

**GENÇLERİN RADYO DİNLEME ALIŞKANLIKLARI VE
RADYONUN İŞLEVİ**

**“Afyon Kocatepe Üniversitesi Öğrencilerinin Radyo Dinleme
Alışkanlıkları ve Beklentileri Üzerine Bir Değerlendirme”**

Serap ÖZTÜRK*

Abstract

Radio, while being a medium that speeds up the process of information gathering of the society, improves the level of consciousness and educates the masses, also creates an environment for relaxation. Naturally, other mass communication tools have the same power as the radio. However, due to its characteristics of broadcast and use, radio is a medium with a high potential of communication, reaching a larger audience than other media. Its relations with its audience is also different from other media. It can meet with its audience at the street, at home, in the car, in the fields, at the factory, shortly, almost everywhere. This superiority of the radio is, of course, reflected to its functions. This paper

* Yrd. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi

aims to reveal the radio-listening habits of the audience, their expectations and which basic functions of the radio are the most important.

Key words: Radio, functions of radio, radio broadcasting

.....

Giriş

Radyo, hemen herkesin kolaylıkla ulaşabildiği ve kullanabildiği bir araçtır. Gerek yayın, gerekse kullanım için diğer araçlar kadar büyük ve pahalı alt yapılara gereksinimi yoktur. Bu durum, radyonun kitle iletişim araçları içinde en yaygın ve en çok kullanılan araçların başında yer almasını sağlamaktadır. Radyoyu dinlemek için yayın alanında olmak, basit bir alıcıya sahip olmak ve duymama gibi fiziksel bir engelin olmaması yeterlidir. Başka bir iş yaparken radyonun dinlenebilir olması nedeniyle de McLeish; radyonun, dinleyiciden çok fazla bağlılık beklemeyen bir araç olduğunu söylemiştir. (McLeish, 2000: 6)

Türkiye’ de ilk radyo yayınlarının 1921- 1923 yılları arasında amatörler tarafından yapıldığı bilinmektedir. (Kocabaşoğlu, 1980: 8) Ancak ilk radyo vericileri 1927 yılında hizmete girmiştir. Başlangıçtan 1936 yılına kadar radyo yayınları, Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi tarafından yapılmıştır. Bu tarihten sonra radyo yayın hakları PTT’ye, çeşitli bakanlıklara, en son da 1965 yılında Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’na verilmiştir. (Oskay, 1971: 16)

Bu tarihten 1993 yılına dek yasal radyo yayıncılığı, özel izinle yayın yapan Polis ve Meteoroloji radyoları dışında TRT tarafından yapılmıştır.

İletişim teknolojisinin gelişmesi yayıncılıktaki devlet tekelinin sona ermesini de getirmiştir. Uydu aracılığı ile yurt dışından yayın yapan özel radyo-televizyon kurumları arka arkaya yayına başlamıştır. Yayındaki devlet tekeli ortadan kalkmış, hukuki düzenlemeler yetersiz olmuştur. İlk özel radyo yayımları 1992 yılında başlamıştır. Önce yayınlar başlamış, yasa sonradan çıkarılmıştır. 1993 yılında Anayasa' nın 133. Maddesi "Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir" olarak değiştirilmiş ve bu değişiklik 10 Temmuz 1993 tarihli Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Anayasa' daki bu değişikliğin üzerinden yaklaşık on yıl geçmiştir. Kuşkusuz bu on yılda radyo televizyon kanallarında nicelik ve nitelik olarak değişiklikler olmuştur.

Bu dönem içinde TRT Radyolarının yayın anlayışı, kar amacı gütmeyen ihtiyaç gidermek olan kamu yayıncılığı yapmak iken, özel radyoların yayın anlayışlarında sermaye özelliklerinin etkisi vardır. Şu anda yayımda olan radyoların sermayeleri çeşitlidir. Ulusal ve yerel özel radyolardaki sermaye biçimleri benzemektedir. Özel radyoların sermayelerine bakıldığında gazete, televizyon sahipleri, bir düşünce ve inanca bağlı topluluklar ya da kar etmek amacıyla sermaye sahipleri tarafından kurulan radyolar görülmektedir (Cankaya, 1996: 1035). Afyon'

daki yerel radyolarda da durum böyledir. Bir gazete sahibinin, üç radyosu vardır.(Armoni, Radyo 03, Radyo 19)

Kamu yayıncılığı yapan TRT'nin dört radyo kanalı yayındadır. TRT FM, popüler müziğe ağırlık veren, saat başı kısa haberlerle biçimlendirdiği yayın akışıyla daha çok özel radyolara benzeyen ve onlarla yarışan bir kanaldır.(Cankaya, 1996: 1034) Radyo1'de, çoğunlukla kültür ve müzik programları yayınlanmaktadır. Radyo3'te caz, klasik müzik yayınlarının yanı sıra bu alandaki müziklerle ilgili açıklamalı programlar ve haberler yayınlanmaktadır. Radyo 4' de de Türk Sanat Müziği ve Türk Halk Müziğinin yanı sıra haberler yayınlanmaktadır.

Özel radyoların yayın politikalarına gelince...Bu radyoların büyük çoğunluğu İstanbul' dan yayın yapmakta ve programların içeriklerini de İstanbul'da gelişen olaylar oluşturmaktadır. Bu radyoların müzik yayın anlayışlarına bakıldığında, yayınlanan müzik türlerinin yerli ya da yabancı pop, sanat müziği, halk müziği, arabesk ve fantezi müzik olduğu görülmektedir. Çeşitli yayın organları aracılığı ile verdikleri yayın bilgileri içinde söz programları yer almamaktadır.

Yerel radyo kanallarının yayın politikaları da ulusal yayın yapanlara benzer bir durumdadır. Genelde tüm radyolar yayınlarında pop müziğe ağırlık vermektedir. Ağırlıklı olarak yayınlanan müziğin yanı sıra, çoğunluğu ulusal olan haberler ve yerel reklamlara dayanan yarışma programları yapılmaktadır.

Radyo, kitle iletişim araçlarının tüm temel işlevlerini yerine getirebilen bir araçtır. Bunlar; haber vermek, bilgilendirmek, tanıtmak, tutundurmak, eğitmek ve eğlendirmektir. Radyo programlarının bu işlevleri yerine getirecek biçimde hazırlanması radyo programlarının içerik olarak da biçimlenmesine yardımcı olmaktadır. Programlar; haber, eğitim, sanat-kültür, müzik, drama programları içerik ve başlıklarında hazırlanabilirler.

Radyo programları, söz ve müzik gibi temel yapım öğelerinden oluşmakta, efektlerle de desteklenmektedir. Söze dayalı programlar daha çok haberler, eğitim, kültür, spor ve drama programlarıdır. Müzik, başlı başına bir program türü olabildiği gibi değişik amaçlarla başka programlar içinde de kullanılabilir.

Özel radyoların yayına başlamasıyla birlikte söze dayalı programların klasik yapısı dışına çıkmış ve bu düşünceyle üretilen programlara pek de ilgi gösterilmemiştir. Özel radyoların büyüyen çoğunluğu müzik, haber ve reklamlardan oluşan yayımlar yapmaktadır. Söze dayalı programlar yayınlamaktadır. Sohbet konusunda becerikli olan kişilerin yaptıkları programlar olan talk showlar, hemen her radyo üretilmektedir. Bu programların içeriklerinin kitle kültürüne hizmet edebileceği söylenebilir. Günümüzde radyoların insanları yalnızca eğlendirdiği vakit geçirttiği, içeriği, günlük yaşam açısından önem taşımayan söyleşilerle dolu olması dışında bir işlev olmadığı yolunda

yaygınlaşmaktadır. Özel radyoların yayına başlamasıyla birlikte, radyolar bu işlevlerin çoğunu artık yerine getirmemektedir.

Sorun

Teknolojik gelişmeler ve geçen zaman kitle iletişim araçlarının hızla yayılmasını da getirmiştir. Özel radyoların yayına başlamasından bu yana yaklaşık on yıl geçmiş, radyo yayıncılığı ulusal-yerel bazda oldukça yaygın bir duruma gelmiştir. Türkiye’de radyo yayıncılığı tüm dünyada olduğu gibi çoğunlukla haber verme, eğitime ve eğlendirme işlevini yerine getirmektedir; bu değişiklikler, müzik yayınlarıyla özel radyoların başlıca hedef kitlesi olan genç radyo dinleyicileri ve radyolar açısından işlevlerin yeniden gözden geçirilme ve günümüz radyosunun işlevini saptama zorunluluğu getirmektedir.

Amaç

Radyonun alt sınıflardan çok, daha rahat konum’dakiler, erkeklerden çok kadınlar, yaşlılardan da çok gençlerin dinlediği bir araç olduğunu araştırmalar ortaya koymuştur.(Funes 1992: 143-145) Ayrıca radyo dinleyen bu gruplar içinde de ev kadınlarının, öğrencilerin ve sanatçıların daha sık ve uzun süre ile radyo dinledikleri de saptanmıştır. (Baydar 1996: 1039) Anılan araştırmaların da ışığında üniversite öğrencisi gençlerin, hangi nedenlerle, ne kadar radyo dinledikleri ve radyo

dinlemedeki tercihlerini ortaya koyarak, radyonun bu grup açısından işlevlerini saptamak bu çalışmanın temel amacıdır.

Sınırlılık

Araştırma, Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin, Afyon il merkezinde bulunan yüksekokul ve fakültelerindeki öğrencileri ile sınırlıdır. Ulusal yayın yapan radyoların yanı sıra, yalnızca Afyon merkezde yayın yapan yerel radyoların da sorgulanması bu sınırlılığı getirmiştir.

Yöntem

Afyon Kocatepe Üniversitesine bağlı Afyon merkezde bulunan bölümlerde yaklaşık 9000 öğrenci kayıtlıdır. Her bölümden rastlantısal olarak seçilen 273 öğrenciye radyo dinleme alışkanlıkları ve radyolardan beklentileriyle ilgili olarak çoğunluğu açık uçlu sorulardan oluşan sormaca yüz yüze yapılmıştır,

Bulgular ve Yorum

Öğrencilerin; kitle iletişim araçları içinde radyoyu nereye koyduklarını saptamak amacıyla gazete okuma, televizyon izleme ve

Sormaca Afyon Kocatepe Üniversitesi Afyon Meslek Yüksekokulu Radyo Televizyon Bölümü 2001-2002 Öğretim Yılı Birinci sınıf öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

sinemaya gitme alışkanlıkları sorgulanmıştır. Bu sorulara alınan karşılıklar çizelgede verilmiştir.

Sormacaya katılan öğrencilerin yarısından fazlası (%75) gazeteyi arada sırada okuduğunu söylemiştir. Televizyon izleyip izlemedikleri sorulduğunda, öğrencilerin büyük çoğunluğu (%75), televizyonu sürekli izlediğini söylemiştir. İzleyenlerin yarısında fazlası da (%54) televizyonu akşamları ve program ayrımı yapmadan (%51) izlediklerini söylemişlerdir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu da (%95) radyo dinlediğini söylemiştir. Ayrıca radyo dinleyen 260 kişinin %3.1 i yerel radyo dinlemediğini belirtmiştir.

Çizelge 1 Gazete Okuma, Televizyon İzleme ve Radyo Dinleme Alışkanlığı

	Gazete		Televizyon		Radyo	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%
Evet	58	21,2	241	88.3	204	74.7
Hayır	11	4	13	4,8	55	20.2
Bazen	204	74,8	19	6.9	14	5.2
Toplam	273	100	273	100	273	100

Radyo Dinleme Zamanı ve Yeri

Çizelge2 ve çizelge3 öğrencilerin nerede ne zaman radyo dinlediklerini göstermektedir.

Çizelge 2. Radyoyu ne zaman dinliyorsunuz?

	Kişi	%
Gece	136	52
Sabah	105	41
Arada Sırada	19	7
TOPLAM	260	100

Radyonun sürekli olarak hangi zaman dilimlerinde dinlendiği sorgulanmış şu sonuçlar alınmıştır: Radyo dinleyenlerin %52si yani yarısından çoğu radyoyu gece dinlemektedir. Bu zaman dilimi öğrencilerin ders çalıştıkları ya da yalnız kaldıkları zamandır. Öğrencinin kendine özel olan bu zamanında radyo dinliyor olması radyonun bireysel bir araç da olmasından kaynaklanmaktadır. %41 oranında dinleyicinin de radyoyu sabah dinlediği saptanmıştır. Bu oran bu konuda yapılan diğer araştırmalarla çakışmamaktadır. Bu alandaki araştırmaların çoğunda radyo yayınlarının daha çok sabah dinlendiği saptanmıştır. Bu nedenle bu araştırmanın, genelleşen bu saptamaya birebir uymadığını oransal olarak çok düşük olmadığı için desteklediği söylenebilir.

Çizelge 3. Radyoyu nerede dinliyorsunuz?

	Kişi	%
EV/YURT	230	88.5
DIĞER	30	11.5
TOPLAM	260	100

Radyo dinleyicileri, radyolarını çoğunlukla evde (%55) ya da yurttaki(%33) dinlemektedir. Çizelge3'te bu iki veri birlikte değerlendirilmektedir. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%88) yaşadıkları yerde radyoya sahip olduklarını söylemek mümkündür. Bu da radyonun yaygın olarak kullanılan bir kitle iletişim aracı olduğunu göstermektedir.

Hangi Radyolar Dinleniyor

Çizelge 4'teki veriler birkaç şekilde gözden geçirildiğinde şu sonuçlara ulaşılmaktadır. Araştırmaya katılanların yaklaşık %65'i Radyo 5, Best FM ve TRT FM'i dinlemektedir. Hangi radyoyu dinlediğini belirtmeyenler (%5) dışında kalan % 30 dinleyici ise 19 radyo tarafından paylaşılmıştır. Dinleyicilerin yarısına yakın bir sayısı ulusal yayınlar içinde en çok özel radyoları dinlemektedir. Bu bölümde %2 ve altında kalan radyolar çizelge dışında bırakılmıştır. En çok dinlenen Radyo 5 yabancı pop müzik yayımlayan bir radyo kanalıdır. Radyo 5 dinlenen tüm kanallar içinde tek yabancı müzik yayını yapan kanalıdır.

Çizelge 4 .Hangi ulusal radyo kanalını dinliyorsunuz?

	Kişi	%
Radyo 5	70	27
Best FM	55	21
TRT FM	45	17
Show Radyo	18	7
Radyo D	13	5
Belirtilmeyen	13	5
Radyo 1	7	3
Diğerleri	39	15
TOPLAM	260	100

Çizelge5' te yerel radyolar içinde en çok hangi kanalların dinlendiğidir. Yerel radyoların hangilerinin dinlendiğine bakıldığında dinleyicilerin yaklaşık % 75'i Kolaylı, Armoni, Mavi ve Gün radyolar tarafından paylaşılırken kalan dinleyicilerin öbür radyolara dağılmış olduğu görülür. Bu radyolar, genellikle müzik, reklam ve yarışma programları yayınlamaktadırlar.

Çizelge5. Hangi yerel radyoyu dinliyorsunuz?

	Kişi	%
Kolaylı	70	27.8
Mavi	62	24.6
Armoni	52	20.6
Gün FM	35	13,9
Radyo 03	12	4,8
Radyo Net	10	4
Radyo 19	6	2,3
Bayrak	5	2
Toplam	252	100

Yerel radyoların dinlenme nedenlerinin de istek programları olduğu belirtilmiştir. Yerel radyolardaki istek programları çeşitlidir. Kimileri yayım ilkelerinde yer alan belli bir tür müziği temel alarak o müzik türlerini dinleyicilerine anında iletirken, kimileri de doğum günü, evlilik yıldönümü gibi özel günlere yönelik hazırlanmakta bu programlara da anında ya da önceden katılmak mümkün olmaktadır. Dinleyicinin programa katılımı sevdiği bir müzik türünden ya da kişiden hangi parçayı istediğini ya da kimin için istediğini belirtmekten ileriye gidememektedir.

En çok Dinlenen Radyo Program Türleri

Çizelge 6'da dinlenen radyo program türleri yer almaktadır. Bu türler dinleyicilerin sınıflaması sonucunda çıkmıştır.

Çizelge 6. Radyoda hangi konudaki programları dinliyorsunuz?

	Kişi	%
Müzik	150	57,7
Haber/ Müzik	38	14,6
Haber/Kültür/Müzik	22	8,7
Kültür/Müzik	11	4,2
Kültür	11	4,2
Haber/Eğitim/Müzik	10	3,8
Haber	8	3
Spor/Eğlence/Reklam	10	3,8
TOPLAM	260	100

Radyo dinleyenlerinin yarısından çoğu (% 58) müzik programların dinlemektedir.(Çizelge 6) Kalan dinleyiciler diğer seçenekler arasında dağılmaktadır. Sonuç olarak, daha çok müzik programlarının dinlendiği ortaya çıkmıştır. Bu programların içinde yerel radyo kanallarında yayınlanan programlar da yer almaktadır. Bu bölümde yer alan sorularla dinleyicinin program tür seçimi, program adıyla da desteklenmeye çalışılmıştır. Program adları çok sağlıklı çıkmamıştır. Bu sonuç programın değil programı yapan kişinin ya da müziğin tercih edildiğini göstermektedir. Dinleyicinin bu seçimiyle radyonun işlevlerinin de gözden geçirilmesi mümkündür.

Radyolarda Kullanılan Dilin Değerlendirilmesi

Radyo, hedef kitlesine sadece ses aracılığıyla ulaşan bir araçtır. Bu nedenle konuşmanın radyoda yeri önemlidir. Sormacaya katılan öğrencilerden dinledikleri radyodaki dili değerlendirmeleri istenmiştir. Öğrenciler, olumlu ya da olumsuz değerlendirmeye gitmişlerdir. Değerlendirmenin onların tercihlerini etkileyip etkilemediği de sorgulanmış ve sonuç bu biçimde ortaya konulmuştur. Beğenenler ve beğenmeyenlerin oranı Çizelge 7’de görüldüğü gibi birbirine yakın çıkmıştır.

Çizelge 7. Dinlediğiniz radyodaki konuşmaları nasıl değerlendirirsiniz?

	Kişi	%
Beğeniyorum	100	38,5
Beğenmiyorum	104	40
Yorumsuz	56	21.5
TOPLAM	260	100

Radyo dinleyicilerinin yaklaşık %40’ı radyolarındaki konuşmaları alaycı, özentili, gereksiz bir biçimde teknik olarak nitelendirip hoşlanmadıklarını belirtirlerken, % 21’ i de bu konuda yorumsuz kalmıştır. Sormacaya katılan kişiler dinledikleri radyodaki konuşma biçimini değerlendirdikleri, bu bölümde radyoyu iyi vakit geçirmek için kullandıkları bir araç olarak nitelendirerek yanıtladıklarını

belirtmişlerdir. Bu nedenle hafif konuların, hafif bir biçimde ele alınmıyor olunmasından rahatsızlık duymamaktadırlar. TRT FM dinleyenler, konuşmaları; seviyeli, sade, güzel olarak nitelemişlerdir. Özellikle yabancı müzik yayınları sırasında geliştirilen tarzı özentili, yerel kanallardaki konuşmaları da yerel şivenin özelliklerini taşımasından dolayı kötü ve bozuk olarak değerlendirmişlerdir.

Dinleyicilere, dinledikleri radyolarda hangi programlar olursa ve radyo yayınlarında nelere dikkat edilirse daha çok dinleyecekleri sorulmuştur. Dinleyicilerin, % 71'i müziğin eksikliğini vurgulamıştır.

Çizelge 8. Radyolarda daha neler olursa daha çok dinlersiniz?

	Kişi	%
Müzik	186	71.6
Haber	39	15
Kültür	26	10
Eğitim	8	3
Reklam	1	0,4
TOPLAM	260	100

Dinleyicilerin eksikliğini duydukları program türü ile dinlemek istedikleri program türleri çakışmıyor gibi görünmektedir. Ancak buradaki sonuç sadece kendi istedikleri müziğin yayınlanmasıdır. Bu durum da

radyonun daha özel dinleyici gruplarına yayın yapması gereğini ortaya çıkarmaktadır. (Çizelge 7, ve Çizelge 9)

Dinleyicinin Radyo İlişkisi

Radyo tüm kitle iletişim araçları gibi tek yönlü iletişimde bulunan bir araçtır. Dinleyici etken bir durumdan edilgen bir duruma sokulur. Dinleyicinin etkin duruma geçmesi için radyo ile iletişime girmesi gerekir. Mektup, telefon, faks, elektronik posta gibi araçlarla radyo ile iletişim kurmak mümkündür.

Günümüzde radyolar, dinleyicileriyle geçmişteki uygulamalara göre daha çok etkileşimde bulunmaktadır. Dinleyiciler değişik yollarla radyolarına ulaşabilmekte ve bir takım paylaşımlarda bulunabilmektedir. Yayıncı ve dinleyici arasında kurulan ilişki programların yapısını etkileyecektir kuşkusuz. Etkileşimden söz edebilmek için dinleyicinin program akışında etkili olması beklenmektedir. Soruları ya da seçimleriyle dinleyici bunu yapabilir.

Çizelge 9. Dinlediğiniz radyoyu aradınız mı?

	Kişi	%
Evet	97	37.3
Hayır	163	62.7
TOPLAM	260	100

Sormacaya katılan dinleyicilerin yalnızca % 37'si radyoyu aramıştır. Bu oran dinleyicilerin henüz radyoyu etkileşimli olarak kullanmadığını gösteriyor. Burada iletişimin, karşılıklı iletim olduğunu ve radyo denilen aracın yalnızca bir verici olmayıp, alıcı da olabileceğini, tekniğin buna imkan sağladığını yıllar öncesinden söyleyen Brecht'i anmak gerekiyor.

Çizelge 10. Aradığımız radyo hangi grupta yer alıyor?

	Kişi	%
Ulusal	23	23,71
Yerel	52	53,61
Her ikisi	22	22,68
TOPLAM	97	100

Dinleyicilerin çoğunluğu radyoyu telefonla aramıştır. Yerel kanallara telefonla ulaşmak diğer araçlara ve kanallara göre daha ucuz ve çabuk olduğu ve yakınındaki birileriyle konuşmak isteği neden olabilir.

Radyolar genellikle programcıyla sohbet etmek ya da istekte bulunmak için aranmaktadır. Radyoyu arama nedeninin başında % 90 oranıyla istekte bulunmak gelmektedir. Radyolardaki DJ ya da talk show yapan programcıları, bir yerde dinleyiciler beslemektedir. Programa katılan dinleyiciyle sohbet programı hareketlendirebilmekte, onun istediği parçanın çalınması programcıyla dinleyici arasında sıcaklık yaratmaktadır.

Bu insanın içinde var olan bir topluluğa ait olma, onlarla bir şeyler paylaşma isteğinin bir sonucudur.

Sormaca uygulanırken, dinleyicinin radyo ile ilişkileriyle ilgili olarak demokratik bir toplum olmanın temel ölçütlerinden olan katılımın gerekliliği de sorgulanmış, ancak eğlence amaçlı dinlemenin yaygın olması nedeniyle yeterli bir sonuca ulaşılamamıştır. Tek yönlü bir iletişim aracının yalnızca dinleyicisi olmak, verilen tüm bilgi ve kararları olduğu gibi kabul etmektir. Radyodaki yayına; istekte bulunmak yanında bir düşüncüyü dile getirmek, tepki vermek gibi çok çeşitli nedenlerle katılmak mümkündür. Radyolardaki programlara katılmayı bir eksiklik olarak görenlerin oranı da oldukça düşüktür.

Radyo Hangi Amaçla Dinleniyor

Radyonun işlevlerinin başta gelen haber verme işlevinin sorgulandığı bu bölümde, haberin ilk öğrenildiği kaynak sorgulanmıştır. Ulusal haberleri radyo dinleyenlerinin % 67'si televizyondan alırken, yaklaşık % 10'u radyodan almaktadır.

Çizelge 11. Ulusal haberi hangi yolla öğreniyorsunuz?

	Kişi	%
Televizyon	184	67
Gazete	30	11
Radyo	26	10
Arkadaş	21	8
İnternet	12	4
Toplam	273	100

Çizelge 12. Yerel haberi hangi yolla öğreniyorsunuz?

	Kişi	%
Arkadaş	134	49,1
Radyo	55	20,1
Televizyon	51	18,7
Gazete	29	10,6
Diğer	4	1,5
Toplam	273	100

Yerel radyo dinleyenlerinin yarısına yakın sayıda olanı yerel haberi çevrelerindeki insanlardan almaktadır. Yerel haberin radyodan öğrenilmesinin oranının, ulusal haberin radyodan öğrenilmesinden fazla olduğu görülmektedir.

Bu bölümdeki veriler bir kez daha radyonun artık bir haber alma aracı olmaktan, yerel düzeyde bile uzaklaştığını göstermektedir. Ulusal haberlerde görüntüyü kullanan ve daha ayrıntılı bilgi verebilen televizyon ilk sırada yer alırken radyo geçmişteki yerini kaybetmiş görünüyor. Yerel haberlerde yüz yüze iletişimin daha etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun da altında belki yerel radyo kanallarının, yerel haberlere yeterince yer ayırmamaları yatmaktadır.

Sonuç

Yaygın olarak kullanılan radyonun üniversite gençliği tarafından nasıl dinlendiği, işlevlerinden hangilerini daha çok yerine getirdiğini ve gençliğin radyolarda neleri eksik bulduğu ve bu araçtan neler beklediğinin sorgulandığı bu çalışmanın sonuçları; gençlerin büyük bir çoğunlukla radyo dinlediklerini, radyoyu hoşça vakit geçirme aracı olarak gördüklerini, dinlemek için seçtikleri müziğin yerli ya da yabancı pop müzik olduğunu, programların sözel sunumlarındaki alaycı dili eğlenceli bulduklarını, kültür programının eksikliğini duyduklarını göstermektedir.

Yerel radyo kanallarının gerçek işlevi; bulunduğu yörenin sorunlarını dile getirmek, bir kamuoyu oluşturmak, evrensellikten kopmadan yerelliğe bir boyut katmaktır. Oysa yayında olan radyolara bakıldığında hemen hepsi sürekli müzik ve reklam yayınlamaktadırlar. Müzik evrenseldir ve iyi bir arşive gerek vardır. Oldukça pahalı bir yatırım gerektirir. İnternette alınan ve çoğunlukla telif ücreti bile ödenmeyen müzik parçaları, kaliteli olmayan cihazlarla yapılan müzik yayını, yerel radyo kanallarının sıkça uyguladıkları bir yöntemdir. Dinleyici de kendisine sunulanla yetinmekte, daha başka seçeneklere yönelmemekte ve sorgulamamaktadır.

Geçen zaman radyoyu, dinleyicilerinin özellikle de genç radyo dinleyicilerinin daha çok müzik çalınan ve onların söyleyişiyle “stand up”(talk show) yapılan bir araç olarak görmelerini sağlamıştır. Sonuç bir başka araştırmaya yönlendiriyor. Acaba Cankaya’ nın dediği gibi

kitlelerin en rahat en ucuz bir biçimde ulaşabildiği ve kullandığı bir haberleşme aracı olan özgür özel radyolar, bir anda yepyeni sadık dinleyici kitleleri mi edindiler? (Cankaya 1996: 1038) Yoksa Fransa’da olduğu gibi özel radyolar, geleneksel yayın istasyonlarının karşısında yaptıkları yayınlarla dinleyicileri mi hatta radyonun kendisini de mi değiştirdiler?

Kaynakça

- BAYDAR, Mustafa Çetin (1996) “Türkiye Özel Radyoculuğu”, **Yeni Türkiye Dergisi** (Medya Özel Sayısı), Ankara.
- ÇANKAYA, Özden (1996) “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyonun İşlevi” **Yeni Türkiye Dergisi** (Medya Özel Sayısı), Ankara.
- FUNES, Nathalie (1992) “Dinleyiciler : Kimler Radyo Dinler? Bir Uluslar arası Karşılaştırma” **Medya Dünyası** Der. Jean Marie Chanon, (Çev. Oya Tatlıpınar), İletişim Yayınları, İstanbul.
- KOCABAŞOĞLU, Uygur (1980) **Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna** (TRT Öncesi Dönemde Radyonun Tarihsel Gelişimi Ve Türk Siyasal Yaşamdaki Yeri), Ankara Üniversitesi SBF Yayınları, Ankara.
- McLEISH, Robert (2000) **Radio Production A Manuel For Broadcasters**, Fourth Edition Great Britain.

