

87142

**A CASE STUDY ON THE APPLICATION OF QUALITATIVE
RESEARCH IN CONSUMER BEHAVIOR**

A THESIS

**Submitted to the Faculty of Management
and the Graduate School of Business Administration
of Bilkent University
in Partial Fulfillment of the Requirements**

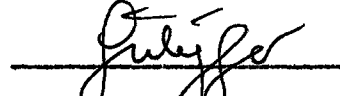
**For the Degree of
Master of Business Administration**

**By
Nevra Hatiboğlu
January 1996**

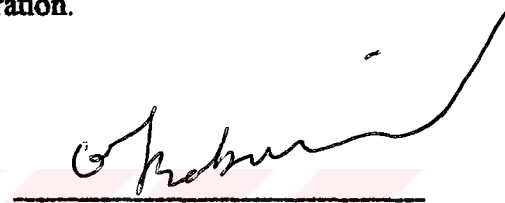
87142

**Y.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

I certify that I have read this thesis and it is fully adequate in scope and in quality as a thesis of the degree of Master of Business Administration.


Associate Prof. Güliz Ger

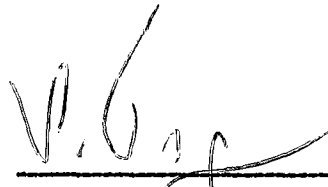
I certify that I have read this thesis and it is fully adequate in scope and in quality as a thesis of the degree of Master of Business Administration.


Associate Prof. Oğuz Babüroğlu

I certify that I have read this thesis and it is fully adequate in scope and in quality as a thesis of the degree of Master of Business Administration.


Assistant Prof. Mara Alexander

Approved for the Graduate School of Business Administration


Prof. Dr. Sübidey Togan

ABSTRACT

A CASE STUDY ON THE APPLICATION OF QUALITATIVE RESEARCH IN CONSUMER BEHAVIOR

NEVRA HATİBOĞLU

Master of Business Administration

Supervisor: Assoc. Prof. Güliz Ger

January 1996

Qualitative studies are often used to examine consumer attitudes and behaviour in relation to a product category or service, usually with the aim of understanding consumer relationship to a brand. This study examines the use of qualitative research in obtaining insights about the perceptions, feelings, and manner of thinking of consumers utilizing a combination of focus groups and projective techniques with a case study. The subjects of the case study are two radio stations. The meaning of music, the meaning of radio, and the meaning of the two radio stations are discussed with regard to the variables of age and sex.

Keywords : Qualitative Research, Focus Groups, Projective Techniques, Collage.

ÖZET

KALİTATİF ARAŞTIRMANIN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA UYGULANMASI ÜZERİNE BİR DURUM İNCELEMESİ

Danışman : Doç. Dr. Güliz Ger

Kalitatif çalışmalar genellikle tüketici davranışlarını bir ürün kategorisine veya servise bağlı olarak incelerler. Bunu yaparken, tüketicinin markayla olan ilişkisini anlamayı esas alırlar. Bu çalışma, odak grup toplantıları ve yansıtılmal teknikler kullanılarak yürütölen kalitatif araştırmanın, tüketicinin duygularını, düşünme tarzını, algılama şeklini anlama becerisini bir durum incelemesi yardımı ile ele almıştır. Durum incelemesinde iki radyo istasyonu konu edilmiştir. Müziğin anlamı, radyonun anlamı ve radyo istasyonunun anlamı yaş ve cinsiyet değişkenleri açısından tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler : Kalitatif Araştırma, Odak Grup Toplantıları, Yansıtılmal Teknikler, Kolaj.

ACKNOWLEDGEMENTS

My deepest gratitude to Assoc. Prof. Güliz Ger...Throughout this study, she was no different from what North Star is for the lost. I would like to express my sincere thanks to Assoc. Prof. Oğuz Babüroğlu and Asst. Prof. Mara Alexander for their patience of a prophet(ess) and valuable time. I am grateful to my *Army of Support* that I owe so much; my mother & father, Tijen, Müjde, Pınar and Eminegül, Gonca, Gülbu, Hakan, Hale, Tuğba, Elif, and Aslı, Demet, Ömer, Gürsev, and Mete.

TABLE OF CONTENTS

ABSTRACT	i
ÖZET	ii
ACKNOWLEDGEMENTS	iii
I. INTRODUCTION	1
II. LITERATURE REVIEW	3
II.1. Qualitative Research	3
II.1.1. Focus Groups	8
II.1.2. Projective Techniques	11
III. THE CASE	14
III.1. Capital Radio	14
III.2. Power FM	16
III.3. Research Design and Methodology	19
III.3.1 Research Question	19
III.3.2 Sample	19
III.3.3 Procedure	20
III.3.4 Analysis Methods	21

IV. FINDINGS	24
IV.1 The Meaning of Music: Arthur	25
IV.1.1 Arthur - The Butler	26
IV.1.2 Arthur -The Companion	27
IV.2. The Meaning of Radio	32
IV.2.1. Radio as a Background Sound	32
IV.2.2 Radio as a Disappointment	34
IV.2.3 Radio as a Source of Information and Excitement	35
IV.2.4 Radio as a Friend	36
IV.3. The Meaning of Capital Radio and Power FM:	
Radio Station as a Person	37
IV.3.1 The First Impression of Capital Radio Compared to Power FM	38
IV.3.2. The Inner Impression of Capital Radio Compared to Power FM	39
IV.4. Some Critical Points : Don't miss it !	40
V. DISCUSSION AND CONCLUSION	44

APPENDICES

REFERENCES

I. INTRODUCTION

In 1992, the first private radio stations in Türkiye started to be established. These radio stations were met with great enthusiasm and received very high demand from the public. This resulted in a surge of increase in the number of radio stations. As these were not subject to any kind of law or audit by the government, certain problems started to arise. As a result, government in 1993, decided to ban all the radio stations with no hesitation. This decision saw resistance from many people. Actions of protest, such as wrapping black ribbons to antennas of the cars started to emerge. This was quite a protest, especially when the recentness of the issue and the overall reluctance and ignorance of Turkish people toward protesting something are taken into consideration. Why was it that important ? What was in them that people did not want to lose ?

Since 1993, many radio stations offering different types of music emerged. Capital Radio and Power FM are two of the stations that broadcast foreign language contemporary hit music. Both stations have similar slogans. Power FM claims that it is offering "the newest music" and Capital Radio claims that it is offering " the hottest music". If both radio stations are offering the same thing, the same kind of music, then why do listeners differentiate between these stations? The aim of this study is to find some answers to these questions, by exploring the importance of radio, music, and the two radio stations for the listeners. The type of research utilized to determine the path to follow in reaching the answers to the above questions is qualitative research. Two methods; focus groups and projective techniques are used together in order to get a better understanding and to enhance trustworthiness. In addition to this purpose, I hope to bring in some managerial and marketing implications to both radio stations as well.

Chapter 2 presents the literature review. The thesis continues with Chapter 3 which includes information about Capital Radio and Power FM and Research Design and Methodology. The findings are presented mainly in three parts in Chapter 4 and discussions and conclusion in Chapter 5.



II. LITERATURE REVIEW

II.1 Qualitative Research

The debate about the meaning of qualitative research is most probably the strongest candidate among the ones for the longest debate of the last thirty years. Some academicians like Lytycott & Duschl (1990) are clever though "research that employs interview transcripts is often called qualitative research". Quite straightforward isn't it?

According to Strauss & Corbin (1990), "any kind of research that produces findings not arrived at by means of statistical procedures or other means of quantification" is qualitative research. Therefore, persons' lives, stories, behavior, social movements, organizational functioning, or interactional relationships could be the subjects of the research.

Wallace (1984) also shares this definition : "qualitative research produces data that are verbal and behavioral rather than numerical and statistical". The data are people's own words, own language that they use to describe their own blue marble. Therefore, "qualitative methods allow the researcher to know people personally and to see them as they are developing their own view of the world. The researcher has the opportunity to experience meaning in the form in which people feel it ; to understand naturally occurring phenomena in their naturally occurring states." (Seymour, 1988). This gives the researcher to enjoy the ability of putting herself in the other person's shoes.(Schwartz & Jacobs, 1979). As Calder also mentions, "qualitative research is an excellent way of bridging social distance" (1977).

As Churchill (1991) states, the general objective of qualitative research is to gain insights and ideas in great richness and detail. It is used to understand the nature of a business situation, to grasp the "whys" and "hows" of market dynamics, to explore the

interrelationships of issues, to generate ideas for future, to clarify concepts, to increase the analyst's familiarity with the problem, to understand the perceptions about a product or a firm in the marketplace, the motivations in the buying process and decision making, to refine & test new product concepts or to formulate a problem for future analysis. It is also used to develop hypothesis for later quantification.

Gordon and Langmaid (1988), discuss problem areas that best suit to qualitative research in marketing. Among them are ; basic qualitative studies, new product development (NPD), creative development, diagnostic studies, and tactical qualitative studies. Tactical qualitative studies include researches undertaken to choose among alternatives of pack design, headlines & copy lines, positioning, and casting. The primary objective of diagnostic studies is to understand the consumer relationship to a particular aspect of the brand, like the advertising, the packaging, the formulation. Qualitative research in creative development is important especially in advertising agencies. It is commissioned at three different stages ; strategy definition, executional guidance and pre-testing. (For detailed information, see Gordon & Langmaid, 1988). In case of NPD, qualitative research has no rival. It helps to understand a market and the brands in the market in order to find out the opportunities for a new product, to understand the strengths & weaknesses of a new product in order to guide product improvement and to develop a total NPD proposition such as; product, packaging, positioning and advertising. Finally, basic qualitative studies are often used to examine consumer attitudes and behaviour in relation to a product category or service, usually with the aim of understanding consumer relationships to a brand. The information obtained is used in various ways, such as; defining consumer segmentation in relation to a product category or brand, generating hypothesis about the product field or brand, defining consumer perceptions of the market or product field, understanding the purchase decision-making process and/or usage patterns, and understanding the dimensions that differentiate between brands.

In this thesis, the qualitative research process comprising of focus groups and projective techniques was undertaken mainly to understand the listeners' perceptions of radio and the brands Capital Radio & Power FM; and to understand the dimensions that differentiate between these two radio stations, together with the role of the radio in daily life.

I want to present one last definition of qualitative research, because I think, the "generic" definition that Ozanne and Anderson (1989) offers, completely describes the aim of qualitative research.

Qualitative research is multimethod in focus, involving an interpretive, naturalistic approach to its subject matter. This means that qualitative researchers study things in their natural settings, attempting to make sense of, or interpret, phenomena in terms of the meanings people bring to them. Qualitative research involves the studied case and collection of a variety of empirical materials - case study, personal experience, introspective, life story, interview, observational, historical, interactional, and visual texts - that describe routine and problematic moments and meanings in individuals' lives. Accordingly, qualitative researchers deploy a wide range of interconnected methods, hoping always to get a better fix on the subject matter at hand.

A way to get this "better fix", to enhance trustworthiness, is to use triangulation. Triangulation is the combination of methodologies in the study of the same phenomena or programs (Patton, 1990). There are four different types of triangulation ; triangulation across sources, methods, researchers, and paradigms. Triangulation across sources uses various types of data, like times, situations, and individuals (Ozanne and Anderson, 1989). An example for this type of triangulation is seen in a study undertaken by Heisley, McGrath and Sherry (1988). The important point is to take detailed field notes in order to check out the possible disagreements without showing hesitation.

Triangulation across methods requires the researcher to test an interpretation in data gathered using multiple methods (Wallendorf and Belk, 1989). Both triangulation across sources and methods could use secondary data such as art and literature material.

However, as Wallendorf and Belk (1989) state, triangulation across methods normally requires multiple types of data collection. They argue that, video recording and still photography are very useful methods as they provide the researcher "new eyes". In addition, they mention the change in the meaning of triangulation across methods, when it is used to feed other data with that gained through personal reflection. As a final note, they stress the increase in the amount of time required for the research project to be completed because of using the above methods.

Triangulation across researchers happen when more than one researcher is involved. Therefore, it can only be undertaken in team research. It provides a check on the completeness and accuracy of the report by enabling comparisons. Also, as different researchers are involved with different backgrounds, like gender, age, religion, training, it is possible to obtain multiple interpretations.

In triangulation across paradigms, the aim is usually to put one theory against the other one so as to discover the "true" theory ; or to unite the two theories in a single, comprehensive theoretical framework (see-Ozanne & Anderson,1989 and Patton,1990). Discussing paradigms goes both beyond the scope of this thesis and the writer of the thesis. However,...

Positivist : What I am saying is true! We cannot be together. We belong to separate worlds.

Interpretivist : But,..but...

Positivist : There can be no but !

As Patton (1990) stresses, all these different types of triangulation are strategies to reduce systematic bias and limitations in the data that can result from employing a single method, a single source, or a single investigator. Seymour (1988) collects these biases and limitations under three main headings :the mystique of quality, over-probing & over interpretation, and unrepresentativeness. He stresses that, one of the greatest dangers in

qualitative research arises when the researchers or decision makers start to think that they can get the answer that gives total understanding by employing only qualitative research. In other words when they are caught to the mystique of quality. The same danger shows itself when an obtained attitude by a qualitative research technique is used to predict behavior.

Seymour may be right. However, the critical point here is to determine what total understanding includes. In simple terms, if, "what" also includes the answer to the question of "how many", then employing only qualitative research will not give the total understanding of the issue at hand. A procedure to deal with this is to use triangulation over data collection methods by mixing quantitative & qualitative data. An application of this is done by O'Guinn and Faber (1987). They supplemented their qualitative findings from observations and depth & group interviews of compulsive shoppers with quantitative measurement of compulsiveness among consumers from the same groups and among other consumers. Another example comes from Knodel, Sittitrai and Brown (1987), who used focus groups to provide insight into questions remaining after exhaustive analysis of survey data. If "what" includes only the answers to the questions of "what, why and how", then I suppose employing only qualitative research will give the total understanding of the problem which can be further enhanced by the use of various types of triangulation and other techniques (see- Wallendorf & Belk, 1989).

The problem of over-probing occurs when the researcher is caught by the technique and continues to probe in order to generate more data which are not valid, and over-interpretation is observed when the researcher may over interpret by attempting to derive a level of understanding or meaning which does not exist. In order to deal with this limitation, techniques like; testing rival explanations and searching for negative cases could be employed. Testing rival explanations involves looking for other ways of organizing the data that may lead to different findings and, thinking about other logical possibilities that can be supported by data. In negative cases, which is closely related to testing rival

explanations, patterns and trends that do not fit to the identified ones are searched (see-Patton,1990).

Seymour (1988) states two sources that cause unrepresentativeness. As the sample used is usually small and is not selected randomly, it is not possible to assure the representativeness of the data and therefore it is not possible to generalize to other settings or subjects. The researcher undertaking qualitative research is in the position to observe and understand general processes as they occur under specific conditions. The other source of unrepresentativeness is related to biases occurring within the researcher/respondent interaction. As the data are collected and analyzed selectively by the researcher, the information collected could reflect the prejudices of the researcher. This limitation could be overcome by using triangulation across researchers. In order to deal with the first problem of unrepresentativeness, triangulation across data sources and seeking limiting exceptions - to define the boundaries of the study - could be used.

In this study, in order to overcome the possible limitations, triangulation across methods is undertaken. The methods used in triangulation are focus groups and projective techniques which are explained in detail below.

II.1.1. Focus Groups

Besides group interview types such as brainstorming, nominal & Delphi groups, and natural & formal field interview; the focus group interview is a major data - gathering technique that has been widely used by market researchers, social scientists, and psychiatrists (Stewart & Shamdasani, 1990). Focus group concept is based on the assumption that " individuals will be more willing to talk about it amid the security of others sharing the problem" (Bellenger,Bernhardt,Goldstucker, 1976).

According to Krueger (1994) focus group interviews are born because of necessity. In the late 1930s, social scientists including Stuart A. Rice (1931), began to express their concerns about the accuracy of the traditional individual interview method.

In this method, a predetermined questionnaire is used with close-ended response choices. The limitation of the respondent by these offered choices is the major disadvantage of this method as it may unintentionally cause the interviewer to influence the findings by oversight or omission. Therefore, social scientists began searching for procedures that will give the researcher a less directive & dominating role and will give the respondent the opportunity to comment on the areas that are seen to be important by the respondent himself. " The emphasis of non directive interviewing is to shift attention from the interviewer to the respondent (Krueger 1994). "

In the late 1930s and 1940s, non directive interviewing continued to be appealing to social scientists and psychologists including Roethlisberger, Dickson and Rogers. During World War II, in order to increase military morale, focused interviewing in groups were used. Merton (1990/1956) set forth many of the procedures to be accepted as common practice in focus group interviews (Krueger 1994).

Krueger (1994) defines focus group as follows :

The focus group is a special type of group in terms of purpose, size, composition, and procedures. A focus group is typically composed of 7 to 10 participants who are selected because they have certain characteristics in common that relate to the topic of the focus group. The researcher creates a permissive environment in the focus group that nurtures different perceptions and point of view, without pressuring the participants to vote, plan, or reach consensus. The group discussion is conducted several times with similar types of participants to identify trends and patterns in perceptions. Careful and systematic analysis of the discussions provide clues and insights as to how a product, a service, or opportunity is perceived.

In summary, a focus group is a carefully planned discussion designed to obtain perceptions on a defined area of interest in a permissive, nonthreatening environment. (Krueger 1994, p.6)

The most important characteristics of focus groups are the involvement of people, the process of conducting in series - in order to identify patterns & trends- , having homogeneous & unfamiliar participants- in order to provide comparisons among groups and prevent disclosure. (Krueger 1994)

Most of the applications of focus groups are seen in market research. Cox, Hiigginbotham, and Burton (1976) present three actual marketing applications in three

distinct decision areas being; pricing & advertising, a new product and packaging. Focus groups are also used by the communication researchers as the data are collected interactively. Lederman (1990), gives an illustration of this by referring to a research project. The application of focus group research in public relations is presented with a case by Grunig (1990). She agrees with David L. Morgan who accepts the use of this technique as "self-contained research" whose results can stand on their own. Focus groups started to be widely used in library settings since 1985. Sharon L. Baker (1990), displays how a library's business services could be improved by using the focus group research technique. Erkut and Fields (1987), argue that the evaluative potential of focus groups make them useful in evaluating management training, particularly in appraising the effectiveness of training materials and programs. Another application area is health related studies like health research and health education programs. Basch (1987), describes several health-related applications. Among these are ; National High Blood Pressure Education Program, Use of Health Services, Teenage Pregnancy, and Young Driver Study.

The most important advantage of the focus group technique is that, it allows the participants to respond to other participants' views and ideas, and therefore provide access to the process of interaction (Krueger 1994 ; Shamdasani 1990). As Lederman (1990) stresses, " the sine qua non of the focus group interview is the 'group-of-like-kind' context which creates the freedom to discuss thoughts, feelings, and behaviors candidly". The synergy caused by this group interaction may result in the production of ideas that would not have been obtained in individual interviews. Besides, focus group discussions can be conducted relatively at a lower cost. Alan Andreason (1983) is among the ones suggesting focus groups as a cost-conscious market research.

A serious limitation to focus groups may arise because of the difficulty in the analysis of the data collected. Group interaction creates a social environment and the comments should be interpreted within that context. Special attention is necessary in order

to avoid interpreting the comments without considering under what conditions they were stated. Failing to accomplish this will result in making premature conclusions.

The focus group discussions conducted during this study included questions asked by using the projective techniques of free- association, personification and a collage study. Therefore, projective techniques are discussed in detail below.

II.1.2 Projective Techniques

We project some part of ourselves into everything we do. Watch a man walk. Examine an artist's drawings. Study a professor's lecture style. Observe a child play with other children or with toys and dolls. In all these ways human beings express their needs, their drives, their styles of life. If we want to know about people, then we can study *what* they do and the *way* they do it.

People also put part of themselves, their work, their attitudes, and their culture in the materials they create and store. Letters, books, historical records, art objects, artifacts of all kinds express, if indirectly and often remotely, life, society, and culture. (Kerlinger, 1986)

The history of the projective techniques is hidden in clinical psychology. Therefore it is not very surprising, in fact very natural for an MBA student not to understand several definitions of projective techniques that usually lasts one paragraph. Gardner Lindzey (1961) serves as a marvelous reference for the ones interested with one paragraph long definitions.

The main idea behind any kind of projective technique is the possibility of studying people's motives, emotions, values, attitudes, and needs by making them to project these internal states onto external objects. Kerlinger (1986) argues that, the more unstructured and ambiguous a stimulus, the more a subject can and will project emotions, needs, motives, attitudes, and values. Besides, almost anything could be used as a stimulus. Although motivation research based upon the techniques of individual psychotherapy began to gain popularity in 1940s as a way of eliciting consumers' true buying motives, (Seymour, 1988), their use in marketing research have usually arisen controversy and suspicion. It is true that, suspicion could serve as a valuable contributor in sustaining the validity & reliability of a research study. However, while reviewing the relevant literature,

numerously encountering with the same example for the use of projective techniques in marketing research, is quite a case to raise seeds of anxiety. Especially if the example is 45 years old, and is the only one (Mason Haire,1950). Too much of anything gives harm, doesn't it ?

Harold Kassarian (1974), differentiates the "levels of consciousness" and states that, most of the applied projective techniques in marketing research have been designed to tap the semiconscious level. These techniques are ; association, construction, completion, and expression. The association and construction techniques are described below as they were used during the focus groups.

The general approach in free association - word association method is to read participants a list of words (stimuli) and have them respond with the first words that come to mind. There are extensive uses of this method in marketing and advertising. Some examples are; naming a new product, identifying the pivotal attributes of a product or a brand or establishing brand personality. As Seymour (1988) stresses, free associations need not to be limited to a word test. Participants could be asked to give single-word or successive-word responses to headlines, logos, taglines, or pictures. In the construction technique, the focus is on the product. The participant is required to produce, to construct, something at direction, a story, dialogue, or a picture in response to a stimulus. A photograph, cartoon, or advertising layout could be used as stimuli. In this study, the stimulus used is a simple one ; " select pictures, writings, or any other thing from the magazines, and construct a composition, a collage that describes Capital Radio". Unfortunately, very limited amount of information could be found about the use of collage technique while reviewing the literature. To prevent the possible value loss from transmission, they are presented in their original form.

The collage technique consists of giving respondents a pile of magazines and asking them to cut out the pictures, drawings and words that express their feelings (De Souza,1984).

Collage, undertaken as either an individual or group activity, overcomes any problems with drawing but, essentially, is a different technique. Psycho-drawing seems to be more valuable when people are asked to describe activities, the feelings that are derived from experiences- particularly sensual experiences, ideal states, etc. Collage is often more appropriate when it comes to describing products and brands (Sampson, 1985).

During the focus groups, the data about the logos and brand personality of Capital Radio & Power FM were collected by using the free association, personification, and the collage technique. In other words, in addition to the triangulation across methods applied with focus groups and projective techniques, a second triangulation across methods is applied between the three projective methods. The reason for supplementing these two methods is to gain a better understanding about the brand personality of Capital Radio and Power FM in the eyes of the listeners.



III. THE CASE

The use of these techniques in qualitative research is presented with a case study, which takes Capital Radio and Power FM as the subjects.

III.1. CAPITAL RADIO

Founded in 1993, in Ankara, Capital Radio claims it is the only Contemporary Hit Radio station (CHR) in Türkiye. Hence, they play only the songs that enter the world music charts and the songs are categorized with respect to their positions in the charts. Capital Radio accepts USA as the leader of the radio business. Therefore it positions itself as a station having American style. All the songs broadcasted are selected from the world charts by Bobby B., who is an American DJ. Like the similar stations in USA, Capital Radio employs the policy of playing non-stop music for 40 minutes and placing the commercials accordingly. The radio also sends its DJs to USA for a training program. During training, DJs work in an American radio station named Kiss FM with American DJs to get the American way of disc jockeying. On Sundays, an American DJ, Paul, presents a program called Solid Gold Sunday in English.

Capital Radio is in love affair with itself. The radio defines the quality of its music and programs as offering what is defined as CHR in USA and disregards the listeners' tastes and preferences. The radio believes the listeners do not have good taste and they are not ready to appreciate Capital Radio's quality. However, it believes that, through time this situation will change. These beliefs are not based on any kind of marketing research, either quantitative or qualitative. Currently, the radio receives numerous complaints about the repetition of songs which is due to the categorization it uses. In line with their *product*

concept philosophy, Capital Radio disregards these complaints and continues in the same way.

The broadcasting is 24 hours a day and heavily consists of music. The content is formed through ;

- i. Music charts in USA and Europe which are compiled by the LA office.
- ii. Audience requests communicated to Ankara headquarters through fax and phone.
- iii. Sales volume in the foreign music market in Türkiye.

The station aims to bring the hottest and newest music to Türkiye. The slogan of Capital Radio is ;

" Türkiye's Hottest Music"

" 99.5 Capital Radio, Türkiye'nin en sıcak müziği"

Capital Radio tries to appeal different segments by varying the rhythm of the music during the course of the day. Slower rhythm is preferred in the mornings as it is assumed that working people listen to the radio on their way to work. Furthermore, a contest named *Office of the day* is placed during the work hours in order to capture the business sector. Faster rhythm is preferred in afternoons to appeal students who have just arrived home. As the radio is not consumer oriented, it is neither interested in the audience profile nor the desires of the audience.

Attempted targeting

Capital Radio targets students and working people who are western-oriented, between the ages of 14-28 or young at heart, like to listen foreign CHR..

Attempted positioning

The attempted positioning is high quality. The radio defines high quality as, playing only CHR, having high technical quality of broadcast, having DJs that do not interfere to the songs by speaking and preparing standard programs organized by the computers in USA.

Communication

- i. Brand name : The name Capital was chosen to stress the point that it is the radio of Ankara, the capital city of Türkiye.
- ii. Logo and Bumper stickers : The colors of the logo are red & white, designed by a Bilkent graphics student, but the colors were stated by the radio. Red & white are chosen because all famous Americana like Coca-Cola or Marlboro have red & white in their logos. The figure symbolizes a CD. It is chosen because CD is a product of the latest technology that gives the highest sound quality.
- iii. Jingles : Capital Radio's jingles are prepared in USA in English. They are designed to be similar to those of American radios. The jingles aim to enhance the American image further. The radio has not undertaken any image study concerning its jingles. Like the songs, jingles are also subject to rotation and renewed as needed.
- iv. Parties, Sponsorship and Fan Club : Capital Radio organizes various parties like the New year party, and Spring party. The radio is currently planning to ritualize the Spring party. It takes sponsorships in concerts and has a Fan Club with around 3500 members. These make up the public relations component of the communications mix.
- v. Brochures : The primary objective in preparing the brochures is to spread information about the radio in a simple and direct way.

III.2. POWER FM

Although Power FM was established in 1993, the idea of establishing a radio station emerged 15 years before. The general manager and partner of Power FM, Birol Giray states that, they started conducting radio days when they first opened Vakkorama. The objective was to give the sense of a local radio in the store to the customers.

Power FM is stated as a " never growing baby " by Cem Hakko. He is one of the partners of the radio and seen as the father of this baby. It is a never growing baby so as to

keep the excitement. Power FM is described as *a radio that lives 24 hours with its audience.* " We wake up before everybody and prepare the people to the day. Then we go to work and school with them. At noon, altogether we go out for lunch. We have fun with students after school".

Power FM is the radio of " young & dynamic people" with its music and programs that are selected suitable to every hour of the day. Among future projects there is neither a new radio nor a television station but only better Power FM!

The music director of Power FM, Atilla Şen, believes that they are different from other radios; "We are completely connected to computers. The 6000 song selected by Cem Hakko, Birol Giray and me, listened from CD's have been located to the computer with various codes. We are keeping the archives board in order not to repeat ourselves. Talking about 100 songs; this means that 95 of them are played first by us." Power FM gives special importance to magazine news. Giving true and interesting news is crucial. Cem Ceminy Renault Show Time is seen as the most successful program of Power FM not only by the radio itself but by other radios as well. The slogan of Power FM is:

" The newest music, the best music, the strongest news."

"100 de 100 Power."

In Power FM, unwritten principles are very important within the radio. For example, it is impossible to play a randomly selected song outside the repertoire. Another unwritten principle is "DJ'lerin çenelerinin düşmemesi". There is no place for DJs that talk too much and turn the listeners crazy. In fact, to control this is very easy: Cem Hakko, the boss is always listening to Power!

Power FM has 35 DJ's and 90 workers, who continuously produce new ideas to live and make living the dynamism of life.

At this point, Power FM and Capital Radio should be compared. According to Capital Radio, Power FM is not a CHR station. Power FM broadcasts Latin music, French

theater, closely follows media. Typical Power FM listener is fond of sports, especially the new ones. The age distribution changes according to programs but varies between 18-40. Hence, Power FM has a better understanding of its consumers. As a result, it can provide a more appealing product to its customers.

Attempted targeting

The attempt is to target young & dynamic people, interested in different sports, intellectual, socially conscious, information seekers. These people are young executives, university and college students.

Attempted positioning

It is positioned as the radio of young and dynamic people who like frequent changes.

Communication

- i. Brand name: As its name implies Power FM emphasizes achievement, power to succeed.
- ii. Logo and bumper stickers: The colors of yellow and red symbolize warmth and activeness. World with earphones communicates that the music of Power FM is listened to by the world. Dancing couple symbolizes harmony and aesthetics. Form of the letters and the numbers symbolizes dynamism, sportiveness, being modern.
- iii. Jingles: Power FM has jingles in English and jingles in Turkish. Power FM uses some popular songs by writing new words over them.
- iv. Parties and sponsorship: Power FM organizes parties, concerts, brings foreign DJs, singers, groups and broadcasts for special events like Karadam and Road Show.
- v. Brochures: Power FM's dynamism is reflected in its brochures as well. Different types of figures with different colors are placed among the information given.

III.3 Research Design and Methodology

The data collection methods used were focus group discussions and projective techniques. Projective techniques were applied both as a separate study with the collage technique and within the focus groups with free-association and construction techniques (personification). The collage study comprised of making compositions describing the two radio stations and the other two techniques comprised of questions asked about the logos and the brand personality of the stations.

III.3.1 Research Question

How do the listeners perceive Capital Radio and Power FM ?

III.3.2 Sample

The total sample size covered 28 participants living in Ankara which consisted of 12 females and 16 males. The selection criteria for choosing the participants were decided to be sex and age in order to provide homogeneity in all groups. Homogeneity is important from two aspects; within the group and between the groups. Homogeneity within the group, provided with the participants that are "like kind" (Lederman,1990), creates a positive climate. Therefore the participants feel more comfortable during the discussion. Homogeneity between the groups provides to make comparisons and connections across the groups. Besides the two variables appear in both of the radios' criteria that define their target segments. First focus group consisted of 8 females in the 18-24 age bracket. They were named as girls (G). The second group was formed by 8 males with the ages of 18-24 who were named as boys (B). In the third group there were 4 females in 24-30 age bracket. They were named as young women (YW). The final group consisted of 8 males with the ages of 25-30 and named as young men (YM).

III.3.3 Procedure

Focus groups belonging to the same age bracket were conducted on the same day, at the same time, in two separate adjacent rooms, each having two moderators. The participants were contacted by phone one or two weeks before the sessions and reminder phone calls were given prior to the sessions. The information given to the participants during recruitment was broad ; a discussion about music. Transportation was provided if required and name tags were given to each participant. The session started with the welcome and an overview of the topic of music. After participants introduced themselves, they were instructed to " make a collage, a composition, that describes Capital Radio from your eyes by using the materials provided". The same procedure was repeated for Power FM as well. Each of the four groups were given 30-40 minutes to complete each collage, however time was extended if required. The same quantity and type of materials were handed to each group which were : glue, scissors, construction cartoons, and various magazines (Please refer to App. A for two examples of the collage studies).

The advantage of conducting two groups at the same time in two adjacent rooms showed itself during the collage study. Moderators were able to screen both of the groups, share views, and make comments during the study. However, as they did not take field notes, this sharing had to stay in their memory, and shadowed the advantage created. In addition, doing collages before talking about music may have created a determination to talk about radios directly in response to the questions asked about music, and hence created a limitation..

Following the collage study, focus group discussions that lasted approximately 1.5 hours were conducted. All of the discussions were recorded. However, during the session with young women some of the discussions could not be recorded. This deficiency was compensated by telephone interviews after the focus groups. Questions asked to participants were unstructured and ordered from the more general to the more specific.

The discussion started with questions related to the music, " What is the meaning, or the place of music in your life ?", then passed to the issue of radio with " How do you listen to music ? Radio or the nearest preferences for listening...", and concentrated solely on the radio stations Capital Radio and Power FM starting with the question " Which station do you prefer most ?" In order to receive more detailed information about the perceptions of the radio stations, personification as an expressive technique and free association as an association technique were used as well. The questions asked for brand personifications were; " If Capital Radio/ Power FM were a human being, how would he be like? What kind of properties would he have? Would you talk to him? Would you say hello to him?". The question concerning free-association was; " What do you recall from the logo of Capital Radio/Power FM ? (logo was shown) What does it mean to you? What does it make you feel? Any comparisons?" (Please refer to App. B for the complete questioning route). However, the moderators were not limited to the questioning route. According to the flow of the discussion, the procedure described above sometimes changed and additional questions were asked. After the discussions ended, following the request of the participants, all of the collages were shown, and the comments were discussed (Please refer to App. C for focus group transcripts). Unfortunately, notes about the comments were not taken and once more they had to reside by the memory of the moderators.

III.3.4 Analysis Methods

Different methods of data collection were used at different stages of the data analysis. While the meaning of music and the meaning of radio relied only on the data collected by the focus groups; the meaning of Capital Radio & Power FM was attained by using all of the methods applied, which were; focus groups, collage studies, personification and free-association techniques. Hence, considering the meaning of the two radio stations, two types of triangulation across methods (Wallendorf and Belk, 1989) are present;

triangulation across focus groups & projective techniques and triangulation across three projective techniques.

In analyzing focus groups, data were either coded under key questions and conceptualized, or conceptual labels were given to emerging themes. This first step in coding each of the four focus groups was done with a line-by-line analysis (Strauss and Corbin, 1990). This detailed analysis involved close examination, phrase by phrase, and even sometimes of single words. Line-by-line analysis helped to catch important words that later facilitated making comparisons between the groups, and hence, resulted in generating the categories early. The concepts (themes) that *seem to* relate to the same phenomena were then grouped under categories, subcategories and were given other conceptual names. Connections were made between a category and its subcategories by hypothesis generation and by making comparisons continuously and iteratively. A variant of grounded theory was used (Strauss and Corbin, 1990). This process was repeated for each of the four focus groups conducted. The results were then compared, similarities or differences were identified, and several new categories emerged. The categories concerning music were then unified and re-categorized with the use of a metaphor ; Arthur - the meaning of music.

At this point, it will be useful to give some information about the metaphor concept. A metaphor is created when a term is transferred from one system or level of meaning to another (Alvesson, 1993). By the use of a metaphor, it is possible to perceive and understand an object from the viewpoint of another object. Therefore, a metaphor is used whenever someone attempts to understand one element of experience in terms of another (Morgan 1986). The interesting thing about the metaphor is that, it always produces a kind of one-sided insight. That is, while highlighting certain interpretations, it in a way forces others into a background role. The goodness of a metaphor depends on an appropriate mix of similarity and difference between the transferred word and the focal

one, because if there is too much or too little similarity or difference, the point may not be understood (Alvesson, 1993).

After forming the meaning of music with the metaphor of Arthur; a comprehensive meaning for the radio was formed. this was attained with re-categorizing the extracted categories concerning the radio by making combinations and comparisons.

Collages were analyzed by looking from three different perspectives. First perspective constituted the cuttings that reflect the perceptions about Capital Radio & Power FM. The second perspective was formed with the cuttings that describe the features of the radio stations in question. The final perspective comprised of the cuttings that provide explanations to ambiguous findings in the focus group discussions.

The meaning of a radio station is explored in accordance with the metaphor of radio station as a person. As the meaning of a radio station was formed by using triangulation across methods -which was explained at the beginning of this section- during the analysis, a process named filtering was used. Filtering process includes, combining, comparing, eliminating, and re-categorizing the data collected by triangulation across methods. The collage data concerning the logos and jingles of the radio stations (second perspective) were filtered with the focus group data about logos & jingles obtained by using the free-association technique, and first impression of a radio station was formed. At the second step, collage data about perceptions (first perspective), data concerning DJs & the music obtained by collages (second perspective) & focus groups and focus group data about personification were filtered. As a result of this filtering process, inner impression of a radio station is formed. At the final step, data forming first impression and inner impression were filtered, and the meaning of a radio station is attained.

IV. FINDINGS

From the analysis of focus group discussions and collage studies, the findings are grouped under three main categories ; the meaning of music, the meaning of radio, and the meaning of Capital Radio & Power FM.

The meaning of music is explored under the metaphor of Arthur who has two different faces as Arthur- the butler and Arthur- the companion which are explained in detail below. Arthur- the companion is either used to deal with the states of mood that a person has, or as a bridge in order to reach other people. When special demand arises, Arthur- the companion plays some specific roles in order to meet that particular type of demand. When used to deal with the mood, the roles played are ; the Pollyanna companion, and the Special companion. When used as a bridge, the roles are; the Socializer companion and the Introducer companion.

The meaning of radio comprises of four themes which are; radio as a background sound, radio as a disappointment, radio as a source of information & excitement, and radio as a friend. The first two themes are common to all groups. Radio as a friend is seen only in girls and the other theme is seen in girls, boys, and young women.

Finally, the meaning of Capital Radio and Power FM is explored in accordance with the metaphor of radio station as a person.

IV.1 The Meaning of Music: Arthur

Who is Arthur ?

Arthur is one of the main characters in the movie BATMAN : Arthur is the butler of Bruce Wayne. ¹

Bruce Wayne comes from a very wealthy family. When he was a little boy, his mother and father were killed in front of his eyes. This painful event is the basic reason why he became BATMAN afterwards to catch and punish evil people.

Arthur has always been with the Wayne family. However, especially after the incident he became something more than a butler. He also started to act as the family that Bruce Wayne lost. He was always there when Bruce Wayne needed emotional support or advice. Therefore Arthur has two faces to look for ; as a butler and as a companion.

As a butler, Arthur's task is to help BATMAN in his daily activities. He helps him to dress, he hands him his towel, prepares his breakfast. In the evening he makes the dinner ready and serves his drink. Late at night, Arthur helps him to get prepared and farewells him to night duty.

This is the professional Arthur: Helping BATMAN in his compulsory vital² and compulsory daily³ activities.

As a companion, Arthur gives advises when BATMAN feels complicated, tries to relax him or cheer him up when he is in stress. He even makes comments about the ladies invited to dinner, but, **without** exploiting the social distance.

This is the emotional Arthur: helping BATMAN in his personal life.

In conclusion, Arthur, both as a butler and a companion helps to make life easier for BATMAN.

The meaning of music is explored in accordance with the above metaphor.

¹Bruce Wayne is the real name of BATMAN.

² Compulsory vital activities (cva) as; dressing, eating, taking a bath, etc.

³ Compulsory daily activities (cda) as; working, studying, clearing the room, etc.

IV.1.1 Arthur - The Butler

The compulsory vital and daily activities that have to be undertaken such as, dressing, studying, clearing the room, taking a bath..etc, become ordinary and routine after sometime. Therefore people may be reluctant to perform these activities because of their tediousness, and search for ways to decrease it. As expressed during the focus groups, music is one of the ways for doing this. As Arthur - the butler, music is used to diminish the ordinariness and tediousness of compulsory vital and daily activities in girls, young women, and boys. In other words, music helps them to engage more easily in their tasks and complete them in a smoother way by changing the mood of tedium caused by performing cdas & cvas. The need to use Arthur- the butler emerges in accordance with the cdas & cvas performed. The extent of the need changes according to two criteria. These are; the amount of different cdas & cvas performed and the nature of the words used to describe the need. However, as it is not possible to exactly determine which criterion has more weight over the other, healthy comparisons between the groups cannot be made. For example, girls and young women use music both in their cdas & cvas, where boys use music only in their cvas. However, like girls, and young women, boys too, use words that have strong meanings.⁴ Therefore, it is meaningless to state that girls and young women need music more than boys or vice versa. In conclusion, all of the groups except young men are using Arthur-the butler which means they are listening to music in order to diminish the ordinariness and tediousness of compulsory vital and compulsory daily activities.

While studying, or while with the computer, I always listen to music. I never turn it off (Bora, B).

⁴ Words with strong meanings are; always, very important, all the time, very big place, everywhere, and absolutely.

The moment I wake up, while dressing, taking a bath, studying,... the music is absolutely on. (Aslı, G).

The music is very important for me. It has a very big place in my life. I wake up with music and it is always with me till I sleep (Aylin,G).

While reading or writing something, jogging, I always listen to music (Hale, YW).

I wake up with music,..I also listen to music while dressing (Gülbu,YW).

Whatever you are engaged with, you are listening to music (Alper,B).

I always listen to music (Sami,B).

I like music very much. I wake up with music in the mornings and it is absolutely on while going to bed... I listen from morning till evening (Tanla,G).

IV.1.2 Arthur - The Companion

As Arthur - the companion, music is either used to deal with the states of mood (ruh hali) of people, or as a bridge in order to reach other people. However, the most common use is to deal with the mood, as it is seen in all of the groups. The particular state of mood that a person is in, causes that person to show different reactions to same sort of events. For instance, although a person may prefer to listen to softer rhythm while studying, the same person may prefer to listen to harder rhythm another time in the same compulsory daily activity. This case is different from the mood of tedium discussed in Arthur-the butler. In Arthur- the butler a person enters into the mood of tedium because of engaging with cdas & cvas and uses Arthur- the butler to diminish the effects of it. In case of Arthur- the companion, a person is *already* in a particular state of mood because of some specific reason,or does not have a mood. Therefore, she/he uses music in order to enter into a certain mood, to change, to continue, or to understand the mood that she/he is already in.

Music is something very balanced with the mood of a person (Karluk,YM).
The type of music listened reflects the mood of the person at that specific time
(Volkan,YM).

Where young women and young men use the companion to enter, change, or
continue their mood, boys use it to enter, or continue their mood.

The music gets me in the mood. If I listen to something romantic, I get sleepy. If I
listen to techno, and if I am driving, my speed increases. If I hear good music in
the mornings, I get into a happy mood (Ercan,B).

I listen to music in order to get into a different mood (Gülbu,YW).

In case of girls, Arthur- the companion is used in order to change and understand
the mood that they are in. In other words, girls use the companion as an interpretator to
their feelings as well.

I feel relaxed while listening to music (Selin,G).

Sometimes, I feel so energetic, and sometimes so emotional. Music helps me to
explain those feelings that I am not able to tell (Esra,G).

I want to hear music that will express the excitement of beginning a new day
(Elif,G).

In all of the groups, using Arthur- the companion in order to enter, change, or
continue the mood is seen in the mornings. In addition, the most common way to change
the current mood is to use the companion as a soother. It is seen in all of the groups
except boys.

In the mornings, depending on the mood that I am in, for example if I am
angry, the kind of music that I choose can be something either to soothe
my anger, or it can be something that will aggravate it. I have my CDs in my car. I

formed my own collection from various kinds of music. I intently did that, in order to choose whatever I want depending on the mood that I am in at that time (Ali, YM).

There are times that you walk around idiotically in the mornings, but to hear music that you like in the mornings, gives you great happiness, brings your consciousness (Alper,B).

I have a tempo that I want to keep. If my mood is above or below that tempo, I try to listen to kinds of music that will soothe or aggravate my mood (Ufuk,YM).

Girls use music as a soother especially in the mornings as they get up usually in a nervous mood. Getting up nervously is seen only in girls.

I want to listen softer rhythm in the mornings [approval from the group] as I am already nervous when I wake up [approval from the group] (Ebru,G).

I prefer lively music in the mornings (Esra, G).

Yes, I need that too, in order to really wake up (Tuba,G).

Yes, lively, but not distorting [approval from the group] (Elif,G).

Sometimes, being only a companion is not enough. In order to meet some special demands, Arthur- the companion plays some specific roles.

The first one is playing the role of *The Pollyanna Companion*, which is seen only in young women. Music here, is *always* used in order to feel better and in order to make things seem more beautiful. The role of Arthur here is to be a companion who is always playing the happiness game. As the person in question is never satisfied with the amount of happiness she has, she uses music as a way to change her current mood always in the positive direction.

I listen to music in order to change my mood,..in order to make it always better, to fix it. I may already be in a good mood, but I still use music in order to make it the

best...I listen to the kind of music that will give me peace and happiness
(Gonca, YW).

I listen to songs that will make me feel happy... joyous songs (Gülbu,YW).

The second one is playing the role of *The Special Companion* which is seen in young women and young men. In this case, a separate time in order to listen to music is arranged, specific kinds of music are chosen which are different from the music heard everyday on the radio. The music is listened somewhere which is private for the person. In addition, the instruments to listen music are either specially chosen cassettes or CDs. The specialty is not limited only to the type of music but it expands to the type of instrument used as well.

There are times when I listen to music in front of the window..., and
think...filled with different feelings.

- From the tape..?

No, I have my CDs (Hale, YW).

I never listen to the radio when I am at home. I can be free when I am at home. I
have my CDs and cassettes. I think music should be something serious and special
(Süleyman,YM).

When used as a bridge to reach other people, the companion starts to play some
other roles.

The first one is playing the role of *The Socializer Companion*. Although this is seen both in young men and boys, the reason for existence differs. Young men use the socializer companion to strengthen social acceptance, during activities such as; having a drink, going out to dinner or dancing. Whereas, boys use it to gain social acceptance. By using music, boys put people into certain classes in a clear cut way. The logic flows like this :Boys establish a relationship between the type of music listened and the nature of the

class belonged. Therefore, by listening to a certain music type they are hoping to be accepted by a certain group.

It depends on the place you are in,..well, you want different kind of music while you are having dinner..

- What kind of music ?

It depends on the nature of the dinner, with whom you are dining with, you are being with..(Erkan,YM)

You classify people according to the music they listen. For example if someone says " I love MAHSUN (arabesque music) very much, well....!!! (Alper, B).

There are groups..the ones that listen arabesque (arabeskçiler), fantasy music (fantazi müzikçiler), ..Turkish pop(Türk popçuları), techno (teknocular), rock (rakçılar), rap (repçiler)....when you see these people on the street, you understand their type (tip)...you understand the type of music that they listen when you see them..there are people who listen to metal too (metalciler) but you can understand their type even from 100 meters away ! (Ercan, B).

The other one is playing the role of *the Introducer Companion* and is observed only in boys. They are using the companion both to start a relationship- most probably a romantic one, to make impression on others- on the opposite sex and to establish communication.

For example, in order to impress a girl, if you know she listens techno, you find a a good techno cassette and use it to start a conversation.....or classical music during a business deal will give the impression that you are "good" (Ercan,B).

The presence of a person influences the type of music that you choose to listen (Altuğ,B).

Except the case of Arthur- the companion playing the role of the special companion, it is seen that, none of the groups arrange a specific time in order to listen to music. Rather, listening goes along with the usual activities; they listen to music while doing something else. In conclusion, the need to listen music arises most commonly either because of the activity engaged in as in the case of Arthur- the butler; or directly because of the state of the mood of a person as in the case of Arthur- the companion.

IV.2 The Meaning of Radio

The meaning of radio is formed by the unification of the four themes which are described below. The first two themes are common to all groups. The third one is seen in girls, young women and boys, where the final one is seen only in girls.

IV.2.1. Radio as a background sound (fon)

Using radio as a background sound arises from the need of hearing something, where that something could be anything; music, talk shows,..etc. Therefore, when a person is using radio to create a background sound, she or he does not listen to the music or programs attentively all the time.

Sometimes you listen unconsciously. You turn the music on, but you only hear the sound, you are not aware that it is playing...(Alper,B)

The radio is always on in my room...it is always at the background even a friend comes in (Esra,G).

The need to hear something becomes most apparent when the person is alone. The person may either be alone while driving, or she/he may live alone (these were the situations that were talked about most). In all of these situations the need arises whether the person is a girl, boy, young woman or young man. However, the nature of existence differs.

For example, while driving, the need to hear something arises out of habit. The driver automatically turns on the musical device the moment she/he starts the engine. The device preferred is nearly always radio.

In fact, it is something like a habit. While I am driving, may be I am not aware of what is playing...it is at the background...always on (Atilla,B).

The moment I get into the car, I turn the radio on, and continuously zap. I feel disturbed, if I do not listen to the radio while I drive (Tuba,G).

If there was no radio, I would get very bored while driving (Hale,YW).

In mornings, I absolutely listen to radio while driving to work. During the day, I am outside of the office because of company visits, and I continuously listen to radio while I drive..Do you remember the time when the radios were banned? At that time I felt like I was not alive anymore (Volkan, YM).

I don't listen to music very much. However, last week the tape (meaning radio) of the car did not work for three days, and,..it disturbed me (approval from the group). I mean, although I am not a person who is very interested in music, not listening music while driving makes me feel like something is missing (Hakan, YM)

In case of young women and young men who live alone, the need to hear something arises out of the need to create a loud sound, in fact noise, in order not to feel alone, in order to feel the presence of something nearby. Therefore, in this case the device used does not matter. It can be either radio, tape, TV, or even all of them. The point is to create sound. However, in general, radio is stated to be the most preferred device to satisfy this need.

I live alone. Therefore, while I am home I feel the need to create noise. So I use television and radio very much. However, as television is visual, you have to in a

way show interest to it. Radio is not like that. You can be interested with other things while it is somewhere at the background of you. Radio is very necessary especially for the ones who live alone (Karluk, YM).

I do not listen much now, but before, when I was living alone, I absolutely wanted the presence of a sound in the house. I turned the music on the moment I arrived home. I always listened to radio instead of television (Volkan, YM).

When I return home after work, I always turn the radio or television on, to create sound (Hale, YW).

I wake up in the mornings, I live alone, and I tune on Power FM, and listen something loud and lively. If there were no neighbours, I would increase the volume even more (Erkan, YM).

IV.2.2 Radio as a Disappointment

Disappointment is stated when a radio station plays a collection of unsatisfactory music (kötü çalma). Although this theme has emerged in all of the groups, it was most apparent in boys and girls. However the criteria they used to label that collection of music as "bad" were different. According to girls, hearing songs that are not familiar, that are distorting (bangır bangır), that have very fast rhythms, and that are repeated too much creates a feeling of disappointment. On the other hand, according to boys, hearing songs that have soft rhythms - therefore boring (uyuz)- late at nights especially on Saturdays, and that are repeated too much causes disappointment. In fact, hearing songs that cannot keep up with their "after night club mood" causes them to label that kind of music as bad.

Especially on Saturday nights, when Capital starts playing very fast rhythms..it is so bad (Tanla, G).

Man, you get out of the bar, you are quite drunk, and you hear that boring (uyuz) music on the radio. I wish I am able to find a station that plays good (adam gibi) music (Ercan, B).

When they play (Capital Radio) distorting songs, I don't listen...I tune into another station....I like to hear familiar songs (Aslı,G).

For example, while driving if slow music (uyuz) is playing on the radio, I get mad (Alper,B).

IV.2.3 Radio as a Source of Information and Excitement

This theme arose in three of the groups; girls, boys, and young women. In all of these groups, the opportunity of listening to the news coupled with enjoyment was emphasized. Besides, as a DJ is deciding what to play, they do not know the sequence of the songs. This brings the excitement of expectation to the radio contrary to listening to a cassette which is found monotonous.

It is giving information about the artists. Magazine news are interesting (Esra,G).

Cassette is very monotonous. You know all the songs (Emrah,B).

We can follow the new songs, new singers day by day from the radio (Gonca,YW).

A distinction between boys and the other two groups, is keeping up with the show-off (piyasa). According to boys, knowing the recent developments in the charts provides them to keep up with others.

If I don't listen to radio for about a month, I miss the movements in the charts.

For example, I go to a bar and don't recognize a song. They say, " don't you know, it is already old news!". If we are following the show-off (piyasa), we have to listen radio (Ercan,B).

However, a variant of this theme is seen in young men as the use of radio only as a source of information. In the mornings, while driving to work, they usually listen to news from the radio.

In the mornings, I always listen the news on the radio (Hakan, YM).

IV.2.4 Radio as a Friend

This theme is seen only in girls. Girls are much more emotionally involved with radio compared to other groups. All the girls agree that they will feel emptiness if they never listen to the radio. Radio is the most preferred tool to listen music; therefore, it could be said that, girls equate music with the radio. Therefore, a variant of the Arthur - the butler theme is seen here. For instance, while discussing a topic related with music, it was the radio which was automatically expressed as a friend; not music. In addition, some of the girls were using radio as a wake up call, which was among the duties of Arthur - the butler as well.

If people are with me,I turn the radio off, (approval from the group) because I don't need it anymore (Ebru,G).

The presence of the DJ, the presence of a human voice is very good (Elif,G)

There are people who are in love with the dialogues of DJs. Therefore listening to the radio may mean so many things to them (Atilla,B).

The use of radio as a background sound and as a source of information & excitement are the most important themes among the others that form the meaning of the radio. During the focus group discussions, one of the young men stated that, he did not listen to music very much. He was the only one who said this among 28 participants of the study. However, the same young man also stated that, he was listening to radio while driving and listening to news in the mornings while driving to work. As a result, these two uses are the most important themes among the ones forming the meaning of the radio because they make someone who does not feel the need to listen to music very much to tune in the radio.

IV.3. The Meaning of Capital Radio and Power FM : Radio Station as a Person

In order to have an opinion about a person, one usually depends on two criteria. The first criterion is the outer look. Some of the properties that shape outer look are; looking neat and clean, polite, rude, confident..etc. With these properties and the like, a person makes her/his first impression on others. However, one cannot understand, grasp the inner state of a person depending only on the first impression. For example, someone who looks cold & distant from outside, may be a kind person deep inside. In order to understand how a person is inside, one has to spend some time, or even live with that person. The amount of time that has to be spent changes from one situation to another. The inner opinion about a person starts to gain shape according to the reactions shown to the events that occur during the stated time period. At the end of the period, hopefully a decision is given which can either be in line with the image created with the first impression, and hence strengthen the image or contradict. However, the weight of the inner impression is always more than the weight of the first one in case of contradiction.

Same criteria applies to radio stations as well. The jingles and logos of the stations are taken as the properties that form the outer look of the station. They are the properties which shape the first impression given to the listeners. DJs and the music played on the other hand, are the properties that form the inner look of the station. The inner impression that a radio station gives to the listeners is shaped by its DJs and the music played. In order to understand a station, one has to listen to its music and DJs. As the decision about the inner impression starts to shape during a stated time period and is given at the end of that time, the perceptions and personifications about Capital Radio and Power FM is taken into consideration while forming the inner impression of the two radio stations. (Please refer to App D for the analysis of only the focus group data concerning the music and DJs of the radio stations).

IV.3.1 First Impression of Capital Radio Compared to Power FM

All of the groups remember the jingles and logos of both stations. However in case of jingles, there are different views. Boys only remember the jingles and they do not make any further comments. Where young men find the jingles similar; girls find the jingles of Power FM more beautiful. The views of young women show great variance. Some of the young women like the jingles of Power FM more, and some like Capital Radio's more. Overall, considering the jingles, the only healthy conclusion that could be reached is that; all of the groups remember the jingles of both radio stations.

The views about logos coincide with each other in all of the groups. Girls find the logo of Capital Radio simple(kütük gibi), not being worked on unsophisticated, non aesthetic and as the work of an amateur. Besides, the red & white colors resemble Turkish flag. The logo of Power FM on the other hand, symbolizes dynamism, activeness, speed, and world music. It is the work of a designer and its colors are warmer than the colors of the logo of Capital Radio. The common points of young women and girls are that, both groups find the logo of Capital Radio as more "Turkish" and the logo of Power more European & sportive. In conclusion, the logo of Power FM is liked more than the logo of Capital Radio and seen as a more sophisticated logo by all of the groups.

Considering the first impression, it is seen that both stations made an effective first impression on the listeners, as both have high degree of recognition. However, the nature of the first impression differs. Where Capital Radio's first impression gives the image of an unsophisticated person; a person who does not have any specialty, the image of Power FM is just the opposite. In other words, Capital Radio is seen as an amateur and Power FM as a professional.

IV.3.2 The Inner Impression of Capital Radio compared to Power FM : The Real Man and The Ideal Man

Capital Radio - The Real Man...

Sex : Male

Age: Does not matter as whatever his age, he is boring.

He was born and still lives in Ankara (Ankaralı). He is not adventurous, in fact passive, and always has the feeling that, he has to secure his happiness. He is romantic though ; thinks about his girlfriend or wife during work. However, he is distant to others, and usually looks down on people. His girlfriend or wife is an innocent looking woman who likes to spend time with her friends. They form a romantic couple. He does not have much specialty, he is an ordinary man. He is tied up to his principles both in his business and personal life. He is careful to keep his form, because, in summer, he knows he will have to wear swimsuits in front of everyone. He drives a domestically produced foreign car (an imitation) and drives it slow. Although he is not, he pretends to be like a dynamic young man.

Power FM - The Ideal Man.....

Sex : Male

Age : Between late 20s and early 30s

He was born and still lives in İstanbul (İstanbullu). He is very attractive. He is very successful in his work and has prestige. He is found to be confident, active, lives a colorful life. In fact, he has a life style completely of his own ; definitely not an ordinary man. He is innovative and original ; " for the very first time" always belongs to him. He drives an expensive car, BMW or Mercedes, and drives it fast. He is proud of being Turkish. He is a man of surprises and energy. He likes adventure, and fond of dangerous sports like,

bungee-jumping, rafting, snowboard, and racing. He goes to a sport club to keep his form. He is fun to be with and has a good sense of humor. He is open to innovations and follows the technological developments. He is in quest for quality in every aspect of his life. Therefore, it is not surprising that he has a girlfriend, or married to a woman who is strong, confident, clever, and very successful in her work. She too, has a crazy side in her character. Besides, she is sexy and mysterious. Their relationship does not cover only romanticism. They laugh, dance, and have very much fun together.

The inner impression of Power FM is named as the ideal, because it gathers nearly all the desired properties that a person wants to have. He has nearly everything. Capital Radio is named as the real, because he has the properties that could easily be seen in an ordinary person. You can easily come across with people like Capital Radio in everyday life. As the first impressions of both stations' are in line with their inner impressions, they further strengthen the decision given about the inner impressions. Therefore, for the listeners, the meaning of Capital Radio is the real man, and the meaning of Power FM is the ideal man (Please refer to App.E for the inner impressions of Capital Radio and Power FM by each group).

IV.4. Some critical points : Don't miss it !

As you remember, the meaning of music was explored under the metaphor of Arthur, having two faces; Arthur- the butler, and Arthur- the companion. The companion was either used to deal with the states of mood of people, or as a bridge to reach other people. The biggest difference between the butler and the companion is that; in case of the butler, people use him in order to diminish the effects of mood of tedium entered because of the performance of compulsory daily and vital activities. In case of the companion, however, people already have a particular mood, or do not have; and use the companion

to deal with it. The only group that do not use music as the butler was young men.⁵ Considering the use of music as a companion, the biggest difference between the groups arise from the way people choose to change their mood. For example, boys are the only group that did not use music as a way to soothe their current mood, and girls are the only group that used music primarily as a soother in the mornings. Mornings, by the way, appear as a special time period of the day, because all of the groups use Arthur- the companion in the mornings. Girls differentiate themselves from other groups by an additional use of the companion special to them, namely; as an interpretator to their feelings. Finally, it is seen that, except the case of Arthur- the companion playing the role of special companion, none of the groups arrange a specific time to listen to music.

I asked two questions at the beginning of this thesis. The first one was about the actions of protest towards the decision to ban private radio stations. Why did the usual ignorant & reluctant Turkish people protest this decision ? What was in the radio stations that they did not want to lose ? The answer is simple: They did not want to lose something that they got used to. They got used to listen to the radio while driving, they got used to listen to the radio when they were alone. In fact listening to the radio has become a habit for them : **THEY JUST COULD NOT STAND TO SIT & WATCH THEIR HABIT TAKEN AWAY !** This was the main reason for their protest.

The second question was about the differential criteria used in choosing between radio stations that were offering the same kind of music; namely Capital Radio and Power FM. If these stations offer the same thing, then why do listeners differentiate between these two radio stations? The listeners differentiate between these stations because they are not offering **only** music. A radio station offers two different things; the offer of an image, and the offer of music. Consequently, the listeners prefer or do not prefer to listen a radio station according to the suitability of these offers to their needs and wants. While deciding which station to listen, listeners do two types of preferences : the permanent preference,

⁵Seems like they have accepted the reality and do not fight with it anymore.

and the temporary preference. The permanent preference determines the station that a listener is loyal to and is related with the image conveyed by the radio station. The interpretation of the image conveyed differs according to the gender and age of the listeners. For example, Power FM presets the image of an ideal man to the listeners. Boys and young men see their ideal selves in Power FM, and the man that they do not want to be in Capital Radio. That is why their permanent preference is for Power FM, which means, when they tune in the radio, Power FM is the first radio station that they check out. Girls on the other hand see their ideal mates in Power FM, the man that they want to be with, and see their real mates in Capital Radio, the man that they are living with. While Power FM mainly gives the girls the originality and dynamism they want, Capital Radio gives them the safety and dependability they need with his monotonousness. The characteristics of the ideal man attracts them to him, but as he is not someone that a girl can depend on (all those crazy sides), their need for safety becomes dominant. Therefore, although sometimes they prefer Power FM, their permanent preference is towards Capital Radio. The case of young women is quite different. Young women, in Power FM, do not see the complete ideal self, but a variant of it. They want to be like her, a complete "İstanbul" woman, but they feel that something is missing in her character. The missing thing is kindness and sincerity. Therefore, although they want to, they cannot equate themselves with her. That is why, they prefer to see themselves as the "Ankaralı" girlfriend or wife of a complete "İstanbul" man, because by this way, they can preserve the kindness and sincerity of an "Ankaralı". However, they cannot forget Capital Radio either. As they see Capital Radio as a shallow Ankaralı teenager, with kindness & sincerity, feel themselves close to her/him, in fact pity her/him. As a result, their permanent preference is sometimes towards Power FM, and sometimes towards Capital Radio. In other words, they show loyalty to both stations.

The temporary preference is made with respect to the suitability of the music offer of the radio station to the needs of the listeners at a particular time. For example, if the

kind of music or program of the permanent station is not appealing to the listener in that specific context and the mood, then the listener switches easily to another station as there is no cost with switching. In other words, the temporary preference changes according to the need to use music as Arthur- the butler or Arthur- the companion.

There is one last critical point to mention : the presence of music combined with visuality. " How can you know ? You are only watching MTV ⁶ !" told Al Pacino with contempt to the high school student in the movie Scent of a Woman. I am not quite sure whether MTV is such a threat to knowledge, but it certainly showed its effects in my thesis study. It was the boys and one young woman who mentioned the use of MTV as an alternative to other devices that helps to spend good time at home.

For example I watch MTV at nights (Alper,B).

I directly start to watch MTV, if there isn't a good movie in TV (Ercan,B).

Even radios were all gone, there is MTV after all (Gülbu, YW).

MTV does not rise as an alternative only to the radio. It is an alternative to all kinds of things that people use to spend time such as, listening to music, watching television, reading books..etc. Seems like there are no more radio ga gas, no more Arthur, no more TV, but MTV.

⁶ MTV : Music television.

V. DISCUSSION AND CONCLUSION

I am ordinary. I know that. Therefore sometimes you may get bored and rebel. You may say ; " *Why do you always repeat yourself ? Why can't you just, break your limits for once...at least try ? Look at our life. It is so monotonous. You consider changing your route while returning home as an adventure ! Oh, God !! I still don't know why I am with you !*"

I listen to all of these...patiently. I know it will pass. I know about the other guy too. That Power thing. Mr. Perfect ! He is clever, famous, very successful, full of surprises...ohh, how can I ever forget ? He is so creative and original.

I know you adore him, and want to be with him all the time. But, remember what he did to you last time...He forgot your holiday plan and went to bungee-jumping without telling you. And you came to me to cry.

How many times did this happen ? How many times will this happen ?

Now, you are with him, again.

But, I know you will come back to me.

You always did...

The passage above is not taken from a soap opera. It is how girls see Capital Radio, the person that they are living with. It is also how boys and young men want to see themselves ; as the Power FM, namely the Mr. Perfect ; the man that all women want to be with. Young women fall into neither of these. They see Capital Radio as a shallow "Ankaralı" teenager, and Power FM as an "İstanbulu".

In other words, the findings from the focus group discussions and collages conclude that, considering the radio stations, in general, females show loyalty to Capital Radio and males show loyalty to Power FM.

The use of focus groups and projective techniques in combination played a major role in finding the answers above. Harold Kassarian (1974), once stated his concerns about the classification of focus groups with projective techniques in the marketing literature. According to Kassarian, although focus group discussion is very useful as an information collection technique, under no conditions they can be considered as projective (1974). He is right. For instance, in this study, the collage study of the girls about Capital Radio helped to understand the reason why girls were continuing to listen the station although they have quite a number of complaints. The collage that girls prepared to describe Capital Radio, included a cutting ; " can't be with or without him" (ne onunla ne de onsuz). Although the music of the radio is highly repetitive, as Capital Radio meets the safety need of the girls, girls cannot give him up and return back to find the type of music they are used to listen. Another example comes from boys and young men. Both of the groups stated that, they did not like DJs mixing Turkish with English. Young men also do not like American DJs. However, they continue to listen both Power FM and Capital Radio. Their effort to defend themselves is reflected in both groups' collages with the cutting of " I fly for Türkiye". They are trying to say that, their identity cannot be affected by the way DJs talk, they are proud to be Turkish; that they do not long for the American way.

The use of personification together with the collage technique provided a better understanding of the radio stations. For example, the answers that young women gave to personification questions provided more detailed information about the brand personality than their collage studies. In case of young men, however, the situation was just the opposite. As a result, the two methods not only verified, but also complemented each other.

Another important point to mention is that, this study reflects the view from Ankara. Conducting another study to reflect the view from İstanbul may terminate the possible biases prevalent in this study. Besides the study does not cover secondary and high school students, who are between ages 11-17. This teenage population constitute quite a portion among the radio listeners. Hence, another study covering their views will be useful.

Capital Radio should give more importance to its DJs ; as the listeners especially girls are expecting DJs to be friendly, natural, attentive, having a professional attitude toward their job. They also want each DJ to have its own style, as the indifference between them create a standard image. DJs should use proper Turkish in the sense that, they should not mix English with Turkish. The station should be trustworthy in its relationship with listeners with respect to competitions and instant requests. The negative word of mouth could hurt the reliability of the station. The only thing to mention about Power FM is that, the problems in the technical quality of the broadcast cause listeners to zap the station. The station should pay attention to this issue. There seems to be quite a difference between Capital Radio, "the real" and Power FM "the ideal". Well, you know what they say : Reality bites !

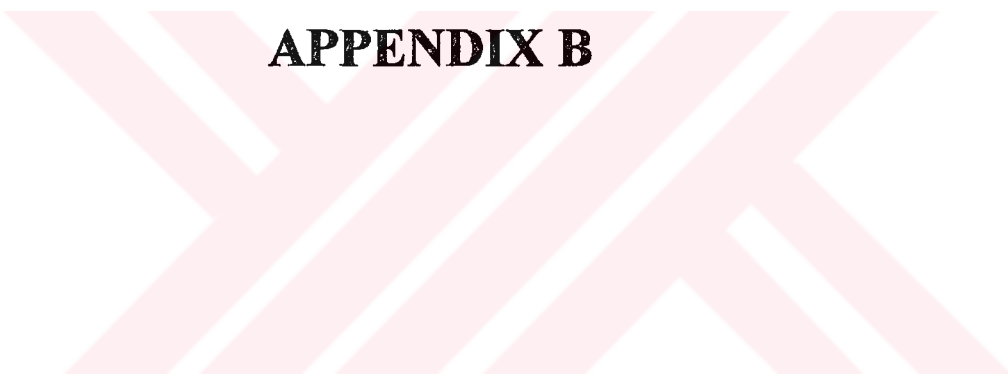
The uses of qualitative research in marketing are diverse. The strengths that qualitative research provides, such as, depth of understanding, broader & deeper database, and flexibility during the research attained by employing wide variety of techniques to collect the data are the main reasons for this extensive usage. In marketing, qualitative research are usually conducted to define consumer perceptions of the market or product field, to understand the dimensions which differentiate between brands, to understand the purchase decision-making process and usage patterns, to generate hypothesis, and to develop a new product. With its proven effectiveness in increasing *understanding* of consumers, market, product, or brand, the surge in the usage of qualitative research in marketing will surely continue to grow.

APPENDIX A

**COLLAGE OF YOUNG MEN CAPITAL RADIO AND POWER FM
IN ORDER**







APPENDIX B

FOCUS GROUP DISCUSSIONS QUESTIONING ROUTE

Welcome.....Hello, good morning.....

This morning, we invited you here because we want to know ,in general, how you listen to music, your music style and which kind of music you listen most often. First, lets introduce ourselves.....

Our first request from you is a collage study.....

1. What is music according to you? What is the meaning of music and its place in your life?
2. When do you listen to music? Weekends, weekdays? Night, day ?
3. Where do you listen to music?
4. Are you busy with other things while you are listening to music? For example,.....
5. At which hours and with whom do you listen to music?
6. OK, how do you listen to music? On the radio or other alternatives for listening?
7. Where and with whom do you listen to radio? And at which hours do you listen?
8. How would it be never listening to radio ? How would you feel, how does it feel?
9. Which stations(s) do you prefer most often?
10. Is there a special program and/or DJs that you are listening? Instant request, Guest DJ, All Request & Dedication Hour? Why do you like them? What do you like or dislike about DJs? According to you, is there a difference between Turkish and foreign DJs? If we want you to compare?

11. Are you fond of Capital's jingles? Do you specially realize a different characteristic(s) in those jingles when compared to those of Power and/or another radio?

12. What do the logos of Capital/Power recall to you? What does it mean to you? What does it make you feel like? Any comparisons?

13. If Capital Radio/Power were a human being, how would he be like? What kind of properties would he have? Would you talk with him? Would you say hello to him?

14. How would a radio station, just the opposite of Capital/Power be?

15. How would you feel if Capital/Power suddenly stop playing? What would you do instead of listening to Capital/Power?

16. How will be a person who has never listened to Capital/Power?

17. Are there any properties of Capital/Power that you don't like, that you complain?.....Any other comments that you want to make....Thank you.



APPENDIX C

FOCUS GROUP (Age 18-25) GIRLS ⁷

A YÜZÜ :

Senin için müziğin hayatındaki yeri nedir ?

Selin : Ben daha çok Türk pop müziği dinlediğim için...rahatlıyorum müzik dinlerken..stress içindeysem..bi yeri yok

Aylin : Benim içinde, bayağı önemli, büyük bir yeri var hayatımda mesela banyo yaparken falan, sabah zaten müzikle uyanıyorum, alarmı falan da şey yapıyorum, uyuyana kadar hep müzik, arabada müzik, bayağı önemli bir yeri var benim hayatımda..

Ebru : Bende de bayağı büyük, ben de durmadan dinliyorum, aynen ben de banyoya falan girerken alıyorum yanıma radyomu

Esra : Ben de, devamlı, çok büyük bir yer tutuyor benim için..bazan böyle dile getiremediğim duyguları müzik açıklıyor o anda..bazan çok enerjik oluyorum, bazan çok duygusal oluyorum..müzik açıklıyor.

Tanla : Ben de çok seviyorum, sabah müzik dinleyerek uyanıyorum yatarken de mutlaka müzik açık oluyor..yani sabah akşam dinliyorum

Aslı : Yani benim öyle aman aman büyük bi yeri yok aslında hayatımda, radyo dışında televizyonda falan pek dinlemeyi sevmiyorum müzik programlarını.

Daha çok nerede dinliyorsun müziği ?

Aslı : Daha çok ders çalışırken klasik müzik falan dinlemeyi severim, yattığım zaman daha çok Türk Pop müziği, o tip şeyler, banyoya girerken teypte.

Daha çok birşey yaparken mi dinliyorsun ?

Aslı : Evet. Yani birşey yapmadan oturarak müzik dinliyemiyorum. Neler yaparken..işte sabahları kalkarkalkmaz, yani üstümü giyinirken, kahvaltımı ederken mutlaka radyo açıktır, banyo yaparken, bi de ne biliim, hobilerimle uğraşırken, ders dışında. Bu tip şeyler.

Elif : Ya ben, her zaman dinlemiyorum müziği de, biraz ruh halim şekillendiriyor müziğe olan talebimi. İşte sabah kalktığımda spor gibi bişey yapıyorsam müziği mutlaka açıyorum. Canlı müzik olmasını istiyorum, işte böyle radyoda, kanallarda hafif müzikler varsa, biraz da sinirleniyorum yani canlı birşeyler olsun sabah diye. Genelde yalnız olduğumda müziğe

⁷ Konuşan kişinin kim olduğu anlaşılmadığı zaman KB harfleri kullanılmıştır.

ihtiyaç duyuyorum, yani kimse yoksa eğer konuşacak biri, müzik dolduruyor..ee, artı işte yürüyüş yaparken kulağında walkmanle dinliyorum devamlı müziği bunun dışında, aa, işte müzik açayım şu saatte ne varmış, program varmış, kaçırmayayım şeklinde müzik tüketen biri değilim.

Daha çok nerelerde dinliyorsun Aylin ?

Aylin : İşte sabah kalktığımda daha çok dinliyorum, arabada özellikle dinliyorum günün bayağı bir vakti arabada geçtiği için, evde genellikle dinliyorum yani yemek yerken olsun, ders çalışırken olsun, odamda.

Müziği nerden dinliyorsunuz ? Kaset, radyo, TV ?

Hep bir ağızdan.. Kaset, (1 kişi)Radyo, (2 -4 kişi) TV, **Tuba :** Benim sadece arabada radyo

Esra : Genelde radyo dinliyorum , ders çalışırken yani özellikle müzik dinleyeyim diye kesinlikle oturmuyorum, ders çalışırken klasik dinliyorum, yatıyorken, sabah kalktığımda spor falan yapıyorsam hareketli birşey istiyorum, yani birşeyler yaparken dinliyorum.

Elif : Yani şey gibi bu yaa, yemeklerin içinde kuruyemiş falan var ya, onun gibi yani insanın canının ne zaman çekiceği pek belli olmuyor, yani ben kendi açımdan konuşuyorum, ondan sonra bir çok çeşidi var işte, şam fıstığı var, leblebi var, yani hepsinin yeri ayrı. Ama hiç bir zaman insan onu doymak için yemiyor. Günün belli bir saatinde canı isterse, hatta ne biliim ayda belli bir zamanda istiyor canı, sürekli tüketmiyor. Benim açıkçası öyle. Artı, radyoda her zaman saklamaya, dinlemeye ihtiyaç duymadığım şeyleri dinliyorum. Ama bir şeyi gerçekten çok seviyorsam, işte o zaman kasetini, CD sini falan alma yoluna gidiyorum. Ama radyo genelde günlük tüketim için, müziği dinlemek için kullandığım bir araç oluyor.

Daha çok hangi kanalları dinliyorsunuz ?

Selin : Valla daha çok Türk pop müziği dinlediğim için, Alem FM dinliyorum mesela, Show Radyo dinliyorum. Ama Capital Radio da dinliyorum, Power FM de dinliyorum, hepsini dinliyorum. (Alem vs) Daha çok hoşuma gidiyor.

Tanla : Ben Capital dinliyorum daha çok. Bazan Cap. çok böyle hızlı çalmaya başlıyor, o bana göre değil, o zaman kaset koyuyorum, ben daha çok hafif müzik seviyorum, yani yavaş olarak, slow olarak (birisi tasdik etti). Öyle yani, değişik, kaset de oluyor, radyo da oluyor. Müziğe göre değişiyor yani.

Tuba : Ben özellikle akşamları Power dinliyorum, Cem Ceminay 'ı dinlemek için. Onun dışında Capital. Ya Capital ya Power.

Aylin : Ben de, yabancı müzik dinlediğim zaman Capital genellikle, onun dışında Show Radyo falan. Ama örneğin sabah kalktığımda ağır müzik dinlemeyi pek sevmem heralde, güne yavaş müzikle başlamak

Peki siz ne hissediyorsunuz sabah kalktığınızda mesela ?

Ebru : Ben daha hafif dinlemek istiyorum (Tasdik 20-21 ler). Kafam zaten şey oluyor, uyandığımda sinirli oluyorum (Tasdik 20-21) **Tuba** ve **Esra** hareketli dinlemek istiyor. **Tuba** uyanabilmek için hareketli dinlemek istiyor.

Elif : Yani hareket derken bangır bangır değil yalnız (Tasdik)

Esra : Yani içimde birşeyler uyandıracak (**Elif :** Evet), yani güne yeni başladığım için o heyecanı..

Elif : Yani klasik müzikle uyanmak istemem açıkçası (Tasdik) Onu da severim..

Esra : Akşam yatarken klasiği tercih ederim

Elif : Veya ders çalışırken

Tanla : Uyursun yani, kötü bi müzikle uyumak..(herkes güldü)

Esra : Ruh halime göre değişiyor (**Elif :** Değişiyor evet)

Aslı : Ben her zaman Capital dinliyorum. Yani bazen Ctesi akşamları eskiden çok kötü çalışıyorlardı yani, o zaman Power. Aslında hala öyle yani çok hızlı oluyor.

Ebru : Yani artık tanıdık müzikler yani şarkılar çalışıyorlar

HERKES ÇOK TEKRAR EDİYORLAR DEDİ

KB :Eskiden hep bilmediğin şarkılar çalarlardı o zaman ben direkt başka kanallara genelde Power 'a geçerdim yani, Capital 'ı beğenmediğim zamanlarda.

Tanıdık çalması mı kötü ?

Aslı : Tanıdık çalması iyi, Ctesi akşamları özellikle böyle bangır bangır, (tasdik) Ctesi akşamları özellikle öyle çalarlardı eskiden, tanıdık çalışıyorlar artık, dinliyorum her zaman.

Peki tekrardan dolayı...

Esra : Evet, evet , sıkıntı var.

Tuba : Tekrar olunca direkt kanal değiştiriyorum

Aylin : Çünkü devamlı aynı şeyleri çalışıyorlar

Tanla : Bir de Capital hit müzik çalışıyor, tam yani o gün ortaya çıkan şeyleri, o yüzden bence o kötü yani, mesela Power FM daha böyle eskilere gidiyor, ne biliim daha değişik yani,(tasdik) bir sürü..

Ebru : Ben Capital ve Power dinliyorum ama daha çok Capital dinliyorum.

Capital ve Power 'ı bir karşılaştırsak, mesela jinglelar..

POWER FM ÇOK DAHA GÜZEL

Ne açıdan güzel ?

KB :Bilmiyorum hoş geliyor

Tanla : Çok değişik yani, onlar ilk bence, Capital ondan görüp yapıyor gibi geliyor.

Elif : Tabi, öyle müzikal bir şey koymak ilk onların aklına geldi yani belki Number One mı önce koydu ?

KB : TR de ilk özel radyo Capital. mı ?

KB :Yok, Ankara da ilk, TR de değil. **Esra :** Gün FM filan da vardı

Elif : Bir de, şey, yani Capital böyle, Capital Radiooo(jingle), belli şeyleri var, hep onları veriyor. Power 'ın öyle değil, farklı şeyler yazabiliyor (tasdik :değişik, besteleri var evet,), artı ; yabancı sanatçıların falan söylediği şeyler var, (tasdik).

Esra : Bence, Power insanın böyle enerjisini tutuyor, yani onu yakalayabiliyor bence, o tempoyu (**Elif :**Evet)çok güzel, akşam slowuyla, gündüz ,işte o ritmiyle bence onu yakalıyor, yani ben Capital da onu göremiyorum.

Tanla : Çok değişik şeyler buluyorum ben de. Mesela Cem Ceminay 'ın yanında Memduk, temizlik işçisiymiş galiba, yani onu bulmak kimin aklına gelir ki, orda program yapmak (tasdik), yani onu düşünmek çok önemli birşey galiba.

Elif : o şeye ben çok katılıyorum, yani, müzik dinleyenlerin ruh haline paralel gidiyor Power, onu çok kesin biliyorum. O da belki şeyden, çok şeffaflar. Yani istediğin an gidip Power 'a ulaşabiliyorsun. Ama Capital öyle değil. Biz Capitala birşey sormak için telefon açtık babamla birlikte, yani işte görüşemeyiz efendim bilmemne işte müdürümüzle görüşeceksiniz diyip böyle bir çok sudan sebep uydurdular. Oysa Power da, zaten Vakkorama 'nın içinde, eğer İstanbul 'da oturuyorsanız, git yani camına vur, zaten fanus gibi bir yerin içindeler, DJ 'e yaz, işte ne olursun çal, bugün benim yaşgünüm de, yapıştır, görüyor, gayet güler yüzle çalışıyor. Yani çok insancılar, öyle diyim. Kasıntı degiller. (**Esra** dan tasdik)

Esra : Capital uzak, bir uzaklık var, kopukluk var galiba dinleyicilerle (**Elif :** kopukluk var)

Tuba : Bir de Rama nın içinde olduğu için bir avantaj. (**Elif :** Evet)

Tanla : Bence kopukluk yok. Mesela Seymenler parkına gelin, bizi görün, ne biliim bunlar bence ilişki yani, niye kopuk olsun ki ?

Esra : Mesela, ben telefonu açtığımda, diğer radyolarda Power olarak kastetmiyorum, telefonu açtığım zaman, ordaki DJ benimle sohbet ediyor, işte beni tanımaya çalışıyor, ben onun bir dinleyicisi olarak, yani bana ulaşması için beni tanımaya çalışıyor. Capital'a

telefonu açtığım zaman sadece istediğim şarkıyı söylüyorum, " peki, oldu" diyip, suratıma kapatıyor.

Aylin : Ve de çalmıyorlar.

Aslı : Aynı şeyi bana da yaptılar.

Esra : Halbuki o yaptığı işten dolayı, ben onu dinlicem, yani ona muhtaç olduğu için beni tanınması gerek. Hangi kitkeden olduğumu bilmesi gerek bence. Ben Capital da bunu göremiyorum.

Elif : Mesela şey dediler, ben bir istek parça için aramıştım, bir kere, sırf denemek için, bakayım çıkıyorlar mı, yoksa uyduruyor mu bunlar diye. Şey dedi, " siz Capital Club 'a üyemisiniz ? " "Ay, işte değilim falan dedim ", " önce üye olun da ondan sonra" dedi, çat diye suratıma kapattılar. Aman Tanrım yani, çok garip bir yaklaşım.

Tanla : Bence eğitim almaları gerek DJ lerin.

AP : Bir keresinde ben telefon ettim, işte canlı yayına çıktık, Ercanla, arkadaşım, Öykü nün şeyinde (program ismi bilmiyor). Konuştuk, falan, filan böyle, orda Pizza Days 'in adının geçmesi lazım, " tamam dedi, siz istermisiniz Pizza Days de yemek yemek" dedi, düşündük, " iyi, tamam, olur, farketmez "dedik, ondan sonra " tamam işte hattan ayrılmayın, sizle şu saatte görüşücez" falan dedi. Tamam dedik bizde, işte kısa günün karı, yemek de kazandık falan olduk, bekliyoruz orda, Öykü dedi ki, "işte özellikle Pizza Days 'in adının geçmesi gerekiyordu, yemek kazanmadınız ", Öykü dedi yani, ben de güldüm sadece.(**KB:**Reklam yapmak için)Yani, artık ben fazla güvenmiyorum işte, yok McDonalds dan yemek kazandınız, yok bilmem nereden birşey kazandınız dediklerinde, acaba veriyorlar mı diye düşünüyorum.

Esra : Bence çok fazla reklam yapıyorlar, ayrıca gereksiz yapıyorlar bence, çok fazla yapıyorlar. Yani sanki böyle herşeyde reklam kokuyor. Yalnızca çıkar için.

Tuba : Bir de İngilizce konuşuyorlar, bence o da güzel değil.

Amerikalı DJ ler nasıl sizce ?

Tanla : Bence yararlı. Tabi yararlı.

Ebru : Değişiklik katıyor bence.

Tanla : Tabi anlayana yani. Ne biliim ben anlayamıyorum, daha böyle şey konuşması gerek, yavaş , Capitalı ki. Böyle kaha kaha atıyor kendi kendine ne biliim yani (gülüyor).

Peki, özellikle beğendiğiniz bir DJ var mı ?

Elif : Power da Zeynep. Yani Zeynep le romantik saatler, ona hastayım. bir de Cem Ceminay 'ı çok seviyorum.

Esra : Ben de Zeynep 'i seviyorum.

Tanla : Ben Rana Pirinçcioğlu nu beğeniyorum. Bir de çok güzel sesi var kızın, yani çok güzel yani şarkıları falan.

Selin : Acaba nasıl, ben de dinliyorum.

Elif : CAP da böyle çok isim bilemiyorum ama, işte sabahları bir Mehmet Ali çıktı, o birşeyler yapmaya çalışıyor, ondan sonra akşamları da Öykü. O biraz fazla laflı, çok sıkılıyorum ben.

Aslı : Öykü de yok yani uzun zamandır.

Elif : Öyle mi ? Son zamanlarda işte ben pek dinleyemedim, çiftleri falan konuşturuyor ama bir bakıyorsun sırf laf olmuş yani, dırdır dır, bir müziğe geçse oluyorsun.

Sevdiğiniz program var mı ?

Aslı : İstek hattı, sevdiğin şarkılar çıkıyor yoksa onlara kalırsa abuk subuk bir sürü şarkı dinliyorsun (tasdik), yani genelde top olan şarkıları falan çalışıyorlar istek hattında.

Capital Radio bir insan olsa, nasıl bir insan olurdu sizce ?

Kasıntı, özentî, Galatasaray 'ı tutar, **erkek olurdu** (**Elif :** genç ve erkek olurdu, renkli gözlü olurdu), başında şapkası olurdu, **havalı**, tiki, dop, dop, yakışıklı, 20 -22-25 yaşlarında..

Power Yuppi olurdu (**Elif + Esra**), kaliteli olurdu, daha renkli bir hayatı olurdu, **daha yaşlı**, 30 falan,(biri 20 li dedi), 25- 30 arası, **erkek**

Neden erkek dediklerini bilmiyorlar, gülüyorlar.

Elif : Daha dinamik olduğundan mı...

Hayata bakış açısı nasıl olurdu Power 'ın ?

Power, sürekli değişime açık, **değişik**, renkli, (**Elif :** yani hayatında güzel bulduğu herşeyi kendine adapte etmeyi ve etrafındakilere sunmaya çalışırdı, ama Capital pek öyle bir şeyi vermiyor)

Esra : Bence Power esprili, her şeye pozitif bakar

Ebru : Bence, Capital biraz pasif olurdu (tasdik)

Tuba : Daha monoton olurdu

Tanla : Ben de Ebru ya katılıyorum. Daha pasif (Capital), öbürü daha aktif.

Aslı : Ben Capital. 'ı daha çok seviyorum, yani, pasifliğine birşey diyemem gerçekten de, mesela yayın sırasındaki bir ses vardır mesela, yani televizyonu açtığınızda bir tiz, mekanik bir ses vardır ya, ben mesela Power 'a geçtiğim zaman yadırgıyorum, yani o sesi yadırgıyorum, ben *alışmışım* yani, 2 senedir falan dinlemeye, fazla dinleyemiyorum yani, Capital 'ı daha çok seviyorum. Power tabi daha aktif, daha canlı, neşeli ama,..

Zamanın verdiği bir alışkanlık ?

Aşlı : Evet. Yani şarkıları çalma tarzları bile farklı yani. Dediğim bir ses var, çok garip gelebilir ama..

Elif : Hayır değil, kesinlikle. Mesela ben, ikisinin frekansları birbirine çok yakın, birinde sıkıldım mı öbürüne geçiyorum, o zaman biliyorum hangisinden hangisine geçtiğimi, ama ilk açtığımda nerde olduğunu bilmeden açıyorsam frekansını, anlıyorum hangisinde olduğumu (tasdik) hissediyorum yani. Capital mı Power mı diye, o dediğin doğru. Resmen bir algılama var, insan anlıyor.

Aşlı : Yani, insan yadırgıyor. Ben uzun zamandır Capital dinlediğim için, yadırgıyorum yani Power 'ı açtığım zaman. Genelde zaten en fazla bir 5 dakika dinlerim, sonra yine Capital a geçerim, sevmediğim şarkı çalarsa..

Kalktın sabah kesilmiş Capital ın yayını....

Bu sefer Power 'a geçerdim. Mesela geçenlerde yayın yapmış, uyduya geçiyoruz etc, yayın yapamıcaz bir kaç gün, ben kendimi bomboş hissediyorum, sabahları Power 'la falan uyanıyorum, fazla böyle güzel kalkmıyordum yani.

Elif : Ben de bazan Power frekansından çıkmıyor, o zaman çok bozuluyorum, Allah yine Capital a kaldık diye..gerçekten..duygusallaşıyorum.

Ebru : Yani ben Power da dinleyebilirim, benim için fazla farketmez, boşluk olmazı heralde benim için.

Selin : Bende de öyle, fazla farketmezdi, çünkü, bir sürü yabancı müzik çalan kanal var, onlardan birisini seçerdim.

Aylin : Bence de farketmiyor.

Tanla : Farketmez, daha iyi olur yani. Zorunluluktan kurtulurum.

Capital dinlememiş bir insan nasıl bir insan ?

Olur mu yaaa..

Elif : Bence krodur.

Esra : Niye, hiç dinlemeyenler de var.

Selin : Zevki başka olabilir.

Elif : Tamam zevki başka ama en azından, bizle zor communication kuracak biri (Tanla : Evet) (tasdik)

Aylin : Bence de. Yani en azından yabancı müzikten hoşlanan bir insanın kanalları çevirdiğinde mutlaka o kanalda takılıp bir, iki parça dinlemiş olması lazım, yani, hiç yabancı müzik dinlememiş bir insan durup dinlememiştir.

APslı : Yani, illa İngilizce bilmek gerekmiyor yabancı müzik dinlemek için..

Tanla : Zaten belli bir kesim dinliyor.

Elif : Evet, belli bir kesim dinliyor, dinleyen kesimle, dinlemeyen kesim arasında da çok iyi insanlar olabilir..

Diğer kesim nasıl insanlar ?

Elif : Ya, şey olabilir, yani aşırı klasik müzik eğitimi alan konservatuar öğrencisi pek Capital dinlemez gibi geliyor.

Tanla : Bence de yani. (tasdik)

Selin : Türk müziği dinleyen (tasdik). Ben dinlemem yani, o kadar sarmıyor beni bazen.

Esra : Sosyalistler..TR de uçlarda çok insan var, bunun arabesk dinleyeni var, yani bunun sağcısı, solcusu, ülkücüsü çok farklı bir şey dinliyor, sosyalisti çok farklı dinliyor, yani onların radyoları farklı. Yani bilmiyorum, dediği gibi, bizimle iletişim kurması zor olacak bence.

Yaşı kaç oluyor, eğitimi nasıl oluyor,

Elif : Taksi şoförleri.

Esra : Onu bilemeyiz, çünkü çok farklı insanlar var, arabesk dinleyeni, Türk sanat müziği dinleyeni, kalıba koyamayız. Doğudan gelmiştir o zaman..

Selin : Bu zevk işi sonuçta, yaşa da bağlayamayız. Belki kasetleri vardır, sadece onları dinliyordur, belki radyo dinlemeyi sevmiyordur.

Aylin : O kadar dışlanacak insanlar olmazlar.

Esra : Benim var bir arkadaşım Capital 'ı sevmiyor.

Tanla : Mesela, Tolga (abisi, 23 yaş) hiç açmaz radyo, CDleri ile ilgilenir, caz dinler daha çok. Yani bazan Power dinler, ama Capital hiç sevmez. Kişiden kişiye değişiyor bence.

Esra : Rockçı..

Capital 'ın tam tersi bir radyo istasyonu nasıl olur ?

Selin : Sakin (2 kişi en az tasdik), yani daha çok slow çalan, çok haber verirdi, daha rahat çalarlardı yani , kulakları rahatsız etmezdi, çünkü bazan hakikaten çok rahatsız edici müzik çalıyorlar, underground (tasdik), daha kaliteli olurdu (çalmasalar), daha rahat dinlenilirdi, ben de dinlerdim

KB : Daha sıcak olabilirdi.

Elif : Türkçeyi güzel kullanırdı (tasdik), az konuşan olabilirdi, çok böyle şeyler, fakslar, bağlantılar olmayabilirdi.

Aylin : Radyo Anadolu, yani, konuşma yok, reklam yok, (**Esra :** Ben de çok seviyorum o radyoyu, çok kaliteli müzik çalıyor), saAt başı ya da yarım saAtte bir haberleri çok kısa bir şekilde alabiliyorsun (1-2 kişi çok fazla haber var dedi Radyo Anadolu için), bağlantını koparmıyorsun. Benim daha çok hoşuma gidiyor.

Elif : Benim annem, babam bayılıyorlar

Esra : Ben TRT FM i de çok seviyorum.

Aslı : Yani daha böyle sakın, daha çok slow şarkılara yer veren.

Tanla : Radyo Vizyon mesela tam tersi. Yani böyle DJ yok, haber yok, sadece müzik ve böyle yavaş yavaş yani fazla abartmıyorlar, hem yabancı hem Türk..

Power 'ın tam tersi desek..

KB : Her türlü şeyi yakalamış durumda bence, Türkçesi var, haberleri var,

Esra : Mesela Capital hiç kitaplara yani kitaplarla ilgili konusu yok mesela ama Power 'ın var, kitap tanıtıyor mesela, kısa kısa şiirler okuyor mesela

Hep bir ağızdan.....kültürel aktiviteler, sinema film..

Aslı : Capital sinemalardan arasına bahsediyor, yani reklam olarak.

Elif : Ünlüleri konuk ediyor..(tasdik)

Tanla : İstanbul da olmaları avantaj onlar için

Elif : Öyle de ama, diğer radyo kanallarında niye çok az var ? Belli bir imajları da var onların, yani sanAtçılar gidip göğüslerini gere gere oturabiliyorlar, ama başka bir radyoya gitmiyorlar mesela, gitseler bile eş -dost ilişkisiyle gidiyorlar..

Aylin : Yine, o, Vakko da olmasının verdiği bir avantaj, (**Elif:** Belli bir imajı var), evet, belli bir imajı var, birinin gidip orda konuşmayı tercih etmesi bence % 70 i Vakko da olmasından.

Capital 'ın beğenmediğiniz yönleri ?

Tanla : Çok hızlı şarkılar çalması, çok abartıyorlar ve çok uzun süre çalıyorlar, yani bazen kalbim böyle off diyorum, yeter yani...bence bu yani, yoksa başka yok. Zaten ben seviyorum zaten Capital Radioyu.

KB : Çok cıstak Capital da.

Elif : Dj lerin çok konuşmasının yanı sıra bir de boş konuşuyorlar (1 kişi tasdik). Mesela, insanlara böyle hayat verelim, enerji verelim diye böyle abuk, subuk şeyler söylüyorlar. Hadi kalkın, şimdi şunu yapın, bunu yapın, yani gerek yok bunlara, yani insanlara ulaşabilmek için böyle beylik şeyler yapmanın alemi yok. Hadi, kalkın, düşününüzü alın, ekmek almaya yürüyerek gidin, (**Aylin:** Özel hayata müdahale ediyor), evet özel hayata

çok bişeyi var, girme var. İnsan rahatsız oluyor belli bir süre sonra..Ona gerek yok, iletişim kuracaksa onu farklı bir şekilde verebilir, mesaj verebilir Capital.

Aylin : Şarkıların arasında konuşmaları çok sinir bozucu

Tanla : Şarkı dinlerken birden çıkıyor yani, ben şarkı dinlemek istiyorum, seni dinlemek istemiyorum

Aslı: Yani, 2 gün evvel galiba, yine dinliyordum Capitalı, orda bir kız DJ, işte bişeylerden bahsediyor, orda dili sürçtü, 10 dakika, hadi 10 dakika değil de, 2-3 dakika abuk subuk muhabbet etti, doldurmak için programı konuşuyorla..

KB : Konuşma olsun diye.

Power 'ın beğenmediğiniz yönleri ?

KB . Benim yok yani.

Elif : Power da biraz , hayatta kalmak için reklam alıcak da yani, o da çok reklam alıyor.

(**Esra :** Evet) Mesela, Yapı Kredi nin kaç kere çıkıyor, artık sayısı yok yani

Tanla : Reklamlar da çok sinir bozuyor.

Elif : Programa tam konsantre olduğun bir yerde pat diye reklam giriyor ve uzun sürüyor.

Kısa kısa da değil, gayet uzun reklamlar.

KB : Onun dışında Power da yok yani...

Sessizlik oldu, kimse doğru dürüst birşey söylemedi.

Logo Karşılaştırması yapsak..

Daha logo gösterilmeden.. : Kırmızı- beyaz, yuvarlak, Capital yazıyor, 99.5 falan

Power : Sarı, 100 şeyi var, etrafı siyah, koşucu, reklamdaki müzik çok güzel televizyondaki (tasdik reklamın güzel olduğu yolunda)

Elif : Power bana daha batılı gibi geliyor, size nasıl..

Selin : DJ lerini çok kültürlü insanlardan seçiyorlar (Elif : Sofistike), en azından iki dil biliyorlar , Fransızca biliyor tüm Power daki DJ ler, ona dikkat ediyorlar(**KB :** Zeynep biliyor) kültürlü insanlardan seçiyorlar DJ lerini, o yüzden kaliteli programlar ortaya çıkıyor.

KB : TRT FM..

Logolar geldiii

Capital : Basit bir logo (tasdik), kütük gibi (Selin), özen gösterilmemiş, özelliği olmayan

Power : Elif : Power da mesela şu Digital saat gibi yapılmış, işte çağdaşlık. (**Esra :** Evet) , hız, dinamizm, dünya olayı koymış, kulaklık var, dünya müziği, bence daha Power ınki... (tasdik)

Esra : Power bence daha uğraşılmış yapılması için

CAPital da hiç birşey yok, sadece yazı

Daha canlı Power ınki, Capital da sadece kırmızı beyaz var, Türk bayrağı

Esra : Power daha sıcak bence.

Aylin : Evet, Capital bence sevimsiz renklerin uyumu

Elif : FakAt Capitalda da radyo olduğu anlaşılıyor, Power ı bilmeyen biri radyo olduğunu FM falan bakarak ancaa

Hiç radyo dinlememek nasıldır ?

Boşluk, kaset, dediler.

Aylin : Yani kaset daha monoton, mesela diyelim ssevdieğiniz bir şarkıcı, Michael Jackson, yani bir iki şarkısını seviyorsunuz diye bütün kaseti dinlemek zorunda kalıyorsunuz. Ama radyo öyle değil, seçiyor yani birşeyler seçiyor

KB : Bir de radyo heyecanı var, olaylar var

Aslı : Kendini eğlendirirken haberleride dinleme şansın var

Elif : Artı, diğer yerlerde neler oluyor, tek bağın bence müzikal açıdan olsun, başka yerlerdeki gençler ne yapıyor falan anlamında. İletişimi kolaylaştırıyor.

KB : Bir ara radyoları kapatmışlardı, bayağı kötü oldu (tasdik). (**Elif:** Sessizlik oldu değil mi ?)

Selin : Boşluk (tasdik), farklı insanlar...

Tuba : Radyoda birşeyi heyecanlı buldu ama anlamadım

Esra : Sanatçılar hakkında bilgi veriyor, o ilginç oluyor, magazin haberleri

Radyoya en yakın tercihiniz ?

3-4 kişi : Karışık kaset

Elif : Radyoyu salt müzik olarak alırsan, kaset falan ama eğlence aracı olarak alırsan televizyon (tasdik)

Neden karışık kaset ?

Aynı şeyi dinlemek bazen sıkabiliyor

Selin : Farklı insanlar, farklı...

B YÜZÜ :

Müziği daha çok ne zaman dinliyorsunuz ? HS Hİ ?

Tanla : Moralim bozuk olduğu zaman daha çok

Elif : İnsan yoksa açıkçası, yerini müzikle dolduruyorum

KB : Sabah

Selin : Deşarj olma

Radyo bir nevi arkadaş oluyor, sıkıntılı zamanlarda ? **EVET**

Elif : Sırf müzik olması da iyi değil, yani bir DJ in, insan sesinin olması çok iyi

Selin: Düzeyli konuşmalılar .

Esra : Her zaman açık durur odamda, yani arkadaşım gelse de devamlı fonda vardır yani.

Aslı : Akşamları yani, eve geldikten sonra falan, odama gimemden itibaren

Aylin: Evde olduğum zaman, genellikle her zaman

Radyoyu yalnız mı dinliyoruz yoksa birileri geldiğinde radyo dinliyor muyuz ?

2 kişi her zaman açık olur farketmez dedi, biri **Esra**

Öbürleri, yalnız oldukları zaman dinliyorlar

Tanla : Çünkü birileri varken sanki konuştuklarını anlamıyorsun (**Elif :** Evet, ben kapatırım yani), cızırdıyor orda

Ebru : Ben kapatırım hatta birileri ile olduğumda gerek yok diye. Telefonla konuşurken falan, konuştuğum insanın sesini duyamıyorum o zaman hemen kapatıyorum

KB : Bir de güzel müzik çalınca oraya gidiyor, karşıdaki insanı dinlemiyorsun yani, aklın oraya gidiyor (tasdik).

4 kişi ile devam

Yabancı DJ lerle Türk DJ ler arasında fark var mı ?

Elif : Hiç dinlemedim ki yabancısını

Aslı : Capital da mesela İngilizce bilsen bile, zorlanıyorsun anlamakta. Bir de Amerikalıların dilleri, lehçeleri bayağı farklı İngiliz ingilizcesinden, o yüzden çok zorlanıyorum anlamakta, 11 sene İngilizce gördüm ama yine özellikle dinlemem lazım ne diyor diye. Türkçe de öyle değil

Tuba : Arada Türkler de İngilizce konuşmuyor mu ? Ben onu hatırladım onun için ingilizce hoş değil dedim.

Elif : Cem Ceminay bir ara ingilizce konuşuyordu. Bence gerek yok yani Türkiye de yaşıyorsak,

Esra : Adının da Türkçe olması gerekiyor, Capital ın Power ın.

Aslı : Ama yani, Ankara da, Türkiye de bir sürü yabancı yaşıyor, onlara da ulaşmak için olabilir

Elif : Onlar dinlemiyorlarmış, ...

Esra : TR de yaşadığımız ve Türk olduğumuz için tabi Türk daha hoş geliyor. Benim kulağımı çok tırmalıyor doğru konuşulmadığı zaman Türkçe. Bir kere 30 saat onun ne demek istediğini anlamaya çalışıyorum. Türkçeyi güzel kullanmada Power FM bence Capital dan daha başarılı. Bence amerikalı DJ ler renklilik katıyor.

Elif : Bence konuk olabilirler, bir programı onlar üzerine alıp yapmamalı, konuk olabilirler, o renk katar dediğin gibi.

Esra : Türk DJ leri tercih ederim çünkü zaten herkez ingilizce bilmiyor, bilmek zorunda da değil. Kültürlü DJ i tercih ederim tabii ki.

Türkçeyi bozarak konuşmasınlar bütün özel radyolar yayvan yayvan konuşmasınlar. Laubali, hey,vav, yeee

Esra : Bence Capital da daha çok. Ben bir dinleyen olarak karşımda seviyeli birşey bekliyorum açıkçası, belki biraz fazla ağır olabilir ama, ben bu yüzden TRT FM i çok seviyorum. Power da da var aslında o.

Elif : Radyoların bir misyonu olmalı. Kitlelerin önünde gitmeli yani bir dalgaya kapılıp da, bir amerikan vari, batılı vari, özenti olmaya çalışmamalı da, müziğini, programlarını dinlettiği kitleye birşeyler verebilmeli

Esra : Boş olmamalı

Elif : Boş olmamalı evet, bir mesajı olmalı, bir misyonu olmalı. Bu devlet radyosunda var ama belki onlar biraz daha abartıyorlar, o kadar da değil, ama çok gevşek de değil.

Aslı : Devlet memuru seviyesinde oldukları için bazı laubaliklerin olmaması lazım.

Esra : Rekabet olduğu için onlarda bile bir değişme var.

Elif : Var ama bu değişmeyi çok ölçülü yaptılar, dediğin gibi çok seviyeli gidiyor.

Esra : Kültürümüzü koruyarak belki batılılaşmak

Tuba : Özentili olmadan yani.

Esra : Mikrofonu kapan DJ oluyor. eğitim yok.

Aslı : İşte alanlar belli standartlar koymuşlar, işte rahat konuşsun, ağzı laf yapsın, ses tonu, başka birşeye pek bakmıyorlar.

Cem Ceminay nasıl geliyor ?

Esra :Değişik geliyor

Aslı: Ben fazla dinlemediğim için.

Tuba : Memduk özellikle çok hareketli, komik yani.

Esra : Ben, Cem Ceminay da şunu görüyorum ; sunduğu programlar içinde mesajlar veriyor, onu farkettim. Küçük de olsa. Yani trafikle bile ilgili olsa. Yani boş değil aslında.

Tuba : Bence öyle olmasında da bir zarar yok. boş da olabilir, saçmasapan şeylerden konuşuyor, insanın hoşuna gidiyor yani, o da lazım o da. (**Esra :** Tabi, tabi)

Elif : Yani Capital da Cem Ceminay ın seviyesinde yok. Ne bir program var, ne DJ var. Kendine güveni olan bir insan

Tuba : O tam işte showman.(tasdik)

Esra : Bence Capital Power ı taklit etmeye çalışıyormuş gibi geliyor, hatta ben buna tanık oldum bile.Kaan örneği.. biz de Power a yaklaşıcaz, aynı ...nın sesi gibi ben de bu ses tonunu arıyordum.

Jinglelar ?

KB : Bence Türkçe olması gerek ,sinir olmuştum ben

Aslı: Ama Türkçesi de var. Türkiye nin....

Müzikli var mı ?

Aslı : Müzikli yok tabi. Ama mesela Power FM in arkadaşım dinletmişti, uzun böyle şarkı gibi, Türkçe, benim çok hoşuma gitti. (Güzel sesleri)

İngilizce özenti izlenimi bırakıyor

Süreç olarak bakıyor Elif, rayına oyuracak diyor, Esra tasdik ediyor. Aslı, hamburger durum örneğini verdi, o da ingilizce jingleları özentili buluyor

Elif : Sanki ingilizce olursa, kaliteli gibi, işte batıda bu işler iyi yapılır, biz de onlara benzersek..

Tuba : Bence insanları çekmek için yapıyorlar. Özentili insan da çok olduğu için (Elif: Evet).Bence kalite değil.

Aslı: İngilizce iş ilanlarını daha çok okuyorum gazetede daha çok dikkatimi çekiyor

Elif : İsmi verdiği bir imaj var, prestij var. (İmaja tasdik) Mesela Kudret FM veya Güç FM olup yine Vakko da olsa. İngilizceden faydalanırlar.

Tuba : Bunları protesto edip, hiç dinlemeyenler de var.

Esra : TR de zevkler çok farklı, kültür farkı, eğitim farkı, belli, kesin bir yere hitab edilemiyor zAten, iletişim farklılığı oluyor, kopukluk oluyor bu yüzden de.

Tuba : Yaşam koşulları

Tipik bir Capital dinleyicisi ?

Aşlı: İstek saatinde hep slow çalıyor, romantik geliyor aklıma, değişiklik aramayan, ama o tipik insana pek batmıyor olsa gerek o birbirine çok benzeyen şarkıları dinlemek.

Tuba : Değişiklik aramayan bir insan bence, çok birbirine benzeyen şarkılar

Aşlı : Yaş olarak, bence üniversite son sınıfa kadar olan dönem, bana öyle geliyor.

Elif : Lise, üniversite son arası yaş diyim, ama o biraz taşabilir, işte bizim gibi master yAPanlar filan, ama sürücü olması önemli, ilk tanışıklık bence o sürücü koltuğunda (Tuba ve Aşlı; Evet) başlıyor, ya da sürücü olmasan da, yanında oturuyorsan bile orda, arabanını içinde başlıyor.

Tuba : Araba çok büyük faktör.

Elif : Çok büyük kesim dinlemiyor. Ben babama Capital ı çok zor dinlettiriyorum, Anadolu ya dnmek istiyor, sıkılıyor yani ondan. Genç kesim.

Esra : CAP da öyle ama, bence Power da o değişebiliyor. (Elif : Evet). Telefon açanlardan biliyorum, biraz daha değişik kesimden insan çekebiliyor.

Aşlı: Annemi zar zor yabancı müzik dinlemeye alıştırdım..Artık Capital dinliyor ama bazan çeviriyor, o zamanda Capital da çok cıstak cıstak, kulak tırmalayan müzik olduğunda

Elif : Babam asla evde dinlemezde, arabada Anadolu.

Esra : Biz devamlı zaplarız. Berna & Nihan'ın (kardeşleri) devamlı dinledikleri yok ama Capital dinliyorlar.

Türkçe mi yabancı mı ?

Aşlı : Bence herkez istediğini yapmakta özgür. Sırf yabancı, sırf Türkçe, bence mantıklı, Türkçe çalanlar farklı, yabancı farklı

Tuba : bir de Capital öyle bir imaj oturttu, Türkçe çalması bence yanlış olur.

Aşlı: Yani tam Power ın artık taklidi olur. (tasdik)

Esra : Ders çalışırken Türkçe dinlersem aklım kayıyor. türkçe dinleniyor ama bence bir yabancı kadar değil.Yabancıнын yelpazesi daha geniş.

Guest DJ i kimse dinlememiş.

Esra: Bilmiyorum ama bana pek sıcak gelmiyor.

Yarışmalar ?

Aşlı : İnandırıcı gelmiyor (tasdik) Nasıl bilebilirsin 20. olduğunu. DJ ler akıllarına estiği zaman tamam siz 20. oldunuz..Hediyeye inanmıyorum, istek şarkı çalarda...

Elif : ZAten çok büyük hediyeler vermiyor Capital Power veriyor, yılbaşında gezi falan, Avrupa..

Esra : Power dil kursu veriyor. DJ ler küçük küçük mesajlar veriyor, şuraya uğrayın, buraya uğrayın

Power da daha çok reklam var.

Esra : Capital daha sıcak olabilir, daha iyi Türkçe, batı özentisi değil (ikisi de)

Tuba : Saçmasapan müzikler çalıyor, bir de Capital tuhaf çalınca power ı açıyorum a da aynı şekilde

Esra : Bir de Power Fransızca falan da çalıyor, o da çok hoş, serpiştiriyor araya(tasdik), Power ınki çok geniş.

Aslı: Bir saatini fransızcaya ayırıyor gibi geliyor ya da bana rast geldi

Esra : Zeynep çok çalıyor

Müzik kalitesi nedir ?

Elif : Güncel olması, listelerde olan şarkılar olması, bir de klasikleşmiş her zaman çalınan parçalar da vardır, onu da çalabilmesi (**Tuba :** Evet)

Esra : Bence Rock kalitedir. Ben Rapten hoşlanmıyorum, çok tırmalıyor gibi geliyor

Tuba : Müzik gibi gelmiyor.

Elif : Yani çok uç müzik olmaması lazım, ortak beğenisi olan parçalar, hem caz, hem slow, herşeyin olduğu programlar.

Aslı : Her kesime hitab edebilen. Ondan da çalan, bundan da çalan, eskilerden de çalan.

Esra : Ben çok arıyorum mesela eskilerden çalmasını. Power da var, Capital da pek yok o. Bir yılbaşında yapmıştı.

Elif : Oda örneği. Power daha sıcak gibi geliyor hem müzik hem DJ olarak, Capital daha dar kapsamlı, Power da kendimi ailenin içinde gibi hissediyorum.

Esra : Power bir de haberdar ediyor herşeyden, kültürel, moda, magazin

Elif : Capital sırf müzikle çıkıyor, Dünyanın en iyi müziği zaten. Power da herşey var.

FOCUS GROUP Age 18-24 BOYS

Yaşamınızda müziğin yeri ve anlamı...?

ERCAN: Beni 'mode'a sokar. Romantik bir şey dinlersem uykum gelir. Ne biliyim tekno dinlersem arabadaysam süratim artar. Sabahları iyi müzik çalıyorsa keyfim yerine gelir. Akşamları mesela Capital ilk zamanları iyi idi ama sonra geceleri bi müzikler çalmaya başladılar abi araba kullanırken sürekli araştırma yapıyorum yoksa bayılıp kalıcam yani .. sabahın üçünde adamlar bi müzik çalıyolarla öldürüyor yani adamı .Tarzı ne biliyim korkunç nasıl böyle...hani şu soul soul çalıyorlar böyle zenci küçük 12-13 yaşlarında (şarkıyı mırıldanıyor....) falan diye benim gözler kayıyo arabanın içinde böyle....

EMRAH: Kötü zamanlarda dinlediğim müzik yani o kötü zamanı hatırlatıyor tekrar onu dinlersem o kötü zamanı hatırlatıyor. O şarkıyı hatırlatıyor.....

ERCAN: sevgililerin bi şarkısı vardır.. (tüm grupta gülüşmeler) Hani o şarkı vardı.... Everything I do you söyleyen adam kimdi :Brian Adams Herkes abi o şarkı çaldığında bizim şarkı çalınca herkes bizim şarkımız diye tüm çiftler böyle....

Daha çok ne zamanlar müzik dinliyorsunuz ?

Grup halinde konuşma (Ercan, Sami, Altuğ) : her zaman

SAMİ: Her zaman farklı farklı müzikler

Evde arabada hafta içi hafta sonu..... ?

ALPER: Yolda arabada her yerde...

ATILLA: Ben evde pek fazla dinlemem mesela daha çok arabada... Arabada her zaman açık olur.

ALPER: Çünkü dinlenmiyo evde uyuyosun yemek yiyosun... Aynı müzik dinlemek için vakit ayırmıyosun müziği her zaman dinliyorsun.

Ne yaparken müzik dinliyorsunuz.

ALPER:Ne yaparsan yap müzik dinliyorsun yani....

ERCAN : Bi tek tuvalette .. o da dikkatim dağıldığı için

BORA: Ben ders çalışırken, bilgisayar karşısında her zaman müzik dinliyorum... hiç kapatmıyorum...

ATILLA: Aslında şey gibi böyle alışkanlık gibi... ben arabada giderken belki çalanın bile farkında değilim ama böyle arkada fonda

ALTUĞ: Müzik dinlemek için kimse zaman ayırmaz böyle oturayım da müzik dinleyeyim diye..Devamlı iş yaparken müzik dinleriz...

ALPER:Bide bu kanallar var MTV, Kral falan..

ERCAN: Bi kere radyoda her zaman istediğimiz şey ... her zaman radyo dinlenmiyor dediğim gibi... Ben direk kaset koyuyorum gece belirli bi saatten sonra ... Cumartesi gecesi Capital 12 -1 'e kadar iyi çalışıyor....Mesela Power'da bi tekno başlıyo güzel başlıyo... ama iki saat sonra bi bitiyor ..başlıyolar o uyuz müziğe....(: soul). Ben de çekemiyorum...

ALPER: Daha çok kaset dinleniyo galiba. Benim 60 % - 40 % 'tir bu oran

EMRAH:Mesela kasette ikinci üçüncü şarkının ne olacağını biliyorsun.Onun için şey oluyo.. beklenti oluyo ... Şu şarkı çıkar belki diye beklenti oluyo.

ALPER:Bide bazen bilinçsiz dinliyorsun...açıyorsun.... sesi alıyorsun yalnızca... farkında olmadan.. bi bakıyorsun .iyi bişey çalışıyo veya farketmiyorsun...

Televizyonda müzik için ne düşünüyorsunuz..

ERCAN:Görsel olunca daha iyi oluyo tabii..

ALPER: Türk kanalları kötü ama....

ATILLA:Bencede yani...Mesela Kral .. halktan gelen genel istek üzerine kablodan genele alındı ... Bence kötü ama.....Mesela MTV çok güzel hitap ediyö mesela Kliple daha güzel oluyo...

ERCAN: (MTV için: o da her zaman iyi değil)

ATILLA: Kral TV repertuarı dar çok a dar.

ERCAN: Türkiye'de doğru düzgün müzik yapılmıyo ki . Zaten hepsi aynı aşağı yukarı.. herkes bi kaset çıkarıyo... Kasette bi tane en fazla iki tane iyi şarkı oluyo....

ALPER:Şarkı güzelde olsa şarkıyı sunanların seviyesi çok düşük...Espiriler falan çekilmiyor.

Hafta içi hafta sonu...?

ALPER: Mesela gece ben MTV seyrediyorum.

ERCAN: İyi film yoksa direk MTV'yi açarım.

Ne zaman müzik...?

ALPER:Ders çalışılırken dinlenen müzikle arabadaki farklı.. Mesela ben ders çalışırken tekno dinliyorum. Mesela arabada da slow çaldığı zaman uyuz uyuz insan hata falan

yapıyo.çıldırıyo... 6-7 tane kanal oluyo .. hiçbiri olmadığı zaman kasete kayıyosun radyodanda soğumaya başlıyosun. Ben iki üç gün hiç radyo dinlememiştim....

MTV yerine radyo dinliyor musunuz ?

Anlaşılmıyor.....: çok fazla geyik oluyor...ATİLLA: uzun konuşuyorlar

ERCAN: Bi de repertuarları çok dar...mesela benim şarkı istediğim oluyo..... .şu var mı diyorum ?.. yok diyo.... bu var mı ? diyorum .. Yok diyo...veya onu biraz evvel çaldım diyo... İyi o zaman diyorum kapatıyorum telefonu..

EMRAH: Fazla konuşma antipatik oluyo ama METRO FM var sadece müzik...

ATİLLA: Metro FM güzel Cuma Cumartesi Akşamları güzel çalıyo geceleri....

.....kim anlaşılmıyor.....: teknodan slow'a kayıyor...

ATİLLA:Bazen bişeyi dinlemek istediğini düşünüyosun ama müziğin konsantrasyonunu bozduğu da oluyo..Mesela ben çalışırken dinliyorum... Dikkatimi dağıtıyo... mesela tenis oynarken dikkatimi dağıtıyomuş yani..

Müziğin sizi etkilediği başka durumlar oluyo mu?

ERCAN: Psikolojik olarak çok etkiliyo..ben mesela aggressive müzik vardır...Pis tekno vardır... Agro mixler vardır mesela .. Agro bi kaseti dinlediğim zaman ne biliyim daha bi saldırgan olurum, daha bi hareketli olurum falan... Diğerlerini dinlediğim zaman gözlerim yarı yarıya kapanır.

ATİLLA: Mesela benim orta sonda bi kardeşim var o sabahları erken kalkıyo..O uyanır uyanmaz MTV'yi açar.. Bende ondan 20 dakika sonra falan uyanırım ..Ben kalktığımda sevdiğim bi müziğin sesi falan geliyosa yani acaip mutlu falan uyanıyorum mesela..Yüzümü yıkıyorum bende mutfığa gidiyorum bakıyorum televizyona veya biraz dinliyorum falan...Bayağı etkiliyo insanı sabah sabah..

ALPER: Mesela ben Smoky'i çok severdim. Kuruyodum sabah kalkacağım saaate... Smoky'le uyanmak bana büyük neşe veriyor gerçekten...Sabah kalkarsınız aptal aptal dolaşırsınız ya öyle olmuyo... insanın bilinci yerine geliyo...

Genelde müziği kimle dinliyorsunuz ? Tek başınıza mı....Topluca mı ?

ALTUĞ/ALPER: Müziği az önce söylediğim gibi ortam ve zaman ayırarak, veya yaptığım işe göre dinlemiyorum.Yanımda kim olursa olsun veya kim olmazsa olmasın dinliyosun ama yanındaki kişinin olması müzik seçimini etkiliyo...

ERCAN: Mesela karşıdakini etkilemek için bile müziği kullanabilirsin..Mesela yeni tanıştığın kıızı... tarzını da biliyosan abi bu teknodan hoşlanıyo diyorlarsa...mesela koyarsın

nadir olmayan bişeylerden falan ... nerden buldun bu kasedi diye muhabbet açar.... İş anlaşması falan yapıyorsan klasik müzik falan koyarsın falan.. Adamlar bu adam iyi falan derler...

Müzik insanı etkiliyo???

ALPER: Müziğinize göre sınıflandırılıyorsunuz yani.. Çıkıpta ben MAHSUN'u çok seviyorum dediğin zaman.....

ERCAN: bikaç grup var : arabeskçiler fantazi müzikçiler falan... sokakta gördüğünde bu adam bunu dinliyordur diyosun.. Türk popçuları var onlarda tiplerinden anlaşılıyo.... Yani teknocular rapçiler, rockçılar tiplerinden anlaşılıyo..bide metalciler ama onlar 100 metre ilerden anlaşılıyo..

ALPER: Müzik mi tipini etkiliyo yoksa tipin mi müziğini etkiliyo...

ERCAN: Ya ikiside var.....Mesela bi kız vardı teknocuydu... bi film seyretti “ THE DOORS” iki üç beş kere seyretmiş.. kız tamamen değişti saçına başına bakmamaya başladı... paspallaştı tuhaf bi yaratık oldu..

Radyolarda böyle bi klasifikasyon var mı ?

Bi çok kişi tabiiki var diye onaylıyor..

Her grubun bi radyosu var... Atilla:Mutlaka vardır yani

Rock çalan radyolar: Rock Market TRT 3, Polis radyosunda öyle programlar vardı. Toplu halde konuşuluyor)

ALTUĞ: Anadoluda da var mesela... ben ANADOLU ve POWER dinliyorum... Hayatta CAPITAL dinlemem. Blues da çalıyolar Rock ta arda metal de çalarlar ama çok az. Powerda sonra alternatif bulamazsam Anadolu FM.

ATİLLA: Ben zaplıyorum mesela arabada..Çünkü Capital'ı çok fazla dinlemiyorum ama ..zaman zaman da çok iyi şeyler yakaladığım oluyo mesela ..

ALTUĞ: Bilmediğin bi yerdede yakalayabiliyorsun mesela...

ALPER:Bende bellidir mesela :Capital, Power, Metro mesela Süper FM 'de olmuyo..

ATİLLA: Ben zaplıyorum.. bazen Türkçe güzel bişeylerde oluyo...

ERCAN: Bu ara SES FM 'de güzel şeyler varmış.

ATİLLA:Power FM tekno çalıyor, pop çalıyor bazen metal falanda çalıyor ama bütün radyolar hepsi metalede olsun değişik müzik türlerinede olsun vakit ayırıyorlar

ERCAN: ama zamanlamasını yapmak önemli şimdi gecenin üçünde keşke adam gibi müzik çalan kanal bulabilsem bardan çıkıp insan evine dönerken zaten hafiften içkili oluyor radyoyu açamıyorsun açtığın zaman direkt uyursun yani.

ALPER: tekno falan çalsa bu sefer de bayıyor zaten kafan şişmiş

ERCAN: biraz daha hızlı birşeyler olsa ben tercih ederim alternatif olsa keşke bütün radyolar slow çalışıyor bu sefer

Zap'lediğin bir grup radyo var mı?

SAMİ: arabadaki teybin hafızasında birkaç tane var. yani on-oniki tane. Ne varsa hepsi var. gidip geliyorum işte aralarında. Özellikle Power ve Capital değil. daha çok Anadolu radyoyu dinliyorum. yada ODTÜ FM'i dinliyorum , ODTÜ'deyken. ODTÜ dışında iyi çıkmıyor o da gayet iyi çalışıyor yani.

ALTUĞ: genelde bir kanal ne çalarsa çalsın çaldığı şeyin kalitelisini çalsın ben onu dinlerim. Yerli pop mesela kalitelisini çalarsa dinlersin. Teknonun mesela iyisi var kötüsü var

ERCAN: Gün Fm çok iyi çalardı onu.

ALTUĞ: kaliteli olduğu sürece herşeyi dinliyeblirim.

Kalitenin tanımı ne ?

ATİLLA: Kalitenin isimlede ilgisi yok listeylede ilgisi yok. Zamanla kulak zevki oluşuyor

DAVER: bence de listeyle ilgisi yok. uzun süre top kalmış ve eskide kalmış bazı parçaların sırayla aynı tarzdaki parçaların sırayla çalınmasıyla oluşabilir.

ATİLLA: Mesela Power yerli pop'u çok güzel çalışıyor. hiç böyle dandik parçalar çalışmıyorlar. Çok güzel en son çıkan parçaları mesela güzel parçaları...

ALPER: Bir kaç aptal adam var böyle ' Çaldın kırdın kalbimi' diye bir parça var, kırdın kalbimi diyor şangır şungur sesler çıkıyor cam sesleri.

Genel bir kalite anlayışından da bahsedilebilir mi? Yoksa kalite anlayışınız biraz kişisel ve grupsal mı?

ERCAN: bizim yaşadığımız tabaka bizim yaşadığımız sosyal çevre ile bu müzikler sattığına göre onları dinleyen insanların şeyi farklı, mesela sanayi sitesine gittiğimiz zaman orada Huzur FM dinliyorlar ama ordaki çalan müzikler mesela 'hadi hadi şeker' falan gibi bana absürd geliyor ama o orda hadi hadi şeker derken adam ne güzel neşesini buluyor, ben bulamıyorum, ben ağlıyorum orda ayrı mesele.

DAVER: Kaliteden şey kastedilebilir, mesela bu 'Kırdın Kalbimi' adam türkücü ama Türk popuna girmeye çalışıyor ama beceremiyor

ALTUĞ: Türkitede belli başlı iyi müzisyenler var onların çalışmaları tatmin ediyor. Ama vbir bakıyorsun bütün mankenler şarkıcı olmaya başlamış. isimlere de güvenemiyorsun

aslında . Mesela ben Barış Manço'yu eski şarkılarından dolayı severdim gene bir imaj vardı kafamda ama yeni parçasını gördükten sonra bitti artık.

Sizce radyo dinlememek nasıl birşey?

ERCAN: esasında dinlemediğim zaman ben şey oluyorum yani böyle bir ay filan dinlemediğim zaman böyle listelerden uzaklaşıyorum falan. Böyle bir bara gidiyorum elalem orda bir müzik dinliyor Allah Allah bu ne zaman çıktı? Aaa artık bu eskidi filan diyorlar. Eğer piyasayı modayı takip ediyorsak biraz olsun dinlemek lazım.

ALPER: Radyoda bütün şarkıları dinleyebiliyorsunuz. Bedava. Kaset filan almak çok para. Radyoda herşey beleş.

ATILLA: Radyo dinlemek bazı insanlar için çok şey ifade edebilir çünkü sadece müzik için değil mesela aradaki diyaloglara aşık olanlarda var. Mesela Cem Gemini'in programı, adamın tarzı konuşması bence çok kötü bayılanlar var bunlara. Ben radyoyu sadece müziği için dinliyorum. Radyosuz kalmak çok dokunmaz yani. Mesela piyasayı takip etmek dedi Ercan orda zaten gittiğin zaman geceleri çıkıyorsan filan zaten etrafta ne olup bittiğini takip edebiliyorsun.

ERCAN: Radyoların yasaklanması hoş birşey değil tabii ama eğer benim seçimime bırakırlarsa ve eğer böyle kötü çalmaya devam ederlerse ben dinlemem

DAVER: Bence şu anda belki fazla birşey kaybettirmez ama kalite yüksek olsaydı bütün radyolarda bence çok şey kaybettirebilirdi. Mesela Power'da ve Capital'da bazı magazin haberleri var gayette çarpıcı yani bunları bilmek gayet iyi hoş birşey insanı düşündürüyor hakkında yorum yapmasına sebep oluyor.

ALTUĞ: Radyo seni kaset seçme olayından kurtarıyor yani şunu koyayım bunu koyayım. Tarzına güveniyorsan o radyonun kesinlikle beğendiğin birşey çalacaktır. Olmadığı zaman devamlı birşeyler seçmek zorundasın.

ATILLA: Radyoda birisi devamlı konuşuyor, kasette devamlı müzik daha sıkıcı, mesela bazen radyo dinlerken bir bakıyorsun haberler başlamış farkında değilsin kulak kabartıyorsun.

Genelde dinlediğiniz radyo kanalları hangileri ?

ATILLA: Benim arabamda ilk dört Number1, Power, Metro, Capital. ama ondan sonra Türkçe kanalları alta sıraladım, tam olarak isimlerini bilmiyorum. SES, Süper FM, 25.6 var

ALTUĞ: Benim daha değişik galiba mesela Capital, Power veya Number1'a bakıyorum hiçbirinde birşey bulamazsam auto-scan yapıyorum. Birinde dururum muhakkak.

DAVER: Bunlara artı TRT FM benim hoşuma gidiyor, sonuçta ciddi bir radyo duymak benim hoşuma gidiyor mesela TRT FM'de konuşanların Türkçesi gayet düzgün,

yorumlarıda gayet sağlam kaynaklara dayanıyor. insanlara bazı şeyler kazandırdığına inanıyorum

ERCAN: Tamamen katılıyorum

EMRAH: Power FM var, Metro var, Number1 var mesela Capital'ı sevmiyorum ben hemen böyle bir tane şarkı çalıyor bu Capital Radio değilmi filan diyorlar. Hep aynı şarkıları çaldığı için hep aynı şarkılar hemen bulunabiliyor

BORA: Benim bir numara Capital, iki Power, üç Metro, dört Number1 , Metro, 92.4 var , TRT var, Anadolu dinliyorum.

SAMİ: ben sadece Capital ve Power dinlerim, diğerleri ne rast gelirse farketmez.

ALTUĞ: Bende bazen böyle otomatik arama yapıyorum. Bazen güzel şeyler yakalyorsun. Ben mesela otomatik arama yaparken hiç bilmediğin kanallarda bir bakıyorsun

ALPER: Ama işte bir şarkı güzel oluyorda devamı kötü oluyor.

BORA: Beni şey sinir ediyor Capital bu şarkıları tekrarlayıp duruyor ya, aynı şarkıları tekrar edip duruyor yani bu beni çok sinir ediyor

EMRAH: Amatör radyo gibi, sanki amatör bir radyo kurmuşlar, birşeyler yapmaya çalışıyorlar imajı veriyor

ERCAN: Birde bu aralarda Capital'da eskiye yönelik birşeyler, Classic Hit Music diye bağırtıyor adamı, abi orda çalan müziklerden o kadar nefret ediyorumki. Tüylerim diken diken oluyor direk kapatıyorum radyoyu. İğrenç şeyler çalıyor.

ALTUĞ: Aslında bence şey olsa, radyolar kitlesine güvenmiyor. Tabii Türkiyede genel kitle arabesk fantazi filan dinlediği için tek arabesk yayını yapanlar var mesela, Taksi FM gibi

ERCAN: Ki bence onlar daha dürüstler

ALTUĞ: Ama mesela çıkıpta bir Number1 deseki veya Power sırf Tekno çalıcım, kitlesine güvenemediği için yapmıyor bunu bence bu olsa daha iyi olur, herkes sınıfına göre oturur dinler radyosunu. Dinlemek istediğin müzik türüne göre kanal değiştirirsin. Seçenekler olur.

ERCAN: O zaman Tekno dinlemek isteyen 1'e basar, metal dinlemek istediğin zaman 2'ye, Arabesk 3'e, net kanallar olsa daha iyi olur.

EMRAH: Aslında Power biraz birşeyler yapmaya çalışıyor, mesela pazar günü 12-1 arası Latin müziği filan çalıyor,

ERCAN: Ama onun saatlerini, takip etmen gerekiyor o zaman.

EMRAH: Eskiden TRT-3 yapardı, ciddi bir kanaldı, konser verirdi

SAMİ: Anadolu Fm, Radyo Net, Bunlar haricinde Power, Capital falan var. Öyle bi kanala falan bağlı değilim. Bütün gün hatta iki hafta boyunca yarım saatte bir aynı şarkıları çalıyorlar. Radyo Net Akşamları güzel çalıyor. (Birkaç kişi onaylıyor) Benim çizgimde

şeyler çalıyor. U2, Seneid O'connor. Onları dinliyorum. Arada pop çalıyor. Onları da dinliyorum. Oradan oraya gezme gibi benimki.

ALPER: Kanal değiştirmenin amacı da o kaset değiştirmeden şarkıdan şarkıya geçmek.

ERCAN: Ekonomik ya.

En çok dinlediğiniz programlar ?

Toplu halde konuşuluyor..... Cem Ceminaydan başlayalım istersiniz..... benim bildiğim tek o var.

ERCAN: Farklı tarzı olan Capital'de Öykü var. Hani romantik müzikleri çalan. Ya da Kaan'ın sabah kahvaltısı mı ne öyle birşeyler oluyor.

Cem Ceminay ?

DAVER: Sonuçta dikkat çeken bir insan

ATILLA: Komik , insanları bozuyor.

ALPER: Fırlama, çok fırlama.

Neden herkes onu dinliyor ?

ATILLA: Çünkü değişik, diğer insanlardan daha farklı. Direk düşündüğünü söylüyor. Evet... Amerika'da o işin eğitimini de almış.

DAVER: Ben bir programını dinlemiştim M- People'la yaptığı. Onlarla bile dalga geçiyor adam. Çok kendine güvenen bir tarzı var.

ERCAN: Meltem Cumbul da iyi hala var mı ?

Bir de istek programları var ?

KB : Ben o kadar aradım instant request'e ulaşamadım.

ERCAN: Yalan yalan komple yalan. Ben o kadar aradım şarkı istedim bir kere bile tutturduklarını görmedim adamların

EMRAH: Bir şarkıyı üst üste üç kere istedim bir kere bile çalmadılar.

ERCAN: Bir kere beni canlı yayına çıkardılar Aslı ile birlikte... Öykünün programında

EMRAH: Metro Fm de David var onun müziği fena değil, kaliteli diskler falan çalıyor en son şarkıları falan çalıyor. İyi yani.

ATILLA: KG'de DJ Funky C 'yi gördüm. Power FM.'in gecesi vardı. Herifin tipini hiç beğenmedim. Çok havaya girdiler saçma sapan dansettiler.

Jingle'lar...

ERCAN: Capital'ın eski bir şarkıdan, 1950'lerden falan loi loi diye bir şarkıdan jingle'ı vardı... (Şarkıyı mırıldanıyor.) Capitalın jinglelerinin bir kısmı çok güzel. O şeyi nasıl yaptılar hala anlamıyorum, ünlü adamların böyle hani konuşturuyorlar... Nasıl yapıyorlar onu...

KB : Power'da da var o..... .. Bir şarkısını Power için yapmıştı...

SAMİ: Capital'ın Amerkada ofisi var Chicago'da yayınları var herhalde ?

SAMİ/ATILLA: Power şarkıları jinglelar haline getiriyor. “ Stand by me “ falan.

Jinglelar'da bir farklılık var mı ?

SAMİ: Bence yok

DAVER: Memduk çıkıyor mesela “ Cem Ceminay in the morning” ı kendi şivesi ile falan söylüyor. Bu ilginç birşey.

Jingle'ların neyini beğeniyorsunuz.

ATILLA: Ben iyi bir radyo dinleyicisi değilim herhalde o kadar radyo dinliyorum ama hiç birini hatırlamıyorum.

ERCAN. ninety nine... point five.....

BORA: Ben Capital'ın haber jingle'ını sevmiyorum

ERCAN: Capital Radio Newws

ATILLA : Mesela bunları hatırlıyorum.

SAMİ: Neden haber değilde news..

ERCAN: Bi yabancı hayranlığı var tabii.

SAMİ: Manila kompleksi diyorlar... Filipinlerdede aynen böyle imiş. Amerikan kompleksi.

Logolar:

CAPITAL

KB : Bu çok kötü

EMRAH: Önüme kıran maganda bi takside gördüm acaip midemi bulandıyor.

KB :Bu neye benziyor....

KB:Elips ...

ERCAN: Adam 30sn.de düşünmüş yapmış gibi, üzerinde hiç çalışılmamış.

ALPER: Bir ara hediyeler falan dağıttılar herkes o ara aldı.

KB: hiç bi estetik yok bunda

KB:aşırı basit, banal hiç düşünülmemiş

KB:99.5, yuvarlak

POWER

Bu çok güzel mesela

SAMİ: Popüler rakam 100

ALPER: İsim Power mesela

ATİLLA: Bariz bir dizayn farkı var mesela

KB : daha fazla şekilli , göze hitap eden şeyler var.

EMRAH: Power yazıyor, 100 var, orada dünya var, çift var, kulaklık var. Capital biraz imitative olduğu için biraz negatif etkisi var.

KB: Radyo kanalı olduğunu bilmesede arabaya yapıştırılır. Mesela bir şapka logosu olabilir.

Kendi aralarında kanalların frekanslarını nasıl aldığını konuşuyorlar

Arabanızda radyo kanalı sıralamasını nasıl yapıyorsunuz ?

ATİLLA: Ben mesela Number 1, 1 olsun dedim.

SAMİ: Teyp nasıl scan ederse öyle sıralarım.

EMRAH: Ben dinlediğim kanalları sıralamıştım ama daha sonra bazılarını çıkardım.

ALTUĞ: Bende Number One, Power, Metro.

Tekrar logolara dönülüyor....

ATİLLA: Bir kere kırmızı bence çok kötü, mesela zemini gümüş rengi falan düşünselerdi daha iyi olurdu böyle olmazki.

SAMİ: Biraz perspektif falan kullansalardı daha iyi olabilirdi.

KB :Yanında başka bir figür yok direk bir yazı.

KB : Amatör

KB : İçten yapışma dıştan yapışma konusu konuşuluyor.

Capital Radio İnsan olsaydı nasıl bir insan olurdu ?

EMRAH: Karımda Cumartesi günleri piyasa yapan küçük, özentili... Ne selam verirdim ne de konuşurdum. Özentili ,dikkat çekmeye çalışan.

ERCAN: Fantazilerde yaşayan tipik liseli küçük kız, biraz toplu..

ALPER: Bence erkek, herişine gelen yere giden, gündüz partilerine giden yalaka.

ATILLA: Bence monoton, düzene uymuş bir insan.

ALPER: İngilizce bilmeyen, İngilizce konuşmaya çalışan bir insan.

Kaç yaşında ?

16-17, 14-15

Kız / Erkek ?

ALPER: Kız yada erkek ikisininde kötüsü olurdu ?

KB : homoseksüel olurdu...

ERCAN: Homoseksüeller renkli tipler olurlar, bunlar hiç renkli değil.

Power nasıl bir insan olurdu?

ATILLA/ERCAN: Çok cop cop bi adam olurdu, herşeyi yapan sportmen

ATILLA/ EMRAH: Kaliteli

ATILLA/ ALPER: Bence aşırı cop cop. Amerika'da okuyup, gelmiş, zengin. Amerikan kültürü almış ama Türkiye'de yaşayan

Selam verir misiniz ?

Atilla : tabii konuşulur, neşeli bir tip.

Yaş ?

19-24, 20-25

Kız/Erkek ?

HERKES: Erkek olurdu....Kız da olsa yüzüne bakılır bir kız olurdu.

Araba olsa.. ?

Capital yerli araba kullanırdı, yavaş kullanırdı.

Power 140'dan aşağı gitmezdi, yabancı araba olurdu.

ATILLA: Bence Capital da hızlı giderdi.

ERCAN: Olur mu abi ya geceleri ne biçim çalışıyorlar. 40 dan fazla gitmezdi.

Hangi sporları yaparlar ?

ERCAN: Capital bilardo oynar herhalde. Tenis oynar.

Power

ATILLA: tenis oynar, ata biner, squash oynar, her sporu yapar ya.

ALPER: Bungy jumping yapar.

Capital Bungy jumping yapar mı ?

Toplu halde: Tabii ki! Hayır....

ALPER: Yapar, özenti olduğu için yapar.

ATILLA: Yapmaz çünkü pahalı

Capital Statü : orta üstte

ATILLA: Parası vardır ama statüsü o kadar yok.

EMRAH: Metro sadece bir gruba sesleniyor.

ALTUĞ: Düşününce Power çok iyi bisiklet yapardı

ALPER: Aklıma birşey geldi Power'ın kız arkadaşı da çok güzel olurdu. Manken gibi bir kız olurdu.

ERCAN: bence arkadaş edinmekte çok başarılı olurdu.

Power'ın yaşı?

19-24, 20-25

ALPER: iyi bir aralık.

ATILLA: 21..., 20'den fazla bir kere .. 20-25 arası, daha olgun.

Capital'ın tam tersi bir radyo istasyonu nasıl olurdu?

ERCAN: İstanbul'daki Kent FM olurdu. Düzgün bir still yakalamış, Dj'leri insanları eğlendirebilen , kendisine bağlayabilen, mesela ben İstanbul'da ondan başka hiçbirşey dinlemem. Capital beni bağlamıyor, alakasız zamanlardaalakasız şeyler çalıyor, tekrar var.

ATILLA: Benim bir de aklıma birşey geldi. Power'ın böyle atak yapmasında Cem Hakko'nun büyük bir payı var. Zengin, sportmen, renkli bir herif . Ne biliyim karadamlar flan flan... Power çok güzel. Capital'ın böyle bir öncüsü yokki. Capital öylece çıktı ortaya.

Number 1 içinde Ömer Karacan. Kaliteli bir DJ çok güzel müzik çalıyor. O da Number 1 'ın popülaritesini artırdı.

ERCAN: Mesela Capital Club'a da Billur Kalkavan. Sosyetenin karizmatiklerindendir o da. Daha sonra gitti, hiçbir katkısı olmadı. Bir şey yapamadı çünkü Capital 'ın müzikleri insanları etkilemiyor. Dediğim gibi 16-17 yaşındaki liseli çocukları cezbediyor.

Power'ın tam tersi radyo istasyonu nasıl olurdu ?

ERCAN: Huzur FM

EMRAH: Power FM'de sosyetik insanlar var onlara özentili olanları daha çok dinliyebilirler. Ama Capital radio zaten normal bir insan. Ona özenen insanların gecekonduda falan oturması lazım.

ATILLA: Dediğim gibi Cem Hakko'nun ön planda falan filan olması önemli. Zengin, doymuş bir adam böyle bir radyo kurunca düzeyli oluyor.

ERCAN: Capital'ın sahibi de Çarmıklıların mı ?

ATILLA: Kalafatoğlu, mesela Kalafatoğlu, işte çok güzel. Trabzon sporun "yönetiminde değil mi ?

ERCAN: Ben mesela sahiplerinin ne tür müzik dinlediklerini çok merak ediyorum.

Capital'ın yayını kesilse ?

ALPER: Geçenlerde kesildi, kayıp değil.

ERCAN: Kayıp değil.

ATILLA: Power kesilse kötü olur bence. Power'ın reklamları bile bir magazin haberi. Mesela Karadam sırasında ne gösteriler olacağını, kimlerin katılacağını falan öğreniyorsun, takip ediyorsun. Ankarada kaç tane gecesi oldu mesela.

ALPER: Capital'ın yayını kesildiğinde şöyle bir kötülüğü olur. O kitleye birisi sahip çıkmak durumunda , kanalllar o kitleye sahip çıkmak için yayın düzeyini düşürür.

Power kesilse?

ATILLA : Bayağı eksiklik olurdu. Ama onu Number 1 ile replace etmeye çalışırdım.

BORA: Çok kötü olur herhalde.

ATILLA: Bazı insanlar için çok farkeder çünkü gün boyunca radyo dinliyor, program yapan herkesin ismini biliyor. Öyle insanlarda çok var. Ama biz hepimiz paralel insanlarız. Bir radyoya körü körüne bağlanmak pek akıl karı değil herhalde.

ATILLA: Adam belki Amerika'dan gelmiştir, hiç dinlememiştir.

ERCAN: Mesela Sanayideki tipler var. Mesela benim araba tamir oluyor müziği açıyorum, Capital veya Power. Adam içine giriyor. 2 dakika sonra değiştirmiş. Dinliyemiyo.

ATILLA: Ama benim gittiğim yerde İzel'in ve Tarkan'ın parçalarının hepsini biliyorlar.

ERCAN: Sosyal statüsü bizimkinden farklıdır, gelir gider durumu farklıdır, mahallesi farklıdır.

Ama bi klasikmüzik dinleyen bi insan olabilir. Ama entellektüel insan olabilir. Bir aristokrat insan olabilir benden kat kat zengindir, Masseratisiyle gezer, Gaziosmanpaşanın en güzel yerindeki triplex evinde oturur klasik müzik dinler ama Power dinlemez. Esat dörtyolun arka taraflarında kotun dört kat altında oturan evinin duvarlarında hasır asılı bir entel de olabilir.

Capital ve Power'ın beğenmediğimiz yönleri ?

CAPITAL

EMRAH: Adam çok hızlı konuşuyor, Capital radio lafını çok kullanıyorlar, müziği de hoşuma gitmiyor. POWER'DA Cem Ceminay bazen çok uçuyor. Müziği iyi.

ERCAN: Benim istediğim esas müziği hiçbir kanal çalmıyor. Ne Capital, ne şu ne bu ama özellikle gecenin bir saatinden sonra Capital'dan nefret ediyorum. Power dinlenebilir belki.

ATILLA: Bana Power'ın günlük programının 1/10 'u hitap ediyor o zaman 9/10 'unu sevmiyorum. Bana hitap etmiyor Bana hitap eden kısmıyla ilgili bir sorunum yok benim. Ben mesela Rock daha fazla dinliyorum ama Cuma, Cumartesi günü dışarı çıktığımda tekno türü parçalar arıyorum mesela. Ama Power'a Metro'ya bakıyorum, güzel birşey yoksa bırakıyorum. Ben zaten basarım güzel bir şey varsa dinlerim daha sonra bakarım haa bu kanalı dinliyor muşum.

ALPER: Power/Capital farketmez ama parçalar arasında çok konuşuyorlar, çok geyik yapıyorlar. 10 dakika için bir yere gidiyorsam, 10 dakika boyunca konuşma dinliyorum.

EMRAH: Capital'ın parçaları biraz geriden geliyor, Power'a bakıyor onu imitate etmeye çalışıyor.

ERCAN: Hit'ler geç geliyor.

EMRAH: Geldikten sonrada her yarım saatte bir çalıyor. İlk önce kendileri gelip tanıtmışlar diye lanse ediyorlar.

ERCAN: Radyoda olsa insan biraz dürüstlük arıyor. Canlı yayına çıktığımızda Capital'da bize Pizza Days'ten yemek kazandığımızı söylemişlerdi, şaşırdık, iyi falan dedik. Haberleşeceğiz dediler konuşma bitti , çat kapadılar bi dahada aramadılar, ses çıkmadı.

Reklam yapıyorlar ama daha sonra gerçekleştirmiyorlar. Bu yalancılık. Beni Capital radio'dan soğutan en büyük neden buydu zamanında.

EMRAH: Gün FM çok kötüydü. Sürekli geyik yaparlardı. Arardık biraz da müzik çalın diye. Onlar yayında Emrah geyiği aradı, böyle böyle dedi beğenmiyorsan çeker gidersin diye yayın yaparlardı.

ALPER : Capital'ın bir günlük bütün şarkılarını Power'a aktaralım, Power'inkilerdi de Capital'a aktaralım yine Capital sevilmez çünkü o parçaları sunan insanlar sanki kendi dünyaları ayrı birşeymiş gibi DJ'ler ayrı insanlar ayrı kültür seviyesinde dinleyiciler onun bir alt tabakasındaki insanlar şarkı doğaçlıyormuş gibi bir ortam yaratıyorlar zannetmiyorum ben oradaki DJ'lerin buradaki insanlardan daha kültürlü veya daha çok müzik bilgisi olduğunu ama o şekilde davrandıkları zaman tabii soğuyorsun, kanaldan soğuyorsun yani ne çalındığı seni ilgilendirmemeye başlıyor

ERCAN: Capital'ın hiç ayırt edici özelliği yok mesela Timur....bakıyorsun çalan şeyler ne Michelle falan filan ondan sonra iki-üç saat sonra hadi yarın aynı saate görüşmek üzere şimdi sizle beraber şey olacak diyelim ki Şule olacak diyor, Şule çıkıyor işte çok güzel vakit geçiricez diyor sanki farklı birşey yapıcakmış gibi yok yine aynı şey yine aynı müzik çalışıyor müzikler aynı hiçbir ayırt edici özellik yok renklendirecek birşey yok, bir yarışma bir şey yok

Ne mesela renklendirirdi bir radyoyu?

ERCAN: yarışma

(konuşmalar anlaşılmıyor)

EMRAH: çıktığı zaman acaba bunu (bir DJ) mı çalışıyor diyorum ben Metro FM'de yani ... değilde tam hitap ediyor.....

ERCAN: zaten adamlar sürekli piyasa müzik çalışıyorlar yani kaliteli müzikten uzaklaşıp piyasa müzik çalışıyorlar adamlar Depeche Mode mesela benim için yani dünyanın en iyi gruplarından biridir. Depeche Mode benim için dünyanın en iyi topluluğu hatta ama Capital'da arada bir Depeche Mode'dan bir şeyler çalışıyor People are People so'yu çalışıyor, ... çalışıyor adamların 20 tane diski var hep aynı parçaları çalışıyor hergün Depeche Mode'dan aynı parçayı çalışıyor.

EMRAH: o da şeye bağlı Power FM' de organize cumartesi gecesi Depeche Mode'dan çok fazla istek gelmiş çal diye adama bir mix çıkardılar bir saat boyunca tam doyurdu insanları

ERCAN: Mesele işte Capital dinlemiyor abi ne kadar söylersen söyle, birşeyler geliyor abi hani instant request diyor ad vermiyor birşey vermiyor 5 şarkı başlıyor sen mantıklı biri

olarak o şarkıyı dinlediğin zaman albüm olarak çok afedersin hangi davar bunu ister diyorsun o kadar kalitesiz müzik kimse istemez yani.

KB: DJ'leri filan da daha kötü yani, aşamalardan geçip DJ olmuşlar ... harika mesela ben seviyorum o herifi çok güzel müzik piyasası ama bunun ne olup ne olmadığını bilmiyorsun ki

DAVER : birkaç DJ televizyona filan çıktı birkaç yarışma program filan sunanlar oldu içlerinde hiç bir ayırt edici özelliği hakikaten olmayan tipler yani.

KB :zaten olması gerekir mi yani bir DJ çok büyük şey mi?

KB:ama gerçekten çekip çeviriyor programı

KB:yani böyle süper ayırt eden



FOCUS GROUP (Age 25 - 30) FEMALES: ⁸

Radyoyu ne zamanlar dinliyorsunuz? Neler yaparken?

Gülbu: Banyo yaparken

Tijen: Giyinirken, mutfakta, okulda, işyerimde

Gonca: Arabada, yemek yaparken, sabah onunla uyanıyorum, okulda, ofisimde

Hale: Sabah kalkınca, işyerimde, yalnızken

Ne zamanlar dinliyorsunuz?

(topluca) sabah

Gülbu: Sabaha karşı

Gonca: ben iş saatleri, iş günleri içinde daha çok dinliyorum, hafta sonları daha az dinliyorum, işi bitirip eve geldiğimde de evde gene dinliyorum

Tijen: aynı şey benim içinde geçerli çünkü hafta içinde erken kalkılıyor giyiniliyor, sabah erken için konuşuyorum hemen radyoyu açıyorum ama hafta sonu geç kalkıyorum öyle giyinme olayıda olmuyor sabah

Kanal tercihleriniz?

Hale: benim Power FM

Gonca: Capital

Tijen: Capital

Gülbu: Power, Radio Blue Ankarada olsaydı o, Metro ve Capital

Gonca: Ben programına göre dedim daha çok Capital dinliyorum hafta içinde ama bunun sebepleri var Power'ın çok kötü programları var bana göre dayanamadığım çok da beğendiklerim var bir de yayın frekansı zor yakalanıyor onun için daha çok Capital dinliyorum. Sabah 8.00-10.00 arası power güzel, öğleden sonra 5.00'den sonra Meltem'in programı ve gece 10.00'dan sonra. Capital her zaman dinleniyor çünkü pek bir değişiklik yok . Capital'da en çok beğendiğim DJ'lerden biri Kaan, Emrah vardı birde gitti. Power'da Meltem Cumbul en çok

Gülbu: birde adını hatırlıyamadığımız

Gonca: evet sabah güzel 8.30-10.00 arası

⁸ Müzikle ilgili sorular teyp ile ilgili sorunlar yüzünden kaydedilememiştir.

Hiç radyo dinlememek nasıl birşeydir?

Gonca: eskiden yoktu radyolar, o zamanlar zaten kaset dinliyorduk, mix kasetler yaptırıyorduk filan radyo olduktan sonra tabii alışkanlık yaptı olmaması bizi rahatsız eder ama

Hale: birde top ten'leri dinlemek kolay, yeni çıkan şeyleri

Gülbu: birde M TV filanda çıktı radyolar tümünden gitse bile müzik kanalları çıktı onunda etkisi var

Hale: yok arabada filan insan çok sıkılır evde gene bir derece

Tijen: arabada çekilecek en büyük sıkıntı radyoda bir düğmeye basıyorsun dinliyorsun fakat kaset olayı işte seçeceksin koyucaksın çıkartıcaksın o daha zaman alıyor

Gonca: o yüzden kaza yapıcağız

Hale: mix olması iyi yani belli bir tarzda dinlemiyorsunuz

Gonca. radyonun müzik yelpazesi çok geniş benden çok küçükler benim gençliğimin müziklerini dinliyorlar onları biliyorlar yeni çıkan şeyleri öğreniyoruz günü gününe izleyebiliyoruz yeni ne çıkmış sanatçıları isimlerinden

Biraz da Jingle'lardan bahsedelim. Capital ve Power'da ingilizce ve Power'da sanırım Türkçe de Jingle'lar var. Bu konuda ne düşünüyorsunuz?

Gonca: Ben en çok neyi seviyorum. Böyle şarkıları, neydi Power'inki Twist & Shout mı? öyle birşey. Böyle şarkıların üzerine yapıyorlar ya bayılıyorum. şarkıyı dinlerken bir anda, onları dinlerken hep o artık çağrışım yapıyor galiba. O hoşuma gidiyor ama kendi buldukları Jingle'ların hiçbirini özgün bulmuyorum ve çok taklit gibi geliyor çok benzer yani Amerikadaki özel radyolarda o kadar benzerini bulursunuz ki ama o şarkıların üzerine belki onlarda vardır ama hoşuma gidiyor

Hale: Jingle'lardan bazıları benimde başka yurtdışında duyduğum jinglelardan kopya. Belki Power'da değildi ama onların çoğuda. Bir tane Rusya'da vardı radio Maximum onun jingle'nın aynısı sanki başka jingle yokmuş gibi aynısı. Power FM değildi galiba

Hangi radyonun jingleları daha güzel? Power'ın mı Capital'ın mı?

Tijen: Ben Capital diyeceğim.

Gülbu: Ben ikisini de seviyorum. Daha çok Capital'inkiler aklımda ama. Bir power diye bağırıyor Power FM 100. Capitaldakiler daha aklımda

Hale: Capital'inkini şey söyler ya. Erkek

Gonca: Bobby B söylüyor

Hale: o da güzel

Gonca: Ama dediğim gibi Power'ın mesela demin dediğim eski müzikler üzerine yada şimdiki, şarkılar üzerine daha çok jingle yapmış
Aslında Metro FM'in ki de fena değil. Nasıldı o? Metro FM
Evet evet Metro FM'inki de akılda kalıcı

Capital Radio'nun logosunu hatırlıyormusunuz?

Gonca: Tabii Türkiye'nin en sıcak radyosu
Amblemi?

Gonca: Tabii tabii

Size ne ifade ediyor, renkler, şekil

Gülbu: Bana erimiş plak gibi geliyor

Gonca: Bence Capital'ın ki Power'dan daha güzel. Bir kere kırmızı filan daha böyle beyaz üzerine herhalde onun için. Veya kırmızı beyaz diye.

Tijen: Bence de Power'ın ki daha güzel. Daha göze çarpıyor

Gülbu: Banada daha sportif geliyor

Bana da , bencede (topluca)

Hale: yani 99.5 daha çok radyoya uygun

Gonca: 99.5 çok belirgin logosunda.

Gülbu: Capital daha Türk bir logo bence

Gonca: evet

Hale: Capital bak dediğim(n) gibi plak

Gonca: ama Capital bence vermek istediği ee yani 99.5 'i çok daha iyi veriyor. Power'da 100 üzerindeki dünya kapıyor 100'ü 100FM'i. Yani eğer burda verilmek istenen logoda aynı zamanda frekanssa dalga boyuysa.

Hale: Power'ın ki bence spor malzemesi yada arabada tişörtlerde.....şeylere daha yakın

Tijen: Birde daha avrupalı geliyor (Power logosu) bana niye bilmiyorum daha yani gençlere hitap eden birşeyi var

Gonca: orada FM olayı çok daha göze batıyor burda 99.5

Gülbu: Capital daha dikkat çekici ben mesela araba geçerken ben ha bunda Capital sticker'ı var diye dikkatimi çekiyor. ama Power çekmiyor

Tijen: Bende tam tersi Power çekiyor. Çok uzaktan da görsem hemen Power olduğunu anlıyorum

Hangisini daha çok beğeniyorsunuz?

Power'ı (üç kişi) Capital (bir kişi)

Gonca: şimdi bence Capital daha çok vermek istediğini veriyor. Ama Power'inki daha yani orda birşey ifade ediyor yani bir dünya var daha dinamik gözüküyor 100 Power FM bu daha basit (Capital'inki) yani bunu bende yaparım. onu yaratmak için bence birşey gerekiyor ama bence bunu yaratmak için fazla birşey gerekmez

Gülbu: öbürü daha dizaynı komplikelikde veriyor öbürü

Gonca. evet ama ben genede derimki 99.5 en çok çünkü bir zamanlar dalga boyu çok önemli yani birzamanlar değil hala onun rekabetini yapıyorlar

Hale: Adından çok 99.5 işte

Gonca: 99.5 çünkü onun için o bakımda daha başarılı olacağına inanıyorum Capital'ın

Gülbu: Dizaynı daha hoşuma gidiyor Power'ın

Capital Radio bir insan olsaydı nasıl bir insan olurdu? Kız mı? Erkek mi? Hobileri neler?

Tijen: Bence otuz yaşlarında klasik tipli. Erkek

Gonca: Erkek veya kız farketmiyor ama Bilkent öğrencisi. Repeat olmuş yada işte böyle Bilkent'te çok seneler okumuş. işte 22 hani birinci sınıf öğrencisi oluyor ya, yaş 22 filan. Geceleri sürekli çıkıyor geziyor, işte çok piyasa müziği dinliyor. Çok böyle eski yada değişik enteresan özgün şeyler değil daha bütün gençler tarzında yani sıradan aslında. diğer gençler Bilkent gençlerinden farklı değil birbirinin aynı. Power içinde tam tersi.

Hale: Bende de genç bir insan uyandırıyor ama biraz sıkıcı gibi geliyor çünkü parçalar yani çok fazla tekrar geldiği için bana Capital'ın. Belli bir alanın içinde kalıp o çerçevede hep o insan o nedenle biraz tekrar gibi geliyor ve sıkıcılık uyandırıyor. Çok şey değil değişik.

Gülbu: Bende cinsiyet ayıramıyorum ama teenage kesin, özent, özent dediğim yani belli bir seviyede ama özent. Yüzeysel, belli bir müzik zevki yok, o ne veriyorsa o hoşuna gidiyor, Capital da ne çalıyorsa o onun hoşuna gidiyor, belli bir ayrımcılığı yok. Seçici değil yani. Tam işte Goncanın dediği gibi orda burda gezen işte arabada şey yapan.

Dinliyorum ama dinlerken bile bana verdikleri bunlar belki o yüzeyselliği yüzünden ben onu dinliyorum zaten. Dımdırı dımdırı dım birşey yani o kadar.

Gonca: benimde öyle olmak istediğim zamanlar var o zamanlarda bende tercih ediyorum

Gülbu: ha yani evet evet mesela çok tercih edeceğim müzikler var ama hayatta onu o zaman dinlemek istemem bana kendi programım daha hitap ediyor çünkü böyle havada yani

Tijen: Bana daha sanki böyle mimar gibi geldi neden bilmiyorum ama bir mimarı çağırırdı. Ama böyle uçuk mimar öyle yaratıcı değilde daha ziyade klasik alışılmış modeller çizen bir mimar fazla yaratıcı değil monoton ama yinede bir şekilde kendisine bağlıyor.

Yolda görseydiniz selam verirmiydiniz? Arkadaş olurmuydunuz?

Öyle zaten (topluca)

Gonca: Kesinlikle çünkü sıradan olması kolaylaştırıyor yani

Tijen: alışılmış çok farklı değil

Gonca: Benim için Bilkent Üniversitesi öğrencisi tarifi sıcak geldiği için ben kesin selam verirdim

Gülbu: bende öyle düşünüyorum. yani herşeyin altında böyle sevecen bir tipte yatıyor.

Hani demin şöyle böyle gibi bir tasvir yaptım ama yine olur yaa

Gonca: ilgiye ihtiyacı var

Gülbu: ha evet (gülüşmeler)

Hale: aslında bazı kanalları hiç dinlemeden geçiyoruz yani hiç hitab etmediği için bunu durup dinliyorsak mutlaka benzer bulduğumuz yönler var. Yani o yakınlık mutlaka o kanalda var.

Power için aynı şeyi sorsak? Nasıl bir insan olurdu Power?

Tijen: Benim için Capital'dan daha genç. Capital'a otuz yaşlarında dedim Power için böyle 18-25 yaş arası, coşkulu, kız-erkek ayırt edemiyorum, spor, uçuk, gerçekten uçuk.

Gonca: Ben kız erkek olarak ayrı ayrı söylüyüm. ikiside İstanbullu, erkek böyle hakikaten yarışa filan meraklı işte Go-kart yapan ne biliyim böyle onlarda piyasa ama erkekler daha piyasa erkek Power FM'ci, ve sportif, doğal ama İstanbulluluğun verdiği bir şeyde var, böyle çok fazla şey yaşayıp aslında çok derin değil. Ama kız daha özgün daha canlı daha dinamik iş kadını gene İstanbullu işinden çıkıp gece gezmeye barına vesaire giden kendinden emin modayı izleyen ne biliyim magazin basınıni çok yakından izleyen tipik bir İstanbullu iş kadını. İkiside otuzlarında.

Tijen. Bende Capital'dan daha büyük düşünüyorum 25-30 yaş arasında ama erkek daha böyle kaliteli daha seçici ve daha böyle olgun bunu söylerken belki şeyleride düşünüyorum DJ'leri veya işte bu aradaki sunucuları onların daha seçilmiş kişiler olduğunu daha olgun konuşmaları olduğunu düşünüyorum. Ama erkek geliyor kadın gelmiyor aklıma.

Gülbu: Bende iki gruba iki yaş grubuna ayırırsam birisi üniversite ve yeni çalışmaya başlayan birde daha büyükler daha büyük dediğim 60 yaşında değilde daha büyük deyince aklıma Ayşegül Tecimer vari insanlar geliyor. İşte böyle tekno klüplerinde sabaha kadar belki o yaptıkları klüp yayınlarının etkisi vardır bir yerlerden yayın yapıyorlar çünkü.

Gene kız erkek ayıramıyacağım daha bir müzik zevki daha bir kulağı olan seçici olan insan gibi geliyor yani daha meraklı müziğe. Merak alanları daha geniş gibi geliyor çünkü bazen power FM'de öyle şeyler çıkıyorki hakikaten çok hoşuma gidiyor yani birşeyler öğreniyorum sizi seviyorum öpücük göndermekten çok başka şeylerde veriyor gerçekten.

Sırf müzikten başka şeylerde veriyor benim gözümde meslek sahibi iş çıkışı gidip Alkentte sporunu yapan ondan sonra yani o tip dinamik insanlar geliyor.

Power'a selam verirmiydiniz?

Gonca: Capital'a daha rahat selam verirdim. O benim tanımladığım İstanbullu erkek ve kadın tarzı her erkeğe ve kadına selam vermem ben yani onları daha seçerim çünkü onlar bence yani tamam ilgi alanı çok geniş olabilir işte iş kadını olup gidip orda işten sonra barda olabilir yada erkek olur gayet şık takım elbiseli bakımlı çıkar Alkentte sporunu yapar geri gider olabilir bütün bunlar, hoş geliyor kulağa ama bence sıcak bir insan imajı yok doğal bir insan imajı yok çok fazla benim için. Yani İstanbullu kadın ve erkek işte bu bahsettiğimiz tip aslında işte otuzlarında kırklarında onlar bana ya ben onları seçerim herkes her birine selam vermem. Bilkent öğrencisine daha çok selam veririm daha sıcak gelir.

Hale: Capital ile şimdi karşılaştırma yapınca tabi Capital daha çocuk daha saf geliyor, Power'da daha böyle yaş büyüdüğü zaman daha insan dikkatli olmaya daha fazla karşısındaki bilgili tecrübeli yada deneyimli diye daha fazla şey çıkarıyor karşısına diye güvensizlikmi oluyor yani diğerinde saflık daha fazla.

Gonca: Bu şey gibi Power'ın her programını dinliyemiyorum. Yani 24 saat dinleyemem Power'ı gerçi Capital'ı da dinleyemem ama Capital'ı daha uzun süre dinleyebilirim. Bu onun gibi birşey yani ben daha fazla seçiyorum Powerda dinleyeceğim saatleri, programları insanlarda sanırım öyle olur.

Gülbu: Capital niye öyle geldiğini bilmiyorum ama taşralı geliyor. Birtanesi böyle tamamiyle avrupalı bir tanesi taşralı geliyor ve ben taşralı insanları daha çok severim yani öbürleriyle eminim arkadaş olurum ama Capital dinleyenlerle daha samimi olurum öbürleriyle incelerim onları yani o hoşuma gider eksantrik gelir seyredirim yani uzaktan seyretmesi Power dinleyenleri daha zevkli

Gonca: biz taşralı kızlar burda (gülüşmeler)

Gülbu: Hakikaten öyle geliyor yani resmen logosu bile taşralı geliyor.

Hale: Power FM de İstanbul ağırlıklı şeyler konuşmalar güncel olaylar filan Capitalda daha bir Ankara'ya özgü daha buraya ait.

Öyle bir Radio istasyon düşününki Capital Radio'nun tam tersi olsun. Nasıl olurdu?

Gülbu: sabahtan akşama Okay Temiz, caz

Gonca: country müzik

Tijen: heavy rock, metal

Gülbu: evet yani böyle acaip sofistike filan yani çok zor insanların anlayacağı daha özgün daha ciddi her kesime hitab etmeyen çok sofistike birşey geliyor aklıma. Hani olur ya böyle dım tıss aman ne kadar güzel der dinleyenler

Tijen: Çok olgun yada aşırı uçuk benim için. Çünkü Capital radio benim için bu ikisinin tam ortası tam zıttı olursa ya çok olgun

Hale: ve genç çizgisi olmaz o çizgisini kaybederdi.

Tijen: evet

Gonca: ben dinlemezdim öyle bir radyoyu

Tijen: bende dinlemezdim

(toplucu ben de)

Power'ın tam tersi nasıl olurdu?

Gülbu: Jason Donovan, Kylie Minoque, East seventeen bunları çalan bir yer geliyor.

Gonca: onları çalan böyle çok tek düze eskimiş parçalar çalan ama çok eskide değil o eskiyide yakalıyamıyor ama eskimiş yani piyasa ama eskimiş parçaları çalan.

Gülbu: bana Beatles, contry müzik işte Jason Donovan, Kylie Minoque anıların müziği geliyor.

Gonca: Çok ilginç Power'da benim dinlediğim saatler dışında kalan programların belki zıttı olsa ben dinleyebilirim.

Ankarada Capital Radio yayınları aniden kesilse hayatınız nasıl olurdu?

Gonca: Direk Power dinlemeye başlarım.

Tijen: madem ki bu kadar methedildi bende onu dinlerdim.

Gülbu: beni hiç etkilemezdi bir tek aklıma şey gelirdi 99.5 Capital Radio

Hale : yasaklandığı dönemde etkilenmiştik onun boşluğunu hissetmiştik ama o zaman

Power FM yoktu şimdi mesela bir tek Capital Radio olmasa başka bir kanal dinleriz tabii öncelikli Power FM olur.

Aynı şey Power'a olsa?

o da aynı

Gülbu: ama ona üzülürüm. Başka kanallar olsa açıkçası hiç aramam dediğim gibi de ama şimdi ararım herhalde alternatifler azalıyor.

Hale: hemen arabaya bir disc player.

Hiç Capital dinlememiş bir insan nasıl bir insan olur?

Gülbu: radyoyla uzaktan yakından hiç bir alakası olmayan bir insan herhalde. Müziğe meraklıysa o geçerken bile bakar

Hale: yada Türkiyede yaşamıyorsa olabilir.

Ankarada olduğu halde hiç dinlememiş

Tijen: bence de müzikle hiç ilgisi olmayan daha ziyade..

Gonca: dünyayla ilgisi olmayan

Hale: Türk sanat müziği seviyordur mesela yada Türkçe sözlü sadece dinliyordur.

Gülbu: arabesk kanalları var

Hale: Capital hiç Türkçe müzik çalıyormu çalmıyor.

Gonca: kesinlikle yabancı müzik dışında yabancı pop müziği dışında bir müzik zevki ve tarzı olan biri.

Gülbu: ilgi alanı farklı

Gonca: yada çevresinden bihaber biri olabilir çünkü Capital artık o kadar çok her yerde var ki yani mutlaka duyar

Tijen: yani duyupta ilgilenmiyorsa bu tamamiyle ilgi alanının dışında

Hiç Power dinlememiş bir insan nasıl biri olurdu?

Tijen: ben gene aynı şeyi söyleyeceğim ilgi alanı olmayan daha ziyade Türk sanat müziği, Türk halk müziği falan

Hale: daha çok Türkçe sözlü Türk hafif müziğide olabilir ama yabancı müzik şeyine uzak olan

Gonca: çok hassas kanalları almayan radyosu olanlar olabilir çünkü hakikaten Power'ı yakalamak çok zor, :Power'ı duymamış olabilir Capital'ı duymuştur ama yada dedikleri gibi çok farklı bir müzik kültürü vardır.

Capital ve Power'ın beğendiğiniz ve şikayetçi olduğunuz yönleri neler?

Gülbu: ben Capital'ın DJ'lerini hiç beğenmiyorum. Sohbet etme tarzlarını hiç beğenmiyorum. Aptalca yani taktım herhalde onada işte bu muck muck seni seviyorum ay dersmi çalışıyorsunuz falan o tür yani

Gonca: yok artık o değişti. Bir zamanlar çok kötüydü Capital Radio ama şimdi onların hepsi değişti. Yani hiç öyle seni seviyorum filan tek tekrarlanan talk-show türü şey insanlar arıyor şimdi ne yapıyordun ne mesaj vermek istiyorsun Capital radio'nun sloganını hatırlıyormusun okadar tek tekrarlanan bu. İnsanlara ne söylemek istiyorsun diyince işte barış sevgi muck muck filan. O öyle ama bir zamanlar dediğin gibi çok sıkıcı çok kötüydü o değişti şimdi. Eski dönem kadar kötü değil şimdi.

Hale: telefonla ödöl verme devam ediyormu?

Gonca: Onu bilmiyorum ama bazen çok değişik şeyler yapıyor Capital Radio

Tijen: hayır devam etmiyor.

Gonca: Skate man şarkısını Kaan söyletiyor. Kaan bağlantı yapıyor telefonla işte eğer diyor Skate man şarkısını benimle birlikte söylersen işte 2-3 kişi daha var en iyi söyleyene disk vericek bir ödöl bir bilet vericek bir parti için o tip şeyler var hala promosyonlar ama komik yani hoş şeyler.

Gonca: ben bir kere şeyden çok sıkıldım günün ofisi her gün aynı şey günün ofisi birde ilk başta daha hoştu şöyleydi ilk başta özgün bir faks göndereni seçiyorlardı şimdi aradn bir tane seçiyorlar. artık sıkıttı yani değiştirmeleri lazım değişiklik çok zor yapıyor Capital onu sevmiyorum. kendini çok kolay yenileyemiyor.

Tijen: Bir tarza başlıyor onu uzun süre devam ettiriyor. Bıktırıyor yani

Gülbu: evet. Birde bir ara bilmem kaç dakikada bir hit bir şarkı çalınacak diye birşey vardı o hala varmı? sürekli mesela 20 yirmi dakikada bir aynı şarkı çalıyordu.

Gonca: onu sevmiyorum bir de şeyi Capital ilk deneme yayınlarında çok daha güzeldi.

Gülbu: evet bence de

Gonca: deneme yayınındayken inanılmaz her telden çalıyordu Power FM'in sevdiğimiz programları ağırlıklıydı onlarda var gerçi şu anda çaldığı bir müzik tarzı ama şimdi tek bir çizgi tutturdular

Gülbu: Bobby B gelip rezil etti

Gonca: ha yani ondan sonra biraz sıkıcı olmaya başladı yani değişiklik yapmıyor hiç. Hiç değişiklik yok hep aynı programlar aynı saatte yayınlanıyor DJ'ler aynı. Power'da spor fazla abartılıyor otomobil yarışları tamam spora eyvallah çok meraklıyım ama yani bu kadar fazla yanıltıcı olmaması lazım Powerda bunu sevmiyorum yani direk kanal değiştiriyorum sonra dediğim gibi bazı programları çok kötü oluyor Power'ında yani kötü oldumu çok kötü Cem Gemini hakikaten tahammül edilmez şu dönemde. Rana

Pirinçcioğlu'nun programı rezalet

Gülbu: ses tonu bile itici çünkü radyoda insanı duş görünüşüyle göremiyorsunuz ve konuşulan konularda sınırlı, kadının sesini duyduğum an tüylerim diken diken oluyor dinleyemeyip çeviriyorum.

Gonca: Rana Pirinçcioğlunun programı İngiltere listelerinden ve birde magazin haberleri veriyor. Kadının tarzı tahammül edilmez yani nasıl Cem Gemini'a artık tahammül edemiyorsak kadına başından beri hiç tahammül edemiyorum ben. Ne doğal DJ havası var kadında ne arkadaşça konuşuyor

Gülbu: Birde şarkı söylüyorlar bir şarkı gidiyor mesela kızda şarkı söylüyor onunla beraber. Nasıl güzel oldu mu filan mahvediyor

Gonca: Mesela Meltem Cumbul çok yapıyor bunu, birde rezil ediyor şarkıyı söylerken ama beni hiç rahatsız etmiyor

Gülbu: Başkaları yaptımı çok kötü çünkü ciddiye alarak yapıyor, ne güzel oluyor değilmi havasında söylüyor, katlediyor

Hale: ama news olarakda en iyisi Power FM çok özetle sade veriyor haberleri

Gonca: aynı Capital'la Power'ın haberleri hemen hemen aynı. Haberler aynı ama haberler sonrası kuşaklar hava durumu mesela Power'da var Capital'da yok hava durumu ayrıntılı bir şekilde. Spor Capital'da hiç yok

Gülbu: Power'ın müzik arşivi daha geniş

Gonca: Power'da daha fazla para harcadığı anlaşılıyor

Gülbu: Daha profesyonelce

Hale: Mesela yurtdışından gruplar getirip burada ağırlıyorlar

Gülbu: Bana öyle birşey geliyorki artık mesela Capital ilk başlarda çok kendine hastı şimdi Power'ı taklit ediyor bir şekilde gibi geliyor bana bazen. O şeyi kaybetti gibi geliyor o ilklği kaybetti Ankara'da bir sürü şey oldu İstanbul'da bir sürü rekabet

Gonca: ama galiba genede Ankarada en çok dinlenen radyo Capital Radio

Tijen: Eski alışkanlık olduğundan

Gonca: Beni birde rahatsız eden birşey reklam almaya başladılar şimdi hiç reklam seçiciliği yok tabii ki ihtiyaçları olabilir ama ne bir reklam var dünya halımı inanılmaz kötü ben o yüzden kanal değiştiriyorum çünkü çok sık aralıklarla. Capital'da da Power'da da reklamlarda seçici davranmıyorlar ki radyoda yayınlanan reklamlar çok daha farklı olmalı jingle'ı bir kere çok iyi olmak zorunda böyle konuşuyor gibi olmamak zorunda çok kısa olmak zorunda, Amerika'dakilerde hep o vardır çok kısa çok canlandırıcı. Burada dayanamıyorum ben bazen eskiden bu özel radyolar yokken Amerikadan kaset doldurup arkadaşlarım yollarlardı ve bayılırdım özellikle yani kesilmeden reklamlar yollarlardı bayılırdım şimdi tahammül edemiyorum Türkiye'de

FOCUS GROUP (Age 25-32) YOUNG MEN

Müzik sizin için ne ifade ediyor ?

Ali : Ortamına göre değişiyor aslında. Ders çalışırken farklı müzik dinliyorum, araba kullanırken daha farklı. Ders çalışırken daha sakin bir müzik tercih ediyorum ki klasik müzik olabilir. Yani o zamanki duygusal şeyime göre de değişiyor, ortama göre de değişiyor. Ama genelde araba kullanırken, rock özellikle, ya da hızlı disko müzikleri olabilir o tür şeyleri tercih ediyorum arabada. Deniz kıyısına gittiğimizde biraz daha arabesk vari Türkçe parçalar. Yerine göre, ortamına göre değişiyor, duygusal durumuma göre. Bazen hiç dinlemiyorum kapatıyorum radyoyu. Kafanı dinlemek istiyorsun, bıkiyorsun artık radyodan, hep aynı şeyler çalmaya başlıyor, rutin hale geliyor belli bir zaman sonra, sıkılıyorsun kapatıyorsun. Biraz daha sessizlik diyorsun.

Karluk : Aslında buna ben de katılıyorum, müzik işin ruh haliyle çok dengeli birşey. Ders çalışırken belki biraz yumuşak şeyler dinliyorsunuz, ama ders çalışırken aynı şekilde çok sert şeyler de dinleyebiliyorsunuz. Ders çalışmadan çok o yine insanın ruh haliyle ilgili birşey. Benim de müzik zevkim aslında çok değişken. Klasik müzik pek sevmiyorum, bunun yanında halk müziğini seviyorum, underground müziğini sevmiyorum bunun yanında rock müziğini seviyorum. Ama sürekli olarak bir rock müziği dinlemek beni sıkıyor. Fakat bir klasik müzik konserine gitmek bana zevk veriyor. Çok dengesiz bir müzik zevkim var diyebilirim yani. Ama dediğim gibi yine ruh halimle çok ilgili birşey.

Güran : Ben genellikle akşamları 7 - 8 gibi işten çıkınca bayağı bir yol yapıyorum. Her gün aşağı yukarı 150 km civarında yol yapıyorum. O yüzden genellikle en fazla radyo dinliyorum. Genellikle akşam 7 de çıktığım zaman kafamı dağıtacak birşeyler dinliyorum. Cem Ceminay 'ı dinliyorum genellikle, Power 'ı. Normal, isteyken genellikle klasik müzik dinliyorum. klasik müziği seviyorum, hoşuma gidiyor. Onun haricinde bazen Türkçe 'ye de takıyorum. Bir kanal frekansını olduğu gibi Türkçelere ayırıyorum.

Erkan : Çok değişiyor tabi, bulunduğu ortama, yaptığın işe..., işte yemek yerken farklı bir müzik istiyorsun...(Nasıl bir müzik ?) İşte nasıl bir yemek yediğine, kimle yemek yediğine bağlı, kimlerle olduğuna da bağlı, o andaki ruh haline..mesela..

Ali : Kaleye gidersen mesela

Erkan: Hah, mesela kaleye gibi bir ortamda kalkıp da klasik müzik istemiyorsun veya underground istemiyorsun, garage dinlemek istemiyorsun ama gece orada yemek yedikten sonra, içki içtikten sonra gittiğin yerde çok daha sert, çok daha hareketli müzik istiyorsun, istiyorum. Ama bu Rock & Roll değil benim için, işte Techno, Garage (Ali : Techno) türü müzikler arıyorum o saatlerde. Hafif alkollüken, çok alkollüke, dansetmek istediğimde.

Volkan : Ben müzik diyince, Bebek te dolaşırken başka bir müzik, Maslak ta yokuştan çıkarken başka bir müzik, sonra akşam Süleymaniye Camiinde Türk Sanat Müziği, ya da akşam Kumkapıda içerken bir alaturka müzik, her tür müzik yerine göre çok güzel olur diye düşünüyorum, ve insanın o zamanki ruh halini yansıtıyor. Ama her zaman da kaliteli olmasını istiyorum. Kalite; türünde 1 numara olmasını istiyorum. Eğer Türk Halk Müziği ise, o türde en kaliteli birinden dinlemek, ya da o kanalda, o yerde dinlemek istiyorum.

Ufuk : Ben düşünüyorum da, bende ortamdan çok şey var..yani tutturmak istediğim bir tempo var da, benim ruh halim onun altında veya stndeysel, onu aşağı çekmek için veya yukarı çekmek için ne varsa, ne çeşit müzik, onları dinlemeye çalışıyorum. Bir de, dinlediğim müzikte, mutlaka güzel olan birşey olması lazım, (Volkan ın kalite anlayışına katılıyor) işte temposu, ses, ritm, tonlar, inişler çıkışların iyi olması lazım, işte bir özelliğinin olmaı lazım. Yani daha önceden tarzda birşeyi veya, Techo tarzında birşeyi, işte inişleri, ıkışları pek hoşuma gitmiyor.

Ali: Bir de şey var, ben kaliteli müziği dinlemek için, evimde olsun, arabamda olsun,dünyanın parasını harcayıp,(Ufuk katılıyor buna) ben de öyle meraklar var mesela.

Süleyman: Herkes ortamına göre müzik dinlediğini söyledi, ben de ortamına göre dinliyorum ama bu biraz mecburiyetten dolayı oluyor, çünkü, insanlar artık çok da seçici, ayrımcı değiller, çünkü, müzik böyle dayatıldı yani insanlara bir şekilde, her şey hazırda. Bir cafeye gitseniz çok da ihtiyaç duymuyorlar değişik şeyler çalmaya, bir kanal bulup onu da verebiliyorlar size. Yani, insanlar kendi başlarına çabalayıp, kendi zevklerine uygun şeyler dinlemekten öte, elde var olan, hazır olan, onlara sunulan şeyleri dinlemeye başladılar. Bu da rahatsız ediyor beni, çünkü...ben mecbur kaldığım için öyle dinlemeye çalışıyorum müziği. Ama evde daha zgr olabiliyorum, yani evde kesinlikle kanal açıp dinlemiyorum, CD olsun, kaset olsun, öyle şeyler yapmaya çalışıyorum, müzik biraz daha ciddi, (KB : Özel olmalı) hah, özel olmalı, ve kültürel & sanatsal bir olay olarak kabul edilmeli diye diyorum. Arkadan gelen bir vızılı değil yani. Ama o duruma getirilmeye başlandı yani so zamanlarda özellikle. Yani bir zamanlar bu kadar çok fazla özel kanal yokken radyoda, insanların o zaman çok daha kaliteli müzik dinlediğine inanıyorum. (Ufuk : Doğru) Belki az sayıda insan dinliyordu ama birşeyin güzelliği nicelliğidir yani çok fazla dinleniyor, çok fazla insan dinliyor diye olay güzel değildir. Az kişi yapabilir ama, kaliteli olabilir.

Hakan : Benim yle çok fazla merakım yok müziğe, yani denk gelirse. Aslında yok gibi geliyor insana ama geçen hafta 3 gün arabanın teybi bozuktu, giderken insanı rahatsız

ediyor mesela (tasdik) niye yok ? Keşke olsaydı falan. Yani ben öyle çok meraklı insan olmamama rağmen bir eksiklik gibi geliyor bana. Ama oturup da hiçbir zaman öyle, yani çok nadir zamanlarda müzik dinlerim ben.

Bir şey yaparken mi dinliyorsun ?

Yooo, işte, çok ama çok andir akşam yatarken açarım işte müziği, bir yandan dinlerim, o sırada uyurum zaten. Bir de çok fazla şeyim yok yani, işte ne seçeneğim var, ne zamanım var. Ne biliim işte sabah çıkıyorsun, arabanla eğer gideceğin yer uzaksa, o sırada dinliyorsun. İşinde eğer dinlemek imkanın varsa, o sırada dinliyorsun, yoksa hiç aramıyorsun bile. Ben hiç gündüz çalınmaz bizde yani, mesela inşaatır bizim iş, inşaatı ne müzik çalacaksın ? Kalfalar iş yaparken..Çok fazla bir müzik dinleme vakti gibi birşey yok. Gece çıktığın zaman gittiğin yerlerdeki müziğe uymak zorundasın, zaten orada seçen sen değilsin, gerçi gittiğin yeri sen seçiyorsun ama...

Daha çok nerede dinliyorsunuz ? Ne yaparken ?

Volkan : Daha çok arabada dinliyorum. Onun dışında akşamları gittiğim yerde dinliyorum, ama daha çok arabada dinliyorum. Mesela demin Hakan çok ihtiyacını duymuyorum dedi, ama hani radyolar bir ara susmuştu ya, o zaman ben sanki yaşamıyorum gibi düşünüyordum.

Hakan : Mesela ben Güran gibi mesafe katetmiyorum, seninki hakikaten arabada geçen bayağı uzun bir süre, 150 km Ankara gibi bir yerde, yani sen tam müzikle içiçesin yani. Ama mesela 10 dak. arabaya binliyorsun, işte ben de bir tane kanal vardır, öyle binerim, öyle inerim, yani hiç öyle kanal aramaydı, oynamaydı yok yani. Zaten müziği bölüyorsun, yani bir şarkıyı bile tam dinleyemiyorsun.

Volkan : Müzik ruh halimi çok etkiliyor benim. İstanbul da ilk başlarda çalışırken servisle karşıdan karşıya gidiyordum, çok iyi giyinip çıkıyorsun falan, çok güzel bir gün olacak, adam bir açmış ; türkü. Sabah tercihim duruma bağlı. Ya haberleri dinliyorum Best FM de, ya Power FM 'i dinliyorum, yani eğer Power FM de çok bangır bangır birşeyler çalıyorsa, o zaman daha hafif birşeyler dinlerim. İş çıkışlarında İstanbul ' da Radio Blue vardı, daha soft caz, caz türü şeyler onları dinlerim. Bazen, kafam çok yoğun olduğu zaman hiçbirşey dinlemek istemem.

Hakan : Ben de sabahları hep haber dinlerim.

Güran : Habersiz de olur. Sabahları bazen işe giderken özellikle klasik müzik dinlerim. Yani öyle çok kafamı yoracak birşey dinlemek istemiyorum. Veya mesela, sabahları özellikle Capital veya Power dinlemiyorum. Ama akşam işten çıkıp dönerken, Power dinleyebiliyorum.

Erkan : Ben Power FM 'i açıyorum sabah sabah. Sabah kalkıyorum, yalnız yaşıyorum, benim ev biraz büyükçe, müzik acayip eko yapıyor, genelde gürültülü müzik dinliyorum. Sabah kalkıyorum işte duşa giriyorum, gazete, ne yaparsam yapıyorum, önce bir radyoyu açıyorum, hareketli birşeyler dinliyorum. Komşular rahatsız olmasa daha da açıcam sesi. Yüksek sesli ve hareketli.

Ufuk : Mesela, yemek yaparken, sözü de oldu Cem Ceminay falan, ama işin içinde müzik de var tabi o kadar abartılı konuşma değil. Müzik olan, laf - söz olan genellikle. Sabahları klasik müzik ama sadece klasik müzik olması şart değil, net sesi olan ve düşük volumeli.(KB : Sakin) Kafayı pişirmemek için. Onun dışında canlı müzik dinlemeyi tercih ederim aslında ama o kadar fazla bir şans olmuyor Ankara da. Yani illa konser salonuna gitmek değil de ; canlı müzik yapan barlar, cafeler, onları tercih ediyorum. Onun dışında, işte biz arkadaşlarla eskiden müzik dinlemek için bir araya gelirdik. Sohbet çok az olur, yani yorumlar falan olur belki dinlenen müzik hakkında ama o kadar. O tip ortamlarda müzik dinliyorum.

Karluk : Ben yalnız yaşıyorum, o yüzden ister istemez evde bir gürültü ihtiyacım oluyor, o yüzden özellikle televizyon ve radyoyu ben çok kullanıyorum. Televizyon biraz daha beni kızdıran birşey, yani zaman öldürmek için ama radyo kesinlikle benim zamanımı paylaşan birşey, alet. Bir de radyo çok anarşist bir olgu, her zaman hayatınıza müdahale etme şansına sahip, dolmuşta giderken aklınıza İbrahim Tatlıses 'in türküsü takılıyor, akşama kadar onu söylüyorsunuz. O yüzden kanalları dinlerken özellikle seçici olmaya çalışıyorum. Genellikle sabahları belli bir müzik seçimim olmuyor, yani o sırada radyoları geçerken, zaplarken hoşuma gideni dinliyorum ama genelde akşamları Rock dinlemeye çalışıyorum. Son zamanlardaki benim zevkim özellikle değişik dillerdeki müzikleri dinlemek. İrlandaca müzikler çıkıyor, Baskça rock yapanlar varmış, onlar çıkmaya başladı, Kürtçe müzikler var, Hintçe.. Ama dediğim gibi genelde akşamları ders de çalıştığım için Rock dinliyorum, Rock dinlerken de, mümkün olduğu kadar Slow Rock..Günün akışı içinde özellikle çalıştığım zamanlar, büroda, müzik benim için çok önemli değil, genelde Capital veya power türünde ritmik şeyler çalıyor. Onlar da beni çok fazla etkilemiyor. Benim ilgilendiğim saatler daha çok gece.

Süleyman : Ben radyoyu sadece büroda dinliyorum, o da büroda çok güzel bir alet yok yani, kaset dinleyemiyorum, radyo dinliyorum o yüzden. Evde hiç dinlemiyorum radyo. Evde CD falan dinliyorum. Hiç radyoyu açmıyorum evde. Dinlediğim kanallarda büroda, sabahları TRT 3, öğleden sonra, biraz haberler çok, yarım saatte bir ama Anadolu Ajansı güzel oluyor yani, ve bir kaç gündür de, bizim büro Çankaya da Radyo Ortam (dedi galiba) ama genellikle TRT 3 ve Anadolu Ajansı dinliyorum.

Ali : Sabah, yani o anki ruh halim nasılsa, sinirliyse, sinirimi bastırarak, yatıştırarak birşey de olabilir, tam tersi artıracak birşey de olabilir. Yani, o anda benim içimden ne geçiyor, o tarzda bir müzik seçmeye özen gösteriyorum. Benim müziği ağırlıklı olarak dinlediğim yer arabam. CDim var, CD de her çeşit müzik var. Onu kasten öyle değişik şeylerden seçtim, çünkü o andaki durumuma göre istediğim müziği koyabiliyorum. Radyoyu arada sadece şey için, hani böyle, boşundur, hiçbirşey yapacağın yoktur, dolaşıyorsundur arabayla, bir yere gidiyorsundur. Yani bir amacın yoktur, o sırada radyo olsa açılıyor. Ya Power ya da Capital. Başka kanal dinlemiyorum ben. İkisinden birisi. (Ritmi güzel birşey, ikisini devamlı değiştiriyormuş..) Benim kesin yani, diğer kanallar da var bende de, diğerlerini sevmiyorum, ya Power ya Capital dinliyorum. Ama ağırlıklı olarak kendi disklerimi dinliyorum, kendi tarzım var, onu tercih ediyorum.

Volkan : Ben sabahları muhakkak dinliyorum, işe giderken. Gün içinde firma ziyaretleri nedeniyle dışarıda oluyorum, arabayla sürekli gidiyorum, arabada sürekli dinliyorum. Akşam evde, bu sıralar çok dinlemiyorum ama, daha önceleri yalnız yaşadığımda, ben de muhakkak evde bir ses olsun istiyorum, gider gitmez müziği açardım, televizyon yerine hep radyo dinlerdim. Onun dışında yazlıkta da walkman dinlerim ya da havuz başında, çok severim.

Karluk : Televizyonu ister istemez dinleyemiyorsunuz, çünkü görsel olarak ilgilenmeniz gerektiği için, biraz zaman kaybı oluyor. Radyo da o yok. O bir yerden arkanızdan.. siz başka şeylerle çok rahat ilgilenebiliyorsunuz. Özellikle yalnız yaşayanlar için çok gerekli birşey radyo.

Daha çok hangi kanalları tercih ediyorsunuz ?

Güran : Ben bu aralar başlıyorum işte, eğer Türkçe dinleyeceksem, 88.8 den başlıyorum (Volkan : Show Radyo). Ondan sonra 92.7, 93.60, 105.9 da Alem FM var, bazan Türkçe dinliyorum. Eğer yabancı müzik dinleyeceksem, ya Capital ya Power dinliyorum.

Hakan : Ben hemen hemen hep Power. Yani başka birşey dinlemek istemediğim zaman hep Power dinliyorum. Dedikleri gibi, Türkçe aradığım zamanda, o sırada kanalları arıyorum, hangisi bana uygun, güzel bir şarkı bulursam, o kalıyor. Genelde hep Power açık ama.

Capital veya Power dışında dinlenen ?

Erkan : Metro FM. (tasdik). Capital dan önce ben bazen Metro ya bakıyorum, ondan sonra Capital a.

Ali : Yakalama saati. Radyoların belirli saatlerde belirli şeyleri vardır, mesela TRT 3 ün cazları vardır, klasik müzikleri vardır, o saati yakalayabilirsem hiç kaçırmam kesinlikle

dinlerim, hiç şansı yok. Yakalama da, o saatte ben müzik dinliyor muyum, dinlemiyor muyum, onunka ilgili birşey. Yani müzik dinlicem diye o saatte ben birşey açmıyorum. (Hakan : En azından biliyorsun). En azından biliyorsun, kesin. Power da Ctesi günleri 1 saatlik Türkçe müzik var, onu kaçırmamaya çalışıyorum.

Süleyman: Ne Capital ne Power ikisinide dinlemiyorum. TRT 3 dinliyorum. TRT 3’de nezaman ne çalındığını biliyorum.Radyovizyonda bazen güzel şeyler oluyor onları dinliyorum. Ve Anadolu Ajansı üçünü dinliyorum.

Karluk: Ben de ne Capital nede Power dinliyorum.Özellikle belli saatlerde belirli radyoları dinliyorum mesela Number 1 da pazar günleri 4 de sinema müzikleri daha sonrada Rock Programını dinliyorum. Ama sürekli olarak benim dinlediğim radyolar Radyo Arkadaş ve Radyo Net. Radyo Net gündüzleri Türkçe parçalar çalıyor, gündüzleri pek dinliyemiyorum. Genelde akşamları 9-10 dan sonra Rock çalıyorlar. Radyo Arkadaş belirli bir siyasi görüşü savunduğu için onun paralelinde müzikler çalıyo. Gündüzleri oda Türkçe şarkılar çalıyo akşamları . Gece 12den sonra onlarda Rock çalmaya başlıyor fakat sevdiğim popüler rocktan çok alternatif geride kalmış, eski dönemlerin müzikleri. Capital ve Power türü radyolar beni çok yoruyor. Bir müzik olarak o tip bir müziğe antipati duyuyorum. Capital radyo da dinlediğim kadarı ile şunu görüyorum müzikler arasında farklılık çok. Capital hep ritmik, insanları motive eden müzik var insanlar her zaman motive olmak veya gülmek zorunda değil o yüzden pek o tip radyoları tercih etmiyorum

Ufuk: Benim radyo dinlemem ne zaman uyanırsam ne zaman müsaitsem, kitap okumuyosam, uyumuyosam, yemek yemiyosam bişeyler dinlemeye çalışıyorum. Özellikle program seçimi yapamıyorum ama temposu yüksek Capital, Power ve Metro gibi radyoları dinliyorum. Metronun benim için iyi tarafı İspanyol müzikleri çalıyor, o bi paarça hoşuma gidiyor. Onun dışında pek spesifik olamıyorum. DJ lerde mesela özellikle çok canlı konuşuyorlar ama espirilere falan ben gülemiyorum. Power da Cem Ceminay var kimi zaman çok güzel şeyler çıkmasına rağmen kimi zamanda çok absürd şeyler çıkıyor, tam temposunu yakalayamadım.

KB: Ben mesela Türkçenin dışına çıkıp konuşmalarından hoşlanmıyorum. Ağızlarını yavşatarak konuşmalarından hoşlanmıyorum. İkisindedede (Ca &Po)

Toplu halde: Evet, hislerimize tercüman oldun....

Ali: Ben kesinlikle Cem Ceminayı dinlemiyorum, kesinlikle o adamla uyuşamıyorum. Yaptığı espiriler olsun, garip garip kelimeler olsun. Ben talk show dinlemem. Okan Bayülgen falan da seyretmem. Ama siyaset meydanı olsun sabahlara kadar seyrediyorum. Çünkü beni bilgilendiriyor. Diğerleri boş yok bi anlam ifade etmiyor.

Ufuk: Bazen radyolara telefon ediliyor. Djler insanları aşağılıyor, mikrofonu eline alan garipleşiyor.

Erkan : Cem Ceminay bazen itici geliyor ama dinletiyor. hadi by diyip kapatıyor, espirilerinin dozu bazen kaçıyor ama genede insan da bi merak uyandırıyor, enterasan konulara falan giriyor. Herkes biliyo dinliyo adamı yani biraz sıkılıyosun ama merak ediyosun bişeyler yapıyo..

Volkan : Programı canlı tutuyor.

Erkan : Sürekli bi akışkanlık var

Ufuk: O insanları tek düze hayatlarından bir parça çıkarmalarından kaynaklanıyor. Farklı am güzel değil.

Erkan : Şimdi olaya ne açısından bakıyosun o da önemli, dinlenme açısından mı, insanların onu dinlemesi mi, hoşlanması mı gıcık olmasını ? İnsanları nefret te ettirse de dinlettirebiliyor.

Volkan: Mesela Cem Ceminaydan önce Maymunlu bi adam vardı Mr Sonic mi . O insanları falan aşağılamazdı. kibardı, kızlar ona hayrandı ama gitti. Şimdi Metro FM de falan . Ama Cem Ceminay iş yapıyo. Ben çok fazla aşağıladığını düşünmüyorum . Diğer Türkçe radyolarda daha fazla amiyane tabirler, yavşak konuşmalar var ama Cem Ceminay da öyle değil . Bir kere çok canlı olduğunu düşünüyorum. Dj in çok canlı olması bi sipiker gibi konuşması beni dinletiyor. Mesela sabahları o yüzden Fatih Altaylıyı da sabahları dinliyorum Best FM de haberlerde. Ara vermeden takır takır haberleri okuyor. Başka kanallarda şimdiiii bakıyooooooruuzz..... Radyoda minimum zaman da (K.B. Fatih Altaylı çok yorumda bulunuyor.) Çok yorumda bulunuyo ama boş vakit geçirtilmiyo. Beğenmiyosan hemen geçiyosun.

Amerikalı DJ'ler İngilizce Programlar ?

KB : Ben kabullenemiyorum.

Volkan: ben hiç dinlemiyorum.

KB: Top 100,falan filan. Capital zaten Amerikan menşeli olduğu için, chartları geçerken öyle hızlı a geçiyorlar zaten müzikle birlikte geçip gidiyor.

Volkan : hedef kitlesini de öyle seçiyorlar demekki. Mesela tamamen yabancı Dj dinlediğimi düşünmüyordum ama Coca cola Chart show falan var. OnlarıDj olarak dinlemedim hiç .. bazen konuşuyorlar anlıyorum am yabancı DJ olduğunu hiç düşünmemiştim.

Karluk: Radyoların ikisinde ismi yabancı . biri Capital biri Power. çok bana ters geliyor. Normal gündelik hayatta böyle bir dil kullanılmak çok yanlış. Bugün Power Fm 'in günlük akış programına bakıyorsunuz: Powermix , chart Yani çok gereksiz, ben ingilizce biliyorum ama bu kadar kullanmıyorum. İnaniyorum ki Türkiye de o tip radyoları dinleyen insanların çoğu ingilizceye hakim olmayan sadece bi özentî şeklinde kullanan

insanlar. O yüzden onları cezbediyor. Aynı şekilde yabancı Djler, çok hızlı bi şekilde konuşuyor. DJ sadecemüziği sunmamalı müzik hakkında bilgi vermeli,

Süleyman: Ben ingilizcenin gereksiz yere niçin olduğunu bilmiyorum bu şekilde günlük hayatımıza girmesi: polis arabalarının üzerinde Call 155 yazmaya başladı. Traji komik şeyler. Türk dili..... Ceminay.: Geminay

Karluk: Mesela Türk DJ in kendine JC Mc JOY ismini seçmesi bana anlamsız geliyor. Benim dinlediğim radyolardada Türkçeyi çok güzel kullanmıyorlar. O makamı işgal eden kişilerin daha düzgün ve akıcı Türkçe kullanması gerekir.

Ufuk: Bi kesim var beğenmiyo onları kendisini onlardan farklı görüyo. O yüzden onları dinliyorlar.

Güran: Ben Djler in şımarıklıklarından rahatsız oluyorum.

Ali: Benim dikkatimi şu çekiyo biz MBA de okuduk benim düşündüğümü herkesin düşündüğü demek değildir. Türkiye o kadar rengarenk ülkeki ... Benim yaşadığım çevre kültürü yüksek eğitimi yüksek belirli bi iş sahibi, belirli gelir düzeyleri olan insanlar. masaya oturduğumuzda bakıyoruz

genelde birbirimize yakınız. Bizimde fikirlerimiz farklı oluyor. Genelde Radyolara Power ve Capitalede telefon ediliyor insanlar bunları nasıl söyleyebiliyor diye düşünüyorum telef konuşmalarında ama demekkki Türkiye de bu tip insanlarda var. Mesela bu masada bizim çevremiz dışındanda insanlar olabilirdi. Onlarında görüşlerini alabilirdik.

Volkan: mesela power daki DJ lere bakarsak Meltem Cumbul falan . İngilizce program yapıyorlarsa İngilizce konuşuyorlar. Türkçe program yapıyolarsa Türkçe konuşuyorlar. Cem Ceminay dışında araya İngilizce kelime koymuyorlar. Ama başka bi Türkçe kanalda araya kel alaka İngilizce kelimeler duyabiliyorum.

KB :Bi ekol gelişti Karacandan sonra .o tarz konuşma ekolü gelişti. (Hakan: İngilterede okuyan Türk gençliği)

(Radyoların arkasındaki finans desteğinden bahsediliyor.)

Ufuk : Best FM dinleniyo Türkçe olarak.Power da dinleniyo. Alem Fm de dinleniliyor Hür Fm de dinleniliyor.

Power ve Capitalin Logolarını hatırlıyor musunuz

Volkan:Kulaklık var Power yazıyor. 100 var (Diğerlerde katılıyor) kırmızı var etrafı sarı.

Topluca konuşuluyor: Capital dada 99.5 yazıyor. Kırmızı içine beyaz oval olarak.

Jingillarda ne hoşunuza gidiyor.

KB :Sürekli böyle sıcak sıcak müzik ...en sıcak müzik...best music in town .hepsi bi kere hottest music best music. Hangi kanalı açarsanız açın... hepsi...(Ufuk : hepsinde birbirine benzer şeyler var.)

KB:Capitalın itici olan bitanesi var (K.B. telefon edenlere söyleyip duruyolar ya bi tane sonunda sorular soruluyo bi şeyler kazanıyosun ya) zorluyo... sıkıcı

Capital Radio bi insan olsaydı nasıl bi insan olurdu ?

KB: Adnan Polat.. (bir iki kişi daha katılıyo) ya işte aynen Adnan Polat.

Adnan Polat nasıl biri ?

Hakan: İsmet Kalafatoğlu bunun şeyi değil mi?

KB:İsmet Kalafatoğlunu tanıyorsanız çok basit yani ... Senelerce İngilterede yaşamış, orada Capital Radio yu dinlermiş, ondan sonra supersonic teki kasetleri vardır konuşmalarını , ilk konuşmalarını falan orada yapar,

Davranışları ,giyinişi konuşması nasıl olurdu ?

KB: Oğuz Babüroğluna benzer bi tip, antipati uyandıran böyle itici bi tip. biçesit havası olan....

Ali: Oğuz daha çok Power'a benzerdi , saçlar jöleli falan) Aşağılayan falan....

KB :resimleri falan yaptık ya orada bazı insanlar koyduk. Mesela biz de daha çılgın bi kız girdi power'ın içine, daha sade bi kız girdi Capital'ın içine. Erkeklerde bi tarafta Adnan Polatı koyduk bi tarafta Alp Yalmanı koyduk. O resimlere bakınca anlıyacaksınız.

KB:Benim şahsi görüşüm capital radio daha çok kalıplarla çalışan, tarzı olan , extreme kesinlikle kaçmıyan , Amerika'dan gelmiş.. daha önceöyle bir şirket kurulmuş. o şirketin belirli prensipleri olan ... Ama power fm sonradan ortaya çıkan yepyeni bişey.. Power FM I dinlediğiniz zaman daha çılgın tekno vari , birazcık daha havai görüşler ortaya çıkıyor, daha serseri,

KB:Yani bence Power FM i dinleyen biraz daha ne biliyim uyuşturucu kullanan birisi olsa Capital Radio değil mesela .. Öyle bişey ...

Giyiniş olarak Capital biraz daha iş elbisesi görünümünde Power FM biraz daha sportif, yada çılgin kıyafette.... Meltem Cumbul örneğin.... (K.B.:Power FM biraz Yuppie de olabilir. bir kaç kişi de onaylıyor)

Yaşları kaç, hangi civarlarda olabilir ?

Capital

(topluca konuşuluyor) 30 lar , 27 - 33 arası falan 26-27'nin altında değil....

Ufuk: Poweer Fm in yelpazesi daha geniş (K.B. : geniş ama dinamik)

Volkan :Şey gibi geliyo bana Capital Radio biraz daha romantik bi çift gibi geliyo böyle , yok sevgilileerine bişey söyleyen yollayan..

KB:Power FM daha , sporu sponse ediyo ..Cem Hakko rallilere falan katılıyo...Onun dışında Uludağda Kar adam falan. Biraz daha dinamik...

Ufuk : Power daha individualistic, Capital daha collectivist...

Cinsiyetleri ne olurdu ?

Volkan: Bence cinsiyetten ziyade , ikiside erkekte olabilir....

KB: Power erkek olurdu...

Ali : power'a Sharon Stone koyduk ama

KB: Bence çok büyük farklılıkları var Power İstanbulun radyosu , İstanbulun verdiği büyüklük ve maddi imkanlar, sponsorluklardan çok para kazanıyorlar: Coca cola, Shell

Kar adamın bir ay öncesinden reklamlar, Uludağa gidiyorsunuz orada da öyle her tarafta power çalışıyor, akşam şuya gelin , orada talama var zıplama var, bi akışkanlık var radyoyu dinlerken sıkılmıyorsun. Bunun içinde herşey var bunu kıza mı benzetirsin erkeğe mi benzetirsin... Yaşını 10 mu koyarsın 20 mi koyarsın , 50 mi koyarsın. Bi imaj oluyo sonuçta . Power'ın güçlü bi müziği var, sponsorları var. ne biliyim bendeki imajı bu.. Capital a gelince Capital da böyle bişey yok çünkü Ankara'da , Ankara'nın nüfusuda belli ekonomik potansiyeli de belli , İşte Ankara'dan bu çıkıyo, İstanbuldan da bu çıkıyo ..Kısaca Ankara ile İstanbul'u yorumlayabilirmisin işte böyle bi fark var.

Volkan: Lokantaya benzetirsek Power Fm 1. sınıf bi lokanta, diğeri 3. sınıf . Capitalı sınıf atlamaya çalışan bi radyo olarak görüyorum sürekli bi üst veya 2 üst kategoriye çıkmaya çalışıyo, ama Power Fm bi kere lider,öncü herşeyde, önce kendi dallarında getirdiği yenilikler DJ 'leri , yaptığı işler, sponsorları bile farklı. Capital radio ya da bi Coca Cola şey verebilir ama vermiyor.

KB:Bide şuda var . Ankaranın imkanları belli Ankarada da en iyi radyo Capital, yada beni dinledikleri için en iyisi o diyim. Bir ara 96.8 vardı değişti, kaydı bitti heralde o.

KB: Ama Power 'a bi rakip gelmiş. 2019 radyo.

Sabah kalktınız Capital yayını kesilmiş nasıl hissedersiniz?

Topluca konuşuluyor:

Farketmem. Hiç bişey farketmezdi

Aynen o şekilde

Ben ağlarım (gülerek)

Power'ın yayını kesilirse ?

hayatta bi boşluk ..

Ufuk . relativ bi razcık , ikiside....

Ne yaparsınız ?

Erkan :Başka bi radyo dinlerim. Metro falan

Ufuk . Metro Fm iyi yada kaset falan .

Capital'ın tam tersi bi radyo istasyonu nasıl olurdu ?

suskunluk..

KB: Heralde hard rock bi radyo olurdu çünkü bana fazla romantik geliyor.

Topluca : hard heavy birşey olurdu.

Hakan: Veya Türk müziği...

Power'ın tam tersi..

KB: TRT 3...

KB: 1945 ler caz..

Volkan: power fm mi ben katılmıyorum çünkü power da öyle programlar da var mesela

Fuji sound wave

Ufuk: o yüzden çok renkli olduğu için..

Karluk : ama ben şuna katılmıyorum. O tür müzikler var ama , Power FM in çizdiği imaj senin dediğin değil yani Power biraz daha aktif maddi gücün getirdiği şeylerle birlikte daha sosyal kişiler ama kesinlikle bu kişi daha daha aktif olmalı. Power çünkü onu istiyor ve ona göre müzik veriyor. o bu konuda çok başarılı. Spikerlerin seçimide daha iyi , çok akıcı ve hatalar yapmadan konuşuyorlar, çalışma disiplinleri gerçekten çok iyi. Diğer radyolarda bunu göremiyorsun. Disiplin çalışma olarak beğeniyorum ama yayınladıkları müzik bana uygun değil veya uyduramıyorum.

Volkan: Aslında burası benim için bi süpriz oldu. Power Fm bu kadar.. İstanbul'da kime sorsanız Power Fm, Şehirlerin belki kendi dinamiğinden farkediyor. İstanbul'da digital radiolardan bi anket yapın Power FM ya birdir ya ikidir. Hafıza da ya 1 ya 2 dir. Herkes Cem Cem'ini tanır, bilir, En azından 2-3 Dj sayarsanız Power FM'in 2-3 DJ'ini sayarlar. Yarışmalarını.. Çoğu kişide çıkartması vardır arkasınca.. çıkartmaya göre hediye kazanacağını düşünür. Ama Ankarada ben bunu dinliyorum ama genelde kardeşim buraya geldiğinde Capital falan dinlerdi. Bu Capital radio ne derdim ? Abi çok güzel radyo falan derdi. Dinler dinler hiç bişeye benzetemezdim, benzetemezdim değilde onun yanında o kadar kaliteli gelmezdi. Demek burda birazda İstanbulun aktivitesine canlılığına tam uyduğunu düşünüyorum. Sürekli bi koşuşturma var. Durduğun zaman bile bi gürültü var. Burda biraz daha sakin , Capitalı fazla dinlemediğim için, aşıkların radyosu falan diyorsunuz pek canlandıramıyorum ama Power da sürekli bi dinamizmin olduğunu düşünüyorum. Her tür insana sesleniyor. (K.B. senin dediği doğru içinde bulunduğu şehiri yansıtıyor.) Çok kaliteli bi yönetim var. belki bunu dışardan farketmiyorsunuz ama mesela çok büyükbi disiplin var hiç bi şekilde şarkı başladıktan sonra DJ ler konuşmazlar konuşmamaya dikkat ederler. Belli kriterleri var .

KB: Power'ın bi canlı yayın aracı var Capitalında var mı ? bilen var mı ?

Var...Var.

KB: Adamlarda acaip bi hareket var. Ankaradan da bi ara yayın yapmışlardı Escape galiba.. İzmir'den canlı yayın yapıyo, Uludağ'dan yapıyo, bilmem nerden yapıyo...Bu da bi hareket veriyö .Capital da böyle birşey yok galiba.

KB: Var ama bazen öyle yayın yapıyorlarda . Ama Gün Fm de delinin radyosu diye bi yayın vardı arabadan falan yapardı.

Volkan : Number 1 da Koray diye biri vardı / Koray Key / Bir gün Koray Key Keresten'in K'si dedi yayında, tamam dedim bu radyoyu siliyoruz. Sonra bu çocuk Power'a geçti şimdi ne kadar düzgün konuşuyor. (Başınızın tatlı belası....) daha öncede tatlı bela olduda (Kalitenin K'si) Yani stil olarak yönetim anlayışını da yansıtıyorlar.

KB: Zeyno'nun sabahları coffee time vardı. benim arkadaşım şimdi Atv'ye geçti. şimdi onun yerine onun sesine çok benzeyen bi kız koydular. Arkadaşım diye dinliyodum. çok iyiydi şimdide sabahları arabada dinliyorum.

Hiç Power dinlememiş insan nasıl bi insandır ?

Hakan: Hakkarıdeki adam powerı nereden dinlesin?

KB: Valla benim çok dikkatimi çeken şeyler olur:Eskaza taksiye biniyosun mesela olurgeniş caddeli falan dersinki bu arbeskçi ,inanamıyosun adam Power dinliyo Capital radio

dinliyo kafayı yiyosun ya...Klasiktir Best FM dinler Türkçe şeyler dinler yada kasette arabesk şeyler vardır.Adam poweer Fm dinliyor.

Erkan :Hakan mesela sizin inşaattaki işçiler Power FM dinliyo mu ? Adam son derece radyo dinliyor. Paydos olduğu zaman gidiyo radyoyu açıyorlar, kaset koyuyorlar.

Yani sonuçta bu çevrenin dışından

Süleyman: Power Fm le normalliğin anarmolleğin ne alakası var normal bi insan işte. Power Fm'i dinlememiş bi insan o kadar.

KB:Biz dinlediğimiz için bize normal geliyo ama ...

Capital'dan şikayetçi olduğunuz, beğenmediğiniz tarafları ?

KB:Çok hızlı konuşan DJ'i var Kaan galiba.

Ali :en beğenmediğim tarafı.. onun daireseldir müzik akışı , parçalar vardır onları çalar böyle hep yel değirmeni gibi. O biter mesela başka çalar. Listelerdeki bi şey günde 5 defa çalar mesela. Devamlı aynı şeyler ..kesinlikle...Benim çok nadirdir böyle bi rock parçası, U2 olsun, Supertramp olsun , Pink Floyd olsun çok nadirdir . O da DJ in hoşuna gidiyordur ondan çalıyordur. Yok öyle bişey yok geçmişe dönük güzel parçalar yok. O zaman kulakta ne varsa yada diskoya gittiğinde ne dinliyorsan o tip parçaların aynısını dinlersin. Ha Barbaya gitmişsin ha Capital radio yu açmışsın aynı şey. Ya da Power'ı beş aşağı beş yukarı aynı şey.

Peki Power?

KB:Cem Ceminayın baydığı anlar mesela ..Genede dinliyorum ama bayılıyorum.

K.B: 50- 50 miş sevenler sevmeyenler bi anket yapmışlar. genelde sevenlerin çoğu bayanmış.



APPENDIX D

Analysis of the Focus Group Data about Capital Radio's and Power FM's DJs and Music

Boys and girls have more common views about the DJs of both stations. They think DJs of Capital Radio are cold, & distant, who look down on people, and act as they are intellectual. Boys, girls, and young women think DJs of Capital Radio do not differentiate among themselves, they are all the same. All of the groups do not like DJs who do not speak proper Turkish and use foreign accent. In addition, all of the groups think that, each Power FM DJ has her/his own particular style. Girls add some more characteristics : They think DJs of Power FM sound more confident and intellectual as well, and give importance to listeners. Both boys and young men think that, if a DJ is able to make the listeners listen to her/him, then she/he is a good DJ. In general, DJs of Power FM are found to be using Turkish more properly than the DJs of Capital Radio by all of the groups.

Considering the music, all groups unite in one opinion : The music of Capital Radio is repetitive and narrow, whereas the music of Power FM has more variety.

APPENDIX E

The Inner Impression of Capital Radio by Girls

Sex : Male

Age : Between 20-25

Properties : He is found to be an imitator (özenti), trying to look like having something special (havalı), giving importance to famous brands (tiki), cop-cop, snob (kasıntı), individualistic, and disciplined. He takes care of his body and keeps his form. He is Ankaralı, and listens to music in his car, while working or studying. He is not adventurous, feels that he has to secure happiness. He is handsome and romantic though ; thinks about his girlfriend during work. He listens to the radio all the time, in fact it has become a habit for him. He is distant, and does not have much speciality. He drives Renault 9 - a foreign brand produced in Türkiye, in other words not the original but the imitation. He is passive, optimistic or tries to be optimistic, and pretends to be like a dynamic young man.

The Inner Impression of Power FM by Girls

Sex : Male

Age : Between 25-30

Properties : He is an achiever ; a handsome and attractive, European looking Yuppie. He is very successful in his work, everybody's eyes are on him ; he is famous too. He is found to be confident, active, lives a colorful life, has a positivistic look, and has sense of humor. He likes adventure- he has a BMW motor, but he is not a tramp. He is open to innovations and follows the advancements in the technology. He is a man of surprises and energy. He drives an expensive car - Mercedes and listens to the radio while driving. He has a girl friend or is married to a woman who is strong, confident, clever, successful, educated, and from high class. The love they feel for each other can be only compared to that of Romeo & Juliette. His wife or girl friend is able to break her limits too. He has his own life style; definitely not an ordinary man. He goes to sports club to keep his form.

The Inner Impression of Capital Radio by Boys

Sex : Male or female

Age : Between 14-17

Properties : He or she (HOS), is a teenage who is seen as an imitator (özentî), monotonous, and snob. HOS tries to attract attention all the time. One can count on HOS, as HOS can only dare to loosen the rules not to abandon them. HOS is not an adventurous person, he is passive. HOS talks a lot and does bad jokes. He does not have much specialty and repeats himself. HOS reads Blue Jean and has a positivistic look over life. HOS is careful on keeping form, because in the summer, HOS will wear swimsuits in front of everyone. HOS prefers drinking fruit cocktails or PepsiMax. HOS is romantic and likes to take romantic presents to his /her girl/boy friend. HOS's sporting activities do not require too much dynamism as well. For instance HOS is interested in archery, billards, and tennis. HOS's ideal is to be a successful, model Turkish citizen.. He drives domestically produced foreign car and drives it slow.

The Inner Impression of Power FM by Boys

Sex: Male

Age : Between 19-25

Properties : He is an İstanbullu leader and achiever. He is very successful in his work and has prestige. He is innovative and original ; " for the very first time " always belongs to him. He defends complete freedom. He wants to impress everyone, especially women. He drives an expensive car, BMW or Mercedes, and he drives it real fast. He has his own life style; definitely not an ordinary man. He always tries to advance himself ; he is a man of surprises. He is proud of being Turkish. He is in quest for quality in every aspect of his life. His girlfriend is very beautiful, natural but takes care of herself, successful, independent, and enjoys life very much. The love they feel for eachother can only be compared to that

of Romeo & Juliette. However, their relationship does not cover only romanticism. They laugh, dance and have very much fun together. He is fun to be with and very successful at making friends. He is fond of sports, especially the dangerous ones like, bungee-jumping, rafting, snowboard, racing. He also plays tennis and wears NIKE. He keeps his form and wants his girlfriend to be like that too. He has a life style completely of his own.

The Inner Impression of Capital Radio by Young Women

Sex : Male or Female

Age: Teenages and university students

Properties : HOS is an Ankaralı optimistic, young and innocent looking person. HOS is either a teenage or a university student (preferably Bilkent), but one thing is for sure : HOS is ordinary, boring, and shallow. However HOS's shallowness makes her/him easy to be with. HOS is neither distant nor cold, in fact has a kind (sevecen) character, like a provincial person who needs interest. As HOS is ordinary, it is very easy to say hello and start a friendship. HOS does not have much musical taste; in other words is not selective. HOS always goes out at nights to show-off, and listens that kind of music (piyasa müzik) usually while driving. HOS has a girl/boyfriend and lives a romantic relationship with her/him just like the love of Romeo & Juliette.

The Inner Impression of Power FM by Young Women

Sex : Male or female

Age : Minimum 25

Properties : HOS is an İstanbullu who is full of energy, and dynamic. HOS is successful at her/ his work and looks like a European. HOS is full of surprises, adventurous, and has a mysterious part. However, she/he does not have the image of a kind (sıcak) person. HOS has a life style of her/his own; has a wide outlook to life. HOS keeps her/his form with

stepping and interested in sports like rafting, sailing, and Go-kart. HOS likes going out at nights and often prefers techno clubs. HOS is a confident person and has a girl/boyfriend or married to someone who is confident, successful, and attractive. For example, if HOS was a "he", then his girlfriend or wife would be a person who had a rebellious character, was attractive, successful and lived for herself first. HOS drives an expensive car, a BMW.

The Inner Impression of Capital Radio by Young Men

Sex : Male

Age : Between 26-33

Properties : He is a romantic Ankaralı. He is someone who does not do to the extremes, tied up to his principles both in his business and personal life. He has lived in America or England for some time. He looks down on people, he is snobbish, and is not adventurous. He is successful in his work and gives importance to brands. He is an irritating person who is distant to others. He goes to a sports club like Sports International to keep his form. He has a girlfriend or married to a woman who is not showy (sade) and has an innocent look. They have a romantic relationship. He drives a Renault-9; a domestically produced foreign car. He has a narrow outlook to life.

The Inner Impression of Power FM by Young Men

Sex: Male

Age : 25-30

Properties: He is a successful, İstanbullu Yuppie. He is a dynamic man who likes to compete. He has a wide outlook to life; definitely not an ordinary man. He is able to break his limits. He is fond of doing sports like surfing, sailing, rafting, and snowboard. He does body building in order to keep his form. He is proud of being Turkish. He has a girlfriend or married to a woman who is very attractive, successful, rebellious, and sexy. Their

relationship is based on passion, excitement, and having fun instead of romanticism. He enjoys luxury, and in quest for quality in every aspect of his life. He drives an expensive foreign sports car and a BMW motorcycle, but he is not a tramp.



REFERENCES

Alvesson, Mats (1993), *Cultural Perspectives on Organizations*, Cambridge University Press.

Carter, Barbara A., Nelson David L. and Duncombe Linda W. (1983) "The Effect of Psychological Type on the Mood and Meaning of two Collage Activities", *American Journal of Occupational Therapy*, Vol.37, No.10,pp.688-693.

Churchill, Gilbert A. Jr (1991) *Marketing Research: Methodological Foundations*, USA, The Dryden Press.

Denzin, Norman K., Lincoln Yvonna S. (1994) " Introduction : Entering the field of Qualitative Research", *Handbook of Qualitative Research*, Editors: Denzin and Lincoln, Sage Publications.

Gordon, Wendy, Langmaid Roy (1988) *Qualitative Market Research, A Practitioner's and Buyer's Guide*, UK, Gower Publishing Company Limited.

Greenbaum, Thomas L. (1988) *The Practical Handbook and Guide to Focus Group Research*, USA, Heath and Company.

Grunig, Larissa A. (1990) "Using Focus Group Research in Public Relations", *Public Relations Review*, Vol.16, No.2, pp.36-49.

Hayes, Thomas J. and Tatham, Carol B. (1989) Focus Group Interviews: A Reader, USA, American Marketing Association.

Kassarjian, Harold H. (1974) "Projective Methods", Handbook of Marketing Research, Editor: Ferber, Robert, pp.85-100.

Kerlinger, Fred N. (1986) Foundations of Behavioral Research, USA, Holt, Rinehart and Winston, Inc.

Krueger, Richard A. (1994) Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research, USA, Sage Publications

Lederman, Linda C. (1990) "Assessing Educational Effectiveness: The Focus Group Interview as a Technique for Data Collection", Communication Education, Vol.39, No.2, pp.117-127.

Lindzey, Gardner (1961) Projective Techniques and Cross-Cultural Research, USA, Irvington Publishers.

Morgan, David L. (1993) Successful Focus Groups, USA, Sage Publications.

Morgan, Gareth (1986) Images of Organization, Sage Publications

Ozanne, Julie L. and Hudson, Laurel A. "Exploring Diversity in Consumer Research", Interpretative Consumer Research, Editor: Hirschman, Elizabeth C., pp.1-9.

Patton, Michael Q. (1990) Qualitative Evaluation and Research Methods, USA, Sage Publications.

Sampson (1985) "Qualitative Research in Europe", European Research.

Seymour, Daniel T. (1988) Marketing Research, Chicago, Probus Publishing Company.

Solomon, Michael R. (1994) Consumer Behavior, Massachusetts, Paramount Publishing.

Strauss, Anselm and Corbin, Juliet (1990) Basics of Qualitative Research, USA, Sage Publications.

Wallace, Kathleen M. (1984) "The Use and Value of Qualitative Research Studies", Industrial Marketing Management, Vol.13, No.3, pp.181-185.

Wallendorf, Melanie and Belk, Russell W. (1989) "Assessing Trustworthiness in Naturalistic Consumer Research" , Interpretative Consumer Research, Editor: Hirschman, Elizabeth C., pp.69-84.

Wolcott, Harry F. (1990) Writing up Qualitative Research, California, Sage Publications.

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**