



Radyonun Bir Haber Alma Aracı Olarak Kullanılması: Adnan Menderes Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma

M. Özgür Seçim*

Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Aydın

Öz

Her ne kadar günümüz iletişim dünyasının egemeni, gerek kullanım sıklığı, gerekse de konu ile ilgili yapılan akademik çalışmalar baz alındığında (Arslan, 2014, Ocak, 2012, Tatar, 2016) İnternet ya da sosyal medya olarak düşünülse de, gerek kullanımı açısından diğer araçlar kadar büyük ve pahalı alt yapılara ihtiyaç duymaması, gerekse de birden çok ortamda rahatlıkla ulaşılabilir oluşundan ötürü radyo da, ilk ortaya çıktığı dönemden bu yana insanoğlunun en güvenilir haber alma araçlarından birisi olmuştur. Günümüzün egemen kitle iletişim aracının İnternet ya da sosyal medya olmasının kuşkusuz en etkili nedenlerinden birisi, genç jenerasyonun özellikle cep telefonları aracılığı ile bu araçları sıklıkla kullanıyor oluşudur. Diğer bir nedeni de İnternette ya da sosyal medyada günlük haberler hızlı bir şekilde paylaşılıp, yayılabilir, üstelik bunları beğenip-beğenmeme ya da yorum yapma şansını da yakalanabiliyor oluşudur. Haberin diğer kitle iletişim kanallarından birisi olan radyodan ne sıklıkla alındığı, ya da İnternetteki kaynaklar kadar güvenilirliğin sorunsalının cevabını bulmak ise, bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu cevap aranırken, aynı zamanda üniversite öğrencilerinin Aydın özelinde radyo dinleme alışkanlık ve özelliklerini belirlemek de çalışmanın diğer bir amacıdır. Bu kapsamda, genç jenerasyonun belki de kitle iletişim araçlarını en çok kullanan temsilcilerinden olan üniversite öğrencileri örneklem olarak alınmış ve araştırma yöntemi uygulanmıştır. Çalışma kapsamında Türkiye'nin en çok tercih edilen ilk on üniversitesinden birisi olan (<http://bit.ly/2e3ZGh6>, Erişim Tarihi: 2.11.2016) Adnan Menderes Üniversitesi öğrencilerine anket çalışması uygulanmış ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Radyo, Üniversite Öğrencileri, Haber Alma Teknikleri

Using Radio as a Source of News: A Case Study on Adnan Menderes University Students

Abstract

Even though it is assumed that the leader or the pioneer of the communication world is İnternet or the social media in some academic studies (such as Arslan, 2014, Ocak, 2012, Tatar, 2016), radio has been one of the reliable source of information since its existence due to the unnecessary need of expensive and big infrastructures and its accessibility in different locations. The reason of today's most important mass media tool is being İnternet or social media is the young generations who use these communication tools via their cell phones. On the İnternet or social media, the news can be shared, spread and even can be liked or commented. The main purpose of this study is to find out how much and how often people do use the radio as a source of news. Another purpose of this study is to determine the listening radio habits of university students in Aydın province. University students that use the communication tools frequently are selected as the sample of this study. In this study a survey is conducted at Adnan Menderes University and the findings are analyzed.

Keywords: Radio, University students, News Source Techniques.

GİRİŞ

Radyo sözcüğü, Latince radius (ışınlama) ve Yunanca fone (ses) sözcüklerinin bir araya gelmesinden oluşan "Radyofoni" sözcüğünün kısaltılmış biçimidir (Tekinalp 2003: 55). Günümüzde çok özel amaçlı kurulan radyolar dışında (örneğin askeri radyolar), genel olarak radyo yayıncılığını iki kategoride değerlendirebiliriz ki bunlardan ilki eğlence amaçlı, diğeri ise haberleşme amaçlıdır. Günümüzde özellikle müzik yayıncılığı açısından değerlendirilişi ilk sırada olsa da, radyo mecrası tarihin farklı dönemlerinde farklı misyonlar üstlenmiş, bunlardan en bilineni özellikle 2. Dünya Savaşı döneminde o dönem savaşa katılan devletler tarafından en önemli haberleşme aracı olarak kullanılması olmuştur. Konuyla ilgili bilinen en önemli olay, tarihe "Gleiwitz Vakası" olarak geçmiş ve 31 Ağustos 1939'da gerçekleşen bu olayla birlikte radyonun haberleşmedeki hayati önemi ortaya çıkmıştır. Diğer bir deyişle savaşın ilk sahnesinin mekânı bir radyo istasyonu olmuştur¹.

Elektromanyetik dalgalar aracılığı ile ses unsurunun bir program şeklinde insanların eğlenmesi ya da haber alması maksatlı kullanılışı olarak tanımlanabilecek olan radyo mecrasının (Gökovalı, 2005 : 10) bir kitle iletişim aracı olarak kullanımı için bir çok farklı bilim adamı farklı zamanlarda çeşitli çalışmalar yapmış ve bu aygıtın günümüzdeki formatına ulaşmasını sağlamışlardır (Aziz, 1981:9). Radyoyu icat edenin kim olduğu halen günümüzde de tartışılmaktaysa da, artık genel kabul görmüş şekliyle radyo mecrasının günümüzdeki formatına gelmesini sağlayan başlıca dört isim vardır ki bu dört isimin bir tanesinin keşfi olmasa, radyo günümüzdeki kullanım formatına ulaşamayabilirdi. Bu isimler; Hertz, Marconi, Lee De Foret ve James Clerk'dir. Bu isimler arasında Marconi'nin ilk geliştirdiği radyo, günümüzde teknolojik ilerlemelere paralel olarak boyut, biçim, dayanıklılık, ses niteliği, alış hassasiyeti gibi özelliklerinde büyük bir gelişme sağlamıştır. İlk yıllarda şebeke elektriği ile çalışan ve sabit bir yere konulan radyo, oturma odalarında aile bireylerinin birlikte dinlediği bir kitle iletişim aracı durumundayken, transistörün ortaya çıkması ile radyo her yere taşınabilen tek tek bireylerce dinlenebilen bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir (Çakır, 2005: 6).

¹ Almanya'nın Polonya sınırında yer alan Gleiwitz adlı küçük bir kasabada, bazı yerel programları ve Berlin'den yayın yapan Alman radyosunun yayınlarını aktaran bir radyo istasyonu bulunmaktadır. Saat 19.00 sularında Polonya üniforması giymiş iki Alman askeri radyodan içeri girer ve istasyon çalışanlarını etkisiz hale getirdikten sonra, Almanca ve Lehçe sloganlarla bir korsan yayın gerçekleştirir. Aslında, Hitler'in istihbarat bölümünün çalışanları olan bu iki asker, radyodan çıkıp gizlice üniformalarını değiştirdikten sonra yine radyoya geri dönerler. Fakat bu kez yanlarında Polonya üniforması giydirilmiş bir Yahudi'nin cesedi vardır. Cesedi radyo istasyonunun kapısına bırakırlar ve Polonyalıların radyoya baskın yaptıkları izlenimi vermeye çalışırlar. Bir gün sonra, olay Alman halkına, bazı Polonyalı askerlerin bir Alman kasabasını bastıkları ve bir cinayete neden oldukları şeklinde aktarılır. Çünkü Alman halkının mutlak desteğine ihtiyaç vardır. O gün Alman askerleri Polonya'ya girmişlerdir ve Avrupa artık geri dönülemez bir noktadadır. Çünkü o gün, Almanların Polonya'ya girmesiyle II. Dünya Savaşı başlamıştır. Bir radyo istasyonunda gelişen bu olay, II. Dünya Savaşı sırasında radyonun oynayacağı etkin rolün habercisi niteliğindedir.

Dinlemek için, okuma yazmanın dahi bilinmesine gerek olmayan radyo, sahip olduğu bu özellik ile özellikle 1940'lı, 1950'li yıllarda yazılı basın (gazete, derg) okuyucu sayısının üzerinde kişilere seslenebilmiş, yine televizyon yayıncılığındaki gibi kamera veya ışık gibi alet ve teçhizat veya geniş hacimli stüdyolar da gerektirmedikinden, ayrıca hareket kabiliyetine de sahip olduğundan, özellikle geri kalmış toplumların eğitim programları aracılığı ile kalkınmasında da önemli rol oynamıştır. 1990'lı yılların sonunda gelişen İnternet mecrasıyla da birleşen radyo, İnternet radyoculuğu sayesinde kendi ihtiyacı olan verici, anten gibi aletlere bile ihtiyaç duymadan işlevini yerine getirebilmiştir. Günümüzde ise radyo alıcılarının cep telefonuna bile sığacak kadar küçülmesinin getirdiği taşıma kolaylığı evde, işte, otobüste, tramvayda ve benzeri her ortamda yayınlara ulaşılabilmesini ve dinlenebilmesini sağlamaktadır. Böyle bir kitle iletişim aracı, siyasetçiler, reklamcılar ve topluma iletecek mesajı olanlar için son derece önem taşımaktadır. Yabancı ülkelerde yapılan araştırmalar da göstermiştir ki radyo, özellikle en kısa ve öz haberi insanlara işlerini bırakmadan iletebilen, bunun yanı sıra zihinlerde en iyi görüntüyü sağlayan ve kişisel hissettiren haberleşme aracı olarak kabul edilmektedir (Chantler ve Harris, 1997).

Türkiye Cumhuriyetinde ise amatörler tarafından ilk radyo yayıncılığı 1921 ila 1923 yılları arasında yapıldığı bilinse de (Kocabaşoğlu, 1980 : 8), ilk radyo vericileri 1927 yılında hizmete girmiştir. 1936 yılına kadarki radyo yayınlarını Türkiye Cumhuriyetinde, 'Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi' yaparken, sonrasında sırasıyla PTT, çeşitli bakanlıklar ve son olarak da Türkiye Radyo Televizyon Kurumu bu görevi üstlenmiştir. TRT'nin görevi üstlenmesiyle, bir kaç polis ve meteoroloji radyo yayıncılığı dışında bir radyo yayıncılığına da izin verilmemiştir. Bu durum, Türkiye'nin liberalleşmesinin de başlangıç dönemi olarak kabul edilebilecek olan 1990'ların başlarına (Yayla, 2005 : 587, Erdoğan, 20015 : 35) dek böyle devam etmiş, aynı yıl çıkartılan bir kanun ile radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbest hale getirilmiştir.

Tablo 1. Türkiye'de Radyo Yayıncılığının Evreleri

Dönem	Yıllar
TTTAŞ	1926-1934
TTTAŞ ve PTT	1934-1936
PTT	1936-1940
Matbuat ve Umum Müdürlüğü	1940-1943
Basın yayın ve Umum Müdürlüğü	1943-1949
Basın Yayın ve Turizm Müdürlüğü	1949-1960, 1960-1964
TRT	1964-günümüze
Özel sermayeli radyolar	1992'den günümüze

Kaynak: Kocabaşoğlu, U. 1980 : 24

Radyo yayıncılığının ilk başladığı yıllarda gazeteci Yunus Nadi radyo yayıncılığının önemi ile ilgili şöyle bir yazı paylaşmıştır:

“Şimdi artık evinizde otururken önünüzde duran küçük makinenin düğmesini çevirerek bütün dünya şehirlerini dolaşabilirsiniz. İsterseniz Londra’daki mükemmel orkestrayı dinleyiniz, dilerseniz Paris’te olup biteni anlayınız. Şu alkışlar içinde bağırarak, adeta böğürerek nutuk veren adam M. Hitler’dir. İtalya’dan akseden kocaman uğultu zafer şenlikleridir. Viyana Radyosundan on bin kişilik bir sınıfa ders veriliyor. Dilerseniz bu sınıfa siz de girin ve o dersleri siz de takip edin. Bakın. Rusya büyük inkılâbının destanını evire çevire söylüyor ve söyleye söyleye bitiremiyor. Sayılmakla bitecek gibi değil. Bin bir istasyondan bin bir ses, ve adeta diyebiliriz ki bin bir türlü ses. İşte bütün dünyayı bir tek odanın içindeki küçücük bir kutuda komprime halinde emrinize amade tutan mucize: Bu radyodur” (aktaran Koç, 2012: 70-71).

2. Dünya Savaşında haberleşme ve propagandanın büyük bir aracı olan radyo, Türkiye’de habercilik anlamında ilk olarak 1927 yılında TTTAS döneminde kullanılmıştır. Kayıtlarda ulaşılabilen en eski kalıp 26 Nisan 1927 yılına ait olup, bu yayın içerisindeki haber bülten saat ve süreleri şöyledir: 19.00 Stüdyo Müsiki Heyeti’nden Şevkevza faslı, 19.30 Esham ve Tahvilat Borsası Haberleri, 19.40 Telsiz Telefon Orkestrası, 20.10 Zahir Borsası haberleri 20.20 Telsiz Telefon Müsiki Heyeti, 20.50 Anadolu Ajans Haberleri, 21.00 Telsiz Telefon Orkestrası, 21.30 Teganni (Matmazel Apostoldi tarafından) (Akıllıoğlu vd. 1990:12). İlerleyen dönemde radyonun kitleleri etkileme gücü daha da iyi anlaşılmış ve bu ‘okuma-yazma gerektirmeyen’ aygıtın değeri, özellikle 1950 yılında Demokrat Parti’nin seçimlerden önce muhalefet partileri tarafından da propaganda amaçlı kullanılabilmesine yönelik talebi ve bu talebin uygun görülmesi ile daha da artmıştır. Özel radyoların devreye girmesiyle birlikte, önceleri yalnızca Ankara ya da İstanbul merkezli olan radyolardan, yerel radyo kanallarının kurulması da gündeme gelmiş ve başta Adana, Sakarya ve İzmir gibi vilayetlerde yerel radyolar kurulmaya başlamıştır. Mantık olarak ilk etapta yerel haberlerin verildiği ve daha çok yerel sorunların tartışıldığı bu yerel radyolar, ilerleyen zamanla birlikte ulusal düzeydeki haber ya da konuları tartışmaya başlamış, bir bakıma yerel gazeteler örneğinde olduğu gibi birçoğu ‘sıradanlaşmak’ zorunda kalmıştır ki bu, ilerleyen zamanla birlikte iletişim aracı olarak radyonun işlevselliğini yitirmesindeki en önemli nedenler arasında gösterilmektedir.

İlerleyen dönemde kitle iletişim araçlarında yaşanan büyük değişim ve dönüşümler, beraberinde günümüz iletişim dünyasının egemen aracını İnternet ya da sosyal medya haline getirmiş olsa da, geleneksel kitle iletişim araçları, halen gücünü korumaktadır. Bunun yanı sıra, sosyal medya ya da İnternet’te her gün karşımıza çıkan asparagas haberler, ki bunların çoğu bazı ünlülerin ölüm haberleri üzerine olmaktadır, sosyal medyaya ve İnternet’e haber alma noktasında güvenimizi zedelemektedir. Radyo da bu anlamda özellikle teknik olarak yayın yapabilmesi için büyük çapta teçhizata gerek duymaması, hemen hemen tüm motorlu taşıtta yer bulması ve müzik gibi insanların stres atmak için en çok başvurdukları yöntemlerden birisini sıklıkla kullanmasıyla güncelliğini yitirmeyen bir kitle iletişim aracı olarak hayatımızdaki yerini korumaktadır.

1. Araştırma

1.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın temel amacı, Adnan Menderes Üniversitesi öğrencilerinin bir kitle iletişim aracı olarak radyoyu kullanım alışkanlıklarının tespit edilmesi ve bu alışkanlıkların radyoyu bir haber alma aracı olarak kullanıp-kullanmadıklarını ortaya koymaktır. Çalışma sonucunda, Adnan Menderes Üniversitesi öğrencilerinin demografik özellikleri ve radyo kullanım alışkanlıkları ortaya çıkartılırken, bunun yanı sıra radyoyu bir haber alma aracı olarak kullanıp-kullanmadıkları ve bu alandaki farkındalık düzeylerinin tespit edilmeye çalışılacak olması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

1.2. Yöntem

Adnan Menderes Üniversitesi öğrencilerinin radyoyu bir haber alma aracı olarak kullanıp-kullanmadıklarına yönelik yapılan bu çalışmada, tarama modeli esas alınarak, öğrencilerden anket yoluyla veriler toplanmış, frekans analizi ve tek yönlü varyans analiz yöntemleri ile toplanan veriler değerlendirilmiştir.

1.3. Sınırlılıklar

Radyo çok geniş kitlelere hitap eden ve hemen hemen Türkiye'nin her şehrinde frekansların tamamının dolu olduğu (<http://bit.ly/2ffS9u6>, Erişim Tarihi: 2.11.2016) büyük bir mecradır. Bu yüzden ki, radyo ile yapılacak olan bu ve benzeri çalışmalara bir takım sınırlılıklar konması bir gerekliliktir. Bu çalışmanın da toplamda dört adet sınırlılığı bulunmaktadır.

- Çalışmanın yöntemi olarak belirlenmiş olan veri toplama aracının yalnızca anket oluşu ve gözlem ya da mülakat gibi veri toplama tekniklerinin kullanılmayışı çalışmanın bir sınırlılığıdır.
- Çalışma kapsamında, radyonun bir haber alma aracı olarak kullanılıp kullanılmadığının ortaya çıkartmaya çalışılan grup, diğer bir deyişle Adnan Menderes Üniversitesi öğrencileri, çalışmanın diğer bir sınırlılığıdır.
- Çalışma kapsamında öğrencilere bir haber alma aracı olarak-kullandıkları varsayılan radyoya ilişkin veriler, öğrencilik süreleri ile kısıtlı olup, bu da çalışmanın tarih ile ilgili sınırlılığıdır.
- Çalışma kapsamında yalnızca Aydın merkezde bulunan radyolar değerlendirilmeye alınmış, ilçelerde yayın lisansına sahip radyolar değerlendirilmeye alınmamıştır.

1.4. Araştırma Evreni-Örneklem

Araştırmada ana kütle olarak Adnan Menderes Üniversitesi öğrencileri seçilmiştir. Çalışmanın yapıldığı tarihte, üniversite genelinde toplam 18 adet fakülte bulunmaktadır. Ancak gerek bazı fakültelerin, dolayısıyla da birçok öğrencinin Aydın'ın ilçelerinde eğitim görmelerinden dolayı (örnek vermek gerekirse Nazilli İktisadi İdari Bilimler Fakültesinde 8000'i aşkın, Kuşadası Turizm fakültesinde ise 5000'i aşkın öğrenci eğitim görmektedir.), Aydın'ın en çok yerel radyo frekansının

bulunduğu merkezde bulunan kampüsten öğrenciler örneklem olarak alınmış ve 19-23 Eylül 2016 tarihleri arasında ana kampüste tesadüfi örneklem yöntemiyle toplamda 571 öğrenci örneklem olarak alınmış, bütün öğrencilerden de geri dönüş sağlanmıştır. Dolayısıyla, 571 anket değerlendirmeye alınmıştır.

1.5. Hipotezler

Çalışmanın toplamda dört hipotezi bulunmaktadır. Bunlar;

- **H1:** İletişim araçlarının bir haber kaynağı olarak kullanılması ile radyonun güvenilir bir haber alma aracı olarak görülmesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H2:** Radyo kullanımı ile radyonun bir haber alma aracı olarak kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H3:** Radyo kullanımında geçirilen süre ile radyonun bir haber alma aracı olarak kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H4:** Radyo kullanımında geçirilen süre ile radyodan edinilen bilgilerin doğruluğunun kabul edilmesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Öğrencilere verilen anket forumunda yaş, cinsiyet ve sınıfınız gibi demografik özelliklerin ortaya çıkartıldığı soruların yanı sıra, bir sonraki aşama olarak radyonun ve radyonun bir haber alma aracı olarak kullanılıp-kullanılmadığı ve kullanılıyorsa ne sıklıkla kullanıldığı, radyoya bir haber aracı olarak güvenilip-güvenilmediğinin ortaya çıkartılmasına yönelik sorular sorulmuştur.

1.6. Ankete Verilen Yanıtlar, Değerlendirme ve Araştırma Bulguları

Demografik özelliklerin belirlenmesine yönelik sorular ve alınan yanıtlar aşağıdaki gibidir:

Tablo 2. Ankete Katılanların Demografik Özellikleri

Cinsiyet (f:571)	Erkek: %66 (376)	Kadın: %34 (195)
Yaş (f:571)	18-20: %44 (251)	
	20-22: %29 (89)	
	22-25: %20 (74)	
	25-üzeri: %7 (84)	
Sınıf (f:571)	Hazırlık veya 1: 329 (%57,6)	
	2. sınıf: 100 (%17,5)	
	3. veya 4. Sınıf: 100 (%17,5)	
	Yüksek lisans veya doktora: 42 (%7,3)	
Aydınli mısınız? (f:571)	Evet: %16 (75)	Hayır: %84 (496)

Çalışmanın, öğrencilerin demografik özelliklerinin ortaya çıkartılması amaçlanan ilk aşamasında, cinsiyet, yaş, sınıf ve Aydınli olup-olmadıklarına yönelik sorular sorulmuştur. Demografik olarak ankete katılan öğrencilerden %66'sı erkek, %34'ü kadın öğrencilerden oluşmuştur. Anketin düzenlendiği dönem, Kurban Bayram tatili sonrası ilk hafta olduğundan dolayı olduğunu tahmin ettiğimizden, katılımcıların çok büyük bir kısmı (%57,6) birinci sınıf veya hazırlık sınıfı öğrencilerinden

oluşturmuştur. 3. veya 4. Sınıf öğrencileri %17,5, ikinci sınıf öğrencileri %17,5 iken, yüksek lisans ya da doktora eğitimi için üniversitede bulunan öğrencilerin oranı %7,3 olmuştur. Yaş gruplarında da, sınıf sonuçlarına benzer bir biçimde daha gençten daha yaşça büyük öğrencilere bir dağılım gözlenmiştir. Çalışmanın diğer bir demografik sorusu ise, öğrencilere Aydınli olup-olmadıkları konusunda idi. Bu soru ile amaçlanan, Aydın'da bulunan yerel radyoları dinleme oranları ile Aydınli olup-olunmadığı konusunda bir ilişki olup-olmadığının ortaya çıkartılması olmuştur. Alınan yanıtlara göre öğrencilerin %84 gibi büyük bir oranı Aydınli değilken, katılımcılardan 75'i (%16) Aydınli olduğunu belirtmiştir.

Tablo 3. Günde Ortalama Radyo Dinleme Süresi

	Frekans	Yüzde
Hiç dinlemiyorum.	52	% 8,6
1-2 saat.	302	% 54,8
2-3 saat.	112	% 23,9
3 saatten fazla	85	% 12,5
Toplam	571	% 100

Çalışmanın hipotez yanıtlarını bulmak adına sorulan ilk soru, “günde ortalama ne kadar radyo dinliyorsunuz” olmuştur. Katılımcı öğrencilerden 52’si radyoyu hiç dinlemediğini beyan ettiğinden kendilerine çalışmanın ilerleyen sorularına cevap vermeleri istenmemiştir. Geri kalanların ise yarısından çoğu, %54,8 ile 1-2 saat dinlediğini, %23,9’u 2 ila 3 saat arasında dinlediğini, %12,5’lik kısmı ise 3 saatten fazla radyo dinlediğini belirtmiştir. Diğer bir deyişle katılımcıların %90’ından fazlası günde en az 1 saatlik radyo dinlediğini beyan etmiştir.

Tablo 4. Radyo Yayınlarının Dinlendiği Elektronik Ortam

	Frekans	Yüzde
Klasik radyo (Ev radyosu + Arabada teyp)	408	% 81,7
DVD/VCD/Ev sinema sistemi	1	% 0,2
Internet	80	% 16,3
Mobil/Cep telefonu	11	% 2,2
Uydu	1	% 0,2
Toplam	499	% 100

(Radyo dinlemeyenler dahil edilmemiştir)

Ankete katılan öğrencilere sorulan, radyo yayınlarını dinleme kaynakları sorusuna %81,7 gibi büyük bir oranda klasik radyo yanıtı verilmiş, bu yanıtı %16 ile internet takip etmiştir.

Tablo 5. Radyonun En Çok Dinlendiği Yer

	Frekans	Yüzde
Araçlarda (kişisel araç, toplu ulaşım araçları vb.)	104	% 20
Evde-Yurtta	285	% 53,7
Sokakta	128	% 19,9
Cafe-Restoran vb. yerlerde	12	% 6,2
Toplam	499	%100

(Radyo dinlemeyenler dahil edilmemiştir)

Radyo mecrasının en çok dinlendiği yerin ortaya çıkartılmaya çalışıldığı soruda ise %53,7 oranla en çok yanıtı evde ya da yurttan yanıt almıştır. Bu yanıtı, cep telefonu ya da taşınabilir radyosu aracılığı ile sokakta dinlerim diyenlerin verdiği yanıt %19,9'le takip etmiştir.

Tablo 6. Radyo Dinleme Nedeni

	Frekans	Yüzde
Müzik dinlemek	389	% 70,3
Boş vakit geçirmek	8	% 1,6
Haber dinlemek	90	% 18
Eğitim için	12	% 2,5
Belirli bir programı dinlemek için. (Belirli DJ-VJ'leri)	10	% 1,5
Diğer	2	% 0,7
Toplam	499	%100

(Radyo dinlemeyenler eklenmemiştir)

Radyo dinlenmesindeki amacın ortaya çıkartılmasına yönelik sorulan diğer bir soruda ise, %70'i aşkın bir oranda müzik dinlemek ilk sırada gelirken, %18'lik oranda haber edinmek şikkı ikinci sırada gelmiştir.

Tablo 7. Haber Almada Tercih Edilen Kitle İletişim Aracı

	Frekans	Yüzde
İnternet (sosyal medya dahil)	263	% 46,11
Televizyon	90	% 16,5
Gazete, dergi	108	% 18,4
Telefon (cep telefonu dahil)	58	% 10,6
Radyo	44	% 8,11
Sosyal ortam (arkadaşlar, akrabalar vb.)	8	% 0,14
Toplam	571	100

Üniversite öğrencilerinin kitle iletişim araçlarından hangisi ile haber almaya öncelik verdiklerinin ortaya çıkartılmasına yönelik sorulan soruya ise İnternet %46,11

ile ilk sırada İnternet ortamı çıkmış, bunu gazete, televizyon ve radyo mecraları takip etmiştir.

Tablo 8. Radyoda Duyulan Haberlere Güven

	Frekans	Yüzde
Güvenirim	408	%81
Başka mecradan teyit alırım.	91	%19
Cevap yok	-	-
Toplam	499	% 100

(Radyo dinlemeyenler dahil edilmemiştir)

Radyodan edinilen haberlerin doğruluğuna güvenilip-güvenilmediğine yönelik sorulan soruya ise, anket katılımcılarının büyük bir bölümü "güvenirim" yanıtını vermiştir.

Tablo 9. Aydın'da En Çok Dinlenen Radyo Frekansı

	Frekans	Yüzde
TRT FM	158	% 23,1
Polis Radyosu	9	% 0,94
TRT Radyo 3	3	% 0,58
Alem FM	201	% 40
Power FM	64	% 15,2
Best FM	91	% 18,2
Radyo Ege	7	% 1,4
Bilmiyor/Fikri yok.	10	% 0,2
Toplam	499	%100

(Radyo dinlemeyenler dahil edilmemiştir)

Aydın'da en çok dinlenen radyonun ne olduğunu ortaya çıkartmaya yönelik sorulan açık uçlu soruda ise ilk sırayı genellikle müzik yayıncılığına önem veren Alem FM almıştır ki anket katılımcılarının büyük bir çoğunluğu da zaten radyoyu müzik dinlemek için dinlediklerini önceki sorularda beyan etmişti. İkinci sırada Devlet'in radyosu olan TRT FM çıkmıştır ki bu da radyodan alınan haberlere olan güvenilirliğin bir nedeni olarak gösterilebilir.

Tablo 10. En çok Dinlenen Radyo Kanalı

	Frekans	Yüzde
Beğendiğim müzikleri çalması.	214	% 42,8
Güvenilir bir haber kaynağı olması.	205	% 41,8
Az reklam olduğu için.	70	% 14
Program sunucuları az konuştuğu için.	4	% 0,8
Kaliteli olduğu için.	4	% 0,8
Diğer.	2	% 0,4

Toplam	499	% 100
---------------	------------	--------------

(Radyo dinlemeyenler dahil edilmemiştir)

Ankete katılan öğrencilere sorulan en beğendikleri radyo kanalını tercih nedenlerinde ise ilk sırayı beğenilen müziklerin çalınması %42 ile alırken, neredeyse ona yakın bir oranda radyonun güvenilir bir haber kaynağı olması şıkki da %41 ile onu takip etmiştir.

Tablo 11. Radyodan Dinlenen Haberin, Yakın Çevre ile Paylaşılması

	Frekans	Yüzde
Evet, paylaşırım.	465	% 92
Hayır, paylaşmam	34	% 8
Toplam	499	% 100

(Radyo dinlemeyenler dahil edilmemiştir)

Radyodan alınan haberlere olan güvenin, sosyal çevre ile paylaşılmasına etkisine yönelik sorulan soruya ise yine katılımcıların büyük bir kısmı, "haberleri çevrem ile paylaşırım" cevabı vermiştir.

Tablo 12. Radyoda Dinlenen Haber Türüne En Çok Güven

	Frekans	Yüzde
Güncel haberler	74	% 14,8
Spor haberleri	29	% 5,8
Magazin haberleri	1	% 0,2
Hava durumu haberleri	251	% 50,3
Trafik-yol durumu haberleri	101	% 20,2
Sağlık haberleri	3	% 0,6
Genel olarak tüm haberler	40	% 8,1
Toplam	499	%100

(Radyo dinlemeyenler dahil edilmemiştir)

Katılımcıların radyoda dinledikleri en çok hangi haber türüne güvendikleri konusunda sorulan soruya ise, katılımcıların yarısı gibi büyük bir oran hava durumu haberlerini belirtmiştir. Diğer bir deyişle radyodan en çok faydalanılan haber türü hava durumu haberleri olarak ortaya çıkmıştır. Hava durumu haberlerinden sonra en çok güvenilen haber türü ise trafik-yol haberleri olmuştur. Radyo dinleme ortamlarında arabanın en çok dinlenen mekânlardan birisi olmasının bir sonucu olarak bu haber türünün çıktığı söylenebilir.

Tablo 13. Radyoda Dinlenen bir Haberin Başkaları ile paylaşılması

	Frekans	Yüzde
Evet, paylaşırım	529	%92,6
Hayır paylaşmam	42	%7,4
Toplam	571	%100

Radyo aracından alınan haberlere olan güvenin sorgulandığı radyo aracılığı ile edindiğiniz bir haberin başkaları ile paylaşılmasına yönelik sorulan soruya

katılımcıların büyük bir bölümü, evet paylaşırım diyerek radyodan aldıkları habere büyük bir oranda güvendiklerini beyan etmişlerdir.

Tablo 14. Radyodan Alınan Yerel Haberlere ya da Ulusal Haberlere Daha Çok Güven

	Frekans	Yüzde
Yerel haberlere	14	% 3
Ulusal haberlere	25	% 5
Her ikisine de	460	% 92
Toplam	499	% 100

(Radyo dinlemeyenler dahil edilmemiştir)

Radyodan edinilen haberlerden yerel olanlara mı yoksa ulusal olanlara mı güvenilip-güvenilmediği ile ilgili olan bu soruya ise katılımcı öğrencilerin %92 gibi çok büyük kısmı "her ikisine de" cevabını vererek, bir haber kaynağı olarak radyonun tüm haberlerine de güvendiklerini bir anlamda ifade etmişlerdir.

1.7.Bulgular:

One-way anova yöntemi ile çalışmanın hipotezlerine yönelik gerçekleştirilen değerlendirmeler şu şekilde olmuştur:

Tablo 15. İletişim Araçlarının bir Haber Kaynağı Olarak Kullanılması ile Radyonun Güvenilir bir Haber Alma Aracı Olarak Görülmesi İlişkisine İlişkin One Way Anova Testi

	<i>f.</i>	<i>Sig.</i>
Haber alma olarak tercih ettiğiniz kitle iletişim aracı ilk olarak nedir?	4,183	0,000
Radyoda duyduğunuz haberlere güvenirmisiniz, yoksa bir başka kitle iletişim aracından da teyit etme gereği duyar mısınız?	6,288	0,002

Araştırmada iletişim araçlarının bir haber kaynağı olarak kullanılması ile radyonun güvenilir bir haber alma aracı olarak görülmesi arasındaki anlamlı ilişki one way anova yöntemi ile değerlendirildiğinde, *f* değeri: 4,183 ve sig: 0,000 bulunmuştur. Dolayısıyla da sig <0,5 olduğu için aralarında anlamlı bir ilişki saptanarak, birinci hipotez olan, "iletişim araçlarının bir haber kaynağı olarak kullanılması ile radyonun güvenilir bir haber alma aracı olarak görülmesi arasında anlamlı bir ilişki vardır." doğrulanmıştır.

Tablo 16. Radyo Kullanımı ile Radyonun bir Haber Alma Aracı Olarak Kullanılması Arasındaki İlişkiye Yönelik One Way Anova Testi

	<i>f.</i>	<i>Sig.</i>
Günde ortalama ne kadar radyo dinliyorsunuz?	19,465	0,001
Radyoyu dinleme nedeniniz nedir?	5,323	0,009
Haber alma olarak tercih ettiğiniz kitle iletişim aracı ilk olarak nedir?	7,685	0,000

Araştırmanın radyo kullanımı ile radyonun bir haber alma aracı olarak kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır hipotezini ortaya çıkartmaya yönelik yapılan one way anova yöntemi değerlendirmesinde ise, f değeri 19.465 ve sig: 0,001 bulunmuştur. Dolayısıyla da sig <0,5 olduğu için aralarında anlamlı bir ilişki saptanarak, çalışmanın 2. hipotezi olan “radyo kullanımı ile radyonun bir haber alma aracı olarak kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır” doğrulanmıştır.

Tablo 17. Radyo Kullanırken Geçirilen Süre ile Radyonun bir Haber Alma Aracı Olarak Kullanılması Arasındaki İlişkiye Yönelik One Way Anova Testi

	<i>f.</i>	<i>Sig.</i>
Günde ortalama ne kadar radyo dinliyorsunuz?	12,425	0,001
Radyo aracılığı ile edindiğiniz bir haberi (sizin ya da genel anlamda önemli), direkt olarak başkaları ile de paylaşır mısınız?	3,250	0,016
Radyodan dinlediğiniz bir haber, yakın çevrenizle de paylaşır mısınız?	2,360	0,002
Radyoyu dinleme nedeniniz nedir?	11,288	0,001

Çalışmanın üçüncü hipotezi olan, ‘Radyo kullanımında geçirilen süre ile radyonun bir haber alma aracı olarak kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır’ hipotezine yönelik yapılan one way anova yöntemi değerlendirmesinde ise, f değeri 12,425 ve sig: 0,001 bulunmuştur Diğer bir deyişle bu hipotezde de, sig <0,5 olduğu için aralarında anlamlı bir ilişki saptanarak doğrulanmıştır.

Çalışmanın dördüncü ve son hipotezi olan, Radyo kullanımında geçirilen süre ile radyodan edinilen bilgilerin doğruluğunun kabul edilmesi arasında anlamlı bir ilişki vardır ibaresinin doğruluğu için ise yapılan one way anova yöntemi değerlendirmesinde, f değeri 8,254 ve sig: 0,002 bulunduğundan (sig <0,5 olduğundan), aralarında anlamlı ilişki saptanarak doğrulanmıştır.

Tablo 18. Radyo Kullanımında Geçirilen Süre ile Radyodan Edinilen Bilgilerin Doğruluğunun Kabul Edilmesi Arasındaki İlişkiye Yönelik One Way Anova Testi

	<i>f.</i>	<i>Sig.</i>
Radyo kullanımında geçirilen süre ile radyodan edinilen bilgilerin doğruluğunun kabul edilmesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	8,254	0,002
Radyodan aldığınız yerel haberlere mi, ulusal haberlere mi daha çok güvenirsiniz?	14,774	0,141
Radyo aracılığı ile edindiğiniz bir haberi (sizin ya da genel anlamda önemli), direkt olarak başkaları ile de paylaşır mısınız?	5,698	0,000
Radyodan dinlediğiniz bir haber, yakın çevrenizle de paylaşır mısınız?	14,258	0,000

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma ile temel olarak amaçlanan şey, Adnan Menderes Üniversitesi öğrencilerinin radyo mecrasındaki kullanım alışkanlıklarının tespit edilmesi ve bu alışkanlıklarının radyoyu bir haber aracı olarak kullanıp-kullanmadıklarına yönelik ilişkinin ortaya çıkartılmasıdır. Çalışmanın öğrencilere yönelik gerçekleştirilmesi ile amaçlanan, genellikle sosyal medya ya da Internet'i bir haber aracı olarak sıklıkla kullanan bu yaş grubunun, tarihin hemen hemen her döneminde büyük bir haberleşme aracı olarak kullanılan radyoyu, bir haber alma aracı olarak kullanıp-kullanmadıklarının tespit edilmesidir. Öğrencilere bu amaca yönelik olarak radyoyu ortalama olarak ne kadar dinledikleri, nerede dinledikleri, hangi radyo kanalını dinledikleri ve bu kanalı neden dinledikleri, radyodan aldıkları haberlere olan bakış açıları, bu haberlere olan güven düzeyleri, diğer kitle iletişim araçları ile radyonun güven açısından karşılaştırılması gibi toplamda on iki soru yöneltilmiş ve bu konular hakkında bilgi alınmaya çalışılmıştır. Gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda, elde edilen bulgulara ilişkin sonuçlar şunlardır;

- Ankete katılan öğrencilerin %91,4'ü en az günde ortalama bir saat radyo dinlemekte, %81,7'si radyoyu klasik radyoda dinlemektedirler.
- Öğrencilerin %70,3'ü radyoyu müzik dinlemek için dinlerken, %18'i haber almak için dinlediğini belirtmiştir.
- Katılımcıların %46'sı haber alma aracı olarak Internet'i tercih ettiğini belirtirken, radyoyu tercih edenlerin oranı %8,15'de kalmıştır.
- Radyoyu bir haber aracı olarak güvenilir görüp-görülmemesi konusunda sorulan yanıtlara ise katılımcıların %81'i radyoyu bir haber aracı olarak güvendiklerini belirtmiş, %92 gibi büyük bir oranda katılımcı ise bir yakını ile bu haberi paylaşacağını belirtmiştir. Katılımcıların %92'si hem yerel anlamda, hem de ulusal anlamda radyoda çıkan haberlere güvendiklerini beyan ederken, katılımcıların en çok güvendikleri haber türü %50 ile hava durumu haberleri olmuştur.

Bunun yanı sıra, araştırmanın amaç kısmında ortaya konulan dört hipotezin de (H1: İletişim araçlarının bir haber kaynağı olarak kullanılması ile radyonun güvenilir bir haber alma aracı olarak görülmesi arasında anlamlı bir ilişki vardır. H2: Radyo kullanımı ile radyonun bir haber alma aracı olarak kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır. H3: Radyo kullanımında geçirilen süre ile radyonun bir haber alma aracı olarak kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır. H4: Radyo kullanımında geçirilen süre ile radyodan edinilen bilgilerin doğruluğunun kabul edilmesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.) sonuçları anlamlı olarak karşımıza çıkmıştır.

İnternet'i ama özellikle de sosyal medyayı günümüzde en çok kullanan demografik gruplardan birisi genç nesil ve üniversite öğrencileridir. Çalışma ile amaçlanan temelde öğrencilerin radyoyu İnternet ya da sosyal medyaya tercih edip-etmemeleri değil, haber alma noktasında radyoya olan güven oranlarının ortaya çıkartılmasıdır. Çalışma sonucunda görülmüştür ki, Adnan Menderes Üniversitesinden çalışmaya katılan öğrenciler radyoya gün içerisinde zaman ayırarak gerek haber almak, gerek müzik dinlemek için dinlemekte, bu araçtan aldıkları haberlere güvenmekte ve onları çevreleri ile de paylaşmaktadırlar.

Radyonun bir haber alma aracı olarak kullanımı konusunda ilerleyen yıllarda yapılacak araştırmaların sonuçlarında kişisel kanaatim, bu çalışmadan çok daha yüksek oranda güven oranının artmış olarak ortaya çıkacağıdır; Zira İnternet'te zaman geçiren her bir bireyin ücretli ya da ücretsiz bir web sayfası açarak çeşitli bilgiler sunması -ki bunların en çok oranda sağlık alanında yapıldığı bilinmektedir-, bu bilgileri anlamsız videolar ile süsleyerek kullanıcılara sunması, bunun beraberinde sosyal medyada hiç olmamış olayların olmuş gibi gösteriliyor oluşu, bu mecraların bir haber alma aracından ziyade bir sohbet aracı olarak kullanımının artmasını beraberinde getirecektir. Diğer bir deyişle, haber alma noktasında kendilerine olan güven azalacaktır. Buna karşın, bugün en ucuz ve en hızlı haber iletme işlevine sahip kitle iletişim araçlarından biri durumunda olan radyolar, İnternet radyoculuğu işlevine sahip olmalarıyla birlikte, habercilik açısından daha önemli bir misyona sahip olarak, genç nesillerin de en önemli haber kaynağından birisi olacaktır.

Bu noktada önemli olan soru, bu mecra da kendisini tıpkı sosyal medya uygulamaları gibi evrimleştirerek bu demografik özellikteki insanlara daha kolay hitap edebilecek midir? Bu noktada özellikle iletişim fakültelerinin radyo ile ilgili eğitim veren bölümlerinin, sektöre daha fazla sunucu ya da radyo programcısı hazırlamaya yönelik -tabiri caizse sektörel- kaygılardan ziyade, bu iletişim aracının daha fazla kitleye ulaşmasını sağlayacak teorik çalışmalara ağırlık vermesi gerekmektedir. Türkiye Cumhuriyeti yükseköğretiminde iletişim fakülteleri özelinde yapılacak kişisel mini bir araştırmada ise konunun diğer bir problemleri ayağı ortaya çıkmaktadır ki bu, iletişim fakültelerinde bulunan konuyla ilgili 'bölüm isimleri' karmaşasıdır. Örneğin, 2016 yılı 'Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Sistemi Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu'nda yer alan İletişim Fakültelerinin radyo eğitimi veren bölümlerine (öğrenci kabul edenler) göz atıldığında, bir çok fakültenin radyo ile ilgili bölüm adlarını değiştirerek, "Sinema ve Televizyon", "Yeni Medya", "Medya ve İletişim Sistemleri", "Basın-Yayın", "Medya ve İletişim" gibi "trend"(!) kelimeleri

tercih etmeye başladıklarını gözlemlemekteyiz. Bunun yanı sıra radyo ile ilgili bölüm adı olan fakültelerde ise (radyo-televizyon-sinema bölümü gibi) radyo ile ilgili teorik ve uygulamalı ders sayısının müfredatta daha fazla yer alması gerekmektedir.

Bunun yanı sıra, radyo yayıncılığı ile uğraşan kişi ve kurumların da, radyo haberciliği kavramını insanların zihnine daha da güçlü bir şekilde 'kazımaları' gerekmektedir. Zira diğer iletişim mecralarına olan güven kaybı, iletişim alanı için bir kriz olsa da, bu krizden fırsat yaratmak radyo camiasının elindedir.

KAYNAKÇA

- ADÜ Basın halkla İlişkiler Müdürlüğü (2016). Türkiye'de en çok tercih edilen 8. Üniversiteyiz!. *Adnan Menderes Üniversitesi Kurumsal İnternet Sayfası*, 2 Kasım 2016 tarihinde <http://bit.ly/2e3ZGh6> adresinden erişildi.
- Akarcalı, S. (2003). *2.Dünya Savaşında İletişim Ve Propaganda*. İstanbul: İmaj Yayınevi
- Akıllıoğlu, S. vd. (1990). *TRT: Düünden Bugüne Radyo-Televizyon*. Ankara: Ajans Türk Matbaacılık.
- Arslan, H. (2014). Yerel Seçim Propagandalarında Kullanılan Yöntemler İçerisinde Yer Alan Yazılı Basının Diğer Yöntemlere Göre Psikolojik Algıdaki Kalıcılığı Üzerine Bir Değerlendirme *Türkbilim* (2) ,14: 99-115
- Birsen, Ö. ve Kayador, V. (2011). TRT Radyo Prodüktörlerinin Türkiye'de Kamusal Radyo Programcılığı ve Popüler Radyo Programcılığı Üzerine Değerlendirmeleri *Journal of Selçuk Communication* (6), 4: 18-30
- Erdoğan, M. (2005). Liberalizm ve Türkiye'deki serüveni. *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Liberalizm* (7): 23-41.
- Kasım, M. (2009). Türkiye'de Özel/Tecimsel Radyo Yayıncılığının Gelişim Süreci ve Konya'daki Tecimsel Radyolar Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Selçuk Communication* (5), 4: 25-38
- Kasım, M. (2011). Hitler Döneminde Propaganda Aracı Olarak Radyo. *Journal of Selçuk Communication* (6), 4: 64-75
- Kocabaşoğlu, U. (1980). Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna (TRT Öncesi Dönemde Radyonun Tarihsel Gelişimi ve Türk Siyasal Yaşamındaki Yeri) Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Koç, N. (2012). Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Radyo. *Cumhuriyet Tarihi Araştırmaları Dergisi* (8), 15: 69-103
- Kuyucu, M. (2014). Türkiye'de Faaliyet Gösteren Yerel Radyo İşletmelerinin Sorunları ve Yerel Radyo İşletmelerinde İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* (2), 5: s.62-79
- Ocak, M. A. (2012) Türkiye'de İnternet Kullanım Trendleri. *Mutlu Çocuklar Derneği*, 1. 2 Kasım 2016 tarihinde <http://bit.ly/2e1Ifd1> adresinden erişildi.

- Şen, B. (2008). Küreselleşme: Anlamlar ve Söylemler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi* (18): 147-162.
- Tamer, E. C. (1983). *Televizyon*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Tatar, O. (2016). Sokaklarda Reklam Avı: Kültür Karıştırması Reklam Diyor ki 1 s: 273-300.
- Tekinalp Ş. (2003). *Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon*, İstanbul: Der yayınları
- Tokgöz, O. (1972). *Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo-Televizyon Sistemleri*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Wikipedia (2016). List of Radio Stations in Turkey., 2 Kasım 2016 tarihinde <http://bit.ly/2ffS9u6> adresinden erişildi.
- Yayla, A. (2005). Özal, Özal reformları ve liberalizm. *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Liberalizm* (7): 584-589.