



TELEVİZYON YAYINCILARI PROFİL ARAŞTIRMASI 2014



RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

NİSAN 2014



ÖNSÖZ

Gerek dünyada gerekse ülkemizde medya bir yönüyle ekonominin başat bir unsuru iken bir diğer yönüyle de yayın içerikleri vasıtasıyla içinde bulunduğu topluma fikir ve düşünce bazında yön veren dinamik ve değişken bir organizmadır. Görsel – İşitsel Medya, durduğu yere göre “güç” kimliği ile toplumsal olayların yönlendirilmesinde etkin rol oynadığı gibi insanların eğlenme ve haber alma aracı olarak demokrasi açısından önemli katkılar sağlamaktadır.

Televizyon Yayıncılığı Sektör Araştırmasını yapmaktaki temel amacımız, yayın içeriklerinin etkisinden ziyade ekran arkasındaki şirket yapısı ile yayın, program ve insan kaynakları profilini ortaya koymak, RTÜK’ten beklentilerini almak ve sektörün fotoğrafını çekmektir. Araştırma kapsamına öncelikle televizyon kuruluşları alınmıştır. Bunun sebebi, “televizyonun” %98’lik bir oranla görsel-işitsel medyanın hala en erişilebilir ve en önemli aktörü olmasıdır.

Araştırma kapsamında karasal lisans başvurusu ile uydu ve kablo ortamında yayın lisansı bulunan faal tüm televizyon kuruluşlarına sorular web form aracılığıyla gönderilmiş ve 324 farklı televizyon kuruluşundan gelen cevaplar üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Televizyon yayıncı kuruluşları lisans tipine göre Karasal(Karasal Ulusal - T1, Karasal Bölgesel - T2, Karasal Yerel – T3) ve Uydu ve/veya Kablo yayıncıları olmak üzere sınıflandırılarak araştırma bulguları kıyaslanırken genel olarak bu ayrım göz önünde bulundurulmuştur.

Araştırmada yayıncıların şirket yapılarına dair verilerin yanı sıra, personelin cinsiyet, görev ve nitelikleri ile ilgili veriler, program türüne ve yayın dağılımına dair veriler ve son olarak Kurulumuzdan beklentileri ile ilgili veriler yer almaktadır.

Medya ile ilgili olarak TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) tarafından (her yıl) “Radyo ve Televizyon Kurum İstatistikleri” ve TESEV (Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı) tarafından “Türkiye’de Medyanın Ekonomik Politikası: Sektör Analizi” araştırmaları yapılmıştır ancak her iki araştırma da daha çok sektörün ekonomik yapısına yöneliktir. Konu başlıkları ve kapsamı açısından elinizdeki çalışma “ilk” ve “özgün bir çalışma” olma özelliklerini taşımaktadır.

Bu sebeple çalışmaya dair bulguların gerek sektör açısından gerekse ilgililer açısından bu alanda yürütülecek çalışmalara referans olacağını umuyor, bu vesileyle RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı personeline katkılarından dolayı teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. Davut Dursun

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanı



GİRİŞ

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı “Televizyon Yayıncıları Profil Araştırması” çalışmasının veri toplama, veri girişi, analizi ve raporlama süreci Mart-Nisan 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma; 24 ulusal (karasal)(%7.4), 8 bölgesel (karasal)(2.5), 140 yerel (karasal)(%43.2) ve 152 uydu ve/veya kablo (%46.9) olmak üzere toplam 324 televizyon yayıncısı ile yapılmıştır. Araştırmada önceden hazırlanmış tam yapılandırılmış bir anket formu kullanılmıştır. Bu anket formu ilk olarak ön teste tabi tutulmuş ve ön testten elde edilen sonuçlara göre anket formuna son şekli verilmiştir. Anket çalışmasında web anket ve telefonla anket metodu birlikte kullanılarak hibrit bir yöntem takip edilmiştir. Yayıncılardan hazırlanan anket formunu web anket yoluyla doldurmaları istenmiştir. Ayrıca, ankette anlaşılmayan ve doldurulmayan sorulara ilişkin olarak, yayıncılarla telefon ile irtibat kurularak anketlerin doğru bir şekilde doldurulması sağlanmıştır.

Ham veriler web anket veri tabanı yoluyla Microsoft Excel formatında bilgisayar ortamına aktarılmış ve ardından ham veriler temizlenmiştir. Analizler SPSS paket programı ile yapılmıştır. Analizlerde sayı ve yüzde dağılımı ile çapraz tablolar gibi betimsel istatistik teknikleri kullanılmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

- Araştırmada yer alan televizyon yayıncılarının, %10.8' i ulusal (karasal), %4.4' ü bölgesel (karasal), %46.5' i yerel (karasal), %31' i kablo, %59.5' i uydu yayın kapsamına sahiptir.
- Televizyon yayıncılarının, %78.3' ü yayın yaptıkları yerde kiracı iken, %28.1' i mülk sahibidir.
- Yayın yaptıkları yerde mülk sahibi olan televizyon yayıncılarının %20.2' si apartman dairesinden, %65.5' i binadan, %11.9' u plazadan, %14.3' ü ise diğer yerlerden yayın yapmaktadır.
- Yayın yaptıkları yerde kiracı olan televizyon yayıncılarının %23.1' i apartman dairesinden, %50' si binadan, %27.8' i plazadan, %9.8' i ise diğer yerlerden yayın yapmaktadır.
- Televizyon yayıncılarının % 88' inin yayın stüdyosu bulunmaktayken, %12' sinin yayın stüdyosu bulunmamaktadır.
- Ulusal (karasal) televizyon yayıncılarının %91.7' sinin, bölgesel (karasal) televizyon yayıncılarının %100' ünün yani tamamının, yerel (karasal) televizyon yayıncılarının %96.4' ünün ve uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarının %78.9' unun yayın stüdyosu bulunmaktadır. Uydu ve/veya kablo ortamında yayın yapmakta olan televizyon yayıncılarının yayın stüdyosu bulunma oranının, diğer televizyon yayıncılarının yayın stüdyosu bulunma oranına göre daha düşük olduğu görülmektedir.
- Televizyon yayıncılarının %57' sinin 1 stüdyosu, %25' inin 2 stüdyosu, % 11' inin 3 stüdyosu, %7' sinin ise 4 ve üzeri stüdyosu bulunmaktadır.
- Ulusal (karasal) televizyon yayıncılarının %22.7' sinin 1 stüdyosu, %36.4' ünün 2 stüdyosu, %4.5' inin 3 stüdyosu ve %36.4' ünün 4 ve üzeri stüdyosu bulunmaktadır.
- Bölgesel (karasal) televizyon yayıncılarının %14.3' ünün 1 stüdyosu, %28.6' sinin 2 stüdyosu, %57.1' inin 3 stüdyosu bulunmaktadır.
- Yerel (karasal) televizyon yayıncılarının %66.4' ünün 1 stüdyosu, %26.1' inin 2 stüdyosu, %4.5' inin 3 stüdyosu ve %3' ünün 4 ve üzeri stüdyosu bulunmaktadır.
- Uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarının %55.7' sinin 1 stüdyosu, %21.7' sinin 2 stüdyosu, %17.4' ünün 3 stüdyosu ve %5.2' sinin 4 ve üzeri stüdyosu bulunmaktadır.
- Televizyon yayıncılarının %3.1' i kamu yayıncısı iken, %96.9' u özel yayıncıdır.
- Televizyon yayıncılarının %70.4' ü genel türde yayın yapmaktayken, %29.6' sı tematik türde yayın yapmaktadır.

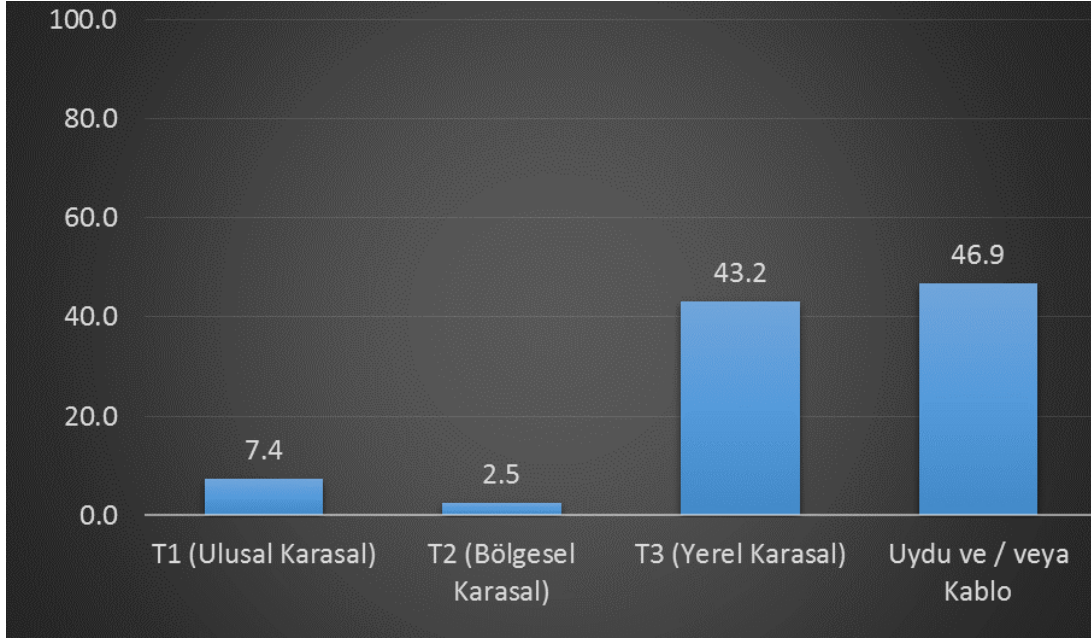
- Ulusal (karasal) televizyon yayıncılarının %75' i genel türde, %25' i tematik türde yayın yapmaktadır. Bölgesel (karasal) televizyon yayıncılarının %75' i genel türde, %25' i tematik türde yayın yapmaktadır. Yerel (karasal) televizyon yayıncılarının %97.9' u genel türde, %2.1' i tematik türde yayın yapmaktadır. Uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarının %44.1' i genel türde, %55.9' u tematik türde yayın yapmaktadır. Yerel (karasal) televizyon yayıncılarının genel türde yayın yapma oranının diğer televizyon yayıncılarının genel türde yayın yapma oranından daha yüksek olduğu ve uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarının tematik türde yayın yapma oranının diğer televizyon yayıncılarının tematik türde yayın yapma oranından daha düşük olduğu görülmektedir.
- Tematik türde yayın yapmakta olan televizyon yayıncılarının %24' ü sinema-dizi türünde, %15.6' sı müzik-eğlence türünde, %13.5' i haber türünde, %10.4' ü belgesel türünde, %9.4' ü çocuk programları türünde, %8.3' ü sağlık-spor türünde, %8.3' ü alış-veriş türünde, %7.3' ü eğitim-kültür türünde, %3.1' i dini yayınlar türünde yayın yapmaktadır.
- Televizyon yayıncılarının %46.4' ü platform üzerinden yayın yapmaktadır. Ulusal (karasal) televizyon yayıncılarının %100' ü yani tamamı, bölgesel (karasal) televizyon yayıncılarının %62.5' i, yerel (karasal) televizyon yayıncılarının %7.8' i ve uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarının %70.5' i platform üzerinden yayın yapmaktadır. Yerel (karasal) televizyon yayıncılarının platform üzerinden yayın yapma oranının diğer televizyon yayıncılarının platform üzerinden yayın yapma oranına göre oldukça düşük olduğu göze çarpmaktadır.
- Platform üzerinden yayın yapmakta olan televizyon yayıncılarının %73.2' si D-Smart üzerinden, %55.1' i Digitürk üzerinden, % 47.1' i TT Net üzerinden ve %55.1' i ise Türksat A.Ş. (Kablo) üzerinden yayın yapmaktadır.
- Platform üzerinden yayın yapmakta olan yerel (karasal) televizyon yayıncılarının %66.7' si D-Smart üzerinden, %22.2' i Digitürk üzerinden, % 22.2' i TT Net üzerinden ve %33.3' ü ise Türksat A.Ş. (Kablo) üzerinden yayın yapmaktadır. Bu kapsamda yerel (karasal) televizyon yayıncılarının %66.7' sinin D-Smart üzerinden yayın yapması göze çarpmaktadır.
- Televizyon yayıncılarının %77.2' si internet (web) üzerinden yayın yapmaktadır. Ulusal (karasal) televizyon yayıncılarının %100' ü yani tamamı, bölgesel (karasal) televizyon yayıncılarının %87.5' i, yerel (karasal) televizyon yayıncılarının %78.6' sı ve uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarının %71.7' si internet (web) üzerinden yayın yapmaktadır. Televizyon yayıncılarının oldukça yüksek oranda internet (web) üzerinden yayın yapması ön plana çıkmaktadır.
- İnternet (web) üzerinden yayın yapmakta olan televizyon yayıncılarının %83.2' si internet üzerinden canlı yayın yapmaktadır. İnternet (web) üzerinden yayın yapmakta

olan ulusal (karasal) televizyon yayıncılarının %100' ü yani tamamı, bölgesel (karasal) televizyon yayıncılarının %100' ü yani tamamı, yerel (karasal) televizyon yayıncılarının %90' ı, uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarının %71.6' sı internet (web) üzerinden canlı yayın yapmaktadır.

- Televizyon yayıncılarının %54.9' u uygulamalar (uygulamalar) vasıtasıyla akıllı cihazlar üzerinden yayın yapmaktadır. Ulusal (karasal) televizyon yayıncılarının %79.2' si, bölgesel (karasal) televizyon yayıncılarının %62.5' i, yerel (karasal) televizyon yayıncılarının %47.9' u ve uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarının %57.2' si uygulamalar (uygulamalar) vasıtasıyla akıllı cihazlar üzerinden yayın yapmaktadır. Yayın yapılan karasal alan kapsamı daraldıkça uygulamalar (uygulamalar) vasıtasıyla akıllı cihazlar üzerinden yayın yapma oranı düşmektedir.
- Televizyon yayıncılık sektöründe çalışanların %65.4' ü erkek iken %34.6' sı kadındır. TESEV'in 2011 Haziran ayında yaptırmış olduğu "Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizine" göre de benzer şekilde televizyon yayıncılık sektöründe çalışan erkeklerin oranı %67, kadınların oranı ise %33' tür. İngiltere'de TV endüstrisi üzerine yapılan Skillset (2010) araştırmasına göre ise İngiliz televizyon endüstrisinde kadınların istihdam oranı %44, erkeklerin istihdam oranı ise %56' dır. Bu kapsamda Türkiye'de televizyon yayıncılık sektöründe erkek çalışan oranının kadın çalışan oranından daha yüksek olduğu görülmektedir.
- Televizyon yayıncılarının %2.5' i 1 kişi, %41' i 2-9 kişi, %20.7' si 10-19 kişi, %14.5' i 20-49 kişi, %10.8' i 50-249 kişi ve %2.2' si 250 ve üzerinde kişi çalıştırmaktadır. TÜİK'in 2012 yılı "Radyo ve Televizyon Kurum İstatistikleri Raporuna" göre de benzer şekilde TV yayıncılık sektörünün %11'i 1 kişi, %44 'ü 2-9 kişi, %21'i 10-19 kişi, %14'ü 20-49, %8'i 50-249 ve %2'si 250 ve üzerinde kişi çalıştırmaktadır. İngiltere'de TV endüstrisi üzerine yapılan Skillset (2010) araştırmasına göre ise İngiliz televizyon endüstrisinin %49' u 2-10 kişi, %15' i 11-20 kişi, %10' u 21-49 kişi ve %10' u 50 ve üzerinde kişi çalıştırmaktadır.
- Televizyon yayıncılık sektöründe çalışanların %5.4' ünün ortaokul ve altı öğrenim düzeyine sahip olduğu, %28.4' ünün lise mezunu olduğu, %16.8' inin ön lisans mezunu olduğu, %44.6' sının lisans mezunu olduğu, %4.7' sinin ise yüksek lisans/doktora mezunu olduğu görülmektedir. İngiltere'de TV endüstrisi üzerine yapılan Skillset (2010) araştırmasına göre ise İngiliz Televizyon endüstrisi çalışanlarının %38' i lisans mezunu, %21'i yüksek lisans/doktora mezunudur.
- Televizyon yayıncılık sektöründe çalışanların %12' sinin yönetici olduğu, %21.1' inin program üretiminde yada yapımında çalıştığı, %30.1' inin teknik alanda çalıştığı, %10.6' sının idari, mali ve personel işlerinde çalıştığı ve %26.2' sinin haber biriminde çalıştığı görülmektedir.

- Ulusal (karasal) televizyon yayıncılarında ortalama 4.7 adet, bölgesel (karasal) televizyon yayıncılarında ortalama 2 adet, yerel (karasal) televizyon yayıncılarında ortalama 1.2 adet ve uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarında ortalama 2.8 adet 3G canlı yayın cihazı bulunmaktadır. Yayın yapılan karasal alan kapsamı daraldıkça sahip olunan cihaz ve ekipman sayısı azalmaktadır.
- Televizyon yayıncılık sektöründeki yönetim kurulu başkan ve üyelerinin %23' ü kadın, %77' si erkek; genel müdürlerin %17.8' i kadın, %82.2' si erkek; genel yayın yönetmenlerinin %14.8' i kadın, %85.2' si erkek; yönetmenlerin %26.2' si kadın, %73.8' i erkek; muhabirlerin %34.2' si kadın, %65.8' i erkek ve haber spikerlerinin %49.3' ü kadın, %50.7' si erkektir. Bu kapsamda televizyon yayıncılık sektöründe haber spikerleri haricinde meslek grupları bakımından erkek oranının kadın oranından daha yüksek olduğu görülmektedir.
- Televizyon yayıncılarından RTÜK tarafından düzenlenen "yayıncılara yönelik eğitim seminerlerine" 2012 ve 2013 yıllarında katılım sağlayanların oranı %35.8' dir. Ulusal (karasal) televizyon yayıncılarının RTÜK tarafından düzenlenen "yayıncılara yönelik eğitim seminerlerine" katılım sağlama oranı %29.2, bölgesel (karasal) televizyon yayıncılarının RTÜK tarafından düzenlenen "yayıncılara yönelik eğitim seminerlerine" katılım sağlama oranı %75, yerel (karasal) televizyon yayıncılarının RTÜK tarafından düzenlenen "yayıncılara yönelik eğitim seminerlerine" katılım sağlama oranı %48.6 ve uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarının RTÜK tarafından düzenlenen "yayıncılara yönelik eğitim seminerlerine" katılım sağlama oranı %23' tür.
- Televizyon yayıncılarının 2013 yılında yayınladığı ortalama haber süresi 1342 saat, güncel program süresi 1024 saat, kültür programları süresi 1093 saat, eğitim programları süresi 606 saat, gerçek yaşamlar program türü süresi 93.6 saat, drama süresi 1333 saat, eğlence programları süresi 1062 saat ve çocuk programları süresi 571 saattir.
- 2013 yılında ulusal (karasal) televizyon yayıncıları ortalama 2263 saat, bölgesel (karasal) televizyon yayıncıları ortalama 969 saat, yerel (karasal) televizyon yayıncıları ortalama 665 saat ve uydu ve/veya kablo televizyon yayıncıları ortalama 1764 saat drama program türü yayınlamıştır. Bu kapsamda ulusal (karasal) televizyon yayıncıları ve uydu ve/veya kablo televizyon yayıncılarının diğer yayıncılara göre daha fazla drama program türü yayınladığı görülmektedir.
- Ulusal (karasal) televizyon yayıncılarının %31.3' ü mevzuat ile belirlenen ticari iletişim süresinin tamamını, %62.5' i yarıdan fazlasını ve %6.3' ü yarısını kullanmaktadır. Yerel (karasal) televizyon yayıncılarının %12.6' sı mevzuat ile belirlenen ticari iletişim süresinin tamamını, %20.5' i yarıdan fazlasını, %25.2' si yarısını, %23.6' sı yarıdan azını kullanmakta ve %18.1' i mevzuat ile belirlenen ticari iletişim süresini hiç kullanamamaktadır. Yayın yapılan karasal alan kapsamı daraldıkça mevzuat ile belirlenen ticari iletişim süresinin daha az kullanıldığı görülmektedir.

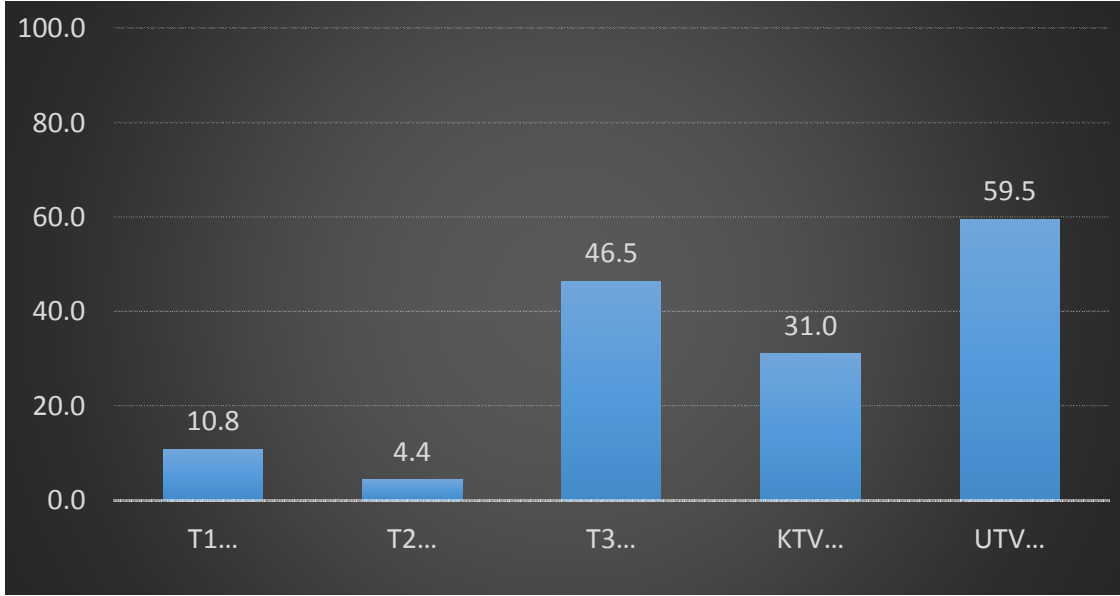
Araştırmaya Katılan Yayın Kuruluşlarının Yayın Ortamına Göre Dağılımı



	Sayı	%
T1 (Ulusal Karasal)	24	7,4
T2 (Bölgesel Karasal)	8	2,5
T3 (Yerel Karasal)	140	43,2
Uydu ve / veya Kablo	152	46,9
TOPLAM	324	100,0

Yayın Kapsamına Göre Dağılım (%)

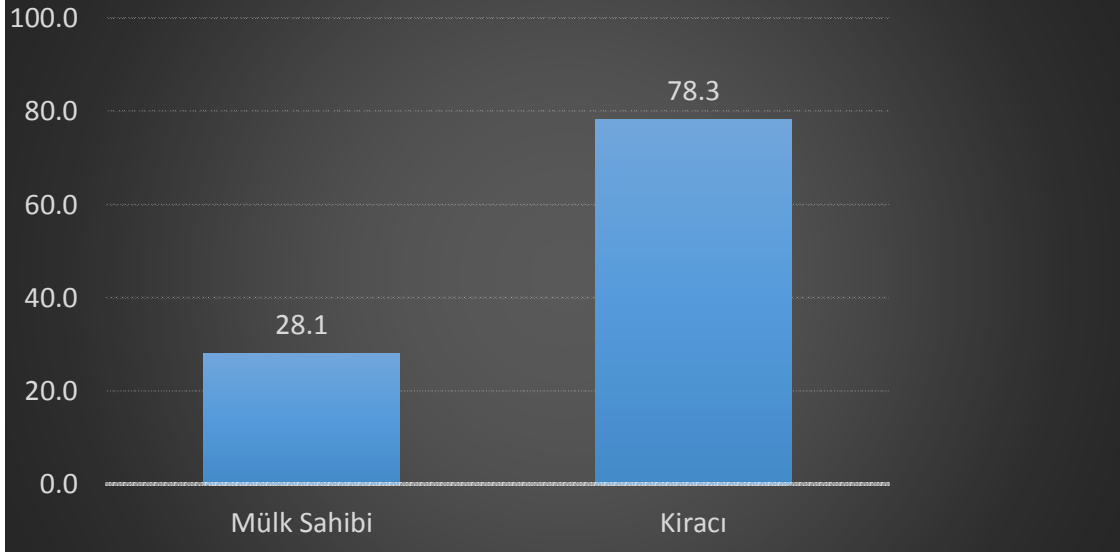
Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir.



Yayın Yapılan Yerin Sahiplik Durumu (%)

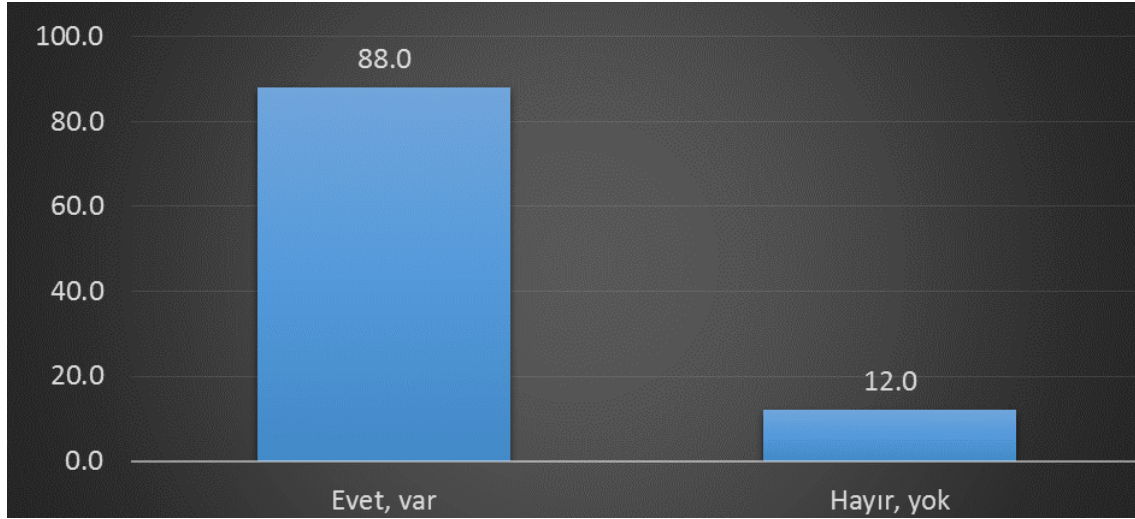
n=318

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir.



Araştırmada cevap veren kuruluşların %78.3'ünün yayın yaptıkları yerde kiracı, oldukları görülüyor. Mülk sahibi olan kuruluşların dört bir civarında olduğu anlaşıyor.

Stüdyo Sahipliğinin Yayın Ortamına Göre Dağılımı (%)



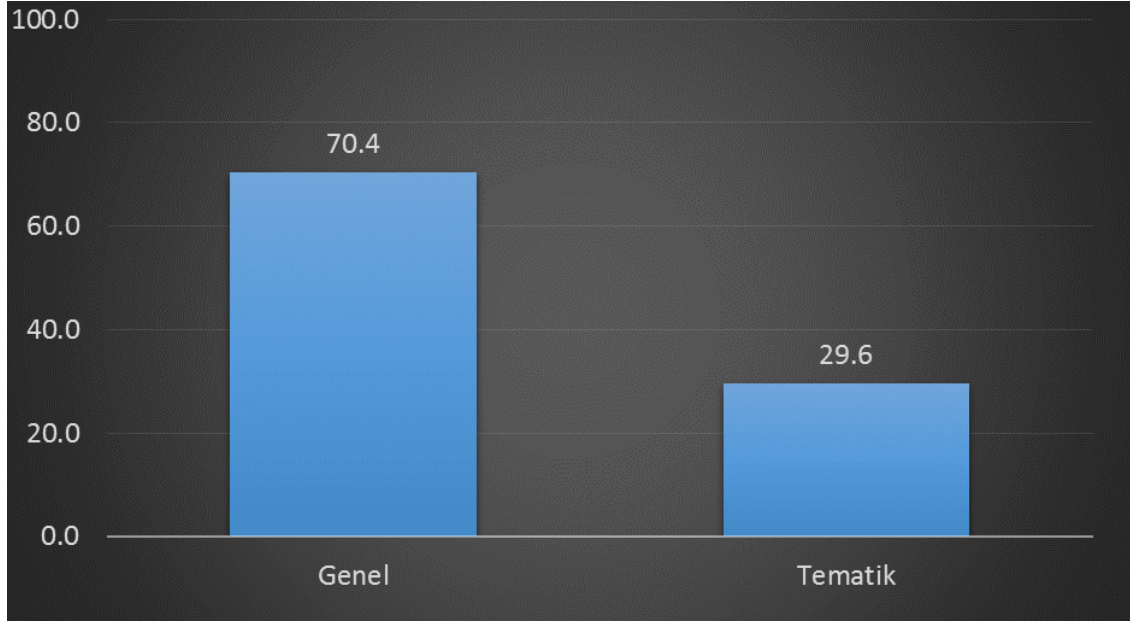
	Evet, var	Hayır, yok	Toplam
T1 (Ulusal Karasal)	91,7	8,3*	100,0
T2 (Bölgesel Karasal)	100,0	0,0	100,0
T3 (Yerel Karasal)	96,4	3,6	100,0
Uydu ve/veya Kablo	78,9	21,1	100,0
ORTALAMA	88,0	12,0	100,0

Yayıncı kuruluşların stüdyoya sahip olmalarının oranı oldukça yüksektir. Uydu ve kablodan yayın yapan kuruluşlardan beşte bire yakının stüdyosu olmadığı görülmektedir. Stüdyosu olmayan Ulusal Karasal TV kanalı ise TRT-Çocuk Kanalı'dır.

Stüdyo Sayısının Yayın Ortamına Göre Dağılımı (%)

	1 stüdyo	2 stüdyo	3 stüdyo	4 ve üzeri stüdyo	TOPLAM
T1 (Ulusal Karasal)	22.7	36.4	4.5	36.4	100.0
T2 (Bölgesel Karasal)	14.3	28.6	57.1	0	100.0
T3 (Yerel Karasal)	66.4	26.1	4.5	3	100.0
Uydu ve/veya Kablo	55.7	21.7	17.4	5.2	100.0
Ortalama	57.2	25.2	11.2	6.5	100.0

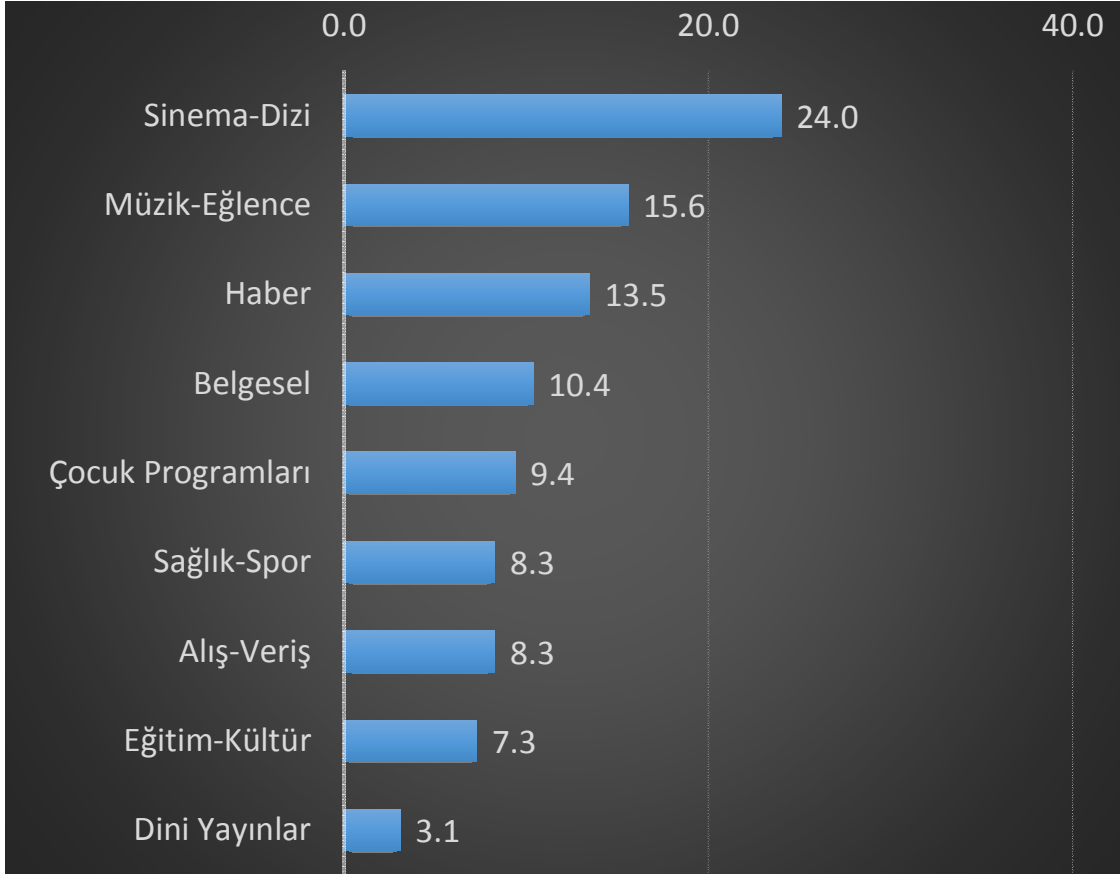
Yayın Türlerinin Yayın Ortamına Göre Dağılımı (%)



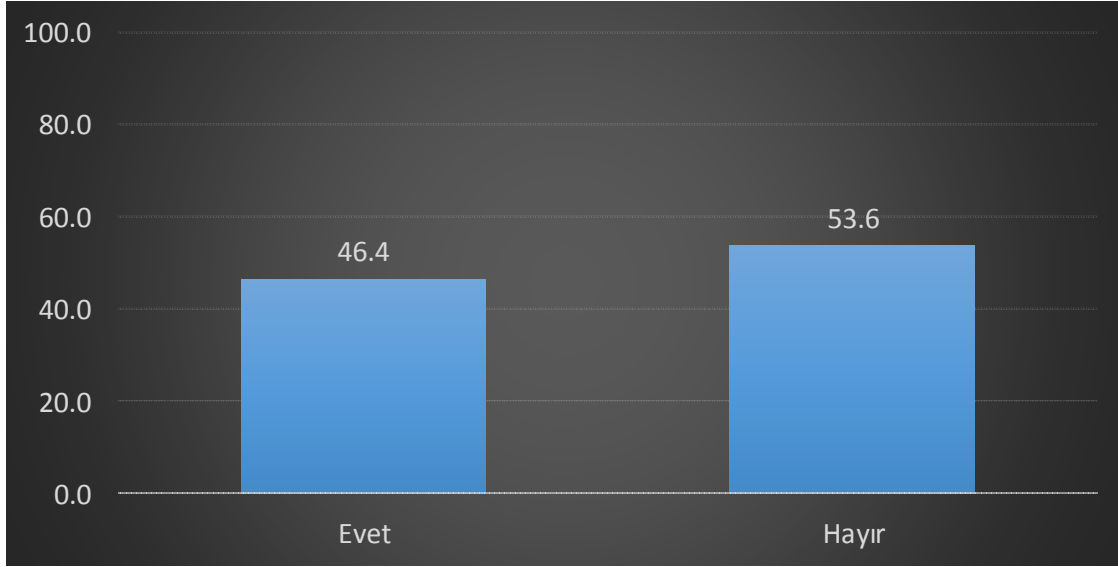
	Genel	Tematik	Toplam
T1 (Ulusal Karasal)	75,0	25,0	100,0
T2 (Bölgesel Karasal)	75,0	25,0	100,0
T3 (Yerel Karasal)	97,9	2,1	100,0
Uydu ve/veya Kablo	44,1	55,9	100,0
ORTALAMA	70,4	29,6	100,0

Tematik Yayın Türleri (%)

Tematik yayın yaptığını belirtenlere sorulmuştur. n=96



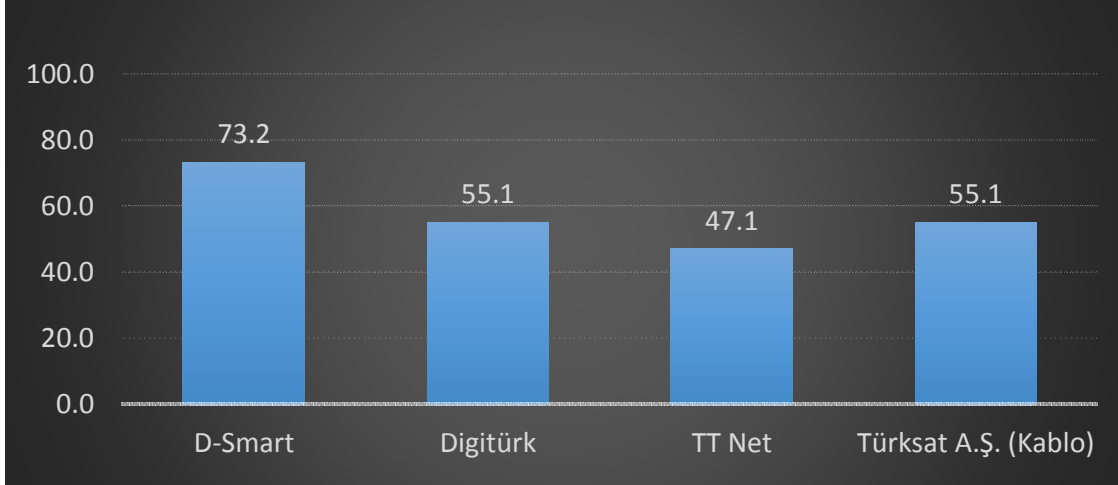
Platform Üzerinden Yapılan Yayınların Yayın Ortamına Göre Dağılımı (%)



	Evet	Hayır	Toplam
T1 (Ulusal karasal)	100,0	0,0	100,0
T2 (Bölgesel karasal)	62,5	37,5	100,0
T3 (Yerel karasal)	7,8	92,2	100,0
Uydu ve/veya kablo	70,5	29,5	100,0
ORTALAMA	46,4	53,6	100,0

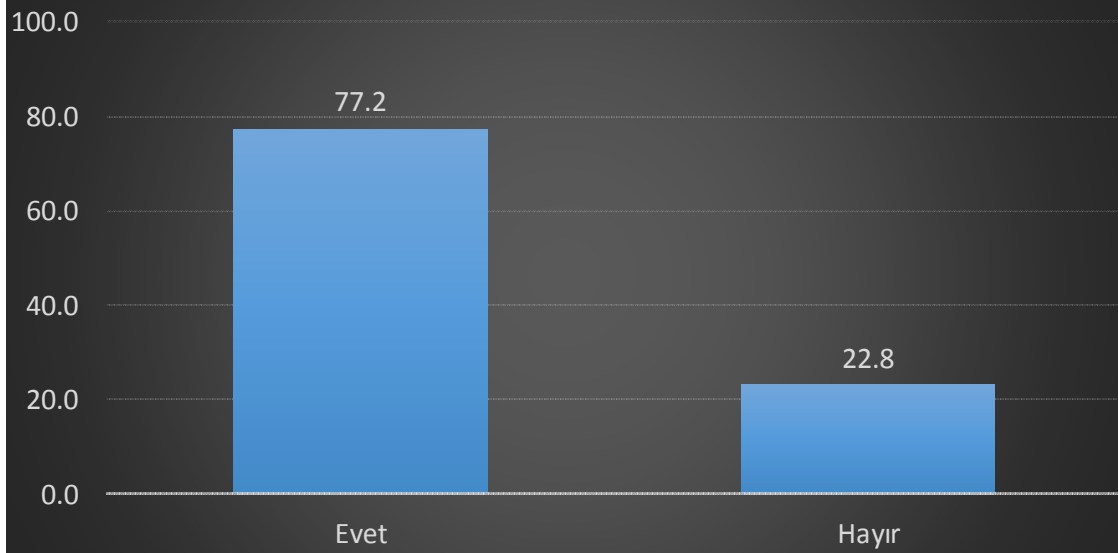
Platformların Yayın Ortamına Göre Dağılımı (%)

Platform üzerinden yayın yaptığıni belirtenlere sorulmuştur. n=142
Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir



	D-Smart	Digitürk	TT Net	Türksat A.Ş. (Kablo)
T1 (Ulusal Karasal)	100,0	100,0	95,8	91,7
T2 (Bölgesel Karasal)	100,0	50,0	50,0	75,0
T3 (Yerel Karasal)	66,7	22,2	22,2	33,3
Uydu ve/veya Kablo	66,3	47,5	37,6	47,5
ORTALAMA	73,2	55,1	47,1	55,1

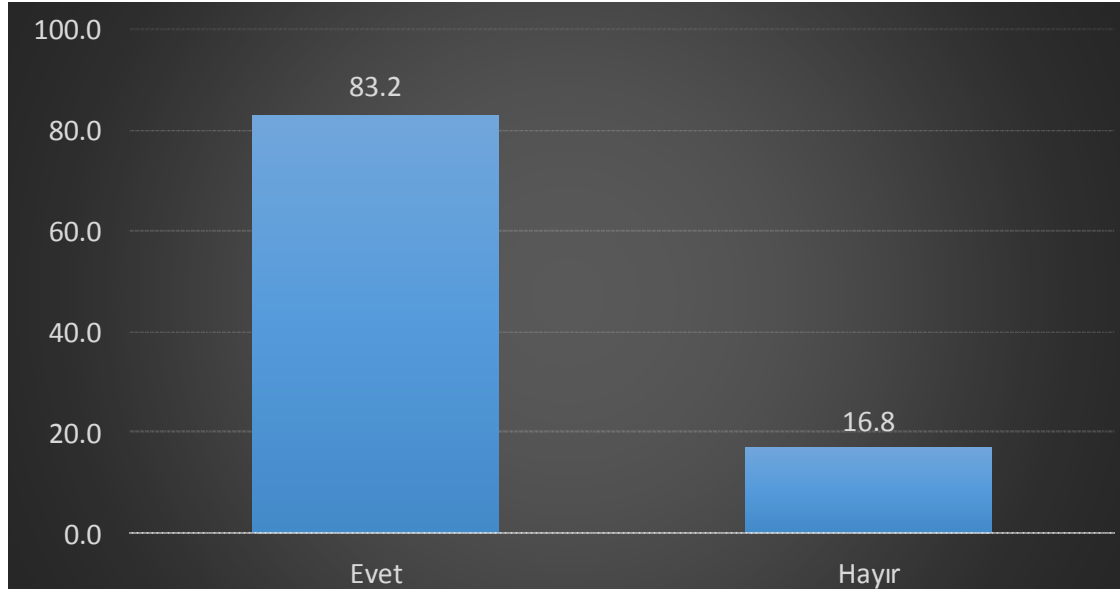
İnternet (Web) Üzerinden Yayınların Yayın Ortamına Göre Dağılımı (%)



	Evet	Hayır	Toplam
T1 (Ulusal Karasal)	100	0	100,0
T2 (Bölgesel Karasal)	87,5	12,5	100,0
T3 (Yerel Karasal)	78,6	21,4	100,0
Uydu ve/veya Kablo	71,7	28,3	100,0
ORTALAMA	77,2	22,8	100,0

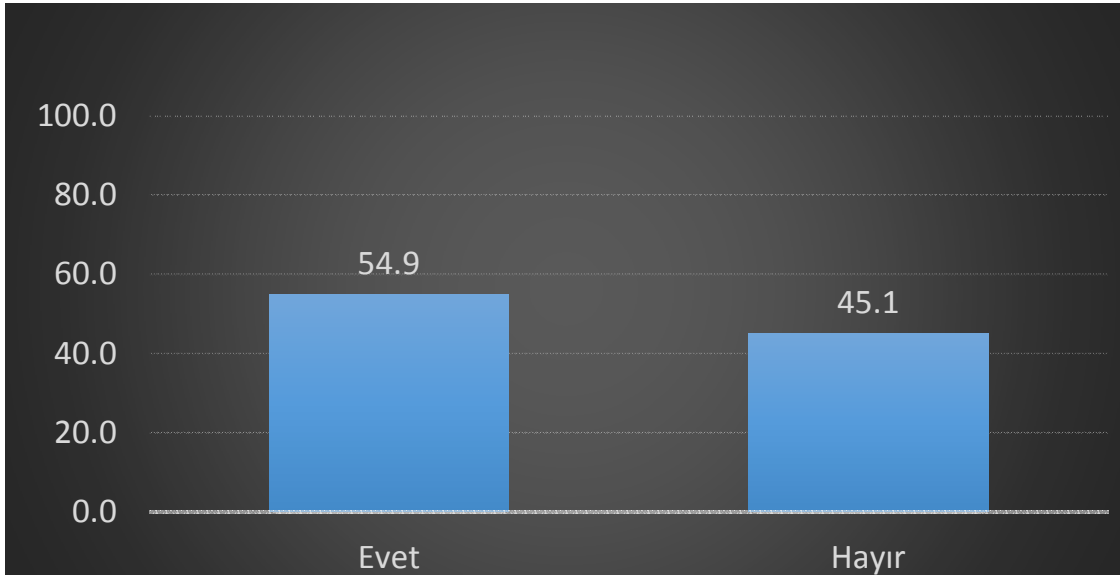
İnternet (Web) Üzerinden Canlı Yayınların Yayın Ortamına Göre Dağılımı (%)

İnternet (Web) üzerinden yayın yaptığını belirtenlere sorulmuştur. n=250



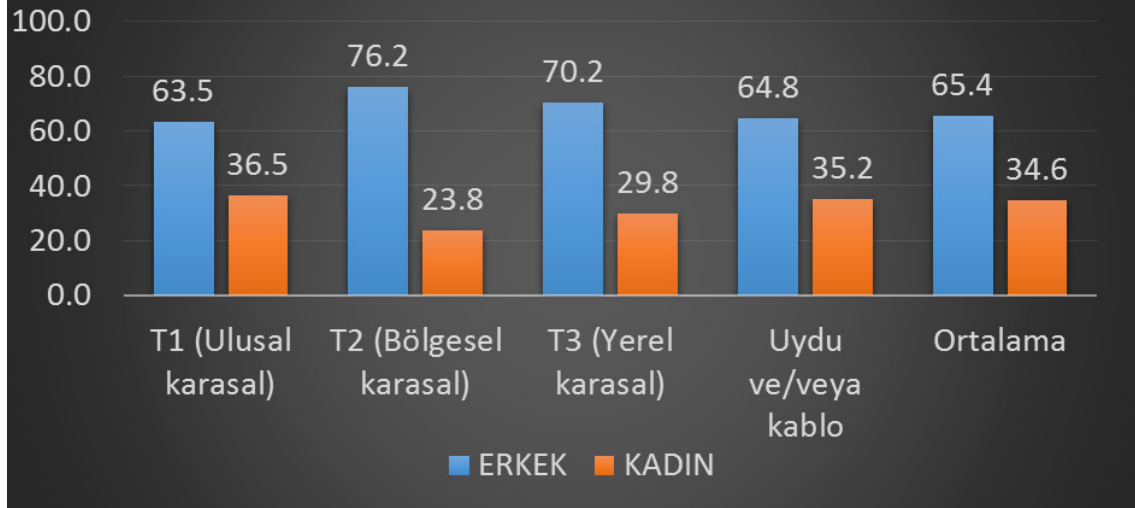
	Evet	Hayır	Toplam
T1 (Ulusal Karasal)	100,0	0,0	100,0
T2 (Bölgesel Karasal)	100,0	0,0	100,0
T3 (Yerel Karasal)	90,0	10,0	100,0
Uydu ve/veya Kablo	71,6	28,4	100,0
ORTALAMA	83,2	16,8	100,0

Aplikasyonlar (uygulamalar) Vasıtasıyla Akıllı Cihazlar Üzerinden Yapılan Yayınların Yayın Ortamına Göre Dağılımı (%)



	Evet	Hayır	Toplam
T1 (Ulusal Karasal)	79,2	20,8	100,0
T2 (Bölgesel Karasal)	62,5	37,5	100,0
T3 (Yerel Karasal)	47,9	52,1	100,0
Uydu ve/veya Kablo	57,2	42,8	100,0
ORTALAMA	54,9	45,1	100,0

Yayıncı Kuruluşlarda Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı (%)



İngiltere’de TV endüstrisi üzerine yapılan Skillset (2010) araştırmasına göre İngiliz TV’lerinde kadınların istihdam oranı %44’tür, erkeklerin ise %56’dır.

Global Media Monitoring Project’in «Who Makes The News-2010» araştırmasına göre Haber programlarında kadınların yer alma oranı %24’tür.

TESEV’in 2011 Haziran ayında yaptırmış olduğu [Türkiye’de Medyanın Ekonomi Polisiği: Sektör Analizi] araştırmaya göre -araştırmamıza benzer nitelikte-TV yayıncılık sektöründe erkeklerin oranı %67, kadınların oranı ise %33’tür.

Yayıncı Kuruluşlarda Çalışanların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı (%)

	ORTAOKUL VE ALTI	LİSE MEZUNU	ÖN LİSANS MEZUNU	LİSANS MEZUNU	YÜKSEK LİSANS / DOKTORA MEZUNU	TOPLAM
T1 (Ulusal karasal)	5.4	23.7	19.4	46.6	5.0	100,0
T2 (Bölgesel karasal)	11.6	34.6	16.0	35.3	2.4	100,0
T3 (Yerel karasal)	8.5	47.9	16.8	24.3	2.5	100,0
Uydu ve/veya kablo	3.5	26.7	13.7	50.5	5.5	100,0
ORTALAMA	5.4	28.4	16.8	44.6	4.7	100,0

İngiltere’de TV endüstrisi üzerine yapılan Skillset (2010) araştırmasına göre İngiliz TV çalışanlarının %38’i lisans mezunu, %21’i yüksek lisans/doktora mezunudur.

Yayıncı Kuruluşlarda Çalışanların Meslek Grubuna Göre Dağılımı (%)

	Yönetici	Program Üretiminde Yapımında Çalışan	Teknik Alanda Çalışan	İdari, Mali ve Personel İşlerinde Çalışan	Haber Biriminde Çalışan	TOPLAM
T1 (Ulusal karasal)	10.5	20.1	30.0	8.7	30.7	100.0
T2 (Bölgesel karasal)	10.1	18.2	38.8	17.9	15.1	100.0
T3 (Yerel karasal)	16.8	18.7	25.1	12.5	26.9	100.0
Uydu ve/veya kablo	12.0	23.9	31.4	11.1	21.6	100.0
Ortalama	12.0	21.1	30.1	10.6	26.2	100.0

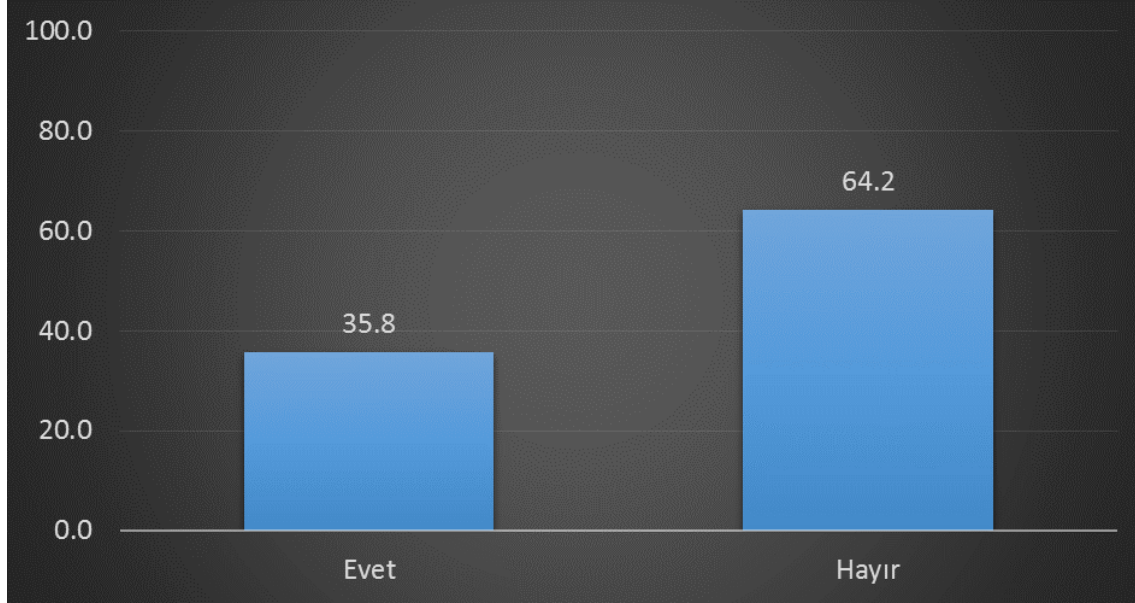
Yayıncı Kuruluşlarda Çalışanların Meslek Gruplarına Göre Cinsiyet Dağılımı (%)

MESLEK GRUPLARI (TV) (%)	Kadın	Erkek	Toplam
Yönetim Kurulu Başkan ve Üyeleri	23.0	77.0	100.0
Genel Müdür	17.8	82.2	100.0
Genel Yayın Yönetmeni	14.8	85.2	100.0
Sorumlu Müdür (Haber, Spor, Program, Teknik, İdari vs.)	26.3	73.7	100.0
Yapımcı(Yapımcı, Yapımcı Yrd. , Ortak Yapımcı, Uygulayıcı Yapımcı, Denetçi Yapımcı	46.9	53.1	100.0
Yönetmen (Yönetmen, Tv Program Yönetmeni, Yönetmen Yrd.,)	26.2	73.8	100.0
Kamera Ekibi (Kameraman, Kameraman Ass, Grip(Set Operasyon Elemanı)	3.3	96.7	100.0
Işık Ekibi (Işık Şefi, Birinci Işık Ass.)	6.6	93.4	100.0
Ses Ekibi (Ses Teknisyeni, Ses Kayıtcısı, Boom Operatörü, Ses Kayıtcısı)	6.0	94.0	100.0
Teknisyen (Uydu Haberleşme Teknisyeni, Transmisyon Teknisyeni, Verici Sistemleri Teknisyeni)	9.4	90.6	100.0
Ses Post Prodüksiyon (Ses Kurgusu Koordinatörü, Ses Efektçisi, Ses Miksajcı, Seslendirme Sanatçısı)	26.8	73.2	100.0
Editör	38.8	61.2	100.0
Muhabir	34.2	65.8	100.0
Haber Spikeri	49.3	50.7	100.0
Program Sunucusu	34.1	65.9	100.0
İdari, Mali ve Personel İşleri	42.4	57.6	100.0
İzleyici Temsilcisi	27.1	72.9	100.0

Yayıncı Kuruluşların Sahip Oldukları Cihaz ve Ekipmanlara Göre Dağılımı (Ortalama)

	T1 (Ulusal karasal)	T2 (Bölgesel karasal)	T3 (Yerel karasal)	Uydu ve/veya kablo
Kamera	24.7	12.6	5.7	8.5
Montaj	18.5	5.1	2.6	6.4
Jeneratör	5.0	1.6	1.3	1.3
UPS	8.0	1.7	2.2	1.8
Uplink	3.1	1.8	1.4	1.3
3G Canlı Yayın Cihazı	4.7	2.0	1.2	2.8
Canlı Yayın Aracı	3.1	2.0	1.0	1.7
Bilgisayar	172.4	50.0	11.3	30.2

Yayıncı Kuruluşların “Yayıncılara Yönelik Eğitim Seminerlerine” Katılım Oranı (%)



	Evet	Hayır
T1 (Ulusal Karasal)	29,2	70,8
T2 (Bölgesel Karasal)	75,0	25,0
T3 (Yerel Karasal)	48,6	51,4
Uydu ve/veya Kablo	23,0	77,0
ORTALAMA	35,8	64,2

Program Türlerinin Ortalama Süre Dağılımı (Saat)

	T1 (Ulusal karasal)	T2 (Bölgesel karasal)	T3 (Yerel karasal)	Uydu ve/veya kablo	Ortalama
HABER	1.556,8	1.232,9	1.572,1	1.059,9	1.342,6
GÜNCEL PROGRAMLAR	1.106,6	1.425,9	1.107,3	896,5	1.024,1
KÜLTÜR PROGRAMLARI	718,6	916,5	1.007,4	1.255,5	1.093,8
EĞİTİM PROGRAMLARI	389,2	899,8	556,5	670,1	606,1
GERÇEK YAŞAMLAR	205,3	53,1	113,4	63,9	93,6
DRAMA	2.263,9	969,1	665,8	1.764,0	1.333,0
EĞLENCE PROGRAMLARI	822,0	447,4	892,9	1.316,3	1.062,9
ÇOCUK PROGRAMLARI	549,1	577,1	411,0	733,9	571,1

Ticari İletişim Süresinin Kullanımının Yayın Ortamına Göre Dağılımı (%)

	Tamamını kullanıyorum	Yarıdan fazlasını kullanıyorum	Yaklaşık yarısını kullanıyorum	Yarıdan azını kullanıyorum	Hiç kullanmıyorum	TOPLAM
T1 (Ulusal Karasal)	31,3	62,5	6,3	0,0	0,0	100,0
T2 (Bölgesel Karasal)	0,0	37,5	50,0	12,5	0,0	100,0
T3 (Yerel Karasal)	12,6	20,5	25,2	23,6	18,1	100,0
Uydu ve/veya Kablo	25,6	21,8	11,3	34,6	6,8	100,0
ORTALAMA	19,4	23,9	18,3	27,1	11,3	100,0