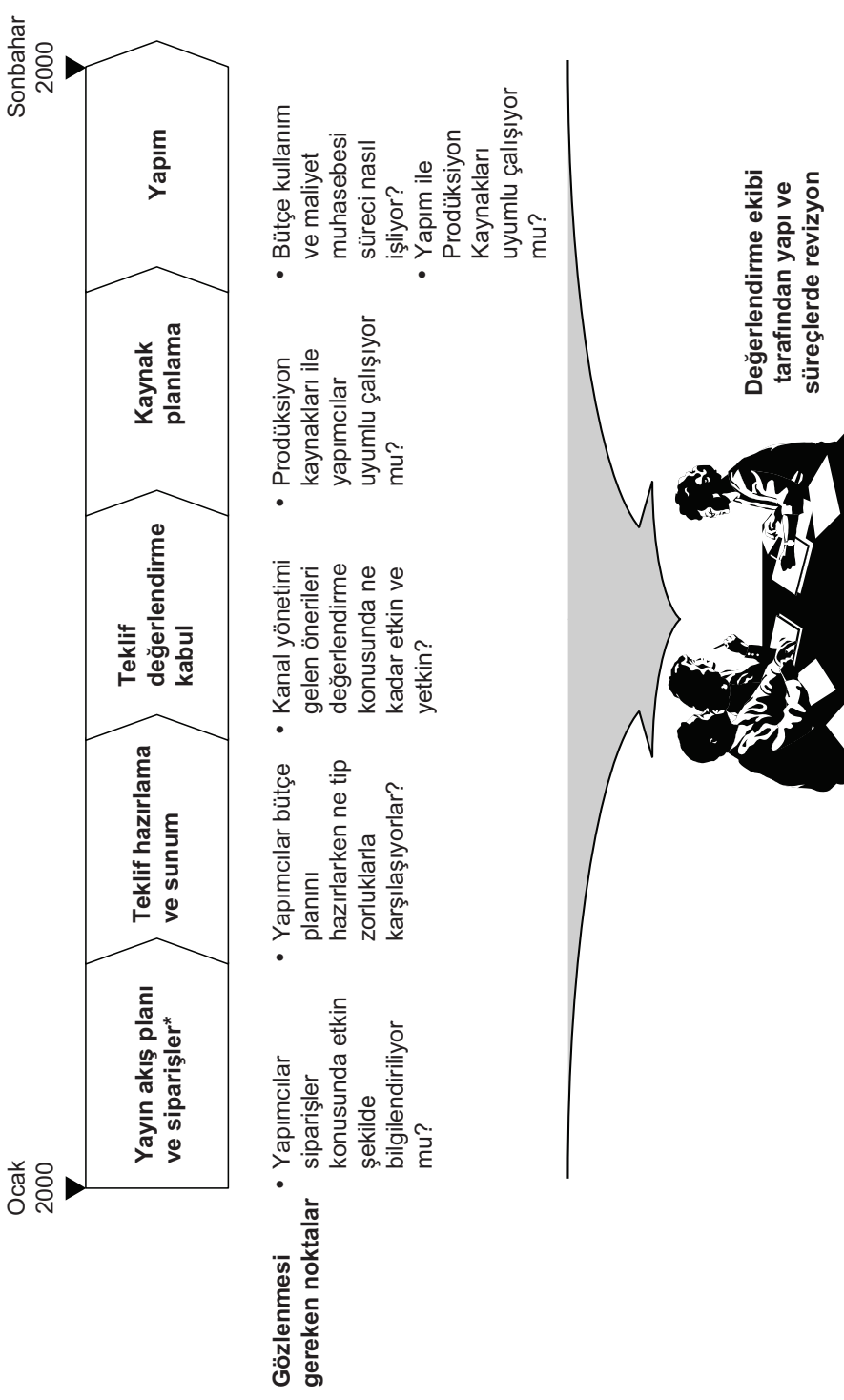


UYGULAMA İÇİN YAPILMASI GEREKENLER (2/2)



Değişim programı devam ederken yapılacak pilot uygulamalar yolu ile işleyişte meydana gelebilecek aksaklıklar ortaya çıkarılmalı ve gerekli revizyonlar yapılmalıdır

PILOT UYGULAMA : PROGRAM SIPARIŞ VE YAPIM SÜRECİ

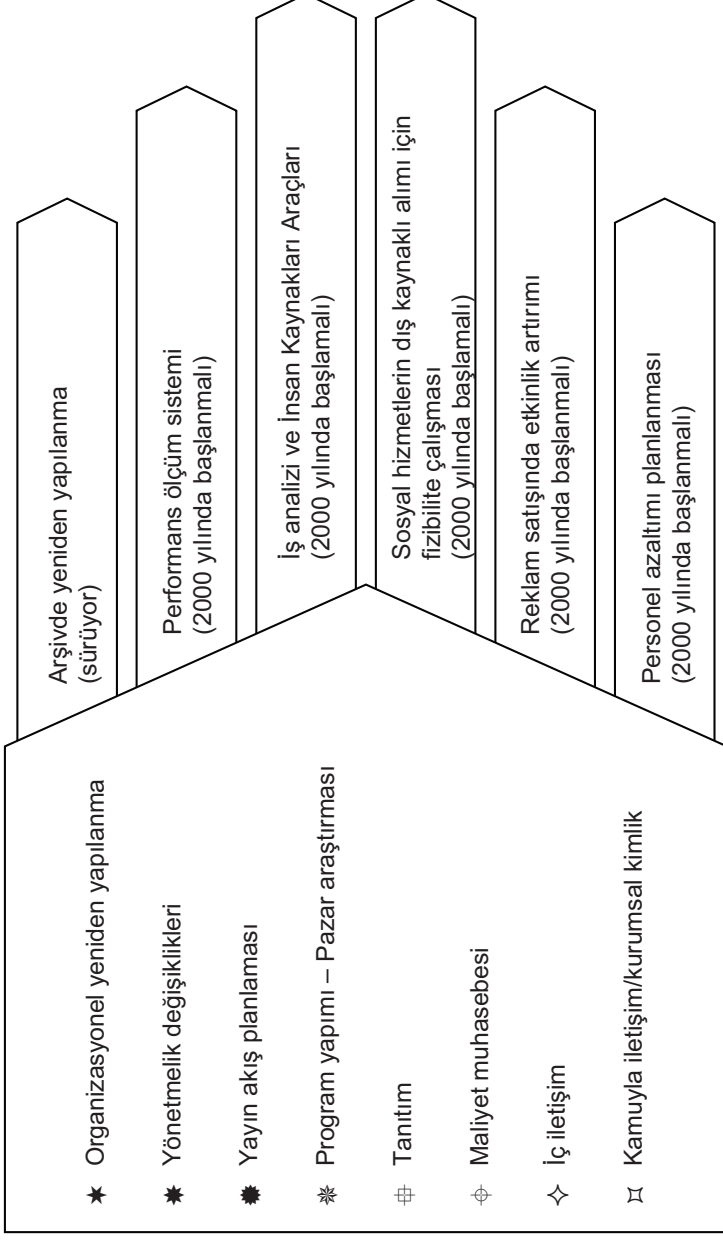


* 2000 sonbahar dönemi için farklı özellikler gösteren birkaç program türünün (canlı yayın, drama, belgesel, vs.) sipariş edilmesi

Kaynak: McKinsey

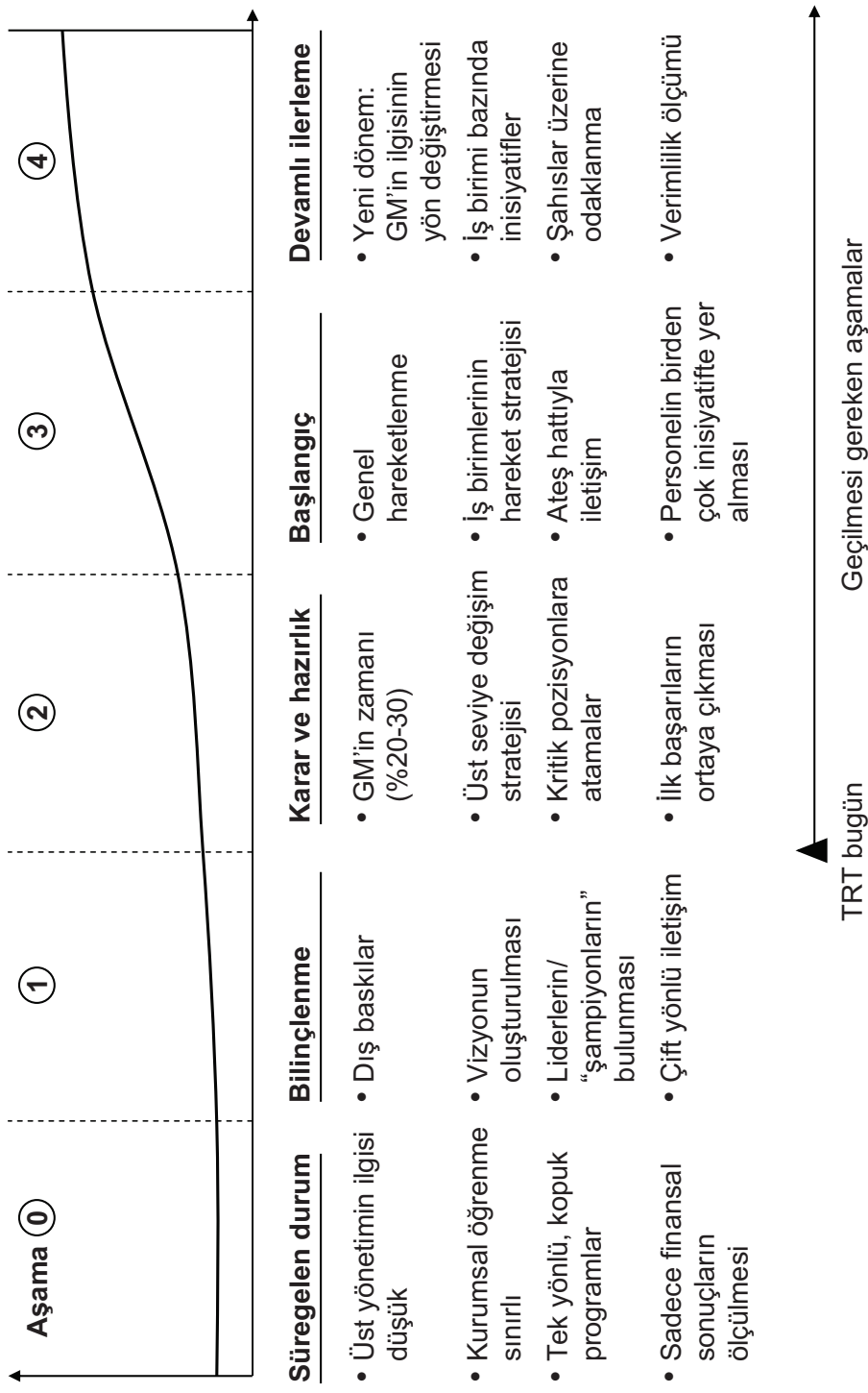
Yeni yapıya geçişin sağlıklı olabilmesi için Değişim Ofisi dahilinde yürütülen projeler diğer projelerle desteklenmelidir

DEĞİŞİM PROGRAMINA DESTEK PROJELER



TRT üst yönetimi değişimin gerekliliklerini sırasıyla yerine getirmektedir; aynı disiplin bundan sonraki safhalarda da gösterilmelidir

DEĞİŞİMİN AŞAMALARI VE TRT'NİN BUGÜNKÜ KONUMU



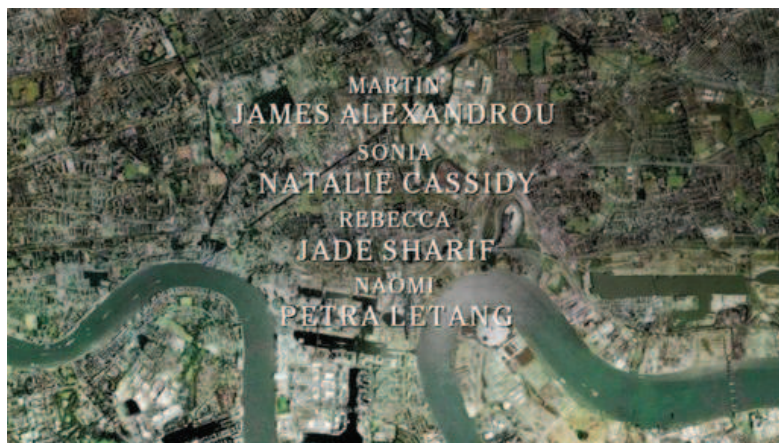
Programme End Credits Guidelines

How End Credits should be delivered

All pre-recorded network programmes for BBC One, Two, Three, and Four should conform to these guidelines. Special requirements apply to the Open University and BBC Wales.

End Credits should run over visually interesting graphics or live action but the content must not be editorially critical to the integrity of the programme or include speech as they may be squeezed to accommodate promotional messages. Programme trails, solicits or helplines edited by production into their end credits are no longer allowed and should wherever possible be accommodated within the programme.

These guidelines do not currently apply to Sport, Live Entertainment shows, or Children's programmes. See page 6 for CBeebies and CBBC guidelines.



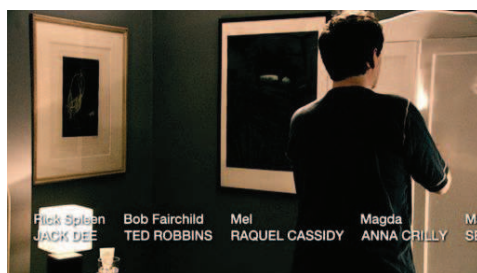
End Credits should be delivered justified to the centre and may be either cards or a vertical scroller.



End Credits will be reduced to 60% of their original size when squeezed and cropped.

Production are advised to test percentage reduction in an edit suite to ensure maximum readability. N.B. All programmes return to full screen for the closing end board at the end of the credit squeeze process.

Incorrect Layout of End Credits



End Credits **must not** be justified left, justified right, or be horizontal scrollers.

Duration of End Credits

End Credits should now be 25 to 30 seconds in duration across all genres and channels. The only exceptions are Sport and Live Entertainment shows where credits can be shorter and Children's programmes where they should be 20 seconds.

The new duration parameters mean we will need to stick rigidly to our Credit guidelines, in particular:

- Credits are solely to recognise significant creative contribution to the programme. No exceptions will be allowed.
- Under no circumstances should credits be given in return for payment, reduced fee, or benefit.

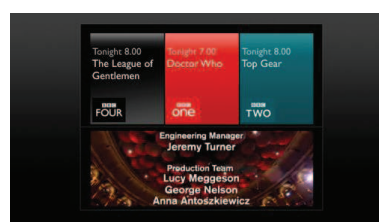
New Design - end credit promotion / still / double slide



This type of end credit allows a promotion or publicity still to be placed at the top of the screen.

Once the programme credits roll the programme is reduced in size and cropped into a space in the bottom of the screen.

New Design - end credit caption



This type of end credit uses captions within coloured boxes that build during the end credit sequence.

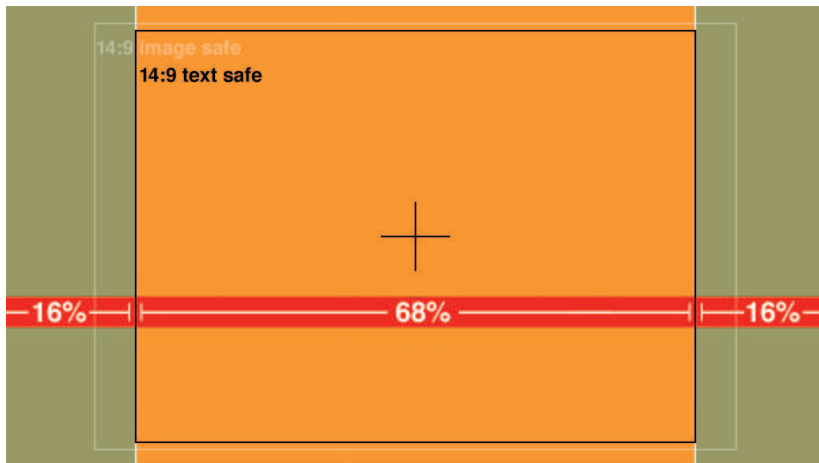
Helpline Information



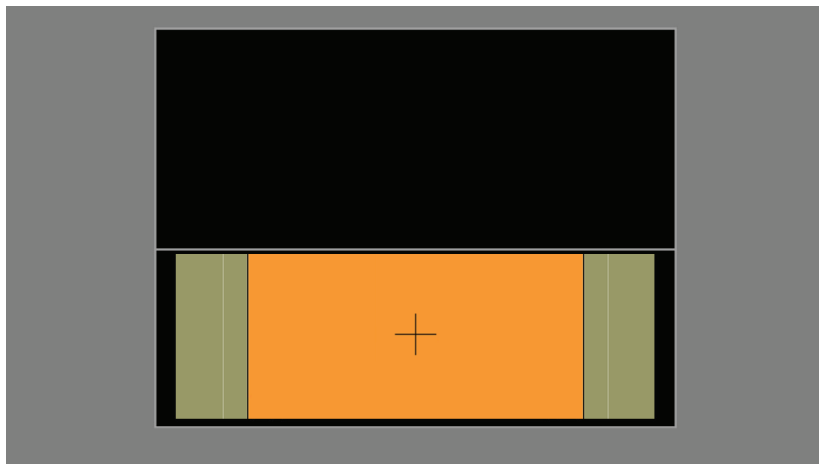
This type of end credit uses the caption template for helpline information where it cannot be incorporated editorially into the programme.

Technical Specifications

Grid - Vertical Scroller

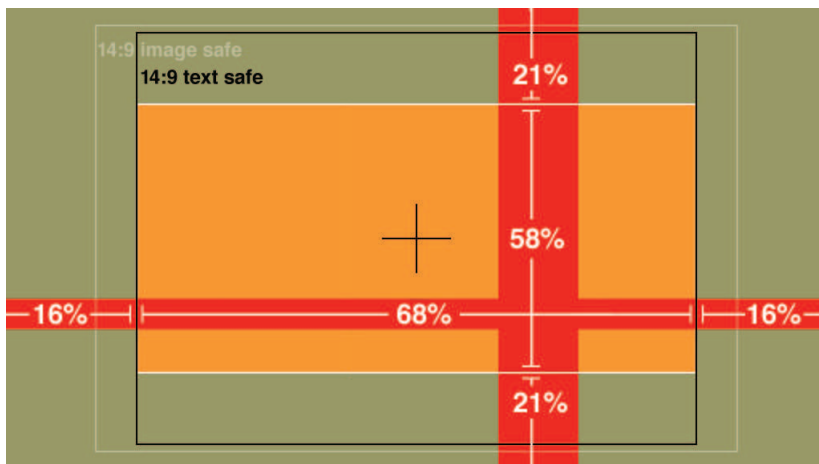


End Credits should be typed within the orange space and justified to the centre.

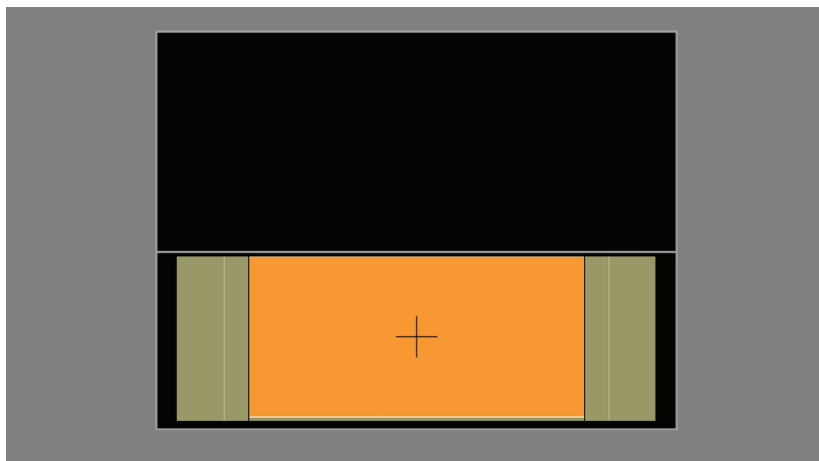


Layout showing end credit grid after reduction in size and cropping.

Grid - Cards

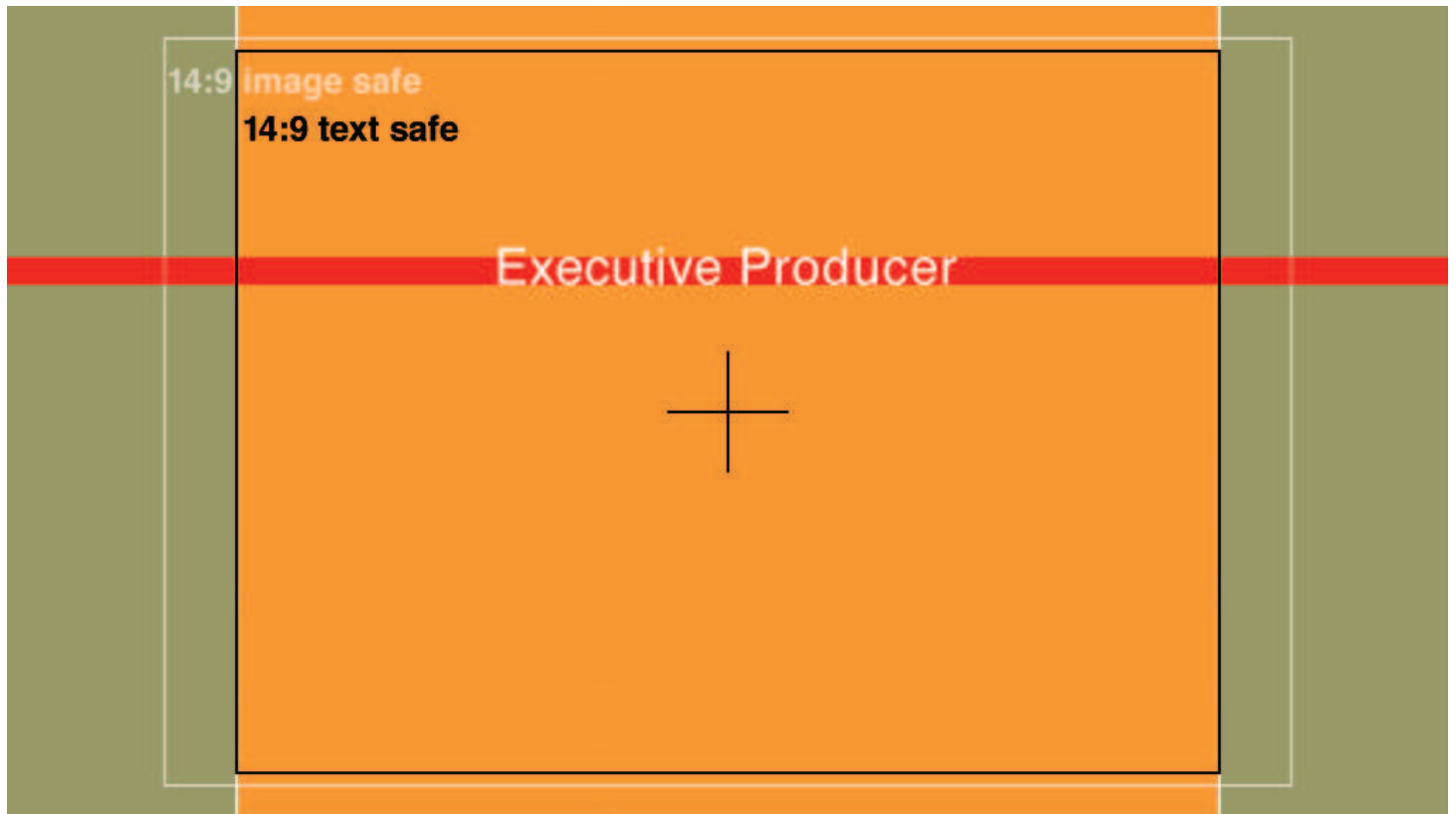


End Credits should be typed within the orange space and justified to the centre.

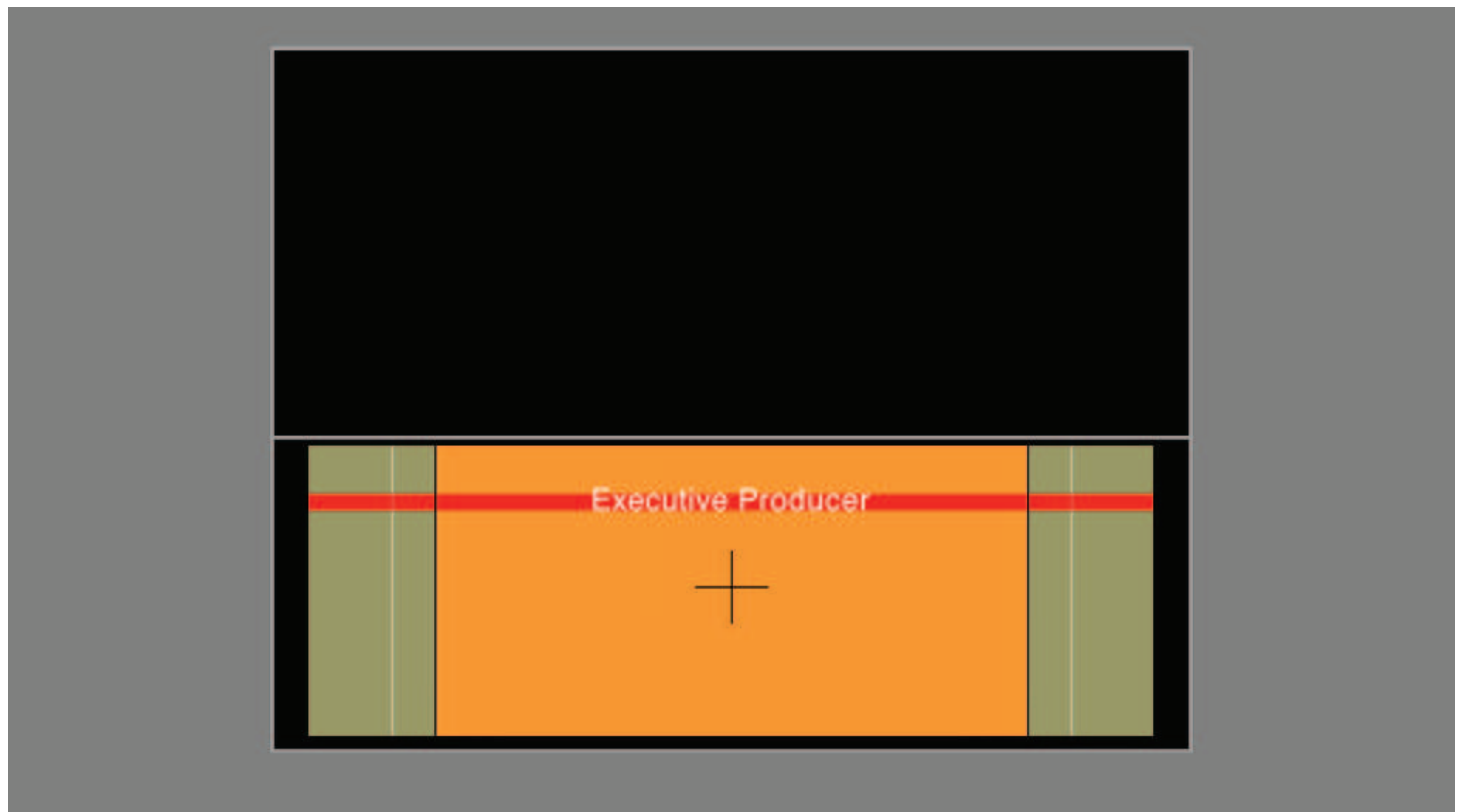


Layout showing end credit grid after reduction in size and cropping.

Type Size



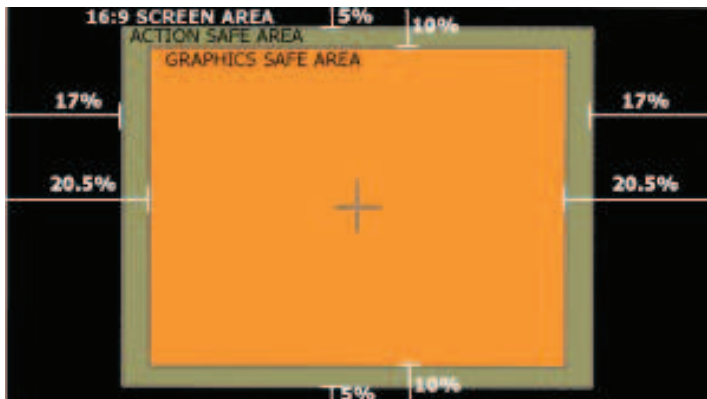
End Credits may be in any typeface but where possible the x-height should not be less than 20 pixels in SD and not less than 40 pixels in HD. This is to guarantee legibility after end credits are reduced in size.



Programme End Credits For Childrens

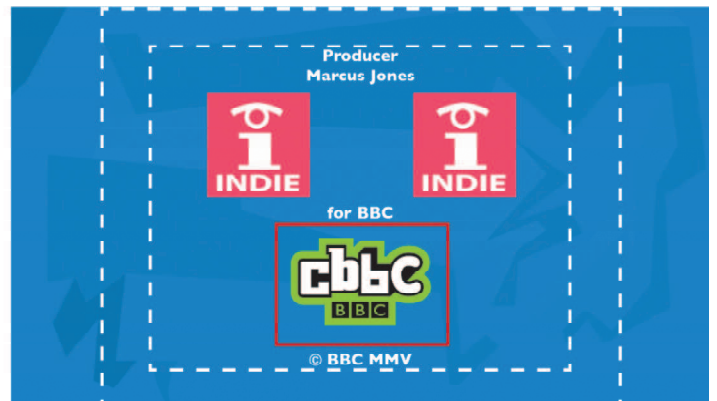
CBeebies

All credits should be located within the graphics safe area (also known as the caption safe area).



Example CBeebies end credit.

CBBC



Example CBeebies end credits.

PANEL VE KONFERANS ÖNERİSİ;

Televizyonda Görsel Tasarım ve TRT (Yeni Yaklaşımlar,Yeni Uygulamalar)

Giriş; Yukarıdaki genel başlık altında düzenlemeyi önerdiğimiz iki günlük(tercihen hafta sonu) bu konferansta ,Televizyon Yayıncılığında Görsel Tasarım(Visual Design) denilen kavramın yerini ve önemini ortaya koyacak konuşmalar yapılacak, günümüzde görsel tasarım öğelerinin geldiği noktayı anlatacak sunuşlar yapılacaktır.

Amaç; Televizyonda Görsel Tasarım öğeleri ve yeni uygulamalar konusunda TRT kurumunda ilgili konularda çalışan personelin bilgilenmesini sağlamak ve TRT kurumunda bu önemli ve çağdaş yayıncılık unsurlarının uygulanabilmesi için doğru yönlendirmeler yaparak bir yol haritası çizilebilir.

Yöntem; Personelin geniş katılımı için hafta sonunda ve İstanbulda iki gün sürmesi planlanan bu konferansın, sunuş imkanları geniş ve toplantı konforu yüksek bir otel salonunda yapılması daha verimli olacaktır. Yabancı katılımcılar nedeniyle simultane çeviri imkanı ve projeksiyon olanaklarına ihtiyaç olacaktır.

Powerpoint sunuşlar yanında DVD demoları da yapılarak güncel uygulamalar görsel bir zenginlik içinde sergilenecektir. İlgili konularda TRT kurumunun mal ve hizmet alımı yaptığı firmalar ile bunların temsilcilerinden bu konferansın programı ve katılımcılarının oluşması noktasında destek alınabilir,ayrıca TRT yönetimi uygun görürse toplantının organizasyon maliyeti için de bu firmalarla işbirliği yapılabilir.

İlgili firmaların desteğiyle bu konferans,küçük fakat etkili bir mini-fuar la desteklenerek konferansın uygulamaya dönük,interaktif bir etkinliğe dönüşmesi sağlanabilir. Son yıllarda yayıncılık sektöründeki teknoloji gruplarının,büyük fuarlar yerine tercih ettiği “roadshow” tarzı bu tip bir etkinlik aslında tüm taraflar açısından en fazla fayda sağlayacak yöntem olacaktır.

TRT yönetimi uygun görürse bu konferansın düzenlenmesi için özel sektör Televizyonlarıyla veya bir meslek birliği olarak Radyo Televizyon Yayıncıları Derneği ile işbirliği yapılabilir.

Daha önce Türkiye'de düzenlenmemiş olan, uluslararası standartta bir panel/konferansın, ilgili firmalarla birlikte gerçekleştirilmesi ve TRT kurumunun bu konuda öncü rol oynaması çok önemli bir prestij katkısı sağlayacaktır.

Konferans Konu Başlıkları(Taslak);

*Televizyonda Görsel Tasarım Öğeleri (Genel Bakış)

* Kurumsal Kimlik ögesi olarak Görsel Tasarımın önemi (Türkiye ve Dünyadaki uygulamalar)

* Işık Tasarımı(TRT Kurumundaki Uygulamalar)

* Işık Tasarımında Yeni Yaklaşımlar ve Teknoloji

* (Türkiye'de ve Dünyada ki uygulamalar)

Dekor Tasarımı(TRT Kurumundaki uygulamalar)

* Dekor Tasarımında yeni uygulamalar ve Teknoloji

* Sanal Studio Sistemleri(Virtual Sets) ve dünyadaki uygulamalardan örnekler

*Televizyonda Ekran Tasarımı(Graphic Design)

* Görsel Tasarım unsuru olarak Yayın Grafikleri

* Ekranda Kurumsal Kimlik(Channel Branding)

*Yeni Görsel Uygulamalar ve Televizyon Dünyası

*AV Endüstrisi ve yayıncılıktaki uygulamalar

*

LED,DLP ve diğer gösterim teknolojilerinden uygulama örnekleri.

(Konu başlıkları düzenleme komitesince çeşitlendirilip, kesinleştirilecektir)

Katılımcı Kişiler/Firmalar;(Taslak)

Işık Tasarımı: Per SUNDİN(İsveç), Hayrettin DEMİR(TRT),

Dekor Tasarımı ; (TRT)

Sanal Set Tasarımı; VIZRT/ Arttek/TRT

Grafik Tasarım; TRT/ VIZRT/Arttek/

Işık Sistemleri ve Teknolojileri; Highend/Atempo

Yeni Görsel Teknolojiler: Ola MELZİG(İsveç)
AV Endüstrisi ve Yayıncılıktaki Uygulamalar
Integrated Systems Europe(www.iseurope.org)

Kişi ve firmalar düzenleme komitesince çeşitlendirilip,kesinleşecektir.Yurtdışından gelecek katılımcıların masraf ve ücretleri ile otel,salon ve catering gibi kalemler dahil proje maliyeti TRT kurumu ve/veya sponsorlar tarafından karşılanacaktır.

Sonuç; Yukarıda taslak sunuşu yapılan konferans önerisine prensipte yönetim onay ve destek verirse,bizim de içinde olacağımız,bu konularda bilgisi ve ilişkileri olan kişilerden oluşan bir düzenleme komitesi kurularak görevlendirilmelidir.

Bu komite konferansın ilkelerini ve konu başlıkları ile davetlileri belirleyerek temaslara başlamalıdır.

Mesut GÜNEBAKANLI
TRT İstanbul Müdürlüğü
Strateji Uzmanı