



LATIN AMERICAN INTERNATIONAL  
CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES AND  
HUMANITIES -V

SEPTEMBER 1-3, 2023  
ANKARA, TÜRKIYE

PROCEEDINGS BOOK

**EDITED BY**

**GERMAN MARTINEZ PRATS  
FRANCISCA SILVA HERNANDEZ  
CANDELARIA GUZMAN FERNANDEZ  
TOMAS FRANCISCO MORALES CARDENAS**

**ISBN:978-625-367-269-0**



**LATIN AMERICAN INTERNATIONAL  
CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES AND  
HUMANITIES -V**

*September 1-3, 2023*

*Ankara, Türkiye*

***PROCEEDINGS BOOK***

*Edited by*

*German Martinez Prats*

*Francisca Silva Hernandez*

*Candelaria Guzman Fernandez*

*Tomas Francisco Morales Cardenas*

*All rights of this book belong to IKSAD GLOBAL.*

*Without permission can't be duplicate or copied. Authors of  
chapters are responsible both ethically and juridically.*

*IKSAD Publications - 2023 ©*

*Issued: 15.09.2023*

*ISBN: 978-625-367-269-0*



## CONGRESS ID

*LATIN AMERICAN INTERNATIONAL CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES -V*

## DATE-PLACE

*September 1-3, 2023*

*Ankara, Türkiye*

## EDITORS

*German Martinez Prats*

*Francisca Silva Hernandez*

*Candelaria Guzman Fernandez*

*Tomas Francisco Morales Cardenas*

## EVALUATION PROCESS

*All applications have undergone a double-blind peer review process*

*TOTAL NUMBER OF PAPERS: 32*

*THE NUMBER OF PAPERS FROM TÜRKİYE: 11*

*OTHER COUNTRIES: 21*

## PARTICIPANT COUNTRIES (5):

*Mexico, Türkiye, Kingdom of Saudi Arabia, India, Brasil*



## ***HONORARY CHAIR***

Dr. Jose Bracho Reyes  
Ambassador of the Republic of Venezuela to Ankara

## ***CONFERENCE ORGANIZING COMMITTEE***

Dr. Hasan YAVUZ  
Ministry of Foreign Affairs of Turkiye, Ambassador  
Dra. Felipa Sánchez Pérez  
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México  
Assoc. Prof. Dr. Güray ALPAR  
General, President of the Institute of Strategic Thinking (SDE), Ankara  
Dra. Francisca Silva Hernández  
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México  
Mtro. Gerardo Humberto Arévalo Reyes  
Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco, México  
Dr. Germán Martínez Prats  
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México  
Dr. Rafael Ricardo Renteria Ramos  
Universidad Abierta y a Distancia UNAD, Colombia  
Dr. Lenida Lekli  
Aleksander Xhuvani University, Department of Foreign Languages  
Dr. Mahire HÜSEYNOVA  
Azerbaijan State Pedagogical University, Prorector  
Dr. Ragif Huseynov  
Managing Director of Khazar Educational Center, Azerbaijan

## ***BOARD MEMBERS LIST***

Prof. Ms. Guilherme Alves Grubertt  
Doutorando em Educação Física - UEL (Universidade Estadual de Londrina)  
Assoc. Prof. Hatice BURÇİN ŞOLT  
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi  
Prof. Dr. Ana CAMPINA (PhD)  
Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal.  
Prof. Dr. Carlos RODRIGUES (PhD)  
Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal  
Assoc. Prof. Dr. Serkan NAKTİYOK  
Ataturk University  
Assoc. Prof. Dr. Güray ALPAR  
General, Institute of Strategic Thinking, Ankara



# Latin American Scientific Research Programmes

Dr. Charu DUREJA  
Rayat College of Law, Panjab University  
PhD. P.José G. Vargas-Hernández  
University of Guadalajara  
Assoc. Prof. Ivaylo Staykov  
New Bulgarian University, Sofia  
Assoc. Prof. Dr. Cynthia Correa  
University of São Paulo  
Dr. Anju Lis KURIAN  
Mahatma Gandhi University  
Prof. Selden Harris  
Norfolk State University  
Monika Thakur  
Amity University Noida, U.P. India  
Mr. Desmond Bala Bisandu  
Artificial Intelligence, Cranfield University, UK  
Seda Y. HADZIBULIC  
Northeastern Illinois University  
Assoc. Prof. Dr. F. Gül KOÇSOY  
Firat University, Turkey  
Carlos Mauricio Tosca Vidal  
Universidad Autónoma de Guadalajara  
José Alfredo Gil Alipi  
Universidad Autónoma de Guadalajara  
Dr. Lenida Lekli  
Aleksander Xhuvani University, Department of Foreign Languages

## **CONGRESS COORDINATOR**

Alina AMANZHLOVA



## Z KUŞAĞININ BAKIŞ AÇISIYLA RADYO MECRASININ GELECEĞİ VE RADYO DİNLEME ALIŞKANLIKLARINDA “SÖZ” VE “MÜZİK”İN YERİ

### THE FUTURE OF RADIO MEDIA FROM THE PERSPECTIVE OF GENERATION Z AND THE PLACE OF "TALK" AND "MUSIC" IN RADIO LISTENING HABITS

*Prof. Dr. Mihalis Kuyucu*

*İstanbul Galata Üniversitesi Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi*

*ORCID ID: 0000-0002-1931-6844*

#### ÖZET

Dünyanın en eski mecralarından biri olan radyonun bilimsel olarak ilk ortaya çıkışı iki yüz yıl öncesine dayansa da düzenli radyo yayıncılığı yüzüncü yılını doldurmuştur. Tüm dünyada 2020 ve 2021 yıllarında yaşanan pandemi sırasında yüz yaşına basan radyo mecrası diğer mecralar gibi toplumsal dönüşümün yansımalarından payına düşeni almıştır. Bu çalışmada Z kuşağının radyo mecrasının geleceğine yönelik öngörülerini ve mecranın içeriğine yönelik düşünceleri derlenmiştir. Çalışmada 122 Z kuşağı bireyine radyo ile ilgili bir anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda ‘radyoda söz mü yoksa müzik içeriği mi olmalı’ ve ‘radyonun geleceği nereye doğru evrilecektir’ sorularına alınan yanıtlar Z kuşağının bakış açısıyla analiz edilmiştir. Radyoda müzik veya söz unsurlarından hangisinin daha fazla olması gerektiği konusunda Z kuşağı her ne kadar kararsız kalsa da müziğin radyoda daha fazla ön planda olması gerektiğini belirtmiştir. Radyonun geleceğine yönelik öngörülerde ise radyonun hiçbir zaman bitmeyeceğini savunan Z kuşağı bu mecranın dijitalleşeceğini ve kişiselleşeceğini savunmuşlardır. FM bandından yapılan geleneksel radyo yayıncılığının ise her geçen gün önemini kaybedeceğini ve radyonun tamamen dijitalleşeceğini savunmuşlardır. Gelecekte FM radyoculuğunun yerini dijital radyo ve podcast gibi yeni nesil radyo yayıncılığının alacağı Z kuşağının öngörülerini arasındadır.

**Anahtar Kelimeler:** Radyo, Radyo Yayıncılığı, Radyo ve Müzik, Radyo ve Z Kuşağı, Radyonun Geleceği.

#### ABSTRACT

Although the first scientific emergence of radio, one of the oldest media in the world, dates back to two hundred years ago, regular radio broadcasting has completed its centennial. The radio medium, which turned a hundred years old during the pandemic in 2020 and 2021 all over the world, has taken its share of the reflections of social transformation like other media. In this study, Generation Z's predictions for the future of the radio medium and their opinions on the content of the medium were compiled. In the study, a questionnaire about radio was applied to 122 Generation Z individuals. As a result of the research, the answers to the questions 'should there be talk or music content on the radio' and 'where will the future of radio evolve towards' were analyzed from the perspective of Generation Z. Although Generation Z remained undecided about which of the elements, music or talk, should be more prominent on the radio, they stated that music should be more prominent on the radio. In their predictions for the future of radio, Generation Z, who argue that radio will never end, argue that this medium will become digitalized and personalized. Z. They argued that traditional radio broadcasting on the FM band will lose its importance day by day and that radio will be completely digitalized. It is among the predictions of Generation Z that FM radio will be replaced by new generation radio broadcasting such as digital radio and podcasts in the future.

**Key Words:** Radio, Radio Broadcasting, Radio and Music, Radio and Generation Z, Future of Radio



## 1. Müzik Kavramı

"Müzik" kavramı, insanlığın var oluşuyla birlikte var olduğuna inanılan bir olgudur. Kökeni hakkında birden fazla farklı fikir bulunmaktadır. İnsanlar farklı alfabeleri veya sembolleri kullanarak okumasını ya da yazmasını sağlayabilir. Ancak dinlemek ve duymak hepimiz için farklıdır, çünkü müzikte duygu başladığında sözlü ve yazılı dil anlamını yitirir ve ardından ortak bir müzik dili ortaya çıkar. Müziğin ülke, dil, din, ırk ayrımı gözetmeksizin ortak bir dili vardır. İnsan konuştuğu dilin tek kelimesini dahi bilmeseyse bile yabancı bir müzisyenin performansını izlemekten zevk alır. Bir müzisyenin, şarkıcının dünyanın her yerinden aynı dili konuşmayan insanlar tarafından ayakta alkışlanması bu ortaya çıkan ortak duygu sayesinde gerçekleşir. Müziği kamusal yapan en önemli detay burada gizlidir. Müzik kavramının tarihini oluşturan hemen hemen her alanda birçok filozof, bilim adamı, sanatçı müzik için farklı tanımlamalar yapmıştır.

Platon'a göre müzik "Tanrı'nın dili" olarak tanımlanırken, Weber, "insan aklının dili" olarak tanımlamaktadır (Uçan, 1994 s.11). Her iki tanımın da temel noktası, müziğin bir müzik sanatı olduğu ve her iki tanımda da bir dil olarak betimlendiğidir. Bu tanımlardan hareketle müzik sanatının özgün bir iletişim dili ve bir iletişim aracı olduğu söylenebilir.

Diğer bir tanım ise Dede Efendi tarafından yapılmıştır. Dede Efendi, müzik kavramını "insanların ahlakını kutsallaştıran kutsal ilim" olarak tanımlamıştır. Beethoven, müzik kavramını "ilahî sanat" olarak ifade etmiştir (Uçan, 1994 s.11). Bu iki ifadeden de anlaşılacağı gibi, bu kavram seçkin müzisyenler tarafından ilahî sanat olarak tanımlanmıştır. Tanım, müzik kavramını dini bir anlamla ilişkilendirmekte ve müzik sanatının insanlığa manevî bir armağan olduğunu belirtmektedir.

Müzik kavramını cennet ve yeryüzünün uyumuna benzeten Konfüçyüs, olayların metafizik boyutundan bahseder. Ancak Kant, kavramın anlamını ve içeriğini "melodili duyguları sesle ifade etme sanatı" olarak anlatır (Krause, 2013:65)

Müzik, kişinin duygu ve düşüncelerini belirli ya da belirsiz kurallar içinde ifade ettiği bir sanat dalı olmasının yanı sıra, endüstriyel bir güç olarak da modern çağda oldukça önem arz etmektedir. Bu güç gelecekte de etkisini artırmaya devam edecektir. Çünkü geleceğin görüntü ve seslerin birleşimiyle şekilleneceği bilinmektedir.

Müziği oluşturan unsurlar açısından konuyu ele alan tanımlar olduğu gibi kavramı bir bilim olarak ele alan tanımlar da bulunmaktadır. Bu tanımların her birinde konu, tanımı yapanların bakış açısıyla ele alınmıştır. Bu nedenle birçok filozof, sanatçı ve bilim insanı müzik kavramını kendi bakış açılarından yorumlamıştır.

## 2. Radyo Yayıncılığının Ortaya Çıkışı ve Gelişmesi

Radyo, ses dalgalarını ışık hızında iletmek için elektromanyetik dalgalar kullanan bir cihaz olarak bilinmektedir. Başlangıçta iletişim aracı olarak kullanılan bu cihaz, verici ve alıcıdan oluşan bir mekanizmadan oluşmaktadır. Ancak bu aşamaya gelmeden birden fazla deney yapıldığı bilinmektedir. 50 km ve üzeri mesafelerde yayın yapabilen Hertz ve Marconi gibi bilim adamlarının bu deneylere katkıları bulunmaktadır (Dinçman, 2007).

### 2.1. Radyo'nun Tarihçesi

Müzik ile radyonun buluşması radyonun ilk yayına başladığı andan itibaren başlamıştır. Tarihteki ilk radyo programı 1906 yılında Prof. Brat Rock, Massachusetts'te Reginald Aubrey Fessenden tarafından yapılmıştır. Program, Gounod'un "Oh, Holy Night" şarkısıyla başlamıştır. Şarkıyı kemanla çaldıktan sonra solo olarak seslendirmiştir. Mendel'in "Largo" adlı eserinin gramofonda çalındığı program, yılbaşı gecesi sona ermiştir (Dinçmen, 2007:125)

İronik olarak, radyoyu popüler yapan ve geleceğini güvence altına alan Titanic'in batmasıydı. Genç bir telsiz operatörü olan David Sarnoff. Titanik'in batışının detaylarını ve 1912 yılında batan geminin kurtarılma operasyonlarını tüm dünyaya radyo sinyalleri aracılığı ile duyurmuştur. Onun sayesinde gazeteler tüm bilgileri duymuş ve baskılarına yetiştirmişlerdir (Alankuş, 2003).



1920'de Pittsburgh'da ilk kesintisiz radyo yayını KDKA adlı amatör bir kanal tarafından seçim haberleri vermek amacıyla başlamıştır. Bu programı yaklaşık 2000 kişi takip ettiği bilinmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde düzenli yayın yapan istasyon sayısı 1921'de 4 iken, 1922'de 29'a ve aynı yılın Aralık ayında 392'ye yükselmiştir. Bu istasyonlar daha çok müzik yayını yapıyordu (McLeish,2005:97)

İlk kesintisiz radyo yayınları Birinci Dünya Savaşı askerlerine moral vermek için yapılan aralıklı müzik yayınlarının ardından başlamıştır. 2 Temmuz 1921 tarihinde ilk canlı radyo yayını gerçekleşmiştir. Jersey City'de Atlantik kıyısındaki 200 noktada ağır sıklet boks maçları yayınlanmıştır. 1922 yılında kesintisiz radyo yayınlarına İngiltere, Fransa, Almanya ve Sovyetler Birliği'de başlamıştır (Crissel,1986:23)

Eğitim kurumları, kiliseler tarafından yürütülen eğitim programlarının veya kişi veya kuruluşlar tarafından yürütülen programlar o dönem ticari bir değere sahip değildi. Ancak halka haber vermek isteyen herkes, AT ve T tarafından işletilen radyo istasyonlarından bir ücret karşılığında birkaç dakikalık yayın satın alarak istedikleri içerikleri paylaşıyordu. Bu, ticari radyonun geliştirilmesindeki ilk adımdı. İlk ticari yayın 1923 yılında WEAF'in (Hollanda'daki ilk ticari radyo istasyonu) Long Island'daki bir emlak şirketinden on dakikalık bir reklam programı satın almasıyla başlamıştır (Tekinalp, 2011).

Radyo bir yandan önemli bir müzik aracı iken diğer yandan da propaganda aracı olarak kullanılmıştır. 1926'da Hitler radyoyu bir propaganda aracı olarak kullanırken, Moskova onu komünist bir rejimi dayatmak için kullanmıştır. Japonlar Çin'in işgal ettikleri bölgelerde halka açık alanlarda radyo yayınlarını dinletmişlerdir. Özellikle ikinci dünya savaşı yıllarında radyo ve propaganda Giderek, radyo diplomasinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

## 2.2. Türkiye'de Radyo'nun Gelişimi

Türkiye'de ilk radyo lisansı 8 Eylül 1926'da Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi'ne verildi. On yıllık bir süre için tanınan bu hak, Fransızlarla ortaklaşa yapılmıştır. 1927 yılında Ankara ve İstanbul'daki 5'er kW'lık elektrik santrallerinden radyo yayını başlamıştır. Ancak bu yayınlar uzun sürmemiştir. Bir süre sonra kar amacı gütmeyen kuruluş yayınlarına aralıklı olarak devam etmiştir. 1936 yılında sözleşmenin süresi dolunca ve şirket kar etmediği için sözleşmeyi yenilememiştir. Bunun üzerine PTT radyo yayını yapan bu işletmeyi satın alınmış ve radyo yayıncılığının mülkiyet ve kontrolü devlete geçmiştir.

Radyonun bir kitle iletişim aracı olduğuna dair kanıtlar Batı ülkelerinde 1930'lu yıllardan, Türkiye'de ise 1940'lı yıllardan beri bulunmaktadır. Radyo kısa bir sürede haber, eğlence ve reklam için önem arz eden bir mecra olmuştur (Alankuş, 2003). Özellikle 1950'lerden sonra radyolarda yayınlanan dramalar çok ciddi eleştiriler almıştır.

Radyo, müzik ve dramının yanı sıra haber mecrası olarak da öne çıkmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında tüm dünyayı bir araya toplayan teşkilat bir dinleme cihazı haline gelmiştir. Savaş sırasında radyo, örgütsel ve yönetsel gelişmeleri göstermiştir. Bunun üzerine devlet bütçesinden radyoya büyük miktarda fon ayrılmış ve kadınlar, çocuklar ve gençler gibi farklı izleyiciler için çeşitli programlar üretilip yayınlamıştır (Alankuş, 2003). Radyo yayıncılığının önemi özellikle ikinci dünya savaşı sırasında verilen yayın hizmetleriyle tam olarak anlaşıldığı söylenebilir (Aziz, 2012). Yayın çeşitliliğinin atası ile beraber radyoya olan talep çok ciddi şekilde artmıştır. 1940-1946'da Türkiye'deki radyo alıcılarının sayısı 80.000'den 180.000'e çıkmıştır.

1949'da Türk radyo tarihinde yeni bir dönem başlamıştır. Bir yandan uzun süre hakim olan siyasi iktidar radyoyu kontrolünde tutarken, diğer yandan yeni kurulan siyasi partiler bu sorunu etkili bir şekilde çözenin yollarını aramaya başlamıştır. Yeni siyasi partiler, görüşlerini ve siyasi görüşlerini ifade etmek için radyoyu ideal bir mecra olarak görmüşlerdir. Bu anlamda siyasi partilerin radyodan eşit olarak yararlanabilmesi için seçimler sırasında yasanın değiştirilmesi gerekiyordu. Böylece Türkiye'de radyo; siyasi reklam ve tanıtım için bir araç olarak hizmet etmeye de başladı. Haber almanın belki de tek etkili ve doğrudan yolu olan radyo, önemli bir siyasi araç haline geldi. Seçimleri kazanan Demokrat Parti bu avantajı çok iyi kullanmıştır öyle ki radyonun iktidar partisinin medyası haline geldiği dahi iddia edilmiştir (Altunbaş, 2003).

Türk yayıncılık tarihinde 1950'lilerde "partizan radyoculuk" dönemi olarak bilinir. Çünkü 1954'ten itibaren muhalefet partilerinin radyoyu kullanmaları yasaklanmıştır. Ancak bu durum 27 Mayıs 1961



ihhtilaline kadar devam etmiştir. Lisanslı radyo istasyonlarının sayısı milyonları aşmış olsa da radyoya olan ciddi devlet müdahalesi nedeniyle yayın kalitesi düşmüştür (Alankuş, 2003).

1 Mayıs 1964'te kurulan TRT'nin dönemi "özerk" ve "bağımsız" olarak ikiye ayrılmıştır. Ancak tarihsel süreçte bağımsız olarak yayın hayatına başlayan TRT, ilerleyen dönemlerde eksen değiştirerek "mütekabiliyet" ilkesine rağmen iktidar partilerinin tekeline girmiştir.

1964 yılında, bir düzineden az olan yayıncı sayısı bir yıl içinde 259'a çıkmış; 1975 yılında toplam personel sayısı 1500'ün üzerine çıkmıştır. Radyonun toplam iletim gücü 10 yılda 4500 kW'ı aşmıştır. Toplam yayın süresi 5 yılda 128 saatten 226 saate çıkmıştır. Lisanslı alıcıların sayısı 1973 yılında 4 milyonun üzerine çıkmıştır (Alankuş, 2003).

TRT'nin kanunen yayın tekeli olmasına rağmen, kanunun geçici bir maddesi Polis Radyosu, Hava Sesi Radyosu ve Mamak Birliği Okul Radyosu'nun açılmasına izin vermiştir.

Televizyon yayınlarının başlaması, radyo dinleyicisinde düşüşe neden olmuştur. Deneyimli radyo programı yapımcıları bile televizyona geçiş yapmıştır. 12 Eylül 1980 yılında yapılan askeri darbe, 2954 sayılı Kanun, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nu kurmuş ve bu kurula TRT tekeli altındaki tüm yayın kanallarının faaliyetlerini denetleme, denetleme ve düzenleme görevini vermiştir (Alankuş, 2003). Fakat bu durum TRT'de daha ciddi tekeller ve kadro sıkıntısı yaratmıştır. Başlangıcından bu yana sadakatle hizmet eden TRT mensupları, daha sonra liderliğe gelenler tarafından iç işleyişlerine yön vermesi gereken kuralları hiçe saydıkları için sıklıkla cezalandırılmıştır (Dinçman, 2007).

TRT'nin yayın tekeli kırılan en önemli olay, uydu teknolojisinden yararlanan özel girişimcilerin 1990'ların başında yabancı televizyon programları ve daha sonra radyo programlarını piyasaya sürmesidir (Aziz, 2012). Bu olayla beraber özel sermayeli radyo kanalları faaliyete geçmiş böylece "Türk radyoculuğunda günümüzde hala devam eden "Özel Yayıncılık" çağı başlamıştır.

### 3. Radyo Programcılığının Gelişim Süreci

Radyo yayıncılığında içerik doğası gereği işitseldir. Ses tabanlı içerik, kelimeler ve müzik kullanılarak yapılabilir. Bu içerik, radyonun en popüler olduğu 1930'lardan günümüze kadar farklı evrimler geçirmiştir. Radyonun ilk gününden itibaren kitle iletişim araçları ve içinde yer alan programların yapım ve formatlarında değişiklikler olmuştur (Kuruoğlu, 2002 s.87).

Çakır (2005:83) radyo medyasının rolünü bilgilendirmek, eğlendirmek, eğitmek, ürün ve hizmetleri tanıtmak ve kamuoyu oluşturmak olarak açıklamıştır. Bu özellikler değişen ihtiyaçlara cevap verecek radyo programlarının oluşturulmasında önem arz etmiştir. Bu nedenle radyo programlarının bazen haber işlevi, bazen de eğlence işlevi vardır. Dünya Savaşı sırasında sözlü bilgilendirme programlarının radyo yayınları artmış, medyanın bilgilendirme işlevi ön plana çıkmıştır. 1955'te stereo teknolojisinin gelişmesi ve stereo yayıncılığın başlaması, radyoda kaliteli müzik dinletisinin ön plana gelmesine neden olmuştur. Radyo, özellikle televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte eğlence ve ürün ve hizmet tanıtımı işlevi görmeye başlamıştır.

Radyo yayıncılığı özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra çeşitlenmiştir. Günümüzde radyo program türlerine genel olarak bakacak olursak, genel olarak radyo program türleri tablo1'deki sınıflandırılıp belirli başlıklar altında incelenebilir, ancak radyo programları arasında pek bir fark yoktur (Kuruoğlu, 2002 s.87). Radyo programları, program türüne göre iki gruba ayrılır (Erdamar, 1992 s.27):



Tablo 1: Radyo Program Türleri

Radyo Program Türleri	
Söz İçerikli Programlar	Müzik İçerikli Programlar
Haberler ve Haber Programları	Müzik Programları
Radyo Oyunu	Format DJ'li Müzik Programları
Eğitim ve Kültür Programları	Kesintisiz Müzik Programları
Spor Programları	
Yarışma ve Sohbet Programları	
Tartışma Programları	
Komedi ve Talk Show Programları	
Belgeseller	

### 3.1.Söz İçerikli Programlar

Söz basını topluma sözcükler aracılığıyla ulaşan bir basındır. Burada çoğunlukla konuşulur, bu nedenle programın genel yapısı sözlüdür. Konuşma programı alt bölümlere ayrılabilir. Bu grup haber, bilgilendirme programları, eğitim ve kültür programları, reklam, propaganda ve eğlence programlarını içerebilir (Aziz, 2012 s.84).

#### 3.1.1.Haberler ve Haber Programları

Haberin en kısa tanımı; "Yeni, ilginç ve doğru". Yeni, dinleyicinin daha önce duymadığı bir olay veya bilinen bir hikayenin güncellenmiş bir versiyonudur. İlginç, bir kişiyi bir şekilde ilgilendiren veya etkileyen bir şeydir. Gerçek, bir hikaye anlatırken gerçeğe dayalı gerçektir. Bu tanım, güvenilir bilgi hizmetlerinin üç önemli noktasını hatırlattığı ve ortaya koyduğu için yararlıdır (Kuruoğlu, 2002 s.87-88).

#### 3.1.2.Radyo Oyunu

Radyo dramalarının isimleri "Radyo draması, radyo tiyatrosu, mikrofonda tiyatro, radyofonik drama, radyofonik drama" dır. Bu tür için özel bir isim yoktur. Radyo oyunları TRT'de "radyo tiyatrosu" ya da "yarının gerisinde" diye duyurulur (Arslan, 2010:1). Eraslan (1979:7), TRT için hazırladığı "Radyo Oyunları Üzerine Bir İnceleme" adlı kitabında, radyo oyunlarını "radyo tiyatrosu" olarak tanımlamanın yanlış olduğunu savunur. Eraslan'a göre tiyatro seyircisiyle buluşmak için radyo oyunundan ayrılmıştır. Radyo oyunlarını içeriklerine göre dört alt kategoriye ayırabiliriz. Bunlar çocuk, drama, macera ve komedi oyunlarıdır.

#### 3.1.3.Eğitim ve Kültür Programları

Eğitim işlevini yerine getirmek için radyo programlarında eğitim ve kültür programlarına yer verilir. 1941 yılından itibaren Türkiye'de radyolarda eğitim programları yayınlanmaktadır. Nüfusunun çoğunluğu kırsal kesimde yaşayan Türkiye'de ilk eğitim programının "Tarım Takvimi Saati" olması şaşırtıcı değildir. Programı Ali Rıza Uluçam hazırlayıp sunmuştur. Yapımcılığını Cemalettin Şençakak'ın yaptığı "Köy Saati" programı 1950'li yılların sonunda yayın hayatına başlamıştır. Tarım Bakanlığı ile ortaklaşa hazırlanan program, daha çok devletin yaptıklarını köylülere anlatmakla sınırlıydı. TRT nezdinde yayınlanan eğitim programlarından biri de Ankara Radyosu'nun yapımcılığını üstlendiği "Günaydın" programıdır. 1959'da 20 dakikalık bir program olarak başlayan programda tarımsal bilgiler ve dinleyici istekleri yer alıyordu. Daha sonradan Cumhurbaşkanı Cemal Gürsel'in isteği üzerine köye hitap eden bu programın süresi 1 saate çıkarıldığı bilinmektedir (Alankuş, 2003:1989).

#### 3.1.4.Spor Programları

Tarihteki en eski spor spikerleri, bir spor olayının hareketini yerel bir stüdyoya telgrafla gönderdiler ve bir radyo mikrofondan dinleyicilerle paylaşmıştır. Sunucu, oyunun olaylarını sanki oradaymış gibi aktardı. Bazen, yayını daha gerçekçi kılmak için, efekt oynatıcısı, yakalayıcının eldiveninin topa vurduğu veya bir beysbol sopasıyla vurduğu ana benzer bir ses çıkarır ve bazen de kalabalık kaydedilmiştir. Bazı radyo istasyonları, olabildiğince çok şarkı kaydetmek için beysbol sahalarına ses mühendisleri göndermişlerdir (<https://www.baseball-almanac.com/>)



### 3.1.5.Yarışma Programları

Radyodaki yarışma programları, eğlenceli bir şekilde eğitmek amacıyla hazırlanan bilgi-eğlence programları olarak tasarlanmıştır. Bazı programlar, katılımcıların genel kültürlerini veya belirli bir alandaki bilgilerini gösterirken, bazıları ise uzmanlar tarafından sorulan sorulardan oluşan yarışmalardır. Türünün dünya çapında popüler olan ilk programlarından bazıları 1948-1949 yılları arasında "Morning Market Basket" ve en uzun soluklu radyo programları "The Mary Lee Taylor Show" ve "Pickens Party" idi (<https://www.radiohalloffame.com/>)

### 3.1.6.Tartışma ve Sohbet Programları

Bir talk show, iki veya daha fazla konuşmacının tarafsız bir konuşmacıya karşı tartıştığı bir radyo programıdır. Bir tartışma programı hazırlanırken dikkat edilmesi gereken şey, programın sunucusunun konuyu iyi anlamış olmasıdır (Çakır, 2005:88). Sohbet programında sunucu, farklı sektörlerden ünlü kişileri ağırlar ve onlarla sohbet eder. Sunucu bu tür uygulamalar için iyi hazırlanmış olmalıdır. Tartışma ve talk show konusunda iyi eğitim almamış bir sunucu, programın serbest akışını olumsuz yönde etkiler bunun sonucunda radyo dinleyicisinin programa olan ilgisi kaybedilebilir. Her iki program türü için de önemli bir husus, sunucu tarafsızlığıdır. Bir talk-show'da iki bakış açısını tartışırken sohbet eden iki misafirden birine sempati duymak, o sunucunun dürüstlüğünü baltalamaktadır.

### 3.1.7.Komedi Talk Show Programları

İlk olarak radyoda yayınlanan komedi şovları geleneksel tiyatrodan etkilenmiştir. Bu nedenle müzikholde seyircinin dinleyiciye verdiği doğrudan tepki radyo dinleyicisine sunulmakta, seyircinin doğrudan tepkisi radyo dinleyicisini etkilemektedir. 1930'dan sonra BBC, stüdyolarını tiyatro salonlarına çevirerek, radyo dinleyicilerinin seyircilerin oyunlara tepkilerini canlı olarak dinlemelerine olanak sağlamıştır (Crissell, 1986:157).

### 3.1.8.Belgesel Programları

Belgesel programlar, yazılı kaynaklar veya röportajlar gibi olgusal kanıtlara dayandığı bilinmektedir. Bu tür programların temel amacı bilgilendirmek, hikayeler ve durumlar sunmak olduğu görülmektedir. Bir belgeseli uzun metrajlı bir filmle karıştırmamak gerekir. Tüm incelemelerin gerçek olaylara dayanması gerekmez. İnceleme konusu, konuyu yetkin bir şekilde çözmeye yardımcı olan halk müziği, romanlar veya epik dramalar olabilir. Eleştiri, insanların karakterini, atmosferini ya da ruh halini anlatmaktan ziyade sıklıkla sıfatların kullanıldığı serbest bir biçimdir (Mc Leish, 2005 :209).

### 3.2.Müzik İçerikli Programlar

İçeriğinde müziğin ön planda olduğu program türleridir. Bu program türünde söz daha az kullanılır anlatılmak istenen müzik yolu ile anlatılır.

#### 3.2.1.Müzik Programları

Bunlar müzik tabanlı uygulamalardır. İçinde sözlü unsurlar olabilir ama bunlar sadece müzik yorumudur (Erdamar, 1992:27). Bu programlar müzik türlerine göre Türk müzik programları ve yabancı müzik programları gibi sınıflara ayrılabilir.

1900'lü yılların başında müzik endüstrisi, Tin Pan Alley şirketlerinden ilk ev plak çaralarının satışından ve Victor, Columbia ve Decca gibi şirketlerin müzik kayıtlarından milyonlarca dolar kazanmıştır. 1920'de Amerika Birleşik Devletleri'nde yayına başlayan ilk radyo istasyonu olan KDKA bu şirketle bir iş birliğine girdiği bilinmektedir. Radyo kanalı 1920'lerden beri radyo, müzik ürünlerinin toplu dağıtımından ve tanıtımından sorumlu olmuştur. Bu ortaklık yapısı kamusal sesin yapısında ve müzik endüstrisinin politikasında önemli değişikliklere yol açmıştır. Müzik endüstrisinin radyo kanallarıyla yaşadığı deneyim, medya endüstrisi ile müzik endüstrisi arasında sonraki yıllarda önemli gelişme gösteren bir ilişkinin gelişmesine neden olmuştur (Güven, 2002:22).

Bu gelişmelerde radyo yayınları büyük rol oynamıştır. 2000'lere yaklaşırken medya endüstrisi geliştikçe radyo ve müzik birbirinden ayrılmaz hale gelmiş ve müzik, radyo medyasının en çok kullanılan içeriği haline gelmiştir. Bu süreçte radyoda müziğinin öne gelmesinde iki önemli faktörden bahsetmek gerekmektedir. Bunlar:



- Teknolojideki gelişmeler: Radyo kanallarında stereo yayına geçildi ve FM bandı açıldı. Müzik endüstrisinde yüksek kaliteli kayıtların başlangıcı.
- Televizyon medyasının popülaritesi: Televizyon medyasının popülaritesinin artması, konuşmaya dayalı programcılığın radyodan televizyona kaymasına yol açmıştır.

Dünya çapında, radyoda müzik dinlemenin teknik kalitesi, FM bandından stereo yayınlara kadar iyileşmiştir. İnsanlar FM bandının gelişmesi ile beraber CD'den dinler gibi yüksek ses kalitesinde radyo dinleme imkânı bulmuşlardır. 1960'lardan sonra radyo istasyonları, CHR olarak da bilinen Top40 adlı bir müzik formatı geliştirmeye başlamıştır. Müzik yayıncılığına olan talebin fazla olduğu bir dönemde "Top40" adı verilen müzik radyo formatı dünya çapında popüler hale gelmiş ve müzik radyo yayınlarında en çok kullanılan formatlardan biri olarak lider konuma gelmiştir.

Türkiye radyoculuğunun tarihine bakıldığında, müzik programları özel sermayeli radyodan önce ve sonra farklılık göstermektedir. Özel radyodan önce tek yayın kuruluşu TRT idi. Bu dönemde radyoda ki programlar TRT'nin belirlediği yayın politikası çerçevesinde ilerlemiştir. Özel radyo yayınlarının başlangıcından bu yana ise müzik ve müzik yayıncılığı konusunda farklı bir algı oluşmuştur. Bu yeni anlayış içinde, TRT döneminde yasaklı olan ve ötekileştirilen arabesk müzik de dahil olmak üzere her türlü müzik, birçok radyo istasyonunda yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Kuruoğlu, 2002:111). Bu açıdan bakıldığında doksanlı yıllarda yayına başlayan özel radyo kanallarının ekosisteminde sınırsız müzik içeriği özgürlüğünün de başladığı söylenebilir.

### 3.2.2.Format Dj'li Müzik Programları

1960'lardan beri dünya çapında tanınan CHR (Contemporary Hit Radio) formatındaki müzik radyosu "Top40", Türkiye'de özellikle 2000li yıllarda en popüler bir özel radyo formatı olmuştur. "En İyi 40" olarak biçimlendirilmiş müzik radyosu, ortalama bir dinleyicinin istediği müziği tekrar etmeyi tercih etmektedir. Bu tür radyoların müzik kaynağı, gençlerin dinlemeyi tercih ettiği müzikler olup, çoğunlukla gençlerin dinlediği teklileri yayınlamaktadır. Popüler kültüre yakın kalmak ve bu kültürün ürettiği müziği takip etmek isteyen orta yaş ve üzeri kitleler de bu tür radyoları dinlemekte olduğu görülmektedir (Norberg, 1996:64-65).

2001 yılı içerisinde Türkiye'de yayın hayatına başlayan ve "Önce Müzik" sloganıyla dikkatleri üzerine çeken Radyo Powertürk bu formatta yayın yapan ilk radyo kanalı olmuştur. Bu formatta programların sözlü içerikleri müzikal içeriklerinin çok gerisindedir. Bu yayın türünde sadece şarkı duyuruları ve etkinlik duyuruları yapılmakta olup, bu duyurular "format dj" isimli sunucular tarafından yapılmaktadır. Bu tür programların formatı, DJ'in radyo istasyonu, şarkı ve şarkıcı adını vermesi ve programın ayrılan süresi boyunca 20-30 saniye süren kısa anonslar olmasıdır. Bu sunucular, radyo kanalının tanımladığı yayın içeriğinin dışına çıkamaz ve yayına kişisel katkılarda bulunamaz.

### 3.2.3.Kesintisiz Müzik Programları

Türkiye'de özellikle 2010'lu yıllarda radyo dinleyicilerinin radyo kanallarından müzik dinlemeyi tercih ettikleri ortaya çıkınca radyo işletmeleri müzik programlarının daha fazla olması gerektiğini savunmuşlardır. Bu tezden hareketle Top40 formatında yayın yapan özel radyolar, sözlü içerikli radyo programlarını tamamen ortadan kaldırmış ve %100 müzik programları yayınlamaya başlamıştır. Bu kapsamda radyo kanalları, radyo sunucularının ve DJ'lerin hiç konuşmadığı "kesintisiz müzik" programını yayınlamaya başlamıştır.

Radyo istasyonlarında yayınlanan müziklerin sözlü içeriği gün geçtikçe azalmaktadır. Bu durum radyo istasyonları aracılığıyla sözlü programların varlığını ortadan kaldırdığı gibi radyo programcılığı kavramını da olumsuz yönde etkilemiştir. Bu noktada "Radyo bir ses kutusu mudur?" soru ortaya çıkmıştır. Pandemi sonrasında yaşanan dijital dönüşümün de etkisi ile radyo işletmeleri yayınlarının yüzde ellisinden fazlasını sunucusuz sadece müzik yayını şeklinde uygulamıştır.

## 4.Radyo'nun Müzik Eksenine Yönelmesi

Radyonun müzikle etkileşimi çok eski dönemlere dayanır. 1800'lü yıllarda başlayan bir dizi teknolojik gelişme sonucunda radyonun icadından sonra müzikte radyo yayıncılığının gücünü ilk deneyimleyen Avustralyalı opera sanatçısı Dame Nellie Melba olmuştur. Sanatçı için 15 Haziran 1920'de Chelmsford



yakınlarında Daily Mail sponsorluğunda İngilizce, Fransızca ve İtalyanca özel bir konser hazırlanmıştır. Avrupa ve Kuzey Amerika'nın bazı bölgelerinde Melba'nın sesi duyulmuştur (Rixon, 2018:34).

1920'lerde radyo, Amerikan halkına kaliteli müzik aletlerinin zevkini sunmaya başladığı görülmüştür. 1920'lerde radyo yayınları tiyatrodan daha ilginç yenilikler haline geldi ve sinema, senfoniler, oda ve oda orkestraları radyoda giderek daha fazla yayınlanmıştır. Radyo, dönemin daha popüler dans, konser ve caz gruplarına bir alternatif sunmuştur. Radyonun gelişimiyle sıradan insanlar şarkıcıları ve grupları takip etmeye başlarken radyoda konserlerin olması sanatçılara daha fazla görünürlük sağlamıştır (Taylor vd, 2012: 259).

Radyo yayını, ilk dönemlerinde kitleler için en ucuz eğlence yolu olmuştur. Radyo, kitlelere çoğu insanın alışık olduğundan çok daha fazla eğlence sunmuştur. Bu nedenle mecranın popüleritesi 1920'lerin sonlarında ve 1930'lu yılların başlarında artmıştır. Bu nedenle 1930'lar radyonun altın çağı olarak kabul edilir. 1930'lar, radyonun sadece Amerika'da değil, Avrupa'da da tam teşekküllü bir kitle iletişim aracı haline geldiği yıllar olmuştur.

1930'larda ve 2. Dünya Savaşı'nda dünya çapında radyo yayıncılığının altın çağında, yayınlar teknik ve içerik açısından hızla gelişmiştir. Dalga boylarının tahsisi için uluslararası toplantılar düzenlendi ve ülkeler arasında uzun menzilli frekanslar paylaşıldı. 1935 yılı içerisinde FM bandının icadıyla, sesin daha kaliteli ve parazitsiz olarak iletilmesi imkanı ile radyoda müzik yayıncılığının büyümesi başlamıştır (MEGEP, 2011:6).

İkinci Dünya Savaşı sırasında dünyanın her yerindeki insanlar, her türlü radyo yayını sınırsız olarak dinleyebildiği bir döneme girmiştir. 1930'larda ve 1940'larda Batı ülkelerinde büyük ilgi gören radyo tiyatrosu, 1950'li yıllarda Türkiye'de de popüler hale gelmiştir. 1930'lu yıllardan 1950'lilerin ortalarına kadar tüm ailelerin radyonun etrafında toplandığı ve radyonun evin bir köşesini işgal ettiği bir dönem olmuştur (Koç, 2012: 94-95).

Radyonun bilgilendirme rolü olmasına rağmen, günümüzde radyonun neredeyse tek bir rolü vardır. Medya gibi radyo da ilk kez popüler hale geldiğinde, ulusu kültürel olarak birleştirmekten sorumluydu, ancak televizyonun gelişimiyle radyonun bu konumu değişmiştir. Televizyonun evlerde başrolü almasıyla birlikte radyo, hedef kitlesini daraltmış ve farklı zevklere sahip dinleyicilere hitap eden içerikler geliştirmiştir. Bu daha da ileri giderek, radyonun sadece belirli müzik türlerini yayınlayan bir istasyona dönüşmesine neden olduğu bilinmektedir (Eryılmaz, 2005 :88-92). Örneğin Türk sanat müziği dinlemek isteyenler için sadece Türk sanat müziği, hit müzik dinlemek isteyenler için sadece hit şarkılar, yabancı şarkı dinlemek isteyenler için sadece yabancı şarkılar yayınlayan radyo istasyonları bulunmaktadır.

Radyonun eğlenceye yönelmesinin farklı bir nedeni de özel sektöre ait radyo istasyonlarının kâr amacı güden bir kuruluş olmalarıdır. Özel sektör radyolarının temel amacı reklam olduğundan, yayınlarına müzik ve eğlence programları hakimdir. Her ülkenin kültürel yapısı farklıdır, dolayısıyla radyo istasyonlarının odaklandığı müzik türü de kültürlerden etkilenir. Bu nedenle müzik paydası altında radyo kanalları farklı coğrafyalarda farklı müzik türlerine yer vermektedir. Türler farklı olsa da payda genelde müziktir.

1950'lerden Türkiye'de radyonun yaygınlaşmış televizyon yayınlarının yaygınlaşmaya başladığı 1969 yılına kadar radyo kendi kültürünü oluşturmuş, kendi özgün imajını oluşturmuştur. Bu dönemde Safiye Ayla, Münir Nurettin Selçuk, Zeki Müren, Hamiet Yüceses gibi sanatçılar radyo mecrasının da desteği ile yıldız mertebesine ulaşmıştır (Eryılmaz, 2005:92).

Televizyonun gündelik hayatın içinde yer almaya başladığı 1970'lerden itibaren radyo kan kaybetmeye başlamıştır, İnternetin yaygınlaşması ile beraber müzik dinleme alışkanlıklarında değişim yaşanmıştır. Dijitalleşmenin artması ile birlikte radyodan müzik dinleme eski prestijini kaybetmeye başlamıştır. Radyonun özellikle arabada ve yolculuklarda kullanılan bir mecra olması onun hala geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır.

CDlerden ve MP3'lerden çalınan müziğe radyo zenginlik ve çeşitlilik verir. Kayıt dışı müzik yayını yapabilmek için, radyo istasyonlarının canlı performans sergileyen sanatçıları (bireyleri veya grupları) bir araya getirmesi gerekir ki bu gerçek hayatta mümkün değildir. Müzik radyosunda kayıtların



çalınmasıyla, sanatçıların en iyi performansları hiçbir değişiklik olmaksızın, istenilen müzik kalitesinde tekrar tekrar çalınabilmektedir (Krause vd 2013: 157).

Müzik radyosu genellikle önceden kaydedilmiş kayıtlardan müzik çalmayı tercih eder. Çünkü bu kayıtlara ucuz ve kolay ulaşılabilir. Radyo istasyonları için müzik kayıtlarına erişim kolaylığı, çalışanlar için ciddi bir maliyet avantajı sağlamaktadır. Çoğu müzik radyosunda, müzik yayını yapmak için bir DJ, bir ses kaynağı, bir mikrofon ve bir mikser yeterlidir (Björnberg, 2018:194).

Günümüzde radyonun eğlence işlevinin ortaya çıkmasıyla birlikte radyoda müzik yayını başlı başına dikkat edilmesi gereken bir konu haline gelmiştir. Bu nedenle radyo istasyonları, en iyi müzik içeriğini sunmak için araştırmalara para harcamaktadır. Bu nedenle, müzik pazar araştırması ve müzik programcılarının deneyimi, müzik programı içeriğinin başarılı bir şekilde derlenmesinde en fazla önem arz eden faktörler arasındadır (Kuyucu, 2013:376).

## 5. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada Türkiye’de özellikle pandemiden sonra radyo dinleme alışkanlıklarında söz ile müziğin hangi ekseninde talep aldığı ve yeni nesil olarak adlandırılan Z kuşağının radyonun bugünü ve geleceği hakkındaki görüşlerinin betimlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda tamamı 2000 yılından sonra doğan ve İstanbul’da yaşayan Z kuşağı gençlerine bir anket uygulanmıştır. Dijitalleşen dünyada doğan ve hayatlarının en anını dijitalleşme ile içiçe yaşayan Z kuşağının bir geleneksel medya aracı olan radyo hakkındaki görüşlerine başvurulmuştur. Üç tane demografik, beş çoktan seçmeli ve iki tane açık uçlu sorudan oluşan anket yüzyüze görüşmelerle 01 Nisan – 30 Mayıs 2023 tarihinde 122 Z kuşağı üniversite öğrencisine uygulanmıştır. Anket İstinye Üniversitesinde eğitim gören iletişim fakültesi öğrencilerine uygulanmış ve elde edilen bulgular derlenmiştir.

### 5.1 Araştırmada Elde Edilen Bulgular

Tablo 2. Radyo Mecrasının Yayınları Nasıl Olmalı

	Genel (%)	Erkekler (%)	Kadınlar (%)
Müzik Ağırlıklı Olmalı	% 43.64	% 46.6	% 39.5
Söz Ağırlıklı Olmalı	% 33.71	% 32.3	% 36.4
Haber Ağırlıklı Olmalı	% 22.65	% 21.1	% 24.1

Araştırmaya katılanların genel olarak radyo mecrasının içeriğinin daha çok müzik ağırlıklı olması gerektiğini savunmuştur. Müziğin radyoda daha fazla olması gerektiğini savunanların oranı yüzde 43.64 iken, söz ağırlıklı olmalı diyenler yüzde 33.71 , haber ağırlıklı olmalı diyenler ise yüzde 22,65 oranında olmuştur.

Cinsiyetlere göre incelendiğinde Z kuşağında hem erkekler hem de kadınlar radyoda müziğin ön planda olması gerektiğini, radyoda müzik programlarının daha fazla olması gerektiğini savunmaktadır. Erkekler müziği kadınlardan daha fazla savunurken kadınlar erkeklere göre söz ağırlık radyo yayıncılığını daha fazla savunmaktadır. Erkeklerin yüzde 46,6’sı radyoda müziğin daha fazla olması gerektiğini savunurken kadınlarda bu oran yüzde 39,5 olmuştur. Radyoda haberin ön planda olması gerektiğini savunanların tüm cinsiyetlerde düşüktür.

Araştırmaya katılan Z kuşağı üyelerine radyonun geleceği hakkındaki görüşleri de sorulmuştur. Açık uçlu sorularla alınan yanıtlar erkekler ve kadınların görüşleri olarak ayrı ayrı gruplandırıldı. Elde edilen yanıtlar içinde en çok tekrar edilen görüşler tablo 3’te derlenmiştir.



Tablo 3. Gelecekte Radyo Mecrasını Ne Bekliyor (Erkek Katılımcıların Görüşleri)

<i>Gelecekte Radyo Mecrasını Ne Bekliyor (Erkekler)</i>
Radyo başka bir iş yaparken insanların kulak verdiği onlara eşlik eden mecra olacak
Sadece müzik sunan bir mecra olarak kalmayacak, insanlar kendi sevmedikleri müzikleri dinlemek istemez
Radyo gelişen teknoloji karşısında ayakta kalma mücadelesi verecek. Karasal FM yayıncılığı İnternet radyoculuğuna dönüşecek
Radyoyu gelecek ayakta tutacak en önemli faktör otomobiller olacak. İnsanlar sadece araçlarında radyo dinleyecek.
Spotify- Youtube gibi dijital platformlara rağmen radyo gelecekte de yeni müziğin keşfi için alternatif bir mecra olmaya devam edecek
Apple Broadcast gibi uygulamalar sayesinde radyo dijital yayıncılıkta gelişecek
Radyonun gelecekte dinleyicisi nicel olarak azalacak ama nitel olarak artacak. Radyoyu sevenler, radyoyla arkadaş olanlar bu duygularını arttırarak radyoya daha fazla bağlanacak
Radyonun popülerliği günümüzde Bluetooth bağlantı olanakları sayesinde zaten düşüşte bu düşüş gelecekte daha da artacak
Radyolar tematik yayıncılıkla belirli gruplara seslenen yayınlarıyla ayakta kalabilecek
Müzik dinlemek belirli bir enerji harcamayı gerektirmez ama konuşma dinlemek dinleyiciye de enerji harcanır. Bu nedenle radyo daha çok bir müzik mecrası olarak kalacak.
Müziğin erişimi dijital medya sayesinde arttı bu nedenle radyoda müziğin daha az sözün daha çok olacağı bir dönem gelecek.
Radyo FM bandından çok gelecekte dijital konsollere, akıllı saatlere ve tüm dijital platformlara girmek zorunda.
İnsanlar gelecekte arabalarında radyo dinlemek yerine akıllı telefonlarıyla araç sistemlerine bağlanıp Spotify- Youtube gibi platformlardan müzik dinleyecek. Bu durum radyonun gelecekte arabalardaki hakimiyetini yok edecek.
Radyo mecrası küçük ölçekli, düşük reklam bütçesi olan şirketler için önemli bir reklam mecrası olacak.
Radyo bir iletişim aracı olduğundan her zaman varlığını sürdürecektir. Deprem , sel , yangın gibi doğal afetlerde kullanılabilir tek araç olarak gelecekte de var olacak.
Görsel medya gelecekte tamamen radyonun yerini alacak.
Gelişen teknoloji gelecekte karasal (FM)- geleneksel radyoculuğun en büyük düşmanı olacak. Bu teknolojik gelişmeler yaşandıkça radyo zor günler geçirmeye devam edecek.



Tablo 4. Gelecekte Radyo Mecrasımı Ne Bekliyor (Kadın Katılımcıların Görüşleri)

<b>Gelecekte Radyo Mecrasımı Ne Bekliyor (Kadınlar)</b>
Teknoloji geliştikçe dijital radyoculukta gelişecek
Radyolar sponsorluk gelirlerini arttırmak için söze daha fazla ağırlık verecek
İnsanlar konuşma ve tartışma dinleme ihtiyaçlarını daha çok sosyal medyadan karşılayacak bu nedenle radyo müzik odaklı olacak
Radyo arabalar başta olmak üzere gelecekte de hayatımızın her aşamasında karşımıza çıkacak
İnternet radyoculuğu önemini arttıracak.
Podcast yayıncılığı popülerliğini artırıyor ve radyonun rakibi oluyor. Ancak podcast yayıncılığında interaktiflik yok, radyo eğer gelecekte içeriğine interaktifliği katarsa podcast tehdidini yok edebilir.
Radyo eski popülerliğini kaybetti ve kaybetmeye devam edecek ama bu gelecekte radyonun tamamen yok olacağı anlamına gelmiyor.
Radyo gelecekte dinleyicisiyle bütünleşen veya ayrışan düşünceler paylaşarak dinleyicilerle bir bağ kuran bir mecra olacak.
Podcast yayıncılığı artıyor gelecekte bu devam edecek ve radyo popülerliği azalacak.
Instagram ve TikTok gibi sosyal medya mecraları daha çok müziği kullanarak popülerliklerini arttırdılar, radyoda müziğe odaklaşarak popülerliğini sürdürecektir.
Dijital radyoculuğun popülerliği dijital medya sayesinde daha da artacak.
Reklam veren gelecekte daha geniş ve küresel erişimi olan dijital mecralara yönelecek ve geleneksel radyodan uzaklaşacak.
İnsanlar artık sadece dinlemeyi değil beraberinde izlemeyi de tercih ediyor. Akıllı telefonlar buna radyodan daha fazla hitap ediyor, bu nedenle sadece işitsel bir mecra olan radyonun popülerliği düşecektir.
Gelecekte radyo sadece arabalarda ve internetin olmadığı ortamlarda var olacak.
Radyo gelecekte dijital dünya içinde kendine mutlaka bir yer bulacak ve podcast - web radyo gibi formatlarla ayakta kalacaktır.
İnternet olmadığı zaman kullanılabilir en pratik mecra radyo olduğu için geleneksel radyo her zaman var olacak.
Geleneksel radyo gelecekte daha çok düşük ekonomisi olan coğrafyalarda popüler olacak.
Radyo otomobil, kamyon, otobüs gibi araçlarda sürücülerle bir duygusal bağ kurabilen tek mecra olduğu için gelecekte var olmaya devam edecek.

## SONUÇ

Radyo mecrası birinci yüz yaşını tamamlarken diğer mecralar gibi yeni iletişim teknolojilerinin karşısında değişime uğramıştır. Bu hem teknolojik hem içeriksel hem de kullanıcı eğilimlerinde kendisini göstermiştir. İkinci dünya savaşının en popüler ve en güçlü haber verme aracı olan radyo medyada yaşanan çok seslilik ile beraber bu yönünü kaybetmeye başlamıştır. Söz programcılığının ön planda olduğu dönemlerde ortaya çıkan FM yayıncılığı, televizyonun icadı gibi teknolojik yenilikleri radyoyu söz programcılığından müzik yayıncılığına evrilmesini sağlamıştır.

1980li yıllarda başlayan neoliberal akım ve sonrasında gelişen özelleştirme furyası radyo işletmeciliğinin kamudan özel sermayeli işletmelerinde içinde olduğu bir rekabetçi pazar düzenine doğru dönüştürmüştür. Radyo mecrasında söz programcılığının arka planda kalmasını sağlayan bir diğer faktör de dijital dönüşümde yaşanan baş döndürücü hızdır. Dijital dönüşüm insanların analog hayattan dijital hayata doğru geçiş yapmasını sağlamış ve nerdeyse tüm hayatlarını derinden etkilemiştir. Bundan payını radyo mecrası da almıştır. Radyo dijital dönüşümün hızlandığı iki binli ve iki bin onlu yıllarda toplumda söz sahibi olmaya başlayan Y ve Z kuşağı tarafından bir müzik aracı olarak algılanmaya başlamıştır. Bu durum radyo mecrasının bir müzik kutusu gibi konumlandırılmasına da neden olmuştur.



Özellikle 2000li yıllarında başında doğan ve Z kuşağı olarak adlandırılan doğdukları günden itibaren dijital dünya ile içiçe olan kuşak medyanın tüm izleme ve dinleme alışkanlıklarını değiştirmeye başlamıştır. Z kuşağının adeta bir tutku ile bağlandığı dijital medya geleneksel medyanın sonunun hazırlığı olduğu bile iddia edilmiştir. Bu kapsamda “radyo acaba bitiyor mu?”, “Radyo gelecekte var olacak mı?” ve “Radyo gelecekte nasıl bir mecra olacak?” gibi soruların sorulmasına neden olmuştur. Z kuşağının önceki kuşaklara kıyasla radyo mecrasına karşı olan ilgisizliği bu soruların cevaplarını radyoyu tehdit eder hale getirmiştir.

Bu araştırmada Z kuşağının radyo mecrasının geleceğine yönelik düşünce ve öngörülerini ile radyo da söz programcılığı mı yoksa müzik programcılığını gelecekte daha önemli olacak sorusuna yanıt aranmıştır. Araştırmaya katılan Z kuşağı bireyleri müziğin radyoda daha ön planda olması gerektiğine vurgu yaparken haberin radyoda yerinin olmadığını belirtmiştir. Radyonun FM bandından dijital medyaya yönelmek zorunda olduğunu, gelecekte dijital dönüşüme ayak uyduramayan radyo işletmelerinin ekonomik anlamda sorunlar yaşayacağını belirtmiştir. Radyonun mecra olarak asla ölmeyeceğini ama format değiştireceğini savunan Z kuşağı FM yayıncılığının tek avantajlı olduğu yerin arabalar olduğunu söylerken bunun da gelecekte USB ve akıllı telefonlar sayesinde yok olacağını savunmuştur. Radyonun dijital dönüşümde podcast ile gelecek bir mücadeleye gireceğini ve podcastin de radyo yayıncılığında söz içeriklerinin yerini alacağını savunmuştur. İnternet penetrasyonunun artması ile birlikte FM yayıncılığını çok ciddi tehlikeler beklemektedir. Özellikle dijital dünya ile bütünleşen ve dijital hayatlar yaşayan Z kuşağı bireyleri 2030lu yıllarda radyo mecrasının sadece yaşlıların dinlemeyi tercih edeceği bir mecra olacağını da öne sürmektedir.

## KAYNAKÇA

- Alankuş, S., (2003). Radyo ve Radyoculuk. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Altunbaş, H., (2003). Radyo Reklamcılığı ve Türkiye’de Yerel Radyolar, Tablet Kitapevi, Konya
- Arslan, S., (2010). Türkiye’de Radyo Oyunları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi S.B.E.
- Aziz, A., (2012). Radyo Yayıncılığı. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Björnberg, A. (2018). Mediatization-Rediofication-Musicalization. M. Michelsen, M. Krogh, S. K. Nielsen, & I. Have (Dü) içinde, Music Radio: Building Communities, Mediating Genres. Bloomsbury Publishing.
- Crisell, A., (1986). Understanding Radio. İngiltere: Methuen Publishing.
- Çakır, H., (2005). Tüm Yönleriyle Radyo. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Dinçmen, G., (2007). Radyolu Yıllar, g Yayın Grubu, İstanbul
- Eraslan, Z.N., (1979). TRT Kurumu Radyo Oyunu Üzerine Bir Araştırma. Ankara: TRT Yayınları.
- Erdamar, B., (1992). Radyo Programcılığı. İstanbul: Der Yayınları.
- Eryılmaz, T. (2005). Radyo ve Radyoculuk. S. Alankuş (Dü.) içinde, Radyo ve Radyoculuk. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Güven, H., (2002). Radyo Yapımı/Yayıncılığı. Ankara: Zeplin İletişim.
- Koç, N. (2012). Cumhuriyet’in İlk Yıllarında Radyo. CTAD(15), 69-103.
- Krause, A. E., North, A. C., ve Hewitt, L. Y. (2013). Music-listening in everyday life: Devices and choice. Psychology of Music, 43(2), 155-170.
- Kuruoğlu, H., (2002). İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Kuyucu, M. (2013). Radyonun Müzik Kutusuna Dönüşümü: Radyo Program Türleri ve Tercih Edilirlilik Oranları. E-Journal of New World Sciences Academy, 8(4).
- McLeish, R. (2005). Radio Production, 5 th. Edition. ABD: Focal Press.



MEGEP. (2011). Radyo Televizyon Tarihi. Ankara: MEB Yayınları.  
[http://www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Radyo%20Televizyon%20Tarihi.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Radyo%20Televizyon%20Tarihi.pdf) adresinden alındı

Norberg, E.G., (1996): Radio Programming Tactics and Strategy. ABD: Focal Press.

Rekabet Kurulu (2011). 'Radyo Viva Ticari ve İktisadi Bütünlüğünün TMSF Tarafından satış ihalesinde, Artı Televizyon Yayıncılığı San. Ve Tic. A.Ş. tarafından devranılması işlemine izin verilmesi' konulu Rekabet Kurulu Kararı,14.04.2011.

Rixon, P. (2018). Radio Critics and Popular Culture A History of British Radio Criticism. London: Palgrave Macmillan.

Taylor, T. D., Katz, M., & Grajeda, T. (2012). Music, Sound, and Technology in America. London: Duke University Press.

Tekinalp, Ş., (20110.) Karşılatırmalı Radyo ve Televizyon, Beta Yayınları, İstanbul

Uçan, A., (1994) “İnsan ve Müzik, İnsan ve Sanat Eğitimi” Ankara, Müzik Ansiklopedisi Yayınları.

### **İnternet Kaynakları:**

<https://www.radiohalloffame.com/> Erişim Tarihi: 30 Nisan 2023.

<https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa61.htm> Erişim Tarihi: 02 Haziran 2023.

<https://www.baseball-almanac.com/> Erişim Tarihi: 17 Haziran 2023.