



DR. MICHAEL KUYUCU

michael@michaelsow.net

Radyo reytinglerini konuşan yok

Yaklaşık bir yıldır TV mecrasının ölçümlenmesiyle ilgili reyting şaibeleri konuşuluyor. Bu konudaki iddialar yargıya intikal etti. İddialar dudak uçuklatacak cinsten, onları önümüzdeki günlerde bol bol tartışacağız.

Benim dikkatimi çeken en önemli konu ne biliyor musunuz? Tüm bu olaylar yaşanırken kimse çıkıp radyo mecrasının ekonomik ve reyting yapısını tartışmıyor, masaya yatırmıyor. Dünyanın en eski mecralardan biri olan radyo mecrasının ekonomik olarak her yıl küçülmesi ve reklam pastasından aldığı payın az olmasından mıdır, yoksa bu mecranın eski gücünü kaybetmesinden midir bilinmez kimse bu mecrayı takmıyor.

Türkiye’de binin üzerinde yayın yapan radyo var, ancak bunların sadece yüze yakınının reytingleri inceleniyor. Geri kalanların reytingleri ölçülmemiyor. Büyük sermaye gruplarının tanıdığı ve kabul ettiği reklam verenlerin kurduğu RIAK adlı organizasyon tv mecrası için TIAK’ın yaptığını yapıyor, yani reytinglerin ölçülmesi için ihale açıyor ve reytinglerin ölçülmesini sağlıyor. Bu konuyla önümüzdeki dönemlerde söyleyecek çok sözüm olacak. Ama önce herkesin bir kenara ittiği radyo reyting sistemini bir tanıyalım.

Türkiye’de radyo reytinglerini İpsos KMG adlı uluslararası ortaklı bir araştırma şirketi ölçüyor. Bu reyting ölçümleri dijital yapılmıyor, günlük sistemine göre yapılıyor. Yani seçilen denekler o gün içinde hangi saatte hangi radyo veya radyoları dinlediklerini günlüklere yazıyor, o günlüklere daha sonra İpsos KMG’nin merkezine gidiyor, veriler toplanıyor ve her ayın 20’si ile 25’i arasında bir tarihte sektöre dağıtılıyor. Radyo reytingleri her ay geliyor ama gelen veriler son üç ayın dinlenirlik verilerini içeriyor. Mesela bu hafta gelen reytingler son üç ayı yani Haziran-Temmuz ve Ağustos ayının reytingleri.

Radyo reytingleri geldiğinde her ay sonunda radyo işletmelerinde kavgalar, patırdılar, tartışmalar, kısacası aklınıza gelebilecek her türlü huzursuzluklar yaşanıyor. Yönettiği radyonun reytingi çıktığı için hiçbir misyonu olmayan bir yönetici sırf reytingler yüksek geldi diye terfi alabiliyor ya da çok çalışkan ve donanımlı biri sırf reytingleri düştü diye işinden olabiliyor.

Radyo mecrasının tv mecrası gibi dijital ölçülmememesinin ceremesini sektör ve sektörün ağır işçileri çekiyor. Reklam veren ellerinde purolarla ellerindeki reyting verilerine reklam bütçelerini verirken taptıkları reyting sistemini hiç sorgulamıyor. Sektörün hep kötü gittiğini söylemelerine rağmen hiçbir şekilde bu konuda bir şeyler yapmanın yolunu aramıyor. İş böyle kendi kendine gidiyor ve mecrası her geçen gün daha da küçülüyor. Ben tv mecrasında çalışan ve ağlayan dostlara hep “siz gelin radyo mecrasının reyting sistemini görün” diyorum.

Radyo mecrasının reytingleri ile ilgili konuşacak çok şey var, onları önümüzdeki haftalara bırakalım ve son gelen radyo reytinglerinde Türkiye’nin en çok dinlenen 20 radyo kanalını ve dinlenme paylarına bir göz atalım. Bakın bakalım bu listede sizin sevdiğiniz bir radyo var mı ?

İşte radyo piyasasında paranın aslan payını alan radyo kanalları :

Radyo ADI :::	ERİŞİM (%)
1.KRAL FM	11.35%
2.POWER TURK	6.78%
3.SLOW TURK	4.38%
4.SUPER FM	4.38%
5.TRT FM	3.41%
6.ALEM FM	3.27%
7.BEST FM	2.94%
8.RADYO FENOMEN - ISTANBUL	2.65%
9.POWER FM	2.52%
10.NUMBER ONE FM	2.30%
11.JOY TURK	2.17%
12.RADYO D	2.14%
13.METRO FM	2.03%
14.SHOW RADYO	1.74%
15.RADYO TURKUVAZ	1.62%
16.RADYO VIVA	1.60%
17.RADYO SEYMEN - ISTANBUL	1.58%
18.PARK FM - ANKARA	1.52%
19.KRAL POP	1.46%
20.RADYO TATLISES	1.36%