

## ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN RADYO DİNLEME EĞİLİMLERİ: KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Sibel AK<sup>1</sup>

Bahar YALIN<sup>2</sup>

Saliha KAYA<sup>3</sup>

### ÖZ

Görsel medyanın giderek ağırlık kazandığı çağın koşulları içinde önemini yitirmiş gibi görünse de aslında radyo, internetin, televizyonun ve hatta gazetenin bile zor ulaşabildiği yerlere erişme özelliğine sahiptir. Kitle iletişim araçlarının özellikle cep telefonlarındaki uygulamalar gibi teknolojik değişimlere uyum sağlama potansiyelinin artması sonucunda, gündelik yaşantıya mekân bağımsız etkisi, dinleyici kitlesi ile daha doğrudan bir bağ kurmakta dolayısıyla radyonun dinleyici kitlesi de her geçen gün artmaktadır.

Çalışmanın amacı; Trabzon'da yaşayan üniversite gençlerinin radyo dinleme eğilimlerini araştırmaktır. Araştırma, Trabzon genelinde Karadeniz Teknik Üniversitesi'nde Kanuni Kampüsü ve Fatih Kampüsü yerleşkelerinde öğrenim gören 1083 öğrenci ile önceden oluşturulan soru formu kullanılarak gerçekleştirilmiş ve radyonun gençler arasında son derece yaygın kullanılan bir iletişim aracı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma Trabzon'da üniversite gençliğinin güncel radyo dinleme eğilimlerini ortaya koyan özgün bir çalışmadır.

Araştırma teknolojik gelişmelerle birlikte radyo dinleme cihazlarında bir değişim yaşandığını, radyo dinleyen gençlerin karşılaştığı en büyük sorunun ise radyo kanallarında sık yer verilen reklamlar olduğunu saptamıştır. Son olarak, radyo dinleyen gençlerin radyoyu en çok müzik dinlemek ve eğlenceli vakit geçirmek için tercih ettiği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Radyo, işitsel medya, üniversite öğrencileri, Trabzon.

## RADIO LISTENING TENDENCIES OF UNIVERSITY YOUTH: A RESEARCH ON THE STUDENTS OF KARADENİZ TECHNICAL UNIVERSITY

### ABSTRACT

Although the visual media seems to have lost its significance in the age-old conditions, it actually has the ability to access places where radio, internet, television and even journalists can hardly reach. As the potential

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, TV ve Sinema Bölümü, smert@ktu.edu.tr,

ORCID ID: 0000-0003-2787-1693

<sup>2</sup> Doç. Dr. Karadeniz Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, TV ve Sinema Bölümü, beroglu@ktu.edu.tr,

ORCID ID: 0000-0003-2787-1693

<sup>3</sup> Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ABD Yüksek Lisans Öğrencisi, salihakaya74@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4238-7827

for mass media to adapt to technological changes such as mobile phone applications is increasing, the independent effect of space on everyday life is more directly related to the mass of listeners, so the mass of listeners of the radios is increasing day by day.

The purpose of this work is to investigate the disposition of listening radio of the youngsters who live in Trabzon. Nowadays, in order to investigate the reason of preference of the radio among the young people, the aim has been adhered to the pre-established question form and the sampling universe has been applied on the student of the Karadeniz Technical University. The study shows that the radio is a common communication tool among young people, It especially shows that local radios need to increase their listening levels more than the national radios. This study is an original study which shows the tendency of college youth to listen to current radio in Trabzon.

The research found that there was a change in radio listening devices with technological improvements and that the biggest problem faced by radio listeners was frequent advertisements on radio channels. In addition, it is found out that young people, listening to the radio, preferring the radio to listen to music and have fun.

**Keywords:** Radio, auditory media, university students, Trabzon.

## Giriş

İşitsel bir kitle iletişim aracı olarak radyo, elektromanyetik dalgalar aracılığıyla seslerin bir yerden başka bir yere ulaşmasını sağlamaktadır. Radyo, diğer bir adıyla telsiz telefon, geçmişten günümüze teknolojik gelişmelere bağlı olarak değişimler ve dönüşümler geçirmiştir. Gazete ve dergilerin aksine güncel ve anında haber verme ya da bilgilendirme özelliğine sahip olan radyo, Sanayileşme Devrimi'yle birlikte köyden kentlere göç eden kitlelerin buldukları toplumlara adapte olmalarında diğer bir ifadeyle kitlelerin toplumsallaşmalarında çok önemli bir rol oynamıştır. Aynı zamanda kitle iletişim araçlarının teknoloji destekli göstermiş oldukları gelişmeler radyonun icadıyla ve radyo istasyonlarının kurulmasıyla meydana gelmiştir. Televizyonun ve diğer kitle iletişim araçlarının gelişmesinin temel dayanağı radyodur. Uzun yıllar televizyonun giremediği halde hemen hemen her evde başköşede yerini alan radyo, televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte eskisi kadar popüler bir kitle iletişim aracı olmasa da kitlelerin temel iletişim aracı olarak varlığını halen daha sürdürmektedir.

Çalışma, teknoloji çağında televizyon ya da internet kadar yaygın olmasa bile, gelişen teknolojiyle birlikte üniversite çağındaki genç bireylerin radyo dinleme eğilimleri, radyo dinleme nedenleri, radyo dinleme araçları, radyo programı tercihleri hakkında bir veri elde etmeyi ve günümüzde radyonun yerini araştırmayı hedeflemiştir. Çalışmanın çıkış noktası ve amacı, bu değişim ve dönüşümlerin hangi

boyutlarda gerçekleştiğini ve günümüzdeki üniversite gençliğinin dinleyici eğilimlerini araştırmaktır. Bu amaçla, radyonun öncelikle tarihsel süreç içindeki gelişimi daha sonra da bir kitle iletişim aracı olarak radyonun özellikleri detaylandırılmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise, Trabzon'da yaşayan gençlerin radyo dinleme alışkanlıklarını ve tutumlarını ortaya koymak amacı ile Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencisi olan toplam 1083 kişiye anket uygulanmıştır. Daha sağlıklı sonuçlar elde etmek adına önceden oluşturulan soru formları katılımcılarla birlikte yüz yüze doldurulmuştur. Gençlerin hafta içi ve hafta sonu radyo dinleme süresi, dinlemenin yoğunlaştığı saatler, program ve müzik türleri açısından dinleme alışkanlıkları ve radyo yayınları ile ilgili görüşler ortaya koyulmuştur. Son olarak radyo kanallarının tercih edilme olasılıklarını arttırıcı önerilerde bulunulmuştur.

Çalışmanın verilerinden elde edilen sonuçlar doğrultusunda; üniversite gençlerinin radyo programı dinleme tercihleri, dinleme saatleri, vb. hakkında gerçekçi sonuçların elde edilerek, radyonun gelişen teknoloji ile birlikte ilk yıllardaki kadar popüler olmasa da, halen daha dinlenen bir kitle iletişim aracı olarak varlığını sürdürüyor olduğu görülmektedir.

### **1. Tarihsel Süreç İçerisinde Radyo Yayıncılığı**

Radyo geçmişten günümüze kadar geçen süre de bir dizi değişim yaşamıştır. "Radyo ile ilgili ilk buluş, telsizin babası olarak bilinen James Clerk Maxwell tarafından 1860 yılında olmuştur" (Aksoy, 1995: 15). James Clerk Maxwell 1860 yılında radyo dalgalarının varlığını buldu, daha sonra 1865 yılında da bu dalgaların boşlukta ışık hızına yakın bir hızla hareket etmesi gerektiğini ileri sürmüştür (Serarslan, 1993: 5). Daha sonra Hertz, James Clerk Maxwell' in ortaya attığı bu iddiayı 1886 yılında kanıtlamıştır. Elde edilen bu buluşlarla sesin önce kısa mesafelerde daha sonrada uzun mesafelerdeki ilk aktarımını Guglielmo Marconi 1895 yılında gerçekleştirdi (Serarslan, 1993: 6). "İlk süreli radyo vericisi 2 Kasım 1920' de A.B.D'de çalışmaya başlamıştır"(Aksoy, 1995: 16). Pittsburg'da KDKA adlı kanalda seçim haberleriyle başlayan bu yayını 500 ile 2.000 arasında kişi dinlemiştir. Yayınlarını akşam saatlerinde yapan bu ilk radyo kanalı iki yıldan fazla bir süre haber, müzik ve spor programları yayınlamıştır (Aziz,1982:9).

Radyo asıl dönüşümünü ikinci dünya savaşı döneminde dünyanın en önemli haber mecrası olarak yaşamıştır. Gazete ve dergilerin ulaşım ağlarının savaş dönemindeki zor şartlar nedeniyle geç kalması radyonun daha da önem kazanan bir kitle iletişim aracı olarak varlığını sürdürmesini sağlamıştır. Yaygın radyo istasyon ağlarının kurulmasıyla birlikte haberlerin güncel olarak ve aynı anda kitleleri bilgilendiriyor olması, radyonun insanların hayatlarının merkezinde yer almasına sebep olmuştur.

İkinci dünya savaşından sonra ise, özellikle televizyonun gündelik hayata girmesiyle birlikte radyo daha çok müzik ve eğlence amaçlı kullanılmaya başlanmış, radyo mecrası müzik dinleme alışkanlıklarını şekillendiren ve müzik tüketimini doğrudan etkileyen mecralardan biri olmuştur (Kuyucu, 2013:2)

Radyo kitlelerin köylerden kentlere göçüyle birlikte ve savaşın bitmesiyle birlikte, toplumsal aidiyetin sağlandığı bir iletişim aracı olarak varlığını sürdürmüştür. İnsanlar yaşadıkları coğrafyayı, dili radyo sayesinde öğrenmişlerdir. Özellikle Avrupa'nın çeşitli yerlerinden Amerika'ya göç eden kitleler, bilmedikleri bir coğrafyayı ve dili radyo ile keşfederek, radyodaki müzikleri dinleyip eğlenerek, radyodaki reklamlar doğrultusunda alışverişini yaparak ve oy verecekleri partiyi radyodan seçerek kendilerini yaşamı oldukları topluma adapte etmişlerdir.

Radyo televizyonun aksine Türkiye'de hemen hemen her evde bulunan bir kitle iletişim aracı olma özelliği taşımaktadır. Kurtuluş Savaşı sonrasında da şehirden köylere kadar her kesimin değer gören bir iletişim aracıdır.

Türkiye'de ise radyonun kuruluşu ve gelişimi, neredeyse batı ile eş zamanlı olmuştur. Türkiye'de radyonun başlamasına 1926 yılında karar verildiyse de ancak 1927 yılında yayınlara başlanmıştır. Hükümet destekli olarak kurulan Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi (TTTAŞ) adlı özel bir kuruluşa yayın yapması için 10 yıllık imtiyaz verilmiştir. Ticari olarak yapılan ilk yayınlara Ankara ve İstanbul'da başlanmıştır (Bal, 2017: 12).

Posta Telgraf idaresinin Ankara ve İstanbul'da bir Fransız şirketine kurdurduğu 5'er kilowattlık iki istasyon, Türk tarihinin ilk radyo olma özelliği taşımaktadır (Nart, 2009: 33). Türkiye'de fiilen ilk düzenli radyo yayıncılığına 6 Mayıs 1927 yılında

İstanbul'da başlanmış, Ankara'daki yayıncılık ise 1927 yılının Ekim ayında 19.00-22.00 saatleri arasında gerçekleşmiştir (Altunbaş, 2003: 32). Amerika ve Avrupa'da radyo yayınlarının 1920 ve 1922 yıllarında başladığı düşünüldüğünde, Türkiye'de 1927'de radyo yayınına başlanmış olması önemli bir gelişmedir (Çetinkaya, 2012: 39-40). Radyonun kamuoyu oluşturma üzerine etkilerinin siyasiler tarafından farkedilmediği bu dönemlerde TTTAŞ ortaklığı 1927'den 1936' ya kadar radyo yayınlarını denetiminde tutmuştur (Bal, 2017: 12).

TTTAŞ bu on yıl boyunca yaptığı yayınlarda çağdaş radyoların düzeyine ulaşamamış ve şirkete verilen imtiyaz devam ettirilmemiştir. 1936 yılında çıkartılan kararname ile radyo yönetimi doğrudan devlete devredilmiştir. Böylelikle, radyo yayınlarının PTT'ye verilmesiyle birlikte devlet tekelinde radyoculuk dönemi başladı.

İkinci Dünya Savaşı'na gidilen süreçte radyonun propaganda alanındaki gücü anlaşılmıştır. 31 Mayıs 1940 yılında çıkartılan bir yasa ile radyonun denetimi PTT' den alınarak Başbakanlığa bağlı Matbuat Umum Müdürlüğü' ne devredilmiş daha sonra 1943 yılında müdürlük Basın Yayın Turizm Müdürlüğü adı altında yeniden örgütlenmiştir.

1 Mayıs 1964 yılında TRT kurulmuş ve Türkiye' de radyo yayınları devlet tekelinde olmak kaydıyla özerk bir yapıya kavuşmuştur. Siyasal alanda yaşanan değişimler TRT' ye de yansımıştır (Bal, 2017: 12). 1972'deki anayasa değişiklikleri ile kurum "tarafsız" bir kamu iktisadi kuruluş olarak tanımlandı.

1990 yılında özel radyoculuğun doğuşu, aslında 1980'li yıllarda görülen değişim rüzgârlarının sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Özel radyo ve televizyon kurulmasını savunanlar, devletin tekelinde olan TRT'nin insanların haber alma özgürlüklerini sınırlandırırdığını savunmuşlardır. Bunun yanı sıra özel radyo ve televizyonların, ülkenin bütünlüğüne zarar vereceğini savunan bir kesim de söz konusu olmuştur. 1992 yılında, yani özel televizyonun kurulmasından iki yıl sonra faaliyete geçen özel radyolar, kısa sürede ülkede tüm ülkeyi sararak radyo yayıncılığına yeni bir soluk getirmeye başlamıştır. İlk zamanlar, yayın yasağında dolayı yurt dışı merkezli başlayan yayınlar, sonraki süreçte yurt içi vericilerle yayınlar yapmaya başlamışlardır. Kent FM, herhangi bir müdahale görmemiştir ve bu durum diğer özel

radyolara da öncülük etmiştir. Bu değişimler ve yenilikler sonucunda, radyo ve televizyon üzerindeki söz konusu devlet tekelinin kalktığı görülmektedir (Denizci, 2002: 23).

Trabzon'da radyo yayıncılığı ise 1968 yılında TRT Radyosu ile başlamıştır. 1978 yılında Trabzon Bölge Radyosu ismini almıştır. TRT Trabzon Radyosu, Trabzon-Ankara arasındaki radyo-link sistemlerinin tamamlanmasıyla, 1984 yılında Radyo-1 ile ortak yayınlara başlanmıştır ancak bunun sonucunda bölgesel yayınların oranı oldukça düşmüştür. Sonraki süreçte, yayınlar buna rağmen uzun bir süre devam etmiş, 1992 yılında ise tekrar eski sistemdeki bölgesel yayınlara dönüş yapılmıştır. 2001 yılında Söğütlü mevkiindeki alana inşa edilen Trabzon Prodüksiyon Merkezine taşınan TRT Trabzon Radyosu, yayın hayatına devam etmektedir. Karadeniz Bölgesine, Karadeniz insanına hitap eden birçok yayın TRT aracılığıyla halka ulaştırılmaktadır.<sup>4</sup>

TRT Trabzon radyosunun yanı sıra, özellikle son on yıl içerisinde birçok yerel radyonun var olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tabloda Trabzon' da bulunan yerel radyolar verilmektedir.

Tablo 1: Trabzon' da Bulunan Yerel Radyolar

Sıra	Radyo Adı	İlçe	Frekans	Yayın Türü
1	Bordo Mavi Radyo	Akçaabat	103.3	Pop Müzik
2	Kadırga FM	Merkez	96.0	Karışık Müzik
3	Kuzey FM	Merkez	97.8	Karışık Müzik
4	Radyo Aktif	Merkez	94.0	Pop Müzik
5	Radyo KTÜ	Merkez	106.2	Karışık Müzik
6	Taka FM	Akçaabat	98.5	Karışık Müzik
7	Trabzon Radyo	Merkez	91.0	Karışık
8	Yıldız FM	Merkez	99.0	Karışık Müzik

## 2. Kitle İletişim Aracı Olarak Radyonun Özellikleri

Radyo, kullanım kolaylığı, ulaşılabilirlik ve teknik donanım açısından kolay kitle iletişim aracı olma özelliği taşımaktadır. Bu da diğer kitle iletişim araçlarının aksine radyonun sınır tanımaz bir özelliğe sahip olmasını sağlamaktadır. Televizyon ve gazetenin ulaşamadığı yerlere radyo çok daha kolay ulaşabilmektedir. Yalnızca

<sup>4</sup>Trabzon radyo yayıncılığı konusunda ki veriler 30.04.2016 tarihinde, TRT Trabzon radyosunda yayın üreticiliğini görevini yapan Yiğit Yavuz ile yapılan görüşmelerden alınmıştır.

kulağa seslenme özelliğine sahip olan radyo en hızlı haber iletebilen araçlardan bir tanesidir.

Radyo okuma yazma gibi bir beceri gerektirmediğinden başta gazete olmak üzere, diğer mecralardan çok daha fazla ve her eğitim düzeyinden kitleye ulaşabilmesini sağlamaktadır. Radyonun bu özelliği ayrıca, kendilerini geliştiren tüketim toplumlarının koşullarına da oldukça uyumludur (Kars, 2013: 81). Radyo, aynı anda kitlelere hitap etmesinin yanı sıra, kişisel bir kitle iletişim aracıdır. Radyoda çalınan müzik ya da programda kullanılan müzik, kişinin psikolojik durumuna göre algının süzgecinden geçer radyodan alınan ileti kişiden kişiye farklılık gösterir (Özel, 2005: 57). Ayrıca, yoğun dikkat gerektirmediğinden çalışırken dinlenilebilme özelliği sayesinde daha çok kitleye ulaşmaktadır.

Kitle iletişim aracı olarak radyo diğer kitle iletişim araçlarıyla birlikte ortak işlevlere sahiptir. Söz konusu bu işlevler; haber verme, eğitime, eğlendirme, mal ve hizmetlerin tanıtılması, inandırma ve harekete geçirme olarak kabul edilmektedir (Aziz, 1981: 50).

Radyonun işlevleri her ülkede farklı derecelerde farklılıklar gösterse de, bu işlevlerin tümüne her ülkede rastlanabilmektedir. Ayrıca kitle iletişim araçlarının tüketicilerin eğilimlerini yönlendirmeye yönelik ideolojik ve kapitalist yapılardan oluştuğu gerçeğinden yola çıkarak, en fazla kullanıldığı işlevin eğlendirme işlevi olduğu söylenebilmektedir.

Radyonun en temel işlevi haber verme işlevidir. Radyo, bireyleri yaşadıkları toplum ve dünya hakkında bilgilendirmektedir. Bireyler aldıkları haberler doğrultusunda kendilerini bir yere ait hissederek toplumsallaşmakta, yine bu toplumsallaşma sürecinde kitle iletişim araçları bireyleri yalnızlıklarından soyutlayarak, ortak bir görüşün oluşmasını sağlamaktadır. Kitle iletişim araçlarının önemli etkisi insanları düşünsel olarak etkilemek ve yine düşüncelerini organize etmektir. Radyonun her iletisi de dinleyicisi için bir medya gündemidir (Gönenç, 2003: 39). Haber ihtiyacının karşılanmasına yönelik gerek bir araç gerekse bir teknik olarak radyo, toplumların ve teknolojinin gelişimi ile ülkenin en uzak köşesine, en ıssız

yerine kadar anında ses yolu ile haberin ulaştırılmasını sağlayarak kamuoyunun oluşmasına katkı sağlamaktadır.

Özellikle toplumumuzda televizyonun kırsal alanlara gelmediği dönemlerde, yaşlı nüfusun kulağı olma özelliği de yine radyonun işlevlerinden sayılabilmektedir. Okuma yazma bilmeyen her birey, radyo sayesinde rahatlıkla yaşadıkları toplum hakkında bilgiye sahip olmaktadır.

Radyonun bir diğer işlevi ise eğitim işlevidir. Kitle iletişim araçları eğitim dolayısı ile kültürlenmenin aracıdır (Vural, 2000: 112). Duygu, düşünce ve eylem boyutu ile toplumsalın mümkün olması, değerler düzleminde bir ortaklık oluşturma noktasında hiç kuşkusuz radyonun katkısı son derece önemlidir. Yayınların tür, içerik ve zamanlamasına göre bu katkı doğrudan ya da dolaylı olabilir. Ayrıca yaşam biçiminin zenginleştirilmesi ve bu yöndeki çabaların kitlelere sunulmasında radyonun etkisi son derece güçlüdür.

Günümüzde fazla olmasa da bir döneme damga vuran radyo tiyatroları, her kesimden insana hitap eden ortak bir kültür oluşturmuştur. Bu nedenle radyoların, bir kültür oluşturma işlevi de bulunmaktadır.

Radyonun gelişmesinin en büyük etkenlerinden biri eğlendirme işlevidir. Kitleleri istenilen amaca yönelik rızaya dayalı yönlendirme özelliği en çok eğlendirme işlevinde mevcuttur.

Radyonun eğlendirme işlevi Türkiye’de özellikle son yıllarda daha çok müzik programları tarafından sağlanmaktadır. Müzik ağırlıklı yayın yapan radyo istasyonlarında yayınlanan müzik türlerinin de sosyal ve teknolojik yapının gelişip, değişmesiyle bağlantılı olarak değiştiği görülmektedir. Radyolarda yayınlanan müzik türlerinin yıllara göre değişiklik gösteriyor olması bu nedenledir. Bunun yanı sıra bu haber istasyonlarında saat başı ya da iki saatte bir olmak üzere haber programları yapılmakta; ya da haber programı yapan radyo istasyonlarına bağlanılmaktadır (Altunbaş, 2003: 73-76).

Özellikle Türk Müzikleri’nin ve dünya müziklerinin radyo kanallarıyla birlikte kitlelere ulaşması, bir dönemin önemli bir müzik kültürüne sahip olmasını sağlamıştır.



Radyonun bir diğer işlevi tanıtım aracı olarak kullanılmasıdır. Halkla ilişkiler ve reklamcılığın geniş bir bölümünü oluşturduğu bu işlev, özellikle serbest piyasa ekonomisine dayalı demokratik ülkelerde çok daha önemli bir duruma gelmiştir. Öte yandan, kamu yayıncılığı özelliğinden ötürü yayınlarında reklâma yer vermeyen yayın örgütlerinde de kurumsal sosyal sorumluluk anlayışından yola çıkarak tanıtma işlevinin öneminin giderek artmakta olduğu görülmektedir. Ayrıca reklam, tecimsel radyo kanallarının ekonomik yönden devamlılığını sağlaması bakımından son derece önemlidir. Hatta günümüzde radyo yayıncılığı reklamların sıklığı, süresi, etik boyutları nedeni ile sürekli eleştirilmektedir.

Radyonun haber, eğitim ve tanıtım işlevlerini de içinde barındıran bir işlev olarak inandırma ve harekete geçirme söz konusudur hatta bu işlev, diğer işlevlerin somut bir sonucudur denilebilir (Aziz, 1981: 50). Özellikle, mesaj bombardımanı içinde farklılaşarak algılanma potansiyelinin artması için radyo reklamları, ses, söz ve müzik açısından giderek daha yaratıcı hale dönüşmektedir.

Yaşlı kesimden bireyler radyonun her işlevini fazlasıyla kullanmaktadırlar. Gün içerisinde yemek yaparken ya da ev işleri yaparken bir radyo kanalını açmak, insanların kulaklarına ve duygularına hitap etmesinin yanı sıra, televizyon gibi insanları oyalamamaktadır. Yine akşam saatlerinde “ajansı almak” deyimini kültürümüzde radyo aracılığıyla dünyadan ve ülkemizden haber alma anlamına gelmektedir.

### **3. Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Radyo Dinleme Eğilimi Araştırması**

#### **3.1. Araştırma Amacı ve Yöntem**

Araştırmanın amacı; Trabzon'da yaşayan üniversite gençlerinin radyo dinleme eğilimleri ve tutumlarından yola çıkarak, üniversite öğrencilerinin radyo dinleme eğilimlerini, hafta içi ve hafta sonu günlük radyo dinleme ve radyonun açık olma düzeyini, radyo dinleme saatlerini, üniversite öğrencilerinin radyo kanallarını tercih etme düzeylerini, radyoların hangi neden ve araçlarda dinlendiğini, radyo kanalları hakkındaki düşünceleri ile tercih ettikleri radyo kanallarını ve program/müzik türlerini ortaya koymaktır.

Araştırma anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Trabzon genelinde Karadeniz Teknik Üniversitesi'nde Kanuni Kampüsü ve Fatih Kampüsü yerleşkelerinde öğrenim gören 1083 öğrenci ile önceden oluşturulan soru formu kullanılarak yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Örneklem belirlenmesinde her bir ana kütle elemanın aynı olasılıkla örneğe girebilmesi için basit rastgele örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Her iki kampüste bulunan tüm fakültelerden %3 oranında örneklem alınmıştır. Anket formları bir kod kitapçığı hazırlanarak kodlanmış, Microsoft Excel formatında bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Saha çalışması tamamlandıktan sonra anket verileri, SPSS 16.0 programı ile analiz edilmiştir. Analizlerde, sayı ve yüzde dağılımı tekniği kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan sorular ve ölçek RTÜK'ün Aralık, 2014 yılında gerçekleştirdiği "Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması"ndan yola çıkılarak hazırlanmıştır. Ayrıca, radyo dinlemeyen gençler araştırma kapsamı dışında tutulmuştur.

Araştırma kapsamında hazırlanan sorulara örneklem grubumuz birden fazla cevap verme hakkına sahip olduğu için veriler bazı sorularda yüksek çıkmıştır. Ayrıca bazı anket formları yanlış doldurulduğu için ya da ankette ki bazı sorular boş bırakılarak cevaplandırılmadığı için araştırma kapsamı dışında tutulmuştur.

### 3.2. Araştırma Bulguları

#### 3.2.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Tablo 2: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	%
Kadın	612	56,4
Erkek	471	43,6
<b>Toplam</b>	<b>1083</b>	<b>100</b>
Nüfusa Kayıtlı olduğu Kent	Frekans	%
Trabzon	317	27,6
Diğer	766	72,4
<b>Toplam</b>	<b>1083</b>	<b>100</b>

Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencilerinin demografik özelliklerini gösteren tablo 3'deki verilere bakıldığında ankete katılan 1083 kişiden 612'si kadın, 741'i erkektir ve 317 kişi Trabzon nüfusuna kayıtlı olduğu için Trabzon doğumlu olup, 766 öğrenci ise şehir dışından Trabzon'a gelmiştir. Bu çalışmada Trabzon dışından gelen öğrenciler çoğunluğu oluşturmaktadır.

### 3.2.2. Radyo Dinleme Eğilimi

Tablo 3: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin Radyo Dinleme Sıklığı

Radyo Dinleme Sıklığı	Frekans	%
Nadiren	422	39,42
Ara sıra	408	40,77
Neredeyse sık sık	89	7,73
Sık sık	91	8,79
Çok sık	4	3,29
Toplam	1014	100

Tabloda görüldüğü üzere, Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencilerinin radyo dinleme sıklığına bakacak olursak; nadiren ve ara sıra dinleme oranı daha fazladır. Dolayısıyla, üniversite öğrencilerinin az bir kısmı radyoyu sık sık veya çok sık dinlemektedir.

Tablo 4: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin Radyo Dinleme Süresi

Radyo Dinleme Süresi	Hafta içi		Hafta Sonu	
	Frekans	%	Frekans	%
Bir saatten az	806	80,04	726	72,1
2 ile 4 saat arası	181	17,97	241	23,93
6 ile 8 saat arası	15	1,49	28	2,78
8 saatten daha fazla	5	0,5	12	1,19

<b>Toplam</b>	<b>1007</b>	<b>100</b>	<b>1007</b>	<b>100</b>
---------------	-------------	------------	-------------	------------

Örneklem grubumuzun hafta içi ve hafta sonu bir saatten daha az radyo dinleme eğilimi gösterdiği görülmesinin yanı sıra on iki kişinin hafta sonu sekiz saatten daha fazla radyo dinlediği yapılan anketimizde ortaya çıkmıştır. Yapılan anketin üniversite öğrencilerine yapıldığı göz önüne alındığında ders saatleri ve hafta sonlarına göre radyo dinleme eğilimlerinin değişme göstermiş olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin Radyo Dinleme Tercih Saatleri

Radyo Dinleme Saati	Hafta içi		Hafta Sonu	
	Frekans	%	Frekans	%
<b>06.00-09.00</b>	<b>96</b>	<b>9,95</b>	<b>43</b>	<b>4,46</b>
<b>09.00-12.00</b>	<b>63</b>	<b>6,53</b>	<b>44</b>	<b>4,56</b>
<b>12.00-15.00</b>	<b>68</b>	<b>7,05</b>	<b>77</b>	<b>7,98</b>
<b>15.00-18.00</b>	<b>101</b>	<b>10,47</b>	<b>86</b>	<b>8,91</b>
<b>18.00-21.00</b>	<b>175</b>	<b>18,13</b>	<b>162</b>	<b>16,79</b>
<b>21.00-00.00</b>	<b>257</b>	<b>26,63</b>	<b>269</b>	<b>27,88</b>
<b>00.00-06.00</b>	<b>205</b>	<b>21,24</b>	<b>284</b>	<b>29,43</b>
<b>Toplam</b>	<b>965</b>	<b>100</b>	<b>965</b>	<b>100,01</b>

“Hangi saat dilimlerinde radyo dinlemeyi tercih ediyorsunuz?” sorusuna ise örneklem grubumuz; iki yüz elli yedi kişi ile hafta içi akşam 21.00-00.00 arasında en çok radyo dinledikleri saatleri belirtmişlerdir. Hafta içi 09.00 ve 12.00 saatleri arasında ise altmış üç kişi radyo dinlediklerini belirtmişlerdir. İki yüz seksen dört kişi ile hafta sonu gece 00.00-06.00 arasında en çok radyo dinledikleri saatleri belirtmişlerdir. Hafta sonu 06.00 ve 09.00 saatleri arasında ise kırk üç kişi radyo dinlediklerini belirtmişlerdir. Radyo dinleme saatlerinin temel kriteri olarak öğrencilerin dersleri dışındaki vakitleri esas alınmıştır. Bu nedenle daha çok akşam ve gece sabaha kadar radyonun dinlenildiği görülmektedir.

Tablo 6: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin Radyoyu En çok Dinledikleri

#### Mekânlar

Radyo Dinleme Yeri	Frekans	%
<b>Evde/yurtta</b>	<b>682</b>	<b>57,1</b>
<b>Arabada/TTA:</b>	<b>436</b>	<b>36,5</b>
<b>Kampüste\okulda</b>	<b>41</b>	<b>3,4</b>

<b>Diğer</b>	<b>35</b>	<b>2,9</b>
<b>Toplam</b>	<b>1194</b>	<b>99.9</b>

Yapılan ankete göre; radyo en çok ev ve yurtlarda dinleniyorken, kampüste ve okulda en az dinlenen kitle iletişim aracıdır.

Tablo 7: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin Radyoyu Hangi Elektronik Ortam Aracılığıyla Dinledikleri

<b>Radyo Dinlenen Elektronik Ortam</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
<b>Mobil cep telefonu</b>	<b>709</b>	<b>57,9</b>
<b>Araba radyosu</b>	<b>276</b>	<b>22,5</b>
<b>Bilgisayar</b>	<b>136</b>	<b>11,1</b>
<b>Klasik radyo</b>	<b>58</b>	<b>5,2</b>
<b>Mp3\Mp4 Çalar</b>	<b>40</b>	<b>3,3</b>
<b>Toplam</b>	<b>1219</b>	<b>100</b>

KTÜ öğrencilerinin radyoyu hangi elektronik ortam aracılığıyla dinlediğini gösteren tablo 8'deki verilerde ankete katılan öğrencilerin verdikleri cevaplara bakıldığında; çoğunluğunun radyoyu en çok mobil cep telefonuyla dinledikleri, en az kullandıkları aracın ise mp3/mp4 çaların olduğu sonucuna varılmıştır. Bu veriler, dijital yerliler olarak nitelendirebileceğimiz üniversite öğrencilerinin radyo dinleme şeklini ve boyutunu değiştirerek, kitle iletişim araçlarının mobil araçlarla birlikte oldukça etkili bir şekilde uyum sağlamış olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra klasik radyonun da tamamen yok olmadığı, üniversite öğrencileri tarafından halen klasik radyo aracılığıyla birlikte radyo programlarının dinlendiği anket sonuçlarından ortaya çıkmaktadır.

Tablo 8: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin Radyo Dinlemelerinin Öncelikli Amaçları

<b>Radyo Dinleme Amacı</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
<b>Müzik</b>	<b>776</b>	<b>65,9</b>

<b>Eğlence</b>	<b>226</b>	<b>19,2</b>
<b>Haber</b>	<b>91</b>	<b>7,7</b>
<b>Bilgi</b>	<b>45</b>	<b>3,8</b>
<b>Diğer</b>	<b>39</b>	<b>3,3</b>
<b>Toplam</b>	<b>1177</b>	<b>99.9</b>

Örnekleme grubumuzun yaş aralığı özelliklerine bağlı olarak, radyoyu dinlemedeki öncelikli amaçlarının müzik dinlemek, bunun yanı sıra eğlence, haber ve bilgi amaçlı olarak da radyoyu dinleme eğilimi gösterdikleri görülmektedir. Yapılan anketin üniversite öğrencilerine yöneliktir. Dolayısıyla radyo dinlemenin ilk sırasını müzik dinlemek almaktadır.

Tablo 9: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin Radyo Kanalını Dinleme Nedenleri

<b>Radyo Kanalı Tercih Nedeni</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
<b>Beğendiğim müzikler</b>	<b>781</b>	<b>46,8</b>
<b>Radyo yayıncısı</b>	<b>245</b>	<b>13,9</b>
<b>Program akışı ve yayınlar</b>	<b>190</b>	<b>10,4</b>
<b>Reklam azlığı</b>	<b>175</b>	<b>9,5</b>
<b>Haberler</b>	<b>123</b>	<b>6,3</b>
<b>Çekim gücü:</b>	<b>122</b>	<b>6,2</b>
<b>Tarafsızlık</b>	<b>84</b>	<b>3,9</b>
<b>Diğer</b>	<b>49</b>	<b>1,7</b>
<b>Toplam</b>	<b>1769</b>	<b>98,7</b>

Örnekleme grubumuzun belirli bir radyoyu dinlemedeki tercihlerini gösteren tablo 10'daki verilere bakıldığında, yedi yüz seksen bir kişi ile sevdikleri müzikleri çalan radyonun daha çok dinlendiği görülmüştür. Sırasıyla radyo yayıncısı, program akışı ve yayınlar, reklamın az olması gibi nedenlerde radyo kanalının dinleme tercihlerini etkilediği görülmüştür. Örnekleme grubumuzun radyo dinleme nedenindeki en az etkisi olan madde ise kırk dokuz kişinin işaretlediği diğer maddesi olmuştur. Öğrencilerin radyoyu daha çok müzik dinleme amacıyla kullandıkları görülmektedir.

Tablo 10: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin En çok Tercih Ettikleri Program Türleri

<b>Radyo Program Türleri</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
<b>Haber</b>	<b>328</b>	<b>23,8</b>
<b>Kültür-Sanat</b>	<b>248</b>	<b>18,0</b>
<b>Söyleşi</b>	<b>181</b>	<b>13,1</b>
<b>Magazin</b>	<b>153</b>	<b>11,1</b>
<b>Canlı Futbol Maçları</b>	<b>141</b>	<b>10,2</b>
<b>Ekonomi</b>	<b>52</b>	<b>3,8</b>
<b>Dini</b>	<b>49</b>	<b>3,6</b>
<b>Radyo tiyatroları</b>	<b>38</b>	<b>2,8</b>
<b>Çocuk Programları</b>	<b>8</b>	<b>0,6</b>
<b>Diğer</b>	<b>165</b>	<b>12,0</b>
<b>Toplam</b>	<b>1363</b>	<b>99</b>

Radyo dinlemedeki öncelikli amaç müzik dinlemek olmasına karşın, en çok dinlenen program türünü haber programları oluşturmaktadır. Sırasıyla kültür-sanat ve söyleşi programları da en çok tercih edilen program türlerinden olmuştur. Örneklem grubumuzun demografik özelliklerine bağlı olarak en az tercih ettiği program türü ise çocuk programları olmuştur.

Tablo 11: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin Dinlemeyi En çok Tercih Ettikleri Müzik Türleri

<b>Tercih Edilen Müzik Türleri</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
<b>Türkçe pop</b>	<b>531</b>	<b>29,4</b>
<b>Yabancı müzik</b>	<b>280</b>	<b>15,5</b>
<b>Karışık</b>	<b>245</b>	<b>13,6</b>
<b>Rock</b>	<b>159</b>	<b>8,8</b>
<b>Türk Halk Müziği</b>	<b>128</b>	<b>7,1</b>
<b>Arabesk</b>	<b>108</b>	<b>6,0</b>
<b>Türk Sanat Müziği</b>	<b>101</b>	<b>5,6</b>
<b>Klasik müzik</b>	<b>77</b>	<b>4,3</b>
<b>Caz</b>	<b>55</b>	<b>3,0</b>
<b>Heavy metal</b>	<b>37</b>	<b>2,0</b>

<b>Hard Rock</b>	32	1,8
<b>Diğer</b>	38	2,1
<b>Toplam</b>	<b>1791</b>	<b>99,2</b>

KTÜ öğrencilerinin dinlemeyi en çok tercih ettikleri müzik türlerini gösteren tablo 12' deki verilere bakıldığında örneklem grubumuz radyoda en çok Türkçe popüler müzik türünü dinlemeyi sevmektedir. Bunu sırasıyla yabancı müzik, karışık müzik (farklı müzik türlerini aynı anda dinleyen), Rock müzik, Türk halk müziği, arabesk ve Türk sanat müziği takip etmektedir. Ankete katılan örneklem grubumuzun dinlemeyi en az tercih ettiği müzik türü ise Hard Rock olarak saptanmıştır. Bu anket sonucu, günümüz üniversite öğrencilerinin popüler olana daha yatkın olduğunu, alt yapı gerektirmeyen müzik türünü tercih ettiklerini ortaya çıkarmaktadır. Bu durum aslında internet üzerinden ya da albüm satın alarak kendi zevkine has müzik dinleyen üniversite öğrencilerini de kapsamaktadır. Buna rağmen çoğunluk popüler müzik tercih ettiğini belirtmiştir.

Tablo 12: Ankete Katılan KTÜ Öğrencilerinin Radyo Dinlerken Yaşadıkları Sorunlar

<b>Radyo Dinlerken Yaşanan Sorunlar</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
<b>Reklam sıklığı</b>	570	33,7
<b>Gereksiz konuşmalar</b>	401	23,1
<b>Çekim gücü</b>	396	22,8
<b>Sıkıcı programlar</b>	184	9,4
<b>Yayıncının kalitesizliği</b>	160	7,9
<b>Diğer</b>	50	1,0
<b>Toplam</b>	<b>1761</b>	<b>97,9</b>

Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencilerinin radyo dinlerken yaşadıkları sorunları gösteren tablo 13'deki verilere bakıldığında ankete katılan örneklem grubumuzun karşılaştığı en büyük sorun beş yüz yetmiş kişinin belirtmiş olduğu reklam sıklığı sorunudur. Daha sonra sırasıyla gereksiz konuşmalar, çekim gücü, sıkıcı programlar ve yayıncının kalitesizliği karşılaşılan diğer sorunlar olarak saptanmıştır. Diğer seçeneği ise elli kişi tarafından işaretlenerek örneklem grubumuzun karşılaştığı başka sorunlarında varlığını göstermiştir.



## SONUÇ

Radyo dinleme eğilimlerinin geçmişten günümüze genç bireyler üzerindeki değişiminin araştırıldığı bu çalışmada, Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencileri örneklem grubu olarak seçilmiştir. Önceden oluşturulmuş soru formuna dayanan anket verileri sonucunda, teknolojik gelişmelere paralel olarak radyo dinleme cihazlarında bir değişim yaşandığı tespit edilmiştir.

Radyo, farklı ortamlarda dinlenebilme imkânına sahip bir kitle iletişim aracıdır. Gazete, TV, internet, vb. diğer iletişim araçlarının ulaşamadığı birçok yere radyo istasyonları rahatlıkla ulaşabilmektedir. Radyonun bu özelliği onun her dönem de popüler bir kitle iletişim aracı olmasını sağlıyor. Çalışma sonuçlarına göre gençler en çok radyolarda yoğun karşılaştıkları reklamlardan muzdariptir. Genellikle müzik dinlemek ve eğlenceli vakit geçirmek için radyoyu tercih eden gençler için bu büyük bir sorundur. Anket verilerinden elde edilen sonuçlara göre gençler radyoda en çok popüler müzik türünü tercih ediyor. Ayrıca, örneklem grubumuzun verdikleri cevaplara göre bir radyo kanalını tercih etmelerinin en önemli sebebi kendi zevklerine hitap eden müziklere yer verilmesidir.

Sabah kalktığımızda, trafikte, uykumuz kaçtığında ya da yolculuğa çıktığımızda elimiz hemen radyoya uzanır. Günümüzde radyo kanal alternatifleri oldukça fazladır. Bu çeşitli radyo kanal alternatifleri arasında daha çok dinlenen ve tercih edilen bir radyo kanalı olmak için bazı kriterlere dikkat etmekte yarar vardır. İlk olarak, radyo kanalında güncel ve popüler müzik türlerine yer verilmelidir. Radyo yayıncısının performansı ve program türü de bir radyo kanalının dinlenme olasılığını arttırdığı için oldukça önemlidir. Bu nedenle donanımlı radyo programcısı olmak için radyo yayıncılığı eğitimleri verilmelidir. Bir radyo kanalının dinlenme olasılığını arttıran bir diğer faktör ise radyo kanalının çekim gücüdür. Dolayısıyla radyo kanalları çekim güçlerini arttıran önlemler almalıdır. Son olarak, genç bireylerin sosyal medyayı aktif olarak kullandığı gerçeğini göz önünde bulundurarak; radyo dinleme yöntemlerinin yer ve zaman bağlam konusunda çeşitlilikler kazandığı görülmektedir.

Teknolojinin desteğiyle birlikte; mobil araçlarda ve internet üzerinden dünyanın birçok yerinde istenilen radyo programları dinlenebilmektedir.

Televizyon ya da internet, günümüzün teknolojisi olarak yerini almaktadır; ancak kabul edilmesi gereken bir gerçek şudur ki gençliğinde televizyonla yetişen bir nesil ile çocukluğunda televizyon ile yetişen bir neslin arasında gözle görülür bir fark olduğu kabul edilebilir bir gerçektir. Yine dijital yerli ve dijital göçmen kavramları internetin hayatlarına girdiği dönemle nitelendirilen kavramlardır. Ancak radyo için böyle bir durum söz konusu olmamaktadır. Çünkü teknolojiyle birlikte değişen dinlenme oranları ya da araçları farklılık gösterse de, duygulara hitap eden bir kitle iletişim aracı olarak radyo; bireyi diğer kitle iletişim araçlarının aksine mesajlara boşmadan ve yormadan, yaş ya da herhangi bir demografik farklılık gözetmeksizin varlığını sürdürecektir bir kitle iletişim aracıdır.

#### **KAYNAKÇA**

- ALTUNBAŞ, Hüseyin (2003). Başlangıcından Günümüze Radyo Ve Radyo Yayıncılığı, Türkiye’de Yerel Radyo İstasyonlarının Reklam Aracı Olarak Kullanışı Sorunları Ve Model Önerisi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklam ve Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Doktora Tezi, Eskişehir.
- ARSLAN, Sevda (2010). Türkiye’de Radyo Oyunları, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı Yeni Türk Edebiyatı Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- AZİZ, Aysel (1981). Radyo ve Televizyona Giriş, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi, 460 (2), s.50-56.
- DENİZCİ, Z. Melda (2002). Günümüz Radyo Yayıncılığında Yeni Arayışlar “Fransa’da Alternatif Radyo Yayıncılığı”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo ve Televizyon Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- GÖNENÇ, Enver Özgür (2003). Siyasal Yaşamın Belirlenmesinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 17, s.31-42.

- KARS, Neşe (2013). *Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği*, İstanbul: Derin yayınları.
- KUYUCU, Mihalis (2013). *Türkiye’de Radyo Mecrasının Üniversite Öğrencilerinin Müzik Tüketim Alışkanlıklarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma*, Akademik Bakış Dergisi, 38, 2.
- KUYUCU, Mihalis (2016). *Türkiye’de Özel Radyo Yayıncılığı: Ulusal Ölçekte Yayın Yapan Özel Radyo Kanallarının Yapıları Üzerine Bir Araştırma*, s.139.
- NART, Sibel (2009). *1964-1980 Arası TRT Radyo Yayın Politikaları Toplumsal ve Politik Süreçte Radyonun Tarihsel ve Kurumsal Gelişimi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ve Siyaset Bilimi Ana Bilim Dalı Doktora Tezi, Ankara.
- NİZAM, Feridun (2013). *Türkiye’de Radyo Ve Televizyon Yayıncılığının Yeniden Düzenlenmesi*, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Ve Sinema Anabilim Dalı Doktora Tezi, İzmir.
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, (2000). *Reklamın Etkileri*, Ankara.
- VURAL, Ali Murat. (2000). *Medyanın Kültürel Kalkınmayı Sağlama ve Eğitim İşlevi*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 10, İstanbul.
- YAVUZ, Yiğit (30.04.2016). *TRT Trabzon Radyosu Tarihi Hakkında Görüşme*, Trabzon.
- ÖZEL, Sedat (2005). *Yerel Radyolarda İçerik Oluşturma ve Uygulama Örneği*, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Tezi, s. 57, Kocaeli.
- YAVUZ, Yiğit (2008). <http://yigityavuz.blogspot.com.tr>, *Dünyada ve ülkemizde radyonun gelişimi*.
- BAL, Enes (2017, 3 Nisan). *Türkiye’de Radyoculuğun Tarihsel Serüvenine Kısa Bir Bakış*. TRT Radyo Vizyon 26, 12.
- ÇETİNKAYA, Eda (2012). *1930’lardan 1970’lere Türkiye’nin Gündelik Hayatında Yeni Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Radyo*, s.39-40.