

## YEREL RADYOCULUĞUN ÇIKMAZLARI

(Eskişehir Yerel Radyoları)

Özgül BİRSEN<sup>1</sup>

### ÖZET

Çalışmada yerel radyoların sorunları, radyo sorumlularının yerel radyoculuk anlayışları ve radyoculuğa bakış açıları derlenmiştir. Yerel radyoların nitelikli çalışan gereksinimi, program içerikleri, yerel radyoculuk anlayışları, dinlenme oranları ve teknoloji sahipliği gibi sorunlar üzerinde durulmuştur. Çalışmada yerel radyo sorumluları, ekonomik sorunların altını çizmekte, teknik ve içerik anlamında güçlenebilmek ve yerel bir ses olabilmek konusunda yetersiz kaldıklarını belirtmektedirler. Demokratik bir sistem için özgür ve çok sesli basının önemi kaçınılmazdır. Yayıncı ve dinleyici açısından radyo kolay kurulabilen ve kolay ulaşılabilen bir özelliğe sahiptir. Radyo tarihi boyunca küçük grupların ve yerel toplulukların sesi olagelmıştır. Radyo çalışmalarının özellikle yerel radyo çalışmalarının yok denecek kadar az olması çalışmanın değeri açısından önemlidir.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel medya, yerel radyoculuk, radyo programcılığı, radyo yayıncılığı

## DEAD ENDS OF LOCAL RADIO BROADCASTING

(Case Study of Eskişehir Local Radio Stations)

### ABSTRACT

In this study problems of local radios, radio director's local radio broadcasting understandings and point of views to topic are investigated. It is focused on some topics such as qualified employee needs, technology ownership, listening rates. Local radio directors mostly underlined economic problems and emphasized that they are deficient to strengthen technological infrastructure and being a local voice. Free press is important for a democratic system. Radio has an easy reach specialty for listeners and easy establishing nature for broadcasters. Lack of local radio studies is important about value of this study.

**Key words:** Local media, local radio, radio programing, radio broadcasting

---

<sup>1</sup>Yard. Doç. Dr. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, obirsens@anadolu.edu.tr

## **Giriş**

Radyo kitle iletişim tarihi sahnesindeki yerini aldığı ilk dönemlerde öncelikle kitleleri bilinçlendirme işlevi görmüştür. Radyonun okuma yazma bilmeyi gerektirmeyen, ucuz ve kolay ulaşılabilen özelliği geniş kitlelere ulaşabilmesini sağlamıştır. Bu nedenle radyo, az gelişmiş ülkelerde eğitim amaçlı kullanılmıştır. Televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte haber kaynağı olma açısından önemi ve etkisi azalan radyo yayınlarının içeriğini eğlendirme amaçlı programlar belirlemiştir. Ülkemizde ise uzun yıllar devlet tekelinde yayınlar yapılmış ancak 1990'lı yıllarla birlikte özel radyoculuğa adım atılmıştır. Yasal bir zemin olmaksızın başlayan özel radyo ve televizyon yayınları ilk olarak 3984 Sayılı Yasa 'Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun' ile düzenlenmiştir. Radyo ve televizyon yayınlarını düzenleyen son kanun ise '6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'dur (<http://www.rtuk.gov.tr>).

Radyo haberleşme özgürlüğü ve iletişim hakkı kavramları tartışmalarının tam da ortasında bir açılım olarak görülmektedir. Medya mesajlarının dolaşımında radyonun daha eşit ve karşılıklı iletişime olanak veren yapısı radyonun demokratik yayıncılığın en önemli aracı olarak nitelendirilmesine neden olmaktadır (Güney, 2009: 25-26).

Radyo dinleyici ve yayıncı açısından kolay ve ucuz bir araçtır. Radyonun aynı zamanda gazete ve televizyona oranla haber açısından hızlı olması onu diğer kitle iletişim araçları içerisinde ayrıcalıklı kılan özelliğidir. Bu özellikleri gereği radyo tüm dünyada sesini duyurmak isteyenlerin kullandığı en önemli alternatif ses olarak varlık göstermiştir. Küreselleşen dünyada yerelin sesini ve rengini korumak adına en önemli görev yine radyoya düşmektedir.

## **Yerel Medya ve Radyo**

Yerel medya, yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkararak, yerel sorunlar karşısında bölge halkını bilgilendiren, bilinçlendiren, eğlendiren böylece kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunmaya çaba gösteren kitle iletişim araçlarıdır (Girgin, 2007: 244).

Yerelleşmenin güçlü olduğu bölgelerde kişiler kendi haklarını daha etkin savunabilmektedirler. Yerel medyanın güçlü olduğu bölgelerde, yöre insanları demokrasiye, kişisel ve toplumsal haklara daha kuvvetli sahip çıkmakta ve kendilerini ifade edebilmektedirler (Nalcıoğlu, 2007: 202).

Demokratik bir sistem için özgür ve çok sesli basının önemi kaçınılmazdır. Demokrasilerde çok seslilik, düşünce açıklama özgürlüğü ve yönetimlerin halk tarafından denetlenmesi esastır. Demokrasilerin işlerlik kazanması ise medya aracılığıyla olmaktadır. Halk adına denetimi medya sağlamaktadır. Demokrasinin işlerlik kazanması ise en temelde yerel birimlere bağlıdır. Demokrasi kültürü ve bilinci mahallelerden başlayarak köylere, ilçelere, illere ve sonrasında tüm ülkeye yön vermektedir (Gürel, 2007: 173-175).

Ulusal ya da yaygın medya karşısında yerelin varlığı yaşamsaldır. Yaygın medya devletle, siyasilerle yakın ilişki içerisinde. Ticarileşmenin sonucunda kâr güdüsü ile davranan yaygın medya sorumluları birer ticari kuruluş gibi davranmakta ve siyasal erkten destek almaktadırlar. Siyasal erk ile dirsek teması halinde bulunan ve kâr amacı güden yaygın medya daha çok başkent ve metropollerden haber vermektedir (Gencel Bek, 2003: 132-133). Demokrasinin sağlıklı ve doğru bir biçimde işlemesi için yerel medyanın işlevini tam olarak yerine getirmesi gereklidir. Yönetimlerin başarısızlıklarından, alınan yanlış kararlara kadar halkı doğru bilgilendiren yerel medya halktan yana sergilediği tavırla sağlıklı bir kamuoyu oluşumuna neden olabilir. Yerel medya halkı sağlıklı bir biçimde bilgilendirerek halkın siyasal tercihlerini belirleyebilir.

## **Yöntem**

Çalışmanın amacı yerel radyo sorumlularının, yerel radyoların sorunlarını nasıl tanımladıklarını görmektir. Bu yanıyla çalışma betimleyici bir çalışmadır. Araştırmada derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2000: 92-122). Görüşmeler açık uçlu sorulardan oluşan standart bir form aracılığıyla yapılmıştır. Sorular yerel radyoların yöneticilerine yöneltilmiş, yanıtlar ses kayıt cihazları ile kaydedilerek deşifre edilmiştir. Deşifre edilen metin üzerinden araştırmanın amacına uygun temalar çıkarılmış ve buna göre verilen yanıtlar

karşılaştırılmış yanıtlardaki benzerlikler ve farklılıklar belirlenerek sonuca gidilmiştir.

Çalışmanın evrenini Eskişehir’de Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği (RATEM)’e üye 13 yerel radyo oluşturmaktadır. Ulaşılan radyoların 4’ünün yöneticisi görüşmeyi kabul ederek soruları yanıtlamıştır. Görüşmeler randevu alınarak yüz yüze yapılmıştır. Reklam yayınlamadıkları için Polis FM ve üniversite radyoları araştırmanın dışında tutulmuştur. Yerel radyoların sorunlarını değerlendirmek üzere Eskişehir’deki yerel radyolarının sorumluları ile yapılan görüşmeler, ortak sorunların altını çizmektedir.

Şekil 1: Araştırmanın örneklemini oluşturan radyolar

Adı	Sahibi	Yayın Müdürü	Tarzı	Frekans
RadyoTempo	Mehmet Ülger	Mehmet Ülger	Arabesk	102
Tempo Türk	Mehmet Ülger	Mehmet Ülger	Türkçe Pop	95.8
Flash Radyo	Mehmet Ülger	Mehmet Ülger	Türkçe Pop	104.5
Bade FM	Mehmet Ülger	Mehmet Ülger	TürkSanatMüziği	101
Es-FM	Nebi Bektaş	ErcümentÖzyazıcı	Arabesk	101.5
Radyo Net	BattalAksoyek	Soner Yüksel	Türkçe Pop	97.8
Biber FM	Battal Aksoyek	Soner Yüksel	Arabesk	107.5

## Bulgular

Yapılan derinlemesine görüşme sonucu; olan araştırmada amaca ulaşmak için radyocuların yerellik anlayışı ve yerel radyonun işlevi, nitelikli radyocu ve yerel radyoların personel niteliği, iletişim mezunu olmak, haber politikası, Türkçenin doğru kullanımı, program türleri, hedef kitle ve dinlenme oranları ve yerel radyoların sorunları üzerinde durulmuştur.

## 1.Yerellik Anlayışı ve Yerel Radyonun İşlevi

Radyo net ve Biber FM'in yayın müdürü Soner Yüksel, yerellik kavramını o şehre ait her şey olarak tanımlamaktadır. *“Radyolar şehir içindeki mevcut düzene uymak zorundalar. Çünkü yaygın radyoların teknik donanım imkânları, programcı imkânları, ya da bütçeleri ve reklam oranlarıyla yarışması mümkün değil. O şehrin içinde, o şehre özgü olması açısından yerel daha samimi, daha uçlarda olmayan bir anlam içeriyor. Yerel radyoculuk, teknolojik olarak ve program kistasları olarak ulusaldan daha düşüktür”* sözleri ile açıklamaktadır. Yüksel yerel radyonun işlevini ise *“Yerel radyolar hem görsel hem de yazılı basından daha etkindir. Çünkü insanlar bir şeyleri okumak ya da izlemek için özel bir zaman ayırmak zorundalar. Ancak radyo işitsel olduğu için böyle bir zaman ayırmaya gerek yok. Gündelik işleri yaparken radyo dinlenebilir. Yapılacak eğitici programlarla ve samimi bir dille sosyal duyarlılık geliştirme de radyo etkin rol edinebilir”* diyor.

Nebi Bektaş ise yerellik anlayışını şu sözlerle açıklamaktadır: *“Obama ne dedi, Clinton ne dedi bunları herkes hemen her yerden öğrenebilmekte. Ama şu an Atatürk Caddesinde trafik nasıl? Bunu kimse bilmiyor. Pazar günü elektrik şebekesinde tamirat, tadilat olacak hangi sokaklarda elektrik verilemeyecek bunu Eskişehirli bilemiyor. Dünyadan haberdarız kendi bölgemizden bihaberiz. Yerel basın Eskişehir'in meselesine sahip çıkmaktır. Yani hava durumu nedir? Adliyede ne oldu asayişte ne var? Yarın Eskişehir'e kim geliyor? Bugün Eskişehir'in gündeminde ne var gibi sorulara cevap bulabilmektir”* Bektaş, yerel medyanın işlevini ise şu örneklerle değerlendirmektedir: *“Radyomuza Tedaş'dan hafta sonu bakım yapılacak mahallelerin listesi geldi. Elektrik kesintisini önceden öğrenmek dinleyici için çok önemli bir ihtiyaçtır. Örneğin Cuma 16.00'dan sonra bir haber oldu. Gazeteler bu haberi pazartesi günü girebiliyor tazeliğini kaybettiği için haberin haber vasfı kalmıyor. Radyo ve televizyonda anında bunu verebiliyorsunuz. Örneğin Eskişehir'in ileri gelenlerinden birinin vefat ettiğini düşünün bunu gazetede bir gün sonra görebilirsiniz ancak haberi sonradan öğrenmiş olacaksınız. Sıcaklığı sıcaklığı haberi vermiş oluyorsunuz ve çözüme o an için katkı sağlama şansına sahipsiniz. Radyo ve televizyonlar acil durumlarda devreye girmelidirler”*.

Yerel medya, sınırları belirli bir yörede bulunan ve faaliyet gösteren, gazetecilik mesleğinin gerektirdiği görevleri ve işlevleri bu yörede yerine getiren ve bu doğrultuda sorumluluklar taşıyan, yöre halkının gözü, kulağıdır. Yerel medya, aynı zamanda yerel kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunan, yerel yönetimleri denetleyen, yaptığı haberlerle ve çalışmalarla yöre halkı ile yerel yönetimler arasında iletişim ve koordinasyonu sağlar. Yerel medya, yöredeki sosyal hayatın düzenlenmesine yardımcı olan, özellikle yörede halkın politik bilinçlenmesinde ve siyasal hayata katılımında önemli roller üstlenerek, demokrasinin özümsemesine ve sağlıklı bir şekilde işleyebilmesine katkılarda bulunan kitle iletişim araçlarıdır (Vural, 1999: 15).

## **2. Nitelikli Radyocu ve Yerel Radyoların Personel Niteliği**

Nitelikli radyocu eksikliği radyo sorumluları tarafından yerel radyoların öncelikli sorunu olarak görülmektedir. Radyo sorumluları nitelikli radyocuyu donanımdan çok, kişilik özellikleri ile ifade etmektedir.

Soner Yüksel nitelikli radyocunun Türkçeyi düzgün kullanması ve topluma örnek olması gerektiğini vurgulamakta ve radyocunun halkın tarafında yer alması ve bu doğrultuda yayınlarını yapması gerektiğini ifade etmektedir. Yüksel “*Yerel demek demokrasi demektir. Yereller olmazsa tabandan başlayan bir demokrasi oluşturulamaz. Halkın sıkıntısını sorununu uygun bir dille aktarmalıdır nitelikli radyocu. Bunu yaparken de uçlara gitmemelidir. Çünkü radyocunun ağzından çıkacak en ufak bir sözle galeyana gelen insanlar olabilir. Hitap ettiği kitleyi iyi bilmeli. 40 yaşındaki biriyle daha seviyeli, genç bir insanla da daha sıcakkanlı konuşmalı radyocu. Bu dili yakalamalıdır. Görsellik olmadığı için radyoda verilen mesaj çok ön plana çıkar. Çok konuşan radyocu, nitelikli radyocudur anlamına gelmez. Eğitilmiş olması ve diksiyonunun geliştirilebilir olması önemlidir.*

Mehmet Üler, nitelikli radyocunun eğitilmiş olmasının önemini vurgulamakta “*Radyoculuk kristal gibidir. Bir cam gibi düşünün ağzınızdan çıkacak her kelime sizi yüceltebilir de dibe de indirebilir. Eğitim çok önemlidir. Ancak kişi nerede ne konuşacağını da çok iyi bilmelidir. Geçmiş de bunun örneği çok oldu. Çarkıfelek örneğinin. Onlar tecrübeli yayıncılardı ancak bir dakikalık bir hata her şeyi bitirebilir.*

*Canlı yayına çıkarmadan önce programcılarımı test ederim. Elimizden geldiği kadar spikerleri denetleriz. Hemen mikrofonun önüne geçirmeyiz”* diyerek programcının mikrofon karşısında ne söyleyeceğini bilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

### **3. Eğitimin Önemi ve İletişim Mezunlarının İstihdamı**

Radyo sorumluları, radyoculuk eğitimi almış personelin, programların niteliğini arttıracığı konusunda ortak bir görüşe sahiptirler. Nebi Bektaş rekabetin çok acımasız olduğunu artık eğitim olmadan hiçbir mesleğin sürekliliğinin sağlanamayacağını altını çizmektedir.

Eğitim vurgusu yapan Soner Yüksel “*Toplumunu yönlendirerek harekete geçirecek olan, öğreten ya da paylaşılanlar radyoculardır. Dolayısıyla radyocular örnek alınan insanlardır. Bugün radyoculuğun önemsiz hale gelmesinin temeli artık radyocuların vasıf taşımaması ve sıradanlaşmalarıdır. Radyo programcılarını öğrenci olmalı ya da en azından Açık Öğretim öğrencisi olmalı. Çünkü sürekli yayın yapıyoruz. Çalışanın saat sıkıntısı olmamalı”* derken olması gerekeni tanımlamaktadır. Ancak kendi sorumluluğundaki radyolardaki görev dağılımını ise şu şekilde ifade etmektedir: “*Teknik işler belli bir grup tarafında yapılıyor. Haber sunumunu belli kişiler yapıyor. Ancak yeterli değil tabii. 6 programcımız var. Bu anlamda disiplinli çalışmaya özen gösteriyoruz. Biz de 2 saat bile çalışsa sigorta yapmak zorundayız. Öğrenciler bunu istemiyorlar çünkü bursları kesiliyor”*. Yüksel’in açıklamalarından da söz konusu radyolarda iletişim eğitimi almış bir programcının olmadığı hatta üniversite öğrencisi bile çalıştırmadıkları sonucuna ulaşabilmek mümkündür.

Mehmet Üler ise açık yüreklilikle ekonomik sıkıntılar nedeniyle eğitilmiş personel çalıştıramadıklarını ifade etmektedir. Üler’in “*Ben radyonun sahibi olmama rağmen teknisyen görevini de yapmaktayım. Bir anlamda radyonun işçisiyim”* sözleri uzmanlıktan uzak yapılan bir yayıncılığında göstergesidir.

Radyo sorumluları sektörün yetişmiş, nitelikli eleman ihtiyacı bulunduğu gerçeğinin altını çizmektedirler. Ancak radyo sorumlularının, daha ucuz işgücü nedeniyle, iletişim eğitimi almamış personeli istihdam ettikleri açıkça görülmektedir. İletişim fakültesi mezunlarının yerel radyolarda istihdam edilmesi ile programların

niteliği arasında doğru orantıdan söz edilebilir. Ancak yerel radyolar nitelikli elemandan çok yayının sürekliliğini ön planda tutmakta ve daha az kişi ile daha çok yayın yapmayı hedeflemektedirler.

#### 4. Haber Politikası

Eskişehir'deki yerel radyo sorumlularına haber politikaları sorulduğunda haber üretme ve toplama açısından yetersiz oldukları görülmüştür. Yerel haberlerin verilmesinin önemini çizen radyo sorumluları haber için daha çok interneti kullanmaktadırlar. Soner Yüksel *“Eskişehir'in basınla ilgili bültenleri, bilgilendirmeleri, faksları oluyor. Elimizden geldiğince oralara muhabir gönderiyoruz. Adli olaylara çok yer vermiyoruz. Bunun dışındaki haberler haber merkezimize ulaşıyor. Bunun dışında Es-TV Televizyonu ile koordineli olarak çalışıyoruz. Yerel radyoların bültenleri bugün gazetelere çıkan neyse onlardır, tekrardan ibarettir”*.

Ercüment Özyazıcı *“6 programımız sürekli bilgisayarların başında son dakika haberlerini anında veriyoruz. Saat başı haber vermek çok isteriz. Son dakika haberlerini hemen giriyoruz. Anadolu Gazetesi ve Kanal 3'le bağlantılarımız var muhabirlere bağlanıp haber verebiliyoruz. Örneğin bir Eskişehir'de bir tramvay kazası yaşanmıştı. Biz olay yerinden canlı bağlantı ile haberi duyurduk ve halkımızı uyardık”* diyerek sadece çok özel durumlarda kendilerinin haber yaptıklarını bu nedenle ayrıca bir haber bültenine yer vermediklerini ifade etmektedir. Mehmet Üler ise haberleri internetten aldıklarını ve anlaşmalı oldukları ajanslar aracılığıyla haberlere ulaşmakta zorluk çekmediklerini belirtmektedir.

Yerel radyo sorumluları haberleri diğer kitle iletişim araçlarından neredeyse aynen alarak yayınlamakta ve haber toplanması ve üretimi konusunda ayrıca bir çaba göstermemektedirler. Ancak günümüzde gerek ticarileşme ve gerek yardımcı bir unsur olarak teknolojik gelişmeler radyo haberlerinin üretiminde geriletici unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde radyo haberciliği, haber üretiminde başka araçlara bağımlı kalmak, onların seçtikleri haberleri radyo diline uyarlayarak yayınlamak ve daha da ötesinde, televizyon haberini aynen yayınlamak eğilimindedir (Aydın, 2005:123-131).



Radyo, yayıncılık açısından değerlendirildiğinde, televizyona ve gazeteye oranla hızlıdır. Gerektiğinde cep telefonu ile olay yerinden radyoya bağlanarak yayın yapılabilir. 1999 yılı depremine ilişkin ilk veriler radyolardan alınmıştır. Radyonun özellikle habercilik adına hızından yararlanmak onu diğer kitle iletişim araçlarına göre farklılaştıracak en önemli yanıdır.

## 5. Türkçenin Doğru Kullanımı

Türkçenin doğru kullanımının radyoculuk için öneminin kaçınılmaz olduğunu vurgulayan yerel radyo sorumluları yine ekonomik nedenlerden dolayı programcılarının diksiyon eğitiminden geçirilmediğini belirtmektedirler. Yüksel *“Radyolarda en sık karşılaştığımız sorunların başında dil kullanımı geliyor. Türkçe esnek bir dil. Bilmeden yanlış da ısrar edenlerin çok fazla”* demektedir ancak radyocular için belli bir eğitim evresi olması gerektiğini belirtmektedir. Bektaş ise *“Türkçeyi ne kadar güzel kullanırsak topluma o kadar faydalı oluruz. Güzel Türkçe herkesin anlayacağı Türkçedir”* şeklinde konuşmaktadır. Programcılarının ise dil konusunda yetiştirmediklerini de belirtmektedir. Üler ise bir programcı için ana dilini doğru kullanmanın doğru bilgi aktarmak kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. Radyo sorumluları, Türkçe'nin doğru kullanımı konusunda hassas olduklarını ifade etmektedirler.

Kültür, dil aracılığı ile gelecek kuşaklara aktarılmaktadır. Bu nedenle dilin doğru ve yetkin kullanımı kültürün aktarımı açısından son derece önemlidir. Dil aynı zamanda insanlar arasındaki iletişimde olduğu kadar nesiller arasındaki iletişimde de önemli rol oynamakta, sosyo-kültürel birikimlerin kuşaktan kuşağa aktarımında etkili taşıyıcı konumunu korumaktadır (Yücel, 2007: 22).

Ana dilini hem yazılı hem de sözel anlamda en yetkin biçimde kullanmak; kitle iletişim araçlarının, radyoların en temel işlevlerindedir. Ulusal-toplumsal, düşünsel ve kültürel işlevleri olan anadilini geliştirmek, en doğru ve güzel biçimde kullanmak; aynı zamanda nitelikli bir toplum olmanın önkoşullarındandır. Bu konuda Türkiye kamusal radyoculuğu başlangıçtan bu yana dilin sözel kullanımına en fazla özen gösteren kurumlardan biri olmuştur (Kayador ve Birsen: 2007, 85-92).

Özel radyo ve televizyonlar dilin doğru kullanımı konusunda gerekli özeni göstermemekle eleştirilmektedirler.

## 6. Program Türleri

Yerel radyo sorumlularına program içerikleri sorulduğunda, içeriklerinin farklılaşmadığı daha çok müzik türlerinin program türleri olarak algılandığı görülmektedir. Yüksel “*Bu işin aslı müziktir*” şeklinde ifade etmektedir.

Özyazıcı, Cuma vaazlarını naklen verdiklerini, ilçe müftüsü ile haftada bir program yaptıklarını belirtmektedir. Bektaş radyoda müzik unsurunun çokça kullanılmasını ise şu sözlerle anlatmaktadır: “*Bina neden yapılır? Tabi sadece tuğlasına bakarsanız su, elektrik, harcını göz ardı edersiniz. Müzik bu işin tuğlasıdır. Ama tek başına tuğla olmaz. Artık mp3ler var istediğiniz şarkıyı dinleyebilirsiniz. Ancak radyonun farkı ona mikrofonun arkasındaki sesin ruh katmasıdır. Radyoda hayat buluyor izleyici*”.

Mehmet Üler ise pek çok programın yapılabileceğinden ancak ekonomik yetersizlikler nedeniyle az programcı ile çalıştıklarından bahsederken dinleyicinin müzik tercihlerini kendileri için daha önemli olduğunu belirtmektedir.

Özel radyolar kamusal amaçlara duyarlılık göstermeden, reyting arttırmak için eğlenceye yönelik programlara öncelik vermektedirler. Okuma-yazma düzeyi düşük olan ülkemizde genel beğeni düzeyi de düşüktür. Buna bağlı olarak özel radyoların program içerikleri de birbirini tekrar eder niteliktedir (Tekinalp, 2010: 112). İçerik konusunda özel radyolar, söz programlarının neredeyse yok denecek kadar azalması ve yerini müziğe bırakması ile eleştirilmektedirler.

## 7. Hedef Kitle ve Dinlenme Oranları

Soner Yüksel Biber FM’i orta yaş ve üstü, ekonomik düzeyi orta ve altı olan kitlenin dinlediğini, radyo Net ise biraz daha genç ya da kendini genç hisseden ekonomik olarak orta ve üstü gelir düzeyine sahip dinler kitle tarafından takip edildiğini belirtmektedir. Bu ayrımın aynı zamanda pop ve alaturka kültürü ayrımı olduğunu da vurgulamaktadır. Yüksel, dinlenme oranları hakkında da “*ölçüm şirketleri var. Fakat güvenilirlikleri zayıf, iyi örneklem alınması önemli*” şeklinde ifade etmektedir. Ercüment Özyazıcı gelen mesajlar ve telefonların dinlenmelerini e-gifder, Sayı/Number:3, Mart/March 2012

belirlediğini belirtirken arabalarda özellikle ES-FM ‘in dinlendiğini vurgulamaktadır. Nebi Bektaş ise *“Resmi kurum olmayınca bu ölçme yapan kurumların istatistikleri yanılıyor. Artık uzun zamandır bu tür talepler gelmiyor. Eskiden bazı şirketler dinlenilirlik oranını ölçmek için talep de bulunuyorlardı. Bu tür reyting anketi yapan şirketler genel irtibatıyla sahte çıktı. Para verdiğiniz için sizi birinci ya da yakın gösterme eğilimi içerisine girdikleri gözlemlendi. Bence kıstas bir yardım kampanyası düzenlendiğinde ya da hayır kurumuyla ilgili bir çalışmada Eskişehirli oraya koşuyorsa reyting odur”*

## 8. Yeni Teknolojilere Sahiplik

Radyo sorumlularının teknoloji ile ilgili sorunlarını yayın yürütmedeki sorunlar ve teknolojik donanıma ulaşmadaki sorunlar olarak ikiye ayırabiliriz.

Yeni teknolojilere sahip olup olmadıkları sorulduğunda radyo sorumlularının hepsi ellerindeki olanakların çok sınırlı olduğunu ifade etmektedirler. Soner Yüksel yerel radyolar olarak teknolojinin belli bir kısmına sahip olduklarını ancak yayını bilgisayarla götürmediklerini belirtmekte ve şunlara değinmektedir: *“Bugün bir sanatçının albümü daha piyasaya çıkmadan provasını ulusal radyolara verebiliyor. Biz onlar yayınladıktan sonra ulaşım çalabiliyoruz ve bir adım geriden gelmiş oluyoruz. Sanatçı konuk etmede sıkıntı yaşıyoruz. Yerel radyolara sanatçılar sadece konsere geldiklerinde zamanları olursa gelebiliyorlar. Ulusal radyolar reklam kuşaklarını sabitleyebiliyorlar. Ama yerel radyolar ne kadar reklam alırsa o uzun reklam kuşağı vermek zorunda kalıyor. Daha uzun reklam kuşağında daha çok dinleyicinin ulusala kaymasına neden oluyor”*.

Ercüment Özyazıcı ise bilgisayar ortamında yayın yapmanın kolaylığını şu sözlerle anlatmaktadır: *“Şimdi radyomatik diye bir program var oraya yüklüyorsun parçaları istersen programcı bile alma bilgisayar kendi kendine programı götürsün”*. Özyazıcı çeşitli yerlere antenler koyarak daha geniş bölgelere yayınlar yapmak istediklerini ancak bu olanağa sahip olmadıklarını da belirtmektedir. Nebi Bektaş ise teknoloji sorununu vericinin gücü ile sınırlandırmakta şu şekilde değerlendirmektedir: *“Radyo yayınlarına ilk başladığımız dönemlerde Eskişehir’de 300 wat üzerinde verici yoktu ve biz 1kw verici kullanmaya başladık. Bozüyük’ten*

*Sivrihisar'a kadar geniş bir meydana yayın yaptık. Daha önce sadece şehir merkezinde dinlenirken birden bire dinleyicimiz 3'e katlandı. Alan genişleyince dinleyici artıyor. Daha sonra link hattıyla Eskişehir Şahin tepesine kendi direğimizi dikerek yayın alanımızı bir o kadar daha genişlettik. Eski teknolojiyle kalan radyolar şehir merkezinin bir kısmında varken biz ilçelere de yayın yapıyorduk. Ancak teknolojik gelişmeler çok maliyetli ve bu parayı geri kazanmanız da zor. O yüzden yatırım yaparken ve sistemi yenilerken bunu göz önünde bulundurmamız gerekiyor”.*

## **9. Yerel Radyoların Sorunları**

### **9.1. Ekonomik Sıkıntılar**

Radyo sorumluları yerel radyoların sorunlarını sıralarken ilk sırayı ekonomik sıkıntılara ayırmaktadırlar. Radyocular, radyoların reklam ve sponsorluk dışında hiçbir gelirlerinin olmadığını ve yerel gazeteler gibi Basın Yayın İlan Kurumu tarafından desteklenmeleri gerektiğinin altını çizmektedirler. Soner Yüksel ayrıca telif hakları yasaının de kendilerini sıkıntıya soktuğunu ve ulusal kanallarda sanatçıların kanallara para ödediğini ancak kendilerinin ise telif ödemek zorunda olduklarını belirtmekte ve haksız bir rekabet ortamından söz etmektedir. Yüksel *“Radyolar çok kazanılır zannedilir ama alınan her reklamın %18 KDV, %10,5'u da RTÜK payı olarak kesilmektedir. Reklamlar ne kadar kaliteliyse radyoların talep ettikleri fiyat da o kadar değişiyor”.*

Ercüment Özyazıcı yerel radyoların reklamla ayakta kalabildiklerini ve devletten herhangi bir ödenek almadıklarını vurgulamaktadır. Özyazıcı bunun nedenini yerel radyolarda bir birlik olmamasına bağlamakta ve şunları ifade etmektedir: *“Eskişehir'de bir birlik olmadığı için reklam alırken farklı fiyat uygulamalarına gidiliyor. En azından 250 TL olmalı denildi ancak buna bile uyulmadı. 80 TL'ye bile reklam alınıyor”*

Mehmet Üler yerel radyoların kendi yağıyla kavrulduğunu ve yerel ile ulusalın bir tutulmaması gerektiğini ifade etmektedir. Üler *“Birinde çok büyük paralar döner diğeri çok küçük paralarla ayakta durmaya çalışır. İstanbul'dan buraya destek olmadığı sürece burada ayakta durmak pek mümkün değildir. Yerel*

*rad-yolar kendi özverileri ile reklam fiyatlarını aşağı çekerek ayakta durmaya çalışıyorlar ”*diyerek Türkiye’de ekonomi kötüye gittiği zaman ilk önce reklam piyasasının çıkmaza girdiğini yerel radyoculuğun tek geliri olan reklamın radyoculuğu zorladığını belirtmektedir.

Nebi Bektaş ekonomik sorunları şu şekilde ifade etmektedir: *“Kanun gereği yerel radyolar reklam dışında her hangi bir gelire sahip değildir. Yerel gazeteler, Basın Yayın İlan Kurumundan belli bir ücret alıyor biz de sözlü basınız o halde o yasadan bizim de istifade etmemiz gerekir. Sadece elektrik giderlerimiz bile karşılanırsa bizim için yeterli olacak. Bize şu an en büyük rakip olanlar billboardlar. Hiçbir gideri yok. Bizim de pastamızdan pay alıyorlar. Bize sahip çıkılmazsa batarız ve günün birinde acil kan ihtiyacı vardır diye anons ettireceğiniz kimse kalmazsa bunun ucu hepimize dokunur. Gelişmiş ülkelerde yerel basına destek veriliyor. Bakın TRT radyosu destek alıyor bizimle o da aynı işi yapıyor ve ayrıca reklam da alıyor. Serbest piyasa ekonomisinden bahsediliyor ama aynı kulvarda ikimiz de yarışıyoruz. Eskişehir’in yurt çapında ün yapmış büyük bir firması hiç yerel radyolarda reklam vermiyor. Eskişehir’deki yerel radyoların çoğu borçlarını bile ödeyemiyor. Elektrik borcunu ödemek için taksit böldürenler var. Bu sıkıntılar mevcutken birlik beraber olalım beraber karar verelim diyebilmek de çok zor”*.

## **9.2. Basın Sigortası**

Görüşülen radyo sorumlularından sadece Soner Yüksel basın sigortası sorununu vurgulamaktadır. Yüksel *“Yerel gazetelerde basın sigortası zorunluluğu olduğunu ve radyocuların basın sigortasının olmadığını vurgulamaktadır. Yerel radyoculara normal sigorta üzerinden işlem yapılır. Radyocular 65 yaşında emeklilik koşulu üzerinden değerlendirilir. Basın mensubu ya da o kadroya aday gibi görülmez radyocular”* diyerek radyocuların basının bir parçası olarak kabul edilmediklerini vurgulamaktadır. Yasal olarak en önemli sorunlardan biri de hiç kuşkusuz basın sigortası sorunudur. Yüksel dışında diğer sorumluların bu durumu bir sorun olarak değerlendirmemeleri konu ile ilgili yeterli yasal bilgiye sahip olmadıkları ya da kendilerini basının bir parçası olarak görmediklerinin bir ifadesidir.

### 9.3. Örgütlenememe Sorunu

Görüşülen radyo sorumluları yerel radyoların örgütlenememesini önemli bir sorun olarak görmektedirler. Yerel radyocuların örgütlenme isteklerinin ardında reklam fiyatlarını kontrol altında tutma isteği yatmaktadır. Mesleki örgütlenmenin amacı yerel radyoculukta belirli bir nitelik arayışından çok gelir sağlama amacına dayanmaktadır. Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği (RATEM) radyo televizyon yayıncılığının sorunlarına kalıcı çözümler üretmek, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan kaynaklanan hakların takibi ve korunması amacıyla 2001 yılında kurulmuştur. Ülkemizde, Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna karasal ortamda yayın yapmak üzere lisans başvurusunda bulunan 23 ulusal, 16 bölgesel ve 213 yerel olmak üzere toplam 252 televizyon kuruluşu ile 36 ulusal, 102 bölgesel ve 952 yerel olmak üzere 1090 radyo kuruluşu vardır (<http://www.Rtuk.org.tr>). Bu radyo ve televizyon kuruluşlarından 806'sı RATEM üyesidir. Ancak söz konusu derneğin ihtiyaçlara cevap verememesi gerekçesi ile 2008 yılında Radyo Televizyon Yayıncıları Federasyonu (RATEF) kurulmuştur. RATEF üyesi olan Nebi Bektaş RATEF'in kuruluş amacını telif hakları ve radyo televizyonların problemleri çözmek olarak tanımlıyor. RATEM'in hemen ardından RATEF'in kurulması, radyocuların kendi aralarında bir mesleki uzlaşma sağlayamadıklarının en önemli göstergesidir.

### 9.3. Yasal Düzenlemeler

Yerel radyolarla ilgili olarak yasal boşlukların olduğunu belirten radyo sorumlulukları yerel radyolarla ilgili bir düzenlemeye ihtiyaç olduğunu öncelikle verici gücünün belirlenmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar. Vurgulanan bir diğer sorun ise yasa gereği radyoların anonim şirket olmaları zorunluluğu ile ilgilidir. Özyazıcı bir anonim şirket kurulabilmesi için en az beş ortak gerektiğini belirtirken *"Bununda kolayını buldular. Radyonun sahibi ve akrabaları yönetim kurulunu oluşturuyor. Devlette bir şey demiyor. Ancak bir engel daha var anonim şirketlerin vergisi de daha yüksek"* şeklinde değerlendirmektedir.

Nebi Bektaş, radyo ve televizyonların anonim şirket olma zorunluluğunu vurgulayarak şunları ifade etmektedir: *"Bir şahıs şirketinin muhasebesini 60 TL'ye tuttururken anonim şirketin muhasebesi 350 TL'ye tutulur. Anonim şirket olması için*

*bir yönetim kurulu başkanı ve en az 5 ortak olması gerekir. Radyolar, televizyonlar tamam para kazanmak için çalışıyorlar ancak halka hizmet etmek için kurulmuşlardır. Halkın haber alma hürriyetine sahip çıkıyorlar, onlara haber veriyorlar”.*

### **Sonuç**

Çalışmaya konu olan araştırmada, yerel radyo sorumlularının bakış açısından yerel radyoların sorunları derlenmiştir. Yüz yüze yapılan görüşmelerden elde edilen verilerle, yerel radyo sorumlularının yerel radyoculuk anlayışları ve kendi sorumluluklarını nasıl tanımladıkları, nitelikli çalışan, teknoloji sahipliği, program içeriği ve dilin doğru kullanımı ile ilgili görüşleri irdelenmiştir.

Radyo kitle iletişim araçları içinde dinleyiciyi özgürleştiren, ona dinleme eylemi sırasında aktif bir rol verebilen tek araçtır. Radyo dinleyicisi, dinlediği olayı kafasında kendine göre canlandırabilir başka bir ifadeyle radyo, zihin tiyatrosudur. Günümüz radyoculuğu, özel radyoculuğun ilk yıllarındaki dinamizmini kaybetmiş, daha az bütçeli ve daha az programcı ile yapılan niteliksiz bir yayıncılığa dönüşmüştür. Yerel radyo sorumluları en büyük sorunun ekonomik olduğu ve bütün diğer sorunların ekonomik sıkıntılardan kaynaklandığını ifade etmektedirler. Reklam ve sponsorluk dışında bir geliri olmayan yerel radyoların çalışanların doyurucu bir ücret alamaması, basın kartı alabilme şanslarının olmaması buna bağlı olarak nitelikli çalışan bulunamaması, yeni teknolojiye ulaşamamak ve tüm bunların sonucunda da gerek program içeriği ve gerek Türkçenin kullanımı konusundaki sıkıntıları yerel radyoculuğun temel sorunları olarak tanımlanmaktadır.

Nitelikli çalışan sayısının yetersiz olduğu konusunda hemfikir olan radyo sorumluları, doyurucu bir ücret ve çalışma koşulları sağlanamadığı için nitelikli çalışanın yerel radyoları tercih etmediklerini belirtmektedirler. Ancak yerel radyo sorumluları iletişim mezunu ve nitelikli radyocu konusunda çok da istekli bir tavır sergilememektedirler. Bir başka ifade ile yerel radyo sorumluları nitelikli radyocu ve nitelikli program konusuna gerekli önemi göstermemektedirler. İletişim mezunu olmanın ötesinde çalışanların çoğu üniversite öğrencisi bile değildir.

Yerel radyo sorumluları, Türkçenin doğru kullanımı, radyo çalışanlarının iletişim mezunu olmaları, programların içeriklerinin zenginleştirilmesi gibi sorunların tümünü ekonomik zorluklara bağlamakta ve bu nedenle de sorunların çözümünün bir parçası olarak kendilerini görmemektedirler.

### **KAYNAKÇA**

- AYDIN, Oya (2005). “21. Yüzyılda Türkiye’de Ulusal Radyo Haberciliği: Ticari Kaygılar Aşılabilir mi?”, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,7,123-13.
- BEK, Mine (2003). *Habercinin El Kitabı: Medya ve Toplum*, (Editör), Sevda Alankuş. Yerel Politika ve Yerel Medya, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, s.131-146.
- BEKİROĞLU, Onur (2008). “Yerel Kamuoyu Oluşumunda Yerel Basının Rolü (Trabzon örneğinde bir araştırma)”, Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:19, 131-151.
- BEKTAŞ, Nebi (2010). Yüzyüze Görüşme, 12 Ekim 2010.
- GEZGİN, Suat (2007). *Türkiye’de Yerel Basın*, (Editör), Suat Gezgin. Türkiye’de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, s.1771-196.
- GİRGİN, Atilla (2007). *Türkiye’de Yerel Basın ve Resmi İlan*. (Editör), Suat Gezgin. Türkiye’de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, s. 243-260.
- GÜNEY, Serhat (2009). Başka Bir İletişim Mümkün I-Tüm Yönleriyle Topluluk Radyoları, İstanbul: Punto Yayınları.
- RADYO TELEVİZYON ÜST KURUMU; (2011), ‘6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun’, <http://www.rtuk.org.tr>, Erişim Tarihi: 28.01. 2011.
- KAYADOR, Vakur ve BİRSEN, Özgül (2009). “İletişim Eğitimi Veren Fakültelerin Öğretim Elemanları ile Öğrencilerinin; Kamusal Radyoları Dinleme Oranları



ve Alışkanlıkları”, İstanbul: Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:7, 83-103.

NALCIOĞLU, Belkıs (2007). *Türkiye’de yerel medya çalışanları, yerel medyanın sorunları ve çözüm önerileri*, (Editör), Suat Gezgin. Türkiye’de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, s.197-209.

ÖZYAZICI,ERCÜMENT (2010). Yüzyüze görüşme, 1 Ekim 2010.

TEKİNALP, ŞERMIN (2011). Karşılaştırmalı Radyo ve Televizyon, İstanbul: Beta Yayıncılık.

ÜLER, MEHMET (2010). Yüzyüze görüşme, 12 Kasım 2010.

VURAL, MURAT (1999). Yerel Basın ve Kamuoyu, Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları, No: 607.

YILDIRIM, ALI ve ŞİMŞEK, HASAN (2000). Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınevi.

YÜCEL, TAHSİN (2007). Dil Devrimi ve Sonuçları, İstanbul: Can Sanat Yayınları.

YÜKSEL, SONER (2010). Yüzyüze görüşme, 5 Aralık 2010.