

**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**DEVLET RADYOSUNDAN ÖZEL RADYOLARA GEÇİŞ SÜRECİ
VE YAYINCILIKTA YAŞANAN DEĞİŞİMLER**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Nihal Müge GÜRHANİ**

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Naci BOSTANCI**

Ankara – 2006

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ

Varsayımlar	3
Önemi	3
Yöntemi	4
Kapsam ve Sınırlılıklar	4

BİRİNCİ BÖLÜM

1.1 Radyo	7
1.1.1 İletişim	8
1.1.2 İletişim Süreci	9
1.1.3 Kitle ve İletişim	10
1.1.4 Kitle İletişiminin İşlevleri	11
1.2 Radyoculuğun Tarihi	12
1.3 Özel Radyoculuğu Hazırlayan Etkenler	15
1.5 Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, (RTÜK)	23

İKİNCİ BÖLÜM

Günümüzde Radyo Yayıncılığı ve Yayıncılıkta Yaşanan Değişimler	25
2.1 Özel Radyoların Yayına Başlaması	26
2.2 TRT Kurumunda Radyo Yayıncılığı	28
2.2.1 Radyo-1 (Türkiye Radyoları Birinci Programı)	29
2.2.2 TRT-FM, Radyo-2 (Radyo-Haber, Türkiye Radyoları İkinci Programı)	30
2.2.3 Radyo-3 (Türkiye Radyoları Üçüncü Programı)	31
2.2.4 Radyo-4 (Türkiye Radyoları Dördüncü Programı)	31
2.2.5 Turizm Radyosu	32
2.2.6 Bölge Radyoları	33
2.2.8 TRT Hatay FM (Hatay İl Radyosu)	34
2.3 Türkiye Radyolarında Sayısal Durum	34
2.4 Program İçeriklerinde Yaşanan Değişiklikler	38
2.4 Özel Radyoculuğun Türk Radyo Yayıncılığı Üzerindeki Etkisi	46
2.4 Özel Radyolardan Sonra ve Dinleyici Memnuniyeti	49
2.5 Kamuoyu Yoklamalarında Yaşanan Değişimler	50
2.6 Radyo Organizasyonlarında Yaşanan Değişiklikler	59
2.6.1 TRT Kurumu (1964-1972)	59
2.6.2 TRT’de II.Yeniden Yapılanma ve Örgütlenme Yapısı (1972)	62
2.6.2.1 359 ve 1568 Sayılı Yasaların Karşılaştırması	66
2.6.3 TRT’nin Günümüzdeki İdari Yapısı	67
2.6.4 Özel Radyo Kanallarının Örgütsel Yapısı	70
2.6.4.1 Büyük/Geniş ölçekte (Ulusal) radyolar	71
2.6.4.2 Orta ölçekte (Bölgesel) radyolar	74
2.6.4.3 Küçük ölçekte (Yerel) radyolar	76
2.6.5 Radyolarda Personel Sıkıntısı	79

2.7 Radyo Yayıncılığı ve Kullanılan Dil.....	81
2.8 Radyo Programlarındaki Yenilikler	83
2.9 Radyolarda Yerelleşme	87
2.10 Dijital (Sayısal) Radyo.....	91
2.10.1 Türkiye’de Sayısal Radyo	93
2.11 İnternet üzerinden Radyo Yayıncılığı	97
2.12 Radyoda 2000’li yıllar ve Avrupa Birliği Uyum Yasaları	98
2.12.1 3.Uyum Yasaları Paketi (3 Ağustos 2002).....	100
2.12.2 6.Uyum Yasaları Paketi	101
2.12.4 Farklı Dil ve Lehçelerde Yayın Yönetmeliği (25 Ocak 2004).....	102
2.13 Günümüzde radyo ve radyoculuk	103
SONUÇ	108
KAYNAKÇA.....	116
ÖZET.....	120
ABSTRACT.....	121

GİRİŞ

1900'lü yıllar, teknolojik, siyasal, tarihsel ve sosyal alanda büyük değişimlere sahne olmuştur. Devletler, birbirleri ile milyonların canına mal olan I.ve II.Dünya Savaşlarını bu yüzyılda yapmışlardır. Yine 20.yüzyıl teknoloji, medya ve iletişim çağının altın dönemi olarak değerlendirilebilir. Matbaanın bulunmasını takiben 17.yy'da modern anlamda Hollanda'da basılan gazetelerden sonra en önemli iletişim aracı, 1895 yılında İtalyan Marconi tarafından temelleri atılan radyodur. Böylelikle kitle iletişim çağında yeni bir aşamaya ulaşılmıştır.

İletişim çağı önce telsiz neşriyatının sonra ise buna bağlı olarak radyonun bulunuşu ile hızla gelişme göstermiştir. Radyo da bu çağın hem öncüsü hem en etkili aracı olarak yıllarca kitleleri bilgilendirmiş, etkilemiş, insanlara gelişmeleri aktaran en önemli kitle iletişim aracı olmuştur.

Dünya'da 1921 yılında başlayan radyo yayınları, gecikmeden ülkemize de gelmiş, Türkiye 1923 yılında yayın deneyleri ve 1927 yılında başlayan radyo yayınları ile bir anlamda radyo yayıncılığının öncü ülkelerinden olmuştur. Daha sonraki yıllarda dünyada değişen dengeler, radyonun kitleler üzerindeki büyük etkisinin keşfedilmesi ile birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de radyo yayıncılığı devlet kontrolüne geçmiş ve TRT kurulana kadar radyo yayıncılığının kontrolü bürokratik yapılanmada sürekli el değiştirmiştir.

Bu dönem Türkiye için, yayıncılık ve radyoculuk adına, dinamiklerin, değerlerin, hukukun hızla değiştiği bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bu

dönemde, radyo yayıncılığının Türkiye’de ki gelişim süreci nasıldır? Radyo yayıncılığında Türkiye’de yaşanan sıkıntılar ve zorluklar nelerdir? Yayıncılık anlayışının değişim süreci, özel radyoların yayıncılık anlayışlarında yaşanan değişimler nelerdir? Bu çalışmada yukarıdaki sorulara cevap aranacaktır. Tezin amacı ise özel radyoya geçiş aşamasından sonra yayıncılık anlayışındaki değişimlerin nedenlerini tarihsel, yapısal ve ideolojik olarak ortaya koymaktır.

Varsayımlar

Devlet Radyosu kamuoyunun değişen beklenti ve ihtiyaçlarını yeterince karşılayamıyordu. Teknolojik gelişmelerin yanı sıra bu durum da özel radyoların kurulmasına neden olmuştur. Özel radyolar, devlet radyosundan çok daha farklı bir yayıncılık anlayışı benimsemişlerdir. Bu anlayışın önemli ölçüde popüler, magaziner, kışkırtıcı, baştan çıkartıcı olduğunu söyleyebiliriz.

Bu çerçevede temel varsayımımız, devlet radyo yayıncılığından özel radyo yayıncılığına geçişte, a. Kamuoyunun beklenti ve ihtiyaçları, b. Teknolojik gelişmeler, c. Örgütsel yapıya ilişkin etkinlik ve verimlilik arayışları etkin olmuştur, doğrultusundadır. Tez içeriğinde bu varsayım test edilecek, doğruluk düzeyi anlaşılmaya çalışılacaktır.

nemi

Özel radyoların yayına başlamasından bugüne kadar geçen on dört senede, genellikle amatör amaçlarla ve hatta bazen merak ve hobi amaçlı kurulan bu radyolar bugün gelişmişler, programcılık anlayışı, teknik altyapı ve yayıncılık olarak farklılaşmışlar ve birçoğu radyoculuğu dünya düzeyinde bir uğraş haline getirmişlerdir. Bu süre zarfında, radyo yayıncılığında yaşanan değişimleri ele alan çalışmalar yapılmamıştır. Mevcut alışmalar

geçiş sürecini genellikle kronolojik olarak ele almaktadırlar. Bu tez çalışmasının bu noktadaki boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Yöntemi

Bu çalışmada öne sürülen varsayımı test için, literatür araştırması, veri toplama, analiz, çözümleme, kuramsal betimleme, süreli yayın takibi, radyo programlarının takibi, radyo sahiplerinin, sorumlularının, programcılarının konuşmaları, açıklamaları, röportajları, birebir görüşmeler tümevarım yöntemiyle birlikte kullanılmıştır.

Kapsam ve Sınırlılıklar

Konuyu derinlemesine inceleyebilmek için sınır koyma gereği tez çalışmasındaki en temel sorundur. Tezin sınırlılıkları zaman, mekan ve konu açısından şu şekilde incelenebilir.

- i. Zaman açısından; Türkiye’de özel radyoların yayına başladıkları 1992 yılından günümüze kadar ki dönem ele alınacaktır. Çeşitli noktalarda daha açıklayıcı olmak için öncesine başvurmak

gerekecektir. Ağırlıklı olarak 2000 yılı sonrası incelenmeye çalışılacaktır.

- ii. Mekan açısından; Türkiye’de yaşanan bir dönem ele alınacağından sınır Türkiye’dir.
- iii. İnceleme açısından sınırlılıklar; TRT radyoları ve özel radyolar, radyo programları,Türkiye’de devlet radyosu (kamu radyosu) olarak değerlendirilen Polis radyosu, Meteoroloji radyosu..vb. gibi radyolar olmasıyla beraber, araştırmamızda devlet radyosu olarak TRT radyoları ele alınmıştır. Öte yandan doğal olarak özel radyolar, bunların programları da çalışmanın içindedir.

Ayrıca genel olarak bilgi toplamadaki sınırlılıklar; Türkiye’de verilere ulaşmanın güçlüğü, veri tabanlarının yetersizliği, arşiv bilgisi alınabilecek kaynak azlığı, Türkçe kaynak yetersizliği çalışmayı sınırlandıran diğer öğelerdir.

BİRİNCİ BÖLÜM

Devlet Radyosundan Özel Radyoya Geçiş Süreci

Bilindiği üzere radyonun yüzyıla yakın tarihi boyunca birçok olay, değişim, yapısal dönüşüm yaşanmıştır. Radyo savaş dönemleri, barış dönemleri, ihtilal dönemleri, seçim dönemleri gibi her dönemde kendisine yer bulmuştur.

İnsanlar zaman içerisinde radyo ile yakınlaşmışlar ve onun muazzam gücünü keşfetmişler ve ondan faydalanmaya çalışmışlardır. Peki nedir radyoyu bu kadar önemli yapan? Cevabı etkin bir kitle iletişim aracı oluşundadır. Diyebiliriz ki radyo son yüzyıla damgasını vuran en önemli tekniklerden birisi olmuştur.

Bu bölümde Türkiye’de özel radyoların yasalar izin vermediği halde kısa sürede sayıca artmasını tetikleyen, amatör insanları, dernekleri, toplulukları dahi radyo sahibi olmaya sevk eden etkenlerin neler olduğu incelenecektir. Ayrıca bu etkenlerin yanı sıra, geçiş sürecinde yaşanan problemler, hukuksal dayanaklar, boşluklar, ilk özel radyoların yayıncılık anlayışı, Devlet Radyosunun artan özel radyolar karşısındaki tutumu da araştırılacaktır. Radyo yayıncılığının daha iyi anlaşılabilmesi için bu bölümde öncelikle radyonun tarihi hakkında kronolojik olarak bilgi verilecektir.

1.1 Radyo

En genel anlatımla kitle haberleşme araçlarından birisi olan radyo çeşitli sanat dalları ve haberleşme yollarının bir bileşimidir. Radyonun kelime anlamı; Latince’de radius (ışın) kelimesinden gelen radyonun temel üretimi “yayın”dır. İngilizcesi “broadcasting”, Fransızcası “radiodiffusion” olan yayın kelimesinin sözlük karşılığı ise; ses ve görüntünün, elektromanyetik dalgalar aracılığıyla belirli bir yerden vericiye verilmesi, oradan da özel alıcılar ile topluma aktarılmasıdır.¹

Radyo yayını, elektro manyetik dalga (Hertz dalgaları) enerjisi aracılığı ile bir iletinin topluma ses yoluyla aktarılmasıdır. Bir başka deyişle, kulakla duyulabilecek sinyallerin, radyo frekansları aracılığı ile boşlukta yayılması ve bunun sonucunda bu sinyallerin, bu amaç için geliştirilmiş özel alıcı, radyo alıcıları aracılığıyla bireylerce izlenmesidir.²

Radyo, elektrik ve elektromanyetik alanındaki bilimsel-teknik gelişmelerin ürünüdür, başka deyişle telsiz telefon, telli elektronik haberleşmenin daha ileri bir aşamasıdır. İletişim alanında insanlığa büyük olanaklar sağlayan bu teknoloji, Maxwell, Hertz, Fleming, Stubblefield, De Forest, Marconi gibi bilim adamlarının çalışmaları ile 19.yüzyılın sonları ile 20.yüzyılın başlarında gelişmiştir. İnsan sesinin elektromanyetik dalgalar

¹ Ertuğrul, Ülkü, Türkiye’de Radyo Yayıncılığının Gelişim Süreci, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1998, s.6

² Aziz, Aysel, Elektronik yayıncılıkta Temel bilgiler, TRT Basım ve Yayın Müdürlüğü, Ankara, 1989., s.7

aracılığıyla bir yerden başka bir yere iletilebilmesi, iletişim alanında olduğu kadar insanlık tarihinde de bir aşamayı simgelemektedir.³

1.1.1 İletişim

İnsanın yeryüzünde varoluşu ile başlayan iletişimi; bireyler, kümeler, toplumlar, ülkeler arasında bilginin, düşüncenin tutum ve davranışların aktarılması süreci olarak tanımlayabiliriz. Bu tanıma göre, bireyin bilgi almak ya da vermek üzere yaptığı tüm eylemleri bu olgu içerisinde gözlemek mümkündür. Başka bir anlamda iletişim yazılı, sözlü ve sözlü olmayan tüm iletişim türlerini kapsayan bir olgudur.⁴

İletişim kavramı çok değişik şekillerde tanımlanmaktadır. Tanımlardaki bu zenginlik, iletişim kavramının tüm toplumları kapsamamasından ve bu toplumların kültürel, bilimsel ve yaklaşım tarzlarının çeşitliliğinden kaynaklanmaktadır.

İletişim sözcüğü, köken itibarıyla, Latince “communication” sözcüğünün karşılığıdır. Communication ya da iletişim kavramı benzeşenlerin oluşturduğu ortaklık ya da toplum anlamına gelen bir sözcüktür.⁵

³ Ertuğ, Hasan Refiğ, Radyo İşletmeciliği ve Meseleleri, İ.Ü.Yayınları, İstanbul, 1969

⁴ Aziz Aysel, Radyo ve Televizyonla Eğitim, Ankara, 1982, s.2

⁵ Oskay Ünsal, İletişimin abc'si, Simavi Yayınları, İstanbul, 1992, s.15

Aşağıdaki örnek tanımlar, iletişim kavramının kullanılabileceği ve içerdiği anlamların çeşitliliği hakkında bizlere bazı fikirler verebilir:

"Bir kimse veya gruptan diğerine (veya diğerlerine) çoğu zaman semboller aracılığıyla bilgi, fikir, tutumlar veya duyguların aktarımı."⁶

"Genel olarak, bir sistemin (kaynak), diğer sistemi (hedef), aradaki kanal üzerinden aktarılan sembolleri kullanarak etkilediği her yerde iletişim vardır."⁷

1.1.2 İletişim Süreci

İletişim süreci daima 3 ögeyi gerektirir: kaynak, mesaj ve hedef. Kaynak; bilgiyi içerir ve göndericiler aracılığıyla simgelerini alıcıya iletir, alıcı da bunu hedef kitleye gönderir. Burada önemli olan, "Kim, neyi, nerede, kime ne kadar etkili iletiyor?" sorusuna verilecek cevaplardır. Kaynak; herhangi bir birey ve haberleşme örgütü, mesaj; kağıt üzerine basılmış mürekkep, elektrik devresindeki titreşim, dalgalanan bayrak veya el sallama, hedef ise; bireysel, toplumsal bir grup, futbol seyircisi, radyo dinleyicisi vb. olabilir.⁸

⁶ Theodorson, G.A., and A.G. Theodorson, A Modern Dictionary of Sociology, New York, Harper and Row, 1969

⁷ Osgood ve arkadaşları 1957, (akt. Denis McQuail, İletişim Modelleri, Ankara, 1993, s.5)

⁸ Schramm Wilbur, "Haberleşme Nasıl işler?", çeviren Ünsal Oskay, "Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş", A.Ü. SBF Yayınları, Ankara, 1973, s.99

Hedef aynı zamanda kitle dinleyicisi (mass audience) dediğimiz, kendine özgü bir grubun üyesi de olabilir, örneğin bir gazete okuyucusu, bir televizyon istasyonunun izleyicisi ya da bir radyo istasyonunun dinleyicisi olan bir birey hedef olabilir.⁹

1.1.3 Kitle ve İletişim

Kitle iletişimiyle ilgili çok kullanılan bir tanımda şöyle denilmektedir:

"Kitle iletişimi kurumlar ve uzman grupların teknolojik aygıtları kullanarak sembolik içerikleri külliyatlı, heterojen ve geniş bir alana dağılmış izleyici-okuyucu-dinleyicilere yaymak üzere kullandıkları teknikleri kapsamaktadır."¹⁰

Kitle iletişimi, "Geniş çapta benzer ve genellikle aynı mesajların kişilere ve türdeş olmayan toplumsal kümelere, kolektif yayılma yöntemi ile yayılmasıdır."¹¹

Kitle iletişimi, oluşturduğu çağa, var olan teknolojiye, bilimsel ve teknolojik gelişmeye göre değişik özelliklere ve etkinlik derecesine sahip olabilir. Hatta kitle iletişimi, belli bir zaman diliminde, belli bir teknoloji ve

⁹ Schramm Wilbur, a.g.e., s.100

¹⁰ Janowitz 1968, akt.Denis Mc Ouail, a.g.e., s.6

¹¹ Silberman Alphons , Kitle İletişim Araçları ve Kitle iletişimi Sosyolojisi, Derleme, Ankara, 1983, UNESCO, s.178

bilimsel düzeydeki, benzer sosyoekonomik yapıya sahip toplumlar arasında bile farklı iletişim sistemlerinin doğmasına neden olabilir.¹²

1.1.4 Kitle İletişiminin İşlevleri

Kitle iletişim araçlarının sosyal hayatta birçok işlevi bulunmaktadır. Bu işlevler arasında eğlendirmek, eğitmek, bilinçlendirmek, yer almaktadır. Ayrıca kitle iletişim araçları, haber verir, eğitir, eğlendirir.

İletişim alanında UNESCO'nun düzenlediği bir Komisyonda hazırlanan ve "McBride" raporu olarak bilinen kapsamlı çalışmada iletişimin işlevleri aşağıdaki başlıklar altında sunulmuştur.¹³

Haber Verme, Eğitim ve Kültürel Gelişime Katkı, Eğlendirme, Mal ve Hizmetlerin Tanıtımını Sağlama, Gündüleme, Toplumsallaştırma ve Bütünleştirme, Kamuoyu Oluşturma ve Harekete Geçirme, Değerlendirme.

¹² Vural Sacide, Radyo-TV Kurumlarında Yönetim ve Uygulama, Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları Eskişehir, 1986, s.26

¹³ Kaya Raşit, Kitle İletişim Sistemleri, Teori Yayınları, Ankara, 1985, s.16

1.2 Radyoculuğun Tarihi

Sürekli ilk radyo istasyonu 2 Kasım 1920'de Amerika'da kurulmuştur.¹⁴ 1922'ye kadar ki süreçte ABD'de 382 radyo istasyonu açılırken¹⁵, aynı yıl İngiliz Yayıncılık Şirketi BBC kurulmuştur. 1922 yılında Fransa ve SSCB'de, 1923 yılında Almanya'da, 1927'lerde ise Arjantin ve Avustralya'da radyo istasyonları kurulmuştur. Türkiye'de ilk radyo 1927 yılında Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi'nce İstanbul'da hizmete açılmıştır.

1926 yılında. Avrupa ülkelerinde uzun ve orta dalgalı radyo istasyonlarının sayısı 123 ve bunların güçlerinin toplamı 116 kilovat iken, ikinci Dünya Savaşından sonra istasyonların sayısı 310'a bunların güçlerinin toplamı da 8230 kilovata çıkmıştır. İstasyon sayısındaki artış % 152 ,güçteki artış ise % 7000 olmuştur.¹⁶

Programlı yayınların başlaması ile radyo hemen bütün eğlence yerlerini etkilemiş, tiyatro ve gece kulüplerinin çoğu kapanmış, konser dinleyicileri azalmış, buna karşılık radyo dinleyicileri artmıştır.¹⁷

Gelişen teknoloji ile küçük vericilerle, sesin uzak mesafelere ulaştırılması sonucu radyoculuk önem kazanmaya başlamış ve "Amatör Radyoculuk Çağı" diyebileceğimiz bir dönem başlamıştır. 1927'e kadar olan bu dönemde birkaç Asya ve Afrika ülkesi dışında tüm ülkelerde radyoculuk

¹⁴ Aziz, Aysel, Radyo ve Televizyon Giriş, A.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1976, s.8

¹⁵ Erdamar, Bengül, Radyo Programcılığı, Der Yayınları, İstanbul, 1992, s.16

¹⁶ Ertuğ, H.Refiğ, Radyo İşletmeleri ve meseleleri, İstanbul Üniv.,1969, s.37

¹⁷ Kayıhan, İçel, Kitle Haberleşme Hukuku, İstanbul, 1990, s.288

denemeleri tamamlanarak düzenli yayıncılık başlamıştır.¹⁸ Dünyada artan radyo sayısına paralel olarak kısa dalga bandında frekans sıkıntısı baş göstermiştir. Radyo yayınlarına mahsus frekans bantlarındaki darlık öyle bir boyuta ulaşmıştır ki uluslararası antlaşmalar yapmak gereği doğmuştur. Bu sebeptendir ki, düzenli radyo yayıncılığının başlamasından sadece 5 yıl sonra frekans sıkıntısını çözmek için Milletlerarası Radyo Yayın Birliği kurulmuştur. Bu birliğin de ilk işi o dönemde Avrupa'da ki çalışan 123 radyo için bir istasyon dağıtım planı hazırlamak olmuştur.¹⁹

Birlik, teknik kurallardan başka, müellif, besteci ve sanatkâr haklarına ait meseleler, milletlerarası program alışverişi, istasyon tanıma işaretleri gibi konularda da önemli çalışmalar yapmış ve 1946 tarihine kadar radyo yayın servislerine ait bütün konularda tek resmi uzman olarak tanınmıştır. Türkiye bu birliğe, 1941 yılında üye olmuştur.²⁰

1927 Yılından II.Dünya Savaşına kadar olan bu döneme radyoculuğun “olgunluk çağı” denmektedir.²¹ Bu dönemdeki inişler çıkışlar, radyoların zor şartlar altında çalışması, propaganda aracı olarak kullanılması, baskılar altında çalışmasına rağmen, radyo yine bu dönemde pek çok uluslararası konferanslara, antlaşmalara ve çalışmalara tanıklık etmiş ve bir anlamda radyoculuğun olgunlaştığı dönem olmuştur.

Bu dönemde ki en önemli adım, 1927 yılında yapılan Washington Milletlerarası Radyo-Telgraf Konferansında imzalanan Milletlerarası radyo

¹⁸ Erdamar, a.g.e., s.17

¹⁹ Ertuğ, a.g.e., s.40

²⁰ Ertuğrul, Ülkü, a.g.e., s.10

²¹ Erdamar, a.g.e., s.17

telgraf anlaşmasıdır. Bu anlaşma ile birlikte ilk defa radyo yayın servisine frekans bantları tahsisine gidilmiştir.²²

II.Dünya Savaşı ile 1960 arası Devre “Yenilenme dönemi” diye adlandırılmaktadır. Bu dönemde radyo televizyonla rekabet karşısında kendisini yenilemeye başlamış ve dinleyicisini kaptırmama çabasına girişmiştir.²³

1960’dan günümüze kadar olan döneme de “genişleme dönemi” denilmektedir. Bu dönemde radyo bireyselleşmiştir. Tabi ki dönemlerin sınırları aslında yukarıdaki gibi kesin ve net değildir, burada sınırlar en genel halleriyle çizilmiştir.²⁴

Türkiye’de de radyonun önemi çok kısa süre içerisinde fark edilmiştir. Savaştan yeni çıkılmasına ve ekonomik zorluklar yaşanmasına rağmen gerekli çalışmalar hemen yapılmıştır. O yıllarda 406 sayılı Posta ve Telgraf Kanununa göre, telsiz, telefon haberleşme hakkı PTT'nin elindedir. Radyo için verici istasyonları kurulurken, Türkiye İş Bankası, Anadolu Ajansı ve başka bir kaç şirketin katılımıyla, Telsiz Telefon Türk A.Ş. adı altında yeni bir şirket kurulmuş ve İçişleri Bakanlığı, bu şirketle on yıllık bir anlaşma yapmıştır. Bu şirket, tıpkı BBC gibi hükümetle on yıllık anlaşmalar yapmaktadır. Bu kuruluşun her ne kadar ticari bir şirket olduğu düşünülse de iki büyük ortağının kamu kuruluşu olduğunun altını çizmek gerekir.²⁵

Burada Mustafa Kemal Atatürk’ün kamu hizmetine bakış açısına dikkat etmek gerekmektedir. Gerçekten de hem Anadolu Ajansı hem de İş Bankası

²² Ertuğrul, Ülkü, a.g.e., s.11

²³ Erdamar, a.g.e., s.18

²⁴ Erdamar, a.g.e., s.18

²⁵ Kocabaşoğlu, Uygur, Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna, Ankara, 1980, s.13

anonim şirketler olarak kurulmuş ve günümüze kadar yaşamışlardır. Atatürk, kamu hizmeti verecek bu tür kuruluşların anonim şirket olarak kurulmasına özen göstermiştir. Bu özellik, yaptıkları işin doğası gereğidir. (Eğer Telsiz Telefon Türk A.Ş. yaşayabilseydi, bugün ülkemizdeki yayıncılık ortamı çok daha farklı bir boyutta olabilirdi). Kuruluşun BBC modeline benzer biçimde kurulduğu da açıktır. Bilindiği gibi BBC, Royal Charter denilen ve her on yılda bir yenilenen Kraliyet Anlaşması sonucu faaliyetlerini sürdürmektedir. Aynı sürenin ve yöntemin kullanılması, Atatürk'ün özerk bir kamu hizmeti yayıncılığı modelini öngördüğü kanısını uyandırmaktadır.²⁶

1.3 Özel Radyoculuğu Hazırlayan Etkenler

Türkiye’de 1990 yılından sonra Anayasanın 133.Maddesi ihlal edilerek, yayıncılıktaki Devlet Tekeli kırılmış, özel ve kamu radyoları yayına başlamış ve bu gelişmeler yeni bir dönemin açılmasına neden olmuştur.

Kamu ve Özel Sektörün frekans spektrumunu gasp ederek, daha güçlü verici, daha çok yayın felsefesi ile hareket etmişlerdir. Normalde ithalatı izne bağlı verici ve yayın ekipmanlarını bir şekilde edinip, kendilerini ve yatırımlarını riske atarak yayına başlamalarının nedenlerini ortaya koymak gerekmektedir. Bu noktada Dünya radyoculuğun başlama sürecinde makro düzeyde neler oldu ise, Türkiye’de aynı doğal sürecin yaşandığını belirtmeliyiz. Dünyada Radyolar kurulmuş, çoğalmış, olgunlaşmış, yenilenmiş, aynı sıkıntılar çekilmiş, zaman zaman çözüm ve düzenlemelerde

²⁶ Yazıcı Ali Nihat, Kamu Yayın Kurumları ve Yeniden yapılanma, TRT, 1999, s.28

geç kalınmış ve sadece dayanabilenlerin kalacağı rekabet süreci başlamıştır. Araştırmanın ilerleyen kısımlarında da görüleceği üzere Türkiye’de ki özel radyoculuk süreci de aynı adımlardan tek tek geçmektedir.

Türkiye’deki sürece daha yakından bakacak olursak; 24 Ocak kararları olarak adlandırılan ekonomik kararlar paketi 1980’li yıllarda liberal ekonomik anlayışın Türkiye’de gelişmesine yol açmıştır. Bu dönemde Dışa dönük, ihracata önem ve teşvik veren, ithalat serbestisi sunan, gümrük duvarlarını indiren bir anlayış söz konusudur. Bu anlayış hemen arkadan gelen askeri yönetimce de pek değiştirilmeden uygulanmıştır. Böylece Türk ekonomisi dünya ekonomisi ile direk ilişkiye girmek zorunda kalmıştır. Dünya ekonomisindeki gelişmeler, Türkiye’yi de etkilemiş, devlet müdahaleleri azalmış, piyasa güçlerine ağırlık verilmiştir. Türk ekonomik ve siyasal yaşamında "24 Ocak Kararları" olarak anılan önlemler paketi, Türkiye’de pek çok konuyu etkilediği gibi radyo ve televizyon yayınlarını da etkilemiştir.²⁷

Bu ekonomik anlayışın 1980’li yılların tamamında etkili olması, Türkiye ekonomisinin, işadamlarının ve Türk Halkının dünyada ki gelişmeleri yakinen takip etmesini sağlamıştır. Soğuk savaşın en hızlı dönemleri olan 1980’li yıllarda, Amerika televizyon, sinema ve radyo ile tüm dünyaya yayın yapmaktadır. Aynı yıllarda Avrupa’da gelişen yeni sol akımlar da ekonomide, siyasal ve kültürel alanda merkezîyetçiliğe farklı bir bakış getirmişlerdir. Bu yeni akımlar çoğulculuk, yerel ekonomi ve yönetim modelinin güçlendirilmesi, yerelleşme ve toplumun her kesiminin seslerini duyurması ve karar alma sürecine katılması amacına gütmekteydiler. Globalleşme kavramı önem kazanmış açıklık, serbestlik ve özgürlük gibi istekler yükselmeye başlamıştır. İşte bu 1980’li kuşak Türkiye’de devlet kontrolündeki tek yönlü iletilerden rahatsızlık duymaya başlamış ve TRT tekeli ile sınırlı haber alma

²⁷ Çankaya, Özden, Dünden Bugüne Radyo Televizyon, Beta yayın., 1997, s.72

özgürlüğünün, özgürlük olarak değerlendirilmesinin yanlış olduğunu savunmuşlardır. Avrupa'da örnekleri bilinen özel radyoculuğu bir alternatif araç olarak görmüşlerdir.

Yine 1980'li yıllar Türkiye'de de ekonomi, siyasal ve toplumsal olarak liberal anlayışın kuvvetlendiği serbest ve rekabetçi piyasa ekonomisine geçilen yıllar olmuştur. Bu dönemde yapılan hukuki düzenlemelerle vatandaşlara ve kurumlara daha fazla özgürlükler tanınmıştır.

Ayrıca, 1980'li yıllarda sanayi sonrası toplumunun yerini alan bilgi ve teknoloji toplumunda bilgisayar ve elektronik teknolojisinin ulaştığı seviyeler sayesinde, düşük maliyetlerle geniş alanlara yayın yapma fırsatı, mal ve hizmetlerin tanıtımında ucuz reklam aracı olarak dikkatleri üzerine toplamaktadır. İletişim teknolojisindeki bu gelişme, tüm Dünya'ya olduğu gibi Türkiye'ye de hızla ulaşmıştır. İletişim teknolojisindeki bu hızlı değişim öncelikle özel medya kuruluşlarında görülmeye başlamıştır. Hürriyet Gazetesi, Türkiye Gazetesi, Sabah Gazetesi gibi basın kuruluşları hemen özel radyo kurmak için girişimlerde bulunmuşlardır.

Radyo yayıncılığı alanında devlet tekelinin sürmesine yönelik olarak, çeşitli kurum ve kuruluşlar, öneriler gündeme getirmişlerdir. Gazeteciler Cemiyeti, TRT'nin özel kuruluşlarla ortaklık kurmasını önermiştir. Konuyu kamuoyunda tartışanlar, haber alma özgürlüğünün, TRT tekeli ile sınırlandırılmış olmasını eleştirmektedirler. Bu görüşü savunanlara göre, dinleyicinin seçme hakkı sınırlandırılmıştır. Buna karşılık, devletin yayın tekeli elinde bulundurması gerektiğini savunanlar da bulunmaktadır. Bunlar, ülkemizin bütünlüğü açısından hareketin sakıncalı olduğu görüşünden yola çıkmaktadır. Tekelci görüşlerin sahipleri, ancak belediye,

üniversite gibi kuruluşların, eğitim amacı ile radyo-televizyon yayını yapma hakkına sahip olmaları gerektiğini savunmaktadırlar.²⁸

Bu konuyla ilgili, İstanbul Radyo Televizyon Danışma Komitesi kurulmuş ve özellikle Büyükşehir Belediyeleri tarafından desteklenmiştir. Bu arada İstanbul ve Ankara Büyükşehir Belediyeleri özel radyo kurabilmek için TRT'ye başvurmuşlardır.²⁹

1989 seçimlerinden sonra, büyük şehirlerde, hızla radyo kurma hazırlıklarına girişilmiştir. Siyasi partiler de yayıncılığın özelleşmesine farklı bakmaktadırlar. ANAP, TRT tekelinin kaldırılması konusuna olumsuz yaklaşmaktadır. SHP, TRT için özel bir yapı istemekte, ancak özel kesime yayın hakkı vermek için yayın tekelinin kaldırılmasını önermektedir. SHP'ye göre tekelin dışına çıkıldığında kimi çevrelere imtiyaz tanınacak, kimi çevreler de imkansızlıktan dolayı bu imtiyazdan yararlanamayacaktır. Çoğulculuk, toplumun tüm kesimlerinin, maddi olanaklarından bağımsız olarak katılacağı bir yayıncılık sistemi içinde gerçekleştirilmelidir. DYP ise, görüşlerini "BBC gibi bir TRT ve ITV'sini istiyoruz" diye özetlemektedir.³⁰

Türkiye'deki bu tartışmalar sürerken, 1990'lı yıllara girildiğinde, Dünya'nın her yerinde iletişim dinamikleri ve iletişim ortamı derin bir biçimde değişmişti. Doğu Avrupa ve Sovyetler Birliği'nde sosyalist rejimler çökmüş, bu ülkelerde kitle iletişimi yeniden yapılandırılmış ve daha da önemlisi, hemen hemen tüm Batı Avrupa ülkelerinde devlet tekeline olan radyo ve televizyon tekel olmaktan çıkmıştır.

²⁸ Çankaya, Özden, Türk Radyoculuğunun Gelişimi, Cumhuriyet Ansiklopedisi, İletişim Yay., cilt.14, s.1081-1083

²⁹ Cumhuriyet Gazetesi, 13.06.1989, s.13

³⁰ Çankaya, Özden, Düünden Bugüne Radyo Televizyon, 1997, Beta yayın., s.79

Türkiye’de bu süreci tetikleyen dinamiklerin Avrupa’dakiler ile benzer oldukları görülmektedir. Ama farklı ülkelerde bu Devlet tekellerinin kaldırılmasında farklı yöntemler uygulanmış, ülkeler bu süreci birbirlerinden farklı olarak tecrübe etmişlerdir. Kimi ülkeler önce tekeli kaldırmış, daha sonra özel yayın kuruluşlarına izin vermiştir, kimilerinde mevcut ortamı daha rekabetçi kılabacak oluşumlar kurulmuş, kimi yerde de var olan tekel özelleştirilmiştir.

Örneğin İngiltere, bu gelişmeler doğrultusunda değişimin kaçınılmaz olduğuna karar vermiştir.³¹ Yayıncılıkta rekabetçi bir düzenlemeye yönelik kanun ve kuralları oturtmuş ayrıca BBC’nin rekabetçi bir yapıya kavuşması için gerekli düzenlemeleri yapmıştır.³²

Aynı şekilde Almanya’da 1 Aralık 1987’de yürürlüğe giren “Radyo Televizyon Yayınlarının Yeniden Yapılması Hakkında Eyaletler arası Anlaşma” Almanya’da devlet ve özel yayıncılığın yan yana yaşadığı karma düzeni yasallaştırmıştır.³³

Öncelikle, toplumun değişik kesimlerinin çeşitli nedenlerle mevcut yayınlardan hoşnut olmamaları sürekli tartışılmaktadır. Bu hoşnutsuzluğu giderebilmek ve yeni teknolojilerin sunduğu yenilikleri uygulamak için kamusal eksiklerin kapatılması gerekmektedir. Mevcut koşullar içerisinde bu kaynakların ayrılmasının çok zor olması da izleyicinin genel tatminsizliğini arttırmaktadır. Ayrıca Avrupa’da ve Türkiye’de toplumsal grupların, belli kesimlerin kendilerine özel isteklerini karşılayan yayınlar istemeleri de bir etkidir. Bu eksiklikleri kapatacak, dinleyiciye özel yayın yapabilecek

³¹ Akbaba, Leyla, 1990’larda Yayıncılık, Rekabet, Seçenek ve Kalite, Rapor ve RTÜK, Ankara, 1990

³² Akarcalı, Sezer, Türkiye’de Kamusal Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci, Ankara, 1997, s.78-85

³³ Akarcalı, Sezer, a.g.e.s.85

girişimcilerin var olması da, bu durumu tekel'e karşı çok kuvvetli bir baskı unsuru haline getirmektedir.

1990'lı yıllara gelindiğinde, aslında tekel Türkiye'de çoktan delinmiştir. TRT radyolarının yanı sıra, kamu kurum ve kuruluşlarının radyoları bulunmaktadır. Bu radyolara örnek olarak Polis Radyosu, Meteoroloji radyosu, belediye radyoları, üniversite radyoları verilebilir. Polis ve halk yakınlaşmasını aradaki iletişimi kuvvetlendirmek için kurulan Polis radyosu ile belediyelerin hizmet ve faaliyetlerini halka duyurmakta kullanılan belediye radyoları yayınlarını halka ulaştırmaktaydılar.³⁴

Özel radyoların birdenbire serpilmesi aslında yukarıda anlatıldığı gibi kolay olmamıştır. Yıllarca süren tartışmaların ardından, hükümet yetkililerinin gerek yurtiçi gerekse yurtdışındaki verdikleri demeçlerden cesaret alan, yasanın bir türlü çıkmaması nedeni ile de yaptıkları yatırımlar ellerinde kalan şirketler önce yurtdışından yayın yaparak özel radyo yayıncılığını başlatmış oldular. Daha sonra yurtiçinden yayın yapan istasyonlarında yayına başlaması halk tarafından büyük ilgiyle karşılanmıştır. Bu yayın kaosu ve düzensizlikler, frekans karmaşası ve kontrol edilemezlik yüzünden, Türkiye tam bir radyo cenneti olmuştur. Anayasa'da tekel durumunda olan TRT yayınlarına rağmen, yasal dayanakları olmadan yayına yüzlerce radyo ve tv başlamış ve bu durum doğal olarak hukuki, teknik ve toplumsal olarak birçok sorunlar yaşanmıştır.³⁵ Denetim gibi sorunların yanında, havaalanlarında, denizlerde, güvenlik güçleri iletişiminde sorunlar yaşanmaya başlamıştır.

Özel Radyoların kurulması için tekel kaldırılacaksa bunun ön koşulları daha kurulmadan önce belirlenmeliydi. Ancak, 31 Mart 1993 tarihine kadar

³⁴ Kayıhan İçel, Kitle Haberleşme Hukuku, İstanbul, 1990, s.282

³⁵ Aziz, Aysel, 3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Yasası, A.Ü.İLEF Yay., 1994, s.25-26

hükümetin içinde süren kararsızlık, yöneticilerin popüler yaklaşımları nedeni ile Ulaştırma Bakanlığı'nın yayınladığı 6 genelgeye rağmen ne özel radyolar kapatılabilmiş ne de yeni bir düzenleme yapılabilmektedir.

1 Nisan 1993 tarihinde, yayınlanan genelgeyle yurtiçinden yayın yapan özel radyolar susturuldu. Ulaştırma Bakanlığı'nın valiliklere gönderdiği bu genelgede özel radyo ve televizyonların 2813 Sayılı Telsiz Yasası, 2954 Sayılı Radyo ve Televizyon Yasası ile 3517 Sayılı Radyo ve Televizyon Verici İstasyonlarının PTT Genel Müdürlüğü Tarafından Kurulması ve İşletilmesi Hakkındaki Yasa gereğince kapatılmalarını ve gerekli işlemlerin yapılmasını istemiştir. Hatta Ulaştırma Bakanı gerekli işlemleri yapmayan Valiler hakkında uygulama yapılacağını duyurmuştur.³⁶

Kapatma işlemi halk tarafından protesto edilmiş ve hatta arabalara, yakalara takılan siyah kurdele ile sembolik bir eyleme dönüşmüştür. Bu eylem radyoların kapatılmasına karşı İsviçre'de yapılan eylemin taklididir.³⁷ Yalnız yurtdışından yayın yapan özel radyo ve televizyonların kapatılmaması yeni bir tartışma ortamı yaratmıştır. Özel televizyonlar genelde yurtdışından yayın yaptıkları için sadece Flash TV ve BRT kapatılmıştır. Dolayısıyla radyoların kapatılması daha çok yankı uyandırmıştır.

Halkın bu tepkisi hükümette paniğe yol açmış alelacele çalışmalar başlatılmıştır. TBMM Anayasa Komisyonunun hazırladığı, 133.Maddesi değişikliği TBMM Genel Kurulu'nun 8 Nisan 1993 tarihindeki oturumunda kabul edilmiştir. Yasanın yeni hali, şu şekildedir.

"Radyo televizyon istasyonları kurmak ve işletmek, kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir. Devletçe kamu tüzel kişiliği olarak kurulan Türkiye

³⁶ Hürriyet Gazetesi, 1 Nisan 1993, İstanbul, s.27

³⁷ Hürriyet Gazetesi, 1 Nisan 1993, İstanbul, s.1

Radio ve Televizyon Kurumu ile kamu tüzel kişiliklerinden yardım gören haber ajanslarının özerkliği ve yayın tarafsızlığı esastır."

Anayasada yapılan bu değişiklikte Devlet Tekeli resmen kaldırılmış ve özel radyo ve televizyonlar yasallaşmıştır. Fakat Anayasa değişikliğine rağmen özel radyolar için kapatılma tehlikesi hala sürmekteydi. Anayasa değişikliği radyocuları sadece Anayasa'ya karşı suç işlemekten korumaktadır. Yeni özel radyo ve TV yasası çıkana kadar yayına geçmeye kalkışan radyolar, Telsiz kanuna karşı suç işledikleri için mevcut genelge yüzünden kapatılabilecektir.³⁸ 133.Maddenin yeni halinin öngördüğü radyo televizyon istasyonlarının kurulmasına ait şartları içeren Yasanın gecikmesi bu alanda yaşanan kargaşayı daha da arttırmıştır.

Bununla beraber, yasada bahsi geçen özerk TRT, 2954 sayılı TRT yasasında gerekli değişiklik yapılmadığı için gerçekleştirilememiştir. Bu sebeple mevcut yasa ile TRT hala hükümetlerin etkisi altında kalmıştır.

Uzun süre tartışmalara neden olan ve bu yüzden sürüncemede kalan 3984 Sayılı yeni yasa, 13 Nisan 1994 yılında Meclis'te kabul edilerek, 20 Nisan 1994 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

³⁸ Hürriyet Gazetesi, 9 Temmuz 1993, İstanbul, s.1

1.5 Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, (RTÜK)

3984 sayılı Radyo ve Televizyonların kuruluş ve yayınları hakkındaki kanunun 3. Bölümünde Radyo Televizyon Yüksek Kurulu'nun yerine Radyo Televizyon Üst Kurulu getirilmiştir. RTÜK'nun kuruluşu, seçimi, görev süresi, başkan ve başkan yardımcısı, görev yetki ve hakları, kurulun toplantı ve karar yeter sayısı, mali kaynaklar ve mali bütçe reklam gelirlerinin ödenmesi, hükümet ile ilişkiler ayrı ayrı maddeler halinde düzenlenmiştir. Kamu ve tüm özel radyo ve televizyon kuruluşlarının kanal ve frekans bantlarını tahsis etmek, yayın izni ve lisanslarını vermek, iptal etmek yetkisi RTÜK'na verilmiştir.³⁹

Ulusal kanal ve Frekans bantlarının dörtte biri Türkiye Radyo ve Televizyon kurumuna tahsis edilmiştir. Özel radyo ve televizyon kuruluşları, yayınlarında belli oranlarda eğitim, kültür, Türk halk ve Türk sanat müziği programları yayınlamak zorundadırlar. Bu programların tür ve oranlarıyla ilgili ilkeler de RTÜK tarafından hazırlanan yönetmeliklerle belirlenmektedir.

RTÜK'na ilişkin pek çok eleştiri yapılmaktadır. Bunlardan biri de 3984 sayılı yasanın 3. Bölümünde RTÜK'nun özerk ve tarafsız bir kamu tüzel kişiliği niteliğinde olacağı vurgulanmasına rağmen uygulamanın böyle olmadığı yönündedir.

3984 sayılı yasa on iki yılı aşkın bir zamandır uygulanmaktadır. Ancak RTÜK'nun denetim mekanizmasını tam anlamıyla özellikle radyolar

³⁹ Aziz, Aysel, 1984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluşları Hakkında Kamu Uygulanmasına İlişkin Sorunlar ve Çözümler, Yeni Türkiye, Medya Özel Sayısı, Ankara, 1996, s.362

açısından işlerlik kazandığı söylenemez. RTÜK ulusal televizyonlarla ilgili denetlemeleri yerine getirebilmektedir. Yerel yayınlarda ise ancak o yerin mülki amirinin ya da halkın şikayetleri üzerine her hangi bir cezai müeyyide uygulanabilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

Günümüzde Radyo Yayıncılığı ve Yayıncılıkta Yaşanan Değişimler

1950'li yıllarda Amerika ve Avrupa'da ve 1980'li yılların başında Türkiye'de radyo yayıncılığının artık sona yaklaştığından bahsedilir olmuştur. Bunları dile getirenler radyonun televizyon karşısında mücadele etmesinin imkansız olduğunu da söylemişlerdir. Oysa bugün radyo eskisinden daha kuvvetli ve heyecan verici bir kitle iletişim aracıdır.

Radyo ile Televizyonu kıyaslayacak olursak, radyonun televizyona karşı çok önemli avantajları olduğunuz görürüz. Öncelikle radyo ucuzdur, dinleyici katılımı kolaydır, özellikle yerel habercilikte hızlıdır, radyo sinyali daha kolay alınır, daha az enerji gereksinimi vardır ve radyo fiziksel olarak daha az yorucu olduğundan her yere taşınabilir. Bu avantajlar düşünüldüğünde radyo televizyon karşısında yenilmesi çok zor bir rakiptir.

Ülkemizde radyoculuk ve radyo yayıncılığı her zaman hareketli bir gündeme sahip olmuştur. Özel radyolar kurulmadan önce, özel radyo gerekli midir tartışmalar yapılırken özel radyolar yayına başlayınca yerini özel radyolar susturulmalı mıdır tartışmasına bırakmıştır. Radyolar yeniden açıldıktan sonra ise rekabetin keskin çarkları arasına kontrolsüz ve korumasız bırakılan bu radyoların bir çoğu kendiliğinden kapanmak zorunda kalmıştır. Frekans tutmak için kurulan şirketlerle işgal edilen frekanslar, reklam almak için kıyasıya rekabet, ucuz maliyetli programlar, reyting nedeni

ile kalitesi düşen yayıncılık, kamu yararından yoksun ilkesiz programlarla radyo yayıncılığı bir dönem bocalamış olsa da günümüzde bu durum birçok radyo kanalında düzeyli yeni yayın anlayışları sayesinde aşılmıştır.

Bu bölümde radyo yayıncılığı ve yayıncılıkta yaşanan değişimleri inceleyeceğiz. Ayrıca radyo yayıncılığı üzerinde devlet tekelinin kalkmasından bugüne kadar yaşanan değişimleri araştıracağız.

2.1 Özel Radyoların Yayına Başlaması

Türkiye'deki anayasal ve yasal düzenlemelerin ticari radyo ve televizyon yayıncılığına olanak tanınamasına karşın, 1989 yılından itibaren başlayan fiili durum yıllarca sürdü. Kuralsız ve ilkesiz bir radyo-televizyon yayıncılığı, yerleşmiş yayın ilkelerini sarsan, alışılmışın dışında bir düzeni egemen kıldı.

Frekans ve kanal tahsisleri olmadan, işletmesini kurup, teknik alt yapıyı hazırlayanlar, atmosferdeki sınırlı sayıdaki frekans bantlarına sahip oldular. Bu kuruluşlar reklam pastasından önemli pay almalarına rağmen, vergi de ödemediler. Haberlerin hazırlanmasında, programların yapımında temel yayıncılık kuralları gözardı edildi. Tüm hata ve kusurlarına rağmen, devletin denetimindeki TRT'nin radyo ve kanallarına bir alternatif olarak görülen ticari kanallar, hem dinleyici hem de radyoculuk olarak toplum tarafından ilgi ile karşılandı.

Hatta öyle ki, Türkiye Gazeteciler Federasyonu Genel Sekreter Yardımcısı Süleyman Ukav'ın Adıyaman Yerel Medya Eğitim Seminerinde verdiği örnek, halkın radyoculuğa karşı duyduğu ilgiyi gayet iyi anlatmaktadır.

“Arkadaşlarla Afyon’dan geçiyorduk, sucuk almak için durduk. Bir radyo çalışıyordu, o radyonun kime ait olduğunu sorduğumuzda bize “kasabın kızının radyosu” dediler. Hayrola bu nedir dedik? Efendim zengin bir kasabın kızı liseyi bitirmiş, üniversiteye girememiş, canı sıkılmış “Baba bana bir radyo aç” demiş, adamcağız da kızına bir radyo açmış. Odanın birisini radyo haline getirmişler, verici yapmışlar, evin damına da anten koymuşlar, kasabın kızının radyosu çalışmaya başlamış.”⁴⁰

Halka ve uzmanlardan gelen yayınlara yönelik eleştiriler, ticari radyo ve televizyonların kamuoyunun siyasal, sosyal ve psikolojik açıdan provoke etmeleri (Taksim ve Ankara’daki Bosna mitingi gibi) kuralsızlığın ortadan kaldırılması fikrini kuvvetlendirdi. Bu olay, sayıları hızla artan, ticari radyo ve televizyonların, sorumsuz kişiler tarafından denetimsiz ve kontrolsüz yönetildikleri takdirde büyük toplumsal olaylara neden olabileceklerinin önemli bir göstergesidir.

⁴⁰ Ukav, Süleyman, Yerel Medya Eğitim Semineri, Adıyaman

2.2 TRT Kurumunda Radyo Yayıncılığı

TRT radyoları ülkemizde en geniş kapsama alanına sahip ve en fazla sayıda dinleyiciye ulaşabilen kitle iletişim aracıdır. Yayınlarını, T.C Anayasası, 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu, 3984 sayılı Radyo Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun, Avrupa Sınır ötesi Televizyon Sözleşmesi ve ilgili diğer mevzuata uygun olarak sürdürmektedir.⁴¹

Bilindiği gibi demokratik ülkelerde radyo yayıncılık sistemleri genel olarak iki başlık altında toplanmaktadır: “Kamu hizmeti yayıncılığı” ve “ticari yayıncılık”. Ancak TRT’de, bunların farklı oranlarda birbiri içine girdiği çok sık görülen bir sistem olan “karma yayıncılık sistemi” mevcuttur.⁴²

3984 Sayılı yasanın yürürlüğe girmesiyle bir kamu yayıncısı olan TRT’nin faaliyetleri rekabetçi yayın ortamının gereksinimlerine göre uyumlaştırılmıştır. Günümüzde TRT, 34 yıllık deneyimiyle hem ulusal hem de uluslararası dinleyiciler yararına programlar yayınlamaktadır.

TRT genel ve özel konuları içeren yayınları mümkün olan en geniş kapsamda sunmayı hedeflemekte, güçlü haber kaynakları yoluyla dünyada ve Türkiye içindeki olaylar hakkında temel bilgi içeren güvenilir ve tatmin edici haber bültenleri sunmaktadır.

⁴¹ 1997 TRT Genel Yayın Planı, Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ank., s.1

⁴² Eryılmaz, Tuğrul, Radyo ve Radyoculuk, Habercinin El Kitabı Dizisi, İstanbul, 2003

TRT radyo yayınları, ülke içinde 4 ulusal şebeke ile 9 bölgesel istasyonu ve bunun yanı sıra 21 dilde yayın yapan 2 uluslararası program yayınını yayınlamaktadır. Bu programlar geniş yelpazede her yaa ve zevke hitap edecek içeriğe sahiptir. 2004 yılında TRT Türkiye içindeki azınlık dillerinde yayın programları sunmaya da balamıtır. TRT'nin yayınları Avrupa, Ortadoğu, Merkezi Asya, Avustralya, Yeni Zelanda, ABD ve Kanada'ya ulaşmaktadır.

Ancak zel radyoların yayına balaması ile beraber TRT radyolarının dinlenirliinde bir azalma meydana gelmiştir. Bunu TRT radyolarının artık klasiklemi, yayıncılık anlayışına bağlamak gerekmektedir. Sonraki yıllarda tüm dünya radyoları, hedef kitlelerini daraltarak, rekabet güçlerini korumaya alımılardır. Fakat TRT radyoları, özel radyolar yayına balayana dek hedef kitlesini en geniş şekilde tutmaya halkın ve dinleyicinin her kesimine ulaşmaya çalışmıştır. Bu da TRT radyolarına, özel radyolar ve televizyon karşısında dinleyici kaybettirmitir.

TRT Radyolarının en son genel yayın planlarında ki tanımlarını inceleyecek olursak;

2.2.1 Radyo-1 (Türkiye Radyoları Birinci Programı)

Radyo-1'in amacı, bu yayının en geniş dinleyici kesimini kapsadığı göz önünde tutularak, Türkiye genelinde çeşitli ya, meslek, eğitim ve kültür seviyesindeki dinleyici topluluğuna bilgi ve haber vermek, en yaygın şekliyle

kalkınmaya, milli kültür bütünleşmesine ve eğitime yardımcı olmak, eğlendirirken eğitmek ve dinleyicilerin müzik ihtiyaçlarını karşılamaktır.⁴³

TRT'nin yaptığı radyo televizyon kanalları izlenme sıklığı araştırmasına göre TRT-1'i arasıra dinleyenlerin oranı %21, devamlı dinleyenlerin oranı %7, beğenmediği için dinlemeyenlerin oranı %40'tır.⁴⁴

2.2.2 TRT-FM, Radyo-2 (Radyo-Haber, Türkiye Radyoları İkinci Programı)

Radyo-2'nin (TRT FM) amacı, kendi niteliğine uygun olarak hazırlanmış Türk Sanat Müziği, Türk Halk Müziği ve Pop Müzik (yerli-yabancı) programları ile dinleyicinin müzik zevki ve kültürünün gelişmesine yardımcı olmak, haber ile de dinleyiciyi ülkemizde ve dünyada meydana gelen olaylar hakkında aydınlatmaktır.⁴⁵

TRT'nin yaptığı radyo programlarını izleme sıklığı araştırmasında Radyo-2'yi beğenmediği için dinlemeyenlerin oranı % 47, vakti olmadığı için dinlemeyenlerin oranı % 26 yayını alamadığı için dinlemeyenlerin oranı % 11, arasıra dinleyenlerin oranı % 10 olarak belirlenmiştir.⁴⁶

⁴³ 2006 TRT Genel Yayın Planı, s.8

⁴⁴ TRT 1997 Radyo Televizyon kanalları izleme sıklığı araştırması, s.46

⁴⁵ 2006 TRT Genel Yayın Planı, s.9

⁴⁶ TRT 1997 Radyo Televizyon kanalları izleme sıklığı araştırması

TRT FM, aslında TRT'nin özel radyolara karşı rakip olarak yayın yapmak için organize ettiği radyo kanalıdır. Program ve Müzik tarzları ticari özel radyolara yakındır. Ayrıca TRT FM çalışmanın ilerleyen kısımlarında göreceğimiz üzere TRT'nin özel radyolarla rekabet edebilen, dinlenirlik araştırmalarında üst sıralarda bulunan radyosudur.

2.2.3 Radyo-3 (Türkiye Radyoları Üçüncü Programı)

Radyo-3'ün amacı, kendi niteliğine uygun olarak hazırlanmış Klasik Batı Müziği (Çoksesli Sanat Müziği), Hafif Batı Müziği, Caz Müziği, Opera ve Bale Müziği programları ile dinleyicinin müzik zevki ve kültürünün gelişmesine yardımcı olmak, haber ihtiyaçlarını karşılamaktır.⁴⁷

2.2.4 Radyo-4 (Türkiye Radyoları Dördüncü Programı)

Radyo-4'ün amacı, kendi niteliğine uygun olarak hazırlanmış Türk Halk Müziği ve Türk Sanat Müziği programları ile dinleyicinin Türk Müziğini sevmesine, müzik zevk ve kültürünün yükseltilmesine, yayın ve programlara olan ilgilerinin canlı tutulmasına, Türk Müziği türlerinin yaygınlaştırılmasına, yeni yetişen kuşaklara sevdirelmesine ve uluslararası seviyede tanıtılarak dünyaya açılmasına, Türk Müziği türlerinden yararlanarak dil ve kültür birliğinin pekiştirilmesine yardımcı olmak, haber ihtiyacını karşılamaktır.⁴⁸

⁴⁷ 2006 TRT Genel Yayın Planı, s.9

⁴⁸ 2006 TRT Genel Yayın Planı, s.9

Radyo-4'ün yayın merkezi, dönüşümlü olarak belirli saatlerde İstanbul, İzmir ve Ankara radyolarıdır. TRT'nin yaptırmış olduğu araştırmada, bu radyoyu beğenmediği için dinlemeyenlerin oranı % 27, vakti olmadığı için dinlemeyenlerin oranı % 12, yayını alamadığı için dinlemeyenlerin oranı % 6, devamlı dinleyenlerin oranı % 19, arasıra dinleyenlerin oranı ise % 33 olarak belirlenmiştir.⁴⁹

2.2.5 Turizm Radyosu

Turizm Radyosu'nun amacı, yabancı turistlere ülkemizi tarihî, coğrafî, sosyal, ekonomik, turistik özellikleri ile tanıtmak, onlara ülkemizde bulundukları süre içerisinde yardımcı olacak pratik bilgiler vermek; dünyada meydana gelen olay ve gelişmelerin yanı sıra, ülkemizi ilgilendiren olaylar hakkında da haber vermek ve müzik ihtiyaçlarını karşılamaktır.⁵⁰

Yayınlar FM bandından stereo olarak yapılmaktadır. Turizm Radyosu'nun yayınlarının % 70'i müzik, % 10'u haber, % 15'i kültür programlarından oluşmaktadır.⁵¹

⁴⁹ TRT 1997 Radyo Televizyon kanalları izleme sıklığı araştırması

⁵⁰ 2006 TRT Genel Yayın Planı, s.10

⁵¹ 2006 TRT Genel Yayın Planı, s.10

2.2.6 Bölge Radyoları

Bölge Radyoları; Ankara, İstanbul, İzmir, Çukurova, Antalya, Erzurum, GAP-Diyarbakır ve Trabzon Radyolarıdır. Bu radyoların yayın süresi (ortak-bölgesel) 24 saattir.

Bölge Radyolarının amacı; hitap ettiği bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel özelliklerini dikkate alarak, canlı, dinamik, bölgenin ihtiyaç ve özelliklerine uygun, dinleyicinin yoğun katılımının sağlanacağı müzik ağırlıklı yayın yapmak ve bölge haberlerine yer vermektir.⁵²

Bölge yayınları; eğitim, kültür, müzik ve spor programlarıyla, haberlerden oluşur. Reklâmlara da yer verilebilir. Bölge Radyoları, o bölgede bulunan vericilerden yayın yaparlar.⁵³

GAP Radyosu'nda eğitim yayınları % 24, Ankara ve İstanbul bölge radyolarında ise % 5 oranındadır.

⁵² TRT 2006 Genel yayın planı, s.10

⁵³ TRT 2006 Genel yayın planı, s.10

2.2.8 TRT Hatay FM (Hatay İl Radyosu)

TRT Hatay FM'in amacı, Hatay ilinin coğrafi konumunu ve özelliklerini dikkate alarak, yayın alanına giren bölgede yaşayan dinleyici kesiminin istek ve ihtiyaçlarına, müzik zevkine uygun eğitici, öğretici, eğlendirici yayınlar yapmak, dünyada, ülkemizde ve özellikle yörede gelişen olaylar ile ilgili bilgiler aktarmak, haber vermek, bu yolla bölgede gerekli sosyal, kültürel ve psikolojik ortamın oluşturulmasına, milli kültürümüze ve Atatürk ilkelerine bağlılığın güçlenmesine, ülkemizin birlik ve bütünlüğünün korunmasına katkıda bulunmak, toplum içinde huzur, güven ve kardeşlik duygularının gelişmesine, devlet vatandaş işbirliğinin güçlenip yaygınlaşmasına yardımcı olmaktır.⁵⁴

2.3 Türkiye Radyolarında Sayısal Durum

Öncelikle araştırmamıza kantitatif olarak yaklaşacağız. Bilindiği gibi 1990 yılı Mayıs ayından itibaren yayına başlayan ve yurt sathına hızla yayılarak ve çoğalarak artan radyolar ve televizyonlar, yüksek güçlü ve teknolojik vericileri ile, Türkiye'nin frekans spektrumunu altüst etmişlerdir. Daha sonra gerekli düzenlemeler yapılmadan 1993 yılı Temmuz ayındaki

⁵⁴ TRT 2006 Genel yayın planı, s.10

Anayasa değişikliği ile radyo yayıncılığında Devlet tekelinin kaldırılması ile beraber, özel radyo ve televizyon sayısı daha büyük bir hızla artmıştır. Yayın içeriği açısından hiçbir denetime tabi olmayan söz konusu radyo ve televizyon kuruluşları, radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili düzenlemeyi yapacak olan kanunun çıkmasını beklemeksizin, hiçbir kurala bağlı olmadan yayınlarını sürdürmüşlerdir.

3984 Sayılı Kanundan önce yaklaşık 2000 radyo kuruluşu, frekans kullanımı ve yayın içeriği, kalitesi açısından denetimsiz olarak yayınlarını sürdürmekteydi. 20.04.1994 tarihinde 3984 Sayılı Kanun kabul edilerek yürürlüğe girmiştir, bu Kanunun kabulü ile beraber yayın kuruluşlarının Kanunun öngördüğü yayın ilkelerine uygun hareket etmeleri yasal zorunluluk haline gelmiştir.

3984 Sayılı Kanunun yürürlüğe girmesinden sonra, Ulusal Radyo ve Televizyon Frekans Planı yapılmış ve bu sırada hazırlanan yönetmelikler çerçevesinde yayın lisansı ve yayın izni verilmek üzere başvuruların yapılmasına dair duyurular yayımlanmıştır. Bu duyurular neticesinde, Kanunun öngördüğü şartlara uygun olarak, 1186 radyo kuruluşu lisans başvurusunda bulunmuş, bunların dışındaki radyo ve televizyonlar yayından men edilmiştir. Böylece, radyo ve televizyon kuruluşları ile ilgili ilk eleme gerçekleştirilmiş ve 814 radyo kuruluşunun kontrolsüz ve kanuna uygun olmadan yaptıkları yayınlarına fiilen son verilmiştir.

1997 yılı RTÜK verilerine bakacak olursak; 36'sı ulusal, 108 Bölgesel, 1056'sı yerel olmak üzere toplam 1200 Radyo yayın yapmaktadır. Yine 2004 yılında Türkiye'de; 36 ulusal, 102 bölgesel, 955 yerel olmak üzere toplam 1093 radyo yayın yapmaktadır. 2006'da ise 36'sı ulusal, 100'ü Bölgesel,

954'ü yerel olmak üzere 1090 radyo yapmaktadır.⁵⁵ Burada dikkat edilecek nokta, radyo yayıncılığına 1993 yılında 3984 Sayılı Kanuna uygun olarak başlayan 1186 Radyodan 96'sının yayın hayatına devam edememiş olmasıdır. Kapanan radyoların daha çok yerel radyolardan oluşması, bizlere genellikle amatör bir ruhla başlayan küçük radyoların bu rekabet sürecinde tutunamayıp kapandığını düşündürmektedir. Bu arada kapanan radyoların yerine, yeni girişimcilerle açılan radyolar olduğu düşünüldüğünde aslında 96'dan daha fazla radyo kapanmıştır.

Uzun yıllardır yapılamayan frekans tahsisi, en sonunda bu yıl yapılmış ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından, karasal ortamda radyo ve televizyon yayını yapan kuruluşlardan yıllık geçici kullanım bedeli alınmasına yönelik uygulama 02 Mart 2006 günü başlamıştır. Bu şartlarla ilgili "Radyo ve Televizyon Kuruluşlarına Kanal veya Frekans Tahsisi Şartları ve Bunlara İlişkin İhale Usulleri ile Yayın Lisansı ve İzni Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik", Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.⁵⁶

Yönetmelik uyarınca, artık özel yayıncı kuruluşlar, kendileri tarafından her bir verici istasyonunda kullandıkları televizyon kanal ve/veya radyo frekansları için yıllık geçici kullanım bedeli ödeyecekler. 3984 sayılı yasanın ilgili maddesi kapsamında yayın yapmasına Üst Kurul tarafından izin verilen ve yayında olan kuruluşlar, kullandıkları kanal/frekanslardan geçici kullanım bedelini ödeyerek kullanmaya devam etmek istedikleri vericileri belirlenen süre içerisinde Üst Kurul'a bildirecek. Özel yayıncı kuruluşlar tarafından kanal/frekans geçici kullanım bildirimi yapıp Üst Kurulca onaylanan kanal/frekansların kullanım şartlarını içeren, ödenecek yıllık geçici kullanım

⁵⁵ Rd ve TV Lisans İşlemleri, <http://www.rtuk.gov.tr>

⁵⁶ Radyo ve Televizyon Frekans Planlaması, <http://www.rtuk.gov.tr>

bedelinin hesaplanmasına esas teşkil eden taahhütname, yayıncı kuruluş yetkilileri tarafından imzalanarak Üst Kurul'a ibraz edilecektir.

Bu da demek oluyor ki, bundan sonrası için kullanılan frekanslar radyo yayıncıları için ekstra bir külfet oluşturacaktır. Böylece, frekans tutmak için yapılan başvuruların bir kısmı bu maliyetten dolayı kalkacak, rekabet ortamında yeterli gelir elde edemeyen radyoların kapanma tehlikesi ortaya çıkacaktır. Önümüzdeki dönemde radyoların sayısında bir azalma, rekabette bir sertleşme ve müşteri çekebilmek için daha kaliteli ve müşteri memnuniyeti arayışı içinde olan program ve yayıncılığın yapılacağını öngörmek mümkündür.

Frekans Tahsisi problemine yasal ve teknik perspektifle bakacak olursak, bu yasanın haklı olduğu ortaya çıkmaktadır. Atmosferdeki kanal ve frekans bantları ne yazık ki sınırsız değildir. Teknik açıdan bu doğal kaynakların sorumsuz bir biçimde kullanılması frekans kirliliğine, ya da radyoculukta ses kirliliğine yol açmaktadır. Halbuki bu atmosferdeki bu frekanslarda toplumun ortak malıdır.

Frekans kirliliğinin tek sebebi bu tahsiste yaşanan gecikme değildir, standart dışı vericiler ve uygunsuz emisyon noktaları da bir diğer sebeptir.

Türkiye’de bu gerekli yasal düzenlemelerin yapılamaması, özel radyoculuğumuzun gelişmesinin önündeki en büyük engellerden biridir. Türkiye’de yasal düzenlemeler ve uygulamalar yerine oturdukça radyoculuğumuz üzerinde olumlu bir etkisi olacaktır.

2.4 Program İçeriklerinde Yaşanan Değişiklikler

Kuşkusuz ki özel radyoların yayına başladığı bu dönemde artık TRT rakipsiz olmadığı için rekabet koşulları altında yayın anlayışında birtakım değişiklikler yapmak zorunda kalmıştır. İlk yıllarda program yapılarında yapılan değişiklikler, diğer radyolar tarafından da hızla takip edilmekte, özgün formatların olmadığı genelde taklitlerin ve benzerlerin olduğu bir yayıncılık anlayışı benimsenmiştir.

Araştırmamıza öncelikle TRT radyolarının günümüzdeki yayıncılığı ile özel radyoların ilk kurulduğu tarihlerde ki yayın anlayışını ele alarak başlayacağız. Araştırmamıza TRT'den elde edilen verilerle başlamanızın nedeni ise özel radyoların bu şekilde bir plan çerçevesinde hareket etmemeleridir.

1992 yılında Radyo Program Türlerinin Hedeflenen oranları aşağıdaki gibidir.⁵⁷

Program Türleri	Radyo 1	Radyo 2	Radyo 3	Radyo 4	Radyo 5
Eğitim Programları	18,0	15,0	-	-	-
Kültür Programları	7,0	20,0	-	-	9,0
Drama Programları	4,0	4,0	-	-	-
Müzik Programları	45,5	48,5	90,0	93,5	75,0
Eğlence Programları	4,0	1,0	-	-	-
Haber Programları	14,0	10,0	8,5	5,0	10,0
Spor Programları	2,5	-	-	-	-
Reklamlar	4,0	0,5	0,5	0,5	4,0
Diğerleri	1,0	1,0	1,0	1,0	2,0
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablo I

⁵⁷ TRT 1992 Genel Yayın Planı

2002 yılına gelindiğinde ise TRT'nin Genel Yayın Planına koyduğu hedefler aşağıdaki gibi olmuştur;⁵⁸

PROGRAM TÜRLERİ	Radyo-1 %	TRT-FM (Radyo-2) %	Radyo-3 %	Radyo-4 %	Turizm Radyosu %
Eğitim Programları	23	1	--	--	--
Kültür Programları	16	4	--	--	17
Drama Programları	3	--	--	--	-
Müzik Programları	39	88	93	92	75
Eğlence Programları	3	--	--	--	--
Haberler	10	4	5	6	6
Spor Programları	4	--	--	--	--
Reklamlar	1	2	1	1	1
Diğerleri	1	1	1	1	1
T O P L A M	100	100	100	100	100

Tablo II

2002 yılına gelindiğinde 1992 yılına nazaran Radyo 1'de ki eğitim ve kültür programı oranı arttırılmış, müzik programları ve haberlerin hedef oranı düşürülmüş ve en önemlisi de, 1992'de %4 olan reklam oranı %1'e düşürülmüştür.

⁵⁸ TRT 2002 Genel Yayın Planı

TRT Radyoları 2. Programı TRT FM’de Radyo 1’in aksine eğitim ve kültür programlarında hedef çok indirilmiş. Müzik programları ise iki katına çıkarılmıştır. Yine TRT FM’de hedeflenen reklam oranı 1992’ye nazaran 4 katına çıkarılmıştır.

Diğer radyolarda haber programlarının hedeflenen miktarlarının düşürülmesi dışında çok bir değişiklik yapılmamıştır.

2003 yılı hedefleri inceleyecek olursak;⁵⁹

PROGRAM TÜRLERİ	Radyo-1 %	TRT-FM (Radyo-2) %	Radyo-3 %	Radyo-4 %	Turizm Radyosu %
Eğitim Programları	23	1	-	-	-
Kültür Programları	15	4	-	-	17
Drama Programları	3	-	-	-	-
Müzik Programları	39	87	92	92	73
Eğlence Programları	3	-	-	-	-
Haberler	11	5	6	6	8
Spor Programları	4	-	-	-	-
Reklamlar	1	2	1	1	1
Diğerleri	1	1	1	1	1
T O P L A M	100	100	100	100	100

Tablo II

⁵⁹ TRT 2003 Genel Yayın Planı

2003 yılı yayın hedeflerini 2002 yılı hedefleri ile kıyasladığımızda ortaya şöyle bir sonuç çıkmaktadır.

Radyo 1’de sadece haberlerin oranı %1 arttırılmıştır. Radyo 2 TRT FM’de ise Müzik Programlarının oranı %1 düşürülerek haberlere verilmiştir. Aynı şekilde Radyo 3’te de haberlerin oranı %1 arttırılarak %6’ya çıkarılmıştır. Turizm Radyosunda haberlerin oranı %2 arttırılmıştır.

2003 yılı yayın hedeflerinde yapılan değişiklikler bir ince ayar olarak düşünülebilir.

TRT Genel Yayın Planı 2004 yılı hedefleri;⁶⁰

PROGRAM TÜRLERİ	Radyo-1 %	TRT-FM (Radyo-2) %	Radyo-3 %	Radyo-4 %	Turizm Radyosu %
Eğitim Programları	23	1			
Kültür Programları	15	4			11
Drama Programları	3				
Müzik Programları	40	86	93	93	76
Eğlence Programları	3				
Haberler	10	5	5	5	6
Spor Programları	4				
Reklamlar	1	3	1	1	
Diğerleri	1	1	1	1	7
T O P L A M	100	100	100	100	100

Tablo II

⁶⁰ TRT 2004 Genel Yayın Planı

2003 yılı ile 2004 yılı arasında bazı ciddi değişiklikler yapılmıştır. Bu değişikliklere TRT FM'de hedeflenen reklam oranındaki artışı, Turizm radyosunda kültürel yayınlarının oranının azaltılmasını sayabiliriz.

2004 yılında artan reklam oranı düşünülerek TRT FM radyosunun daha tecimsel amaçlarla yapılandırılmakta olduğu göze çarpmaktadır. Özellikle TRT FM Kamu Hizmeti ve Tecimsel amaçları aynı anda barındıran karma sistemle yönetilmeye başlamıştır.

TRT Genel Yayın Planı 2005 yılı hedefleri;⁶¹

PROGRAM TÜRLERİ	Radyo-1 %	Radyo-2 (TRT-FM) %	Radyo-3 %	Radyo-4 %	Turizm Radyosu %
Eğitim Programları	31	1			
Kültür Programları	16	4			10
Drama Programları	4				
Müzik Programları	27	84	93	93	76
Eğlence Programları	5				
Haberler	10	5	5	5	6
Spor Programları	5				
Reklamlar	1	5	1	1	1
Diğerleri	1	1	1	1	7
T O P L A M	100	100	100	100	100

Tablo II

⁶¹ TRT 2005 Genel Yayın Planı

2005 yılı hedefleri incelendiğinde ise Radyo 1 ve Radyo 2 (TRT FM) yapılandırılmada ki stratejileri iyice belirginleşmektedir.

Radyo 1 yayınlarında hedeflenen kültür, eğitim, drama, spor ve eğlence programlarında artış mevcutken, müzik programları hedefinde ise %13'e varan bir düşüş göze çarpmaktadır. Burada Radyo 1'e kamu yararına eğitici, kültürel ve program çeşitliliği arayan dinleyiciler için alternatif oluşturacak bir misyon yüklenmektedir.

Bununla beraber TRT FM radyosunda hedeflenen reklam süresi de % 5'e çıkartılarak TRT FM radyosunun tecimsel amaçlarla yapılandırıldığı izlenimi vurgulamaktadır.

TRT FM radyosu mevcut özel radyolara rakip ve alternatif olarak düşünülmüştür. Kapsama alanı genişliği, yayın kalitesi ve dinleyicilerin tercihi düşünülecek olursa TRT FM'in alternatif, seviyeli ve ulaşılabilir yayın isteyen dinleyicilere yönelik tecimsel olarak düşünülmesi doğru bir karar gibi gözükmektedir.

TRT Genel Yayın Planı 2006 yılı hedefleri ise;⁶²

PROGRAM TÜRLERİ	Radyo-1 %	Radyo-2 (TRT-FM) %	Radyo-3 %	Radyo-4 %	Turizm Radyosu %
Eğitim Programları	30	1			
Kültür Programları	17	4			7
Drama Programları	4				3
Müzik Programları	28	80	93	93	76
Eğlence Programları	5				
Haberler	9	5	5	5	6
Spor Programları	4				
Türkçeden Farklı Dil Ve Lehçeler	1				
Reklamlar	1	9	1	1	1
Diğerleri	1	1	1	1	7
T O P L A M	100	100	100	100	100

Tablo II

Yine 2006 yılında TRT FM'in reklam gelirlerinin yükseltilmesi hedeflenmektedir. Bir önceki yıl %5 olan hedef, bu yıl %9'a çekilmiştir.

Burada tabloya giren yeni bir başlık mevcuttur. Türkçeden farklı dil ve lehçelerde yapılan yayınlar ki Radyo 1 hedeflenen yayınlarının %1'i bu tür yapımlardır.

⁶² TRT 2006 Genel Yayın Planı

Görüldüğü gibi 1992 yılında TRT radyoları genelde müzik programları ağırlıklı olmak üzere, eğitim ve kültür programları yapmaktaydılar. Reklamlar önceden bir hedef doğrultusunda belirlenmektedir. Böyle olması reklamın bir gelir kaynağı olarak görülmemesi önemli rol oynamaktadır.

Rekabetin başladığı, dinleyicinin başka alternatiflerinin de bulunduğu ilk yıllarla, günümüz arasında TRT radyolarının kendilerini yeniledikleri, mevcut yasanın imkan ve kısıtlamaları doğrultusunda hareket ederek bu rekabet ortamında kendi gelirlerini ve dinlenirliği arttırmaya çalıştığı göze çarpmaktadır. TRT FM karma sistemle yönetilerek Türkiye’de ulusal radyolarla rekabet edebilecek bir düzeye çekilmektedir.

Özel radyoların yayın anlayışlarına bakacak olursak, ölçekleri ne olursa olsun, söz ya da müzik ağırlıklı olmak üzere iki formatta yayın yapmaktadırlar. Bunlardan ağırlıklı olanlar müziğe dayalı yayın formatıdır. Söz ağırlıklı olanlar ise, toplam radyo sayısının yaklaşık % 2’sini oluşturmaktadır. Bunlara örnek olarak NTV Radyo, CNN Türk Radyo, Açık Radyo, Radyo Foreks verilebilir.

Yayın formatı ne olursa olsun, tüm özel kanalların uzun ve kısa haber bültenlerini yayınlamaları yasal bir zorunluluktur. Müzik ağırlıklı yayın yapan radyo kanallarında bu zorunluluk 90 saniye ile 5 dakika arasında değişen uzunlukta haber bültenleri ile yerine getirilmektedir.

Özel Radyolar genelde, TRT Radyoları gibi bir Genel Yayın Plan çerçevesinde hareket etmedikleri için, yıllık program hedefleri konusunda net bir veri verilemediği için ampirik bilgilerle konu aydınlatılmaya çalışılmıştır.

2.4 Özel Radyoculuğun Türk Radyo Yayıncılığı Üzerindeki Etkisi

Özel radyo yayınlarının başlaması ile birlikte Türk radyoculuğu önemli bir değişime uğramıştır. Bu değişim, olumlu yönleri ile olduğu kadar olumsuz yönleri ile de Türk radyo tarihine damgasını vurmuştur. Bu değişikliğin olumlu olarak niteleyebileceğimiz yanları: Batıda olduğu gibi, radyo yayınlarında canlı, dinamik bir yayın formatı benimsenmesidir. Bunun sonucu olarak da yayınlarda kişiye yönelik, karşılıklı ilişki kuran, özel gereksinmelere yanıt veren bir yayın akışı vardır.

TRT'nin yıllardır merkeziyetçi bir yaklaşımla yürüttüğü radyo yayınları, özel kanallarla gerçek bir yerel yayına dönüşmüştür. Öyle ki, küçük bir ilçede bile, o yörenin sesi olan radyo kanalları yayın yapmaktadırlar. Bunun doğal sonucu olarak, yerel haberlerin o topluma duyurulmasında radyo, bir kitle iletişim aracı olarak asli görevini yapma durumuna gelmiştir.

Özel radyoların gelir kaynaklarına gereksinimleri olduğundan, reklam pastası büyümüştür. Bu büyümede önce yerel reklam pastası yaratılmış, daha sonra bu pasta çeşitli yollarla genişletilmiştir. Reklam pastasının büyümesinin getirdiği bir diğer önemli sonuç, tüketici ve satıcı ilişkilerinin yayın yolu ile yerel düzeyde de gerçekleştirilmiş olmasıdır.

Özel radyoculuğun olumlu olarak nitelenebilecek bu özelliklerine karşın olumsuz etkileri de olmuştur. Yayınlara hazırlıksız, bir oldu bitti ile başladığından, çoğunlukla yerel nitelikteki radyolarda gerekli eğitimden

geçmeyen türedi bir yayıncı, yapımcı, sunucu, DJ yayın elemanları ortaya çıkmıştır. Herhangi bir yayıncılık eğitimden yoksun bu genç insanların, yayın deneyimi kazanmaları zaman almıştır ve bir kısmı halen el yordamı ile yayın yapmayı sürdürmektedir. Kamunun frekanslarını kullanarak, bir anlamda onun adına yayın yapan bu kişilerin, sorumsuzca yaptıkları yayınlarla, topluma olumsuz etkileri olmuştur.

Bu durum, tüm olarak sese/söze dayalı bir teknik olan radyo yayıncılığında nitelikli yayın yerine ucuza kaçan, herhangi bir bilgi, eğitim gerektirmeyen ve müziklerin arka arkaya çalınması ve aralarda istek parçaları ve boş sözcüklerle doldurulan sözüm ona bir “canlı yayın” formatı salgınını başlatmıştır.

Özel yayıncılığın başlaması yasal olmadığı için, herhangi bir denetim tanımadan, her isteyen her şeyi söyleyebileceği bir kişisel alan olarak algılanmıştır.

Bu tür yayınlarda kullanılan Türkçe, yayınlar, bu konuda eğitim görmüş ya da Türkçeyi iyi kullanan kişiler tarafından kullanılmadığından, son derece bozuk olmuştur. Özellikle genç dinleyicilerin gelişmesi için gereken sözcük dağarcığı hem daralmış, hem de bozuk Türkçe kullanılmasından ötürü de bozulmuştur. Yabancı sözcüklerle süslenen, gramerden yoksun, argo, lastikli deyimlerin hakim olduğu bir yayın dili türetilmiştir. Bu konuda, geçen on yıl içerisinde pek çok kurum ve kuruluş, bu yayınların zararlı etkilerini ortaya koyan araştırmalar yapmış; seminerler, konferanslar düzenlemiştir.⁶³

⁶³ TRT (1999), Radyo ve Televizyon Yayınlarında Türk Dilinin Kullanımı- Tebliğler, Eğitim Dairesi Başkanlığı, Ankara.

Özel radyolar frekans tahsisinin dışında teknik ve program altyapısı açısından da henüz yeterli düzeye gelmemiştir. Teknik altyapıdaki yatırım eksikliği ve ticari kaygılarla eğitilmiş kişilerin birkaç istisna dışında, radyolarda istihdam edilmemesi, Türkçemizin hızla bozulmasına yol açmakta ve nitelikli yayıncılık yapılmasını engellemektedir. Kurulan özel radyoların büyük bir çoğunluğunun kültür yayınlarıyla uzaktan ya da yakından bir bağlantısı yoktur. Radyo yayıncılığının kamu yararı sağlama, halkı eğitime yönü tam anlamıyla kalkmıştır. Tamamıyla halkı eğlendirme ve zaman doldurma yayıncılığı yapılmaktadır. Okuma-yazma alışkanlığının düşük olduğu bir toplumda kitle iletişim araçlarını, sadece eğlence amaçlı kullanmak, kamu yararı kavramıyla da bağdaşmamaktadır.⁶⁴

Ne yazık ki özellikle, yabancı müzik ağırlıklı yayın yapan özel radyolarda, Türkçeyi en az kullanma yarışı gibi bir durum söz konusudur. Örnek vermek gerekirse, Power FM radyosunun program isimlerine bir bakacak olursak “Geveze In the Morning”, “Ship a Hoy Live” ve “Open House Party”, aynı şekilde Radyo Vizyon’un program isimlerine bakacak olursak “Night Shifts”, “Top Ten at Ten” ve “Morning Fun”.

Ama yine de genel olarak özel radyolara bakıldığında zamanla Türkçe ve Türkçe’nin doğru kullanımı artmaktadır.

Son olarak belirtilmesi gereken husus ta, Radyo yayınları yolu ile yayın etiğine sığmayan biçim ve içerikte, kanalların birbirlerini karalamaları olgusu ile karşılaşmış olmasıdır.

⁶⁴ Çankaya, Özden Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyonun İşlevi, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, C.2., 1996, s.1034

2.4 Özel Radyolardan Sonra ve Dinleyici Memnuniyeti

Özel Radyolar halk tarafından büyük bir ilgi ile karşılanmıştır. Bu ilginin büyüklüğü özel radyoların kapatılmasını müteakip yapılan protestolar sırasında da fark edilmiştir. Bununla beraber ilerleyen yıllar içinde radyoların büyük bir kısmının kaliteli ve ilkeli yayıncılık anlayışından uzaklaşması tepkilere neden olmuştur. Halkın talep ettiği ilkeli yayıncılık anlayışı, eğitilmiş spiker ve sunucularına, TRT örnek gösterilir olmuştur. Bilinçlenen dinleyiciler özel radyolarda beğenmedikleri yayınları ve programları Üst Kurulun kurduğu şikayet hattına bildirmişlerdir. Radyo programlarına yönelik olarak halk tarafından RTÜK'e yapılan şikayetlere bakacak olursak karşımıza şöyle bir tablo çıkmaktadır.

Çizelge-19: Denetime Tâbi Dönem İtibariyle En Çok Yakınma Alan Radyo Programlarının Konularına Göre Dağılımı

2001 Yılı			2002 Yılı			2003 Yılı		
Programın Konusu	Yakınma Sayısı	Oran %	Programın Konusu	Yakınma Sayısı	Oran %	Programın Konusu	Yakınma Sayısı	Oran %
Teknik Konular	496	22	Genel Ahlaka Aykırılık	276	15	Teknik Konular	63	25
Genel Ahlaka Aykırılık	129	6	Teknik Konular	165	9	Genel Konular	25	10
Müstehcen Konuşmalar	105	5	Türk Aile Yapısına Aykırılık	130	7	Küfür/ Kötü Söz Kullanma	17	7

Kaynak : T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulunun 2003/7 Sayılı 26.09.2003 tarihli Denetleme Raporu

Burada yapılan şikayetlerin önemli bir kısmı teknik konuları kapsamaktadır. Bununla beraber ilkesiz ve seviyesiz yayıncılık yüzünden yapılan şikayetler toplamda büyük oranı almaktadır. Elimizde sadece Devlet Denetleme Kurulunun RTÜK denetlemesi sırasında yapmış oldukları istatistikler mevcuttur. 2004 ve sonrasına ait istatistikler olmadığı için bu süreçte yapılan şikayetler konusunda bir çalışma yapılamayacaktır.

Bu raporda ilk güze çarpan, 3 yıllık süre içinde yakınma sayısında büyük bir düşme olmasıdır. Radyo programları, RTÜK'ten gelen uyarıları, halkın şikayetlerini değerlendirmişler ve halkı memnun edecek şekilde düzenlemelere gitmişlerdir.

2.5 Kamuoyu Yoklamalarında Yaşanan Değişimler

TRT'nin Ekim 2001'de TRT Çukurova Radyosunun yayın yaptığı Adana, Hatay, İçel ve Osmaniye illerinde, 4 Üniversitenin katkısıyla yaptırmış olduğu araştırmada aşağıdaki sonuçlar çıkmıştır.

En çok dinlenen radyo Çukurova Radyosu, onu sırasıyla TRT FM, Hatay Radyosu ve Süper FM izlemektedir. Bilindiği gibi Çukurova Radyosu ve Hatay Radyosu TRT'nin bölgesel radyolarıdır. Burada öne çıkan yerel radyoların halka yakın olması nedeni ile halkın ihtiyaçlarına uygun yayın yapmasıdır. Yerel radyoların ulusal istasyonlara karşı bir adım önde

olduğunu söylemek yanlış olmaz. Yalnız kaliteli yayıncılıktan taviz vermeyen ve halkın nabzını yakalayabilen radyolarda TRT FM ve Süper FM gibi çok başarılı dinlenme rakamları yakalayabilmektedir.

TRT'nin Ekim 2001'de Mustafa Kemal Üniversitesi ile birlikte Hatay FM için yaptırmış olduğu araştırmada Hatay ilinde en çok dinlenen radyonun Hatay FM olduğu, onu sırası ile Mega FM, Karadeniz FM ve Tatlıses FM izlemektedir.

Yerel radyoların farkı bu araştırmada daha çok ortaya çıkmakta ve ilk üç bölgesel radyolar tarafından paylaşılmaktadır.

Yine TRT'nin Marmara Bölgesinde 2006 yılı Ocak-Şubat aylarında 9 üniversitenin ortak çalışmasıyla yaptırmış olduğu kamuoyu araştırmasından en çok dinlenen radyo olarak ortaya TRT FM çıkmıştır. Bu araştırmanın sonuçları aşağıdaki gibidir.

Elde edilen bulgulara göre, araştırma kapsamında Marmara Bölgesinde ki 10 ilde 192 radyo istasyonu dinlendiği belirlenmiştir.. Araştırmaya katılanlar, en fazla yüzde 13.16 ile "TRT FM", ikinci yüzde 10.45 ile "Kral FM" ve üçüncü olarak da yüzde 8.68 ile "Süper FM" dinlemektedir. Katılımcıların yüzde 68.4'ünün radyo dinlediğini belirttiği araştırmada, radyo dinlediğini söyleyenlerin yüzde 60.61'i günde ortalama 1-3 saat arasında radyo dinlediğini ifade etmişlerdir.

TRT radyo istasyonlarını tercih edenlerin dinleme nedenlerinin başında yüzde 46.81 ile "Sevdiğim müziklere yer veriliyor" seçeneğinin yer aldığı araştırmada, bunu yüzde 28.38 ile "Düzgün Türkçe kullanılması" ve yüzde 27.77 ile "Spikerlerin daha seviyeli olması" izlemektedir.

Araştırma sonuçlarını değerlendirecek olursak; günümüzde radyo ve TV tüketicilerinin tercihlerinin bireyselleşmesi ve konulu yayınların önem kazandığını ortaya çıkmaktadır. Tüketicilerin tercihlerine göre seçim yapması rekabet ortamında kaliteli yayıncılığın ön plana gelmesini sağlamaktadır.

Bu araştırmaların diğer bir yararı ise reklam verenlerin hedef kitlelerine uygun radyolarda, programlarda reklam vermesini ve reklamdan verim almasını sağlamaktadır.

Araştırmanın sonuçlarının açıklandığı toplantıda konuşan TRT Genel Müdür Vekili Ali Güney söyledikleri konumuz açısından önem arz etmektedir.

"Yayın kuruluşlarının iki önemli görevi vardır. Birincisi, yayınlarını olabildiğince büyük coğrafi alanlara ulaştırabilmek, ikincisi ise büyük dinleyici kitleleri tarafından izlenmesini sağlamaktır"

Güney, birincisi için teknolojik desteğe, ikincisi için ise kaliteli programlara ihtiyaç bulunduğuna işaret ederek, "Kamu hizmeti yayıncılığı yapan kurumların insanları eğlendirmek, hoşça vakit geçirtmek gibi çabalarının yanı sıra bilgilendirmek, eğitmek gibi kutsal görevleri de vardır" demektedir.

Bu görevlerin yerine getirilmesi, doğru adımların atıldığının tek göstergesi, dinleyicilerin duygu ve düşünceleridir. Dolayısıyla kamuoyu araştırmaları bu geri beslemenin en sağlıklı yoludur.

Kamuoyu araştırmalarının önemini anlayan Reklam verenler Derneği, Radyo İzleme ve Araştırma Kurulunu kurarak 2003'ün ikinci yarısında

araştırma şirketi HTP ile anlaşarak saha çalışmalarına başlamıştır. Ekim-Aralık 2003 dönemine ait ilk araştırma raporu 2004 Ocak ayında açıklanmıştır. Araştırmada 23 ildeki 12 yaş ve üzeri nüfus (yaklaşık 19 milyon kişi) temsil ediliyor ve "günlük ile kayıt" yöntemi kullanılmaktadır. 11 bin 500 örnek ile yürütülen araştırmanın üçer aylık dönem sonuçları yılda dört kez yayınlanacaktır.⁶⁵

Sadece araştırma bütçesine katılan radyoların raporlandığı çalışmada ilk dönemde katılımcı radyo sayısı 80'dir. 2003 yılının ikinci yarısından itibaren başlayan bu ölçme çalışmaları ile radyolar reklam pastasından pay almak için kıyasıya bir rekabet içine girmişler ve Araştırma, tek tek istasyonlar bazında dinlenme ölçümü ve dinleyici özelliklerini vermesi yanında, ülkemizin genel radyo dinleme özelliklerine de ışık tutmaktadır. Bu da radyoların halkın istek ve taleplerini öğrenmesini sağlamaktadır. Sonuç itibari ile radyolar, bu sonuçlara göre yayın anlayışlarında, programlarında dinamik ve esnek bir yapıyı benimsemek zorunda kalacaklardır.

Örneğin, ilk ölçüm olan Ekim-Aralık 2003 döneminde aşağıdaki çarpıcı sonuçlar ortaya çıkmıştır.

- Araştırmada temsil edilen nüfusun yüzde 63'ü bir hafta içinde en az 5 dakika süre ile herhangi bir radyo dinliyor. Bu kesim haftada ortalama 643 dakika radyo dinliyor. Bu yoğunluk, günde yaklaşık 1.5 saat radyo dinlendiği anlamına geliyor.
- Radyo dinlenme oranı yüzde 67 ile en fazla kentte bulunuyor.
- Kadınlar yüzde 68'lik oranla erkeklerden daha fazla radyo dinliyor.
- Radyo dinleme oranları 12-20 yaş arası yüzde 68, 21-30 yaş arası yüzde 67, 50 yaş üstü yüzde 50.

⁶⁵ Ercan, Şerif, Türkiye Radyolu Günlere Geri Dönüyor, <http://www.ilef.net>

- Kalabalık ailelere gidildikçe radyo dinleme oranı artmakta ve yüzde 65'e ulaşmaktadır.
- En yüksek dinlenme oranı lise eğitim seviyesindedir.
- Öğrenci, ev kadını ve çalışmayanlar yüzde 68 ve 67 oranlarıyla genel ortalamanın üstünde radyo dinlemektedirler. Emekliler ise en son sırada yer alıyor.
- Evde, araba ve işyerlerine göre daha yüksek oranda radyo dinleniyor.
- Radyo dinleme zamanları en çok 11.00-13.00 saatleri arasında görülmekte, 11.00-11.30 arası zirveye ulaşmakta, 16.00-18.00 saatleri arasında düşmekte, 19.00'da tekrar artmaktadır.

İlk ölçümlerde alınan bu sonuçlarla, daha önceleri bazı radyoların yaptırmış oldukları özel kamuoyu yoklamalarından faydalanan radyolar daha kapsamlı bir kaynak elde etmişler ve dinamik olarak programlarında ve hedef kitle seçimlerini tekrar gözden geçirirken ellerinde nitelikli bir bilgi bulunmaktadır.

Radyo İzleme ve Araştırma Komisyonunun Bağımsız bir araştırma firmasına yaptırmış olduğu 2004 yılı 1.Çeyrek Dinlenirlik araştırması sonuçları aşağıdaki gibidir.

Türkiye Geneli Tüm Radyolar Dinlenirlik Oranları

- 1 – Kral FM % 17.37
- 2 – Süper FM % 15.45
- 3 – TRT FM % 6.49
- 4 – Alem FM % 5.68
- 5 – Radyo Tatlıses % 4.88
- 6 – Metro FM % 4.52
- 7 – Best FM % 4.46
- 8 – Show Radyo % 4.39
- 9 – Radyo D % 3.75
- 10 – İstanbul FM %3.43

Türkiye Geneli Tüm Radyolar, AB Sosyo-Ekonomik Grubu Dinlenirlik Oranları

- 1 – Süper FM % 17.56
- 2 – Kral FM % 10.66
- 3 – TRT FM % 9.93
- 4 – Power FM % 6.85
- 5 – Metro FM % 6.71
- 6 – Alem FM % 6.51
- 7 – Show Radyo % 6.03
- 8 – Radyo Tatlıses % 5.54
- 9 – Powertürk % 5.38
- 10 – Best FM %5.05

Türkiye Geneli Tüm Yabancı Müzik Yayını Yapan Radyolar Dinlenirlik Oranları

- 1 – Metro FM % 4.52
- 2 – Power FM % 3.31
- 3 – Joy FM % 1.55
- 4 – Radyo Mydonose % 0.76
- 5 – Capital Radio % 0.59
- 6 – Radyo 5 % 0.51
- 7 – Radyo City % 0.45
- 8 – Power XL % 0.25
- 9 – Radyo ODTÜ % 0.25
- 10 – Rock FM % 0.23

Türkiye Geneli Türkçe-Pop Müzik Yayını Yapan Radyolar Dinlenirlik Oranları

- 1 – Süper FM % 15.45
- 2 – Alem FM % 5.68
- 3 – Radyo Tatlıses % 4.88
- 4 – Best FM % 4.46
- 5 – Show Radyo % 4.39
- 6 – Radyo D % 3.75

- 7 – İstanbul FM % 3.43
- 8 – Powertürk % 3.02
- 9 – TGRT FM % 2.92
- 10 – Radyo Viva % 2.56

İstanbul İli Türkçe Müzik Yayını Yapan Tüm Radyolar Dinlenirlik Oranları

- 1 – Kral FM % 22.76
- 2 – Süper FM % 15.74
- 3 – İstanbul FM % 9.40
- 4 – Best FM % 7.84
- 5 – Alem FM % 5.76
- 6 – Radyo Tatlıses % 5.35
- 7 – Powertürk % 4.75
- 8 – Yön FM % 4.72
- 9 – Lokum FM % 4.00
- 10 – Karadeniz FM % 3.88

İstanbul İli Yabancı Müzik Yayını Yapan Tüm Radyolar Dinlenirlik Oranları

- 1 – Metro FM % 7.32
- 2 – Joy FM % 4.05
- 3 – Power FM % 3.73
- 4 – Radyo City % 0.82
- 5 – Power XL % 0.69
- 6 – Rock FM % 0.64
- 7 – Radyo Mydonose % 0.47
- 8 – FG 93.7 % 0.28
- 9 – Radio Blue % 0.26
- 10 – Capital Radio % 0.26

İstanbul İli Yabancı Müzik Yayını Yapan Tüm Yerel Radyolar Dinlenirlik Oranları

- 1 – Joy FM % 4.05
- 2 – Rock FM % 0.64

- 3 – FG 93.7 % 0.28
- 4 – Radio Blue % 0.26
- 5 – Dinamo 103.8 FM % 0.09
- 6 – Radio Oxi-gen % 0.08

İstanbul İli Türkçe Müzik Yayını Yapan Tüm Yerel Radyolar Dinlenirlik Oranları

- 1 – Lokum FM % 4.00
- 2 – Radyo Barış % 3.48
- 3 – Radyo Alaturka % 2.25
- 4 – Radyo 99 % 1.47
- 5 – Özgür Radyo % 0.72
- 6 – Radyo Mega % 0.56
- 7 – Radyo Türk % 0.05
- 8 – Müjde FM % 0.03

RIAK Örnek olarak yaptırdığı bu araştırmada radyoların dinlenme sürelerini, erişim olanaklarını da dikkate almaktadır. 2005'in 2.Çeyreği için yapılan araştırmada şu sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Türkiye Radyo Ölçüm Sistemi - HTP (2005 2.Çeyrek)		Erişim (1,000 kişi)	Erişim (%)	Ortalama Dinleme Süresi (dk)	Toplam Dinleme Süresi (1,000 saat)	Süre Payı (%)
TABLO	Temel (Süreye Göre Sıralı)					
İl	* Tümü					
Yaş Grubu	. -20 21-30 31-40 41-50 51+					

Bilgiler, 12 yaş ve üzeri 23 il Kent/Yarıkent nüfusunu ve katılımcı radyoları kapsar.

		Toplam				
Nüfus (1,000 kişi)		19.671	19.671	19.671	19.671	19.671
Nüfus Payı		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Radyolar	Toplam	12.279	62,42%	655	134.077	100,00%
	KRAL FM	3.865	19,65%	391	25.162	18,77%
	SUPER FM	2.476	12,59%	177	7.316	5,46%
	METRO FM	1.107	5,63%	215	3.968	2,96%
	POWER TURK	954	4,85%	231	3.667	2,74%
	TRT FM	983	5,00%	208	3.412	2,54%
	CEM RADYO – ISTANBUL	539	2,74%	349	3.134	2,34%
	ASK FM – ANKARA	435	2,21%	378	2.739	2,04%
	JOY TURK – ISTANBUL	654	3,32%	230	2.507	1,87%

Kaynak : <http://www.rvd.org.tr>

Yine aynı döneme ait temel erişime göre sıralı araştırmanın sonucu ise şu şekildedir.

Türkiye Radyo Ölçüm Sistemi - HTP (2005 2.Çeyrek)		Erişim (1,000 kişi)	Erişim (%)	Ortalama Dinleme Süresi (dk)	Toplam Dinleme Süresi (1,000 saat)	Süre Payı (%)
TABLO	Temel (Erişime Göre Sıralı)					
İl	* Tümü					
Yaş Grubu	-20 21-30 31-40 41-50 51+					

Bilgiler, 12 yaş ve üzeri 23 il Kent/Yarıkent nüfusunu ve katılımcı radyoları kapsar.

		Toplam				
Nüfus (1,000 kişi)		19.671	19.671	19.671	19.671	19.671
Nüfus Payı		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Radyolar	Toplam	12.279	62,42%	655	134.077	100,00%
	KRAL FM	3.865	19,65%	391	25.162	18,77%
	SUPER FM	2.476	12,59%	177	7.316	5,46%
	METRO FM	1.107	5,63%	215	3.968	2,96%
	RADYO TATLİSES	1.034	5,26%	124	2.140	1,60%
	TRT FM	983	5,00%	208	3.412	2,54%
	POWER TURK	954	4,85%	231	3.667	2,74%
	RADYO VIVA	855	4,35%	144	2.046	1,53%
	SHOW RADYO	843	4,29%	123	1.723	1,29%

Kaynak : <http://www.rvd.org.tr>

Bu verileri incelediğimizde sadece, bir TRT radyosu olan TRT FM'in kendisine ilk sıralardan yer bulabildiğini görüyoruz. Özel radyoların halkın istekleri doğrultusunda, dinleyiciyi tatmin eden programlar yaptıkları araştırma sonuçları ile tekrar ispat edilmektedir. Yalnız şunu da söylemek gerekir ki, TRT FM özellikle kırsal alanlarda, şehirler arası yollarda kuvvetli vericileri sayesinde rahatlıkla dinlenebilen bir radyodur. Bu araştırmada sürücülerin bulunmaması TRT FM'in sıralamasında negatif bir etki yapmaktadır. İlerleyen zaman içerisinde sürücü ve yolcuların dikkate alınması ile daha sağlıklı bir sıralama yapılabilecektir.

2.6 Radyo Organizasyonlarında Yaşanan Değişiklikler

Dünyada Sanayi Devriminde sonra yaşanan üretim patlaması ve sonrasında üretilen mamullerin tüketicinin beğenisine sunulması ve ulaştırılması hizmetlerinde yaşanan rekabet sonucunda maliyet ve kalitede rekabet yapılmaktadır. Yüksek kaliteyi uygun fiyatlara vermek, müşteri memnuniyeti sağlamak ve hatta üretime başlamadan önce müşterinin talebini iyi analiz etmek günümüzdeki rekabetin en temel göstergeleri olmuştur. Günümüzde de artan rekabet nedeni ile Radyo ve Televizyon kuruluşlarının yüksek kaliteyi sunmak, dinleyiciyi mutlu etmek ve reklam pastasından pay alabilmek için daha sistematik, esnek ve bürokrasiyi azaltacak şekilde, çağın gereklerine uygun yapılandıklarını, dinamik organizasyon yapılarına sahip olduklarını görüyoruz.

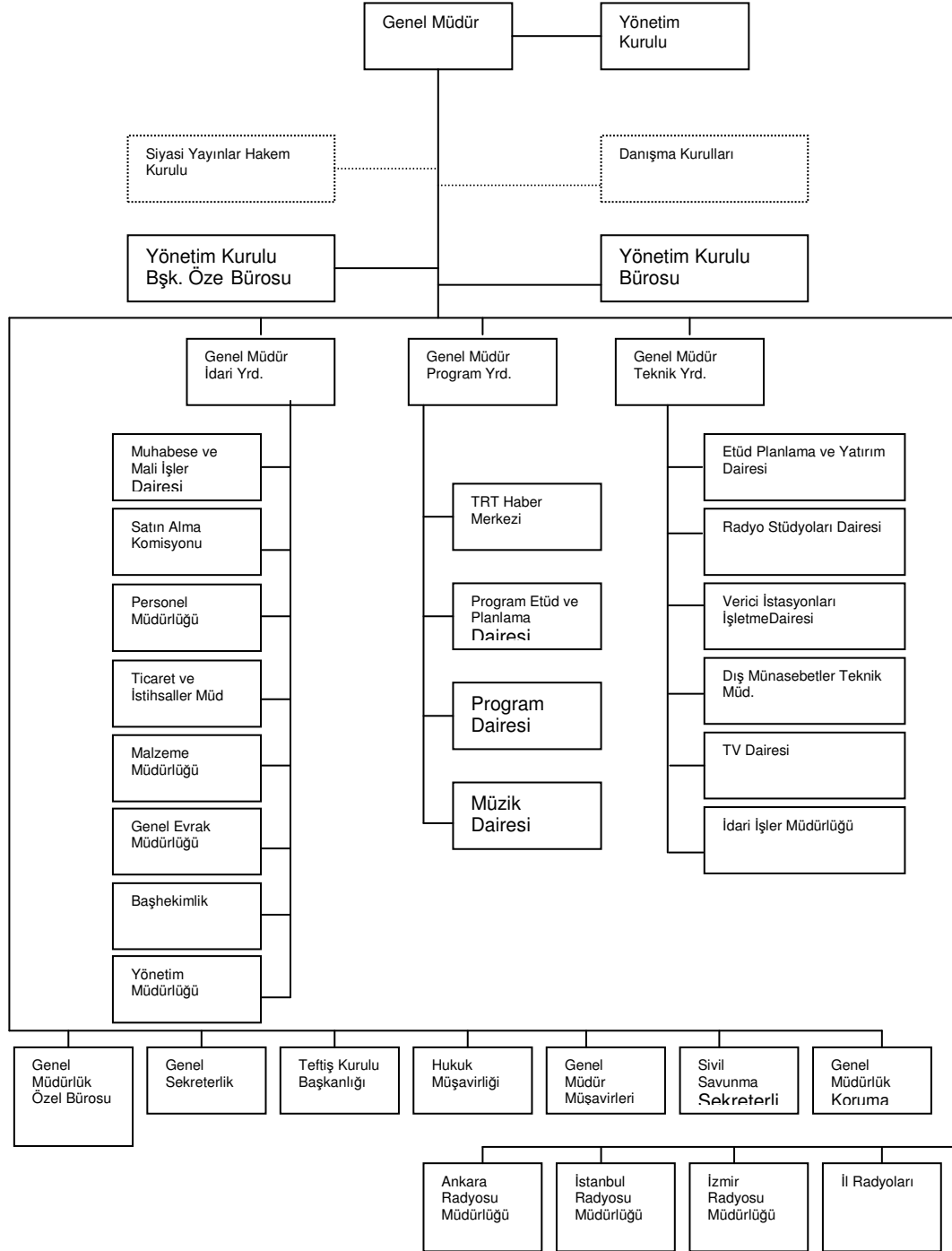
İncelememize Türkiye’de radyoculuğunun nasıl yapılandığını, örgütlendiğine, çeşitli dönemlerde organizasyon yapısında yapılan değişiklikler, değişik yönetim dönemlerindeki durumlar ve TRT döneminde kurumun çok büyük olan gövdesine hareket verebilmek için nasıl yapılandığını ve değişimlerini inceleyerek başlamanız, halihazırda daha küçük organizasyon yapılarına sahip olan özel radyoları anlamamızda yardımcı olacaktır.

2.6.1 TRT Kurumu (1964-1972)

TRT Kurumunun ilk organizasyon şeması aşağıdaki gibidir.⁶⁶ Televizyona geçiş döneminde mevcut organizasyonda televizyonun ve

⁶⁶ Sarmaşık, Jale, Türkiye’de Radyo ve Televizyon Düzeni (1927-2000), Maltepe Üniv.Yayınları, 2000, s.36

radyonun Program, Haber ve Yayıncılık anlamında temel kısımlarda ayrılmadığı görülmektedir.



1961 Anayasasının 121.maddesinde radyo televizyonlarının tarafsızlık ilkesi altına yapılacağı söylenmiş ve radyo ve televizyon idaresinin özerk kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenleneceği bildirilmiştir. 359 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Kanunu bu şekilde hazırlanmıştır.

Organizasyon yapısı incelendiğinde Bürokratik ve Hiyerarşik bir örgütlenme yapısı mevcuttur, görev ve sorumlulukların, alt ve üst ilişkilerinin ne bir biçimde tanımlandığı bu organizasyon yapısında karar alma mekanizmalarının yavaşlığı dezavantaj oluşturmaktadır. Fakat o dönemde herhangi bir rekabet olmaması sebebi ile karar mekanizmalarının hızlı olması gerekmekte idi. Yeni organizasyonda dikkat çeken yenilikler şu şekilde sıralanabilir;

Yayınlarda tarafsızlığın temini için Siyasi Yayınlar Hakem Kurulu kurulmuş aynı zamanda Yönetim Kurulu ve Genel Müdüre çeşitli konularda danışmanlık temini için Danışma Kurulları kurulabilmesine izin verilmiştir.

Organizasyon İdari, Program ve Teknik Genel Müdür Yardımcılıkları olarak organize edilmiştir. Genel Müdür Program Yardımcılığında kurulan TRT haber merkezi görülmektedir, Program Etüd ve Planlama, Program ve Müzik Dairelerinin kurulduğu görülmektedir. Bu birimler hem radyo, hem de Televizyon için program ve yayın hazırlamaktaydılar. Halkın yoğun ilgisi ile karşılaşan televizyon karşısında, bu birimlerin radyoya gereken önemi vermemeleri, kendi heyecan ve motivasyonlarını televizyona yöneltmiş olmaları, radyo da uzun bir dönem yayıncılık olarak değişiklik olmamasına sebep olmuştur.

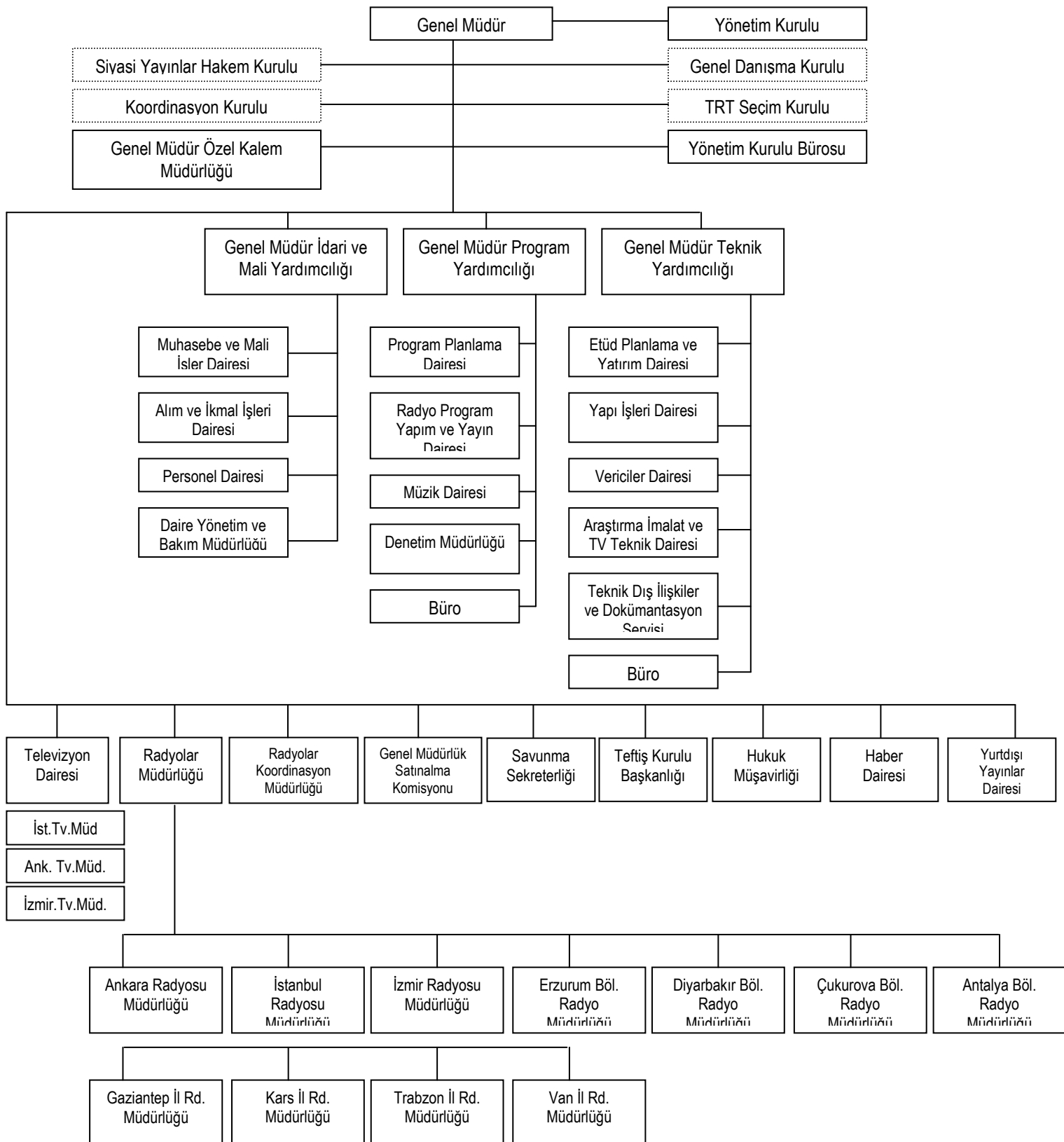
2.6.2 TRT’de II.Yeniden Yapılanma ve Örgütlenme Yapısı (1972)

1972 tarihine gelindiğinde, TRT organizasyon yapısı ve örgütlenmesinde değişiklikler yaşamıştır. 1972 tarihinde çok önemli yeniden yapılanma hareketi gerçekleştirmiştir. Yeni yapı, büyük değişiklikler içeriyordu. Yapının değişmesinin ötesinde, bugün TRT’de halen yürürlükte olan Kuruluş Görev Yönetmeliği, Satın alma yönetmeliği ve bunun gibi birçok yönetmelik, Kurum için gerekli pozitif bürokrasi bu süreçte oluşturulmuştur..

Bu yapılandırma sonucunda en önemli değişiklik Kurumun yönetici kadrolarının gençleştirilmesiydi. Yaşları 30 ile 40 arasında olan bir çok genç yayıncı, üst düzey yönetim görevlerine getirildi. Kuruma dinamizm ve gençlerin yeni fikirlerinden yönetim kademelerinde faydalanılarak yeni bir vizyon kazandırılmaya çalışıldı.

1 Eylül 1972 tarihinde yürürlüğe giren yeni yapı aşağıdaki gibidir.⁶⁷

⁶⁷ Sarmaşık, Jale, Türkiye’de Radyo ve Televizyon Düzeni (1927-2000), Maltepe Üniv.Yayınları, 2000, s.57



Kurum Organizasyon yapısı incelendiğinde önemli değişikliklerin gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Radyo Programlarının Yapımı ve Yayını ile ilgilenecek özel bir birim oluşturulmuştur. Böylelikle radyo programları ile televizyon programlarının farklı oldukları anlayışı tekrar kazanılmıştır. Çok fazla sayıda radyo bulunduğu için radyolar arası koordinasyonu sağlamak için kurulan Radyo Koordinasyon Kurulu görülmektedir.

Kurum için ileride önemli bir organ haline gelecek olan Koordinasyon Kurulu, 359 sayılı yasayı değiştiren 1568 sayılı yasa ile kurulmuştur. Koordinasyon Kurulu önemli bir işlev üstlenmiştir.

Önemli bir değişiklik, mali ve idari yardımcılığa bağlı bazı ünitelerin merkezileştirilmesi ve düzeyinin değişmesidir. Örneğin Personel Müdürlüğü, başkanlık düzeyine çıkarılmaktadır. Yeniden yapılanma süreci sonunda, İdari ve Mali Yardımcılığın, günün koşullarına uygun olarak, oldukça işlerlik kazanacak bir yapıya sokulmuştur.

Bu dönemdeki yeniden yapılanmanın en önemli yanırlarından biri ise haber işlevinin merkezileştirilerek, doğrudan genel müdüre bağlı bir daire başkanlığı haline getirilmesidir. Bu, günümüz yayıncılık örgütlenme kuramına uymayan bir mantıktır.

Televizyon Dairesi, merkezi bir daire başkanlığı haline getirilmiştir. Daha önceki dönemde, televizyon için gerekli teknik alt yapının geliştirilmesini için, 1966 yılındaki örgütlenme yapısında, Televizyon Dairesi, Teknik Yardımcılığa bağlı bir daire olarak görülmektedir. Ancak, televizyon yayınlarına başlanmasıyla öne çıkan bu yayın türü, günün koşullarında, bu Dairenin, doğrudan Genel Müdürlüğe bağlanmasını gerektirmiştir. Göze

çarpan önemli bir değişim de, yurt dışına yönelik yayınların, merkezileştirilerek, bir daire başkanlığı haline dönüştürülmesidir.

Teknik anlamdaki değişimler, kurumun başlatacağı teknik izlenebilirliği artırma atağına öncü olarak yapılan düzenlemelerdir. Bunun en önemli unsuru, Yapı İşleri Dairesinin kurulmasıdır. Bu Daire, vericilerin yurt sathına yayılmasında önemli bir işlevi yerine getirecektir.

1568 sayılı Yasa TRT'de yapısal değişiklikler de gerçekleştirdi. 359 sayılı Yasada TRT'nin organları Yönetim Kurulu ve Genel Müdür iken, 1568 sayılı Yasa ile üç yeni organ tanımlanmıştır:

- Koordinasyon Kurulu
- TRT Seçim Kurulu
- Genel Danışma Kurulu

Yani TRT'nin yapısına, bürokrasi içine çekilmek amacıyla, politik olarak müdahale edilmiştir. İkinci bir değişiklik ise Yönetim Kurulu üyelerinin atanmasıyla ilgilidir. 1568 sayılı Yasaya göre Yönetim Kurulu üç değişik gruptan oluşmaktadır:

1. Genel Müdür,
2. Hükümet tarafından atanan üyeler,
3. Değişik kuruluşlar tarafından aday gösterilen ve TRT Seçim Komitesi tarafından seçilen üyeler

Yani, Yönetim Kurulu üyeleriyle ilgili en önemli değişiklik, TRT çalışanlarının, Yönetim Kurulunda, iki üye ile temsil edilme hakkının kaldırılmasıdır.

2.6.2.1 359 ve 1568 Sayılı Yasaların Karşılaştırması

359 sayılı Yasa ile TRT, özerk bir kamu yayın kuruluşu olarak düzenlenmişti. TRT'nin kendi yönetimi tarafından düzenlenen başlangıçtaki kuruluş yapısına bakıldığında, Kurumun bir kamu yayın kurumunun ana işlevlerine sahip olduğu görülmektedir. Ancak, bu, TRT yönetiminin kendi iradesi ve tercihleriyle gerçekleşen ilk ve son kuruluş yapısıydı. Yukarıda da belirtildiği gibi, 359 sayılı Yasa TRT'ye özerklik sağlıyordu. 1568 sayılı Yasanın (1971) temel özelliği ise özerkliği kaldırarak, TRT'yi kamu hizmeti yapan tarafsız kuruluş haline getirmektir. Anayasanın ilgili maddesinde tarafsızlık kelimesi kullanılmakla birlikte, Yasa, iktidar taraflılığını ve iktidarın güdümünü sağlamaya yöneliktir. Bu durumu garantiye almak için yasa, TRT'nin yapısını da, bazı ayrıntılarla açıklamaktaydı.

359 sayılı Yasa ile 1568 sayılı Yasa arasındaki ikinci fark ise görevlerin ve yayın ilkelerinin açıklanma yöntemi idi. 359 sayılı Yasada iki konu da aynı maddede yer almıştı. 1568 sayılı Yasada bu konular değişik gruplara ayrılmaktaydı.

Yayın ilkelerinde bazı çelişkiler vardı. Tarafsız olma ilkesi, açık oturum programlarındaki cevap hakkı konusunu içeren son ilkeyle çelişmekteydi.⁶⁸

Vural'a göre, "Açık oturum programlarında, tarafsız olma ilkesi zaten cevap hakkı sorununu çözmektedir. Bu hak, sadece bir tarafı tutma durumunda söz konusu olabilir."

⁶⁸ Sacide Vural, a.g.e., 1986

Aslında, TRT 1971'den sonra tarafsız olamadı. Her hükümet döneminde, özellikle haber programları, hükümet icraatını anlatan bir araç oldu.

2.6.3 TRT'nin Günümüzdeki İdari Yapısı

1980'lerde kuruluş yapısında önemli bir değişiklik olmamıştır. TRT genel müdürleri, siyasi durumları nedeniyle bağımsız davranmamışlardır. Her hükümet, TRT'yi propaganda aracı olarak kullanmaya çalışmıştır. Her yeni genel müdür geldiğinde Kuruma bir tırpan atılarak; siyasi atamalar yapılmıştır. Üst düzey yönetici pozisyonlarına yeni atama yapabilmek için görevden alınan yöneticiler bazı kıyak kadrolara atanmaktadır. Böylece, İnceleme ve Araştırma Kurulu, Eğitim Dairesi, Hasılat Dairesi ile Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi siyasi olarak şişirilmiştir. Buna ek olarak, Sosyal İşler ve İç Hizmetler Dairesinde çalışanların sayısı da siyasi etkilerle artmıştır.

Bu daireler ve özellikle idari daireler, Kuruluş ve Görev Yönetmeliğinde belirlenen temel işlevlerini yerine getirecek olan eleman kalitesine, hiç bir zaman ulaşamamışlardır. Bu da Kurumun yayınlara ilgili hizmetlerini önemli ölçüde olumsuz etkilemiştir.

Üst düzeydekiler, program-haber-teknik kadrolarında çalışanları geliştirmek ya da artırmak yerine, büyük siyasi baskılar nedeniyle, idari kadrolarda çalışanların sayısını artırmışlardır. TRT, çalışanlarına ödenen ücretler itibarıyla, gözde bir kamu yayın kuruluşuydu.

Yasal olmayan ilk özel (o zaman için korsan) televizyon şirketi yayına başlayana dek, durum o kadar kötü değildi. Çünkü TRT tek yayın kuruluşu olarak yayın tekelini elinde tutuyordu. Reklam gelirleri bütçesinin hemen hemen yarısını karşılıyordu. Bu nedenle, oldukça rahat ve mali sorunları olmayan bir kamu yayın kuruluşu görünümündeydi.

TRT Kurumu Organizasyon Yapısı

Yönetim Kurulu

Genel Müdür

Genel Müdür Yardımcıları

Yayın Program Yardımcısı

İdari Yardımcısı

Teknik Yardımcısı

Mali Yardımcısı

Personel Dairesi Başkanlığı

Eğitim Dairesi Başkanlığı

Sosyal İşler ve İç Hizmetler Dairesi Başkanlığı

Hasılat Dairesi Başkanlığı

Reklam Dairesi Başkanlığı

Muhasebe ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı

Alım İkmal Dairesi Başkanlığı

Yapı İşleri Dairesi Başkanlığı

Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı

ARİM Dairesi Başkanlığı

TPK Dairesi Başkanlığı

Ana Hizmet Birimleri

Haber Dairesi Başkanlığı

Televizyon Dairesi Başkanlığı

Radyo Dairesi Başkanlığı

Müzik Dairesi Başkanlığı

Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı

YPKD Dairesi Başkanlığı

Stüdyolar Dairesi Başkanlığı

Vericiler Dairesi Başkanlığı

Yayın Arşivleri Dairesi Başkanlığı

Taşra Teşkilatı

Ankara Televizyonu Müdürlüğü

Ankara Radyosu Müdürlüğü

Ank Bölge Vericiler Müdürlüğü

İstanbul Bölge Müdürlüğü

İstanbul Televizyon Müdürlüğü

İzmir Bölge Müdürlüğü

Antalya Bölge Müdürlüğü

Çukurova Bölge Müdürlüğü

Diyarbakır Bölge Müdürlüğü

Erzurum Bölge Müdürlüğü

Trabzon Bölge Müdürlüğü

Danışma ve Denetim Birimleri

Hukuk Müşavirliği

APK Dairesi Başkanlığı

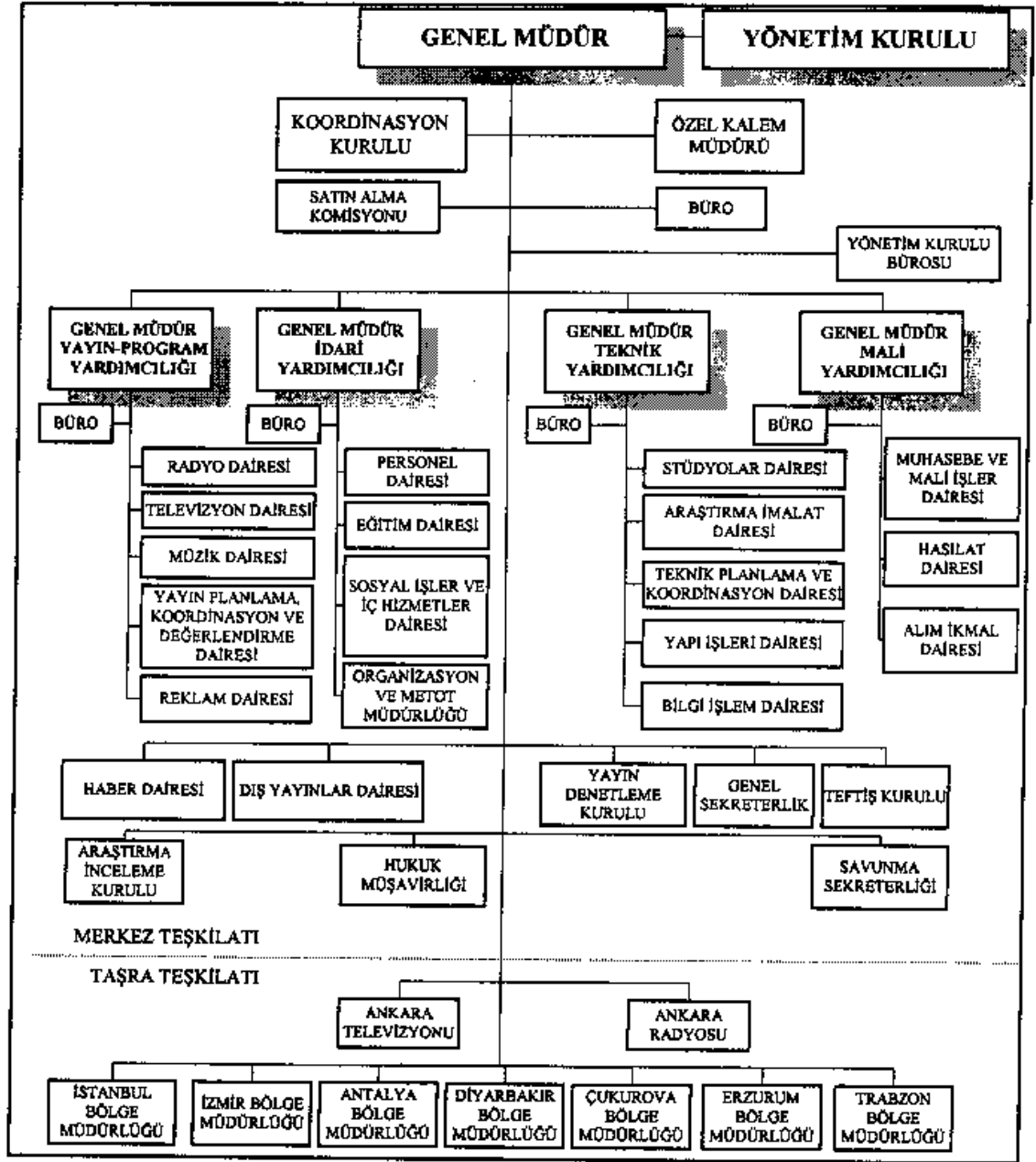
Teftiş Kurulu Başkanlığı

Yayın Denetleme Kurulu Başkanlığı

Yardımcı Hizmet Birimleri

Genel Sekreterlik

Savunma Sekreterliği



Şekil 4.17. TRT'nin Yürürlükteki Örgüt Yapısı
(Kaynak TRT)

2.6.4 Özel Radyo Kanallarının Örgütsel Yapısı

Bilindiği gibi dünyada her türlü üretim ve hizmet eylemi gibi radyo yayınları bir örgütsel yapı içerisinde yapılır. Bu yapı ise radyo yayınlarının yapıldığı ülkenin siyasal, sosyal, ekonomik yapısı ve radyonun yayıncılık kültürü ile doğrudan ilgilidir. Diğer bir başka deyişle bir radyo kanalının yapısı, içinde bulunduğu ülkenin yönetsel sistemiyle yakından ilgilidir.⁶⁹

Kamuoyu hizmeti sunan radyolarla, tecimsel amaçlı özel girişimci radyoların yönetim yapısının birbirinden farklı olması normaldir. Örneğin ticari amaçlı bir radyo kanalında örgüt şemasında reklam ve satış bölümü bulunması gereken önemli bir bölüm iken, ticari amaçlı olmayan devletin, hükümetin ya da ticari olmayan yapıdaki radyo kanalında bu tür birimlere gereksinim olmayacağı açıktır.⁷⁰

Bu bakımdan radyo kanallarının örgütsel yapılarını, içinde bulundukları sistemler ve sunacakları hizmetler belirler denilebilir. Ayrıca en genel sınıflandırma ile, radyo kanallarının örgüt yapıları, bu tür özellikleri belirleyeceği gibi, radyoların verici güçleri, kapsama alanları, çalışan eleman sayısı, parasal olanakları, en önemlisi yayınların amacı ve bu amacı gerçekleştirecek program türlerinin ağırlığı gibi özellikler de radyoların örgüt yapısını belirleyen diğer etmenlerdir.⁷¹

⁶⁹ Aziz, Aysel, Radyo Yayıncılığı, Ankara, 2002, s.18

⁷⁰ Aziz, a.g.e., s.18

⁷¹ Aziz, a.g.e., s.18

Radyo kanallarının örgüt yapıları, farklı ölçütler dikkate alınarak dört temel grupta toplanmaktadır.⁷²

- Ulusal radyolar, örneğin 1200Kw'lık vericileriyle TRT
- Bölgesel radyolar, 200-600Kw arasında değişen vericileri ile Diyarbakır ve Antalya Radyoları örnek olarak verilebilir.
- Yerel radyolar, örneğin küçük kent ve kasabalara yönelik yayın yapan radyolar, Radyo Vizyon, Bodrum FM
- Uluslar arası Radyolar, örnek olarak Türkiye'nin Sesi Radyosu

Bu radyoları daha detaylı inceleyecek olursak;

2.6.4.1 Büyük/Geniş ölçekte (Ulusal) radyolar

Radyo ulus çapında ya da o ülkenin büyük kısmına seslenen yayınlar yapıyorsa bu tür radyolara ulusal radyo kanalları denir. Bu tür radyo kanallarında aşağı yukarı tüm birimler mevcuttur. Ancak, burada kanalın reklama yer vermesi durumunda bu tür hizmeti gören; reklam satışı yapan, bu tür yayınların yapılmasını sağlayan, üreten ya da üretileni denetleyen birimler de yer almaktadır.⁷³

Bu tür kanallar daha çok büyük şehirlerde bulunur. Bu tür radyolarda çalışan sayısı, radyonun hangi sistemle yönetildiğine göre değişir. Tecimsel özel radyolarda çalışan eleman sayısı, özel teşebbüs mantığına uygun

⁷² Aziz, a.g.e., s.19

⁷³ Aziz, a.g.e., s.19

olarak, masrafların azaltılması amacı ile, yayın formatına bağlı olarak en fazla 50-60 ile en az 20 kişi arasında iken, devlet ya da hükümet sistemlerinde, hizmetin gereği olarak, sayıları çok daha fazladır.⁷⁴

Yayın formatı da çalışanların sayısını belirleyen önemli bir etmendir. Örneğin söz ağırlıklı formatı bulunan radyolarda bu sayı, söz programlarının türüne bağlı olarak daha fazla iken, müzik ağırlıklı yayın yapan radyolarda daha azdır. Pek çok radyo kanalı bilgisayarlı teknik ile müzik yayın yaptıklarından, daha az insan çalıştırma eğilimindedirler.

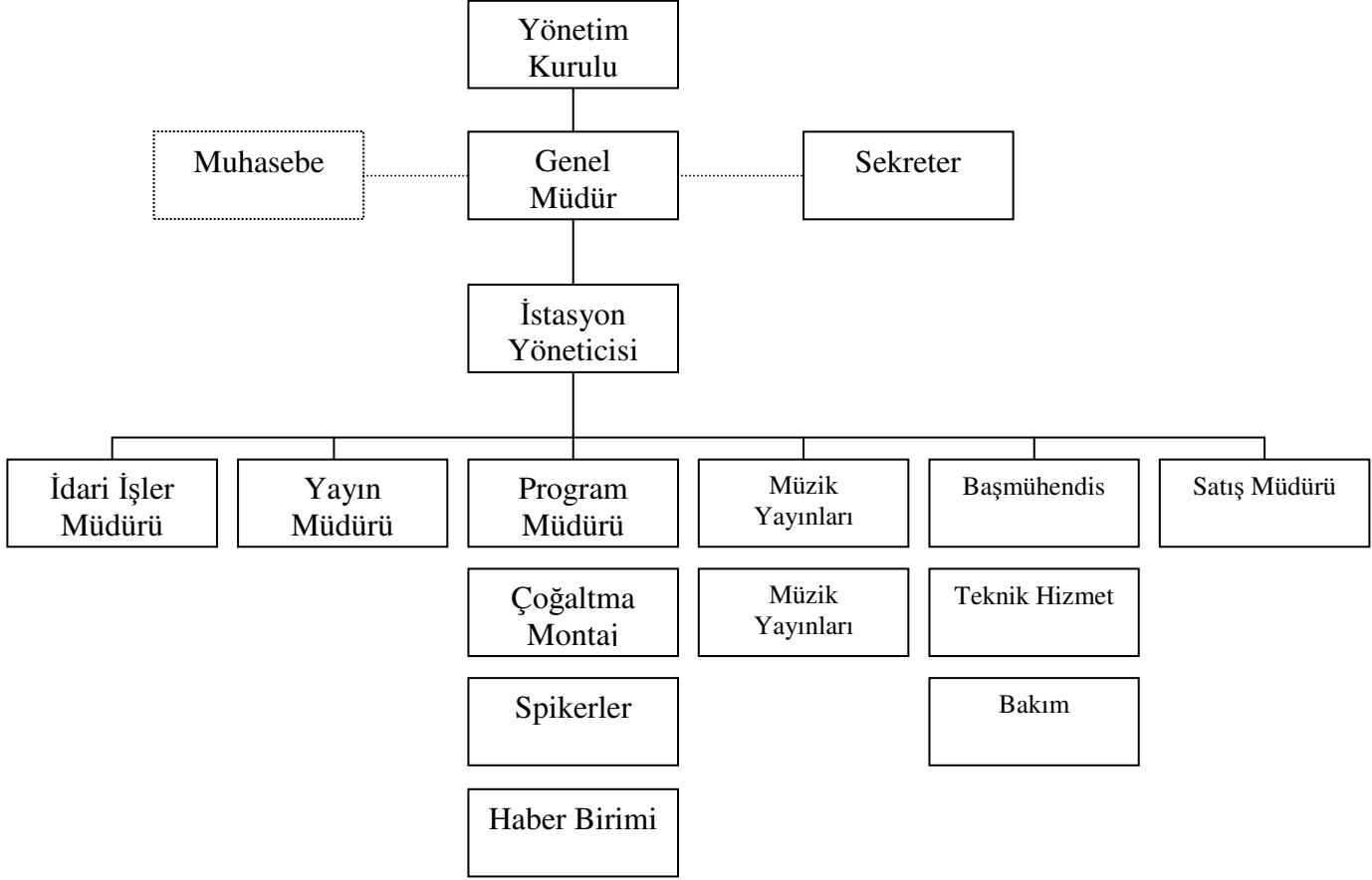
Büyük radyo kanallarında genel olarak şu birimler/kişiler bulunur:⁷⁵

Yönetim Kurulu / Kanalın Sahibi
Genel Müdür /Başkan Yrd.
İş Yöneticisi
Sekreter
İstasyon Yöneticisi
Program Müdürlüğü
Çoğaltma
Spikerler
Müzik Yayınları Müdürlüğü Yardımcıları
Yönetmel İşler Yöneticisi
Baş Mühendis
Teknisyenler
Bakım
Satış Müdürü
Satış Elemanları
Muhasebe
Yayın Yönetim
Haber Birim

⁷⁴ Aziz, a.g.e., s.19

⁷⁵ Aziz, a.g.e., s.19

En temel organizasyon şemasına bakılacak olursa;



Tıpkı televizyon istasyonlarında da olduğu gibi, bir radyo istasyonunda çalışan elemanlar açısından, en kalabalık birim, program birimidir. Özellikle söz ve haber ağırlık program yapan kanallar için, programları hazırlama görevi olan bu birim, radyo istasyonlarının bütçe açısından en fazla gideri olan birimdir.⁷⁶

Bu tür büyük radyo kanallarında tüm ülkeye ulaşmaya çalışılır ve izleyici kesimi daha genişir. Genel olarak yayınlarda her kesime hitap etmeye çalıştıkları için, her tür konuya yer verilir. Bu radyolara örnek olarak

⁷⁶ Aziz, a.g.e., s.21

kamu hizmeti yayıncılığı yapan TRT radyoları örnek olarak verilebilir. TRT'nin Radyo 1, TRT FM, Radyo 3 ve Radyo 4 programları tüm Türkiye'yi kapsar niteliktedir.⁷⁷

Ticari radyolara örnek verecek olursak, Show Radyo, Süper FM, Kral Radyo gibi radyo istasyonları büyük radyo kanallarına örnek olarak verilebilir. Ancak çalıştıkları personel açısından TRT ile özel radyo istasyonları arasında çok büyük fark vardır. Özel kanallardaki eleman sayısı, yukarıda da değinildiği üzere, çok daha sınırlıdır. TRT'nin çalıştırdığı personel sayısı, radyo-televizyon kanalları ve Genel Müdürlükte çok fazladır. Yaklaşık 8500 dolayında TRT personelinin TRT'de görev yaptığı bilinmektedir.⁷⁸

2.6.4.2 Orta ölçekte (Bölgesel) radyolar

Bu tür radyolar da yine nüfusu yoğun olan bölgesel kent merkezlerinde bulunurlar. Yayın yaptıkları bölgede yaşayan nüfusa seslenen yayınları vardır. Tecimsel kanallarda çalışan eleman sayısı 12-20 arasındadır. Ticari olmayan kanallarda ise örneğin devletin ya da hükümetlerin elinde bulunan kanallarda bu sayı daha fazladır. Bu tür kanallardaki verici gücü, 30kw-600 kw arası değişmektedir.

⁷⁷ Aziz, a.g.e., s.21

⁷⁸ Aziz, a.g.e., s.21

Orta Ölçekte ya da bölgesel nitelikteki radyo istasyonlarında genel olarak şu birimler ve çalışanlar bulunur:⁷⁹

Radyonun Sahibi (özel kanallar için)

Genel Müdür

Program Müdürü

Söz Yayınları Yapımcıları

Spikerler

Haber Birimi

Müzik Birimi

Spikerler

Satış Müdürü

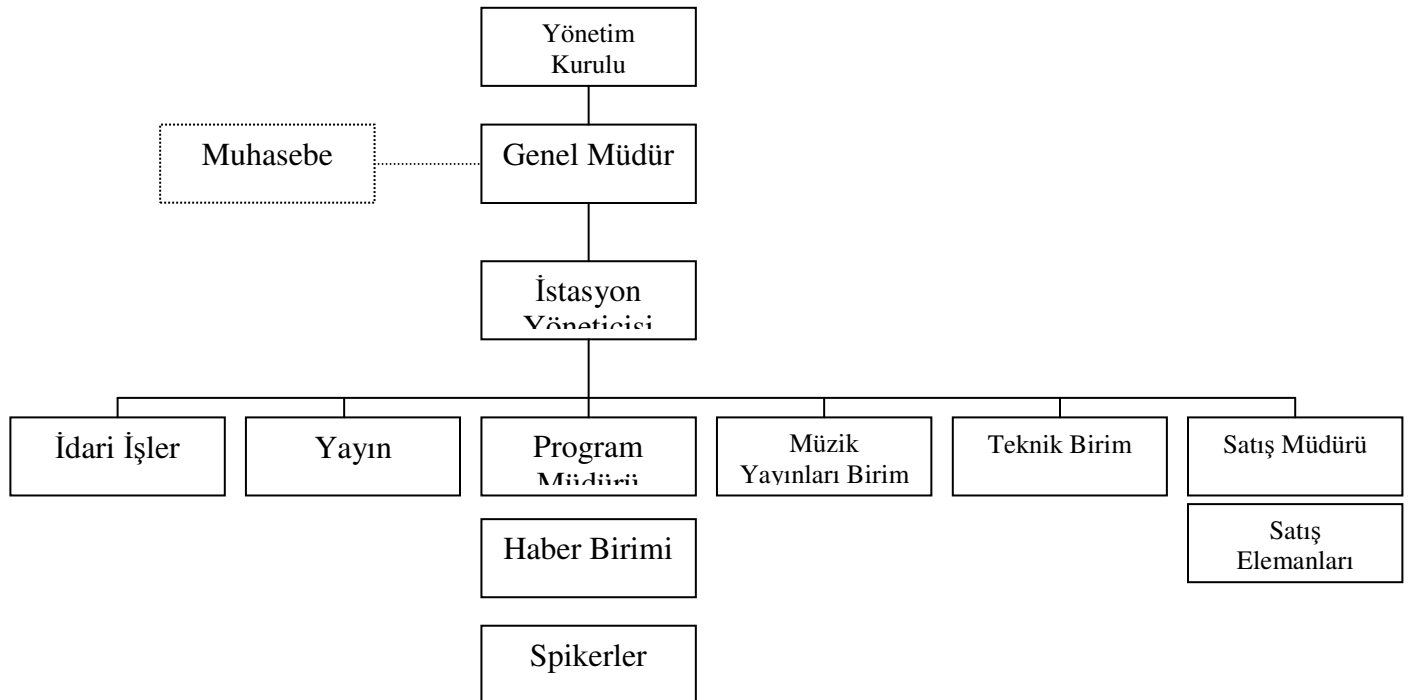
Satıcı Elemanlar

Yayın ve Muhasebe

Baş Mühendis

Teknik Elemanlar

İdari İşler



⁷⁹ Aziz, a.g.e., s.22

2.6.4.3 Küçük ölçekte (Yerel) radyolar

Küçük radyo kanalları yerel ya da mahalli radyo kanallarıdır. Büyük yerleşim yerlerinde bulunmakla birlikte daha çok küçük yerleşim merkezlerinde, kasabalarda yayın yaparlar. Büyük Karasal verici gücü 100 watt ile 10 kw. arasında değişir. Radyo kanalının ve vericisinin bulunduğu yerin engebeli olması durumunda verici gücü 20 kw'a kadar çıkabilir. Kapsadığı nüfus sayısı, verici gücüne bağlı olarak, en fazla 500 bine kadar çıkar. Günümüzde bu istasyonlar FM yayını yaptıklarından ses dalgalarının karasal vericilerden radyo alıcılarına “doğrudan yayılım” yolu ile iletilmektedir.⁸⁰

Bu tür kanallarda çalışan eleman sayısı ve buna bağlı olarak da birimler sınırlıdır. En fazla 6-7 tam zamanlı eleman ile dışarıdan gelen yarı zamanlı elemanla çalışırlar. Program türleri çok çeşitli değildir ve özellikle ticari olan kanallar daha çok müzik yayını yaparlar. Bu tür radyo istasyonlarının sayısı, özellikle dijital yapım ve yayın olanaklarının varlığı ile çok kolay ve ucuza mal olduğundan, çok fazladır.⁸¹

Bu gün gerek dünyada gerekse Türkiye’de küçük ölçekteki bu yerel radyoların sayısı çoktur. Türkiye’de ticari amaçlı olarak 1991- 1994 yıllarında yayına başlayan bu kanallar ile yerel radyo kanallarında adeta bir patlama olmuş, o güne kadar yerel radyoculuğu çok sınırlı olarak TRT radyolarından izleyen Türk toplumu, birden bire kendi yerel kanallarına sahip olmuştur.⁸²

⁸⁰ Aziz, a.g.e., s.22

⁸¹ Aziz, a.g.e., s.22

⁸² Aziz, a.g.e., s.23

Devletin elinde bulunan TRT’de ise başlangıçtan beri küçük ölçekli radyo kanalı eğilimi yoktur. Yıllardan beri radyolar ya ulusal ya da bölgesel olarak kurulmuştur. FM yayınlarına geçirilmesine rağmen yine merkezi bağlantı yapılması yeğlenmiştir. Küçük vericiler olmasına rağmen linklerle bu istasyonlar birbirine bağlanmış, yöresel nitelikte, bir kaç sınırlı radyo istasyonu dışında, yerel radyoların kurulması yoluna gidilmemiştir. Bu durumun yarattığı boşluk ise günümüzde özel ticari radyo kanalları ile doldurulmaktadır.⁸³

Ne yazık ki TRT’nin bu konudaki tutumu, kuruluşundan (1964) bu güne kadar sürmektedir. TRT’nin kurulmasından önce 1959 yılında alınan bir hükümet kararı ile Anadolu’nun çeşitli yerlerinde 27 yerel radyo kurulması kararı alınmış, büyük bir kısmı 27 Mayıs 1960 Askeri harekatı nedeni ile uygulanamamıştır.⁸⁴

Zaman zaman çeşitli nedenler ile yerel radyolar açılmış, ancak kısa bir süre sonra bu radyoların verici güçleri arttırılarak bölgesel yayın durumuna getirilmiştir. TRT’nin bu tutumu bütçe ile ilgili olarak görülmekte ise de Merkezde ve büyük kentlerdeki bölge radyolarındaki çalıştırdığı eleman sayısına bakılarak bu hususun da geçerli tek neden olmadığı açıktır.⁸⁵

Küçük ölçekli ya da yerel radyolarda örgütsel yapı şöyledir:

Radyo Sahibi (özel/tecimsel kanallar için)

Radyo Müdürü

Program Müdürü

Yapımcı(lar)

⁸³ Aziz, a.g.e., s.23

⁸⁴ Aziz, a.g.e., s.23

⁸⁵ Aziz, a.g.e., s.24

Muhabir(ler)
 Spikerler
 Satış Müdürü
 Satış elemanları
 Yayın-Yönetim Birimi/Muhasebe
 Teknik Eleman
 İdari eleman

Bu tip radyolarda tam bir organizasyon şemasından söz edilemez. Ama genelde küçük girişimci organizasyon hakimdir. Maliyetlerin kısılması için birçok görev tek kişi üzerine yüklenebilmektedir. Bu da yayınlarda uzmanlaşmaya mani olmaktadır. Küçük ölçekli radyolarda, bütçe sınırlı olduğundan az personel ile yayın yapılmasına çalışılır. Bunun için de çalışan elemanların, bir kaç işi birden yapacak elemanlar olmasına özen gösterilir. Görevler arasında esneklik vardır. Örneğin program yapımcısı aynı zamanda, muhabir ve spiker olarak da görev yapabilir. Kimi kez teknik eleman olarak da çalışması; en azından kendi programının seslendirmesini, kurgusunu yapması da beklenir. Yönetici durumunda bir müdür hem radyo müdürü, hem program müdürü, hem de denetim müdürü görevini üstlenebilir.

Türkiye’de özel kesim yerel radyolarında bu tür bir uygulama görülmektedir. Program dışarıdan yarı zamanlı olarak -çoğunlukla DJ’ler- çalıştırılan yapımcı ve sunuculara yaptırılmakta, yayınların en az sayıda personel ile yürütülmesi sağlanmaktadır. Bu konuda söz ağırlıklı yayın yapan NTV Radyosu ile müzik ağırlıklı yayın yapan Radyo Eksen örnek olarak verilebilir. İstanbul’da 24 saat yayın yapan bu iki yerel radyo istasyonu, aynı mekanı paylaşmakta ve her ikisinde toplam çalışan sayısı 8 kişiyi geçmemektedir.

Türkiye’de büyük, orta ve küçük ölçekteki radyo kanallarının birimleri ve buralardaki çalışanların sayısı ve nitelikleri iki temel yasa ve değişiklik Yasasına bağlı olarak çıkarılan yönetmeliklerle saptanmıştır.⁸⁶

2.6.5 Radyolarda Personel Sıkıntısı

Radyolar aynı binlerce kişiye seslenebilme yeteneğine sahiptiler. Dolayısı ile hazırlanan programların, yayınların, haberlerin ve dinleyiciye sunulan her şeyde bir mükemmel arayışı içinde olmaları gerekir. Bir kitle iletişim kuruluşunda sorumluluk üstlenen kişilerin gerçek anlamda "yayıncı" olmaları gerekmektedir. Kısaca yayıncının ne olduğunu anlamak gereklidir.

Yayıncı her şeyden önce elindeki malzemeyi iyi tanımalı, yeterli teknik bilgiye sahip olmalıdır.

Hedef kitlesini ve hedef kitlesine ulaşabilecek programların nasıl yapılacağını tüm aşamalarıyla bilmelidir.

Yayın kuruluşlarını ilgilendiren tüm yasaları, kuralları bilmelidir.

Ekip çalışması yapabilmenin ön şartı olan eleman belirleme (seçme), görevlendirme, verim alma yöntemlerini bilmelidir.

Bir yayın kuruluşunun; kurulması, yayına başlaması ve başarılı bir şekilde sürdürülmesi için gerekli bilgileri edinmesi ve sürekli bir araştırma içinde olması gerekmektedir.

Özel radyoların ilk kurulduğu yıllarda ülkemizde "yayıncı" olarak adlandırabileceğimiz insanların sayısında sıkıntı olmuştur. Özel radyoların ilk yıllarında eleman sıkıntısı yaşanmıştır ki bu doğaldır. Özellikle küçük bütçelerle

⁸⁶ Aziz, a.g.e., s.24

kurulmuş radyolar, nitelikli eleman sıkıntısı sebebi ile zorlanmışlar ve yayıncılıkta kalitenin yükseltilmesinde faydalı olamamışlardır. Yayıncı aranan özelliklere sahip olsa dahi bir radyo kuruluşunun yayınını tek başına yürütmesi beklenemez. Yayıncılık bir ekip işidir ve günümüz radyoculuğunda az sayıda personel ile yayın yapmak övünülecek bir olgu değildir.

Radyo, dinleyicisi olduğu sürece varolur. Dinleyicisini yitiren radyo istasyonları gözlemlendiğinde en önemli neden yönetimdeki bilgi, beceri ya da istek eksikliğidir. Yeterli ve bilgili eleman sıkıntısı günümüzde hala olmakla beraber, durum eskiye nazaran çok daha iyidir. Bu süreç zarfında, çalışanlar tecrübe kazanmışlar, kurulan yayıncılara ait derneklerin eğitim faaliyetleri, danışmanlık firmalarının eğitim ve hizmetleri sayesinde günümüzde bu sıkıntı aşılmaya çalışılmaktadır.

Hedef izleyici kitle ne kadar kesin çizgilerle belirlenmiş olursa olsun, sürekli değişen yaşam koşullarına paralel olarak bazı değişkenlikler gösterecektir ve kısıtlı personel bu tür değişimlere yanıt verecek yayını gerçekleştiremeyecektir.

Yeterli sayıda personelin çalıştırılması farklı bir kavramdır ama yeterli personelin çalıştırılması farklıdır. Rekabet ortamında bulunduğumuz bu dönemde radyo ayakta kalabilmek için ortaya dinleyiciyi çeken farklılıklar, yenilikler ve yaratıcılık koymalıdır. Değişim hızına ve rekabetine ayak uyduramayan radyoların ömrünün uzun olamayacağı açıktır. Bu değişim tüm teknik altyapı ve çalışanlara uyarlanmaz ve gerekli iyileştirme, değişim ve moral motivasyon yüksek tutulmaz ise radyoların çok kısa süre içerisinde sıkıntı yaşayacakları kesindir.

Radyoların hızla sayıca artması, piyasadaki tecrübeli insanların aşırı talep görmesine neden olmuş ve personel sıkıntısı yaratmıştır. O dönemde kimi uzmanlar yarı-zamanlı olarak radyolarla çalışmış, kimisi danışmanlık ve eğitim hizmeti vermiştir. Yeterli personel ve uzman bulunamaması sebebi ile de programların kalitesi çok düşmüş, teknik ve yayından kaynaklanan problemler artmış, radyolar birbirlerine zarar verir hale gelmiştir. Özellikle ulusal radyoların TRT'den transfer ettikleri uzmanlar ile çalışmak istemesi TRT'yi de zor durumda bırakmış ve TRT'nin kurum içi eğitimlere ağırlık vermesine neden olmuştur.

Şu an Üniversitelerde Radyoculuk ve Yayıncılık bölümleri kurulmuş, ilgili eğitimler, kurslar, seminerler düzenlenmiş, yurtdışından danışmanlık ve eğitim firmaları getirilmiş, Türkiye'de nitelikli yayıncı yetiştirebilmek için tüm imkanlar zorlanmıştır.

Günümüzde bu sıkıntı nispeten aşılmış olmasına rağmen, Türk Halkına hitap edecek yaratıcı programlar bulunmasında, mevcut programların taklitten bir adım öteye geçmesini sağlayacak personelin bulunmasında bir darboğaz söz konusudur.

2.7 Radyo Yayıncılığı ve Kullanılan Dil

Radyo da hizmet sunarken en önemli şey kullanılan dildir. Çünkü radyo, sadece kulağa ve hayal dünyasına seslenmektedir. Kulağa hitap etmek için kullanılan dil, yazılı basından ve hatta görsel olarak süslenen televizyondan çok farklıdır. Haber ajanslarının genelde yazılı basın için geçtikleri ve hızla

hazırladıkları için karmaşık haberleri alıp radyoda aynen okumaya çalışmak radyo dinleyicisi için uygun değildir.

Radyocu, gazete ve televizyona göre dinleyiciyi hızla yakalayan ve anlamasını sağlayan cümleler ve dil kullanmalıdır. Radyocu elinden geldiği kadar günlük konuşma dilini kullanma çabasına girmeli bunu yaparken de program ciddiyetini ve kalitesini düşürmemelidir. Radyoda herkese yazdığınızı okuyacağınızı önceden okumalarını öğütlenmektedir.

Radyo yayınlarında, cümlelerde birden fazla fikir ya da bilgi vermekten kaçınmalıdır. Birçok bilginin tek cümlede verilmeye çalışılması radyo dinleyicisini radyodan uzaklaştırmaktadır. Radyo dinleyicisinin anlamasını, hayal gücünü kullanmasını ve sıkılmamasını sağlayacak yalın, renkli, sıkmayan ve birbirini tekrarlamayan sözcüklere ihtiyaç duyar. Özel radyoların yayına başlamasıyla bu gerçek unutulmuş, yayıncılar gelişigüzel konuşmaya başlamışlardır. Artan rekabet ve serbest piyasa ekonomisi ile dinleyicilerin tercihlerinin baskısı radyo yayıncılarının bu gerçekleri ön planda tutmasıyla pozitif olarak değişmektedir.

Özel radyoların ilk yayına başladıkları zamanlarda, özellikle amatör ruh ve küçük bütçeler ile dinleyiciye ulaşmaya çalışan radyolar, her ne kadar haber ve söz ağırlıklı programlarda TRT Radyolarını örnek almaya çalışsalar da çok zorlanmışlardır. Ulusal olarak yayına başlayan ve büyük sermayeler ile kurulan özel radyolar personel ve teknik ekibe gerekli eğitimleri yayına başlamadan önce aldırılmışlar ve küçük radyolar kadar zorlanmamışlardır.

Günümüzde birçok radyo özellikle haber sunan radyolarda ki sunucular, haberleri çok kısa ve akılda kalacak şekilde bizlere sunmak çabası içindedir. Özel Radyolar, genelde TRT radyolarının haber sunma tarzını benimsemektedir. TRT sunucuları gibi, öz Türkçe kullanıp, yalın cümleler

kurmaya dikkat etmektedirler. TRT bu noktada özel radyo kanallarına örnek vazifesi görmektedir.

Bununla beraber, özellikle yabancı müzik yayını yapan radyolarda, hem radyonun ismi, hem programların ismi ne yazık ki Türkçe değildir. Örneğin Power FM, Kiss FM, Number One, programlara bakacak olursak “Geveze In the Morning”, “Kick Box”...vb.

Özel radyoların yayına başladıkları tarihten itibaren, radyolarda yanlış Türkçe kullanımı, Amerikan aksanlı Türkçe konuşan spikerler, programlarda kullanılan yabancı kelimeler gittikçe azalmaktadır. Bu yalnız radyo yayıncılığında olan bir akım değil, Türkiye’nin her yerinde, tüm gündelik yaşamda olan bir akımdır. Halkın bu özentî tarza vereceği prim azaldıkça, öz Türkçe kullanımına verilecek önem artacaktır.

2.8 Radyo Programlarındaki Yenilikler

Radyo 1940’lardan bugüne Türk Halkının en önemli Kitle İletişim aracı olmuştur. Kısa sürede haber, eğlence, müzik ve tanıtım açısından önemli bir araç haline gelmiştir.⁸⁷

Özel radyo kanalları, ölçeği ne olursa olsun, söz ve müzik ağırlıklı olmak üzere iki ayrı formatta yayın yapmaktaydılar. Bunlardan ağırlıklı olan yayın

⁸⁷ Eryılmaz, Tuğrul, Radyo ve Radyoculuk, Habercinin El Kitabı Dizisi, İstanbul, 2003

formatı müziğe dayalı yayındır. Söz ağırlıklı olanlar ise, oldukça sınırlı sayıda %1-2 oranında haber ve haber programları ağırlıklı kanallardır. Bunlara örnek olarak NTV Radyo, CNN Türk Radyo, TGRT FM, Açık Radyo, Radyo Foreks gibi, daha çok ulusal nitelikte yayın yapan radyo kanalları verilebilir.

Söz ağırlıklı radyo kanallarının önemli bir kısmı ise, açık olarak bu nitelikleri belirtilmese de din ağırlıklı söze dayalı radyo kanallarıdır. Daha çok Orta Anadolu Bölgesinde bulunan bu radyo kanallarında Kuran'dan ayetlerin okunması başta olmak üzere, İslamiyet'e ilişkin bilgiler ağırlıklı olarak verilirken, müzik olarak ilahilerin de yer aldığı tasavvuf müziği ağırlıklı bir yayın formatı ile yayınlar yapılmaktadır.

Özel radyo kanallarının müzik formatlı yayın kanalları ise, kendi içinde, bu tür resmi bir gruplandırma olmamasına karşılık, Türk Müziği, Halk Müziği, Hafif Türk Müziği, Hafif Batı Müziği, Popüler Müzik, çok az sayıda Klasik Batı Müziği, Arabesk Müzik gibi türlerde ağırlıklı olarak müzik yayını yapılmaktadırlar.⁸⁸

Özet olarak belirtmek gerekirse, özel radyo yayınlarının başlaması ile birlikte Türk radyoculuğu önemli bir değişime uğramıştır. Bu değişim, olumlu yönleri ile olduğu kadar olumsuz yönleri ile de Türk radyo tarihine damgasını vurmuştur. Bu değişikliğin olumlu olarak niteleyebileceğimiz yanları: Batıda olduğu gibi, radyo yayınlarında canlı, dinamik bir yayın formatı benimsenmiştir. Bunun sonucu olarak da yayınlarda kişiye yönelik, karşılıklı ilişki kuran, özel gereksinmelere yanıt veren bir yayın akışı vardır.

Özet olarak birkaç önemli radyonun yayın akışlarını verecek olursak;

⁸⁸ Eryılmaz, a.g.e.

TRT FM 20.07.2006 Yayın Akışı⁸⁹

07:00 Radyo Keyfi

07:30 Hava Durumu-Denizlerde Durum
08:10 Karayollarında Durum
08:25 Gazete Başlıkları
09:05 Kazandıran Şifre
09:15 TRT-FM'le Günaydın
10:15 Dikkatli Taşınıyor; Türkçe!

11:00 Günün Solistleri

12:00 Biz Bize

12.10 Günün Sözü
12.25 Sözü'nün Özü
12:45 Yarışma
13.10 Karayollarında Son Durum
13.25 Yeni Albümler
13.45 Yarışma
14.10 Para Piyasaları (İMKB)
14.25 Magazin Haberleri
14.45 Yarışma
15.03 Dinleyici İstekleri

16:00 Buyrun Radyo

16:15 Günün Konusu
16.30 Para Piyasalarında Son Durum
16.45 Kültür Sanat Haberleri
17.15 45'lik
17.45 Yarışma
18.15 Radyo ve TV Program Tanıtımı
18:20 Güncel
18.45 Yarışma
19:15 Muhabbet Olsun
19.20 Hava Durumu
19.25 Karayollarında Durum
19.45 Günün İletisi

20:00 Akşam Sefası

20:00 Türk Sanat Müziği, Türk Halk Müziği, Yerli-Yabancı Pop Müzik
20:15 Şiir Köşesi
20:30 Ünlü Sanatçılarla Röportajlar
21:15 Dinleyici İstekleri

22:00 Geceye Doğru

22:00 THM, TSM, Türk Pop Müziği, Hafif Batı Müziği
22:20 Hayat Dersleri
22:40 Beslenme Çantası...
23:10 Sinir Katsayısı
23:40 Yarışma: Şifre

00:00 Geceden Sabaha

24.00 THM, TSM, Türk pop Müziği, Hafif Batı Müziği
00.10 A'dan Z'ye Manzaralar
00.20 Yarışma: Geveze Sözlük
00.30 Spor ve Bakış

⁸⁹ Yayın Akışı, <http://www.trt.net.tr>

01.15 Mazeret Hattı
 01.45 Uzay Gündemi
 02.15 Dert Babası Derman Merhem
 03.15 Suni Gündem
 03.30 Hava Durumu
 03.45 Kara Yollarında Durum
 04.00 Tahir'den Bir Yaprak
 04.15 Popüler Köşe
 04.30 Siyah Beyaz Perde

Super FM Yayın akışına bakacak olursak;⁹⁰

06:30/09:00 DUYGU ÖZKAN
 09:00/12:00 BEYZAH ALABAY
 12:00/15:00 TOLGA GÜNDÜZ
 15:00/18:00 YALÇIN ALACA
 18:00/20:00 MICHAEL SHOW
 20:00/23:00 GÖNÜL DOSTU FÜSUN
 23:00/02:00 NİLAY ARPAÇ
 02:00/06:30 GECE YAYINI

Yayın akışlarına bakacak olursak, aslında Super FM'de program olarak nitelendirilebilecek pek fazla bir şey yok. Sadece DJ'lerin kendi tarzlarında hazırladıkları, bol bol sohbet, telefon bağlantıları aldıkları ve müzik çaldıkları belirli olmayan DJ'lerin kontrolünde bir akış bulunmaktadır.

TRT FM'de ise kuşaklar içinde alt program başlıkları ve konuları mevcuttur. Daha fazla sayıda hem eğlendirici hem de öğretici program formatları bulunmaktadır. Ayrıca dakika dakika radyodaki yayın akışına ait çizelge ile verilmektedir. Yalnız burada dikkat edilmesi gereken TRT FM'in hedef kitlesini çok geniş tutmasıdır.

⁹⁰ Yayın Akışı, <http://www.superfm.com.tr>

Super FM'in hedef kitlesi daha dar olmasına rağmen, programlarda kendini bulan, eğlenmek isteyen insan sayısı daha fazladır. Bu da programlara yansıyan dinleyici sadakati ve dinlenirlik araştırması sonuçlarında daha başarılı olması ile ölçülmektedir.

2.9 Radyolarda Yerelleşme

Küreselleşme kavramını 1980 yılından bu yana kullanılan bir terimdir. Küresel boyutta, kurumları, devletleri ve toplumların bütünleşmesi maske tanımı altında kullanılan bir kavramdır. Yalnız küreselleşme olgusuna radyo yayıncılığı penceresinden baktığımızda, yayıncılıkta bir yerelleşme eğilimi olduğu görülmektedir. Bununla beraber internet sayesinde ulusal radyolar gibi, yerel radyolarda, global düzeyde tüm dinleyicilere ulaşma şansı bulmuşlardır. Radyo için küreselleşme, sadece radyo sahipliği konusunda tekelleşme anlamına gelmektedir. Örnek olarak, Kiss FM, Capital FM gibi radyolar dünya radyoculuğunda markalaşmışlardır.⁹¹

Yukarıda belirtildiği gibi radyolar kapsama alanlarına göre sınıflandırılırlar. Buna göre, yerel radyolar, yalnızca küçük kent ve kasabalara yayın yapan radyolardır. Türkiye'deki 1000'e yakın özel radyo istasyonunun çoğu bu kategori içine girmektedir.

⁹¹ Timisi, Nilüfer, Avrupa Radyo Yayıncılığında Yerelleşme ve Türkiye, A.Ü.BYYO Yıllık,2001

Bugün gelişmiş ülkelerde, radyo hala en çok talep edilen iletişim aracıdır. Radyonun global bir yayıncılık anlayışı izlediği dönemlerde dinleyicisi azalmıştır bu da radyonun asıl gücünün, yerel ve dar hedef kitle üzerinde olduğunun bir göstergesi olmuştur. Radyo bireylere tek tek ulaşan bir kitle iletişim aracıdır.

Özel radyolar, dinleyiciler üzerinde kendilerine sağlam bir kitle edinebilmek için ya hedef kitlelerini daraltmaktadırlar ya da kendilerine yeni hedef kitleler oluşturmaya çalışmaktadırlar. İkinci yol, daha uzun ve riskli bir seçim olduğu için genelde özel radyolar hedef daraltma yolunu seçmektedirler.

Bugün birçok ulusal ya da büyük radyoların istedikleri başarıyı yakalayamamasının en önemli sebebi, genel hedef kitleye seslenmekte olmalarıdır. Özetle, genel ortak saptamalar ve ortak anlatımlarla seslenen yayın türü geçerli olamaz. Daha da önemlisi, radyo yayıncılığında ortak saptamalar ve anlatımlar radyoya zarar verir. Bütün iletişimsizliğe karşın, iletişimi başarabilmek için, dar hedef kitle yayıncılığı zorunludur. Radyocuların, bireylerinin çıkarına olan iyi şeyleri söylemeleri, söylenemeyenleri dile getirmeleri dikkat çekmez, radyoda dinleyiciyi cezbeden onun isteklerini dile getirebilmektir. Çünkü radyo dinleyicisini tek olarak yakalar. Kitlenin kendi çıkarları doğrultusunda, taleplerini kendi sesiyle yansıttığı bir katılımcılık esas alınmalıdır.

Günümüzde radyo kurma isteği olan kişi ve kuruluşlarca olaya ekipman açısından bakılması ve amaç ve hedef kitle belirlenmeden radyolarda organizasyon oluşturulması yanlıştır. Çünkü hedef kitlenin iyi belirlenmesi ve uygun olarak hedef kitleye ulaşılması gerekmektedir. Aksi takdirde radyo her zaman boşlukta kalacak, hedef kitleye uygun donanım ve yapıya sahip olmadığı için hem maddi hem manevi bir hoşnutsuzluk oluşturacaktır.

Radyo gelişmiş ülkelerde en çok talep edilen iletişim aracı olmasına rağmen, gelişmekte olan ülkelerde televizyonun karşısında ikinci plana düşmüştür. Gelişmekte olan ülkelerde insanların boş vakitlerinin daha çok olması, onları ucuz olan televizyonlardaki niteliksiz eğlence programlarına yöneltmektedir. Gelişmiş ülkelerde ise radyo ilk sıradadır. Çünkü radyo yaşamın her ortamında dinlenebilir. Üretim biçimi daha hızlıdır.

Görülmektedir ki, radyo tüm dünyada hala büyük ilgi çekmektedir. Ulusal ve bölgesel düzeyde radyo yayıncılığının azalsa da, yerel radyo yayıncılığı gelişmektedir. Bunun nedeni hedef kitle, birey ve grupların kendilerini yayının içinde bulabilmeleridir. Yerel radyoların hedef kitlelerini en sağlıklı biçimde belirleme imkanları, ulusal ve bölgesellere oranla çok daha fazladır. Dolayısıyla yerleşik ve en az değişen dinleyici kitlesine sahip olma avantajlarını, katılımcı yayıncılık açısından ortaya koyabileceklerdir. Ulusal ya da bölgesel radyoların izleyici kapma savaşimleri kendi aralarında olmaktan çok yerel radyolarla, yani dar hedef kitle yayıncılığı yapan radyolarla olacaktır.

Doğal olarak radyo izleyicisi kendini yayında bulmak, yakın çevresini doğrudan etkileyen ve kolayca ulaşabileceği iletişim süreci içinde yer almak isteyecektir. Bu görüşten hareketle bir yerel radyoyu, ulusal ya da bölgesel radyo biçiminde örgütlemek yayıncılık açısından her hangi bir başarı artışı sağlamayacaktır.

Kaldı ki, bir radyo kurulurken "yalnızca yayın yapmak" dışında bir amaca sahip olmak zorundadır. Önceleri söylenmeye gerek duyulmayan bu tümce, bir ara neredeyse periyodik olarak yayımlanan RTÜK yönetmelikleriyle tüm radyoların haftalık yayın plasmanlarının -şimdilik %20'sinin- belirlenmesiyle önem kazanmıştır. Söz konusu yönetmeliklerin tam anlamıyla uygulanması durumunda radyoların birbirinden pek farkları kalmayacaktır.

Bu sebeplerden ötürü, bir radyo yaşayabilmek için tecimsel istekler dışında bir amaç saptayarak işe başlamalıdır. Bu amaç giderek çeşitlenmek gibi bir tercih seçilmemesi kaydıyla kendi hedef kitlesini, hatta daha ileri giderek kendi "dar hedef kitlesini" oluşturacaktır.

Bu açıdan bakarsak dar hedef kitleyi tespit ederek yayına başlamak da söz konusu amacı oluşturabilir. Bu durumda amaç; belirlenen kitleyi çekebilecek, yönlendirebilecek bir yayını oluşturmak görünümünde ortaya çıkacaktır. Elbette bu durumda dar hedef kitlenin tam bir tanımını yapmak, sınırlarını çizmek, profilini belirlemek büyük önem kazanacaktır. Burada düşünülebilecek küçük bir yanılğı izleyici kaybını ortaya çıkarır. Olabildiğince kapsamlı bir eğilim belirleme araştırması yapılmalı ve bu araştırma, süreç içerisinde ortaya çıkabilecek değişimleri saptayabilmek için belirli aralıklarla yinelenmelidir. Günümüzde halktan kopuk, toplumsal sorunları gözardı eden; buna karşın varlığını sürdüren kimi kurumlara rastlanabilir. Ancak bir kitle iletişim kuruluşu için böylesi bir olgu söz konusu değildir.

Radyo en kolay ulaşılabilen ve en ucuz kitle iletişim aracıdır/Kuruluş giderleri açısından da en ucuzdur. Yine de günümüz koşulları, ilgili yasalar, müeyyideler ve artan rekabet dikkate alındığında doğabilecek külfetin, göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Reklam pastasının büyümemesi durumunda bile, yerel radyolar, giderek daha fazla pay alma ve daha etkili reklam yapma açısından avantajlı konumdadırlar. Harcamalarının diğerlerine kıyasla daha az olması, daha uygun fiyatlarla reklam alabilme şansını yaratır. Yerel radyo reklamları için, yerel ticari işletmeler yeterlidir. Uygun fiyatlara sunulan bu hizmetlerin, o mahalle, semt ya da ilçeye ait radyolara reklam vermeleri kendileri için de avantajdır.

Anlaşılabacağı üzere tüm ileri sürülenler, yerel radyoların sayısının giderek artacağı ve daha önemli işlevler üstlenecekleri doğrultusundadır. Bu durum dikkate alındığında ulusal ya da bölgesel yayıncılığı hedefleyen özel radyoların yeni bir yapılanmaya gidecekleri öngörülebilir.

2.10 Dijital (Sayısal) Radyo

Dünyada özellikle elektronik alanında, sürekli yeni teknolojiler geliştirilmektedir. Bu geliştirilen teknolojilerin çok büyük bir kısmı iletişim alanında kullanılmaktadır. Radyoda geliştirilen bu teknolojiye payını almaktadır, internet üzerinden canlı radyo yayını, her radyonun sms servislerini kullanarak dinlenecek parçaları interaktif olarak dinleyiciye seçtirmesi, internet üzerinden dinleyicinin kendi radyo programını seçmesi ve dijital radyo yayıncılığı bu yeni teknolojilere örnek olarak verilebilir.

Dijital yayıncılık teknolojisini radyo yayınlarında kullanma imkanı yaklaşık 10 yıldır mevcuttur. Kısaca adı DAB, (digital audio broadcasting), yani dijital radyo yayıncılığıdır. Bu noktada teknoloji mevcut olduğu halde dijital radyonun kitle iletişim aracı olup olamayacağı noktasında soru işaretleri vardır. Dijital radyolar 10 yıl geçmesine rağmen neden her evde hazır değil? The Independent Gazetesi'nde 14 Şubat tarihinde yayınlanmış bir incelemeye göre şu sonuçlar çıkmaktadır.⁹²

⁹² Gökçe, Deniz, Dijital Radyo Geliyor mu?, <http://www.ilef.net>

Dijital Radyonun şu an yaygın olmamasının sebeplerinden ilki radyoyu dijital olarak dinleyebilmek için önce Dijital bir radyo aygıtı gerekmesidir. İkincisi, dijital radyonun ses kalitesi ortalama mini bir disk alıcının kalitesindedir. Bu da yatırımın cazibesini azaltmaktadır. Üçüncü neden bugüne kadar DAB aygıtlarında kullanılan ip ünitelerinin çok pahalı olmasıdır. Dördüncü sebep ise internet bağlantısının hızlanması ve yaygınlaşması ile internet üzerinden radyo dinleme imkanının artmasıdır. Dijital radyo sistemi DAB kabaca saniyede 200 kb data aktarabiliyor, yani ev bilgisayarlarında kullanılan çevirmeli modemlerin tam dört misli kadar hızlı fakat ADSL imkanının gelişmesi ile bu hız cazibesini yitirmektedir.

Uzmanlar ses kalitesinin dijital radyo teknolojisinin geleceğini belirlemek açısından pek önemli olmadığını söylemekte ve esas konunun yatırım maliyeti olduğunu vurgulamaktadırlar. DAB aygıtlarının yaygın olmaması ve analog alıcılar karşısında çok pahalı olması şu an dijital geleceği etkileyen en büyük nedendir. Alışkanlıkların değişebilmesi, yeni aygıt satılabilmesi için aygıtların ucuzlaması gerektiği uzmanlar tarafından ifade edilmektedir.

Dijital alıcı çiplerinin pahalılığı da dijital radyo fiyatlarını yüksek tutan faktör olarak değerlendirilirken, artık çiplerin ucuzlamaya başlamış olması fiyatları aşağıya çekmektedir. Fakat dijital teknolojinin önündeki bir diğer sorun da çiplerin boyutlarının büyük olmasıdır. Ancak gelecek yıllarda uygun boyutta çiplerin yapılabileceği üretici firmalar tarafından duyurulmaktadır. Çiplerin küçülmesi otomobillere, cep telefonlarına ve diğer elektronik aygıtlara monte edilmesini imkan tanıyacak. Böylelikle otomotiv ve elektronik firmaları kendi ürünlerinde dijital radyo kullanma planlarına hız verebileceklerdir.

Fakat uzmanların asıl vurguladıkları nokta dijital radyonun data aktarma ve depolama konusundaki üstünlüğüdür. DAB teknolojisi çok daha fazla istasyon taşıyabilmektedir. Dijital teknolojide 240 KB data yeri mevcut. İnternet kalitesi TV için 100 KB ve TV kalitesi TV için ise 200 Kb yeterli. Mesela bu boyutta bit kapasitesi 3 G yani yeni kuşak cep telefonlarında mevcut değil. Bu özelliği nedeni ile dijital radyonun TV yayını mobil telefonlara taşıma özelliği var. Bu özellik radyonun başka bir açıdan bir saat kadar bir radyo yayını kayıt edip saklayabilmek özelliğine kavuşmasına yol açmaktadır.⁹³

Her teknoloji sonuçta daha yeni teknolojiye boyun eğdiği gibi, radyonun da dijital teknolojiden zaman içinde etkileneceği söylenebilir.

2.10.1 Türkiye’de Sayısal Radyo

Öncelikle Sayısal Yayıncılık konusunda RTÜK’ün internet sayfasında verilen bilgilere bakacak olursak;

20.yy’ın son çeyreğinde haberleşme, iletişim ve yayıncılık alanında kullanılan tekniklerde hızlı ve önemli gelişmeler yaşanmıştır. Özellikle sayısal iletişim tekniği kullanılarak yapılan radyo ve televizyon yayıncılık hizmetlerinde, analog yayın sistemlerine göre ses ve resim kalitesinin üstünlüğü yanında çeşitli bilgilerin de eş zamanlı olarak ve daha ekonomik koşullarla program iletmeye olanak sağlanması, ülkeleri bu konudaki araştırmalarını derinleştirmeye sevk etmiştir. Başta ABD, Almanya ve İngiltere olmak üzere bir çok ülkede yapılan fizibilite

⁹³ Gökçe, Deniz, Dijital Radyo Geliyor mu?, <http://www.ilef.net>

alışmaları ve saha denemeleri sonuçları 21.yy'ın yeni yayın sisteminin sayısal yayın sistemleri olacağını göstermiştir.

Sayısal televizyon, yayıncılıkta yeni bir methodur. Sayısal teknoloji kullanılarak gerçekleştirilen bu yeni yayın metodu başta karasal (terrestrial) yayıncılık olmak üzere uydu(satellite), Kablolu TV, LMDS, MMDS ve MVDS yayıncılığında kullanılmaktadır.

Önceleri bir iki ülkenin bir araya gelerek yürüttükleri bu çalışmalar bilahare ITU'nun gündemine alınmış ve nihayet ilk milletlerarası toplantı 1995 yılında Almanya'da (Wiesbaden) ve ikincisi İngiltere'de (Chester-97) yapılmıştır. Bu toplantılarda ülkelere sayısal radyo ve televizyon yayınları için ayrılan frekans ve kanallar belirlenmiştir.

Sayısal yayınlarla ilgili gelişmeler st Kurul tarafından seminer ve fuarlara katılmak, internet üzerinden konu ile ilgili dokümanlar tetkik edilmek suretiyle yakından takip edilmiştir.

Yayın sistemlerinde Avrupa ile entegrasyonun gerekliliği yanında bu yeni teknolojinin yayın kalitesi ve yayıncılığa getirdiği ekonomik çözümleri dikkate alan st Kurul'umuz yakın gelecekte ülkemizde de uygulamasına geçilebilecek olan sayısal yayınlar için Türkiye Radyo ve Televizyon Sayısal Frekans Planlarının hazırlanmasına karar vermiştir.

Bu maksatla Bilkent niversitesi ile 28 Ağustos 1998 tarihinde yapılan bir protokolle, Sayısal Radyo ve Televizyon Frekans Planlama Komisyonu oluşturulmuş ve çalışmalar başlatılmıştır.

Bu Komisyon;

- 12.06.2000 tarihinde, **“Türkiye Karasal Sayısal TV Frekans Planı”**nı tamamlayarak, ekleriyle birlikte 6 cilt halinde,
- 27.11.2000 tarihinde, **“Türkiye Karasal Sayısal Radyo Frekans Planı”**nı tamamlayarak, ekleriyle birlikte 3 cilt halinde, Üst Kurula sunmuştur.

3984 Sayılı kanunda değişiklik yapan 15/05/2002 tarih ve 4756 Sayılı kanun gereği, Analog ve Sayısal Radyo ve Televizyon Frekans Planları Telekomünikasyon Kurumuna devredilmiştir. Telekomünikasyon Kurumu tarafından revize edilen Planlar Haberleşme Yüksek Kuruluna sunulmuştur.

Belirtilen çalışmalara paralel olarak, ilgili Başbakanlık Genelgesi çerçevesinde konuya ilişkin kuruluşlarla yapılan toplantılar neticesinde hazırlanan, Sayısal Yayıncılık Konsepti çalışma sonuçları Haberleşme Yüksek Kuruluna intikal ettirilmiştir.

Sayısal Uydu ve Kablo Yayıncılığı ile ilgili Yönetmelikler yayımlanmış olup, Karasal Sayısal yayıncılığı için yönetmelik çalışmaları ilgili birimlerce yürütülmektedir.

Duyurudan anlaşılacağı üzere RTÜK'ün bu konuda bir çalışması mevcut, aynı zamanda TRT karasal sayısal yayıncılık konusunda öncülük yaparak denemelere başlamıştır. TRT, radyo yayınlarında da sayısal sisteme geçiş çalışmalarına hız vermiştir. Bilindiği gibi dünyada yayıncılık alanında analog yayıncılıktan sayısala doğru hızlı bir geçiş yaşanmaktadır.

Kısa, orta ve uzun dalga radyo vericilerinden uzak mesafelere sayısal olarak daha kaliteli yayın yapmak isteyen ülkelerin kurduğu DRM'nin (Dijital Radyo Mondiale) 5.Genel Kurulu Ocak 2003 tarihinde Türkiye'de yapılmıştır.

TRT Genel Müdür Vekili Ali Güney, toplantıda, TRT'nin sayısal yayına geçiş hazırlıklarını büyük ölçüde tamamladığını bildirmiştir.

Dünya çapında özellikle radyo verici ve alıcı üreticileri ile yayıncı kuruluşların üye olduğu konsorsiyuma Türkiye henüz üye değildir. 29'dan fazla ülkeden 74 üyesi bulunan konsorsiyumun çalışmaları 100'den fazla radyo vericisinden her gün deneme yayınları aşamasında. Sisteme uygun radyo alıcılarının piyasada olmaması nedeniyle bu yayınlar henüz dinleyicilere ulaşamamaktadır. Ancak görünen o ki, her şey planlandığı gibi giderse Türkiye iyimser tahmin ile 2009 yılında ya da en geç 2014 yılında karasal sayısal yayıncılık ile tanışacaktır.

Her yeni kitle iletişim aracının bir diğerini öldüreceği söylenir. Radyo çıktığında gazeteler ağır korkular yaşamışlardı. Televizyon, sinemayı öldürecekti. Şimdilerde internet'in diğer her türlü medyanın yerini alacağından söz ediliyor, ama bunların hiçbirisi gerçekleşmiyor. Tabii "eski" araç sarsıntı geçiriyor, ama sürekli gelişen teknolojinin de yardımıyla değişerek varlığını sürdürüyor. Teknolojiyi mutlak belirleyen olarak gören tekno-determinizmin tuzağına düşmemek gerekmektedir. Burada önemli olan biraz da mevcut geleneksel teknolojileri nasıl kullandığımızdır. Radyo programcılarının gösterdiği yaratıcılık ile, dinlenebilir olmayı sürdürmeleri mümkündür. Ancak, bu konuda fazlaca bir ilerleme yoktur. Örneğin Türkiye'de özel radyolar, yukarıda da belirttiğimiz gibi, sadece yayınladıkları müzik türlerine göre farklılaşmış durumdadırlar. Yoksa, program formatı anlamında, birbirlerini tekrarlamaktadırlar.

Ne var ki, uydu aracılığıyla yayının yaygınlaşması, dijital yayıncılık ya da İnternet üzerinden radyo yayıncılığını mümkün kılan teknolojik gelişmeler, radyo sanayini ve programcılığını ateşleyebileceği söylenebilir. Teknolojinin sunduğu

yeni imkanların, insanları diledikleri anda, diledikleri müzik albümüne ya da habere hemen ulaşma imkanı sağlaması zamanla bugünkü anlamıyla radyo programcılığı kaldıracaktır diyebiliriz.

Radyo artık geleneksel anlamda radyo olmaktan çıkacak, programların ne olacağını radyo programcılarının değil, dinleyicilerin belirlediği bir araç haline gelecektir ki interaktif seyirci katılımında daha önceki bölümlerde bu konudan bahsedilmiştir.

Bu gelişmeler dikkate alındığında dahi yerel radyolar bazı açılardan avantajlara sahiptir. Yerel radyolar, yerel kültüre ve yerel haberlere ağırlık verdikleri ve de bunu dinleyicilerini küresel olandan da koparmadan yapabildikleri ölçüde, günümüz insanın beklentilerine cevap olabilme ayrıcalığına sahip yegane araç olma özelliğini sürdürüyorlar.

2.11 İnternet üzerinden Radyo Yayıncılığı

Matbaa, Radyo ve Televizyon günlük hayatımızda çok önemli değişiklikler yapmıştır. İnternetin yaygınlaşması ile yayıncılık için yeni bir medya oluşmuştur. Böylelikle, son yıllarda hayatımıza giren yeni bir kavram ortaya çıkmıştır. İnternetten yayıncılık denilen bu kavram hem görsel hem işitsel medyayı kapsamaktadır.

İnternet üzerinden yayın yapan radyolar gün geçtikçe artmaktadır. İnternet aracılığı ile yayın yapan istasyonlar, ya mevcut olan yayınlarını internette de yayınlamakta ya da sadece internet ortamında yayın yapmaktadırlar.

Ayrıca ilerleyen zamanlarda frekans kullanım ücretleri nedeni ile internet yayıncılığı daha da önem kazanacaktır. Radyolar internetten yayın olanağına ek bir yatırım yapmadan online yayın hizmeti veren internet siteleri sayesinde kavuşabilmektedirler. Hatta daha az bir yatırım ile frekans kullanmadan dahi internetten yayın yapılabilmektedir. Ancak İnternetten yapılan yayın düzenlemelerinde çeşitli boşluklar mevcuttur. Ayrıca sadece internet aracılığı ile yapılan yayınların kaliteli dinlenebilmesi için yüksek hızlı internet bağlantısına ihtiyaç duyulması, internet hizmetlerinin ülkemizde çok pahalı olması nedeni ile bir süre daha popüler olamayacağını söylemek mümkündür.

İlerleyen zaman içerisinde yüksek hızlı internet bağlantılarının artması, ucuzlaması, internet bağlantılarının her yerde erişilebilir olması durumunda frekans işgal etmeden yayın yapılabilecek olması, belki de frekans problemine çözüm olacaktır.

2.12 Radyoda 2000’li yıllar ve Avrupa Birliği Uyum Yasaları

2000 yılından sonra hızlanan Türkiye’nin Avrupa Birliği macerası sebebi ile birçok kanunda değişiklikler yapılması ve Avrupa kanunlarına uygun hale

getirilmesi istenmekte olduğu bu dönemde çıkan değişiklik yasalarına baktığımızda yayıncılığı ilgilendiren birçok madde olduğunu görmekteyiz.

Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair 4676 sayılı Kanun, Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer tarafından 18 Haziran 2001'de veto edilmiştir. TBMM Anayasa Komisyonu'nda 9 Nisan 2002'de görüşülen yasa, üzerinde hiçbir değişiklik yapılmadan kabul edilmiş, Yasa, 21 Mayıs 2002'de Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.⁹⁴

Ancak Cumhurbaşkanı Sezer, yasanın yürürlüğe girdiği gün, Anayasa Mahkemesi'ne yürürlüğü durdurma ve iptal davası açması üzerine Anayasa Mahkemesi, 12 Haziran 2002'de, yasanın bazı hükümlerinin "yürürlüğünün durdurulması"na karar vermiştir. Cumhurbaşkanı, yasayı onaylarken, yaptığı açıklamada "yasanın basında tekelleşmeye neden olacağını" belirtmiştir.⁹⁵

Bu yasanın getirdiği en önemli değişiklik, 3984 Sayılı Yasanın tekelleşmeyi önlemek için getirdiği düzenlemeleri değiştirmesidir. Burada, izlenme veya dinlenme payı yıllık ortalama %20'yi aşmadıktan sonra, ister yerel ister bölgesel ya da ulusal olsun istenildiği kadar kuruluşa sahip olunabilecektir. Ayrıca diğer önemli bir değişiklikte; TBMM Genel Kurulunun, 9 Üst Kurul üyesinin 5'ini seçmesidir. Bu da RTÜK üzerinde siyasi etkinin artması demektir.

AB Uyum yasaları süresince birçok yasa büyük bir hızla tartışılmadan kabul edilmiştir ki, bu yasaların bir kısmının içerisinde Radyo ve Televizyon Yasalarına ait değişiklikler mevcuttur.

⁹⁴ Avrupa Birliği Uyum Yasaları Paketleri, <http://www.belgenet.com>

⁹⁵ Avrupa Birliği Uyum Yasaları Paketleri, <http://www.belgenet.com>

2.12.1 3.Uyum Yasaları Paketi (3 Ağustos 2002)

Avrupa Birliği (AB) Genel Sekreterliği'nce hazırlanan, Adalet Bakanlığı'nca son şekli verilen AB'ye uyum sürecinde çeşitli yasalarda değişiklik yapan teklif, 3 Ağustos 2002'de TBMM'de kabul edilmiştir.⁹⁶

"Avrupa Birliği'ne Uyum Yasaları" olarak adlandırılan "Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun", yürürlüğe girdikten sonra, Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer, yasanın 9. maddesinin iptali için 14 Ağustos 2002'de, Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) de, yasanın 6 maddesinin iptali için, 9 Eylül 2002'de Anayasa Mahkemesi'ne başvurmuştur.⁹⁷

4771 Sayılı Yasanın en önemli özelliği, Türkçe dışındaki farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılmasına yasal olanak sağlıyor olmasıdır. Bu madde şu şekilde düzenlenmiştir.⁹⁸

MADDE 8.- A) 13.4.1994 tarihli ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasına aşağıdaki hükümler eklenmiştir.

Ayrıca, Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Bu yayınlar, Cumhuriyetin Anayasada belirtilen temel niteliklerine, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne aykırı olamaz. Bu yayınların yapılmasına ve

⁹⁶ Avrupa Birliği Uyum Yasaları Paketleri, <http://www.belgenet.com>

⁹⁷ Avrupa Birliği Uyum Yasaları Paketleri, <http://www.belgenet.com>

⁹⁸ <http://www.tbmm.gov.tr>

denetimine ilişkin usul ve esaslar, Üst Kurulca çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.

2.12.2 6.Uyum Yasaları Paketi

Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde çeşitli yasalarda değişiklik yapan 6. tasarı, 12 Haziran 2003'de 59. Hükümet tarafından TBMM'ye sevk edildi. Tasarı, 18 Haziran 2003'de Adalet Komisyonu'nda görüşüldü. Komisyonunda üzerinde bazı değişiklikler yapılan tasarı, TBMM Genel Kurulu'nun 19 Haziran 2003 tarihli 96. Birleşiminde kabul edildi.⁹⁹

Yasanın maddeleri şu şekildedir;¹⁰⁰

MADDE 14. - 13.4.1994 tarihli ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının dördüncü cümlesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Ayrıca, kamu ve özel radyo ve televizyon kuruluşlarınca Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir.

MADDE 15. - 3984 sayılı Kanunun 15 inci maddesinin dördüncü fıkrasının ikinci cümlesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

⁹⁹ Avrupa Birliği Uyum Yasaları Paketleri, <http://www.belgenet.com>

¹⁰⁰ <http://www.tbmm.gov.tr>

Mahallî yayınları izlemek için gerekli görülen yerlerde halen mevcut kadrolardan bölge teşkilâtı oluşturulabilir.

MADDE 16. - 3984 sayılı Kanunun 32 nci maddesinin üçüncü fıkrasındaki “yedinci günden itibaren” ibaresi “yirmidört saat içinde” şeklinde değiştirilmiştir.

MADDE 17. - 3984 sayılı Kanuna aşağıdaki geçici madde eklenmiştir.

GEÇİCİ MADDE 10. - 4 üncü maddenin birinci fıkrasında öngörülen yönetmelik bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren dört ay içinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulunca hazırlanarak yürürlüğe konulur.

Kamuoyunun da yakından takip ettiği 6.Uyum Paketinde en önemli madde; TRT'nin elinde bulunan saat sınırlı Türkçe dışındaki dillerde yayın yapılmasını sağlayan yasanın değiştirilerek yayın hakkının tüm özel radyo ve televizyon kuruluşlarına sağlanmasıdır.

2.12.4 Farklı Dil ve Lehçelerde Yayın Yönetmeliği (25 Ocak 2004)

Yönetmeliğe göre "kamu ve özel ulusal radyo ve televizyon kuruluşları", Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde RTÜK'ten izin almak suretiyle yönetmelik doğrultusunda yayın yapabilecekler.¹⁰¹

¹⁰¹ <http://www.rtuk.gov.tr>

Bu dil ve lehçelerde sadece yetişkinler için haber, müzik ve geleneksel kültürün tanıtımına yönelik yayınlar yapılabilecek. Bu dil ve lehçelerin öğretilmesine yönelik yayın yapılamayacak. Bu dil ve lehçelerdeki yeniden iletim konusu yayınları da dahil olmak üzere, radyolar günde 60 dakikayı aşmamak üzere haftada toplam 5 saat, televizyonlar ise günde 45 dakikayı aşmamak üzere haftada toplam 4 saat yayın yapabilecekler.¹⁰²

2.13 Günümüzde radyo ve radyoculuk

Radyo televizyon karşısında bir dönem üstünlüğü kaybetti fakat bu radyonun zaaflarından değil TRT Yönetiminin Televizyona verdiği önem ve halkın ilk başlardaki heyecanından kaynaklanmaktadır.

Günümüzde yaygın görüş olarak sunulan: Radyonun en hızlı ve güvenilir haber kaynağı olma özelliğini kaybetmesi, sadece bir müzik kutusu olarak değerlendirilmesi tartışılacak bir konudur. Bir dönem yeterli ekibe sahip olmayan radyolar, program maliyetlerinden de kaçarak müzik yayını yapmaya başlamış olsalar da radyonun haber verme işlevini bıraktığını söylemekte imkansızdır. Daha çok müzik yapmayı seçmiş olsalar dahi haber vermeyi sürdüren radyolar var. Ayrıca, gelişmiş ülkelerde yalnızca haber yayınlamayı ve kültür programları yapmayı sürdüren radyolar da var.

¹⁰² <http://www.rtuk.gov.tr>

Bilindiği gibi haberde en önemli özellik hızlı ve doğru olmaktır. Hız, radyonun diğer kitle iletişim araçlarına karşı sahip olduğu en önemli avantajdır. Radyo bu özelliğini kendini müzik ve eğlence yayını yapan bir kutuya çevirerek kaybetmektedir. Radyonun en kötü şartlar altında dahi dinlenebilme özelliği olması da diğer iletişim araçları arasında öne çıkmaktadır.

Radyonun bu özelliği yıllar önce gazeteleri tedirgin etmişti. Gazeteler radyo haberciliğinin gelişmesini engellemek için çeşitli yaptırımlar koyuyorlardı.

Örnek olarak, ABD'deki Associated Press (AP) haber ajansı, 1933'de radyolara ancak günde iki kez o da beşer dakikalık haber yayını yaparlarsa hizmet vereceğini bildirdi. Hatta iş daha da ileriye götürüldü ve hiçbir haberin 30 kelimeyi geçmeyeceği şartı da konuldu. Radyolar ayrıca çok yeni patlayan bir haberi de (breaking news) kullanamayacaklardı. Bu radyonun en ayırt edici özelliği olan hızını kullanamaması anlamına geliyordu. Ne var ki bir kaç yıl sonra NBC ve CBS gibi dönemin radyo devleri kendi haber toplama birimlerini oluşturmuşlardı bile.¹⁰³

Bugün radyonun kendini keşfetme sürecinde sahip oldukları avantajları fark etmeleri radyoları yine ön plana çıkarmaktadır. Bu da radyonun yerel haberleri vermede ki avantajıdır. Olay, size ne kadar yakın bir yerde meydana gelmişse, haber değeri sizin için o derece yüksektir. Adana'da sizin ilçenizdeki bir yangın başka bir ilçedeki yangından çok daha önemlidir.¹⁰⁴ Yerel radyolar, çevrelerine yönelik haberlere öncelik vererek ve hızlı olma ayrıcalıklarını kullanarak, dinleyicilerini tutabilirler, şu an ne yazık ki yerel radyolarımızda haber toplama servisi olmadığı için büyük ajanslardan geçen haberleri beklemek zorunda olmaları bu avantajlarının kaybına neden olmaktadır..

¹⁰³ Vivian, 1999:175

¹⁰⁴ Eryılmaz, Tuğrul, Radyo ve Radyoculuk, Habercinin El Kitabı Dizisi, İstanbul, 2003

Ne yazık ki, Anadolu Ajansı'nın radyosu olan ve Ankara'da yayına başlayan Radyo Anadolu, daha sonra İstanbul'a yönelik yayına başlamıştır. Radyo Anadolu her yarım saatte en yeni haberleri dinleyicilerine sunarak, patlayan haberleri dinleyicilere hemen aktararak, en önemli haber radyosu olan Radyo Anadolu 1999 yılında kapanmıştır. Türkiye'de haber radyoculuğu bu kapanma ile çok kan kaybetmiştir.

Radyonun gelişimine bakarsak, başlangıçta radyonun, tıpkı ilk ortaya çıktığında yazılı basının görmüş olduğu işlev gibi, "ulusu kültürel olarak birleştirme" işlevi yüklenmiş olduğunu görülmektedir. Çünkü, radyo dinlemek gazete gibi okur-yazar olmayı gerektirmiyordu ve görece olarak ucuzdu, böylelikle mümkün olduğunca geniş bir kitleye ulaşabiliyordu. Bu nedenle de etkili bir bilgilendirme/egitim aracı olarak kullanılabilirdi. Ancak televizyonun gelişi bu durumu biraz değiştirdi. Bunun üzerine de özellikle, ABD'de radyolar hedef kitlelerini küçültüp, farklı zevklerdeki dinleyicilere uygun, yani bütünsel değil parçalara bölünmüş bir programcılık anlayışına yönelmişlerdir.¹⁰⁵

Dolayısı ile radyolar hedef gruplarını daraltarak "*ihtisas radyosu*" kimliği kazanmışlardır. Türkiye böyle bir durumu, 1990'larda özel radyoların yayına başlamalarıyla tecrübe etti. Özel radyolar yayınlarını "Yabancı Pop Müzik, Türk Pop Müziği, Türk Halk Müziği, Özgün Müzik ve Arabesk, Klasik Batı Müziği, Türk Sanat Müziği..." gibi türlerden biri ve birkaçına daraltıp seçip, formatlarını bu müzik türlerini tüketen belirli dinleyici kitlelerinin beğenilerine göre düzenlediler. Bu da bir nevi hedef daraltma, topluluk yerelleşmesi idi.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Eryılmaz, Tuğrul, Radikal Gazetesi Ekleri

¹⁰⁶ Eryılmaz, Tuğrul, Radyo ve Radyoculuk, Habercinin El Kitabı Dizisi, İstanbul, 2003

Örneğin bugün, Pop türü müzik sevenler Capital Radyo, Top 40 dinlemek isteyenler için Power FM ya da Number One FM, Türk popu hayranları için de Best FM, arabesk ve fantezi müzik sevenler için Kral FM yayın yapmaktadır.

Yalnız şunu da vurgulamak gerekir ki, kültür, eğitim ve dolayısıyla söz ağırlıklı radyolar da yayınlarında müzik kullanmak zorunda kalmaktadırlar. Örneğin, mevcut radyolara alternatif bir bakış olan İstanbul merkezli *Açık Radyo*'da, sabah haber programı yapan Ömer Madra'da müzik yayınlarından faydalanmaktadır. Unutmamalı ki radyo sürekli aynı tonlama, aynı sese ve aynı formata uygun olan bir araç değildir.

Prof. Dr. Özden Çankaya'nın deyişiyle, "1927'den bu yana kendisine bir eğitim ve kültür aracı olma işlevi yüklenen ve bir sanat kurumu olarak görülen radyo, özel radyoculuğun yaygınlaşmasıyla birlikte, bir müzik kutusu ya da sabahları gazete haberlerini bize okuyan sesli bir gazeteye dönüşüverdi". Hatta yine aynı yazara göre, radyo hala bir medya olarak kendi özgünlüğünü kavrayabilmiş ve ortaya koyabilmiş değildir.¹⁰⁷

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin araştırmasına göre, dinleyiciler radyoyu, öncelikle "müzik dinlemek" (yüzde 68.5), sonra da "eğlenmek" (yüzde 13.7) için yeğliyorlar. Buna karşılık, "kültürlenmek" için tercih ettiklerini söyleyenlerin oranı yüzde 6.3 iken, "haber almak" için dinlediklerini söyleyenlerin oranı ancak yüzde 4.4'ü buluyor. Buna karşılık eğer haber dinlenecekse, ilk tercih açık farkla televizyon oluyor.¹⁰⁸

Böylelikle, örneğin İstanbul'da, ağırlıklı olarak batı pop müziği yayını yapan Power FM ve Metro FM gibi radyolar arasında yüzde 37.9 ve yüzde 18.9

¹⁰⁷ Özden Cankaya, "Türkiye'de Radyo Yayıncılığının Öyküsü", Yapı Kredi Yayınları, 2000, s.38

¹⁰⁸ Wedet George, Crookes Philip, Radyo 2000, Çev.M.Gerçekler, TRT Basın Yay.Müd, 1991, 268

oranlarıyla birinci ve ikinci sıraları paylaşırlarken, özel kültürel programlara ağırlık veren Açık Radyo kendine ancak yüzde 1'lik bir dinleyici kitlesi bulabilmektedir.¹⁰⁹

¹⁰⁹ Wedet George, Crookes Philip, Radyo 2000, Çev.M.Gerçekler, TRT Basın Yay.Müd., 1991, 254

SONUÇ

20. Yüzyıl da radyo yayıncılığı hızlı bir değişim geçirmiştir. 80 yıla yakın yayın geçmiş olan radyo yayınlarının bu gün için girmedığı hane yoktur denilebilir. Geçen süre içerisinde radyo yayıncılığı ilk deneme, acemilik aşamalarından geçmiş, günümüzde gelişmiş teknolojiye ve program kalıplarına, yayın formatlarına ulaşmıştır. Artık radyo yayıncılığı çok daha kompleks temeli olan bir iletişim teknolojisine, program diline, örgütlenmeye ihtiyaç hissetmektedir. Öte yandan geçmişte ailenin dostu, arkadaşı olan radyoculuk, giderek kişinin dostu arkadaşı olmuştur. Bunun bir nedeni bireycilik yönünde yaşanan toplumsal değişim, diğer nedeni ise, radyo yayıncılığının daha bireye seslenen bir yayın anlayışı istikametinde değişim göstermesidir.

Radyo yayıncılığının ilk düzenli gelişimi 1914 -1918 birinci dünya savaşı ve savaşı takip eden yıllarda gerçekleşmiştir. Dünyada gerçek anlamıyla radyo yayıncılığı 1920'lerde başlamıştır. Ülkemizde ise ilk radyo sinyalleri 1927 yılında gök kubbemizde dağılmıştır. TTAŞ adıyla ve tümü özel kişilerden oluşan şirket ülkemizde radyo istasyonu işletme hakkını elde etmiştir. 1930 yılı başlarına kadar devletin radyoya karşı tutumunu yardımcı bir tutum olarak niteleyebiliriz.

TRT'nin devreye girmesiyle, Türkiye'de yayıncılık alanındaki gelişmeler hızlanmıştır. Gelgelelim, TRT'nin örgüt içi düzenlemelerinin yetersizliği, personel şişkinliği, teknik, idari ve program personeli arasında eşgüdüm eksikliği, hiyerarşik yapılanma gibi etkenler yayıncılığın gelişimini olumsuz yönde etkilemiştir.¹¹⁰ Ayrıca hiyerarşik yapılanmanın getirdiği merkeziyetçiliğin bir yansıması olarak "paket program" uygulaması, programcılık eğitimi görmemiş elemanların bölge radyolarına yapımcı olarak atanması, ilkel yapım koşulları gibi

¹¹⁰ Öngören 1985: 2748-2748

etkenler, il ve bölge radyolarının gelişmesini etkilemiştir.¹¹¹ Radyolarla ilgili bir başka nokta da, yayın tekeli TRT'ye ait olmasına karşın, TRT dışı radyoların varlığıdır. 1971 yılı başında sayıları 70'i geçen okul, polis ve meteoroloji radyolarının yanı sıra ABD ile imzalanan askeri kolaylıklar antlaşması uyarınca çeşitli Amerikan radyoları da mevcuttu.¹¹²

80'li yıllardan itibaren dünyada yayın hayatını düzenlemeye yönelik girişimlerin arttığı görülmektedir. Bu düzenlemenin nedeni; yayıncılıkta yaşanan teknolojik değişimlerdir. Sınırlar ötesi yayın yeteneği daha az yatırımla daha verimli kapasite kullanımı, özel teşebbüslerdeki artışlar ile tekeli düzenlerden serbest rekabete geçiş sürecini yayın alanında gerçekleştirmek gibi konular gündemdeki yerini almıştır.

Türkiye'de 1980'li yıllardan sonra etkili olan liberal, dışa dönük anlayış ile halk ülke dışındaki değişikliklerden daha hızlı haberdar olmuştur. Avrupa'da gelişen çoğulculuk, yerel ekonomi ve yönetim modelinin güçlendirilmesi ve toplumun her kesiminin seslerini duyurması anlayışı Türkiye'yi de etkilemiştir. Halk devlet kontrolündeki tek taraflı iletilerden rahatsız olmaya başlamış, sınırlı haber almanın haber alma özgürlüğüne aykırı olduğu eğilimi güç kazanmıştır. Bu arada, Avrupa ülkelerinin birçoğunda devlet tekelinde olan radyo ve televizyon tekel olmaktan çıkmıştır. Tüm bu değişimler altında; Türkiye'de mevcut durumdan hoşnut olamayan ve değişime hazır bekleyen dinleyici kitlesi, girişimci sermaye ve yasal boşluklar gerekli tüm ortamı hazırlayarak, Türkiye'de yayın tekelinin delinmesine neden olmuş ve böylelikle Türkiye'de özel radyoculuk dönemi başlamıştır.

¹¹¹ Tuğrul, 1975

¹¹² Kocabaşoğlu 1985:2736-2737

Halkın devlet tekelindeki yayıncılık anlayışından hoşnut olmadığına bir diğer bir göstergesi de, özel radyoların sayısal durumlarının incelendiği bölümde anlatıldığı gibi, hızla çoğalarak sayılarının bir anda binlerle ifade edilmesidir.

Yine bir diğer gösterge de; özel radyoların kapatılmasından sonra halkın verdiği yoğun tepkidir. Ayrıca halk bu tepkisini protestoya dökmüştür. Otomobillerin antenlerine takılan siyah kordela ile “radyomu istiyorum” gösterileri halen hafızalardadır. Bu tepki ve protesto hükümeti hızlı bir çalışma yapmaya sevk ederek, gerekli değişikliklerin biran önce yapılmasına neden olmuştur. Halbuki özel radyoların açılmadan önce gerekli düzenlemeler yapılsaydı yaşanılan karmaşa önlenebilirdi. Bu düzensizlik nedeni ile, özel radyolar hep deneme yanılma yöntemi ile yanlışlıklarını düzeltme yoluna gitmişlerdir.

Yayıncılık anlayışları ve imkanları açısından değerlendirdiğimizde ortaya yine farklılıkların olduğu bir tablo çıkmaktadır.

Yayıncılık anlayışlarına bakıldığında; özel radyoların “ticari yayıncılık” esasında örgütlendikleri ve yayın içeriğini bu amaç doğrultusunda oluşturdukları görülmektedir. Belli bir ideolojik amaç taşıyan radyolar ve tematik radyolar dahi artan maliyetler karşısında yayın politikalarını ticari yayıncılık anlayışı altında tekrar yapılandırmaktadırlar. TRT’de ise, bunların farklı oranlarda birbiri içine girdiği çok sık görülen bir sistem olan “karma yayıncılık sistemi” mevcuttur.

Rekabetin başladığı, dinleyicinin başka alternatiflerinin de bulunduğu ilk yıllarla günümüz arasında TRT radyolarının kendilerini yeniledikleri, mevcut yasanın imkan ve kısıtlamaları doğrultusunda hareket ederek bu rekabet ortamında kendi gelirlerini ve dinlenirliklerini arttırmaya çalıştıkları göze çarpmaktadır.

TRT'nin yıllardır merkeziyetçi bir yaklaşımla yürüttüğü radyo yayınları, özel kanallarla gerçek bir yerel yayına dönüşmüştür. Yerel haberlerin o topluma duyurulmasında radyo, bir kitle iletişim aracı olarak asli görevini yapma durumuna gelmiştir.

Radyoculukta yayın formatları, program kalıpları, program materyalleri de zamana bağlı olarak değişmiştir. Toplumsal değişime bağlı olarak yayınların içeriği de değişmiştir. En önemli değişim hiç kuşku yok ki, radyo yayın ve yapım teknolojisinde olmuştur. Karasal vericiler yanında haberleşme uydularından transponderlerin kiralanarak, televizyon gibi, radyo yayınlarının da uydu teknolojisi ile yapılması radyo yayınlarında yeni bir devir açmış; böylelikle küreselleşmenin iletişim zeminine anlamlı bir katkı sağlanmıştır. Buna ek olarak bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler de radyo yayıncılığına teknik yönden başka boyutlar katmıştır. Ses kalitesi, yapımındaki ucuzluk, riskin olmayışı ve saklanmasıdaki kolaylık dikkate alınarak yeni teknolojiler yapımlarda tercih edilmeye başlanmıştır.

Program içeriklerinde yaşanan değişimler ele alındığında, 1992'den bu yana TRT radyolarında genel olarak müzik programlarında bir artış, haber programlarında ise bir azalma olmuştur. Ayrıca program içerikleri incelendiğinde, TRT radyolarında bir hedef kitle oluşturulduğu gözlenmektedir. TRT FM özel radyolarla rekabet edebilecek şekilde yapılandırılmış, hedeflenen reklam gelirlerinde bir artış meydana gelmiştir. TRT Radyoları 1 programı ise kamu yayıncılık anlayışı ile şekillendirilmiş müzik programları azalmış, eğitim ve kültür programlarında bir artış olmuştur. Ayrıca Avrupa Birliği Uyum Yasaları kapsamında yapılan değişikliklerden olan Türkçe'den farklı dil ve lehçelerde yayın yapılması gerekliliği Radyo 1'e görev olarak verilmiştir.

Özel radyolarda yayıncılık, ülkemizde en genel anlamda yurtdışında beğenilen program formatlarının Türkiye'ye aynen adapte edilmesi şeklinde gerçekleşmekte, yeni bir format, yayıncılık örneği oluşturulmamaktadır.

Batıda olduğu gibi, özel radyo yayınlarında canlı, dinamik bir yayın formatı benimsenmiştir. Bunun sonucu olarak da yayınlarda kişiye yönelik, karşılıklı ilişki kuran, özel gereksinmelere yanıt veren bir yayın akışı vardır. Genelde Amerikan radyolarındaki formatlar ithal edilmekte ve bunların üzerinde pek fazla bir değişiklik yapılmamaktadır. Yine de aşağı yukarı bütün radyolar interneti kullanarak online radyo yayınıyla tüm dünyada dinlenebilme olanağına sahiptir. GSM, internet ve diğer teknolojiler de devreye sokularak interaktif katılım yoğun olarak sağlanmaktadır.

İlk dönemlerde özel radyolarda kullanılan bozuk Türkçe, yabancı dil özentisi programlar, son dönemlerde halkın isteği ile düzelmeye başlamış, özel radyolar doğru Türkçe kullanımına daha dikkat etmeye başlamışlardır. Özel radyolar konusunda son yıllarda yapılan şikayetlerde toplamda önemli bir azalma mevcuttur.

Radyo yayınlarının başlamasından bu yana Radyo yayıncılığı, organizasyon yapısı ve yayın anlayışında önemli değişimler olmuştur. Öncelikle organizasyon yapıları yıllar ilerledikçe ve serbest rekabetin sert ikliminde verimlilik esaslı bir yapıya dönüşmüş, daha hiyerarşik bir yapıdan karmaşık, esnek örgütlenmeye dayalı yeni türden bir yapılanmaya geçilmiştir. Daha küçük ölçekli yayın kuruluşlarında ise bürokratik yapı görülmektedir.

Organizasyonlar öncelikle maliyet merkezli olarak düşünülmekte, verimlilikle ihtiyaçlar arasında optimum denge tutturulmaya çalışılmaktadır. Böylelikle organizasyonlar daha hızlı karar alma yeteneğine sahip, esnek

yapılara dönüşmektedirler. Bu değişikliği yine organizasyon şemalarında rahatlıkla görebiliriz.

Kar amacı gütmeyen radyo yayıncılığı arasında herhalde en başta ideolojik temalı yayınlar vardır. Bunların örgütlenmeleri ve organizasyonları mevcut ideolojileriyle uyum içinde gözükmektedir.

Ayrıca büyük pazarlı ulusal radyo kanallarının organizasyonlarını incelediğimizde TRT radyolarında bir kadro yığılması olduğunu, bu durumun kurumu hantal bir yapıya soktuğunu görmek mümkündür. Günümüzde TRT radyoları, değişen hükümetler ile artık eskisi kadar kolay kadro değiştirememektedir. Bu da kurumun insan kaynakları politikası oluşturmaya izin vermektedir.

Bununla beraber Türkiye'deki özel radyolarda gördüğümüz diğer bir özellik TRT'nin aksine yeteri ölçüde kadrolarının olmaması, kanal yönetiminin ilgili görevleri paylaştırmaması sebebi ile personel yükünün fazla olmasıdır ki bu da program ve yayın kalitesini etkilemektedir.

Ayrıca özel radyoculuğun ilk günlerinde ortaya çıkan yetişmiş ve eğitilmiş personel sıkıntısını aşmak için birçok üniversite bünyesinde bölümler açılmıştır. TRT kurumu kendi yetişmiş personel ihtiyacı için kurum içi eğitimler düzenlemektedir.

Bilindiği gibi serbest rekabet “tüketicinin serbestçe tüketebilmesi hakkını” en iyi şekilde tatmin etme ortamını sağlamaktadır. Fakat bununla beraber, yayın kuruluşlarının kazançlarının kaliteli ve doğru yayınlarda değil de reklam gelirlerinde yatması, bu yüzden yayınların düşük maliyete ve daha çok sayıda insana hitap etmesi ilkeleri etrafında oluşması işin eğlence yönünü çok fazla öne

çıkarmaktadır. Bunun sonucu toplam kalitede, topluma önderlik etme niteliğinde ciddi bir kayıptır.

Kar etme amacı taşıyan özel radyolar dinleyicinin hoşuna gidecek, reklam alabilecek ve reyting yapabilecek programları yayına koymakta, reklam alamayan programlar yayından kaldırılmakta sürekli bir rekabet baskısı ve radyolarda hakim olan reyting odaklı yayıncılık kaygısı, tüm radyoları ucuz maliyetle yüksek reklam gelirine sahip radyo programları yapmaya yöneltmiştir.

Değişen ve dijitalleşen dünyamıza radyolar da sürekli bir gelir kaynağı bulmak ekonomik ömürlerini uzatabilmek için sürekli yeni yöntemler geliştirmek, kalite üzerinde fazla düşünmeksizin maliyet düşürücü programlara yönelmek, bu doğrultuda ar-ge çalışmaları yapmak çelişkileri içindedirler. Bu yenilikçi ve ticari odaklı anlayıştan uzak radyolar bir süre sora maddi sıkıntı içerisine düşmektedirler.

Kısacası, radyoculuk ve radyo yayıncılığı maliyetlerini karşılamak, serbest rekabetçi piyasanın şartlarına uyarak reklam gelirlerini arttırmak için kıyasıya bir rekabet içerisine girmiştir. Yayın maliyetleri geçen yıllar içerisinde inanılmaz bir şekilde artmıştır. Radyolar, dinleyicinin isteklerine uygun programlara odaklı olarak yayıncılık yapmakta, beğenilmeyen programlar hızlı denetim mekanizmaları sayesinde daha ilk yayından sonra sorgusuz sualsiz bir şekilde son bulmaktadır.

Yine de kar amacı gütmeyen çeşitli sponsorlar, siyasi partiler vb. kurumlara ait olan belli bir ideolojinin, fikrin taraftarı olan kamuoyu oluşturma amacı taşıyan radyolar her ne kadar eskisi kadar olmasa da yine kendi düşüncelerine uygun programlar yapmaya çalışmaktadırlar. Ancak, ilerleyen rekabet şartlarında kendi kendine yetemeyen bu tip radyolar çeşitli sıkıntılar yaşamaktadırlar.

Günümüzde yeni yayıncılık anlayışını benimsemiş, radyoyu yalnızca müzik kutusu olmaktan çıkararak, radyoya yeni vasıflar kazandıracak, televizyon karşısında bir adım öne geçmesini sağlayacak bu yeni anlayışı benimseyen özel radyolar ve kurumsal radyo programları vardır, ancak bunlar reyting değerlendirme mekanizması tarafından tehdit edilmektedir.

Tez çalışmamın varsayımları daha önceden belirtildiği gibi “Devlet Radyosu kamuoyunun ihtiyaçlarını yeterince karşılayamadığı için özel radyoların kurulması gündeme gelmiştir”, şeklindeydi. Yine özel ve devlet radyo yayıncılığı arasında bir yayıncılık anlayışı farkı vurgusu vardı. Tez çalışmasının sonucunda bu varsayımlar yapılan çalışmalar ile test edilerek doğrulanmış olmaktadır.

Görüldüğü gibi hem devlet radyosu hem de özel radyoların geneli halkın beğenisini kazanmak, maliyetleri düşük tutmak, daha kaliteliyi, sorumluluk bilinci ile dinleyici ulaştırmak için büyük bir özveri ile çalışmaktadırlar. Zaten bu özveride bulunmayan özel radyolar halkın beğenisini kazanamayacak ve ilerleyen zaman içerisinde sıkıntılar yaşayacak ve kapanma tehlikesi ile karşı karşıya kalacaklardır. Bununla beraber, frekanslar sınırlı olduğu için radyo sayısı artmıyor ama reklam pastası gün geçtikçe büyüyor. Bu yüzden ticari radyolar için parlak bir gelecek söz konusudur.

Değişimin bir süreç olduğunu unutmazsak, radyolar için önümüzdeki günlerde daha sert bir rekabetin yaşanacağını, dolayısıyla ayakta kalmak isteyen her radyonun bu yeni şartlara hazırlıklı olması gereğini öngörebiliriz.

KAYNAKÇA

1. Akarcalı Sezer, Türkiye’de Kamusal Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci, Ankara, 1997
2. Akbaba Leyla, 1990’larda Yayıncılık, Rekabet, Seçenek ve Kalite, Rapor ve RTÜK, Ankara, 1990
3. Alemdar Korkmaz, Erdoğan İrfan, İletişim ve Toplum, Bilgi Yay., Ankara, 1990
4. Aziz Aysel, Radyoda Program Yapımı, Ank.Üniv.Yay.,Ankara
5. Aziz Aysel, Elektronik yayıncılıkta Temel bilgiler, TRT Basım ve Yayın Müdürlüğü, Ankara, 1989
6. Aziz Aysel, Radyo Yayıncılığı, Ankara, 2002
7. Aziz Aysel, 3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Yasası, A.Ü.İLEF Yay., 1994
8. Aziz Aysel, 1984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluşları Hakkında Kamu Uygulanmasına İlişkin Sorunlar ve Çözümler, Yeni Türkiye, Medya Özel Sayısı, Ankara, 1996
9. Aziz Aysel, Radyo ve Televizyon Giriş, A.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1976
- 10.Çankaya Özden, Dünden Bugüne Radyo Televizyon, Beta yayın., 1997
- 11.Çankaya Özden, Türk Radyoculuğunun Gelişimi, Cumhuriyet Ansiklopedisi, İletişim Yay., cilt.14
- 12.Çankaya Özden, Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyonun İşlevi, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, C.2., 1996
- 13.Çankaya Özden, “Türkiye’de Radyo Yayıncılığının Öyküsü”, Yapı Kredi Yayınları, 2000

14. Denis McQuail, İletişim Modelleri, Ankara, 1993
15. Ercan Şerif, Türkiye Radyolu Günlere Geri Dönüyor, <http://www.ilef.net>
16. Erdamar Bengül, Radyo Programcılığı, Der Yayınları, İstanbul, 1992
17. Ertuğ Hasan Refiğ, Radyo İşletmeciliği ve Meseleleri, İ.Ü.Yayınları, İstanbul, 1951
18. Ertuğrul Ülkü, Türkiye'de Radyo Yayıncılığının Gelişim Süreci, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1998
19. Eryılmaz Tuğrul, Radyo ve Radyoculuk, Habercinin El Kitabı Dizisi, İstanbul, 2003
20. Gökçe Deniz, Dijital Radyo Geliyor mu?, <http://www.ilef.net>
21. Kaya Raşit, Kitle İletişim Sistemleri, Teori Yayınları, Ankara, 1985
22. Kayıhan İçel, Kitle Haberleşme Hukuku, İstanbul, 1990
23. Kocabaşoğlu Uygur, Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna, Ankara, 1980
24. Oskay Ünsal, İletişimin abc'si, Simavi Yayınları, İstanbul, 1992
25. Sarmaşık Jale, Türkiye'de Radyo ve Televizyon Düzeni (1927-2000), Maltepe Üniv.Yayınları, 2000
26. Schramm Wilbur, Haberleşme Nasıl işler?, çeviren Ünsal Oskay, "Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş", A.Ü. SBF Yayınları, Ankara, 1973
27. Silberman Alphons , Kitle İletişim Araçları ve Kitle iletişimi Sosyolojisi, Derleme, UNESCO, Ankara, 1983
28. Taşer Cengiz, Radyonun Organizasyonu ve Özerkliği, TRT Basılı Yayın Müd., Ankara, 1969
29. T.C.Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulunun 2003/7 Sayılı 26.09.2003 tarihli Denetleme Raporu
30. Theodorson, G.A., and A.G. Theodorson, A Modern Dictionary of Sociology, New York, Harper and Row, 1969
31. Timisi Nilüfer, Avrupa Radyo Yayıncılığında Yerelleşme ve Türkiye, A.Ü.BYYO Yıllık, 2001

- 32.Tokgöz Oya, Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Sistemleri, Ankara Üniv.Siyasal Bilgiler Fak.Yay., Ankara, 1972
- 33.Topuz Hıfzı, Öngören Tali, Aziz Aysel, Yarının Radyo Televizyon Düzeni, TÜSES İLAD Ortak Yayını, 1990
- 34.1992 TRT Genel Yayın Planı, Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara, 1992
- 35.2006 TRT Genel Yayın Planı, Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2006
- 36.2005 TRT Genel Yayın Planı, Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2005
- 37.2004 TRT Genel Yayın Planı, Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2004
- 38.2003 TRT Genel Yayın Planı, Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2003
- 39.2002 TRT Genel Yayın Planı, Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2002
- 40.TRT 1997 Radyo Televizyon kanalları izleme sıklığı araştırması, Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara, 1997
- 41.TRT, Radyo ve Televizyon Yayınlarında Türk Dilinin Kullanımı- Tebliğler, Eğitim Dairesi Başkanlığı, Ankara, 1999
- 42.Vural Sacide, Radyo-TV Kurumlarında Yönetim ve Uygulama, Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları Eskişehir, 1986
- 43.Yazıcı Ali Nihat, Kamu Yayın Kurumları ve Yeniden yapılanma, TRT, 1999
- 44.Wedet George, Crookes Philip, Radyo 2000, Çev.M.Gerçekler, TRT Basın Yay.Müd., 1991
- 45.Avrupa Birliği Uyum Yasaları Paketleri, <http://www.belgenet.com>
- 46.<http://www.rtuk.gov.tr>

47. <http://www.tbmm.gov.tr>

48. Reklamverenler Derneği, <http://www.rvd.org.tr>

ÖZET

Matbaanın bulunmasını takiben 17.yy'da modern anlamda Hollanda'da basılan gazetelerden sonra en önemli iletişim aracı, 1895 yılında İtalyan Marconi tarafından temelleri atılan radyodur. Dünya'da 1921 yılında başlayan radyo yayınları, gecikmeden ülkemize de gelmiş, Türkiye 1923 yılında yayın deneyleri ve 1927 yılında başlayan radyo yayınları ile bir anlamda radyo yayıncılığının ilk ülkelerinden olmuştur.

Daha sonraki yıllarda dünyada değişen dengeler, radyonun kitleler üzerindeki büyük etkisinin keşfedilmesi ile birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de radyo yayıncılığı devlet kontrolüne geçmiştir.

Devlet Radyosu kamuoyunun değişen beklenti ve ihtiyaçlarını yeterince karşılayamıyordu. Teknolojik gelişmelerin yanı sıra bu durum da özel radyoların kurulmasına neden olmuştur.

Özel radyoların yayına başlamasından bugüne kadar geçen sürede, genellikle amatör amaçlarla ve hatta bazen merak ve hobi amaçlı kurulan bu radyolar bugün gelişmişler, programcılık anlayışı, teknik altyapı ve yayıncılık olarak farklılaşmışlar ve birçoğu radyoculuğu dünya düzeyinde bir uğraş haline getirmişlerdir.

Bu süre zarfında, radyo yayıncılığında yaşanan değişimleri ele alan çalışmalar yapılmamıştır. Mevcut çalışmalar geçiş sürecini genellikle kronolojik olarak ele almaktadırlar. Bu tez çalışmasının yaşanan değişimler inceleyerek, bu noktadaki boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

ABSTRACT

Following the invention of printing press and after then newspapers printed in Netherlands in 17th century, the most important communication media is radio basis of which had been invented by Italian Marconi in 1895. The radio broadcasting which started in 1921 in the world, shortly after comes to Turkey. Following the broadcasting tests starting in 1923, radio broadcasting started in 1927 in Turkey so becoming one of the pioneer countries of radio broadcasting in the world.

Afterwards, varying balances in the world, the discovery of great effects of radio on the masses, the control of radio broadcasting was taken by Turkish Government as many countries in the world.

Public Radio could not satisfy sufficiently the changing needs of the public audience. Besides technological improvement, this situation also caused the establishment of private radios. From the day that private radios started broadcasting till today, those radios which established with amateur aims, even sometimes for hobby, developed and differentiated in broadcasting styles, program concepts and in technical infrastructure. Many of those radios take broadcasting as struggle at world level.

However, there exist no recent studies about changes, developments and differentiation. Available studies are generally taking the transition period into consideration in chronological means. This study examining and studying those changes is supposed to fill this lack.