

Radyo Dinleme Alışkanlıkları Üzerine Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma

İHSAN EKEN
BAŞAK GEZMEN

Öz

Geçmişten günümüze değin etkin bir kitle iletişim aracı olarak kullanılan radyonun kamu hizmetlerini karşılamak, kültür ve eğitime yardımcı olmak, eğitim ve eğlence ihtiyaçlarını karşılamak gibi işlevleri vardır. Radyo tarafsız ve doğru yayın yaparak halka bilgi ve enformasyon akışı sağlar. Bilgi toplumuna geçiş sürecinde en önemli kurumların başında gelen üniversitelerin eğitimde de radyolar kullanılabilir. Radyo toplumsallaştırma haber ve bilgi temin etme kamuoyunu inandırma ve harekete geçirme eğitim ve kültür düzeyine katkıda bulunma gibi işlevleri yerine getirmektedir. Radyo günümüzde de etkin bir propaganda aracı olarak kullanılabilir. Gerçekleştirilen bu araştırmayla, öğrencilerin radyo dinleme alışkanlığıyla radyo dinleme bileşenleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma evrenini, İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesinin farklı bölüm ve sınıflarında öğrenim gören 294 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışma çerçevesinde yer alan öğrencilere çevrimiçi anket metoduyla ulaşılmıştır. Araştırmada, çerçevesinde seçilen öğrenciler kolayda örneklem tekniğiyle seçilmiştir. Öğrencilerin radyo dinleme alışkanlıklarının ölçümünde Singh'in (2013) geliştirdiği ölçek kullanılmıştır. Singh'in çalışmasında KMO değeri 0,714 iken bu çalışmada KMO değeri ise 0,815'tir. Dolayısıyla araştırma güvenilirliği yüksek bir araştırmadır. Toplanan veriler SPSS programıyla analiz edilmiştir. Çalışma dâhilinde, araştırmaya ait beş hipotez testine ait veriler analiz edilerek bulgulara yönelik açıklamalar yapılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin radyonun işlevlerinden özellikle bilgi güncelleme ve farkındalık konusuna önem verdikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Radyo, Radyonun İşlevleri, Anket, Üniversite Öğrencileri

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi : 28.10.2019

Kabul Tarihi: 09.12.2019

ORCID ID: 0000-0002-0401-8545 E-mail: ieken@medipol.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-9953-228X E-mail: bgezmen@medipol.edu.tr

A Study on the Habits of Radio Listening of University Students

İHSAN EKEN
BAŞAK GEZMEN

Abstract

The radio, which has been used as an effective mass communication tool from the past to the present, has the functions of providing public services, assisting culture and education, and meeting the needs of education and entertainment. Radio provides knowledge and information flow to the public by broadcasting impartially and accurately. Radios can also be used in the education of universities which are among the most important institutions in the process of transition to information society. Radio performs functions such as socialization, providing news and information, convincing and mobilizing the public, and contributing to the level of education and culture. Radio can still be used as an effective propaganda tool today. With this research, it is aimed to determine the relationship between the habits of radio listening of students and the components of radio listening. The population of the research is composed of 294 students studying in different departments and classes of the Faculty of Communication at Istanbul Medipol University. The students participating in the study were reached through an online survey method. The students selected within the framework of the research were selected through convenience sampling technique. The scale developed by Singh(2013) was employed to measure the habits of radio listening of the students. In Singh's study KMO value was 0.714, whereas KMO value in this study was 0.815. Therefore, the research is a highly reliable research. The analysis of the collected data was performed using the SPSS program. Within the scope of the study, the data of the five hypotheses tests of the research were analyzed, and the explanations were made directed to the findings. According to the findings obtained as a result of the study, it was observed that students give particular importance to the issues of information update and awareness among the functions of the radio.

Keywords: Radio, The Functions of the Radio, Survey, University Students

Research Paper

Received: 28.10.2019

Accepted: 09.12.2019

ORCID ID: 0000-0002-0401-8545 E-mail: ieken@medipol.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-9953-228X E-mail: bgezmen@medipol.edu.tr

1.Giriş

Günümüzde medya kavramıyla karşılık bulan internet radyo, televizyon ve sine- ma gibi kitle iletişim araçları, kamuoyuna bilgi ve enformasyon akışı sağlamaktadır. Medyanın enformasyon görüş ve düşünce akışını geniş kitlelere kısa zaman dilimi içerisinde aktarma işlemi yanı sıra bazı duygu ve davranışları şekillendirme, kitlelerin eğitim ihtiyacını karşılama, boş zaman etkinliği aracı olarak eğlence işle- vini yerine getirme gibi görevleri de bulunmaktadır.

Radyo geçmişten günümüze yaklaşık elli yılı aşkın bir süredir toplumsal yaşam- daki etkinliğini sürdürmektedir. Radyo vasıtasıyla bireyler dünya da neler olup bittiğine dair haber alabilmekte, kısa vade içerisinde birçok gerçeğe tanık ola- bilmektedir. Radyo, görünüm olarak küçük bir boyuta sahip olsa da etkinliği ol- dukça geniş bir alanı kapsar. Radyo sayesinde ulaştırılmak istenilen mesaj anında geniş bir kitleyi yönlendirebilmektedir. Bu bağlamda radyonun ne kadar etkin bir ikna aracı olduğu da bilinmektedir. Geçmiş dönemlerde de başarılı bir propagan- da aracı olarak kullanılan radyo, birçok zafere de tanıklık etmiştir. Örneğin İkinci Dünya Savaşı sırasında Alman işgali altındaki İngiltere’de konuşma bozukluğu ol- masına rağmen Kral 6. George’un radyodan yaptığı bilgilendirici ver motive edi- ci konuşmalar, halkın ve askerlerin moral kaynağı olmuştur (Hooper, 2011). Bu dönemde radyo aynı zamanda zaferin bir simgesi olarak tarihteki yerini almıştır.

Çalışmada, Singh’in (2013) “Radyo Dinleme Alışkanlıkları ve Tercihleri – Punjab Kentsel Nüfus Üzerine Bir Araştırma” üzerine yaptığı çalışmadaki radyo dinleme alışkanlıklarıyla ilgili davranış motivasyonları ölçeği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. İletişim Fakültesini oluşturan öğrenci sayısı 910’dur. İletişim Fakültesini oluşturan 910 öğrenciden 294’üyle mail ve akıllı telefon üzerinden çevrimiçi ola- rak surveymonkey programıyla anket gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen bu araştır- mayla, öğrencilerin radyo dinleme alışkanlığıyla radyo dinleme bileşenleri arasın- daki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Singh’in çalışmasında KMO değeri 0,714 iken bu çalışmada KMO değeri ise ,815’dir. Dolayısıyla araştırma güvenilirliği yüksek bir araştırmadır. Çalışma dâhilin- de, araştırmaya ait beş hipotez testine ait veriler analiz edilerek bulgulara yönelik açıklamalar yapılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre, öğrenci- lerin radyonun işlevlerinden özellikle bilgi güncelleme ve farkındalık konusuna önem verdikleri görülmüştür. Öğrenciler radyo kanallarından yeni çıkan ürünleri, indirimleri, şehirdeki trafik tıkanıklıklarını, film yorumlarını vb. konularda bir bilgi kaynağı olarak kullanmaktadır.

2. Radyo ve İşlevleri

İletişim dünyasındaki gelişmelerin en önemlileri, yirminci yüzyılda gerçekleşmeye başlamıştır. Bu dönemin kitle iletişimin altın çağı olarak değerlendirilmesinin nedenlerinin başında ses ve görüntü iletimindeki gelişmeler gelmektedir. Yazılı basın, radyonun bulunuşu, televizyonun icadı ve internetin ortaya çıkışı vb. gelişmelerle dünya global bir köy olarak değerlendirilmeye başlandı (Işık, 2014: 10).

Teknolojinin baş döndürücü hızdaki değişim ve dönüşümü kitle iletişim araçlarının da gelişmesini sağlamakta, günümüzde artık medya sadece haber ve bilgi ulaştırmanın yanında toplumsallaştırma, eğitime, öğretme, eğlendirme, kamuoyu oluşumuna da destek sağlamaktadır. “Kaynaktan (stüdyo ya da herhangi bir yerde) alınan söz-müzik unsurunun elektromanyetik dalgalar aracılığıyla insan kulağına iletilmesi olarak” tanımlanan radyoculuk, çok geniş bir dinleyici kitlesine sahiptir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere bir yerde üretilen sesin (söz, müzik vb.), radyo vericisi kanalıyla aktarılarak elektromanyetik dalgalara dönüştürülmesi, boşlukta taşınması ve sonunda radyo alıcılarının söz ve müzik vb. olarak alınması ve dinlenebilmesi söz konusudur (Aziz, 2013: 128-129). İnsanlar radyo yayınları sayesinde haberleşmeyle birlikte aynı zamanda eğitim ve eğlence gereksinimlerini de karşılayabilmektedir. Çok büyük bir etki gücüne sahip olan radyo, 24 saat yaptığı yayınlarla tüm gün bireylere haber alabilme olanağı sağlamaktadır. Radyo, dünyada ve ülkemizde, özellikle toplumun geri kalmış bölgelerinde kalkınmaya destek sağlamakta, yaptığı eğitici yayınlarla kültürel kalkınmada önemli rol oynamaktadır. Haber verme, eğlendirme işlevlerinin yanında geniş bir kitle olan radyo dinleyicilerine çeşitli mal ve hizmetlerinin tanıtımı da yapılarak birçok konuda bilgi ve enformasyon sahibi olmaları da sağlanmaktadır. Bu bağlamda radyo kamuoyu oluşturmada da etkili bir araçtır (Uyguç & Genç, 1998: 37-38). Ünlü McBride raporunda* da yer alan kitle iletişim araçlarının işlevleri açıklanmış, bu işlevler arasında eğitim ve toplumsallaştırma işlevleri üzerinde de durulmaktadır. Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet radyo ve gazete karşılaştırılmasına yönelik bir araştırmanın sonucunda radyo yanıtlayıcıların büyük bir bölümü tarafından önemli bir ikna aracı olarak görüldüğü ortaya çıkmıştır. Ayrıca, dinleyiciler karar alma süreçlerinde, radyonun mu yoksa gazetenin mi daha etkin olduğu sorusunu eşit olarak cevaplamışlardır. Ancak hangisinin daha önemli sorusuna radyo açık farkla önde yer almıştır. Seçim sürecinde de etkin bir araç olarak kullanılan radyo, oy kullanma niyetindeki değişiklikler için de etkindir (Oskay, 1992: 197-198).

*Sean McBride, eski İrlanda Dışişleri Bakanı ve Nobel ve Lenin Barış Ödüllerinin sahibidir. McBride’in başkanlığında toplanan komisyon çalışmalarının sonucunda kitle iletişim araçlarının işlevleri belirlenmiş ve açıklanmıştır. Bu çalışma ayrıca Unesco Genel Kurulu’nda 1980 yılında görüşülerek kabul edilmiştir. Raporda kitle iletişim araçları haber ve bilgi sağlama, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, eğitim, kültürün gelişmesine katkı, eğlendirme, bütünleştirme olarak sekiz başlıkta ele alınmıştır (Bülbül, 2001: 61-63)

3. Kamu Hizmeti Yayıncılığı Olarak Radyo

Uzun yıllardır toplumların yaşamında yer alan ve etkin bir kitle iletişim aracı olan radyo, bireylerin kendileri dışındaki evrenle bağlantısını, ilişkisini ses yoluyla kurmaya çalışan bir araçtır. Radyo vasıtasıyla, bireyler kendi dünyalarının dışına çıkarılmakta, tüm dünyada neler olup bittiğine anında ya da çok kısa bir süre sonra tanık olabilmektedir. Radyo, önemli bir toplumsallaştırma ve eğitim aracı olan radyoyla ilgili teknik çalışmaların başlaması, sinemanın bulunmasından önce olmasına rağmen radyo, sinemadan sonra toplum hizmetine girmiştir. 19. yüzyılın ikinci yarısında Avrupa'da başlayan ilk radyo çalışmaları birbirini destekleyen buluşların (Aziz, 2013: 128-129) gerçekleşmesiyle ortaya çıkmıştır.

Toplumsallaşma, kitle iletişim araçlarının en önemli işlevleri arasında yer almaktadır. Toplumların doğuşu ve gelişiminde temel olan ilişkileri somutlaştıran iletişim, toplumsal yaşamın ilk ve vazgeçilmez ögesidir. Toplum biçimleri her ne olursa olsun yer ve zaman farkı gözetmeksizin temel toplumsal işlevler benzerdir. Ancak, toplumsal, ekonomik çevre dikkate alındığında bu işlevlerin yerine gelmesi, kullanılan araçlar ve uygulama açısından kültürden kültüre benzerlikler taşısa da farklılıklar göstermektedir (Zıllıoğlu, 2003: 79). Birey yaşamında, aile-okul-arkadaş yüz yüze ilişkilerin görüldüğü alanlar olduğu için birincil küme olarak değerlendirilmektedir. Yüz yüze ilişkilerin sık kullanılmadığı ya da hiç yer almadığı iş ilgisi ve beğenisi sonucu kurduğu ilişkiler ise ikincil kümede yer almaktadır. Kitle iletişim araçları kendine özgü özellikleri sebebiyle tam olarak birincil ve ikincil kümelerde yer almamakla birlikte, bunların dışında bu yollarla toplumsallaşmaya destek veren yardımcı etmenler olarak sınıflandırılabilir (Aziz, 1982: 21) .

Radyo ve televizyon teknolojisi tüketim toplumunun yapısına uygun teknolojilerdir. Kamu hizmeti modeline göre yayıncılık, kamusal bir faaliyet olduğu ve frekanslar toplumun malı olduğu ilkeleri temel alınarak toplumların yapısına göre bu yapı, yayınlardan sorumlu kamu kurumunu siyasal iktidarın etki alanı dışına taşıyarak tarafsız yayınları güvence altına almayı hedefleyen özerklik düzenlemeleri sağlanmalıdır. Ya da siyasal iktidara bağlı hükümet radyo televizyon düzenlemeleri yapılmalıdır. Bu duruma en güzel örnek Fransa'da ORTF modelidir (İlal, 1997: 49).

1947 yılında inceleme yapmak üzere kurulan Basın Özgürlüğü Komisyonu (diğer bilinen adıyla Hutchins Komisyonu), basın özgürlüğü uygulamalarını araştıran bir inceleme yaparak Amerika Birleşik Devletleri'ndeki uygulamaları değerlendirmişlerdir. Bu incelemeler, toplumsal sorumluluk kuramının kökenini oluşturmaktadır. Kuram kapsamında, serbest pazarın birçok konuda yetersiz kaldığı hususunda fikir birliğine varılmış, bu noktalar özellikle basın özgürlüğü ve toplumsal beklenti

yetersizlikleri üzerine olmuştur. Bu bağlamda raporda basın özgürlüğü düşüncesiyle bunun vazgeçilmez bir parçası olarak görülen sorumluluk arasında bir çelişki yaşanmaktadır. Kuram gereğince kitle iletişim araçları, topluma karşı sorumlu oldukları görevleri yerine getirirken gerçeklik, kesinlik, nesnellik, dengelilik gibi ilkeler ve bunların işlevselliğini sağlayacak mesleki ölçütler oluşturmalıdır. Çoğulculuk-katılımcılık ilkeleriyle örtüşen farklı kesimlerin görüşlerine yer verme, cevap hakkı tanıma gibi ilkeler misyon edinmelidir. Medyanın eğitim işlevini ön planda tutmalı, kültür ve sanat aktarımını sağlamalıdır. Bir yayın talebinde, istek dışı zorlamaya ve baskıya başvurulmamalıdır. Ayrıca, sağlıklı ve demokratik ortamda suça ve şiddete özendirici kişi ve azınlık gruplarını gücendirecek yayınlara yer verilmemelidir (Tüfekçioğlu, 1997: 64-66)

Demokratik ve katılımcı bir toplumda kamusal yayıncılık oldukça önem teşkil etmektedir. Aktif alıcının ihtiyaçları, ilgi ve istekleri üzerinde yoğunlaşan demokratik katılımcı yaklaşım, daha çok liberal toplumlarda görülmektedir. Basında ve diğer iletişim araçlarında görülen tekelleşme ve ticarileşmeye işaret edilmektedir. Kuram, çoğulculuğu yerelliği, toplumun bütününe ulaşmayı ve etkileşimi desteklemektedir. Merkezî yapılanmayı, tek tipleşmeyi, devlet güdümündeki medyayı reddeden kuram; özgürlükçülük, eşitlikçilik, çevrecilik vb. öğeler içermektedir. Kuram, temelde medya kurumlarının kontrolünden çok, kullanıcılara yönelik olmayı savunmaktadır. Bu bağlamda izleyici doğrudan kontrolü sağlanmalı, seçim ve katılım yönünde fırsatlar sunulmalı, sosyal yaşamla birliktelik sağlanmalıdır. Kitle iletişim araçları izleyicileri için hareket etmelidir. Grupların, yerel toplulukların kendi medyalarını oluşturmaları gerekliliğini savunan kurama göre, kitle iletişim araçları izleyici odaklı yayın yapmalıdır (Tüfekçioğlu, 1997: 72-74)

4. Dünya’da Radyonun Tarihsel Serüveni

Ortaya çıktığı dönemden itibaren insanların en önemli iletişim, eğlence vb. ihtiyaçlarını karşılayan radyo, birtakım teknolojik gelişmeler sayesinde icat edilmiştir. 19. yüzyılın ikinci çeyreğinden itibaren Michael Faraday ve James Maxwell’in elektromanyetik dalga teorisi daha sonraki yıllarda Heinrich Hertz’in kendi adını taşıyan dalga boylarını bulması ve üretmesi, 19. yüzyılın son çeyreğinde Guglielmo Marconi’nin mors alfabesini kullanarak iletişim denemelerini gerçekleştirmeleri, radyonun temelini oluşturmaktadır (Jeanneney, 2009: 143-144). Radyo, geniş kitlelere haber veren ilk elektromanyetik cihazlardan birisidir. Radyo yayınları 20. yüzyılın ilk çeyreğinde Markoni’nin çalışmalarıyla başlasa da ses ve müziğin kesintisiz olarak dinleyiciye ulaşması Lee De Forest’in bulduğu “boşluk tüpü” adını verdiği cihazla gerçekleşmiştir (Aydın, 2016)

Radyonun ilk kez haberleşme aracı olarak kullanılması, önceleri gemiden gemiye sonra gemiden karaya yapılan bağlantılarla gerçekleşmiştir. Bu sayede açık denizlerde ve okyanuslarda yolculuk yapan gemiler daha güvenli bir şekilde seyahat etmeye başlamışlardır. 1912 yılında gerçekleşen “Titanic’in” bir buz dağına çarparak okyanusta batması, telsiz kullanımının insanların hayatı için ne denli önemli olduğunu ortaya çıkarmıştır. Kazada Titanic’teki mürettebat radyo dalgalarını kullanarak pek çok gemiden yardım istemiş, fakat gemilerin Titanic ile arasındaki uzaklık, diğer gemilerin hemen yardıma gelmesini engellemiştir (Kern, 2014). Bu bağlamda radyo dalgalarının bulunmasının insanlık hayatını nasıl kökten değiştirdiği de açıkça görülmektedir. Radyoyla birlikte, artık kablolu bağlantı kullanmadan çok daha uzak mesafelere iletişim sağlanabilir hâline gelmiştir.

Radyo yayınlarının gerçek anlamda nerede ve ne zaman yapıldığıyla ilgili çeşitli görüşler vardır. İlk kez ABD’de 1920’de Pittsburg’daki KDKA adlı bir radyo istasyonunu, seçim haberleri vererek sürekli yayına başlamıştır (Cankaya, 2015: 16). KDKA İstasyonu’nun gerçekleştirdiği bu yayın 500-2.000 arasında değişen bir kitleye ulaşmıştır (Aziz 1976, 8). ABD’den sonra düzenli yayınlar 1922’de İngiltere, Fransa ve Sovyetler Birliği’nde, 1923’te Almanya’da başlamıştır. Bu süreçten 1927’ye değin Arjantin, Avustralya, İtalya, Japonya, Norveç ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde de düzenli yayınların yapıldığı görülmektedir (Özmen, 2014: 3; Aydın, 2016: 177).

Radyo yayına başladığı ilk günden günümüze değin insanların iletişim ihtiyacını karşılayan en önemli kitle iletişim araçlarından biri olmuştur. Bu kitle iletişim aracının insanların hayatındaki önemi, kendisinden yapılan yayının tüm insanların hayatını değiştirebilmesinden anlaşılmaktadır. 30 Ekim 1938’de ABD’de CBS radyosunda gerçekleştirilen cadılar bayramı yayını, belki de dünyanın en ünlü radyo programıdır. Bu programda H.G. Wells’in bilim kurgu öyküsü olan War of the Worlds’ın (Dünyalar Savaşı) bir uyarlaması sunulmuştur. Yapılan uyarlamada gerçekte olayın geçtiği yer New Jersey olarak, olayın geçtiği ân ise tarihsel olarak değiştirilerek verilmiştir. Programı başından itibaren dinleyenler ve perde arası anonsları dinleyenler bunun bir radyo tiyatrosu olduğunun farkındaydılar. Ancak programı daha sonradan dinleyen kişiler ise bu durumun farkında değildi.

...program içerisinde bir süre geçtikten sonra sunucu haber bülteni sunmak için araya girdi ve Mars Gezegeni’nden bir gaz bulutunun gözlemlendiğini bildirdi. New Jersey’de Grovers Mill’de büyük bir meteor düştüğünü ve Marslıların ortaya çıktığını, ABD askerî kuvvetlerinin uğradığı bozgunu ve hükümetin yaptığı açıklamayı bildirildi ... Pek çok dinleyici, programın ortasında yapılan, ‘bütün bunların bir şaka olduğu’ anonsunu dinlememişti. Birçok dinleyici dua etmeye, sona hazırlanmaya ve Marslılardan kaçmaya başlamışlardı. Program akışı tüm eleştirel yetenekleri altüst etmişti. Bir muhabirin ‘olay

yerinden bildiriyoruz' sözü tüm insanları ikna etmişti. Bu süreç içerisinde birçok kişi polisi aramış, evlerini terk etmiş, işgal edilecekmiş gibi tepki vererek esir alınıp uzaylılar tarafından öldürülmek yerine kendini öldürmüştür. Bu drama, radyonun toplum üzerindeki etkisini gün yüzüne çıkarmıştır. "Bir program radyoda yayınlanıyorsa gerçek olmalı" (Sterling & Kittross, 2014: 326-327).

Radyonun insanlar için önemi, hem görsel hem de işitsel bir kitle iletişim aracı olan televizyonun icat edinmesine kadar devam etmiştir. Televizyonun icat edilmesi radyonun önemini azaltmıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan günümüze değin yaşanan teknolojik gelişmeler radyo yayıncılığını değiştirip dönüştürmüştür. Özellikle teknolojik alanda yaşanan değişimler ve internet sayesinde günümüzde radyo akıllı telefonlar üzerinden her ân her yerde dinlenen bir kitle iletişim aracına dönüşmüştür.

5. Türkiye'de Radyonun Tarihsel Serüveni

20. yüzyılın ilk çeyreğinde radyonun insanlar üzerindeki etkisi giderek daha önemli bir hâle gelmiştir. Aynı tarihlerde ülkemiz üzerinde verilen bağımsızlık mücadelesinde (Kurtuluş Savaşı) ise halkı bilinçlendirmek ve haberdar etmek için çeşitli kitle iletişim araçlarındaki eksikliğin durumu gün yüzüne çıkmıştır. Kurtuluş Savaşı'ndan sonra radyo alandaki eksiklikler tespit edilerek çalışmalara başlanmıştır. Ülkemizdeki ilk radyo denemesi Rüştü Bey (Uzel)'in İstanbul Muallim Mektebinde kendi yaptığı radyo vericisiyle okulundaki bir müzik konserini üniversitedeki konferans salonunda dinletebilmesidir (Cankaya, 2015: 16)

Cumhuriyet'in ilk yıllarında yayın tekeli, Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketindedir (TTTAŞ). TTTAŞ, yapımı 1927'de biten PTT'nin telsiz telgraf vericilerinden 5-7 KW gücünde iki verici kiralarak yayın yapacak hâle gelmiştir. Bu vericilerden ilki başkent Ankara'ya, diğeri ise İstanbul'da kurulmuştur. 6 Mayıs 1927'de İstanbul'da Büyük Postanesinin kapısı üzerine yerleştirilen vericiyle radyodan müzik dinletisi yapılmış ve aynı yıl içinde Ankara'da düzenli yayınlara başlanmıştır (Kocabaşoğlu, 1980: 9-113; Gülizar, 1985: 27-32; Arslan, 2010: 22). 6 Mayıs 1927'de İstanbul Büyük Postane'de gerçekleştirilen bu yayının başlangıcında Eşref Şefik'in "Alo Alo muhterem Sami'in! Burası İstanbul Telsiz Telefonu" anonsu ise ilk radyo başlangıç cümlesidir (RATEM, 2017)

Atatürk'ün verdiği destek sayesinde radyo alıcısı üretimi ve dağıtımı artmıştır. 1926 yılında tekel olarak radyo yayına başlayan TTTAŞ, bireylerin radyo dinleme alışkanlıklarını arttırmak için ücretsiz radyo alıcısı dağıtmıştır. TTTAŞ'ın ücretsiz radyo vericisi dağıtması, 90'lı yıllarda gazetelerin kupon biriktirme yoluyla bedava ürün dağıtmasına benzemektedir (Arslan, 2010: 25). TTTAŞ'ın radyo yayınlarını

yapmasında çeşitli sorunlar yaşanmıştır. Özellikle 1930'lu yıllarda dünya çapında yaşanan büyük buhran ve bunun önemli etkilerinden biri olan yetkin eleman eksikliği ve eleman eğitimi, radyo yayınının yapılmasını güçleştirmiştir. Radyo yayıncılığının ilk yıllarında, radyo yayınları genellikle akşam saatlerinde süreli olarak yapılmıştır. TTTAŞ çeşitli dönemlerde maddi sıkıntılar hatta iflasın eşiğine gelmesine rağmen ilk kez 1932 yılında kâr etmiştir (Kocabaşoğlu, 1985: 39-40). TTTAŞ'ın radyo yayıncılığı 1937 yılında son bulmuştur. Bu tarihten sonra radyo yayıncılığı PTT'ye devredilmiştir (Arslan, 2010: 29).

Radyo yayınlarının TTTAŞ'tan devlet idaresine geçmesi 1936 yılında çıkarılan bir kararname (Nafia Vekaleti) ile gerçekleşmiştir. Radyo yayınlarının PTT'ye geçmesiyle beraber Ankara ve İstanbul'da Posta ve Telgraf Başmüdürlükleri görevlendirilmiştir (Kocabaşoğlu, 1985: 135; Cankaya, 1997: 6)

İkinci Dünya Savaşı sırasında toplumun moralini yükseltmek amacıyla radyoda ilk kez manevi yayınlar adında millî kahramanlık ve yurt sevgisini konu alan yayınlar yapılmıştır (Kocabaşoğlu, 1985: 170). PTT'nin ilk dönem yayınları incelendiğinde, TTTAŞ dönemine göre yapılan radyo yayınlarının arttığı, özellikle yayınların eğitim, kültür, sanat konuları da yapıldığı görülmektedir (Arslan, 2010: 32). Türkiye savaşa girmese de ülkede yaşanan ekonomik koşullar radyonun yayınlarına yansımıştır. Ancak, savaş koşullarında radyonun önemi giderek artmıştır. Radyoya devlet bütçesinden büyük fonlar ayrılmaya başlanmıştır; farklı dinleyici gruplarına yönelik (kadınlar, çocuklar, gençler) çeşitli programlar yapıp yayımlanmaya başlanmıştır (Kocabaşoğlu, 1985: 27-35).

1950'lilerde çok partili hayata geçişle beraber radyonun önemi hem dünyada hem de Türkiye'de artmıştır. Radyonun öneminin artması, radyonun siyasal partiler tarafından etkin olarak kullanılmasına sebep olmuştur. Radyo yayınlarının denetlenmesi için Yayın Danışma Kurulu oluşturulmuştur. Bu sayede yayınların denetimden geçirilmesi sağlanmıştır (Kocabaşoğlu, 1985: 256). Radyonun siyasi partiler tarafından etkin kullanılması, halkın belirli bölümleri tarafından tepkilere neden olmuştur. Bunun en önemli sebebiyse her siyasi partinin eşit sürelerde yayın hakkına sahip olmamasıdır (Arslan, 2010: 22). Bu dönemin en önemli olaylarından biri ise halkın devlet radyosuna duyduğu güvensizlikten dolayı Türkiye ile ilgili haberleri Britanya radyo kanalı olan BBC'den dinlemesidir. Halkın radyoya tepki göstermesinin bir başka sebebiyse Vatan Cephesi'dir. Vatan Cephesi programında her gün bu gruba katılan kişilerin isimleri okunarak başlar. Okunan listeler oldukça uzun listelerdir, bu durum radyo dinleyen kişilerin canını sıkarken bir süre sonra radyonun eleştirilmesine neden olmuştur (Arslan, 2010: 40).

1960 darbesiyle beraber radyo yayınlarında değişiklikler olmuştur. Türkiye Radyo

Televizyon Kurumu olan TRT kuruluncaya kadar Türkleri yabancı yayınların zararlarından korumak amacıyla Türkiye sınırları içerisindeki çeşitli illerde sekiz il radyosu kurulmuştur (Kocabaşoğlu, 1985: 27-35).

TRT'nin yayın hayatına başlamasıyla beraber Türkiye'deki yayıncılık faaliyetlerindeki gelişmeler de hızlanmıştır. 70'lerden itibaren günün belirli saatlerinde sunulan ana haber bültenleri dışında saat başı haberler yayımlanmaya başlamıştır. Bununla beraber bölgesel ve dış haberlerle beraber program içerikleri zenginleştirilmiştir. TRT, 70'lerden itibaren ilk özel radyoların kurulmasına değin yayın tekeli elinde bulundurmıştır. Bununla beraber bu süreç içerisinde TRT hem yapısal hem de içerik açısından değişikliklerle kendini değiştirerek dönüştürmüştür. TRT, 1987 yılında itibaren kurduğu farklı radyo kanallarıyla birlikte yayın ağını genişletmiştir. Yaşanan tüm bu değişim ve dönüşümlere rağmen radyo, televizyon karşısında gücünü yitirmeye başlamıştır (Arslan, 2010: 49).

Neoliberal politikaların etkin olarak yaşandığı 1985 yılına kadar yüzden fazla radyo kanalının kurulması amacıyla başvurular yapılsa bile tüm başvurular reddedilmiştir. Ülkenin önde gelen basım şirketleri (Hürriyet, Sabah, Karacan, Nadir) de radyo kurmak için başvuru yapmışlardır (Arslan, 2010: 49). Bu süreç içerisinde sadece eğitim amaçlı olmak üzere belediye ve üniversite radyolarına izin verilmiştir. Bu süreç içerisinde ülkeyi yöneten iktidar ve muhalefet grubunda yer alan pek çok vekilse bu görüşe katılarak Türkiye'nin özel kanallara hazır olmadığını dile getirmişlerdir (Cankaya,1997: 71-77). Özel radyo kuruluşları TRT'nin üstlendiği eğitim, kültür, haber ve müzik yayınlarını farklı bir bakış açısında değerlendirerek yayınlarını gerçekleştirmiştir. Özel radyoların kurulmasıyla beraber "eğitim" in esas olduğu yayınlar geride kalmıştır. Bu süreç içerisinde kurulan RTÜK, radyo ve televizyonlara sık sık uyarı ve kapatma cezası vermiştir (Cankaya,1997: 76-91).

Günümüzde pek çok radyoyla beraber TRT radyoları yayın yapmaktadır. TRT hâlâ en geniş kapsama alanına sahip olma ve en çok dinleyiciye seslenebilme özelliğini taşımaktadır. Yayın anlayışında da eski ilkelere bağlı kalarak eğitim, kültür, bilgi ve haber kaynağı olmayı sürdürmektedir (Arslan, 2010: 50).

6. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket metodu kullanılmıştır. Katılımcılarla anket, çevrimiçi bir şekilde yapılmıştır. Ankete katılan tüm katılımcıların akıllı telefonları bulunmakla beraber, sosyal medya ve e-postayı da aktif olarak kullanmaktadır. Anket yöntemi; cevaplayıcıların akademik, ticari ya da resmî bir amaçla daha önceden belirlenmiş sorulara karşılık vermesi suretiyle veri elde etme yöntemidir. Anket uygulaması için farklı ölçeklerde 22 soru hazırlanmıştır.

Araştırma için kesin anket formu hazırlanıp veri toplamasına geçilmeden önce İstanbul Medipol Üniversitesinde 5 kişiyle görüşülerek anketteki sorular ve ifadeler hakkında görüşleri alınmıştır. Anlaşılmayan ifadeler düzeltildikten sonra anket soruları yeniden düzenlenmiştir. Anket çalışmasına pilot çalışmada yer alan 5 kişi dâhil edilmemiştir.

6.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Kitle iletişim araçlarından biri olan radyo, zaman zaman önemini yitirmiş gibi gözükse de yeni iletişim teknolojileri ve internet sayesinde dönüşerek değişmektedir. Günün önemli bir süresini toplu taşıma araçlarında, özel araçlarında geçiren bireyler eğlence, eğitim, bilgi gibi nedenlerden dolayı radyo dinlemektedir. Radyo günümüzde de bireylerin en önemli kitle iletişim araçlarından birisidir. Gerçekleştirilen bu araştırmayla, öğrencilerin radyo dinleme alışkanlığıyla radyo dinleme bileşenleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

6.2. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi (Medya ve Görsel Sanatlar, Yeni Medya ve İletişim, Radyo Televizyon ve Sinema, Gazetecilik ile Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü) öğrencileri oluşturmaktadır. İletişim Fakültesini oluşturan öğrenci sayısı 910'dur. 910 öğrenciden 294'üyle e-posta ve akıllı telefon üzerinden çevrimiçi olarak surveymonkey programıyla anket gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, örneklem olarak ele alınan İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri evreni en iyi şekilde ifade edeceği varsayılmaktadır.

6.3. Veri Toplama Araçları

Ankette öncelikle katılımcıların demografik bilgilerini ortaya çıkarmak için bazı sorular sorulmuştur. Bu sorularda; katılımcıların cinsiyet, yaşı, okuduğu bölümü, günde ne kadar süre radyo dinlediği, radyoyu en çok hangi amaçla kullandığı, radyoyu en çok hangi mecradan dinlediği ve radyodan en çok hangi program türlerini dinlediğiyle ilgili sorular yer almaktadır. Singh'in (2013) "Radyo Dinleme Alışkanlıkları ve Tercihleri – Punjab Kentsel Nüfus Üzerine Bir Araştırma" çalışmasında yaptığı radyo dinleme alışkanlıklarıyla ilgili davranış motivasyonları ölçeğinden yola çıkarak oluşturulan sorulara cevap aranmıştır. Bu sorularda da 5'li likert ölçeği kullanılmıştır.

Öğrencilerin verdiği yanıtlara, faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, önemli görünen bir dizi değişkenden gizli veya altında yatan faktörleri tanımlamanın iyi bir yoludur. Faktör analizi, daha genel anlamıyla, değişkenler arasındaki ko-

relasyonları analiz ederek bunların sayısını ekonomik bir biçimde azaltarak daha az faktör (orijinal verilerin çoğunu açıklayan) altında toplayan bir tekniktir (Malhotra, 2002). Çalışmada faktör analizinden sonra elde edilen veriler, KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) örneklem yeterliliğine tâbi tutulmuştur. Singh'in çalışmasında KMO değeri 0,714 iken bu çalışmada KMO değeri ise ,815'dir. Dolayısıyla araştırma güvenilirliği yüksek bir araştırmadır.

Tablo 1. Radyo Dinleme Alışkanlıkları Ölçeğinin Bileşenleri

No	İfadeler	Bileşenler		
		Eğlence Kaynağı	Bilgi Güncelleme & Farkındalık	Radyonun Toplumsal Yönleri
1	Yeni mobil cihazların çoğu radyo teçhizatlıdır ve radyoyu daha popüler hâle getirmiştir.	,405		
2	Radyoyu çalışırken de dinlemek mümkündür, çünkü radyo dinlemek görsel konsantrasyon gerektirmez.	,599		
3	Radyo istasyonlarında yayınlanan çeşitli sağlık programları, dinleyicilerine formda olmayı sağlamayı amaçlamaktadır.			,647
4	Yeni filmler, lokantalar, şehir hastanelerindeki yeni olanaklar gibi konularda uzmanlar tarafından radyoda yapılan değerlendirmeler, dinleyiciler için karar almayı kolaylaştırmaktadır.		,751	
5	Radyoda saatin sıklıkla bildirilmesi, dinleyicilerin zaman konusunda bilgili kalmasını sağlamaktadır.		,698	
6	Radyoda yayınlanan bazı programlar aracılığıyla, insanlar kendi zevkine göre müzik dinleyebilmektedir.	,721		
7	Radyoda güncel/toplumsal meseleler tartışılmakta, bu kapsamda dinleyicilerin fikirlerine de gereken önem verilmektedir.			,446
8	Radyo reklamları aracılığıyla, dinleyiciler yeni çıkan ürünler ve ücretler gibi konularda bilgilendirilmektedir.		,594	
9	Radyo FM kanallarının açılmasıyla, radyo tüm yaşta dinleyiciler için bir eğlence şekline dönüşmüştür.	,662		
10	Radyo, basit soruları yanıtlamaları karşılığında dinleyicilerine hediyeler vermektedir.	,762		
11	Dinleyiciler, şehirdeki trafik tıkanıklıklarıyla ilgili güncellemeleri radyodan almaktadır.		,731	

12	Seçim kampanyaları boyunca adaylarla ilgili detaylar veren radyo, dinleyicilerin ideal liderlerini seçmelerine yardımcı olmaktadır.			,778
13	Medyanın kalaniyla karşılaştırıldığında, radyo en abartsız mecradır.			,515
14	Birçok yeni özel radyo istasyonunun açılması, önemli ölçüde istihdam olanağı yaratmıştır.			,668

Bilgi Güncelleme & Farkındalık: Açıklanan toplam varyansın yüzde 26,180'yle en anlamlı faktördür. Radyo kanalları, öğrencilere yaşadıkları şehirle ilgili sınırsız bilgi vererek kentli kitleyi öncelikle hedeflemektedir. Radyo kanalları yeni çıkan ürünleri, indirimleri, şehirdeki trafik tıkanıklıkları, film yorumları vb. hakkında bilgi veren bir kaynak olarak görülmektedir. Radyo reklamları da genelden özele doğru konumlandırılmıştır. Dolayısıyla kentli kitle açısından verimlidir.

Eğlence Kaynağı: Açıklanan toplam varyansın yüzde 25,590'ıyla en anlamlı ikinci faktördür. Buna göre, televizyondan sonra, radyo hâlâ iyi bir eğlence kaynağı olarak görülmektedir. Radyo dinlemek, seyahat sırasında eğlenceli ve iyi vakit geçirme yolu olarak görülmektedir. Radyo teçhizatlı ve özellikle akıllı telefonla internetin olanak sağladığı mobil cihazların ortaya çıkması radyo endüstrisini tekrar canlandırmıştır; gençlerin çoğu, internette dolaşmak vb. başka aktivitelerle meşgulken kulaklıkla mobil cihazlarından radyo dinlemeyi tercih etmektedir.

Radyonun Toplumsal Yönleri: Açıklanan toplam varyansın yüzde 24,120'yle en anlamlı üçüncü faktördür. Yaşam/yol ve sohbet programlarının sayısı, kent nüfusu için acil görülen birçok toplumsal meseleye işaret etmektedir. Katılımcıların birçoğu, etraflarındaki toplumsal meselelerle ilgili bilgileri radyo aracılığıyla güncellemektedir. Özellikle yeni iletişim teknolojileri sayesinde internet üzerinden yapılan radyo yayınları aynı zamanda radyo kanallarının da artmasını sağlamıştır. Kanalların artması, özellikle gençler arasında yeni bir istihdam alanı oluşturmuştur.

6.4. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirmeleri

Araştırma kapsamında öğrencilerin radyo dinleme alışkanlığıyla radyo dinleme bileşenleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi araştırılmıştır. Anket çalışmasına 294 öğrenci katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin 155'i kadın, 139'u erkektir. Kadınların yüzdesel oranı %52,7 iken erkeklerin yüzdesel oranı %47,3'tür. Araştırmaya katılan katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde, çalışmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlası 19-20 yaş aralığındadır. Bu yaş grubundaki öğrencileri sayısı 148'dir. Bu yaş grubundaki öğrencilerin yüzdesel oranı ise 50,3'tür. Araştırmaya katılan öğrencilerin 116'sı 21-22 yaş aralığındaki katılımcılardan oluşmaktadır. Bu yaş grubundaki katılımcıların yüzdesel oranı ise 39,4'tür. Çalışmaya

katılan öğrencilerin 30'u ise 23-24 yaş aralığındaki katılımcılardan oluşmaktadır. Bu yaş grubundaki katılımcıların yüzdesel oranı ise 20,2'dir.

Tablo 2: Katılımcıların Okumuş Oldukları Bölümler

	Frekans	Yüzde
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	71	24,1
Medya ve Görsel Sanatlar	80	27,2
Radyo, Televizyon ve Sinema	42	14,3
Yeni Medya ve İletişim	79	26,9
Gazetecilik	22	7,5
Toplam	294	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin okudukları bölümler incelendiğinde 80 öğrencinin Medya ve Görsel Sanatlar Bölümünde okudukları görülmüştür. Bu bölümde okuyan öğrencilerin yüzdesel oranı ise 27,2'dir. 79 öğrenci ise Yeni Medya ve İletişim Bölümünde öğrenim görmektedir. Bu bölümde öğrenim gören öğrencilerin yüzdesel oranı ise 26,9'dur. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümünde öğrenim gören öğrencilerin sayısı ise 71'dir. Bu bölümde öğrenim gören öğrencilerin yüzdesel oranı ise 24,1'dir. 42 öğrenci Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümünde öğrenim görmektedir. Bu bölümde öğrenim gören öğrencilerin yüzdesel oranı ise 14,3'tür. Gazetecilik Bölümünde öğrenim gören öğrencilerin sayısı 22'dir. Bu bölümde öğrenim gören öğrencilerin yüzdesel oranı ise 7,5'dir.

Tablo 3: Katılımcıların Günlük Radyo Dinleme Süreleri

	Frekans	Yüzde
Bir saatten az	140	47,6
1-2 saat	106	36,1
2-3 saat	37	12,6
3-4 saat	1	,3
Dört saatten fazla	10	3,4
Toplam	294	100,0

Çalışmaya katılan katılımcıların günlük radyo dinleme süreleri incelendiğinde, 140 öğrencinin günde bir saatten az radyo dinledikleri görülmüştür. Günde bir saatten az radyo dinleyen öğrencilerin yüzdesel oranı ise 47,6'dır. Günde bir saatten fazla radyo dinleyen öğrencilerin sayısı ise 154'tür. Bu grubun yüzdesel oranı ise 52,4'tür.

Tablo 4: Katılımcıların En Çok Hangi Amaçla Radyo Dinledikleri

	Frekans	Yüzde
Yolculuk sırasında (ev, okul, işe gidiş sırasında)	221	75,2
Evde boş zamanlarında eğlenmek için	64	21,8
Ders çalışırken	5	1,7
Herhangi bir konuda bilgi almak için	1	,3
Dinlenmek için	3	1,0
Toplam	294	100,0

Çalışmaya katılan katılımcıların en çok hangi amaçla radyo dinledikleri incelendiğinde, 221 katılımcının yolculuk sırasında radyo dinledikleri tespit edilmiştir. Yolculuk sırasında radyo dinleyen katılımcıların yüzdesel oranı ise 75,2'dir. Başka bir ifadeyle çalışmaya katılan her dört kullanıcıdan üçü, yolculuk sırasında radyo dinlemektedir. 64 katılımcı ise evde boş zamanlarında eğlenmek için radyo dinlemektedir. Evde boş zamanında radyo dinleyen katılımcıların yüzdesel oranı ise 21,8'dir. 5 katılımcı ise ders çalışırken herhangi bir konuda bilgi almak için ve dinlenmek için radyo dinlemektedir. Bu kategoride yer alan katılımcıların yüzdesel oranı ise 1,7'dir.

Tablo 5: Katılımcıların Radyoyu En Çok Hangi Araçla Kullandıkları

	Frekans	Yüzde
Akıllı telefon	129	43,9
Araç içerisindeki cihaz	151	51,3
Masaüstü cihaz	14	4,8
Toplam	294	100,0

Çalışmaya katılan katılımcıların radyoyu en çok hangi araçla kullandıkları incelendiğinde, 151 katılımcının araç içerisindeki cihazla kullandıkları tespit edilmiştir. Araç içerisinde radyo kullanan katılımcıların yüzdesel oranı ise 51,3'tür. Radyoyu akıllı telefon üzerinden kullanan katılımcıların sayısı ise 129'dur. Radyoyu akıllı telefon üzerinden kullanan katılımcıların yüzdesel oranı ise 43,9'dur. Radyoyu masaüstü cihazlardan kullanan katılımcıların sayısı 14 iken yüzdesel oranı ise 4,8'dir.

Tablo 6: Katılımcıların Radyoda Hangi Tür Programları En Çok Dinledikleri

En çok hangi türleri	Frekans	Yüzde
Şarkı/müzik	256	87,1
Talk show	31	10,5
Haber bülteni	5	1,7

Bilgi amaçlı programlar	1	,3
Spor programları	1	,3
Toplam	294	100,0

Katılımcıların radyoda en çok hangi tür program dinledikleri incelendiğinde katılımcıların neredeyse tamamı şarkı/müzik türü programları dinlemektedir. Şarkı/müzik türü program dinleyen katılımcıların sayısı 256 iken yüzdesel oranı ise 87,1'dir. 31 katılımcı talk show türü programlar dinlerken, yüzdesel oranı ise 10,5'tir. Haber bülteni, bilgi amaçlı programlar ve spor programı dinleyen katılımcıların sayısı ise 7 iken yüzdesel oranı ise 2,3'tür.

Çalışma dâhilinde, araştırmaya ait hipotez testlerine ait veriler analiz edilerek bulgulara yönelik açıklamalar yapılmıştır. Hipotez testlerinde Ki-Kare (X^2) testi kullanılmıştır. Ki-Kare testinde genellikle gözlemlenen değerlerin veya frekansların iddia edilen teorik frekanslara uygun olup olmadığını, örneklemin dağılımının bilinen bir dağılıma uygun olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılmıştır (Gürbüz & Şahin, 2016: 252).

Araştırmaya katılan öğrencilerin "Radyo programı türlerini dinlemek ile radyoyu çalışırken de dinlemek" arasında 0,05 anlamlılık oranında bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Çalışmada, bu kapsamda belirli kriter üzerinden çalışmaya katılan 294 öğrenciyle 5'li likert ölçeğiyle beraber bir anket uygulanmış ve görüşleri toplanmıştır. Bu çalışma için H_0 ve H_1 hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

$1H^0$: Radyo programı türlerini dinlemek ile radyoyu çalışırken de dinlemek arasında bir ilişki yoktur.

$1H^1$: Radyo programı türlerini dinlemek ile radyoyu çalışırken de dinlemek arasında bir ilişki vardır.

Tablo 7: $1H^0$ ve $1H^1$ Hipotezinin Ki-Kare Testi Sonuçları

	Value	df	Asymptotic Significance(2-sided)
Pearson Chi-Square	96,410a	16	,000
Likelihood Ratio	88,248	16	,000
Linear-by-Linear Association	,044	1	,833
N of Valid Cases	294		

Katılımcıların radyo programı türlerini dinlemek ile radyoyu çalışırken de dinlemek arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($X^2(16) = 96410$; $P < 0,05$) (Tablo 7). Gözlenen sıklık ile beklenen sıklık değerleri birbiriyle çok yakın veya farksız olarak bulunmuştur. Sonuç olarak H_0 hipotezi reddedilir, H_1 hipotezi kabul

edilir. Başka bir ifadeyle, katılımcıların radyo programı türlerini dinlemek ile radyoyu çalışırken de dinlemek arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin “Radyoyu en çok hangi amaçla dinleme ile radyoda yayınlanan bazı programlar aracılığıyla, insanlar kendi zevkine göre müzik dinleyebilmesi” arasında 0,05 anlamlılık oranında bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Çalışmada bu kapsamda belirli kriter üzerinden çalışmaya katılan 294 öğrenciyle 5’li likert ölçeğiyle beraber bir anket uygulanmış ve görüşleri toplanmıştır. Bu çalışma için H0 ve H1 hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

2H⁰: Radyoyu en çok hangi amaçla dinleme ile radyoda yayınlanan bazı programlar aracılığıyla, insanlar kendi zevkine göre müzik dinleyebilmesi arasında bir ilişki yoktur.

2H¹: Radyoyu en çok hangi amaçla dinleme ile radyoda yayınlanan bazı programlar aracılığıyla, insanlar kendi zevkine göre müzik dinleyebilmesi arasında bir ilişki vardır.

Tablo 8: 2H⁰ ve 2H¹ Hipotezinin Ki-Kare Testi Sonuçları

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	38,426a	16	,001
Likelihood Ratio	45,565	16	,000
Linear-by-Linear Association	3,210	1	,073
N of Valid Cases	294		

Katılımcıların radyoyu en çok hangi amaçla dinleme ile radyoda yayınlanan bazı programlar aracılığıyla, insanlar kendi zevkine göre müzik dinleyebilmesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($X^2(16) = 38426$; $P < 0,05$) (Tablo 8). Gözlenen sıklıkla beklenen sıklık değerleri birbiriyle çok yakın veya farksız olarak bulunmuştur. Sonuç olarak H0 hipotezi reddedilir, H1 hipotezi kabul edilir. Başka bir ifadeyle, katılımcıların radyoyu en çok hangi amaçla dinleme ile radyoda yayınlanan bazı programlar aracılığıyla, insanlar kendi zevkine göre müzik dinleyebilmesi arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin “Radyoyu en çok hangi amaçla dinleme ile dinleyicilerin, şehirdeki trafik tıkanıklıklarıyla ilgili güncellemeleri radyodan almaları” arasında 0,05 anlamlılık oranında bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Çalışmada bu kapsamda belirli kriter üzerinden çalışmaya katılan 294 öğrenciyle 5’li likert ölçeğiyle beraber bir anket uygulanmış ve görüşleri toplanmıştır. Bu çalışma için H0 ve H1 hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

3H⁰: Radyoyu en çok hangi amaçla dinleme ile dinleyicilerin, şehirdeki trafik tıkanıklıklarıyla ilgili güncellemeleri radyodan almaları arasında bir ilişki yoktur.

3H¹: Radyoyu en çok hangi amaçla dinleme ile dinleyicilerin, şehirdeki trafik tıkanıklıklarıyla ilgili güncellemeleri radyodan almaları arasında bir ilişki vardır.

Tablo 9: 3H⁰ ve 3H¹ Hipotezinin Ki-Kare Testi Sonuçları

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	56,671a	16	,000
Likelihood Ratio	60,096	16	,000
Linear-by-Linear Association	,133	1	,716
N of Valid Cases	294		

Katılımcıların radyoyu en çok hangi amaçla dinleme ile dinleyicilerin, şehirdeki trafik tıkanıklıklarıyla ilgili güncellemeleri radyodan almaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($X^2(16) = 56671$; $P < 0,05$) (Tablo 9). Gözlenen sıklıkla beklenen sıklık değerleri birbiriyle çok yakın veya farksız olarak bulunmuştur. Sonuç olarak H₀ hipotezi reddedilir, H₁ hipotezi kabul edilir. Başka bir ifadeyle, katılımcıların radyoyu en çok hangi amaçla dinleme ile dinleyicilerin, şehirdeki trafik tıkanıklıklarıyla ilgili güncellemeleri radyodan almaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin “Günde ne kadar süre radyo dinleme ile radyoyu çalışırken de dinleme” arasında 0,05 anlamlılık oranında bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Çalışmada, bu kapsamda belirli kriter üzerinden çalışmaya katılan 294 öğrenciyle 5’li likert ölçeğiyle beraber bir anket uygulanmış ve görüşleri toplanmıştır. Bu çalışma için H₀ ve H₁ hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

4H⁰: Günde ne kadar süre radyo dinleme ile radyoyu çalışırken de dinleme arasında bir ilişki yoktur.

4H¹: Günde ne kadar süre radyo dinleme ile radyoyu çalışırken de dinleme arasında bir ilişki vardır.

Tablo 10: 4H⁰ ve 4H¹ Hipotezinin Ki-Kare Testi Sonuçları

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	186,407a	16	,000
Likelihood Ratio	154,131	16	,000
Linear-by-Linear Association	,405	1	,525
N of Valid Cases	294		

Katılımcıların günde ne kadar süre radyo dinleme ile radyoyu çalışırken de dinleme arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($X^2(16) = 186407$; $P < 0,05$) (Tablo 10). Gözlenen sıklıkla beklenen sıklık değerleri birbiriyle çok yakın veya farksız olarak bulunmuştur. Sonuç olarak H_0 hipotezi reddedilir, H_1 hipotezi kabul edilir. Başka bir ifadeyle, katılımcıların günde ne kadar süre radyo dinleme ile radyoyu çalışırken de dinleme arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin “Günde ne kadar süre radyo dinleme ile yeni mobil cihazların çoğu radyo teçhizatlıdır ve radyoyu daha popüler hâle getirmesi” arasında 0,05 anlamlılık oranında bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Çalışmada, bu kapsamda belirli kriter üzerinden çalışmaya katılan 294 öğrenciyle 5’li likert ölçeğiyle beraber bir anket uygulanmış ve görüşleri toplanmıştır. Bu çalışma için H_0 ve H_1 hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H_0^0 : Günde ne kadar süre radyo dinleme ile yeni mobil cihazların çoğu radyo teçhizatlıdır ve radyoyu daha popüler hâle getirmesi arasında bir ilişki yoktur.

H_1^1 : Günde ne kadar süre radyo dinleme ile yeni mobil cihazların çoğu radyo teçhizatlıdır ve radyoyu daha popüler hâle getirmesi arasında bir ilişki vardır.

Tablo 11: H_0^0 ve H_1^1 Hipotezinin Ki-Kare Testi Sonuçları

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	306,954a	16	,000
Likelihood Ratio	136,023	16	,000
Linear-by-Linear Association	,033	1	,857
N of Valid Cases	294		

Katılımcıların günde ne kadar süre radyo dinleme ile yeni mobil cihazların çoğu radyo teçhizatlıdır ve radyoyu daha popüler hâle getirmesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($X^2(16) = 306954$; $P < 0,05$) (Tablo 11). Gözlenen sıklıkla beklenen sıklık değerleri birbiriyle çok yakın veya farksız olarak bulunmuştur. Sonuç olarak H_0 hipotezi reddedilir, H_1 hipotezi kabul edilir. Başka bir ifadeyle, katılımcıların günde ne kadar süre radyo dinleme ile yeni mobil cihazların çoğu radyo teçhizatlıdır ve radyoyu daha popüler hâle getirmesi arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

7. Sonuç

Medyanın nihai işlevlerinden biri eğitim faaliyetine katkıda bulunmaktır. Medya, bireylerin birtakım duygu ve davranışlarını şekillendirerek kitlelerin eğitim işlevini karşılamaya çalışmaktadır. Medya aynı zamanda bireyin toplumsallaşma süre-

cinde de etkin bir rol oynamaktadır. Bu noktada aile okul gibi etmenlerin yanı sıra kitle iletişim araçları da bireylerin toplumla bütünleşmesine katkıda bulunarak bilgi ve düşünce oluşumu sağlamaya çalışmaktadır.

Radyo, kamusal bir faaliyet olan yayıncılıkta etkin bir hizmettir. Günümüzde halkın bilgi ve enformasyon ihtiyacını karşılayarak toplumsallaşma eğitim ve eğlence işlevlerine destek olmaktadır. Radyo, herkese hizmet vererek yaşam standartlarını yükseltmekte ve özgürce haber almayı sağlamakta, bunu yanı sıra bireylere kendilerini ifade etme alanı sağlayarak kamu hizmeti yayıncılığı görevini de gerçekleştirmektedir.

Radyonun temelleri yirminci yüzyıla dayanmaktadır. Toplumsal yaşamda katılımcı işlev sağlayan, kamu hizmeti veren bir araç olan radyonun en önemli özelliklerinden biri çok başarılı bir ikna gücü olmasıdır. İlk radyo yayınlarının yapıldığı dönemlerde yayın içeriklerinin ağırlıklı olarak müzik olması, radyonun sadece eğlence ihtiyacını gideren bir araç gibi algılanmasını sağlamıştır. Bu duruma karşı görüş savunan bir kitle, onun eğitim işlevinin de ön planda tutulmasını savunarak tepki ortaya koymuşlardır. Bu noktada radyonun eğitim içeriğinin vurgulanmasının gerekliliği ve bu işlevi yerine getirmesinin önemi geçmişten günümüze üzerinde durulan ve farkındalık yaratılmaya çalışılan bir konudur.

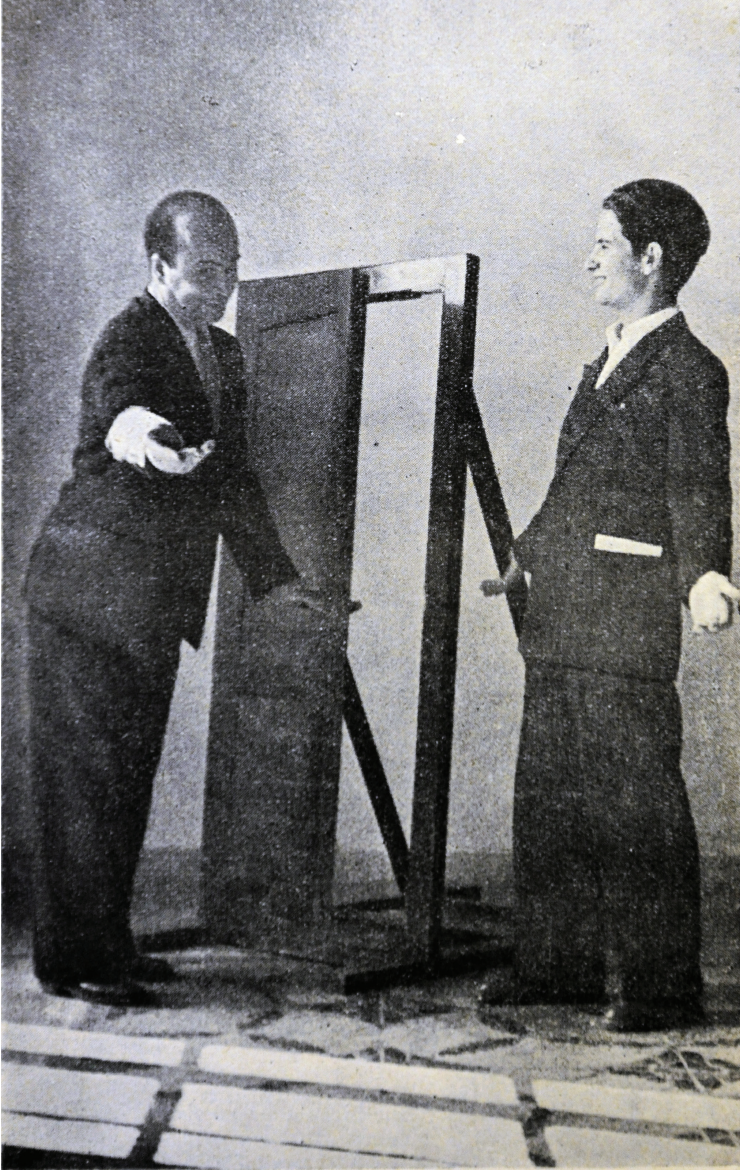
Araştırma kapsamında öğrencilerin radyo dinleme alışkanlığıyla radyo dinleme bileşenleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi araştırılmıştır. Anket çalışmasına 294 öğrenci katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin 155'i kadın, 139'u erkektir. Araştırma da homojen bir grup oluşturulmaya çalışılmıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları incelendiğinde genel olarak çalışmaya üniversite ikinci sınıf öğrencilerin daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların günlük radyo dinleme süreleri incelendiğinde tüm katılımcıların radyoyu günde en az bir saat dinledikleri görülmüştür. Katılımcılardan yarısından fazlası ise günde bir saatten fazla radyo dinlemektedir. Katılımcılar radyoyu en çok evden okula, okuldan eve veya okuldan işe giderken dinledikleri tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle, katılımcılar en çok yolculuk sırasında radyo dinlemektedir. Katılımcıların en çok hangi araçla radyo dinledikleri incelendiğinde araç içerisinde radyo dinleyen öğrencilerin en fazla olduğu görülmektedir. Bu kategoride yer alan öğrenciler özel araç sahibi olabildiği gibi aile, arkadaş veya taksi gibi ulaşım araçlarını da sıklıkla kullanabildikleri düşünülmektedir. Katılımcıların neredeyse tamamı radyodan müzik/şarkı dinledikleri tespit edilmiştir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin radyonun işlevlerinden özellikle bilgi güncelleme ve farkındalık konusuna önem verdikleri görülmüş-

tür. Öğrenciler radyo kanallarını, yeni çıkan ürünleri, indirimleri, şehirdeki trafik tıkanıklıkları, film yorumları vb. hakkında bilgi veren bir kaynak olarak kullanmaktadır. Öğrenciler ikincil olarak radyoyu eğlence amacıyla kullanmaktadır. Günümüzde, radyo teçhizatlı ve özellikle akıllı telefonla internetin olanak sağladığı mobil cihazların ortaya çıkması, radyo endüstrisini tekrar canlandırmıştır; gençlerin çoğu, internette dolaşmak vb. başka aktivitelerle meşgulken kulaklıkla mobil cihazlarından radyo dinlemeyi tercih etmektedir.

Kaynakça

- Arslan, S. (2010). Türkiye’de Radyo Oyunları. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aydın, O. Ş. (2016). Kriz Dönemleriyle Büyüyen Radyo Haberciliği. E. Çağlak (Ed.). Bu Toprakların İletişim Tarihi içinde (ss. 203-214). İstanbul: Nobel.
- Aziz, A. (1982). Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları No: 2.
- Aziz, A. (2013). İletişime Giriş. İstanbul: Hiperlink.
- Bülbül, A. Rıdvan. 2001. Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar. Ankara: Nobel.
- Cankaya, Ö. (1997). Dünden Bugüne Radyo Televizyon. İstanbul: Beta.
- (2015). Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927-2000. Ankara: İmge.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2016). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin.
- Hooper, T. (Director). (2011). The King's Speech [Motion Picture].
- Işık, M. (2014). Kitle İletişim Teorilerine Giriş. Konya: Eğitim.
- İlal, E. (1997). İletişim, Yığınsal İletişim Araçları ve Toplum. İstanbul: Der.
- Jeanneney, J. N. (2009). Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi. İstanbul: Yapı Kredi.
- Kern, S. (2014). Radyonun Kamusal Sesi. Crowley, & P. Heyer (Ed.). İletişim Tarihi Teknoloji-Toplum-Kültür (pp. 306-311). Ankara: Siyasal.
- Kocabaşoğlu, U. (1985). Radyo, Türkiye Cumhuriyeti Ansiklopedisi. İstanbul: İletişim.
- Malhotra, N. (2002). Marketing Research -An Applied Orientation. New Delhi: Pearson.
- Oskay, Ü. (1992). Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş. İstanbul: Der.
- RATEM. (2017, Mayıs 6). Türkiye’de Radyo Yayıncılığının 90. Yılı. Retrieved from <https://www.ratem.org/radyo-yayinciliginin-90-yili>
- Singh, K. G. (2013). Radio Listening Habits and Preferences – A Study of Urban Population of Punjab. Journal of Commerce And Management Research (JCMR), 1(2), 83-104.
- Sterling, C. & Kittross, J. M. (2014). Radyo Programcılığının Altın Çağı. D. Crowley, & P. Heyer (Ed.). İletişim Tarihi Teknoloji-Kültür-Toplum içinde (ss. 322-331). Ankara: Siyasal.
- Sung, Y., Lee, J.-A. & Choi, S. M. (2016). Why we post selfies: Understanding motivations for posting pictures of oneself. Personality and Individual Differences 97, 260-265.
- Tüfekçioğlu, H. (1997). İletişim Sosyolojisine Başlangıç. İstanbul: Der.
- Uyguç, Ü. & Genç, A. (1998). Radyo Televizyon Haberciliği. İstanbul: Avcıpol.
- Zılloğlu, M. (2003). İletişim Nedir? İstanbul: Cem.



Radyonun Sihirli Kapısı, Vahi Öz ve Reşat Altay
Radyo dergisi, 1942