



RADYO YAYINCILIĞI

RADYO TV SİNEMA BÖLÜMÜ

DR. ÖĞR. ÜYESİ FIRAT TUFAN

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM FAKÜLTESİ

Yazar Notu

Elinizdeki bu eser, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi'nde okutulmak için hazırlanmış **bir ders notu niteliğindedir.**

ÖNSÖZ

Geniş kitlelere seslenebilen elektromanyetik ilk kitle iletişim aracı olan radyo, geçmişten günümüze değin, toplumsal yaşamın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Televizyon, uydu ve internet teknolojilerinin henüz olmadığı zamanlarda, radyo yayıncılığı pek çok konuda kamunun haber alma, bilgilenme ve eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamıştır. İşitsel olması nedeniyle yaygın biçimde ulaşılabilen radyo yayıncılığı, başta televizyon olmak üzere diğer iletişim teknolojilerinin gündelik yaşamlarımıza girmesiyle birlikte önceleri popülerliğini yitirmiş dahi olsa, günümüzde, farklı biçim ve içeriklerle gündelik yaşamlarımızdaki yerini korumaktadır.

Yirminci yüzyılın ilk yarısında Amerikan yayıncılık anlayışını hariç tutarsak, daha çok kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı ile yayın yapan radyolar, yaşanan teknolojik gelişmeler ve sektöre özel sermayenin katılımı ile birlikte endüstrileşme sürecini de hızlandırmış ve faaliyet gösteren radyo kanalları da artmıştır. Yerelleşme ve uluslararasılaşma birbirine paralel biçimde gelişmiş, bununla birlikte hem çok seslilik hem de biçim-içerik benzeşikliği birlikte artmıştır. Günümüzde müzik kutusu olmakla çokça eleştirilen radyo yayıncılığı, internet teknolojileriyle birlikte artık bir cihaz olmaktan çıkıp, dijital bir ortam ya da uygulamaya dönüşmüştür.

Bu derste, radyo yayıncılığının, tarihsel süreci, işlevi, yapım süreçleri, tekniği ve teknolojisi ile en yeni günümüz uygulamalarından bilgiler paylaşılacak olup, radyo yayıncılığının tüm boyutlarıyla öğrenilmesi hedeflenmektedir.

DR. ÖĞR. ÜYESİ FIRAT TUFAN

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
İÇİNDEKİLER	II
1. RADYO YAYINLARININ TARİHSEL SÜRECİ	7
1.1. Radyonun Keşfi.....	9
1.2. İlk Radyo Yayınları.....	11
1.3. Türkiye’de İlk Radyo Yayınları	12
1.3.1. TRT Dönemi	13
1.3.2. Özel Radyolar Dönemi.....	14
2. RADYONUN ÖZELLİKLERİ VE İŞLEVLERİ	18
2.1. Radyo Yayınlarının Özellikleri	20
2.1.1. Temel Öğe Ses ve Mikrofondur	20
2.1.2. Sessizlik	20
2.1.3. Zaman Yönetimi.....	20
2.1.4. Sınır Tanımazlık.....	20
2.1.5. Radyoda Anlatılmaz, Konuşulur	21
2.1.6. Kolay Ulaşılabilir, Basit ve Hızlıdır	21
2.1.7. Kişiseldir	21
2.1.8. Güvenilirdir	22
2.2. Radyo Dinleyicisinin Özellikleri.....	22
2.3. Radyonun İşlevleri	22
2.3.1. Eğitim-Kültür	23
2.3.2. Haber Verme	24
2.3.3. Eğlence.....	26
2.3.4. İnandırma ve Harekete Geçirme.....	27
2.3.5. Reklam ve Tanıtım.....	28
3. İDARİ BAKIMDAN RADYO YAYIN SİSTEMLERİ VE ÖRGÜT YAPISI	32
3.1. Radyo Yayın Sistemleri	34
3.1.1. Devlet-Hükümet Sistemi	35
3.1.2. Ticari Sistem	36
3.1.3. Kurumsal Radyolar	37

3.2.	Radyonun Örgütsel Yapısı	37
3.2.1.	Ulusal Radyolar.....	38
3.2.2.	Bölgesel Radyolar	38
3.2.3.	Yerel Radyolar	38
3.2.4.	İnternet Radyoları.....	39
3.2.5.	Radyoda Çalışanların Görev Tanımları.....	40

4. RADYODA PROGRAM TÜRLERİ I.....43

4.1.	Amacına Göre Radyo Programları	45
4.1.1.	Haber Programları	45
4.1.2.	Eğitim Programları	48
4.1.3.	Kültür Programları	48
4.1.4.	Drama Programları.....	49
4.1.5.	Müzik ve Eğlence Programları.....	51
4.1.6.	Spor Programları	52
4.1.7.	Reklam Programları	54

BÖLÜM SORULARI56

5. RADYODA PROGRAM TÜRLERİ II.....58

5.1.	Yapım Özelliklerine Göre Programlar	60
5.1.1.	Söz Programları.....	60
5.1.2.	Müzik Programları	60
5.2.	Dinleyici Özelliklerine Göre Program Türleri	61
5.2.1.	Cinsiyete Göre Radyo Programları	61
5.2.2.	Yaş Gruplarına Göre Radyo Programları	61
5.2.3.	Mesleklere Göre Radyo Programları.....	63
5.2.4.	Yerleşme Birimlerine Göre Radyo Programları.....	63
5.2.5.	Eğitim ve Kültür Düzeyine Göre Programlar	63
5.3.	Kapsama Alanına Göre Programlar	64
5.3.1.	Yerel Radyo Programları	64
5.3.2.	Bölgesel Radyo Programları	65
5.3.3.	Ulusal Radyo Programları.....	66
5.3.4.	Uluslararası Radyo Programları	67

6. RADYODA PROGRAM YAPIMI I.....70

6.1.	Program Yapımının Özellikleri	72
6.1.1.	Fikir Oluşum Süreci	72
6.1.2.	Konu, Biçim ve Format	73

6.1.3.	Araştırma.....	73
6.1.4.	Öneri.....	74
6.1.4.1.	Program Öneri Formu	75
6.1.5.	Planlama.....	76
6.1.6.	Kaynak Toplama, Seçim ve Eleme Aşaması.....	76
6.1.7.	Metin Yazma.....	78
7.	RADYODA PROGRAM YAPIMI II	81
7.1.	Seslendirme ve Kurgu	83
7.1.1.	Müzik ve Efekt Seçimi.....	83
7.1.2.	Program Metninin Seslendirilmesi	85
7.1.3.	Program Süresi ve Kurgu	86
7.1.4.	Denetim ve Yayın	88
7.2.	Röportaj.....	88
8.	RADYO YAYINCILIĞININ TEKNİK TEMELLERİ I.....	93
8.1.	Ses ve Sesin Temel Özellikleri.....	95
8.1.1.	Sesin Oluşumu	95
8.1.2.	Frekans	96
8.1.3.	Dalga Boyu.....	97
8.1.4.	Genlik.....	97
8.1.5.	Desibel	97
8.1.6.	Sesin Hızı	97
8.1.7.	Ses Dalgalarında Faz Farkı	98
8.1.8.	Sesin Tınısı.....	98
8.1.9.	Sesin Şiddeti.....	98
9.	RADYO YAYINCILIĞININ TEKNİK TEMELLERİ II	101
9.1.	Radio Stüdyoları.....	103
9.1.1.	Yalıtım	103
9.1.2.	Akustik	103
9.1.3.	Teknik-Teknolojik Donanım.....	105
9.1.4.	Radio Stüdyosunda Bulunan Cihazlar.....	106
10.	RADYO YAYINCILIĞININ TEKNİK TEMELLERİ III.....	109
10.1.	Ses Mikserleri.....	111
10.1.1.	Mikserin Bölümleri	112
10.1.1.1.	Giriş Bölümü.....	112
10.1.1.2.	Monitör Bölümü.....	112

10.1.1.3.	Çıkış Bölümü.....	112
10.1.2.	Mikser Üzerindeki Temel Göstergeler	113
10.1.2.1.	Fader.....	113
10.1.2.2.	Ekolayzır (EQ)	113
10.1.2.3.	Pre-fade (Ön dinleme-PFL).....	114
10.1.2.4.	Aux.....	114
10.1.2.5.	Gain (Kazanç Tuşu)	114
10.1.2.6.	Pan (Balance)	114
10.1.2.7.	VU Metreler (Volume Unit Meter)	115
11.	RADYO YAYINCILIĞININ TEKNİK TEMELLERİ IV	118
11.1.	Mikrofon	120
11.1.1.	Yapılarına Göre Mikrofonlar.....	120
11.1.1.1.	Dinamik Mikrofonlar	120
11.1.1.2.	Şeritli Mikrofonlar.....	121
11.1.1.3.	Kapasitif (Kondansatörlü) Mikrofon.....	121
11.1.1.4.	Karbon Mikrofon.....	122
11.1.1.5.	Kristal Mikrofon.....	123
11.1.1.6.	Elektret Mikrofonlar	123
11.1.1.7.	Telsiz Mikrofonlar.....	123
11.1.2.	Yönelme Durumlarına Göre Mikrofonlar	124
11.1.2.1.	Tek Yöne Duyarlı (Uni-Directional) Mikrofonlar.....	124
11.1.2.2.	İki Yöne Duyarlı (Bi-Directional) Mikrofonlar.....	124
11.1.2.3.	Her Yöne Duyarlı (Omni-Directional) Mikrofonlar.....	124
11.1.2.4.	Çok Modelli (Desenli) Mikrofonlar	125
12.	DİJİTAL SES KURGU SİSTEMLERİ.....	128
12.1.	Dijital (Sayısal) Sistem (DAW)	130
12.2.	Dijital Kurgu Süreci	130
12.2.1.	Ses Dosyalarına Uygulanan Temel İşlemler	132
13.	YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE RADYO	136
13.1.	Yeni İletişim Teknolojileri	138
13.2.	Etkileşim	138
13.3.	Yakınsama Uygulamaları	139
13.4.	Radio Yayıncılığında Yeni İletişim Teknolojilerinin Rolü	142

14. YENİ RADYO YAYINCILIĞI UYGULAMALARI.....	147
14.1. İnternet Radyoculuğu	149
14.2. Mağaza Radyoculuğu.....	151
14.3. Sosyal Radyo.....	152
KAYNAKÇA	156

1. RADYO YAYINLARININ TARİHSEL SÜRECİ

Giriş

Elektromanyetik dalgalar aracılığı ile geniş kitlelere ulaşabilen ilk kitle iletişim aracı olarak kabul edilen radyonun, insanlığın toplumsal tarihindeki teknolojik gelişmişlik düzeyinde önemli bir yeri bulunmaktadır. Televizyonun içeriklerine de rehber olan radyo, uzun yıllar insanların, eğlence, kültür ve haber ihtiyaçlarını karşılamıştır. Bugün gelinen durumda, radyonun hızlı ve kolay ulaşılabilir olma özelliği, radyonun gündelik yaşamdaki önemini korumasına yardımcı olmaktadır.

1.1. Radyonun Keşfi

19. yüzyılda yapılmış pek çok icat ve buluşun radyo yayınlarına katkısı olmuştur. Bunlar arasında elektrik, telgraf ve telefonun icadı ile radyo dalgalarının keşfini sayabiliriz. 1800'lü yıllarda farklı ülkelerden bilim adamları elektromanyetizma üzerine çalışmalar yürütüyorlardı. İngiliz bilim adamları Cooke ve Wheatstone, 1937'de "metal devreler aracılığı ile gönderilen elektrik akımlarının uzak mesafelerde sinyal ve ses anlamı vermesindeki gelişmeler" adıyla ilk telgraf patentini aldılar. Aynı ülkeden Maxwell (1831-1874) elektromanyetizma alanındaki temel matematiksel denklemleri formüleştirdi.

ABD'li Samuel Morse nokta ve çizgilerden oluşan ve kendi adıyla anılan Morse alfabesini oluşturdu ve buna uygun cihazı hazırladı. Cooke ve Wheatstone ile aynı yıl, 1937'de Mors Cihazı'nın patentini tescil ettirdi. Morse, 1844'te Washington'dan Maryland'daki yardımcısına 4 kelimedenden oluşan ilk telgraf mesajını göndererek telgrafın uzun mesafelerde kullanılabileceğini ispatladı. Mors alfabesinde harfler, cihazın anahtarıyla uzun veya kısa tıklamalar yapılarak kodlanıyor, kilometrelerce uzunlukta döşenmiş kablolarla alıcı merkeze ulaştırılıyor ve buradaki operatörler sinyalleri dinleyerek yazıya aktarıyordu. Örneğin Mors alfabesinde "A" harfi peş peşe bir kısa bir uzun vuruşla, "B" harfi ise bir uzun üç kısa vuruşla kodlanmıştır. Her bir harf için birden çok tıklama yapılmasının gerekmesi, telgrafla uzun metinlerin gönderilmesini engelledi. Ancak telgraf ilk olmanın avantajı sayesinde hızla yaygınlaştı. Pek çok ülkede şehirlerin arasına direkler üzerine telgraf telleri döşendi, hatta okyanusun altına telgraf hattı çekilerek Avrupa Amerika'ya bağlandı.

1837 yılında ABD'li araştırmacı C. G. Page, demirin mıknatıslanmasındaki hızlı değişimin müzikal bir ses çıkmasına yol açtığını keşfetmişti. Bu deneye katılanlardan bazıları bu buluşla "anlaşılır konuşmaları" göndermenin de mümkün olabileceğini iddia ettiler. Bu iddiayı ispatlama başarısını, 1876 yılında "telefon" adını verdiği cihazının patentini alan ABD'li Graham Bell elde etti. (Ancak Bell ile aynı gün, benzer bir cihazın patentini almak için başvuruda bulunan Elisha Gray, sadece 2 saat farkla telefonun mucidi olarak anılma şansını kaçırdı.)

Telgraf ve telefon ancak kablolar vasıtasıyla veri aktarımı yapabiliyordu. İngiliz fizikçi James Maxwell, seslerin havadan uzak mesafelere ışık hızına yakın bir hızda (saniyede 300 bin km) yollanmasını sağlayacak "elektromanyetik dalgalar"ın diğer adıyla "radyo dalgaları"nın varlığını keşfetmişti (1865). Alman bilim adamı Heinrich Rudolf Hertz ise Maxwell'in bu tezini geliştirdi ve deneylerle ispatladı. Hertz, elektromanyetik dalgalarının ölçü birimine de kendi adını verdi. Bu dalgalar günümüzde radyo-televizyon yayınlarının yanı sıra cep telefonundan uzaktan kumandalı arabalara kadar hayatın pek çok alanında kullanılmaktadır.

Radyo yayınının tanımı, sesin elektromanyetik dalgalar aracılığı ile boşlukta yayılması ve bu dalgaların bu amaç için geliştirilmiş özel alıcılar (radyo alıcıları) yolu ile alınarak sese çevrilmesi olarak yapılabilir.

İtalyan mucit Guglielmo Marconi radyoyu icat eden kişi olarak kayıtlara geçmiştir. Radyo dalgaları ile havadan mesaj iletiminin mümkün olduğuna inanan Marconi, evinde gerçekleştirdiği çalışmalarda 9 metre uzaklıktaki zili bir dalga alıcı ile çaldırmayı başarmıştır. Bu başarı radyo dalgalarının tüm dünyada kullanılabilceğini kanıtlamıştır. Ancak radyonun kendi icadı olduğunu iddia eden birçok kişi ortaya çıkmıştır. Telsiz telgraf patentine sahip olan Nikolai Tesla, Olive Lodge bu iddiayı ortaya atanların başında gelir. Rus mucit Alexander Stepanovitch Popov ise anlaşılabilen ilk radyo dalgalarını iletmeyi başarmış ancak bu icadı için patent almamıştır. Daha pek çok insan vardır fakat ticari başarıyı yakalayan kişinin Marconi olduğu herkesçe kabul edilir.

Marconi her ne kadar “radyonun babası” olarak adlandırılrsa da yaptığı cihaz, sesi düzenli dalgalar biçiminde gönderemiyordu. Fransız Lee de Forest, 1907 yılında icat ettiği “boşluk tüpü” (vacuum tube) ile radyoların sesinin çok daha kaliteli ve kesintisiz yayınlanabilmesini sağladı. Bu tarihten sonra pek çok ülkede deneme amaçlı radyo yayınları yapılmaya başlandı.

Radyonun icadı ile birlikte telsiz kullanımı ile haberleşmenin mümkün olduğu görülmüş ve radyo daha geniş bir hedef kitleye ulaşan hızlı bir iletişim aracı olmuştur. Günümüzde genellikle eğlence aracı olarak görülen radyo, geçmişte denizcilikte, uzay seyahatlerinde, savaş iletişiminde ve propaganda yönetimi gibi pek çok farklı alanda kullanılmıştır.

Telgraf ve telefon teknolojisinin gelişimi ile gerçekleşen radyonun icadı, gerçek anlamda altın dönemini II. Dünya Savaşı’nda yaşamıştır. Bu dönemde en etkili propaganda aracı olarak görülen radyo, sonraki yıllarda düzenli yayıncılığın başladığı bir eğlence ve bilgilendirme aracına dönüşmüştür.

Önceleri sadece telsiz iletişimi sağlayan radyo dalgaları, sonrasında bir kitleye seslenme amacı ile radyo programlarını var etmiştir. Televizyonun ortaya çıkışına kadar radyo yayıncılığı önemini korumaya devam etmiştir. Radyonun icadı ile değişen iletişim boyutu, tarih boyunca gelişerek yeniliklere ev sahipliği yapmıştır.

Bu yeni buluş ile kişinin haber alma, eğlenme, hatta eğitim ve kültür faaliyeti için evinden çıkması, bu hizmetlerin bulunduğu yere gitmesi mecburiyeti ortadan kalkıyordu. Ancak radyonun kitlesel haberleşme aracı olarak yayına başladığı ilk yıllar, günümüzdeki gelişmiş durumdan çok uzaktı. Radyo yayınlarında yer alan her şey tür ve biçim olarak ilk kez uygulanmaktaydı. Bu sebeple ilk yayınlar daha çok haber ve müzikten oluşuyordu.

1.2. İlk Radyo Yayınları

İlk radyo yayını, Kanada doğumlu Prof. Reginald Aubrey Fessenden tarafından 24 Aralık 1906 günü Massachussets eyaletinin Brat Rock kentinde bulunan National Electric Signalling Co.'ya ait 140 metre yüksekliğindeki radyo anteni aracılığıyla yapıldı. Program, Fessenden'in bizzat çaldığı Gounod'un "Oh, Kutsal Gece" adlı bestesiyle başladı. Bu keman dinletisinden sonra, yine Fessenden bu kez besteyi şarkı şeklinde okudu. Daha sonra Hendel'in "Largo"su bir gramofondan çalındı. Yayın, Fessenden'in dinleyicilerinin noellerini kutlaması ile sona erdi. Bu yayın, istasyonun beş millik çevresi içinde bulunan bazı gemilerin telsiz operatörleri tarafından dinlendi. İkinci yayın, yeni yılın arifesinde yapıldı. Bu kez çok daha iyi koşullarla daha iyi bir program sunuldu. Batı Hint Adaları'na kadar dinlenen bu program ilgi gördü.

İngiltere'de ilk radyo yayını ise, Kraliyet Donanması'ndan Teğmen Quentin Crauford tarafından Sancak Gemisi Andromed'nın telsiz odasından yapıldı. Crauford, Catham'daki donanmaya ait diğer gemiler için düzenlediği bir programın yayınlanması amacıyla, Amirallik'ten gerekli izni aldıktan sonra, Andromeda'nın telsiz odasını, radyo yayını yapabilecek biçimde bizzat düzenledi. Aradan 20 yılı aşkın bir süre geçtikten sonra, ilk yayını şöyle anlatacaktı:

"1907 yılıydı. Yayında bana yardımcı olmak isteyen birçok telsiz operatörü vardı. İç-lerinden sesleri en güzel olanları seçerek, bir koro kurdum. Önce 'God Save the King' Tanrı Kral'ı Korusun' adlı parçayı söyledik. Bu, İngiltere'de radyodan yayınlanan ilk şarkı oldu. Onu, 'Rule Britannia', 'Trafalgar Day', 'On the Mississippi Shore', 'There is a Tavern in the Town', 'Three Blind Mice' ve diğerleri izledi. Amirallik, yayının nereden ve nasıl yapıldığını halkın bilmesini istemiyordu. Bir tek kelime bile etmeme izin yoktu."

Düzenli olarak ilk deneme yayını, 1907 yılının Şubat ayında De Forest Radyo Telephone Co. şirketi tarafından New York'ta bir binanın en üst katında başlatıldı. Lee De Forest, bu yayınlı ilgili olarak anı defterine şunları yazdı:

"İşim o denli mutluluk vericiydi ki, kentte yaşayan insanlara ve uzak denizlerdeki sessiz dalgalar arasında yol alan denizcilere evlerini anımsatacak güzel müzik parçaları yayınladığımı düşündükçe, yüreğim hazla dolup taşıyordu." Önceleri, programlarda Columbia şirketinin çıkardığı plaklar dinletiliyordu. İlk canlı yayını, İsveçli soprano Eugenia Farrar yaptı. Eylül ayında, Brooklyn'deki donanma üssünde bulunan USS Connecticut adlı gemiden yapılan bu yayında Eugenia Farrar, "I Love You Truly" ve "Just a VVearyin for You" adlı parçaları söyledi. Daha çok müzik ağırlıklı programlar yayınlamasına karşın, 1909 yılında De Forest ünlü kaynanası Harriet Stanton Black'i stüdyoya soktu ve Bayan Stanton, dünyanın ilk sözlü programını yaptı. Konu, "kadınların oy verme hakları"ydı. Bu istasyon tarafından gerçekleştirilen öteki önemli "ilk"ler arasında, 1910 yılının Ocak ayında yapılan ilk stüdyo dışı yayını sayabiliriz.

Bu yayında dinleyiciler, Caruso'nun Metropolitan Opera Ho-use'daki konserini canlı olarak dinlediler, Ertesi ay da, uluslararası bir sanatçının, pri-madonna Mariette Mazarin'in bir konserini stüdyodan yayınladı ve bu da başka bir 'ilk' olarak tarihe geçti. De Forest, artan maliyetler karşısında yayını 1911 yılında durdurmak zorunda kaldı.

1909 yılında yayına başlayan radyo istasyonlarından biri de, Charles D. Herrold'un California'daki vericisidir. Herrold, plaklar ve canlı solistlerle yaptığı programların yanı sıra, haftada bir kez de haberler yayınladı. İki yıl içinde Herrold'un istasyonu, dünyada ilk kez düzenli bir program çerçevesinde yayın yapan radyo kurumu oldu.

1916 yılında De Forest'in radyosu, yeniden yayına başladı. Haftada beş kez konser programları dinleterek sürdürdüğü yayını, ABD'nin savaşa girmesiyle, tüm gereksiz radyo istasyonlarının susturulması üzerine bir kez daha durdurdu. 1919 yılında 2XG adı altında yeniden açıldı. Bu kez radyo yayıncılığı tarihinin ilk spikerleri Bili Gowen ve Bili Garity ile ilk program yönetmeni Richard Klein de yayın kadrosunda görev alıyordu. 1920 yılında 2XG kapasitesini genişlettiği için kendisine küçük gelen stüdyolarından çıkarak Broadway'deki World's Tower Building'e taşındı. Ama böyle yapmakla, De Forest çok önemli bir yasayı çiğnemişti. Onun vericisi Bronx'da ruhsatlıydı. Manhattan'da ise ruhsatı geçersizdi. Bunun üzerine De Forest, 2XG'nin yayını durdurdu ve yeni bir girişimde bulunarak Detroit'te İstasyon WWJ Detroit'i kurdu. Bu, De Forest'in deyimiyse, Amerika'da günlük programlar yayınlayan ilk ticari radyo istasyonuydu.

Bununla birlikte, genel olarak düzenli, kamuya haber, müzik ve diğer tür yayınların verilmesi ile ilgili ilk tarih, batı kaynaklarında Kasım 1920 olarak geçer. ABD'de Pittsburg'da KDKA adlı radyo kanalı ilk düzenli radyo yayınlarını başlatan kanal olarak radyoculuk tarihine geçmiştir.

1.3. Türkiye'de İlk Radyo Yayınları

Başka ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de ilk radyo denemelerini gerçekleştirenler amatörlerdi. Bu amatör radyocular kendi ürettikleri basit alıcılarla yabancı radyoları dinlemişler ve dar kapsamlı yayın denemeleri yapmışlardır. 1921 yılında Muallim Mektebi'nde verilen bir musiki konserinin İstanbul Üniversitesi'nde radyo vasıtasıyla dinletildiği de kayıtlar arasındadır.

Televizyonun aksine, Türkiye'de radyo yayınlarının başlaması, dünya ülkelerinin gerisinde kalmamıştır. Türkiye'de ilk radyo istasyonlarının kurulması kararını alan hükümet bunun işletilmesi ve yayın hakkını 8 Eylül 1926'da "Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi" (TAŞ) adı altında, Fransızlarla ortak olarak kurulan özel bir şirkete on yıl süre ile vermiştir. Bu şirket ilk yayınlarını 1927 yılında Ankara ve İstanbul'da 5'er kilovat gücünde kurmuş oldukları istasyonlardan yapmaya başlamıştır (Çakır, 2005: 27). Türk Telsiz Telefon Şirketi, 1927'de

Ankara’da 1554 metreden İstanbul’da 1200 metreden yayın yapan 5’er kilovatlık vericileriyle Türkiye’deki radyo yayıncılığına başlamışlardır. Radyoların işletilmesi 1937 yılında PTT’ye, 22 Mayıs 1940 tarihinde ise Matbuat Umum Müdürlüğüne devredilmiştir. 26 Temmuz 1943 tarihli ve 4475 sayılı kanunla Matbuat Umum Müdürlüğü Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü adıyla yeniden örgütlenmiş ve genel müdürlük bünyesi içinde Radyo Dairesi ile Radyo Fen Heyetine yer verilmiştir. 19 Kasım 1949 tarihinde 150 kilovatlık vericisiyle İstanbul Radyosu, 1950’de ise 100 kilovatlık vericisiyle Ankara istasyonu ile hizmete geçmiştir. 31 Mayıs 1961 tarihinde 7 ilde radyo istasyonu kurulması kararlaştırılmıştır. Bu iller: İstanbul, İzmir, Ankara, Adana, Antalya, Gaziantep, Kars ve Van olmuştur. Radyonun bir kitle iletişim aracı olduğunu kanıtlanması Batı’da 1930’lardan, Türkiye’de ise 1940’lardan itibaren gerçekleşmiştir.

1.3.1. TRT Dönemi

Radyo yayınları, 1964’de çıkartılan 359 sayılı TRT Kanunu ile Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’na (TRT) devredilmiştir. Yeni kanuna göre, bir kamu tüzel kişiliği olarak düzenlenen TRT, 5 yıllığına atanan ve hiçbir şekilde görevden uzaklaştırılmayacak 9 üyeden oluşan bir yönetim kurulu tarafından yönetilecekti. TRT genel müdürü de yönetim kurulu tarafından belirlenecekti. 1960 Anayasası’na dayanarak kurulan TRT’nin hukuki yapısında 1971 ve 1980 darbeleri ile bazı değişiklikler yapıldı, kurumun özerkliği tırpanlandı. TRT döneminde memleketin değişik illerinde güçlü radyo istasyonları kuruldu. Tam gün yayına geçildi. Programlar daha profesyonel ekipler tarafından hazırlanmaya başlandı.

Genellikle eğitim ve kültür türünde hazırlanan söz programları (Bir Portre, Kitap Saati, Uyanan Afrika, Türk Romanında Köy, Hayata Bakış vb.) günlük, haftalık, 15 günlük veya aylık aralıklarla yayımlandı. Radyoda birçok eğitim programı da yayınlanıyordu; “Ocakbaşı”, Tarla Dönüşü”, “Köy Odası” kırsal kesime; “Ev İçin” kadınlara; “Gençlik Saati” gençliğe seslenen programlardan bazılarıydı. “Tekniğe Açılan Kapılar”, “Dünden Kalanlar”, “Hangi Mesleği Seçelim”, “Evlilik” gibi programlar ise genel dinleyici grubuna hitap ediyordu. 1974 yılında TRT’nin radyo sayısı TRT-1, TRT-2 ve TRT-3 olmak üzere üçe çıktı.

Aynı yıl içinde birden fazla küçük bölüm barındıran ‘kuşak programlar’ın yayınına başlandı. Daha sonraları başlayan “Arkası Yarın” ve “Radyo Tiyatrosu” gibi radyo dramaları, büyük dinleyici kitlelerine ulaştı. TRT’nin bölgesel radyoları ise bazı saatlerde TRT-1 ile yaptıkları ortak yayınların dışında, yayın alanlarına giren bölgelerin özellik ve ihtiyaçlarını göz önüne alarak haber ve programlar sundular.

TRT, yayın ağını Türkiye dışına genişleterek 1964 yılında “Kıbrıs’ın Sesi” radyosunu açtı. 1975’de Arapça, Romence, Yunanca, Bulgarca, Sırp-Hırvatça, Almanca, Farsça ve İngilizce yayınlara başladı. 1982 yılına gelindiğine yayın yapılan bölgeler Avrupa, Amerika, Balkanlar, Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Uzakdoğu’ya genişledi ve yayın yapılan dil sayısı 15’e çıktı.

TRT'nin günümüzde ulusal boyutta yayını Radyo-1, Radyo-2 (TRT FM) Radyo-3 ve Radyo-4 ile devam ettirilmektedir. Bölgesel radyolar İstanbul, İzmir, Antalya, Çukurova, Erzurum, GAP/Diyarbakır ile Trabzon Radyoları'dır. Ayrıca TRT bünyesinde Hatay iline dönük yayın yapan Hatay İl Radyosu, turizm bölgelerine yönelik yabancı dillerde yayınıyla Turizm Radyosu faaliyettedir. 2015 yılının ilk aylarında yayınlarına başlayan TRT Kent Radyoları ise İstanbul, Ankara ve İzmir'de, kent kültürü kapsamındaki içerikleriyle yayınlarını sürdürmektedir.

1.3.2. Özel Radyolar Dönemi

Türkiye'de ilk özel radyoların ortaya çıkışı, 1990 yılında özel televizyon kanallarının yayına başlamasından sonra olmuştur. Anayasanın 133. Maddesine ve ona dayanılarak çıkarılan, bugün de TRT yayınlarının dayandığı, yürürlükte olan 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Yasası ve ilgili diğer hukuki düzenlemelerin izin vermemesine rağmen başlayan televizyon yayınları, özel radyo yayını girişiminde bulunmak isteyen özel girişimcileri de cesaretlendirmiş ve 1991 yılında ilk özel radyo yayınları başlamıştır (Aziz, 2007: 226).

1990 yılının başında Cumhurbaşkanı Turgut Özal, ABD gezisinde yaptığı bir açıklamada, yurtdışından Türkçe yayın yapılmasını engelleyen bir kural olmadığını, bir kanal kiralayana Türkiye'ye yayın yapabileceğini belirterek, tecimsel kuruluşların önünü açmıştır (Kejanlıoğlu, 2005: 164). O dönemde birçok yayın kuruluşu yurt dışından ülke içine yayın yaparak, geçici bir çözümle, yasal engelleri aşmayı başarmıştır.

Ulaştırma Bakanlığı yetkilileri, deniz ve hava ulaşımında sağlıklı haberleşmeyi engellediği gerekçesiyle, yasadışı olarak tanımladığı özel radyo istasyonlarının kapatılması için 1992 yılının Eylül ayında suç duyurusunda bulundu (Çakır, 2005: 43). Hiçbir devlet kuruluşundan izin almadan ve hiçbir hukuki statüye bağlı olmadan kurulan radyo ve televizyon kuruluşlarının sayısı hızla artınca, devletteki kaygılar da arttı. Dönemin hükümeti hem yayıncı kuruluşları hem de halkı karşısına alarak aldığı bir kararla ülkedeki bütün radyo ve televizyonları kapattı (Bay, 2007: 67).

Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın vefatı ve yerine Başbakan Süleyman Demirel'in geçmesi ile iktidar partisi DYP Genel Başkanlığı ve Başbakanlığa soyunan Tansu Çiller, "Gençliğin Sesi" imajını kullanarak radyoları serbest bırakma sözü verdi. Seçim öncesinde "Radyomu İstiyorum, oğlum da istiyor" deyince, başbakanlık görevini üstlenmesiyle birlikte özel radyolar 1993 yılının Haziran ayında tekrar yayına başladı (Çakır, 2005: 44).

Tüm bu sancılı ve tartışmalı süreç sonucunda Anayasanın 133. Maddesi 08.07.1993 tarihinde değiştirilerek radyo yayıncılığında devlet tekeli kaldırılmış oldu. Radyo ve Televizyonların Kuruluşları ve Yayınları Hakkındaki Kanun ise ancak 13.04.1994 tarihinde çıkarılabildi. Bu kanunla birlikte ülkedeki özel yayıncılığın hem teknik, hem de içerik olarak

belirli bir plan, düzen ve ilkeler doğrultusunda yayın yapmalarını sağlama görevi Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'na verildi (Bay, 2007: 68).

Bölüm Soruları

- 1) Aşağıdakilerden hangisi 19. yüzyılda radyonun keşfine giden süreçteki buluşlardan biri değildir?
 - a) Elektrik
 - b) Telgraf
 - c) Boşluk tüpü
 - d) Telefon
- 2) Aşağıdakilerden hangisi elektromanyetik dalgaların varlığını keşfetmiştir?
 - a) Samuel Morse
 - b) Guglielmo Marconi
 - c) Lee de Forest
 - d) Heinrich Rudolf Hertz
- 3) Radyo dalgaları ile havadan mesaj iletiminin mümkün olduğuna inanan ve bunu ispat ederek radyonun mucidi olarak tarihe geçen kişi kimdir?
 - a) Lee de Forest
 - b) Guglielmo Marconi
 - c) Nikolai Tesla
 - d) Alexander Stepanovitch Popov
- 4) Radyo teknolojisi, ilk zamanlarında aşağıdaki hangi alanlarda kullanılmamıştır?
 - a) Denizcilik
 - b) Savaş iletişimi ve propaganda
 - c) Uzay çalışmaları
 - d) Otomobil sanayi

5) İlk radyo yayını hangi ülkede gerçekleştirilmiştir?

a) İngiltere

b) İtalya

c) Kanada

d) ABD

Cevaplar: 1) c 2) d 3) b 4) d 5) d

2. RADYONUN ÖZELLİKLERİ VE İŞLEVLERİ

Giriş

Radyoda mesajın tek iletim yolu sestir. Ses akılda görüntü yaratır. Gözle görülen, elle tutulan bir nesnenin bulunmayışı, radyo programlarının bu eksikliği giderici içerikte hazırlanmasını ve sunulmasını zorunlu kılar. Bununla birlikte, her yayıncılık uygulaması gibi radyo yayıncılığı da belirli amaçlar çerçevesinde gerçekleştirilir. Bu amaçlar, radyoların yerine getirmesini gerektiren çeşitli işlevler çerçevesinde yayın yapması gerekliliğini ortaya çıkarır.

2.1. Radyo Yayınlarının Özellikleri

2.1.1. Temel Öge Ses ve Mikrofondur

Radyo, işitsel bir kitle iletişim aracıdır ve radyonun temel unsuru sestir. Ses, aynı zamanda radyonun görsel olarak algılanma biçimlerine de hizmet etmektedir. Dinleyici, radyoda dinlediği bir haberi ya da oyunu kendi zihninde yeniden yaratır ve onu görselleştirir. Bu bakımdan radyo dinleyicisi edilgen değil etken konumdadır. Sesle yaratılan dünya, hayal gücünü harekete geçiren radyo dünyasıdır.

Radyonun en temel araçlarından biri de mikrofondur. İletiler, mikrofon aracılığı ile dinleyenlere aktarılır. Bu bakımdan, mikrofonun özelliklerinin iyi bilinmesi gerekmektedir. Hangi ortamda, hangi programda hangi mikrofonun kullanılması gerektiği bilgisi radyoculuğun temel esaslarındandır.

2.1.2. Sessizlik

Radyo işitsel bir kitle iletişim aracıdır ve radyo yayınlarında sesin yönetimi kadar sessizliğin yönetimi de önemlidir. Yayınların bütünlüğünü bozacak nitelikte bir sessizlik, dinleyici tarafından yadırganır ve yayınların terkedilmesine neden olabilir. Radyo yayınlarında ses esas olmalıdır ve sessiz geçen aralardan kaçınılmalıdır. Bununla birlikte, sessizlik unsuru, stüdyoda ya da programın hazırlandığı ortamda radyodan dinleyiciye aktarılmak istenen içeriğin dışında sağlanması gereken sessizliğe de karşılık gelmektedir.

2.1.3. Zaman Yönetimi

Bir radyo programında ya da genel olarak ele alındığında yayınlarda süre ya da zaman yönetimi çok önemlidir. Radyo dinleyicisi hangi programın hangi saatte ve dakikada yayınlanacağını bilmesi, kendini bu yayınları izlemek üzere hazırlaması gerekir. Ayrıca, ticari açıdan bakıldığında radyo zamanının saniye bazında satışının gerçekleştirilmesi yayın sürelerinin iyi planlanması gerekliliğini bu açıdan da zorunlu kılar. Programların planlanan süreyi aşması ya da planlanan süreden az olması yayın sürelerinin kaymasına ya da boşluklar oluşmasına neden olacaktır. Bu bakımdan, radyo yayınlarında artı 1 (+1), eksi 1 (-1) dakikalık zaman fazlalığı ya da eksikliği, tolere edilebilir makul zaman kayması olarak kabul edilir.

2.1.4. Sınır Tanımsızlık

Coğrafi koşullar elverdiği ölçüde radyo dalgaları binlerce kilometre öteden dinleyicilere ulaşabilir. Günümüz uydu ve internet teknolojisinde bu sınır tanımsızlık çok daha geniş boyutlara

ulaşmıştır. Bugün tamamıyla yerel şartlarda üretilen bir radyo içeriği, internet yayın teknolojileri sayesinde dünyanın her yerinden dinleyici tarafından dinlenebilmektedir.

2.1.5. Radyoda Anlatılmaz, Konuşulur

Radyoda dinleyici ile samimi bir iletişim biçimi gerçekleştirebilmek için, iletinin içeriği kadar aktarılma biçimine de özen göstermek gerekir. Radyo programcısı, aktarmak istediklerini metinden okur gibi anlatmak yerine dinleyiciyle sohbet eder gibi konuşarak aktarmalıdır. Bununla birlikte programda kullanılacak sesin o programa ve içeriğine uygun bir ses tarafından dinleyiciye ulaştırılması gerekmektedir.

2.1.6. Kolay Ulaşılabilir, Basit ve Hızlıdır

Radyo, gerek yatırım gerekse işletme maliyetleri açısından diğer iletişim teknolojilerine oranla oldukça ucuz ve basit yapıdadır. Stüdyo donanımı, verici ekipmanı, personel gereksinimleri gibi temel birkaç yayıncılık unsuru açısından radyo çok daha avantajlıdır. Temel teknik standartları yakalamak kaydı ile bugün çok az ekipmanla dahi radyo yayını yapabilmek mümkündür.

Dinleyici açısından radyoya ulaşmak, diğer elektronik kitle iletişim araçlarına ulaşmaktan çok daha kolaydır. Radyo alıcısı çok küçük olmakla birlikte bugün neredeyse tüm müzik çalar ya da cep telefonlarında dahi radyoya ulaşmak mümkündür. Görüntüye dayalı teknolojilerde ekran büyüdükçe izleyici tatmini arttıkça, radyo için ses kalitesinden ödün verilmesine gerek kalmadan cihazın küçük olması taşınabilir kolaylık da getirir.

Radyonun hızlı olma özelliği hem yayının dinleyiciye ulaştırılma aşamasından hem de dinleyicinin hızlı biçimde radyoya ulaşabilme özelliğinden gelmektedir. Yalnızca ses hazırlığı ile dinleyiciye ulaşma çabası, zamansal açıdan televizyona göre radyoya büyük avantajlar sağlar.

2.1.7. Kişiseldir

New York WNYC Radyo'nun yöneticilerinden Scott Borden, güçlü bir konuşan radyo yaratmanın ipuçlarını vermektedir. Ona göre, radyo tamamıyla kişiseldir ve asla büyük gruplara hitaben konuşulmamalıdır. Özellikle konuşan radyo bilgi çağının önemli bir parçasıdır ve içerikteki eşsiz 'bilgi'nin ne olduğu tanımlanmalı ve bunun üzerine gidilmelidir.

Söylenen sözlerin, kullanılan müziğin, efeklin herkes üzerinde tek tek, kendi kişisel özelliklerine, deneyimlerine, o anda içinde buldukları havaya dayanan farklı etkileri vardır. Radyonun bu kadar etkili olmasını sağlayan, bir başka deyimle 'özel algılama'dır. Yayında yer alan her öğenin kişilerin üzerindeki etkisi farklı olabilir. Özellikle radyoda konuşmacının sesi

dinleyici üzerinde her bakımdan son derece etkilidir. Çünkü dinleyici yüzünü hiç görmediği bir insanın sadece sesini dinleyerek onunla birebir ilişki kurar. Onun görüntüsünü hayalinde canlandırır. Radyonun kişisel bir araç olmasında mikrofon tekniğinin son derece profesyonel kullanımının da önemi vardır. Çünkü bir ses mekânı yaratıyorsanız ve bu mekânın dinleyici üzerinde vereceğiniz mesajla doğrudan ilişkisi söz konudur.

2.1.8. Güvenilirdir

Radyonun 80 yılı aşkın bir süreden beri ilk elektronik kitle iletişim aracı olarak topluma hizmet sunması ve çoğunlukla devlet, hükümet yönetiminde ve denetiminde olmaları, özel kesimin elinde olsa bile kurumlaşmış birimlerce yapılması, bu yayınlara inanılan, güvenilen yayınlar olma özelliğini kazandırmıştır. Özellikle haber, eğitim ve kültür ile ilgili yayınlarda, kamu yararına yayın yapan radyo istasyonlarında bu kanı yoğun olarak vardır. Özel girişimin elinde bulunan radyo ve televizyon istasyonlarında da, izleyicinin kazanılmasına, kaybedilmemesine, sağlanan güvenin sarsılmamasına çalışılır.

2.2. Radyo Dinleyicisinin Özellikleri

Radyo yayınları, bireye içinde bulunduğu her ortamda; evde, arabada, kahvede, lokantada, yolda, dağda, ormanda ulaşır. Yayın hizmetini geniş olanaklarla sunar. Kapsama alanı içinde olmak koşulu ile radyo yayınları dinleyiciye her yerde ulaşabilir. Yalnızca sese dayanan bir araç olmasından kaynaklanan bu özellik, ayrıca radyo alıcılarının çok gelişmesi sonucu, taşınabilir duruma gelmesinden de kaynaklanmaktadır. Yanımızda kolaylıkla taşıyabileceğimiz pek çok cihazda radyoya ulaşmak mümkündür.

Radyo yayınları gerçekte çok sayıda kişiye yönelik hazırlanmasına karşın, dinleyicinin yayın içeriklerini algılaması bireyseldir. Dinleyici, radyo mesajlarını doğrudan kendisine seslenen mesajlar olarak algılar. Radyo programcısının, dinleyiciyi tek bir kişi olarak görüp onunla sohbet etme çabası, dinleyici tarafından da aynı şekilde algılanır.

Radyo dinleyicisi yayınları belirli bir zaman diliminde dinler. Dinleyicinin dinlediği radyoyu bir bütün olarak ele alırsak, dinleyicinin yayını dinlediği zaman dilimi, bütünün bir parçasıdır.

2.3. Radyonun İşlevleri

Radyo istasyonları, hangi sistemle yönetilirse yönetilsinler, topluma seslenen hizmetlerini yaparken belirli ortak işlevleri yerine getirirler. Bir başka deyişle, varlıklarının nedeni bu işlevleri yerine getirmektir. Genel olarak, radyonun işlevleri de tüm kitle iletişim araçlarının işlevleriyle benzerlik gösterir.

2.3.1. Eğitim-Kültür

Radyonun ucuz, basit ve yaygın bir kitle iletişim aracı olması nedeniyle özellikle gelişmekte olan ülkelerde yaygın bir şekilde eğitim amaçlı olarak kullanılmaktadır. Özellikle, ulusal kalkınmalarını tamamlayamamış ülkelerde radyonun ve özellikle televizyonun eğitim aracı olarak kullanılmaları son yılların en etkin eğitim yöntemi olarak kabul edilmektedir. Özellikle devletlerin ya da hükümetlerin elinde bulunan radyo kuruluşlarında bu işlev önemini sürdürmektedir. Bir başka deyişle, bu ülkelerde eğitim işlevi temel eğitim yanında tamamlayıcı eğitim olarak yer alır.

Eğitim, bireyin davranışında kendi yaşantısı yoluyla istenen yönde davranış değişikliği meydana getirme sürecidir. Bu değişme bireyin yeni bir davranış dizisi kazanması biçiminde olabileceği gibi, önceden sahip olduğu istenmeyen nitelikteki davranışlarını terk etmesi biçiminde de olabilir. Öğrenme ise bireyin kendi yaşantısı yoluyla davranışlarında oluşan değişmedir. Eğitim, geçerli öğrenmelerin oluşturulmasıyla gerçekleştiğine göre, eğitime istendik öğrenmeleri oluşturma süreci de diyebiliriz.

Eğitim formal ve informal olmak üzere iki türdür. Eğitim etkinliklerinin bir kısmı gelişigüzel ve düşünmeden düzenlenir. Bu informal eğitimidir. Aile içinde, arkadaş gruplarında ve usta-çırak ilişkisi sonucu kazanılan davranışlar informal eğitim ürünleridir. Okullarda verilen eğitim formal eğitimidir ve planlı eğitim etkinliklerini kapsar.

Öğretme, öğrenmeyi sağlama faaliyeti olduğundan, önceden hazırlanmış bir program çerçevesinde amaçlı, planlı, düzenli ve kontrollü olarak okullarda gerçekleştirilir. Öğretim faaliyetinin en önemli unsuru öğretmen ve öğrencidir. Başka bir deyişle öğretim, öğretme ve öğrenme faaliyetlerinin bileşkesidir. Yani öğretim, öğretme ve öğrenmeyi birlikte kapsamaktadır.

Bireyin hayat boyu süren eğitiminin okulda, planlı ve programlı olarak yürütülen kısmı bireyin öğretimini oluşturur. Öğretim, öğrenmenin gerçekleşmesi ve bireyde istenen davranışların gelişmesi için uygulanan süreçlerin tümüdür.

Öğretim, öğrenmeyi kolaylaştıracak etkinlikleri düzenleme, gerekli araç-gereçleri sağlama ve rehberlikte bulunma eylemidir.

Kitle iletişim araçlarından eğitim amaçlı olarak yararlanılması, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine bağlı olarak değişmektedir. Geri kalmış ülkeler, eğitim sorunlarının çözümünde doğrudan bu araçlardan yararlanmayı hedef alırken, gelişmiş ülkeler, bu araçlardan eğitimde yararlanmayı, geleneksel eğitim yöntemlerine yardımcı olmak üzere yeğlemektedirler.

Kullanım kolaylığı, ulaşılabilirlik ve teknik donanım açısından en kolay ulaşılan kitle iletişim aracı radyodur. Özellikle geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelerde radyo toplumun

eğitimi ve bilinçlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Radyo ile gönderilen iletiler aynı anda çok geniş kitleye ulaşır. Bu iletişimden belirli asgari koşulları yerine getiren herkes yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, yerleşim farklılığı, ırk, dil, din farklılığı gözetilmeksizin yararlanabilir. Yeterli eğitim hizmeti götürülemeyen bölgelerdeki bireylerin, radyo yayınları yoluyla aydınlatılması, ulusal bütünlüğün sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Örneğin, çiftçiye yönelik olarak hazırlanan eğitim programları ile tarım ve hayvancılıkta verimliliği artırmaya yönelik bilgi ve beceriler kazandırılabilir.

Ulusal kültürün ve değerlerin geniş kitlelere yaygınlaştırılması ve benimsetilmesi kitlesel eğitimle gerçekleşir. Toplumsal sorunların çözülmesi, gereksinimlerin karşılanması için, gerekli olan ve örgün eğitim yoluyla elde edilemeyen veya elde etme olanağı bulunamayan bilgi ve becerinin kazanılmasındaki etkisi büyüktür. Özellikle bireylerin gereksinme duydukları konularda bilgi, beceri ve davranışları kazanması, temel hak ve sorumluluklarını öğrenmesi, kitle iletişim araçlarının en önemli görevlerini oluşturmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının ve özellikle de radyonun geniş kitlelere ulaşabilme özelliğinin doğal bir sonucu olarak da, eğitimdeki çeşitli eşitsizlikler ortadan kaldırılabilir. Cinsiyet, bölgeler arası farklılık, köy-kent, araç-gereç, ulaşım gibi eğitimi olumsuz yönde etkileyebilecek engeller radyo yoluyla aşılabılır. Çünkü radyo yayınlarını dinleyebilmek için yalnızca bir alıcının bulunması yeterlidir. Radyodan yararlanmak, geleneksel eğitimde olduğu gibi sürekli bir yerde bulunmayı gerektirmez. Az bir çaba ve harcama ile bu tür eğitimden yararlanma olanağı vardır. Bu daha çok radyo ve televizyon ile yapılacak eğitim için geçerlidir.

Ayrıca, kitle iletişim araçları mekân farklılıklarını ve uzaklıkları yok ederek öğrenmeyi herkes için mümkün kılan yeni eğitim teknolojilerinin gelişmesine de yol açmıştır. Toplumsal ve siyasal hareketliliğe hız kazandıran kitle iletişim araçları, pek çok toplumda bütünleşmenin gerçekleşmesinde etkili olmuş ve gelişmiş ülkelerde enformasyon toplumunun gelişini haber vermiştir.

Kitle iletişim araçlarıyla eğitime faaliyetleri doğru amaçlar için kullanıldığında özellikle geri kalmış toplumlar için yaşamsal bir önem taşır. Ancak günümüz dünyasında kitle iletişim araçlarının bu yönü farklı amaçlar için de kullanılmaktadır.

2.3.2. Haber Verme

Tüm kitle iletişim araçlarının ortak işlevi olan haber verme işlevi, kitle iletişim araçlarının varlık nedenidir. Haber verme alma insanlık tarihi ile başlamış, insanın var olması ile iletişim gereksinmesi de kendini göstermiştir. Toplumlar geliştikçe haber alma yöntem ve tekniğinde de gelişmeler, değişmeler olmuş, özellikle iletişim teknolojisinin hızla gelişmesi haber alma yöntemlerini de gerek kapsam, gerekse hız yönlerinden en üst düzeye çıkarmıştır. Teknolojinin

önemli buluşlarından olan radyo aracılığı ile halkın haber almasına, haber alma ve verme yöntemine yeni boyutlar getirilmiştir.

Radyo gündelik olaylar konusunda fikir sahibi olmak isteyen dinleyicilerin hemen ve doğrudan ulaştıkları bir araçtır. Yakın çevrede olup biten olayların bilgisini almak üzere radyo tercih edilen kitle iletişim aracı olmaktadır. Sabah saatlerinde işyerine gidecek olan birey günün gelişmelerini radyodan öğrenmekte, kendi hayatında pratik bir değere sahip, hava durumu, yol durumu, o yörede var olan kültürel etkinlikler vb. konularda bilgi sahibi olmak istemektedir.

Yerel radyo habercileri televizyona oranla daha hızlı haber verme olanağına sahiptir. Televizyonda haber de dâhil olmak üzere program üretimi çok daha maliyetli teknolojik yatırım gerektirirken, radyo haberciliği için bir telefon hattı yeterli olabilmektedir.

Halkın siyasal konular veya güncel olaylar hakkındaki tutumlarının anlatımına “kamuoyu” denir. Toplumu ilgilendiren konularda, değişik siyasal ve bilimsel görüşlerin serbestçe ortaya atılıp tartışılması, demokratik yönetimde önemli bir etken olan kamuoyu oluşturulmasına yol açar. Medyanın gündemine aldığı konuların, kamunun da gündemine girdiği ve genellikle medyanın istediği biçimde kamuoyunda bir “fikir iklimi” yaratıldığı bilinmektedir. Toplumun büyük bir bölümünü etkileyen gelişmeler karşısında kamuoyu baskısı yaratmak veya ileride olumsuz sonuçlar doğuracak konularda kamuoyunun aydınlatılması, toplumun kendi kendini kontrol etmesini sağlar. Bu ise yöneten ve yönetilenlerin birbirlerinin eylem ve işlemlerini daha iyi denetlemesine yol açar.

İnsanlar, birçok olayı kitle iletişim araçlarından takip etmektedir. Böylelikle, kitle iletişim araçları ile önce bir dünya imajı çizilmekte, ardından da çizilen bu imaj hakkında ne düşünülmesi gerektiği kitlelere aşılacaktır. Bir başka deyişle, üzerinde düşünülecek dünya, bu dünya hakkında düşünülebilecek düşünme biçimleri, çıkar sahibi bireyler ve gruplar tarafından belirlenmekte ve kitleler bu şekilde yönlendirilmektedir. Artık, yakın çevremiz ve yüz yüze iletişimde bulunduğumuz bireylerle ilgili sahip olduğumuz bilgiler dışında, dünya hakkında bütün bildiklerimiz veya bildiğimizi sandıklarımız bize, günlük gazeteler, haftalık dergiler, radyo ve televizyon vb. gibi kitle iletişim araçlarından aktarılmakta ve benimsetilmeye çalışılmaktadır.

Kitle iletişim araçları dünyada ve toplumdaki durumlar ve olaylar hakkında bilgi verir. Birey grup veya örgüt kitle iletişim araçlarından etkilenir. Hedef kitle içinde yaşadığı toplumsal çevre ile dolaysız ilişki içindedir. Ancak bu toplumsal çevreye ilişkin iletileri dolaylı biçimde ve çoğunlukla da etkili olarak kitle iletişim araçlarından alır. Kitle iletişim araçlarının gündeminden halkın gündemine geçen konular halk tarafından öğrenilir. Kitle iletişim araçları insanlara bilmediği, görmediği konular ve yerlere ait bilgiler verirler. Böylece insanlar dolaylı olarak yaşamın değişik alanlarına ilişkin bilgi sahibi olurlar.

İletişim araçlarında kullanılan simgeler ve sözcüklerle bir gerçek oluşturulur. Kitle iletişim araçları dışarıdaki dünyanın kafamızdaki resmini biçimlendirir. Bireyler kitle iletişim araçlarında gördükleri davranışları izler ve anlamlandırır. Toplumun belli konularda bilgilendirilmesi; o konuda fikir sahibi olması demektir. Yani, toplumu etkileyen bir gelişme hakkında bilgisi olan bir birey, grup veya topluluğun, o konuyu denetlemesi kolay olabilmektedir. Toplum, yönetimin uygulamaları hakkında ne derecede bilgi sahibi olursa, uygulamayı o derecede denetleme yetkisine sahip olur. Bu bir anlamda siyasal veya demokratik katılımı da beraberinde getirir.

Kitle iletişiminin en önemli özelliklerinden birisi genellikle tek yönlü oluşudur. Özellikle devlet denetiminde olan yayıncılık sistemlerinde yönetenlerin, yönetilenleri belirli davranışların gerçekleşmesi için bilgi sahibi kılıp yönlendirmeleri, onları motive etmeleri kitle iletişim araçları yoluyla daha kolay olmaktadır. Aslında 13. yüzyılda ortaya çıkan "kitle gazeteleri"nin ve siyasî partilere dayanan gazetelerin ortaya çıkmasıyla beraber değişen medya olgusu, teknolojinin de yardımıyla bugün daha değişik bir boyuta ulaşmıştır. 20. yüzyıl, basın ticarî ve sanayi yanlarını geliştirmesine olanak sağlamıştır.

2.3.3. Eğlence

Radyo yayınlarının bir diğer işlevi olan eğlendirme, hoşça vakit geçirme, diğer işlevlerin yerine getirilmesinde yardımcı bir işlevdir. Bu işlevin, eğlendirme hizmetini kişinin ayağına, ucuz olarak getirmesi yanında bir diğer önemi de haber başta olmak üzere eğitici, kültür verici yayınlar, propaganda ile mal ve hizmetlerin tanıtılmasını sağlayıcı işlevler ve işlevlerle ilgili yayınların takip edilmesi şansını yaratmasıdır. Eğlendirme işlevi, diğer tüm işlevlerin başarıya ulaşma şansını artırır.

Bilgi çağının sonucu olarak insanlara sayısız kanaldan gelen bilgi bir süre sonra düşünce yoğunluğuna yol açmakta ve insanlar günlük yaşamın yorucu temposundan uzaklaşıp biraz da eğlenmek ihtiyacı hissetmektedirler. Büyük yerleşim yerlerinde eğlenmek, hem zamana hem de maddî güce dayanan bir etkinliktir. Kitle iletişim araçları insanların bu ihtiyaçlarını yayınladıkları eğlence programları ile karşılamaya çalışmaktadırlar. Eğlence yerlerinde maddi güçlerini aşan miktarda ücret ödeyerek görebileceği pek çok sanatçıyı radyoda dinleme şansını yakalayabilmektedir.

Sadece Türkiye’de değil bütün dünyada, eğer kamusal nitelik ya da sivil toplum medyası niteliği taşıyorsa, radyonun sadece eğlendirmeye dönük bir “müzik kutusu” haline gelmeye başladığı söylenebilir. Radyoda her türlü ses ve müzik günün yirmi dört saati izleyici kitleye ulaşmaktadır.

Radyonun biri ses düzeyini ayarlayan, diğeri istasyonlar arasında gezinmeyi sağlayan iki temel düğmesi bulunmaktadır. Özellikle ikinci düğme sayesinde çok çeşitli ses ve müziği dinlemek mümkündür. Bu arada demokratik geleneği olmayan ülkelerde radyo doğrudan bir propaganda aracı olarak da kullanılmaktadır.

Özel girişimin elinde olan yayın örgütlerinde eğlence programlarına ayrılan zaman daha fazla olmaktadır. Ayrıca özel girişimin elinde olan medya kuruluşlarının en önemli gelir kaynağı reklamlardır. Reklâm alabilmenin yolu da reyting almak olduğuna göre bunu sağlamanın yolu da çoğunlukla ünlü oyuncu ve sanatçıların yer aldığı eğlence programları hazırlamaktır.

2.3.4. İnandırma ve Harekete Geçirme

Yaşanan teknolojik gelişmelerin kitle iletişim sektörüne de yansısıyla medya toplumdaki en etkin güç merkezlerinden biri hâline gelmiştir. Bu gelişmelere paralel olarak medya yöneticileri, editörler ve etkin köşe yazarlarını da içine alan medya elitleri de toplumsal yapı içinde en önemli güç odaklarından biri haline dönüşmüştür. Medya ulaştığı bu gücüyle, bireylerin tutum ve davranışlarını etkileyebilmenin, etkilemekle de kalmayıp bunları değiştirebilmenin en etkin yöntem ve araçlarına sahip hale gelmiştir.

Her demokratik sistem, politikalarını halkın onayını alarak uygulamak zorundadır. Bu zorunluluk toplumsal hayatın düzenlenmesinde, politik istek, talep, düşünce ve belgelerin karşılıklı olarak iletilmesini, bilgi ve enformasyonların aktarılmasını, kısaca iletişime geçilmesini zorunlu kılıyor. Bu iletişim sürecinde medyanın önemli bir rol üstlenmesi, modern demokratik toplumların "medya toplumu" olarak isimlendirilmesini haklı çıkartmaktadır.

Medya, toplumun yapısını, kurulu düzenini ve bireyler arasında gelişen toplumsal ilişkileri yeniden yaratma, yeniden şekillendirme, yeniden üretme ve yorumlama gücüne ve yeteneğine sahiptir. Semboller, işaretler, sayılar, sözcükler ve resimlerden veya bunların bileşkesinden oluşan iletiler yalnızca ileti taşımazlar. Aynı zamanda insanların dünyasını yeniden şekillendirip yorumlar, ona yeni boyutlar kazandırır. Medyanın bu şekillendirme ve değiştirme etkisi bireyler ve genel anlamda toplum boyutuyla da sınırlı kalmayıp, toplumsal ve siyasî yapı içinde etkin bir konuma sahip olan siyasî liderleri ve meşru hükümetin politikalarını da kapsayacak boyutlara ulaşabilmektedir.

Medyanın, bireylerin ve toplumun iletişim ihtiyaçlarını karşılamak için yaptığı çok önemli hizmetleri hiç kimse yadsıyamaz. Bununla birlikte madalyonun bir de öteki yüzü vardır. İnsanlık için böylesine büyük hizmetler yapan medya, istenirse çok etkin bir propaganda aracı, bunun da ötesinde geniş halk kitlelerinin beyinlerini yıkamak için güçlü bir silah olarak da kullanılabilir. Kitle iletişim araçlarının sahipliğini veya kontrolünü elinde bulunduran kişi veya gruplar, haberleri ve iletileri ilgi ve istekleri doğrultusunda bozup değiştirebilirler. Böylece insanların

kanaatlerini, düşüncelerini ve şeylere yükledikleri anlamları şekillendirme yetisini kendi tekellerinde bulundurmak isteyebilirler.

Birçok araştırmacı medyanın amansız propaganda gücü ve beyin yıkama etkisi karşısında insanların, çaresiz, savunmasız, kolay etkilenir durumda olduğunu savunurken; bir başka grup araştırmacıda buna karşı çıkmaktadır. Onlara göre bireyler medya karşısında pasif değil, aktif konumdadırlar. Fakat sonuçta medyanın, az veya çok herkesi etkilediği gerçeğini herkes kabul etmektedir. Medya gücüne karşı çıkanların da belirttiği gibi, kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki etkisinin farklı biçimlerde ve miktarlarda olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Gerçekleşen etkinin niteliği ve derecesi kişiden kişiye değişir. Bu durum bireylerin yaş ve cinsiyetlerinin yanı sıra, eğitim ve kültür düzeyleri gibi etkenlerle yakından ilişkilidir.

Kitle iletişim araçları yoluyla siyasal, savaş, ekonomik kalkınma, iş ve bazen din alanında toplumsal amaçlar için kampanyalar yapılabilir. Siyasal iletişim farklı araçlarla, davranışlarla, yapılarla, hatta kimliklerle gerçekleştirilir. Her siyasal görüşün bir de iletişim kültürü vardır. İletişimde dikkatleri toplama, ilgi uyandırma, olumlu çağrışımlar yaptırma, bilgi aktarma ve netice olarak katılım sağlama amaçlanır. Her türlü iletişim siyasal parti veya düşüncenin ilke ve amaçlarını aktardığından değişmez temel ilkelere göre plânlanır. Olguların tanımlanması ve tasvir edilmesinde sadece "gerçekler" değil, insanların yanlılıklarına göre gerçekleri algılama, yorumlama ve sunmaları da belirleyici olur. Çünkü modern insan başka kişiler, gruplar veya ülkeler hakkında çok az bilgiye sahiptir. Hatta çoğu zaman insanların zihinlerinde, diğer insanlar, toplumsal gruplar, ulusal veya uluslararası siyasal aktörler "öteki" olarak sınıflandırıldığından, onlara yüklenen özellikler genelleştirilerek "dost" veya "düşman" olarak değerlendirilebilirler. Ülke imajları da "dost" veya "düşman" olarak genelleştirilen gerçekliğin sadece bir bölümünü yansıtmaktadır. "Düşman" denildiğinde de, gerçek düşman değil, sadece zihnimizde oluşturduğumuz düşman resmi anlatılmak istenir.

Bir haber veya konuyu medyanın gündeme getirme sıklığı birey için bir ipucu olarak değerlendirilir. İçinde yaşadığı toplumda olup bitenler hakkında bilmesi gerekenin bu olduğunu düşünür. Kitle iletişim sürecinin üreticileri, politik konulara uyum ve basın mensuplarının konuları kamuoyuna sunma tarzlarına göre sembolik politika yapmaktadırlar. Durum böyle olunca politik olayla politik olayın nasıl sunulacağı birlikte düşünölmek durumundadır. Bu durumda politik süreçten çok, politik sürecin ortaya konuş şekli, kurgulanışı önem kazanmaktadır.

2.3.5. Reklam ve Tanıtım

Radyo yayınlarının devamını sağlamaya yönelik önemli işlevlerinden biri de mal ve hizmetlerin tanıtılması olan reklam işlevidir. Özellikle radyo kuruluşlarının özel girişimin elinde olduğu ölkelerde çok daha önemli bir duruma gelmiştir.

Özel girişimci Amerikan sisteminde yayınların asıl amacının ‘reklam yayınları’ olduğu, yani mal ve hizmetlerin satılması, tanıtılması amacı ile olduğu düşünülürse, bu işlevin bu tür yayın sistemini benimsemiş radyo kuruluşlarındaki önemi daha iyi anlaşılır.

Yönetimi devlet ya da hükümetin elinde bulunan radyo istasyonları da, örneğin TRT’de de reklama yer vermektedir. Ancak, burada amaç yayın için yapılan harcamaların bir kısmını karşılamaya yöneliktir. Kamu hizmeti yayıncılığında asıl amaç, kamunun yararına olabilecek içeriklerle yayınları gerçekleştirmektir.

Radyo reklâmları dinleyiciyi derinden etkileyen, şaşırtan, dikkatini çeken ses efektlerine etkileyici bir müziğe senaryoya ve metne sahip olmalıdır. Basit anlamda bir reklâm metninin kadın ya da erkek vokalle iyi bir fon müziğinin üzerine okunmasıyla oluşturulan reklâmların yanı sıra özgün reklâm müzikleri de oluşturulabilir.

Bölüm Soruları

- 1) Aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?
 - a) Radyoda sessizlik unsuru, programlar arasındaki sessiz boşluklara denk düşmektedir.
 - b) Sessizlik unsuru, stüdyoda ya da programın hazırlandığı ortamda radyodan dinleyiciye aktarılmak istenen içeriğin dışında sağlanması gereken sessizliğe de karşılık gelmektedir.
 - c) Radyo yayınlarında teknik sorunlar nedeniyle oluşan sessizlik, yayınların bütünlüğünü bozmaz ve kesintiye uğratmaz.
 - d) Radyo yayınlarında ses, ancak mikrofon aracılığı ile oluşturulur.
- 2) Aşağıdakilerden hangisi radyo yayınının özelliklerinden değildir?
 - a) Sessizlik
 - b) Sınır tanımazlık
 - c) Kolay ulaşılabilir olma
 - d) Güvensizlik
- 3) Aşağıdakilerden hangisi radyo dinleyicisinin özelliklerindedir?
 - a) Bireysel dinleme eğilimi
 - b) Görsel tasvir beklentisi
 - c) Haberlerde efekt etkisi
 - d) Yalnızca hediye kazanmak için radyo dinleme eğilimi
- 4) Öğrenme arzusunu karşılayabilecek radyo işlevi hangisidir?
 - a) Haber
 - b) Eğitim-Kültür
 - c) Eğlence

d) Organizasyon

5) Aşağıdakilerden hangisi radyonun işlevlerinden sayılmaz?

a) Haber Verme

b) Eğitim-Kültür

c) İnandırma ve Harekete Geçirme

d) Müzik Yayını Yapma

Cevaplar: 1) b 2) d 3) a 4) b 5) d

3. İDARİ BAKIMDAN RADYO YAYIN SİSTEMLERİ VE ÖRGÜT YAPISI

Giriş

Radyo kuruluşları içinde buldukları sisteme göre farklı örgütsel yapılar dâhilinde yayınlarını sürdürmektedir. Radyo istasyonlarının yönetimi ve örgütsel yapısı özellikle son yıllarda çarpıcı biçimde değişmiştir. Buna karşın, ister özel girişim radyoculuğu, ister devlet-hükümet sisteminde olsun, büyük, orta ve küçük ölçekte yayın yapan pek çok radyonun örgütsel yapısında benzerlikler söz konusudur.

3.1. Radyo Yayın Sistemleri

Radyo yayınları, tıpkı diğer kitle iletişim araçları gibi, bir sistemle yönetilir. Bu sistemin hangi sistem olacağı hususu ise o ülkenin siyasal yapısına, bu konudaki hukuksal düzenlemelere bağlıdır. Genel olarak ülkelerin yönetim biçimi, radyo-televizyon kuruluşlarının da yönetim biçimini belirler. Tarihsel gelişimi içerisinde ilk radyo yayınlarının ne olduğu, toplumlara ne gibi etkileri olabileceği kestirilemediğinden, devletlerin, hükümetlerin çok sıkı yasal düzenlemeleri ile karşılaşılmamıştır. Ancak, yayınların önemi; topluma etkisi zamanla anlaşıldığından, sıkı kayıtlamalar getirilmiş; kimi ülkelerde devletin ya da doğrudan hükümetlerin denetimine alınmıştır. Özellikle diktatörlükle yönetilen, demokratik olmayan yönetim biçimleri ile yönetilen ülkelerde radyo yayınları hükümetlerin ya da siyasal erklerin emrine verilmiştir. Genel olarak günümüzdeki yayın yönetim sistemleri ile ilgili durumu özetlemek gerekirse, sistemleri ne olursa olsun siyasal erkler yani ülkeyi yöneten kişiler radyo, televizyon ve yazılı basını ellerinde tutmak isterler. Ancak, radyo ve televizyon yayınları kamunun malı olan frekanslar aracılığı ile yapıldığından, siyasal sistem bu araçları, kamu adına korumakla yükümlü olarak, bunlarla ilgili yasal düzenlemeleri yapmaya daha fazla eğilimlidir. Çünkü bu araçlarla verilecek mesajların kamuoyunu oluşturmadaki önemi, bugün artık herkes tarafından kabul edilmektedir.

Tarihsel gelişimi içerisinde radyo yayınlarının yönetimi, ülkelerin siyasal yapılarına bağlı olarak değişmekle birlikte, bu yayınların ilk bulunduğu ve yayınların başladığı kıtalar olarak 'Avrupa' ve 'Amerika' sistemleri adı ile iki temel grupta toplanabilir. Bunlardan Avrupa sisteminde, Avrupa kıtası merkezî devletlerin bulunduğu bir kıta olarak, yayın kuruluşlarını da devletin, hükümetin elinde tutma eğilimi gösterirken, Amerikan sisteminde, radyo ve televizyon kanalları kişilerin elindedir ve yayın yapmak için fazla sınırlama yoktur. Bu bakımdan, başlangıçtan beri radyo kanal sayısının en fazla olduğu ülke olarak ABD verilmekte, bunu daha az sayıda Avrupa devletleri izlemektedir. ABD'nin nüfus çokluğunun da radyo sayısının fazla olmasında bir etkisi olmakla birlikte, asıl nedenin yayın yapmaya bir engel olmamasından kaynaklandığı açıktır.

Bu iki sistemin en önemli özellikleri olarak, Avrupa sisteminde siyasal erklerin yayınlara karışması söz konusu iken, Amerikan sisteminde böyle bir durum söz konusu değildir. Çünkü yayınlara yapılacak herhangi bir karışma, o yayın kurumunu taraf durumuna getirecek, bu ise, reklam geliri ile yaşayan radyo kuruluşlarının, reklam pastasındaki payının azaltılmasına neden olabilecektir.

Ayrıca, radyo sahibinin ya da yönetiminin siyasal erkler tarafından etkilenmesi de oldukça zordur. Kanal sayısının fazla olması, rekabet ortamını arttırdığından, her radyo kanalı daha çok dinleyici çekmek ve dolayısıyla daha çok kişiye ulaşma ve vereceği reklamları daha çok kişiye duyurmak için birbirleriyle yarışmak, daha kaliteli ve daha ilgi çekici yayın yapmakla

yükümlüdür. Bu tür bir yayının yapılmaması durumunda, radyo kanalının finansman güçlüğü içine düşeceği açıktır.

3.1.1. Devlet-Hükümet Sistemi

Devlet-Hükümet sistemi, Avrupa sisteminin günümüzdeki uygulanış biçimidir. Bu sistemin dünyadaki uygulanış biçimleri farklılık gösterir. Genel olarak radyo ve televizyon kanallarının yönetimi ya doğrudan ya da dolaylı olarak hükümetin ya da devletin elindedir. Siyasal rejimleri demokratik olmayan ülkelerde bu yayın kuruluşları hükümetin elindedir. Yayınlarla doğrudan müdahale söz konusudur. Kanal yöneticileri seçimle değil, atama ile görev başına gelirler. Kuruluşların giderleri genel olarak hükümet tarafından karşılanır. Ancak, giderlerin fazla olması karşısında, kimi istasyonlarda reklam ya da parasal destek yollarına başvurularak giderlerin bir kısmı bu yolla karşılanmaya çalışılır. Bir yayın kuruluşu reklama yer verse bile, bu durum yönetim biçimini etkilemez.

Sistemin demokratik olan biçimi, yayın kuruluşlarının devletin elinde olmasıdır. Devlet-siyasal iktidar ilişkisinin demokratik yönetim kuralları içerisinde olması durumunda, daha açık deyişle yasama, yürütme ve yargı erklerinin birbirinden ayrıldığı bir yönetim sisteminin geçerli olduğu ülkelerde yayın kuruluşları yayınlarını kamu hizmeti niteliğinde yayınlarını sürdürürler. Avrupa ülkelerinde uygulanan sistem budur. Bugün pek çok Afrika ülkesinde, özellikle yeni bağımsızlıklarına kavuşmuş, kendi yönetimlerini yerleştirmeye çalışan ülkelerde genellikle devlet-hükümet sistemleri uygulanmaktadır.

Devlet sisteminin, gerçek kamu yararı gözetilerek yapılan biçimi ise ‘kamu yayıncılığı’ altında ayrı bir grup olarak da ele alınmaktadır. Kamu hizmeti yayın kurumu uygulaması, resmi nitelikteki radyo ve televizyon kurumlarının özerk bir yapı içerisinde örgütlenmeleridir. 1964-1971 yılları arasında Türkiye radyoculuğu incelenirken üzerinde daha ayrıntılı olarak durulması gereken özerklik, en yalın tanımla, “kurumların siyasal iktidarın baskısından uzak durmasını sağlayan” bir uygulamadır. Bu sistem yansızlığı amaçlar (Kayador, 2001: 135). Bu sistemle, geçmişte yaşanan kötü tecrübeler de düşünülerek, hükümetin radyoyu iktidardaki konumunu korumak için, bir araç olarak kullanmasının önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Kamu hizmeti yayıncılığı yapan radyolar, yayınlarında, daha çok toplum yararını düşünerek, bilgilendirici ve eğitici programlara yer veriler. Aynı zamanda geniş kitlelere ulaşan yayınların dışında, azınlık sayılabilecek küçük toplulukları ilgilendiren ya da özel ilgi alanlarıyla ilgili (köy programları, azınlık hakları vs. gibi.) programlar yapmakla da yükümlüdürler.

Avrupa’da gelişen kamu hizmeti modelinde, toplumların yapısına göre, ya yayınlardan sorumlu kamu kurumunu siyasal iktidarın etki alanı dışına taşıyarak, tarafsız yayınları güvence altına almayı amaçlayan, özerklik düzenlemeleri ya da Fransa’da ORTF modelinde olduğu gibi

siyasal iktidara bağı hükümet radyo televizyonu düzenlemeleri görülmektedir. Özerklik ise İngiltere'deki BBC (British Broadcasting Corporation – İngiliz Yayın Kurumu) örneğinde olduğu gibi olumlu katılmaya dayalı, Hollanda NOS (Nederlandse Omroep Stichting – Hollanda Yayın Vakfı) örneğinde olduğu gibi bir anten paylaşması biçiminde, ya da siyasal örgütlerin tümüyle kurum yönetimi dışında bırakıldıkları bir olumsuz özerklik biçiminde olabilir.

Türkiye'de Kamu Hizmeti Yayıncılığı uygulaması devletin özerk kuruluşu TRT tarafından yapılmaktadır. 1961 Anayasasının 121. Maddesi uyarınca radyo (daha sonra televizyon), artık tarafsız ve özerk bir kamu kuruluşu statüsüne alındı ve bunun sonucunda yürürlüğe giren 359 sayılı yasayla, 1 Mayıs 1964'te Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) kuruldu (Kejanlıoğlu, 2005: 155). TRT, yasa çerçevesinde bir Genel Müdürlük olarak örgütlendi; var olan tüm radyo yayınlarını bünyesine aldı ve “özerk” kavramının getirdiği güvence içerisinde yayınlarını sürdürdü. Televizyon henüz olmadığı için, tüm yapılan yatırım ve diğer yönetsel düzenlemeler radyo yayınları için yapıldı. Bir anlamda radyo yayınları, TRT'nin bu özerklik döneminde altın çağını yaşadı. Teknik yatırımlar, bina yatırımları yanında programcı ve spiker kadrolarının güçlendirilmesi işine hız verildi, yayın formatları yenilendi (Aziz, 2007: 216).

3.1.2. Ticari Sistem

Ticari sistemin temeli Amerikan yayıncılık uygulamalarına dayanmaktadır. Bu sistemde radyo ve televizyon kuruluşları özel sektörün elindedir. Ancak buna karşın bu kuruluşların da uymak zorunda oldukları bir takım kurallar ve örgütlenmeler mevcuttur. Bu örgütlenmeler yalnızca genel kuralları belirler ve yayınların içeriğine müdahale edilmez. Bu kuruluşların tüm giderleri reklam ya da sponsor gelirlerinden karşılanır. Dolayısıyla bu kanallar bir işletme gibi, verimlilik esasına göre çalışırlar. Bu sistemdeki radyo kuruluşları rekabetçi piyasa kurallarına göre işletilmekte ve genellikle eğlence odaklı yayınlar yapmaktadırlar.

İngiltere'de 1960'lardan beri radyo-televizyon yayıncılığı alanında önemli değişme ve gelişmeler söz konusu olmuştur. Bu değişimler iki ayrı yönde karşımıza çıkmaktadır. Çok sayıda radyo ve televizyon istasyonunun kurulmasıyla yeni yayın kanallarının devreye girmesi, fiziksel bir değişim yaratmıştır. Önemli olan bir diğer değişim ise, oluşan rekabet ortamını olanaklı kılacak, niteliksel bir değişim yaratan bir zemin oluşmuş olmasıdır. Yeni yayın kanallarının ortaya çıkması, toplumda değişik kanalların hitap edebilecekleri daha çeşitlenmiş bir izleyici kitlesinin gelişmekte olduğunu bize göstermektedir.

Türkiye'de ilk özel radyoların ortaya çıkışı, 1990 yılında özel televizyon kanallarının yayına başlamasından sonra olmuştur.

3.1.3. Kurumsal Radyolar

Kurumsal radyolar bir sistem olarak değil, ülkelerin gereksinimlerine göre bazı hizmetlerin görülmesi için var olan radyo kuruluşlarıdır. Bu tür radyo kuruluşları, devletin çeşitli kurum ve kuruluşlarının, eğitim kurumlarının, sivil toplum örgütlerinin, dini kuruluşların, yerel yönetimlerin, siyasi partilerin kendi hizmetlerini daha iyi yapabilmeleri için oluşturdukları radyo yayın kuruluşlarıdır. Bu kuruluşların amaçları, ilgili kurum ya da kuruluşun, kendilerine verilen görev, yetki ve sorumluluklarını yerine getirirken, kendi özel radyo kuruluşlarını kullanarak hizmetlerini daha etkili olarak yapmaya çalışmalarıdır.

Bu kurumların en önemli özelliği, ait olduğu kuruluşun hizmetleri temel olmak üzere yayın yapmalarıdır. Bu hizmetlerin verilmesinde, yayıncılık taktiği olarak, bu yayınların dinlenmesini sağlayacak yayın formatlarına, yani müzik ve şov türü programlara başvurulur. Yayın giderleri, ilgili kurum ve kuruluşun bütçesinden sağlanır. Genel olarak reklama izin verilmez. Bu tür radyo kuruluşlarına örnek olarak üniversite ve okul radyoları, belediye radyoları, çeşitli vakıf, dernek, sendika olarak örgütlenmiş sivil toplum örgütleri ile siyasi partilere ait radyo kuruluşları verilebilir.

3.2. Radyonun Örgütsel Yapısı

Örgüt yapısı, bir organizasyon içinde var olan temel ilişkileri ifade eder. Örgüt yapısını oluşturan unsurları; işletmenin fiziki yapısı ile ilgili olanlar ve sosyal yapısı ile ilgili olanlar olmak üzere iki grupta ele alınmaktadır. Sosyal unsurları olarak; işletme ölçeği, işbölümü ve uzmanlık derecesi, bölümlendirme, emir-komuta ve kurmay ilişkiler yapısı, kontrol alanı, merkezileşme derecesi, kademe sayısı, komite ve gruplar, haberleşme kanalı, çapraşıklık derecesi kabul edilmektedir.

Genel olarak söylemek gerekirse, radyo yayınları bir örgütsel yapı içerisinde gerçekleştirilir. Bu yapı, radyo yayınlarının yapıldığı ülkenin siyasal, sosyal yapısı ile doğrudan ilgilidir. Ülkelerin siyasal yapısı, yönetimi totaliter ya da sıkı devletçilik kuralları altında yürütülüyorsa, bu tür ülkelerdeki radyo kuruluşlarının yapısı ile özel kesimin elinde bulunan ticari radyo kuruluşlarının yapıları farklıdır. Örneğin ticari amaçlı bir radyo kanalında örgüt şemasında reklam ve satış bölümü bulunması gereken önemli bir bölüm iken, ticari amaçlı olmayan devletin, hükümetin ya da ticari olmayan bir yapıdaki radyo kanalında bu tür birimlere gereksinim olmayacağı açıktır. Bu bakımdan radyo kuruluşlarının örgütsel yapılarını içinde buldukları sistemler belirler. Ancak radyo kuruluşlarının örgütsel yapısını belirleyen belli başlı diğer unsurlar da vardır. Bunlar; radyoların verici güçleri, kapsama alanları, çalışan eleman sayısı, parasal olanakları ve her şeyden önemlisi yayınların amacı ve bu amacı gerçekleştirecek program türlerinin ağırlığı gibi özelliklerdir.

3.2.1. Ulusal Radyolar

Eğer bir radyo kanalı, ulus çapında ya da o ülkenin büyük bir kısmına seslenen yayınlar yapıyorsa bu tür radyolar ulusal, büyük ya da geniş pazarlı radyo kuruluşu olarak adlandırılır. Bu tür radyo kuruluşlarının organizasyon yapılarında bulunması gereken tüm birimler mevcuttur.

Bu tür radyo istasyonları daha çok büyük, kalabalık kent merkezlerinde bulunur. Çalışan sayısı radyonun hangi sistemle yönetildiğine göre değişir. Ticari radyolarda çalışan kişi sayısı ticari işletme mantığına uygun biçimde masrafların azaltılması amacı ile yayın formatına bağlı olarak en fazla 50-60 ile en az 20 kişi arasında iken, devlet ya da hükümet sistemlerinde, hizmetin de gereği olarak, sayıları çok daha fazladır. Radyonun yayın formatı da çalışanların sayısını belirleyen önemli bir etmendir. Örneğin söz ağırlıklı formatı bulunan radyolarda bu sayı daha fazla iken müzik ağırlıklı yayın yapan radyolarda daha azdır. Günümüz dijital yayıncılık uygulamaları, işletmecileri radyolarda çalışan kişi sayısından da tasarrufa yönlendirmiştir.

3.2.2. Bölgesel Radyolar

Orta ölçekli radyolar olarak da kabul edilen bölgesel radyolar, yine nüfusu yoğun olan büyük kent merkezlerinde bulunurlar. Genel olarak 100-500 bin kişilik nüfusa seslenen yayınları vardır. Ticari olan kanallarda çalışan eleman sayısı 12-20 arasında değişmektedir. Ticari olmayan kanallarda ise örneğin devletin ya da hükümetlerin elinde bulunan kanallarda bu sayı daha fazladır. Bu tür istasyonlardaki verici gücü, 30Kw ile 600Kw arasında değişmektedir.

3.2.3. Yerel Radyolar

Yerel medya, yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkaran, yerel sorunlar karşısında bölge halkını bilgilendiren, bilinçlendiren, eğlendiren böylece kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunmaya çaba gösteren kitle iletişim araçlarıdır.

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.

Ulusal ya da yaygın medya karşısında yerelin varlığı yaşamsaldır. Yaygın medya devletle, siyasilerle yakın ilişki içerisindedir. 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).

Küçük ölçekli kabul edilen yerel radyolar pek çok coğrafi bölgede faaliyet gösterebilmektedir. Karasal verici güçleri 100 watt ile 10Kw arasında değişmektedir. Bu tür radyo istasyonlarında çalışan sayısı oldukça kısıtlıdır. Bu tür radyolar reklam gelirlerinin de kısıtlı olması nedeniyle, pek çok radyoculuk uygulamasından ödün vermek durumunda kalırlar.

Bugün gerek dünyada gerekse Türkiye’de küçük ölçekteki bu yerel radyoların sayısı çoktur. Türkiye’de ticari amaçlı olarak 1991-1994 yıllarında yayına başlayan bu radyolar ile yerel radyo kuruluşlarında adeta bir patlama olmuş, o güne kadar yerel radyoculuğu çok sınırlı olarak TRT radyolarından takip eden toplum, birden bire kendi yerel radyo kuruluşlarına sahip olmuştur.

3.2.4. İnternet Radyoları

Dinleyicilerle buluştuğu ilk yıllardan itibaren radyo, sosyolojik hayatı derin bir şekilde etkilemiş ve toplumsal fikirlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Radyo, kendinden önceki ve sonraki kitle iletişim araçlarının yapısını da değişikliğe uğratmıştır. Birçok iletişim aracının desteklediği radyoyu farklı noktalardan dinleyebilmek mümkündür. Transistörün icadıyla boyutları küçülmeye başlayan radyo, günümüzde internet teknolojisiyle birlikte etki alanını sınırsızlaştırmaya başlamıştır.

Tüm dünyada 2000’li yıllar itibarı ile dinleyiciler sevdikleri radyolara bilgisayarları aracılığı ile bağlanmaya başladılar. Ancak, çalınan müzikler için uygulanan yüksek telif ücretleri, internet radyolarının azalmasına ve geleceğininse şüpheli bir hal almasına neden oldu. Yapılan bazı yasal düzenlemeler ve telif için ödenen ücretlerin internet radyolarına yönelik azaltılması, durumu bir süreliğine yatıştırdı. Ancak bu durum kargaşayı tam anlamıyla ortadan kaldırmadı. Çoğu yayıncı, çevrimiçi mecrada var olabilmeye devam etmek için, ‘çalmak için öde’ sorununu, radyoda herhangi bir müzik çalmaksızın çözme yolunu denedi. Bunun içinse, haber, spor, sohbet gibi tüm müzik dışı formatlar radyo içeriği olarak uygulandı (Keith, 2010: 26).

İnternet yayıncılığı ile birlikte, yayıncılar internette radyo istasyonlarının web sitelerinin olması gerekliliğini de yaşamsal değerde önemsediler. Radyolarının içeriğini daha iyi tanıtmak, ticari anlamda güçlendirmek, dinleyici ile güçlü bir ilişki kurmak ve promosyonel faaliyetlerini görünür kılmak için yerel ya da ulusal tüm radyolar 2000’lerin başında bir web sitesi talep ettiler.

Etkileşimli radyo bugün giderek büyüyen bir gerçekliktir. Bugün geline durum, doğru bilgisayar, altyapı ve yazılımlar aracılığı ile herkese yayıncı olma fırsatı sunmaktadır. Bir internet sinyal kodlayıcı aracılığı ile herhangi bir ev kullanıcısı dahi, uluslararası çapta dinleyiciye

yayınlarını ulaştırabilir. Bu olasılık, pek çok istasyon yöneticisini bu yarış ortamında yeni formatlar bulma konusunda harekete geçirmektedir.

İnternet çağının radyo üzerindeki engellerini ve zorluklarını farkında olan çoğu yayıncı, geleneksel ortam ve dijital ortam arasında ikisinin de yararına olacak uzun süreli bir ilişki tasarlamaktadır. Bazı radyo profesyonelleri, internet çağının hızıyla ilgili yaşanacak dönüşümleri yanlış yorumlamaktadır. Açıkça bilinmektedir ki ses stüdyoları her iki yayıncılık uygulamasında da (geleneksel-dijital) var olacaktır ve yayıncılar bu konuda kendi yollarını bulmak zorunda kalacaktır. İnternetin varlığı radyoya, günlük ve sürekli olarak önemli bazı güncellemeler sunacaktır (Keith, 2010: 28).

3.2.5. Radyoda Çalışanların Görev Tanımları

Radyo istasyonlarının yönetimi ve örgütsel yapısı özellikle son yıllarda çarpıcı biçimde değişmiştir. Sektörün önemli bir kısmında bazı işler yönetim kademesinden uzaklaştı ve çeşitli birleşmeler sonucunda aynı binada kümelenmiş birimler pek çok işin operasyonunu üstlenmiş duruma geldi. Yöneticiler, yeni teknolojilerin getirileri sonucu bu yüzyılın başında olmayan pek çok farklı alanda rekabet etmek zorunda kaldı (Keith, 2010: 45)

Genel itibarı radyoda çalışanların görev tanımları ve çalışma birimleri aşağıdaki gibidir:

Kanal sahibi, genel müdür, operasyon müdürü, teknik müdür, haber müdürü, başmühendis, istasyon yöneticisi, idari müdür, satış müdürü, program direktörü, müzik direktörü, radyo programcıları, program yapımcıları, muhabirler, haber spikerleri, teknisyenler, bilgi işlem sorumlusu, satış ekibi, muhasebe, kurumsal iletişim, insan kaynakları ve sekreteryadır.

Bölüm Soruları

- 1) Aşağıdakilerden hangisi radyo yayın sistemlerinden değildir?
 - a) Devlet-Hükümet Sistemi
 - b) Ticari Sistem
 - c) Kanada Sistemi
 - d) Kurumsal Radyoculuk Sistemi
- 2) Aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?
 - a) Avrupa sisteminde radyo yayıncılığının çıkış noktası ticari sisteme dayanmaktadır.
 - b) Amerika sisteminde radyo yayıncılığının çıkış noktası ticari sisteme dayanmaktadır.
 - c) Ticari sistemdeki radyoculuk uygulamaları, Avrupa'da hükümetler tarafından baskı altında tutulmaktadır.
 - d) Avrupa yayın sisteminde ticari radyo girişimi bulunmamaktadır.
- 3) Aşağıdakilerden hangisi kurumsal radyolara örnek gösterilemez?
 - a) Belediye radyoları
 - b) Dernek radyoları
 - c) Siyasi parti radyoları
 - d) Eğitim radyoları
- 4) Daha çok toplum yararını düşünerek, bilgilendirici ve eğitici programlara yer verilen yayıncılık türü aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Ticari yayıncılık
 - b) Sivil toplum yayıncılığı
 - c) Kamu hizmeti yayıncılığı
 - d) Propaganda yayıncılığı

5) Devlet-hükümet sisteminde yapılan yayınların 'özerk' olması ne anlama gelmektedir?

- a) Yayınların devlete bağlı bağımsız bir kurum tarafından gerçekleştiriliyor olması
- b) Yayınların hükümetin denetiminde gerçekleştiriliyor olması
- c) Özel sektörden denetleyicilerin olması
- d) Yayınların çeşitli yasa ve yönetmelikler kapsamında denetlenmesi

Cevaplar: 1) c 2) b 3) d 4) c 5) a

4. RADYODA PROGRAM TÜRLERİ I

Giriş

Radyoda yayınlanan programlar, çeşitli nitelikler göz önünde bulundurularak gruplandırılır. Bu nitelikler kimi zaman izleyici kitlesi ele alınarak, kimi zaman amacı, genel niteliği ya da kapsama alanı dikkate alınarak yapılmaktadır.

4.1. Amacına Göre Radyo Programları

Her programın mutlaka bir yapım amacı vardır. Daha önce sözü edilen yayınların işlevleri, aynı zamanda programın amacını da oluşturmaktadır. Programın amacı ne ise programda ağırlıklı kullanılan öge de odur. Kimi durumlarda, programlarda amaçlar birden fazla da olabilir.

4.1.1. Haber Programları

Verilmek istenen iletinin bir ya da iki sesle anlatıldığı programlardır. Bir anlamda haber programları düz programlardır. Yani anlatımın ağırlıklı olarak kullanıldığı müzik ve efektlere çok özel durumlarda başvurulmuş programlardır.

Bu tür yayınlar, dar anlamı ile haber bültenlerinden daha kapsamlı, bir anlamda aydınlatıcı, eğitici nitelikteki haber programlarından oluşmaktadır. Bir kitle iletişim aracı olan radyonun temel işlevlerinden biri haber vermek, toplumu aydınlatmaktır. Her radyo kanalının yayınlarında önce yönetim sonra da radyo kanalının benimsediği yayın formatına bağlı olarak uzun ve kısa haber bültenleri yer alır. Hemen hemen her radyo kanalında günde iki üç kez uzun haber bültenleri ve her saat başı da kısa haber bültenleri vardır. Özel radyo kanalları içerisinde habere daha fazla ağırlık veren hatta sadece haber yayını yapan radyolar da vardır.

Şunu da belirtmekte fayda var ki Türkiye’de 1994 yılından beri yasal ortamda yayın yapan, radyo istasyonları ise 3984 sayılı ‘Radyo ve Televizyon Kuruluşları Hakkında Kanun’a dayanılarak çıkarılan yönetmeliklerde özel kanallarında haftalık yayınlarının %5’inden az olmamak koşulu ile haber yayını yapmaları öngörülmektedir. Aynı durum eğitim ve kültür programlarında da öngörülmektedir.

Haber programları hazırlanırken çok iyi araştırma yapmak gerekir. Konunun uzmanlarından doğrudan alınacak bilgiler, konu ile ilgili çeşitli kaynaklardan toplanacak veriler, olaya tanık olmuş kişilerin görüşleri, konu ile ilgili uzmanların yaptığı açıklamalar, yazdıkları makaleler ve bununla ilgili bilgi ve belgeler program yapımcısına ışık tutar. Bu nedendir ki haber programı hazırlamak isteyen program yapımcısının iyi bir arşiv birikimi olmalıdır.

Radyo haberleri her şeyden önce kısa, anlaşılır ve akıcı olmalıdır. Radyo haberciliğinde esas olan hızdır. Haber radyoya ulaştığı anda dinleyiciye iletilir. Radyo muhabiri habere fazla müdahale etmemeli, muhabir giriş ve çıkış ile olayı belirtmeli detayları mümkün olduğu kadar kişilerine ve tanıklarına bırakmalıdır. Radyoda spikerin haberi tekrar etmesi mümkün olmadığından haberin anlaşılır ve kısa cümlelerle yazılması gerekmektedir.

Radyo haberlerinde flaşa ilk sözcüğün seçimi önemlidir. Dinleyiciyi ilk andan itibaren radyo başında tutmak iyi oluşturulmuş ‘flaş’ ile mümkündür. Dinleyici radyoda genelde ilk sözcüğe dikkat etmez. Bu nedenle asıl önem taşıyan can alıcı ifadeler ikinci ya da üçüncü sözcüklerde verilmelidir.

Radyo sadece kulağa seslenen bir araç olduğundan haberin flaşı, mümkün olduğu kadar tekrar edilmelidir. Böylece dinleyici baştan kaçırıldığı bazı önemli noktaları öğrenmiş olacaktır.

Radyo haberlerinde bugün sözcüğü olabildiğince kullanılmamalıdır. Çünkü radyo haberi zaten o gün olmuş olaylardır. Basın toplantısı haberlerini verirken toplantıda konuşma yapan bir kişinin konuyla ilgili asıl mesajı içeren sözleri değişiklik yapılmadan verilmelidir. Kişilerin sözleri üzerinde yapılacak oynamalar haberi aslından uzaklaştırabilir.

Belli konularda verilen demeçlerde muhabir tarafından yapılan eklemeler veya demeci eksik vermek yanlış anlamalara yol açar. Bazı durumlarda kişinin konuşmasını özetlemek gerektiğinde konuşmanın aslına sadık kalmak yapılacak en iyi iştir.

Radyoculukta röportaj, programcılığın ve haberciliğin bölünmez bir parçasıdır. Röportaj yapılan kişi, ilk elden bir haber kaynağıdır. Bir haberin yerinden aktarılmasında ya da bir programın sunumunda röportaj, monotonluktan kurtaran bir çalışmadır. Özellikle modern radyoculukta sık sık kullanılan bu teknik, haber yayınlarından, eğitim, kültür, eğlence, spor hatta reklâm yayınlarına kadar kullanılmaktadır.

Röportajda ilk yapılacak iş konukla ilgili araştırma yapmak ve gelen konuğun rahatlamasını sağlamaktır. Görüşmenin başında, görüşme konusu ve konuşmacı, özenle tanıtılmalıdır. Röportaj aralarında da konuğun adını sık sık dile getirerek radyosunu yeni açanlara konuğu tanıtmaya imkânı sağlanmalıdır.

Röportajı yapan kişinin röportaj sırasındaki tutum ve davranışları konuşmacıyı etkileyeceğinden her zaman kibar ve nazik olunmalı, konuşmacının sözü sık sık kesilmemelidir. Ancak konuya hâkim olduğunuzu da hissettirmelisiniz.

Günümüzde eğlence ve müziğin ön planda olması nedeniyle çoğu radyo istasyonlarında habere gerekli önem verilmemekte, gazete ve televizyonlardan toplanarak hazırlanan kısa haber bültenleri ile dinleyicinin haber alma gereksinimini karşılamaktadır. Haber seçiminde dikkate alınacak olan radyonun, ulusal veya yerel olup olmadığı bir de radyo istasyonunun temel yayın politikasıdır.

Haberin seçimi kadar sunumu da önemlidir. Sunucunun ses tonunu iyi ayarlaması, konuşma dilini kusursuz kullanması gerekir. Ayrıca vurguyu da yerinde yapabilmelidir.

Haber programı hazırlamak bir ekip çalışmasını gerektirir. Ekipteki tüm elamanların güncel olayları izlemesi, başarılı sosyal ilişkiler kurması, hızlı iş yapabilme yeteneğine sahip olması gerekir. Bir anlamda haber programı hazırlamak için zamanla yarışılır. Kısa zamanda olayla ilgili tüm ayrıntıları incelemek ve çeşitli iddiaları destekleyecek kanıtları bulmak gerekir.

Haber programlarında planlama yapmak önemlidir. Bazen ülke gündemine aniden oturan olağanüstü olaylara da her zaman hazırlıklı olunması gerekir. Çünkü habercilik sürpriz gelişmelerle açık bir iş alanıdır.

Haber kadrosunda görevli kişiler vardır. Bunların başında yazı işleri sorumlusu gelir, görevi ekip arkadaşlarının çalışmalarını yönlendirmek ve düzenlemektir. Bunun altında yazı işleri sekreteri vardır. Bu kişi kesinlikle gazeteci olmalıdır. Yazı işleri sekreterinin görevi kendisine gelen haber bantlarını incelemek ve günün konularını haber programının yayın akışına göre sıralamaktır. Bunlardan başka muhabirler vardır ki haber ve röportaj yaparlar. Muhabirler belirlenmiş bölgelerden sorumludurlar ve o bölgedeki her türlü haber kaynağını kullanarak haber üretirler.

Haber bültenleri dışında haber gündeminden seçilen, kamuoyunda yankı uyandıran önemli konuları günlük, haftalık, aylık ya da belirli zaman dilimlerinde ayrıntısıyla sunan programlara haber programları denir.

Haber programlarının hazırlanışı temelde haber bültenlerine benzer. Haber programlarının senaryosu, düz haber metni gibi hazırlanır. Programın başında olay izleyiciye tanıtılır. Daha sonra olayın ardında yatan nedenler hikâyeleştirilerek aktarılır.

Olayı meydana getiren olgular arasındaki neden-sonuç ilişkileri tüm yönleriyle ortaya konur. Ancak bunu yaparken tarafsızlık ilkesine dikkat edilmelidir. Özellikle kamuoyunda tartışma yaratan sorunlar üzerinde olabildiğince farklı görüşlere yer vermek, konuyu tüm açıklığıyla kamuoyuna sunmak ve kararı yargıya bırakmak esas olmalıdır.

Bütün haber bültenleri ve haber programlarında yayın aracının özelliğine uygun biçimde anlatım metotları değerlendirilecek, haber bültenlerinde önceden tespit edilmiş izlenimler yerine muhabirlerin canlı olarak aktardığı olayların dinamik bir bakış içinde verilmesi sağlanacaktır. Televizyonda görüntüye ağırlık verilecektir.

Haberlerde yorumlara ve değerlendirmelere de yer verilecek, haber bültenlerinde günümüzde ve gelecekte milletler arası ilişkilerimize zarar verebilecek siyasi ve ideolojik değerlendirmeler yapılmayacak bu tür değerlendirmeler ayrıca irdelenecektir. Haber ve yorumların kaynaklarının açıklanmasına dikkat edilecektir.

4.1.2. Eğitim Programları

Eğitim programlarında amaç, iletişimin bilgi verme işleviyle bağlantılı bir yayın türü oluşturmaktır. Çağımızda haber alma, toplumların en doğal haklarından sayılmakta özellikle demokratik düzene sahip ülkelerde bu haklar yasa kapsamına alınarak korunmaktadır. Radyonun haber işlevinin kalkınmakta olan ve gelişmemiş ülkelerdeki önemi diğer kitle haberleşme araçlarına göre çok daha fazladır. Çünkü bu ülkelerde okuma yazma oranının başka bir deyişle temel eğitimin düşük olması radyonun halkı aydınlatma ve haber vermedeki önemini artırmaktadır. Radyo bu işlevlerini yerine getirirken her şeyden önce objektif olmalıdır.

Eğitim programlarında amaç, bilgi vermek, uyarmak, yorumlamak, eğitmek ve inandırmaktır. Eğitim programlarına yönelik ilgiyi körükleyen en etkili unsurlardan birisi de “merak”tır. Eğitim programlarını izleyenlerin belirli bir amacı vardır. Öncelikle izleyiciler, yaşlılarının saygısını kazanmak, kişisel veya mesleki çıkarlarıyla da iş hayatındaki statülerini geliştirmek ve yeni bilgi ve beceri kazanmak için bu tür programları tercih etmektedir.

Eğitim programları planlanırken ilk yapılacak iş, programın hangi amaca hizmet edeceğinin ve bu hizmeti gerçekleştirmek için neler yapılması gerektiğinin belirlenmesidir. Genel olarak ele alındığında radyo ve televizyonun eğitim işlevi iki grupta incelenir.

Örgün eğitim - Okul eğitimi

Yaygın eğitim - Okul dışı eğitim (Halk eğitimi)

Bir ülkenin sosyo-ekonomik koşulları radyo ile yapılacak eğitimin içeriğini de belirler. Dinleyiciler, eğitim programlarını ancak önem verdikleri ya da ilgi duydukları bir konuyu ele alıyorsa dinler. Herhangi bir konuyu ele alan eğitim programını çekici hale getirmenin çeşitli yolları vardır. Örneğin, ünlü bir sinema oyuncusunun sunucu olarak kullanıldığı eğitim programları ilgi çekebilir.

Eğitim programlarında dikkat edilecek nokta, bu tür programların düzgün konuşan, izleyicinin güvendiği, inandığı ve otorite olarak kabul edilen kişiler tarafından sunulmasına özen gösterilmesidir.

4.1.3. Kültür Programları

Radyo yayınlarındaki eğitim işlevini pekiştirmek üzere radyo yayınları arasında, kültür amaçlı programlara yer verilir. Ancak ticari amaçlı radyo kanallarında bu tür yayınlar çok az denecek orandadır. Edebiyat, resim, heykel, müzik, sinema, tiyatro, dans gibi konular kültür programlarının malzemesini oluşturabilir.

Radyo, eğitim içerikli programlarının yanı sıra toplumun bilgi seviyesini yükseltmek için kültür içerikli programlara da yer verir. Toplumlar değişmekte, gelişmektedir. Teknoloji de baş döndürücü hızla ilerlemekte ve insanlar bu gelişime ayak uydurmak zorunda kalmaktadırlar.

Kültür programlarının amacı, kültürel değerleri aktarmak, tüm dünyadaki kültürlerin tanınmasını sağlamak, bireyi çağdaş kültürel birikimlerle donatmak olarak tanımlanabilir.

Bir toplumun kalkınması ve gelişmesi bu tür kültür içerikli programlarla mümkündür. Toplumun düşünce hayatının gelişmesi bilimsel çalışmaların yapılabilmesi kültürel kalkınmışlıkla ilgili bir olaydır. Bu tür programlar yapmak, radyo gibi kitle iletişim aracının en önemli görevidir.

4.1.4. Drama Programları

Drama programları denince aklımıza ilk gelen şey radyonun altın yıllarında büyük bir dinleyici kitlesine sahip olan “arkası yarın” ve “radyo tiyatrosu” adlı programlardır. Televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte insanlar televizyona yönelmeye başladı ve böylece duyarak takip ettikleri radyo oyunları ile geliştirdikleri hayal gücünü zayıflatmışlardır.

Dramatik programlar her türlü ayrıntıların planlandığı, senaryosunun önceden yazıldığı program türleridir. Drama programı yaparken konu seçimi önemlidir. Seçtiğiniz konunun ilginç olması, hedef kitlenin herhangi bir sorununu dile getirmesi, bu soruna çözüm araması ya da izleyiciyi yaşadığı mekândan alıp yaratılan hayal dünyasına götürebilecek şekilde tasarlanmaları gerekir.

İnsanların yaşadığı ortam ile olmak istedikleri ortamın farklılığından kaynaklanan zıtlıklar, aşk, nefret, intikam, macera (serüven), kendi geçmişini araştırma, merak vs. drama programlarına konu oluşturabilir

Bu yapıım tekniği, dramatik nitelikte yazılmış tiyatro eserleri, öykü ve romanlardan dramatik biçimde uyarlanmış konulara uygulanmaktadır. Bu tür program biçimine “oyun” da denir. Radyo yayınları içinde yer alan kısa temsiller (skeç), arkası yarın türü diziler (serials), ve komedi türü oyunlardaki (sitcom) biçimler, dramatik yapıım biçimleridir.

Radyo oyunu tiyatro, sinema, roman gibi dramatik bir yapıya sahiptir, dedik. Dramatik eserde üç bölüm bulunur. Bu bölümler, serim, düğüm ve çözüm ya da giriş, gelişme, sonuç olarak adlandırılır. Bu bölümlerin sıralamaları değiştirilerek farklı dramatik yapı kurulabilir.

Dramatik yapıım biçiminin önemli bir özelliği düz programlarda görülmeyen, kullanılmayan müzik ve efekt öğelerinin kullanılmasıdır.

Radyo oyunlarında karakterlerin portresi diyaloglarla verilir. Karakterler, oyunda çizdikleri kişilikleriyle dinleyicinin programı takip etmesini sağlayan en önemli faktördür. Karakterlerin dinleyicilerin beklentilerini, yaşam felsefesini iyi yansıtmaları gerekir. Oyunun kahramanı ve karşısına çıkan engellerle mücadelesinde dinleyiciye belli bir tarafı tutma şansı tanınmalı, karakterler arasındaki gerilim, oyunun sonuna kadar götürülebilmelidir. Karakterlerin konuşması kişiliklerine uygun olmalıdır. En küçük bir duygu belirtisi bile ses ve sözle verilebilir. Radyo oyunlarında konuşma dili kullanılmalıdır. Diyalog cümleleri mümkün olduğu kadar kısa, sade ve anlaşılır olmalıdır.

Radyo oyunlarında telefon görüşmeleri, mektuplar, karakterlerin kişilikleri ve durumları hakkında kolayca bilgi verebilir. Radyo oyununda efektler oyuna gerçeklik kazandıran oyunun etkili olmasını sağlayan yollardan biridir. Efektler radyo oyununda büyük harflerle yazılıp altı çizilmelidir. Müzik efektleri genelde girişte, sahne geçişlerinde ve finalde kullanılır.

Geçişler dışında metinde başka müzikler kullanılıyorsa müziğin başladığı ve bittiği yerler belirtilmelidir. Bunların dışında bazen anlık sevinç ve bunalımların dinleyici üzerindeki etkisini yoğunlaştırmak için birkaç saniyelik flaş müzik kullanılır.

Dramatik programlarda her olay belli mekânlarda geçer. Mekânlar programın ruhsal yapısı hakkında bilgi verir. Neşeli, romantik vs. gibi. Bu ortamın efekt, müzik ve diyaloglarla verilmesi dinleyiciyi oyuna motive eder. Efektlerle zaman ve mekân istenildiği gibi yaratılabilir.

Oyunlaştırma olarak adlandırılan bu biçimde iletilmek istenen bilgi -ki bu çoğu kez eğitici olmaktadır- oyun içerisinde verilmektedir. Bu programlarda amaç daha çok ilgi çekmek ve daha etkili olmaktır.

Bu tür programlarla insanlar bir yandan çevresinde ve dünyanın çeşitli ülkelerindeki yaşama biçimleri, örf-adetleri, duygu ve düşünceleri hakkında bilgi sahibi olurken diğer yandan kendisini o yerlere gitmiş hayal ederek, değişik insanlar tanır.

Özel olarak radyo tiyatroları yazılabileceği gibi tiyatro oyunlarından, romanlardan ve hikâyelerden de uyarlanabilir. Uyarlama yapmak ilk başta daha kolaymış gibi görünse de sadece kulağa hitap eden ve konuşmalarla ilerleyen bir oyunda oyunun geçtiği mekânı, zamanı, kişilerin ruh halini yansıtmak hiç de kolay değildir. Drama metni hazırlandıktan sonra seslendirme ekibi belirlenir ve uygun bir stüdyoda seslendirme çalışması yapılarak oyun kaydedilir. Drama için gereken efektler ve doğal sesler ya kayıt sırasında oyuncular tarafından üretilir ya da bir efektör tarafından efekt arşivinden bulunarak banda eklenir. Ayrıca radyo tiyatrolarının giriş ve çıkışı ile aralarına konuya uygun müzikler de eklenir.

Günümüzde radyolar düşük maliyetli ve fazla emek gerektirmeyen programlara yönelmişlerdir. Radyoda drama programı yapmak ise hem emek, hem zaman hem de masraf

gerektiren bir iştir. Bir anlamda drama çalışmalarının yapılmasında harcanan emek, yapılan çalışma dinleyiciye yansıyan kısmından kat kat fazladır diyebiliriz. Dramalarda önemli olan bir konu da ekip çalışması olmasıdır. Ekibin uyumu ve alanında uzmanlaşması programı başarıya götürecektir.

Özgün radyo oyunları ile Türk ve dünya edebiyatının seçkin eserlerinden yapılabilecek uyarlamalar radyoculuğun sanatsal işlevini yerine getirmesini sağlar.

Müzik, efekt ve insan sesiyle canlandırılan edebiyat eserleri, radyoyla milyonlara ulaşarak onlara yeni dünyalar açar. Bu uygulamalar İngiltere’de olduğu gibi ülkemiz de de okuma alışkanlığını olumlu etkileyebilir.

Bir radyo oyun yazarı eserinde, dinleyicinin yüksekliği, soğuğu, boşluk duygusunu ve buz üzerinde yürümenin güçlüğünü anlamasını, hatta görmesini sağlayabilir. Dinleyici tüm bunları gerçekte görmez ama yazarın kendisine verdiği çeşitli belirtici öğelerle kendi hayal dünyasında hepsini yaşatır. Örneğin dağa tırmanan bir adamın öyküsünü anlatıyoruz diyelim:

Dinleyicinin bu olayı hayal dünyasında yaşatmasını sağlamamız gerekir. Bu nedenle de çeşitli belirtici sözcüklere başvurmalıyız. Balta, ip, sırt çantası, rüzgâr, buz, buzul vb. gibi. Dinleyici bu sözcüklerin tanımlandığı nesnelere bakarak değil onlarla ilgili çağrışımlara başvurarak olayları hayal dünyasında canlandıracaktır.

4.1.5. Müzik ve Eğlence Programları

Radyo yayınlarının genel amacı ne olursa olsun, müzik ve eğlence türü programlara her radyo kanalında rastlanır. Hatta denilebilir ki müzik ve eğlence yayınlarının amacı, diğer yayınların izlenmesi için de bir araçtır. Özel radyolarda reklam almak ana amaç olduğu için yayınların izlenmesini sağlamak üzere müzik ve eğlence türü programlara ağırlık verilir.

Müzik, radyonun üç ayağından biridir. Konuşma ve efektler, sesin sacayağını oluşturur. Müziği uygun yerde kullanmak gerekir. Her boşluğa müzik sıkıştırılmazsınız. İyi seçilmiş, zamanlaması uygun bir müzik parçası programınıza çok şey katar. Uygun olmayan bir müzik ise dinleyiciyi çileden çıkarır. Bir anlamda müzik dinleyicinin ruh halini düzenler. Şunu belirtmekte yarar var ki donanımlı, gelişmiş radyo istasyonlarında her şey bilgisayar denetiminde yürütülmektedir. Örneğin müzik parçalarının hangi sırayla çalınacağı, reklamların ne zaman gireceği ve program süresinin belirlenmesi radyoculuğa özel bilgisayar yazılımlarıyla sağlanmaktadır.

Burada belirleyici bir etken de ülkenin kültür yapısı ile kanalların seslenmek istediği dinleyici kitlelerinin özellikleri radyo kanallarının ne tür müziğe yer vereceğini belirler. Müzik programlarında ana unsur doğal olarak müziktir. Bir müzik programında ana temayı: bir kişilik

(ünlü sunucu vb.), bir olay (yoksullara yardım), bir müzik türü ya da bir mekân oluşturabilir. Öncelikle programcı bu temalara ait fikirler bulur. Bu aşamada yararlanabileceği özel kaynaklar da vardır. Örneğin, bestecinin doğum günü, ulusal tatiller, özel günler gibi. Aksi takdirde birbirinden bağımsız müzik parçalarını bir araya getirmekle bir müzik programı gerçekleşmez.

Müzik programlarında tempoyu canlı tutacak önemli unsurlardan biride sunucu ya da sunuculardır. Farklı tür müzik yapan sanatçıları belli bir kompozisyon uyumuyla sunmak ve sanatçılar arasında geçişi sağlamak sunucunun görevidir. Ayrıca programa çağırdığı sanatçıya yönelteceği ilginç sorularla dinleyiciyi hazır hâle getirerek, programa çok şey katacaktır.

Radyoda DJ (diskjokey) adı verilen ve programdaki müzik parçalarını tanıtip parçaları uygun geçişle bağlayan program sunucularından özellikle hedef kitlesi gençlik olan programların sunuşunda yararlanılmaktadır.

Müzik programlarının süresi ve programın ritmi dinleyiciyi sıkmayacak şekilde düzenlenmelidir. Program için müzik parçaları aralarına yerleştirilecek sözel malzeme programın akış hızını etkileyen önemli bir unsurdur.

Müzik programlarının akışı içerisinde en sevilen, en tanınmış parçaları sona bırakmak ya da programa katılan tüm sanatçıların birlikte şarkıyı seslendirmeleri programın doruk noktasını oluşturur.

Müzik programları içinde yer alan müzik türlerine göre, Hafif Batı Müziği, Klasik Batı Müziği, Türk Sanat Müziği, Türk Halk Müziği, Hafif Türk Müziği programları olarak sıralanabilir. Burada şunu belirtelim ki tematik müzik programları belli bir uzmanlığı gerektirir. Bu tür programları izleyenlerin eğitim ve bilgi düzeyi popüler müzik programlarının izleyicilerinden daha yüksek olduğu bir gerçektir. Bu nedenle de bu programın daha entelektüel anlamda işlenmesi gerekir.

Müzik programlarında sunucu, programın birliğini, bütünlüğünü sağlama açısından önem taşır. Müzik programları özet bir metinle gerçekleşir. Ancak detaylı hazırlanan bir program metni hem içeriği hem de biçimi önceden belirlemeye olanak tanır. Bu program metninde, programda yer alacak sanatçılar bu sanatçıların ilginç ve renkli yönleri belirlenir. Bu yönlerin ortaya çıkması ile ilgili çalışmalar yapılır. Programda yer alacak müzikler dinlenir. Gerekli provaların yapılması yönetmene büyük kolaylıklar sağlar.

4.1.6. Spor Programları

Radyo programları içinde belki de gelişen medyaya karşı önemini korumayı başaran radyo programlarından biri spor programlarıdır. Özellikle yerel radyolar buldukları yerdeki spor olaylarından haberdar olmak isteyen sporseverler için iyi birer haber kaynağıdır.

Radyoda hazırlanan spor programlarını dört gruba ayırırız:

- Temel stüdyo program

- Bültenler

- Olayın canlı aktarımı ve spor karşılaşmalarının canlı yayını

- Bunlardan her birinin diğeri ile gerçekleştirildiği çeşitli kombinasyonlarla birlikte hazırlanan programlardır.

Temel stüdyo programları tamamı spor olacak şekilde ya da spor ve müzik karışımı olacak şekilde iki farklı yöntemle hazırlanabilir.

Bültenlerde yapılan iş ise televizyon kanalları ya da gazete haberlerindeki spor haberlerinin esas alınarak sunumun yapılmasıdır.

Bazı spor kulüpleri, radyo istasyonlarının gelişimine katkıda bulunmak için belli bir fiyat üzerinden anlaşarak karşılaşmalarının naklen yayınına izin verir. Büyük kulüplerin maçlarını izlemek sporseverler için paralı olacağından, insanların kolayca ulaşabileceği ve istediği ortamda dinleyebileceği radyonun tercih edilmesi bu nedenle olumlu yönde olmuştur.

Spor haberi, sporla ilgili her türlü güncel gelişmenin yer aldığı haberdır. Futbolda lig karşılaşmalarından, basketbol, voleybol, vs. gibi spor dalı olduğu uluslararası alanda kabul edilmiş ve bir federasyon çatısı altında etkinlik gösteren bedensel, ruhsal gelişime yönelmiş çalışmalar spor haberlerine konu oluşturur.

Sporun hem eğlence hem de para kazanma aracı olarak toplum yaşamında önem kazanmasıyla birlikte haberciler de bu alana yöneldi. Yalnızca spor haberleri ile ilgilenmek için spor servisleri kuruldu.

Spor haberlerinde yer alacak konuları spor servis şefi belirler. Spor haberleri en sevilen spor dalından en az ilgi çeken spor dalına doğru sıralanır.

Spor haberi verilirken karşılaşmanın olduğu mekâna canlı bağlantı yapılması dinleyicinin ilgisini çeker. Canlı bağlantı sırasında muhabirin kendi izlenimlerini anlatması, sporcularla, hakemlerle ya da kulüp yöneticileri ile yapılan röportajlar karşılaşmanın heyecanını dinleyiciye aktarır.

Spor haberlerinde sporcularla ilgili konular da yer alabilir. Ancak bu tarz haberlerde sporcunun özel hayatına girmeden sporcunun yaptığı faaliyet ile ilgili haberleri ön plana çıkartmaya özen göstermek gerekir.

Bir spor haberi yaparken o spor dalına ait federasyonun yöneticileri ve yönetimi ile ilgili konuları ele alıp incelemek, federasyondaki aksaklıkları, yönetimdeki yolsuzlukları, yapılması ya da yapılmaması gerekenleri konu alan haberler de yapılabilir.

Spor kulüpleri, yöneticileri, spor haberlerinin konuları arasında sayılabilir. Kulüp başkanlarının oyuncu transferleriyle ilgili açıklamaları da spor haberlerinin konuları arasında yer alır.

Spor haberleri veya spor haber programları hazırlanırken elde edilen istihbaratın doğru olup olmadığı araştırılmalı, doğruluğu kesinleştikten sonra haber yapılmalıdır. Haber tek bir kaynaktan değil, birkaç kaynaktan doğrulanmalıdır.

4.1.7. Reklam Programları

Radyolarda iki türlü reklamla karşılaşırız. Birincisi radyonun kendi istasyonunun ve programlarının reklamı; diğeri de farklı ürün ve hizmetlerin tanıtım reklamıdır. Reklamda amaç ürünün satışını artırmak, kazanç sağlamaktır. Bilindiği gibi radyo görsel bir medya değildir. Radyoda dinleyicinin hayal gücüne seslenen reklamlar etkili olur. Radyo reklamları insanların kafasında imaj oluşturmadığı sürece başarılı olamaz. Radyo, sayısal olarak çok kişiye hitap etmesine karşın bir anlamda kişiseldir. Dinleyici abartıyı ve gerçekleri çabucak fark edebilir.

Radyonun yaygın bir medya aracı olması her yer ve her ortamda dinlenebilmesi, kullanımın kolay olması dolayısıyla reklam açısından çok önemli bir araçtır. Reklamlarda radyonun duygusal boyutu kullanılmalıdır. İyi bir radyo reklamı, dinleyici ile etkili bir iletişim kurabilmeli, reklamı yapılan markaya karşı olumlu duygular uyandırabilmelidir.

Reklamın bir türü de ABD gibi ülkelerde uygulaması çok yapılan, bizde ise özel yayıncılıkta gelişen tür olarak programların satılması ya da diğer adı ile “sponsor”lu program uygulamasıdır. Televizyon programlarında daha yaygın olan bu uygulamada anlaşmaya bağlı olarak programların başında, sonunda, programın ortalarında o programı destekleyen kurum ya da kuruluşun adı, ürettiği mal ve hizmet ve diğer bilgiler verilmektedir. Zaman zamanda reklamlar doğrudan değil dolaylı yapılır.

Şunu belirtmekte fayda vardır ki reklam (tanıtma) yayınları sadece para karşılığı program ya da zaman satma ile olmaz. Para karşılığı olmayan tanıtıcı programlara, gizli reklam tipine giren iletilere yayınlar içerisinde de rastlamak mümkündür. Örneğin bir sanatçının yeni çıkan albümünden söz ederek, albümünde yer verdiği şarkısını söylemesi gibi. Radyo reklamlarının

başarısı bir anlamda reklam yazarına da bağlıdır. Reklam yazarı, hedef kitesini iyi tespit etmelidir.

Reklam ve onu destekleyen müzik, efekt, radyo istasyonunun yayın politikasına uygun olmalıdır. Radyo reklamları konuşma dilinde hazırlanmalıdır. Radyo reklam spotu, dikkat çekici müzik ve ses efekti ile başlamalıdır.

Bölüm Soruları

- 1) Aşağıdakilerden hangisi amacına göre sınıflandırılmış radyo program türü değildir?
 - a) Haber programı
 - b) Müzik ve eğlence programı
 - c) Reklam programı
 - d) Yurtdışı programlar
- 2) Anlatımın ağırlıklı olarak kullanıldığı müzik ve efektlere çok özel durumlarda başvuru program türü aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Reklam programları
 - b) Haber programları
 - c) Kültür programları
 - d) Drama programları
- 3) Haber programı hazırlamak isteyen program yapımcısının aşağıdakilerden hangisine ihtiyacı yoktur?
 - a) İyi bir arşiv
 - b) Amacına uygun mikrofon
 - c) Doğru haber kaynakları
 - d) İnternet bağlantısı
- 4) Röportaj tekniği aşağıdaki hangi program türünde daha çok kullanılır?
 - a) Eğitim programı
 - b) Drama programı
 - c) Haber programı
 - d) Müzik ve eğlence programı

5) Aşağıdakilerden hangisi doğrudan haber kadrosunda görevli kişilerdendir?

- a) Müzik direktörü
- b) Yazı işleri sekreteri
- c) Teknik müdür
- d) Bilgi işlem sorumlusu

Cevaplar: 1) d 2) b 3) d 4) c 5) b

5. RADYODA PROGRAM TÜRLERİ II

Giriş

Radyoda yayınlanan programlar, çeşitli nitelikler göz önünde bulundurularak gruplandırılır. Bu nitelikler kimi zaman izleyici kitlesi ele alınarak, kimi zaman amacı, genel niteliği ya da kapsama alanı dikkate alınarak yapılmaktadır.

5.1. Yapım Özelliklerine Göre Programlar

Radyo yayınları önce, programların içeriğindeki yapım malzemelerine, yapım öğelerinin niteliğine göre iki grupta toplanır. Bu gruplar programların temel yapım malzemesi olan söz ve müziktir. Programda bu iki malzemedenden hangisi daha ağırlıklı olarak kullanılmışsa program o adla adlandırılır. Tüm radyolardaki program planlamaları, söz ve müzik oranları dikkate alınarak yapılır.

5.1.1. Söz Programları

Genel olarak tanımlamak gerekirse, söz yayınları, topluma söz yolu ile ulaşan radyo yayınlarıdır. Söz yayınlarının içerisinde salt söz yayınları dışta bırakılırsa, müzik öğesine de rastlanabilir. Ancak burada ağırlık sözde olduğu için yayının genel niteliği söz yayınıdır. Haber, söz programları içerisinde olmakla birlikte, yapılışındaki farklılıklardan ötürü genel yayın prototipinde aynen yer alır.

Söz programları kendi içinde alt gruplara ayrılabilir. Bu ayırmda çeşitli ölçütler vardır. Örneğin amacına göre söz programları; haber, haber programları, eğitim ve kültür programları, tanıtım ve propaganda ya da eğlence türü yayınlar olarak alt gruplara, bu alt gruplar da yine amacına ve seslenecekleri hedef kitlenin özelliklerine göre farklı adlar altında gruplandırılabilir. Örneğin, bir eğitsel program türünde programın hedef kitlesi çocuk, kadın ya da gençlik olabilir.

Söz programlarında verilmek istenen mesaj, az ve öz olarak sunulur. Bu nedenle de özellikle tek sesli programlarda sürenin kısa tutulmasına özen gösterilmelidir. Bu süre programın amacına göre 5-20 dakika arasında sınırlandırılmalıdır. Süresi uzun tutulan söz programlarında bir süre sonra dinleyicinin dikkati dağılacığından program amacına ulaşamayabilir. Şov tarzındaki söz programlarında eğlence unsurunun ağırlıkta olması sebebiyle, program süresi daha uzun tutulabilir.

5.1.2. Müzik Programları

Müzik yayınları topluma ya da seslendiği kitleye müzik yolu ile ulaşan yayınlardır. Bir müzik yayınının içinde söz öğesine rastlanabilir. Söz gelişi, bir müzik programının açıklamalı kısımları sözden oluşabilir. Burada programın genel niteliği müzik olup, söz öğesi yardımcı, tamamlayıcı amaçla kullanılmaktadır. Müzik yayınları da söz yayınlarında olduğu gibi kendi içinde alt türlere ayrılmaktadır. Bu ayırım ise genellikle müzik türlerine paralel biçimde gerçekleşmektedir. Örneğin, o ülkenin kendi otantik müziği, klasik müzik, popüler müzik, caz müziği, hafif müzik, dans müziği, folk müziği gibi alt gruplara ayrılabilir. Müzik ağırlıklı yayınları daha çok özel kesimin elinde bulunan ticari, rekabetçi radyolar benimsemektedir.

Radyo kuruluşlarında söz ve müzik yayın oranları, yayın planlama aşamasında saptanır. Bu saptamada önemli etken, o radyo kanalının ne amaçla kurulduğu ve nasıl bir yönetim biçimi ile yönetildiğidir. Ticari yayıncılık uygulamalarında esas amaç para kazanmaktır ve bu sebeple mal ve hizmetlerin tanıtılmasına yönelik en etkili yöntem eğlence unsuru olarak görülmekte ve buna en iyi aracılık eden ise müzik olmaktadır. Devletin ya da hükümetin elinde bulunan radyo istasyonlarında ise durum bunun tersi olarak, yayınlar çoğunlukla söz ağırlıklıdır.

Özel radyo kanallarında müzik ağırlıklı yayınlara ek olarak, düz konuşma, röportaj, canlı telefon bağlantıları, stüdyo içi, stüdyo dışı yarışma programları şeklinde uygulanmaktadır.

5.2. Dinleyici Özelliklerine Göre Program Türleri

Radyo yayınları tüm kamuya seslendiklerinden, toplum içindeki her kişiye inmek, onun gereksinmesini karşılamak zorundadır. Bu yönden bakılınca, yayınlar dinleyicinin cinsiyet, yaş, oturduğu yer, meslek, eğitim, dil, din, etnik özelliklerine seslenen yayınlar olarak da gruplandırılır.

5.2.1. Cinsiyete Göre Radyo Programları

Toplumunu oluşturan iki ayrı cins olan kadın ve erkeğin ilgi alanları, beğenileri, istekleri farklıdır. Toplumsal yaşamdaki farklılık, özellikle kadının anne, ev kadını ve çalışan kadın olarak sorumlulukları ile çevresine olan ilgisinin erkeğin ilgisinden farklı olduğu ortadadır. Sağlık, çocuk bakımı, yemek ve ev ekonomisi ile ilgili konular genelde kadın izleyicilerin ilgi gösterdikleri programlardır.

Ülkemizde ve diğer ülkelerde özel olarak hazırlanan kadın programları vardır. Bu tür programların yayın saatleri ve içeriklerinde seslenen grubun özelliklerine, beğeni istek ve gereksinimlerine uyulmaya çalışılır. Kadın programlarında ev ekonomisi, çocuk bakımı, yemek tarifleri, güzellik sırları, kadın-magazin konuları vb. ele alınır. Bu programlar eğlendirirken aynı zaman da öğretici de olabilir.

Kadına seslenen özel programların yanında erkeklere seslenen özel programlar da vardır. Örneğin, belirli mesleklerle ilgili programlarda ya da genellikle spor yayınlarında hedef izleyici erkeklerdir. Ancak şunu da belirtmeliyiz ki hedef izleyici kitlesi erkek olan programlara ilgi duyan kadın izleyiciler de olabilecektir.

5.2.2. Yaş Gruplarına Göre Radyo Programları

Radyo dinleyicilerini sınıflandıran önemli bir özellikte değişik yaş gruplarının radyo dinleme olanağına sahip olmalarıdır. Bu durum göz önüne alınarak radyo yayınları belirli yaş ve

kümelere ayrılmıştır. Çocuk, gençlik, yetişkin ve yaşlı kümeye seslenen programlar yaş kıstası göz önüne alınarak hazırlanan yayınlardır. Bu programlar içerisinde en yaygın olanı çocuklara yönelik olanlardır. Okul öncesi yaştan başlayarak, 14–15 yaşlarına değin yapılan programlar da farklı yaştaki çocukların, gereksinimleri karşılanmaya çalışılır. Bu tür programlarda hedef kitlenin ilgisini çekecek program formatları kullanılır. Çocuklar eğlendirilirken eğitime de çalışılır.

TRT yayınları içerisinde süreklilik kazanan program türlerinden biri de çocuk yayınlardır. Bu yayınlar eğitici niteliktedir. Daha önceleri Beş Yıllık Kalkınma Planları'nda bu bir görev olarak TRT'ye verilmişti. Bu bakımdan TRT, diğer eğitsel yayınlarda olduğu gibi çocuklara yönelik yayınları da eğitici içerikteki yayınlar gibi program planlarına almakla yükümlüdür.

TRT'nin programlarında okul öncesi çocuktan başlayarak, ilköğretimde bulunan çocuklara kadar onların gereksinimlerini karşılayan okuldaki eğitimlerini destekleyici, zenginleştirici eğitsel programlara yer verilmektedir.

Yaş kümesi içinde önem verilen doğrudan seslenen bir başka grup da gençliktir. Genellikle 15–20 ile 21–25 yaşları arasındaki kişilere seslenen bu tür programlarda yine eğitsel nitelikli programlara yer verilmektedir. Bu gençlerin sorunları, beğenileri de farklılık göstermektedir. Ayrıca bu gençlik kümesinde okumayan oldukça geniş bir kitlenin bulunması gerek sorunlarda gerekse bunların karşılanmasında farklılık göstermektedir.

Yaş kümeleri içerisinde seslenen diğer bir grup da yetişkinlerdir. Bu grup gençlik dönemi ile yaşlılık dönemi arasında kalan yaş kümesidir. Bu kümeye seslenen yayınlar sağlık, beslenme, çocuk bakımı, çevre sağlığı, trafik, yabancı dil öğretimi gibi beceri ve uğraş kazandıran konularda eğitsel içerikli programlar olabileceği gibi aydınlatıcı, kültürü artırıcı, eğlendirici programlar da olmaktadır.

Yaş kümeleri içinde en az seslenen kitle yaşlı dinleyicilerdir. Çalışan nüfustan bir anlamda çıkmış olan bu dinleyici kitlesi genellikle genel dinleyici kitlesi içerisinde yer almakta ya da az da olsa bir iki programla seslenilmeye çalışılmaktadır. Bu kitlenin de öğrenmeye, gelişen teknolojiyi takip etmeye ihtiyacı vardır.

TRT dışındaki özel radyolarda ağırlıklı olarak gençlere seslenen müzik yayınları görülmekte, özellikle eğitim ve kültür amaçlı her yaş grubuna seslenen program türlerine az rastlanmaktadır.

5.2.3. Mesleklere Göre Radyo Programları

Toplumda yaşayan insanlar değişik meslek gruplarına mensuptur. Mesleklerin çeşitli olması belirli mesleklere göre yayın yapılmasını zorunlu kılar. Özellikle toplum içinde ağırlık kazanan ve eğitim gerektiren mesleklerle ilgili yayınlara yer verilmelidir. Örneğin, öğretmen, doktor gibi toplumda oldukça geniş yeri olan mesleklerle ilgili yapılacak programlar ilgi çekecektir. Bunlar dizi, sürekli yayınlar olabileceği gibi tek bölümlük yayınlar şeklinde de görülebilir.

Bazı meslek mensupları, meslekleriyle ilgili güncel gelişmeleri öğrenmek, sıkıntılarını ve beklentilerini paylaşmak ihtiyacı duyar. Bu amaçla kitle iletişim araçlarına başvururlar. Bu ihtiyacı karşılamak amacıyla mesleklere yönelik, sektörel programların yapılması gerekir.

5.2.4. Yerleşme Birimlerine Göre Radyo Programları

Yerleşim birimleri arasındaki farklılık yayınlara da yansır. Kentsel yaşantının sorunları, gereksinme, beğeni ve ilgisi ile kırsal kesimde yaşayan insanların sorun, gereksinme, beğeni ve ilgisi birbirinden farklıdır.

Kırsal kesimde yaşayan üretici olarak topluma katkısı olan, bu dinleyici kümesinin gerek temel eğitim açısından eksikliği gerekse gelişen teknolojinin buluşlarından üretimde yararlanmaları gereği ve gerekse evrende olup bitenden haberdar edilmelerini sağlamak amacıyla bu kesime özgü özel yayınların yapılması gerekmektedir.

Özellikle kamu hizmeti yapan radyo kanallarında kırsal kesimde yaşayanlara dönük programlara ağırlık verilmektedir. Kentte yaşayanların da temel eğitimi, çevreye uyumları ile ilgili olarak sorunlarının ele alındığı, işlendiği programlar da yer almaktadır. Şunu da söyleyebiliriz ki büyük kentte yaşayanların farklı sorunlarından dolayı farklı konularda programların yer alması da doğaldır.

5.2.5. Eğitim ve Kültür Düzeyine Göre Programlar

Bireyin toplumsal ve ekonomik düzeyini belirleyen en önemli etkenlerden birisi de almış olduğu eğitimidir. Radyoda verilen bir iletinin dinleyici tarafından etkili biçimde alınabilmesi dinleyicinin eğitim düzeyi ile doğru orantılıdır.

Burada eğitim ile kültürü birbirinden ayırmak gerekir. Her eğitim almış kişi, kültürlü olmayabilir. Başka bir deyişle ifade edersek örgün eğitim almamış bir insan gayret göstererek kendisini yetiştirmiş olabilir. Bu programların hedefi kültürel anlamda kendisini yetiştirmiş

insandır. Bir anlamda radyo ve televizyonlarda yapılacak programlarda dikkate alınması gereken nokta diploma değil, gerçek anlamdaki kültürel düzeydir.

Eğitim ve kültür düzeyine göre programları hazırlarken dikkat edilecek nokta öncelikle hedef kitlenin özelliklerini iyi belirlemektir. Bu tür programları hazırlamak bir anlamda zor iştir. Çünkü içeriği gereği bir ölçüde ciddi hazırlanmalıdır. Burada anlatılmak istenen ciddiyetin ölçülü olmasıdır. Ciddi olayım derken asık suratlı olmak doğru değildir.

Bu tür yapılan programların amacı sadece bilgi vermek değildir. Dinleyicilerde ilgi uyandıracak, onları araştırmaya yönlendirecek konuları gündeme getirmelidir. Bu programların ilkesi ezbercilikten uzak araştırmacı bir eğitim anlayışı olmalıdır.

Eğitim ve kültür düzeyine göre yapılan bu programlara ilginin sağlanması önemlidir. Konunun elverdiği ölçüde drama şeklinde hazırlanan bir sunuştan ya da müzik ve efektlerden yararlanarak bilgilerin kalıcılığı sağlanmış olur.

Diğer önemli bir husus da burada ele alınan konuların güncelliğinin korunmasına dikkat edilmesidir. Güncelliğini yitirmiş bilgilerle program yapılmamalı, bu konuda ekibin titizlikle çalışması ve araştırmacı olması gerekmektedir.

5.3. Kapsama Alanına Göre Programlar

Yayın örgütleri farklı verici gücü ile yayın yaptıklarından, yayınların kapsama alanı da farklı olmaktadır. Genellikle radyoların verici gücü, kapsanması istenen hedef kitleye göre hesaplanır. Bu hesaplamada hem verici gücü hem de vericinin yönelmesi önemlidir. Güçlü vericiler ülkenin tümünü kapsarken, küçük vericiler çok sınırlı bir alanı kapsayabilir. Yayınlar ülke içine yapılabileceği gibi, ülke dışına da yapılabilir. Günümüzde geline durumda ise internet yayıncılığı, tüm sınırları ortadan kaldırmıştır.

5.3.1. Yerel Radyo Programları

Küçük bir yerleşim alanına seslenen yerel radyoların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Günümüz radyoculuğu, yerel programların yayınlanmasını daha ilgi çekici duruma getirmiştir. 1990'lı yıllardan itibaren ülkemizde yayın yapan iki bine yakın özel radyo istasyonu bulunmaktadır. Bu konuyla ilgili olarak özel radyoculuğun olduğu ülkelerde küçük dinleyici kümelerine seslenen programlar oldukça fazladır.

Yerel radyolar, küçük yerleşim yerlerindeki insanların sorunlarına eğilen, dilek ve şikâyetlerine yer veren yayınlar yapmakta o insanların sesi olmaktadır. Yerel radyolarda genellikle canlı yayın yapılır. Dinleyici kitlesi ile çeşitli iletişim kanalları ile daha içten ilişkiler kurulabilir. Radyo kanalında çalışanlarının sayısının az olması da herkesin birbirini tanıdığı rahat

bir ortam oluşturur. Bu tür programlarda sık sık yarışmalar düzenlenerek yarışmacılara ödüller dağıtılır. Bu tür programlar sponsorlar tarafından desteklenir. Programların yerel olmasının yanında; özel radyolardaki reklamlar da yerellik özelliği taşır. Bu reklamlarda yerel mal ve hizmetlerin tanıtımı ön plana çıkar.

Yerel radyolarda yayınlanan programlar genellikle yöresel haberler ve gelişmelerle oluşturulur. Bu tip radyolarda yer alan konulu programlar genellikle diğer bölgelerde yaşayan insanların çok fazla ilgilendirmeyen, sadece o yöreye has verilerle tamamlanır. Ancak yerel radyolardaki bazı programlar sadece yerel konulu da olmayabilir. Örneğin Akşehir'deki bir festival hakkında ilçenin yerel kanalında yayınlanan program, o ilçe dışında yaşayan çoğu kimsenin ilgisini çekmeyebilir. Aynı radyodaki bir mizah-eğlence programı ise yapım niteliği ve içeriğiyle o yöre insanı dışında da ilgi toplayacak nitelikte olabilir.

Yerel radyoların en belirgin özelliklerinden biri de programların türü, hazırlanması, programdaki konuşmacılar ve dinleyicilerinde ilişkilerinin farklı olmasıdır. Dinleyici ile ilişkiler daha sıcak ve samimidir. Programlarda yerellik esas olduğundan program yapımcısının, o yörede yaşayanların beğeni ve gereksinimlerini göz önüne alarak toplumu iyi bilen, tanıyan toplumdaki gelişmeleri izleyen kişiler olması gerekmektedir. Böyle olduğu durumda da bir program yapımcısının kolayca program konusu bulabileceği ve kolayca programını hazırlayabileceği imkânları da vardır. Bu tür radyolar müzik ağırlıklı programlara da yer verir.

Yerel yayın yapan radyolar arasında TRT Hatay İl Radyosu ve Turizm Radyosu'nun yanı sıra pek çok küçük yerleşim birimlerindeki radyo kuruluşları sayılabilir. Yerel radyoların vericileri, ulusal ve bölgesel radyolara göre daha düşük kW ile daha dar bir alana yayın yapar.

5.3.2. Bölgesel Radyo Programları

Radyo verici gücünün bir bölgeyi kapsamaması durumunda bölgesel yayından söz edebiliriz. Bu radyo istasyonlarının yayınlacağı programlarda bölgesel gereksinimler dikkate alınır. Belli bir bölgede yayın yapan bölge radyoları öncelikle o bölgede yaşayan insanların sorunlarını sıkıntılarını dile getiren programlara yer verir. Bunun yanında bölgesel turizm ile ilgili programlar, bölgenin üretim ve sanayi kesimi ile ilgili mesajların yer alacağı programlara da yer verir.

Bölgesel nitelikte yayın yapan radyolar arasında, TRT'nin Erzurum, Antalya, Çukurova, Trabzon, GAP ve Diyarbakır Radyosu sayılabilir.

Bölgesel kanallar yayınlarını genellikle canlı yapmaktadır. Bunun anlamı, vericilerin bulunduğu illerde, bu yayınları yürütecek stüdyo donanımının ve diğer ekipmanın bulunmasıdır.

TRT'nin bölge radyoları gün içerisinde TRT-1'e bağlanarak ulusal radyo olarak yayın yapan radyoların zaman zaman da ayrılarak kendi bölgelerine yayın yapmaları ile dikkati çeker. Buradaki en önemli özellik, bu ayrılan zamanlarda varsa bölgeye özgü reklamların verilmesi ve bölgenin gereksinimi, özelliği olan konulara değinen programların yapılarak yayınlanmasıdır.

Bölge radyoları buldukları kent ile yakın ilişki içinde olduğundan yayınlarındaki öncelik, doğal olarak o kente özgü olmaktadır. Yerel radyolar bir şehir veya ilçeye dönükken; bölgesel radyolar bir merkez il ve etrafını hedef kitle olarak seçer ve bu bölgenin insanının dikkatini çekecek haber ve programlar üretir.

5.3.3. Ulusal Radyo Programları

Verici gücü yüksek ve verici yönelmesi tüm yurdu kapsayan radyo istasyonlarındaki programlar ulusal nitelikteki programlardır. Burada verici gücünün tüm ülkeyi kapsamı zorunludur.

Ulusal radyo programları hedef kitle olarak tüm vatandaşları belirlediği için bu radyolarda yayınlanan programlar da sadece bir bölge insanını ilgilendiren nitelikte olamaz. Örneğin, ulusal bir radyoda bir yörenin tarım sulama problemleri gibi sadece belli bir kesimi ilgilendiren programlar yapılamaz.

Türkiye radyoları 1964 yılında başlayan TRT dönemine, 15 istasyon sayısı ve 100.5 saatlik bir yayın süresi ile girdi. Ayrıca yurt dışı için 16 saatlik yayın yapıyordu. Ulusal radyoların birden fazla yerde vericileri bulunur ve bu vericiler yerel ve bölgesel radyolara göre daha yüksek kilovat değerlerine sahip olduklarından uzak mesafelere yayını ulaştırırlar.

1975 yılında radyolarımız şebeke yayıncılığına geçmiştir. Devletin elinde bulunan TRT'nin örgütsel yapısı merkez teşkilatı ile ulusal ve bölgesel kanalları, oldukça geniş bir örgüt yapısına sahiptir.

1990'lı yıllardan itibaren özel kanalların yayına başlaması, televizyonun 1950'li yıllarda ülkemize gelmesiyle birlikte ikinci plana düşen radyoları canlandırdı. 1982 Anayasasının 133. maddesindeki radyo istasyonlarının devlet tekelinde olduğunu belirten hükme rağmen özel radyolar birer birer yayına başladı.

FM kanalından yayına başlayan özel radyolar, temelde müzik ağırlıklı programlarla 15–35 yaş arasındaki genç kitleyi kendilerine hedef seçti. Müziğin yanı sıra spot haberciliği benimseyen özel radyolar ayrıntıya girmeden kısa başlıklar halinde haber bülteni oluştururken eğlence ağırlıklı bir yayın politikası izledi.

Şunu belirtmekte de fayda vardır ki başlangıçta müzik ağırlıklı olarak ortaya çıkan bu özel radyolar zaman içerisinde kendilerine bir yayın formatı ve kimliği oluşturmaya başladı. Böylece hedef kitleleri daha da belirginleşmeye başladı. Bu radyolar, söz ve müzik ağırlıklı olmak üzere iki ayrı formatta yayın yapmaktadır. Söz ağırlıklı olanlar ise haber ve kültür programları ağırlıklı sınırlı sayıda radyo kanallarıdır.

5.3.4. Uluslararası Radyo Programları

Radyo istasyonlarının kapsama alanları ile ilgili bir başka yayın türü, yurt dışı yayınlardır. BBC tarafından ilk kez 1924 yılında ülke dışına başlatılan bu yayınlar, propaganda yayımları olarak da adlandırılmaktadır.

Gelişmiş ülkelerin çoğunun yurt dışına yönelik yayınları vardır. Bu yayınlarda hem o ülkenin kendi dilinde hem de seslendiği ülkenin dilinde yayın yapılmaktadır. Yurt dışı yayınlarda programlar, daha çok yayın yapılan ülkelerdeki toplumlara propaganda yapmak amacı ile hazırlanır. Hazırlanan programlarda dış ülkelerde yaşayan vatandaşların, gereksinim, beğeni ve istekleri dikkate alınır. Yurt dışına yönelik olarak yapılacak programlarda konuların içeriği, işleniş biçimi, kullanılacak malzemeler yönünden doğal olarak farklılıklar vardır.

Ülkemizde bu tür yayınlar Kamu hizmeti yayıncılığı görevi gören TRT'nin "Türkiye'nin Sesi (Voice of Turkey/VOT)" adı ile yaptığı radyo yayınları ile sürdürmektedir. 1938 yılında başlayan yurt dışı yayınları bugün Türkçe dışında 24 dilden yayınlanmaktadır. Dört kıtada bulunan farklı ülkeye, kendi dillerinde yayın yapan Türkiye'nin Sesi Radyosu (TSR/VOT), bu yayınların önemli bir kısmını TRT-INT yayını olarak Türkiye Cumhuriyetlere, Balkan ülkelerine ve diğer komşularımıza yönelik olarak sürdürmektedir. TRT, dünyada en çok dilde ve en geniş alanda yayın yapan uluslararası yayıncı kuruluşlardan birisidir. TRT'nin uluslararası yayınlarda Türkiye ile gönül bağı olan soydaşlarımıza ve diğer milletlere hem Türkiye hem de buldukları ülkeler ile ilgili haber ve programlar sunulur. Böylece soydaşlarımızla ve komşularımızla iyi ilişkilerimizin geliştirilmesi sağlanır.

Burada internet yayıncılığına değinmek yerinde olacaktır. Gelişmiş ülkelerin yeni yayın tekniği olarak nitelendirilen internet yayıncılığı giderek yaygınlaşan bir teknoloji olma yolundadır.

Bölüm Soruları

- 1) Aşağıdakilerden hangisi yapım özelliklerine göre hazırlanmış bir radyo program türünü ifade eder?
 - a) Söz programı
 - b) Köy programı
 - c) Şov programı
 - d) Kültür programı
- 2) Aşağıdaki program sürelerinden hangisi söz programına en uygun olandır?
 - a) 20 dk.
 - b) 50 dk.
 - c) 60 dk.
 - d) 90 dk.
- 3) Müzik programlarının ağırlıkta olduğu radyo yayın sistemi aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Devlet-Hükümet
 - b) Ticari
 - c) Bölgesel Yayın
 - d) Yerel Yayın
- 4) Aşağıdakilerden hangisi dinleyici özelliklerine göre radyo program türü değildir?
 - a) Cinsiyet
 - b) Yaş
 - c) Meslek
 - d) Müzik bilgisi

5) Aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- a) Söz programlarında destekleyici unsur olarak müzik de yer alabilir.
- b) Söz programlarında her 2 dakikalık konuşma arasında müzik yayını yapılması gerekir.
- c) Müzik programlarında yalnızca müzikle ilgili bilgiler verilmelidir.
- d) Müzik programlarında söz unsuru bulunmamaktadır.

Cevaplar: 1) a 2) a 3) b 4) d 5) a

6. RADYODA PROGRAM YAPIMI I

Giriş

Bir radyo programı hazırlanırken, program yapımcısı pek çok süreci bütünlüklü düşünerek, programını hazırlamalıdır. Programın fikir aşamasından yayınlandığı ana kadar ki geçen sürede yapımcının önemsemesi ve uygulaması gereken süreçler mevcuttur.

6.1. Program Yapımının Özellikleri

Bir radyo programının hazırlanmasında üzerinde özenle durulması ve aralarında sıkı bir ilişkinin bulunması gerekli bazı temel unsurlar söz konusudur. Fikir oluşum süreci, programın konusu, özü, biçimi, dili, süresi, yayın zamanı ve işin maddi boyutu bunlardan bazılarıdır. Bir program yapımcısı, tüm yapım süreçlerini göz ardı etmeden yolunda ilerlemelidir.

6.1.1. Fikir Oluşum Süreci

Bir radyo programcısı için en zorlu ve sıkıntılı süreçlerden biri karar aşamasıdır. Radyo programcısı kendine ‘ben kime sesleneceğim’ diye sormalıdır. Tabi bu sorunun cevabı, tek başına yeterli değildir. Kime sesleneceğim, bu topluluğun sosyo-ekonomik durumu nedir, nelerden hoşlanır, nelerden mutlu olur, nelere üzülür ya da sevinir gibi pek çok sorunun yanıtının da bilinmesi gerekir.

O ülkenin veya radyonun dinlendiği çevrenin düşünce, davranış biçimlerini, özelliklerini bilmek büyük önem taşımaktadır. Ama bu demek değildir ki tamamen bunlara teslim olmak gerekir. Hayır, tabi ki radyonun belli bir yayın çizgisi vardır. Ancak bunları göz önünde bulundurmak gerekir.

Yapım sürecinde ilk aşama program konusunun belirlenmesidir. Konu öncelikle yapımcının zihninde oluşur. Bir anda parlak bir fikir şeklinde ortaya çıkabildiği gibi, uzun bir düşünme sürecinin sonucu da olabilir. Günlük takvime uygun olarak gün ve hafta kutlamaları, yaşanan bir olay veya herhangi bir biçimde gündeme gelen bir kişi de konu olabilir. Bunların dışında ülkede veya dünyada aniden gelişen ve gündeme oturan bir konu da program konusu olabilir. Böyle durumlarda sizden konuyla ilgili program istenebileceği gibi, siz de öneri sunabilirsiniz. Genelde, programcılar kendi programını önerir.

Demek ki her ne olursa olsun program bir fikirle başlar, belli süreçlerden geçtikten sonra yapıma dönüşür.

Radyoda program hazırlanırken öncelikle dinleyiciyi ilgilendiren bir konu seçilmelidir. Konuyu yüzeysel değil her yönüyle işlemek gerekir. Dinleyiciyi sıkmamak, devamlılığı sağlamak bir program için çok önemlidir. Yapımcı çalışmayı düşündüğü konuya karşı her şeyden önce ilgi duymalıdır, yoksa program çok başarılı olamaz. Bundan dolayı yapımcı, konuyla birlikte yaşamak, araştırmak ve okumak zorundadır.

6.1.2. Konu, Biçim ve Format

Bir programın konusu, aynı zamanda o programın amacını da içerir. Her programın bir mesajı olması gerekir. Bu mesaj haber vermek, eğitmek olabildiği gibi, eğlendirmek de olabilir. Amaç ne ise bunu gerçekleştirecek konunun seçimi önemli bir noktadır.

Bir radyo için program konusunun nasıl seçilmesi gerektiği, nelere dikkat edilmesi gerektiği ve neleri göz önünde bulundurması gerektiği çok önemlidir. Yapımcının tüm bu süreci iyi yönetmesi gerekir. Dinleyicisini iyi tanıyan bir yapımcı tüm bu süreçleri başarıyla geçerek, dinleyicisinin ilgi alanlarına ve beğenilerine göre konu yaratabilir.

Yapımcı, kendi radyosunun yayın formatını çok iyi bilmelidir. Çalıştığı radyo genel programlar mı, özel programlar mı yapıyor hangi yaş grubuna sesleniyor sorularına cevap bulmalıdır. Çünkü programın konusunu ve biçimini büyük ölçüde radyonun yayın formatı belirler. Konu seçilirken içinde bulunulan koşullar, toplumsal eğilimler, gündem, hedef kitlenin beklentileri göz ardı edilmemelidir. Olağanüstü durumlarda ve gergin ortamlarda dinleyiciyi kışkırtan bir program yapılmamalıdır. Böyle bir konu kendisine verilse dahi, konuyu kamuoyunu yatıştırıcı biçimde hazırlamalıdır. Hukuki sorunlar çıkarabilecek konuşmalara yer vermemeye özen göstermelidir. Seçilen konular radyonun reklam gelirlerine destek olmalıdır Çok akademik ya da fantastik, dinleyici kesiminin çok azına seslenen konulardan uzak durulmalı, dinleyiciyi düşündürürken eğlendirmeyi de unutmamalıdır. Seçilecek konu hedef kitleye yönelik ve onun seviyesine uygun olmalıdır. Konuyu parçalamamalı, bir bütün içinde ele almayı bilmelidir. Yapımcının bir dünya görüşü olmalıdır.

6.1.3. Araştırma

Önemli bir aşama olan karar aşamasını geçtikten sonra sıra araştırma aşamasına gelmiştir. Bir radyo program yapımcısının, programın konusu ve türü ne olursa olsun, her programa başlamadan önce o konu hakkında bilgi sahibi olması gerekir. Bunun için de titiz bir araştırma yapmalıdır. Araştırma genel ve özel olmak üzere iki aşamada gerçekleşir. Genel araştırma, programın çerçevesini çizmeye ve hangi konunun ele alınacağı konusunda genel bilgi edinmeye yarar. Örneğin, kadınlarla ilgili eğitsel bir program hazırlanması düşünüldüğünde, öncelikle kadın sorunlarının bilinmesi ve ülkemizdeki genel durumun öğrenilmesi gerekir. Özel araştırmada ise, programda işlenecek konunun materyalleri toplanır. Örneğin, kadınların sorunlarından çocuk bakımı ve sağlığı gibi ya da kadına yönelik şiddet vb. konularda odaklanılabilir.

Bu aşamada önemli olan, program yapımcısının araştırmanın nasıl yapılacağı hakkında bilgisinin olmasıdır. Bunun yanında toplumun gereksinimlerinin, istek ve beğenilerinin neler olduğunu, kitle iletişim araçlarını, özellikle radyo ve televizyon yayınlarını izleme alışkanlıklarını bilmesi gerekir.

Araştırma aşaması, bir program yapımcısının programa başlama süreci olarak alınabilir. Genel olarak radyoda eğlence, müzik programlarıyla hemen hemen bütün canlı yayınlar, çok iyi bir araştırma ve planlama gerektirirler. Radyo oyunları, belgeseller, konulu programlar, aktüel programlar ise yoğun bir araştırma gerektiren programlardır. Bir radyo programı için gerekli araştırmanın türü ve kapsamı programa göre değişir. Araştırmanın nasıl yapılması gerektiği konusunda bilgi vermek, genelleme yapmak bu nedenle zordur. Radyo programcısının araştırmayı çok sevmesi gerekir. Aksi halde bir süre sonra tekdüze programlar yapmaya başlar, bu da başarısızlığı beraberinde getirir.

Araştırma aşamasında en önemli sorun, yapımcının zamanının kısıtlı olmasıdır. Bunun için düşüncelerini bir an önce sıraya koymalı, soruları sınıflandırmalı ve düşüncede disiplin sağlamalıdır. Bu aşamada bir araştırma planı oluşturmak kolaylık sağlar.

Yapımcının, “Konu hakkında ne bilmek istiyorum? Dinleyiciler neyi öğrenmek isterler? Onlara neyi mutlaka iletmeliyim?” Gerekli kaynaklara nasıl ulaşabilirim? türünden sorulara cevaplar vermesi, ardından bu plan dahilinde konuyla ilgili araştırmaya başlaması gerekir.

6.1.4. Öneri

Bu aşama, araştırma faaliyetini izleyen ve programın iskeletinin ortaya çıkmasını sağlayan bir çalışmadır. Bazı özel kanallarda pek geçerli olmasa da TRT’de ve ciddi yayın politikası olan pek çok özel radyo istasyonunda hala çok önemli bir süreçtir. Bu aşamada hangi konunun nasıl, hangi izleyici kitlesi için ne zaman, ne kadar süre ile yapılacağı ile ilgili durumlar belirlenir, saptanır. Bu arada programın maliyeti konusu da ortaya çıkar.

Genel ve özel araştırmaları yapılan, çatısı ortaya çıkan program taslağının gerçekleşip gerçekleşmeyeceğinin açıklığa kavuşması için bu taslağın onaylanması gerekir. Bunun için de program ayrıntılı olarak ‘öneri’ biçiminde ilgili yerlere, kişilere verilir. İşte, program yapımında, programın yapılıp yapılmayacağının kesinlik kazandığı bu aşama ‘öneri aşaması’ olarak adlandırılır.

Günümüzdeki uygulamalara bakıldığında, bu aşamanın süreç, yöntem ve sunulan kişiler açısından ve özellikle radyo istasyonunun yönetim şekline bağlı olarak önemli farklılıklar taşıdığı görülmektedir. Örneğin, sürecin amacı ve çatısı aynı olsa da önerinin sunum biçimi, yöntemi ve izlenen yöntem açısından TRT’deki ve özel radyolardaki uygulama bazı farklılıklar gösterir. Özellikle önerinin sunulduğu kişi ve birimler açısından önemli farklar vardır. TRT ve benzeri kamusal yayın yapan radyolarda önerileri denetleyen ve onaylayan kişiler çok sayıdadır ve önerinin kabul edilip edilmemesini belirleyen, hükümetlerin genel politikasıdır. Özel sistemde çalışan radyo istasyonlarında bu sayı bir veya iki kişidir ve öneri, hedef kitlenin beklentileri ve daha fazla kişiye ulaşma isteği dikkate alınarak değerlendirilir.

6.1.4.1. Program Öneri Formu

Öneride programın amacının ortaya konulması gereklidir. Yönetime sunulan öneri formunda programın adı, türü, hedef kitlesi, konusu, amacı, yayın dönemi, periyodu, yayın günü, yayın saati ve süresi belirtilmelidir. Ayrıca talep edildiği durumlarda, programın yapım özellikleri nelerdir, canlı mıdır, banttan mıdır, tek midir, dizi midir, blok mudur, kaç kişi katılacaktır, ne gibi öğeler bulunacaktır, bunlar açıklanır. Ondan sonra da programın içeriğindeki konular anlatılır.

Program öneri formu hazırlanırken önemli olan bir diğer konu da programın süresidir. Program hazırlanırken kaç dakika olacağı önceden saptanır ve program önerilirken birlikte verilir. Program süreleri genellikle dakika üzerinden söylenir. Örneğin 45 dakika, 60 dakika, 90 dakika (90') gibi.

Ayrıca ön araştırmada elde edilen tahmini bütçe de öneri formunda yer almalıdır. Her programın bir maliyeti vardır. Programın kaç mal olacağına bilinmesi çok önemlidir. Ancak bu maliyet yayın kurumunun yatırım ve cari harcamaları içinde kaybolabileceği gibi, onların dışında programa özgü harcamalar da gerektirebilir. Yapımcının kullanacağı araç, gereç, ona ödenen maaş, elektrik, bant gibi harcamalar da maliyetin içindedir.

Yönetime sunulan öneri formu, bütün üst kademelerde tartışılır, gereken düzeltmeler yapılır, yapımcının düşüncesi doğruysa, önerisi yerli yerindeyse, öneri olduğu gibi kabul edilir. Eğer değiştirilmesi gereken yerler varsa, onlar da değiştirilir. Artık yapımcının görevi programını hazırlamaktır.

Bir program öneri formu en basit biçimiyle aşağıdaki gibi olmalıdır:

Programın Adı:

Programın Türü:

Programın Konusu:

Programın Amacı:

Hedef Kitle:

Program Sayısı:

Programın Süresi:

Programın Periyodu:

Program Konu Özeti:

Programın Tahmini Bütçesi:

Programı Hazırlayan:

6.1.5. Planlama

Üst kademeye sunduğunuz program öneri formu kabul edildikten sonra yapım sürecine başlanır. Bu aşamada programın yapımı için izlenecek yöntem tespit edilir. Birden fazla kişi programda çalışacaksa işbölümü yapılır. İçeriğin hazırlanması ve sunumunda izlenecek yol ve yöntemler belirlenir. Çalışma takvimi çıkartılır. Alınacak onaylar ve resmi yazışmalar gibi işler halledilir.

Planlama aşamasında her programın kendine özgü planının yapılması gerekir. Örneğin bir söz programı ile bir müzik programının planlaması sırasında yapılacak çalışma ile bir kuşak yayın için yapılacak olan planlama çalışmalarının farklı olması doğaldır. Müzik programının planlamasında müzik ögesi ağır basacağından müzikle ilgili materyalin gözden geçirilmesi, sıraya konulması söz konusu iken drama türü yapımda çok daha karmaşık bir planlamanın, örneğin metin yazarının bulunması gibi çalışmalar da yer alabilir.

6.1.6. Kaynak Toplama, Seçim ve Eleme Aşaması

Üst kademeye sunulan program öneri formu kabul edildikten sonra yapım sürecine başlanır. Bunun için ilk olarak konuyla ilgili ayrıntılı bir araştırma yapılır, malzeme toplanmasına başlanır. Neler malzeme olabilir? Yazılı dokümanlar, ses kayıtları, röportajlar, uzman görüşleri, müzik, efekt, konuk vs.

Yapımcı bir plan dâhilinde konuyla ilgili olarak; dosyaları, kitapları, gazeteleri ve dergileri inceler. Arşivlere, veri bankalarına, kütüphanelere, bilirkişilere başvurur. Konuyla bağlantısı olan kişilerle görüşerek malzemeyi bir araya getirir.

Tecrübeli yapımcıların malzeme toplarken kullandığı bazı pratik yollar vardır. Bunlar; konuyu bilen ve doğrudan ilgili güvenilir bir kişiyle bağlantı kurmak, konunun güncel durumunu konuyla ilgili kuruluşları, sorunları, sorunların kökenini çözüm için neler yapıldığını öğrenmek, üniversiteler, dernekler, odalar gibi kurum ve kuruluşlardan bilgi istemek, onların deneyimlerinden ve arşivlerinden yararlanmak, sürekli bir not defteri taşıyarak, en küçük bilgileri bile not almak, basının birikimlerinden yararlanmak, özellikle basın mensuplarıyla sürekli irtibat halinde olmak, ikincil derecede başvurulacak kişilerle telefonla görüşüp bilgi alarak zaman kaybetmemek, resmi görüşmelere fazla ağırlık vermemek, her söyleneni doğru kabul etmeyip, farklı kaynaklardan da araştırmaktır.

Bir radyo programı yapımcısı elindeki, çevresindeki pek çok şeyi malzeme olarak kullanabilir. Bütün mesele hayatı tüm duyarlılığı ile yaşaması ve yaptığı işi sıradan bir meslek olmanın ötesinde bir yaşam biçimi olarak algılamasıyla ilgilidir. Bu tarzı benimseyen ve yaşayan bir programcının başarısız olması mümkün değildir

Gündelik yaşantımızda bazen önemsiz gibi gözüken en küçük notların bile inanılmaz biçimde işe yaradığını görmek gerçekten çok şaşırtıcıdır. O nedenle tüm yapımcılar yanlarında sürekli bir not defteri taşımaları ve aklına geleni o anda yazmalıdır. Bu notlar, bazen otobüste aniden aklına gelen bir fikir ya da etraftaki insanlardan duydukları bazı konuşmalar olabildiği gibi, zaman zaman da yolda yürürken gözüne ilişen herhangi bir görüntü, fotoğraf, küçük bir olay, her şey olabilir. Çoğu kez gazetelerde gözden kaçabilecek şekilde yer alan küçük bir haber de bize bir program üretiminde katkı sağlayabilir. Bu yöntem hem program çeşitliliği sağlamada, hem de programa zenginlik ve derinlik kazandırmada kullanılabilecek araçlardan bazılarıdır. Kısaca ifade etmek gerekirse bir programcı için her şey malzeme olabilir. O nedenle bir yapımcı âdeta işitsel ve görsel tüm “antenleri” sürekli açık vaziyette yaşamalıdır.

Önemli doğum, ölüm, kutlama vb. yıldönümlerinin veya günlerin ve haftaların yazılı olduğu iyi düzenlenmiş bir ajanda çoğu kez bir program yapımcısının imdadına yetişen önemli bir yardımcıdır.

Radyo programına renk kazandırması açısından işitsel malzemelerin büyük önemi vardır. İnsan sesi radyo program yapımcısı için temel malzemelerdendir. İnsan sesini, sokak röportajları, mekân röportajları, stüdyo konukları, dinleyicilerin telefonla katılımı ve arşivden kayıtlar olmak üzere beşe ayırmak mümkündür. Yapımcı hazırladığı programa uygun olan malzemeyi seçer ve kullanır.

Malzeme toplama koleksiyon yapma değildir. Programın içeriği belli olduğuna göre malzeme de ona göre toplanmalı, gereksiz malzeme ile emek ve zaman harcanmamalıdır. Dolayısıyla programın özü malzemeyi saptar, malzeme de özü etkiler, biçimi saptar. Malzemeyi ölçülü toplamak gerekir. Çünkü fazla ve gereksiz malzeme yapımcıyı şaşırtır, metin yazımını zorlaştırır. Bu nedenle malzeme seçiminde çok dikkatli olunması ve sınır çizilmesi gerekir. Gerekli ve yeterli malzeme birikimi olduktan sonra yapımcı program kimliğindeki öğelere göre malzemeyi değerlendirir. Fazlayı atar, eksikliğini tamamlar. Burada önemli olan programın süresine yetecek malzemeyi ayırabilmektir. Programın gerçek süresi programa ayrılan sürenin 1 eksik ya da fazlası olabilir. Çok fazla malzeme biriktirdiniz diye her şeyi yayınlamanız gerekmez. Seçici olmalısınız. Yalnızca en iyiyi koruyun. Seçimdeki ölçüt her zaman dinleyicinin zevki ve isteğidir.

6.1.7. Metin Yazma

Yazma aşaması, daha önceki aşamalarda toplanıp, seçilen ve ayıklanan malzemenin metne dökülmesidir. Bazen metin yazılırken elimizdeki malzemelerin eksik ya da fazla olduğuna karar verilebilir. Bu aksaklıklar metin yazma aşamasında düzeltilebilir.

‘Söz uçar, yazı kalır.’ diye sık kullanılan bir deyiş vardır. Günümüz radyo yayıncılığında bu söz geçerliliğini yitiriyor gibi görünüyor. Çünkü artık çoğu program doğaçlama yapılıyor. Ama bunun böyle olmaması gerektiğini biliyoruz. Programın tümü yazılmasa da en azından konu başlıklarının ve çok kısa bilgilerin yer aldığı bir akışın yazılması gereklidir. Ayrıca stüdyoya metinle girmek daha güvencelidir.

Metin yazma aşamasında seslendirilecek sözler, program tekniğine uygun olarak yazılır, müzik ve efekt gibi yardımcı öğeler kullanılacaksa belirtilir. Hangi tür müziğin, ne amaçla ne kadar süre ile kullanılacağı yazılır. Eğer programda röportaj kullanılacaksa, röportajın kiminle hangi konuda yapılacağı ne kadar süreceği, olanaklı ise başlangıç ve bitiş tümceleri de metinde yer alır.

Metin yazma aşamasında biçimsel kurallara uymak; yazma ve yazılanı kontrol etme kolaylığı, sunucunun programı rahat bir biçimde seslendirebilmesi ve teknik masada oturan kişinin fazla soru sormasına gerek kalmadan işini kolayca yapabilmesi gibi yararlar sağlar.

Bir radyo program metni herhangi bir metinden farklı yazılır. Bu fark radyonun yalnızca kulağa seslenen bir araç olmasından kaynaklanır. Bir radyo programının izlenmesinde izleyenin beş duyusundan yalnızca tek duyu organı; duyma organı çalışır. Bu önemli nokta unutulduğu takdirde ortaya son derece kuru, didaktik metinler çıkar. Bu da dinleyenin sıkılmasına ve kanal değiştirmesine neden olur. Bu bakımdan metindeki iletinin yalnızca duyma organının algılayabileceği öz ve içerikte olması gerekir. Radyo için yazarlar bunu asla unutmamalı ve metinlerinde kesinlikle konuşma dili kullanmaya özen göstermelidirler.

Radyonun tekrar dönüp dinlenememesinden dolayı, program metninde ana mesaj zaman zaman yinelenmelidir. Radyosunu yeni açan dinleyiciler için o ana kadar söylenenler arada bir kısa cümlelerle tekrarlanmalıdır. Ancak bu yineleme aynı cümlelerle değil, aynı anlama gelen farklı ifadelerle yapılmalıdır. Bu daha önce dinlemeye başlayanları sıkmamak yönünden önemlidir.

Metin yazılırken konu karmaşası yaratmamak gerekir. Yapımcı ne anlatmak istiyorsa konuyu fazla dağıtmadan ve farklı konulara da girmeden açık ve net anlatmalıdır. Yoksa hem dinleyicinin kafası karışır, hem de yapımcı anlatmak istediğini anlatamaz.

Bölüm Soruları

- 1) Bir radyo programı yapımı hangi süreçle başlar?
 - a) Seslendirme
 - b) Prova
 - c) Metin Yazımı
 - d) Fikir oluşturma
- 2) Bir radyo programının konusu aşağıdakilerden hangisini içermelidir?
 - a) Programın amacını
 - b) Program cingıllarını
 - c) Programın süresini
 - d) Programın künyesini
- 3) Aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?
 - a) Programın yapımcısı tüm müzik türlerine muhakkak hâkim olmalıdır.
 - b) Yapımcı, kendi radyosunun yayın formatını çok iyi bilmelidir.
 - c) Yapımcının, programıyla ilgili herhangi hukuki bir sorumluluğu yoktur.
 - d) Programın yapımcısı program sürecindeki tüm teknik gereklilikleri kendisi yerine getirmelidir.
- 4) Bir program konusunun tüm detaylarıyla ele alınıp, öneri haline getirildiği aşama hangisidir?
 - a) Araştırma
 - b) Seslendirme
 - c) Kurgu
 - d) Röportaj

5) Öneri aşamasının tüm detaylarıyla incelendiği radyo yayın sistemi aşağıdakilerden hangisi olabilir?

- a) Ticari yayıncılık
- b) Kurumsal Radyolar
- c) İnternet Radyosu
- d) Devlet-Hükümet Sistemi

Cevaplar: 1) d 2) a 3) b 4) a 5) d

7. RADYODA PROGRAM YAPIMI II

Giriş

Seslendirme, kurgu ve röportaj aşamaları, radyo program yapım süreçlerinin yalnızca teknik aşamalarıyla ilgili değildir. Seslendirme ve kurgu aşamasında yaratıcı profesyonellerin yapacağı müdahaleler alınan ve kurgulanan kaydın çok daha ilgi çekici hale gelmesine sebep olacaktır. Doğru tasarlanmış bir röportaj süreci ise programın niteliğini ve heyecanını artıran önemli bir unsurdur.

7.1. Seslendirme ve Kurgu

Seslendirme aşaması, metin durumuna getirilen, seslendirilmeye hazır metnin radyo ya da uygun ses stüdyolarında mikrofona okunması işlemini kapsar. Bu seslendirme işlemi ya spikerler tarafından ya da belirli bir ses niteliğine sahip ise, yapımcının kendisi tarafından yapılır.

Kurgu ise radyoculuk dilinde, seslendirilmesi yapılmış metnin, müzik, efekt, röportaj cıngıl gibi diğer program malzemeleriyle bir araya getirilerek programın hazırlanmasıdır. Bu aşamada program metninin gerektirdiği her türlü ses malzemesi, yapımcı tarafından hazırlanır ve kurgu odasında, kurgu teknisyeni ile birlikte program metnine göre kurgulanır.

7.1.1. Müzik ve Efekt Seçimi

Bir yapımın 'ses'ten sonraki en önemli temel malzemesi müziktir. Hangi müzik türlerine, hangi biçimlerde ve oranlarda yer verileceğini çeşitli kıstaslar belirler. Radyonun sahibi, yönetim şekli, yapılanma biçimi, saptanan amaç ve hedef kitle, bu temel ölçütlerin en önemli olanlarıdır.

Bu ölçütler saptandıktan sonra ise yayın çizgisi oluşturulur ve bu çizgi içinde müziğe nerede ne kadar ve nasıl yer verileceği belirlenir. Radyoda kullanılan müzik, yalnızca boş zaman doldurmak veya sunucuların parçalar arasında gevezelik etmelerine zemin hazırlamak için ya da dinleyicilerin tümünün popüler olan liste parçalarını dinletmek gibi yanlış bir varsayıma dayalı olarak peş peşe dizilen parçalar biçiminde verilmemelidir. Müzik, insanın içinde bulunduğu havaya ne kadar uygun olursa o kadar olumlu etki yapacaktır. Müzik sadece var olan havaya uygunluk açısından da düşünülmemelidir. Çünkü araştırmalar, kendi havasına uygun müziği dinlemekten hoşlanan insanın aynı zamanda içinde bulunduğu havayı her an değiştirebilecek bir sürpriz müzik umudu da taşımakta olduğunu göstermektedir. O nedenle müzik hem duygusal durum yaratmak, hem de var olan duygusal durumu değiştirmek için kullanılmalıdır. İyi seçilmiş, zamanlaması uygun bir müzik parçası programınıza çok şey katar. Uygunsuz bir müzik ise dinleyicinizi çileden çıkarır.

Söze dayalı yayın yapan radyolarda, müzik sadece geçiş, başlangıç, bitirme ve ara dolgu malzemesi olarak kullanılırken, müzik yayını yapan istasyonlarda bunun tam tersi uygulanır. Yani, demek ki müzik program içerisinde doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki amaçla kullanılır. Doğrudan kullanım, müziğin tüm olarak, müzik mesajını iletici bir ana öge olarak kullanılmasıdır. Her tür müzik programları buna örnektir. Türk Halk Müziği, Türk Sanat Müziği, Çok Sesli Türk Müziği, Klasik Müzik gibi tüm müzik programlarında ana mesaj müziktir. Dolayısıyla bu tür programlarda müzik ögesi doğrudan kullanılmaktadır. Dolaylı kullanım ise; söz ana mesajına yardımcı olmak, onu daha da vurgulamak, güçlendirmek ve bir programda yer alan değişik konular arasında geçişleri sağlamak amacı ile kullanılabilir. Müziğin dolaylı kullanımını üç kümede toplayabiliriz.

Tanıtım (sinyal) müziği: Programın başında ve sonunda, program adının müzik eşliğinde söylendiği tanıtıcı müziktir. Her radyonun ve her programın, dinleyenlerin kulağında yer eden bir sinyal müziği olmalıdır. Bunlara “radyo cıngılı” (jingle) denir. Bir programın ilk önce yapılması gereken kısmı sinyal müziğidir. Bu müziğin; çarpıcı, akıcı, hareketli ve programda vermek istediğimiz mesajla uyumlu olması gerekir. Sinyal müziği, biraz sonra başlayacak programın detayını vermesi açısından çok önemlidir.

Geçiş müziği: Geçiş müzikleri programları renklendirmek amacıyla kullanılır. Çok uzun söz programlarında paragraf aralarında, giriş, gelişme ve sonuç bölümleri arasında geçiş müziği kullanılır. Uzun bir metni birdenbire okumak dinleyiciyi sıkacaktır. Oysa konuya uygun bir geçiş müziği aralara yerleştirilirse program daha güzel olur. Ancak kullanılacak bu müziğin konuya ve programın seslendiği izleyici kitlesine uygun olması çok önemlidir. Örneğin, çiftçiye yönelik tarımla ilgili bir söz programında, klasik batı müziği yerine, onun beğenisini kazanmış yöresel bir müziğin kullanılması daha uygun olur.

Fon müziği: Bu müzik, programın içeriğine uygun olarak, sözü daha da belirler ve vurgular. Fon müziği daha çok şiir programlarında kullanılır. Arka planda düşük ses düzeyi ile uygun bir müziğin verilmesi son derece uygun olur. Aşk ve sevgi konularının işlendiği programlarda hareketli bir müzik fonda yer alamaz. Fon müziği genellikle sözsüz yani enstrümantal müzikler arasından seçilir.

Program yapımında kullanılan diğer bir malzeme efekttir. Efektler söz ve müziğin etkisini artırır, ele alınan konuya canlılık, derinlik ve gerçeklik kazandırır. Efektler doğal ve yapay olmak üzere ikiye ayrılır. Doğal efektler genellikle önceden ses bantlarına, plaklara, CD'lere ya da çeşitli dijital ortamlara yazılmıştır. Genel olarak doğal sesler, efektler büyük yayın kurumlarında “meletron” adıyla anılan ve piyano biçiminde, tuşlarla yönetilen araçlarda toplanmışlardır. Yapay efektler ise, daha önce yazılmış olabileceği gibi programı seslendirme aşamasında da oluşturulabilir. Bunlara iç efektler de denir.

Efektler daha çok dramatik yapımlarda, oyunlaştırılmış söz programlarında kullanılır. Radyo oyunlarında istenilen oyuncu karakterleri diyaloglarla, müzik ve efekt yardımıyla kolayca çizilebilir. Bunun yanında kimi söz programlarında, hatta salt müzik programlarında da efektlere yer verilebilir.

Kuşkusuz bu sınıflandırmada efektlerin işlevlerini ve kullanım yerlerini çok keskin sınırlarla çizmek mümkün değildir. Kimi kez bir efektin kullanılması, birden fazla işlevi yerine getirir. Örneğin bir horoz ötüşü, olayın hem zamanını, hem yerini, hem de atmosferini belirleyebilir. Bu bakımdan iyi bir program yapımcısının hangi efektleri ne amaçla kullandığını kesin olarak bilmesi, yanlış anlamalara neden olabilecek efektleri kullanmaktan kaçınması gerekir.

7.1.2. Program Metninin Seslendirilmesi

Yapımcı, dünyanın en iyi program metinlerini de yazsa seslendirme aşamasının başarılı olmaması halinde hiçbir işe yaramaz. İyi bir seslendirme çok önemlidir. Bu yüzden pek çok program yapımcısı için en sancılı aşama, artık metnin dinleyici ile buluşacağı bu son aşamadır.

Seslendirme aşaması, seslendirilmeye hazır metnin radyo ya da uygun ses stüdyolarında mikrofona okunması işlemidir. Bu işlem ya spikerler tarafından ya da belirli bir ses niteliğine sahip ise, yapımcının kendisi tarafından yapılır.

Program metni bir uzman tarafından yazılmışsa ve konunun niteliği gerektiriyorsa o kişi tarafından da seslendirilebilir. Kuşkusuz, bu durumda, yine konuşmayı yapanın belirli bir ses niteliğinin olması gerekir. Seslendirme aşamasında mesajın izleyene aktarılması söz konusu olduğundan sesin tonu, konuşmadaki vurgular, sözcüklerin, anlam ve heyecan duraklarının hakkını vererek söyleme (diksiyon) gibi özellikler önem kazanır. Bir yerde seslendirme aşamasını programa ruh veren aşama olarak da alabiliriz. Metindeki tüm sözcüklerin, yerinde kullanılmış olmasına karşılık kötü bir ses tonu, yanlış vurgulama, tek düze (monoton) bir okuyuş, heyecansız bir ses, program mesajının etkisini azaltır ya da bitirir. Bu bakımdan seslendirme aşamasında konuşanların, program konusuna uygun ses ve vurgulamayla seslendirme yapmaları gerekir. Yapımcı burada vurgulamak istediğini söylemelidir.

Seslendirmede önemli bir diğer husus, eğer birden fazla kişi kullanılacaksa, bu sesler arasında fark olmasına dikkat edilmelidir. İki sesli bir program seslendirmesinde, sesleri birbirinden belirgin olarak farklı olan, örneğin kadın-erkek gibi iki farklı ses kullanılmalıdır. Programın niteliği aynı cinsiyette, iki kadın ya da iki erkek sesin kullanılmasını gerektiriyorsa, bu durumda da bu sesler arasında ton, renk farkının bulunması gerekir. Radyoda görüntü olmadığı ve tüm mesajların ses yolu ile alındığı hususu unutulmamalıdır. Özellikle sohbet ya da soru cevap şeklinde yapılması gereken bir seslendirmede bu son derece önemlidir. Kullanılacak seslerin çok farklı olmaması durumunda metnin, bu farkı ortaya çıkaracak biçimde yazılması gerekir. Örneğin birbirlerine isim ya da soyadları ile seslenerek farklı seslerin konuştuğu hissettirilebilir. Çünkü radyoda görüntü olmayışından ötürü izleyici farklı kişilerin seslendirmelerini ancak konuşma tonlarındaki farklılardan tanıyabilecektir.

Seslendirmede birden çok sesin kullanılması durumunda bir şeye çok dikkat etmek gerekir. Üzerinde titizlikle durulması gereken bu husus bir düz konuşmada, her spikerin seslendirmedeki hızlarının aynı düzeyde olması zorunluluğudur. Bir konuşmacı çok canlı, heyecanlı okurken, eğer drama niteliğinde değilse, diğer seslendiren kişinin heyecansız cansız ve çok ağır okuması programın etkisini azaltır.

Programların canlı yayınlanması durumunda, seslendirme aşaması olmaz, program metni doğrudan mikrofona okunur. Metnin seslendirilmesi yapılırken aynı anda yayınlanır. Örneğin, haber bültenleri, naklen yayınlar canlıdır. Kuşkusuz, bu gibi durumlarda seslendirmeden önceki prova aşaması çok daha önem kazanmaktadır. Tüm aksaklıkların eksikliklerin prova aşamasında saptanması ve düzeltilmesi gerekir. Çünkü canlı yayında söylenen bir sözden geri dönme olanaksızdır.

Seslendirmenin bir zor yanı da yapımcının çeşitli kişilerle ve birimlerle birlikte çalışmasıdır. Bu kişiler; spikerler, teknisyenler, tonmaysterler, efektörler, aktörler, konu ile ilgili uzmanlar, konuklar olabilir. Burada dayanışma ve hizmet anlayışı son derece önemlidir. Program her şeyden önce bir ekip işidir. Bu üçlü anlayış ve sorumlulukla seslendirme yapılmaktadır.

7.1.3. Program Süresi ve Kurgu

Kurgu/montaj (editing), radyoculuk dilinde, seslendirilmesi yapılmış metnin, müzik, efekt, röportaj, sinyal müziği gibi diğer program malzemeleriyle bir araya getirilerek, programın hazırlanmasıdır. Bu aşamada program metninin gerektirdiği her türlü ses malzemesi, yapımcı tarafından hazırlanır ve kurgu odasında, kurgu teknisyeni ile birlikte program metnine göre kurgulanır. Kuşkusuz bu aşama, kaydedilmiş, bant yayınları için gerekli olan bir aşamadır. Canlı yayında ise kurgu aşaması yoktur. Program yayın akış planına göre, anında kurgulanarak yayınlanır. Ancak bunun içinde özel hazırlık gerekir.

Kurgu aşaması her türlü program için gereklidir. Bu ister tek kişinin seslendirdiği, ister drama türü karmaşık biçimde olsun, gereklidir. Programın türü ne olursa olsun, mutlaka kurgusu yapılır.

Yapımda insan sesi, müzik ve efekt kullanılarak, dinleyicinin zihninde istenen yaratılır. Bunu da kurgu sağlar. Kurguda öncelik yapımcıdadır. Ancak yapımcı, spiker ve teknisyenle birlikte çalışmalıdır. Yapımcı, teknisyene ön bilgileri verir ve yapılmasını istediklerini anlatır. Aslında, yapımcının yönetmesi üzerine, programı ortaya çıkaran kurgu teknisyenidir. Kurgu teknisyenliği uzun bir deneyim ve beceri gerektirir. Program parçaları, bölümleri arasında bütünlüğü bozmadan geçişler yapma, seslendirmede ve röportajlardaki istenmeyen yerleri atma uzmanlık isteyen bir iştir. Bu bakımdan, özellikle karma biçimde hazırlanan programlarda, kurgu teknisyeninin emeğinin büyük olduğunu belirtelim. Yapımcı kurgu bitinceye kadar teknisyenin yanından ayrılmaz. “Şurası kaydedilecek, burası alınmayacak, şu iki cümle arasında üç saniyelik es verilecek, duraklama olmalı, buradan devam edilmeli” gibi uyarılarda bulunur. Asla, teknisyen ve spikere “Metni okuyun, montajı yapın ben gelip bandı alırım “ diyemez.

Program metninin seslendirilmesi sırasında, çeşitli nedenlerle tekrarlar olabilir. Öksürük, aksırık, kâğıt hışırtısı, ses boşlukları, heyecanlı bir nefes alış, yanlış bir sözcük ya da cümle

vurgulaması gibi... Kurgu aşamasında önce, ana metnin seslendirilmesindeki bu hatalar düzeltilir. Eğer program, iki sesli ya da röportaj ve müzik gerektiriyorsa, bu durumda yine program metnine göre, sırayla diğer yapım malzemeleri ana banda kurgulanır. Dijital kurguda ise tüm bu malzemeler bilgisayara yüklenir ve kullanılacak malzemenin zamanlaması (timing) yapılır. Fonda bir müzik ya da efekt gerekiyorsa o da ana banda kaydedilir. Yani kısaca tekrar etmek gerekirse kurgu; sessizlikleri, tekrarları, öksürükleri yok etmek, programa ayrılan saate uymak için malzemeyi kısaltmak, yanlışlıkları ve tökezlemeleri çıkarmak, bant giriş çıkışlarını renkli hale getirmek, farklı bölümler arasına geçişler koymak amacıyla yapılır.

Kurgu tekniği, iletişim teknolojisindeki gelişmeye bağlı olarak değişmiş ve son zamanların radyoculuğunda dijital kurgu biçimine dönmüştür. Bugünkü radyoculukta iki temel teknikle kurgu yapılmaktadır; analog ve dijital kurgu. Analog yöntemi yakın zamanlara kadar tüm radyoların, tüm ses (audio) programlarında uygulanan yöntemdir. Bugün ise dijital yayın yapmayan radyolarda kurgu yine bu yolla yapılır. Analog kurguda kullanılan iki yaygın yöntem, yazımlama ve kesme yöntemleridir. Bu yöntemlerden yazımlama yönteminde, daha önce bantlara yazımlanmış sesler kurgu ile ana yayın ya da program bandında toplanır. Burada bandın atılması kaybolması eksilmesi söz konusu değildir. Diğer yöntem olan kesme yönteminde ise, doğrudan seslendirme yapılan bant üzerinde istenmeyen yerler kesilerek çıkartılır.

Radyo yayıncılığının ilk yıllarında program seslendirmeleri büyük bantlara kaydedilirdi. Bu kayıtların kurgusu ise bandı dinlemek ve bandın kullanılmayacak kısımlarını makasla keserek atma yoluyla yapılırdı. Bandın kullanılacak bölümleri ise birbirine yapıştırılır ve böylece program kurgusu tamamlanırdı.

Dijital kurguda, yine tüm program malzemesi bilgisayarlı kurgu odasına getirilir ve alınacak ses malzemeleri bilgisayara yüklenir. Kurgu yazılı metne göre yapılır. Dijital kurgu, zaman almakla birlikte, bilgisayar tekniğinden anlayan deneyimli programcılar tarafından da kolaylıkla yapılabilir.

Kurgusu yapılarak program durumuna getirilen çalışma, gerçekten yayına hazır durumda değildir. Yapımcı, öneri formunda sunduğu zamanlamaya uymak zorundadır. Çünkü radyonun bir yayın akışı vardır ve sizin öneri formunda sunmuş olduğunuz programınızın zamanı esas alınarak radyonun yayın akışı düzenlenmiştir. Bunun için yapmış olduğunuz program saniyesi saniyesine denk gelmek zorundadır. Yoksa bir sonraki program süresi sarkar ve radyonun yayın akışı alt üst olur. Bu yüzden programımızı tam zamanında bitirmeliyiz.

Yapmış olduğunuz programda ekleme, çıkarma, sürelerle oynama ve her bir parçayı ayarlama şansınız vardır. Buna 'zamanlama' (timing) aşaması denir. Bu ayarlama seslendirme hızında, ara boşluklarda, sinyal müziğinde yapılabilir. Ancak bu yapılırken kulağı tırmalayacak veya program bütünlüğünü bozacak yanlış bir yöntem kullanmamak gerekir. Yapımcılar

genellikle bitiş sinyallerini olması gerekenden biraz daha uzun tutarak olası bir zamanlama hatasını buradan telafi etmeye çalışırlar. Bu doğru bir yöntemdir.

7.1.4. Denetim ve Yayın

Bu aşamada, programın yayın ve programcılık ilkelerine uygun olup olmadığı denetlenir. Yönetim biçimi ne olursa olsun tüm yayın kurumlarında programlar yayına girmeden önce programları denetleyen bölümler vardır.

Ancak denetleme ölçütleri ile denetim aşamaları farklılık gösterebilir. Bazen bir ülkede programlar yalnızca teknik açıdan ve bir kişi tarafından denetlenirken, başka bir ülkede hem teknik hem de içerik yönünden çok sıkı birkaç aşamalı bir denetimden geçebilir. Kimi zaman programların metin üzerinden kimi zaman ise bant üzerinden denetlenmesi gerekebilir. Devlet ve hükümet yönetimlerindeki radyolarda bu denetim çok daha sıkı olmaktadır.

Denetim, yol gösterici olduğu durumlarda, yayıncılık açısından yararlıdır. Yoksa bağlayıcı ve yaratıcılığı önleyici olur.

Ülkemizde ise denetim iki farklı türde yapılmaktadır. TRT’de programlar birkaç aşamalı denetimden geçtikten sonra yayınlanırlar. Özel girişimci radyolarda ise denetim son derece esnektir ve birçoğunda herhangi bir denetim bile söz konusu değildir. RTÜK’ün yayın sonrası denetimi nedeni ile programlara ceza vermesi, radyoları daha dikkatli davranmaya yöneltmiştir.

Denetimden geçen programımız artık yayınlanma aşamasına gelmiştir. Yapımcı, program bandının (ya da dijital ortamın) içine programın kimliğini yazarak yayından sorumlu birime teslim eder. Yayın sonrası yayın yönetimden sorumlu eleman program bandını saklanmak üzere arşive gönderir. Programın niteliğine göre bantlar uzun veya kısa süreli olarak arşivlerde saklanır. Yasal zorunluluklar nedeni ile de programların belli bir süre saklanması gereklidir.

Canlı yayın programlarında durum biraz farklıdır. Canlı yayınlarda seslendirme, kurgu, denetim aşamalarından geçilmeden yayın aşamasına gelinir. Program seslendirilirken aynı zamanda da yayınlanmış olur. Canlı yayın programlarında denetim, program metni ve konuşmacıların kimliği üzerinden yapılmaktadır. Yoksa konuşmacının ne söyleyeceği konusunda denetim yapmak mümkün değildir. Bunun için canlı yayın yapımcıları özel olarak seçilir. Bu programlar dijital ortamda saklanır.

7.2. Röportaj

Bir radyo programında en çok kullanılan program biçimlerinden biri röportajdır. Özellikle günümüz teknolojilerinin getirdiği radyoculuk uygulamalarında sık sık kullanılan bu teknik,

haber yayınlarından eğitim, kültür, eğlence, spor hatta reklam yayınlarına kadar pek çok yayıncılık türünde kullanılmaktadır.

Söyleşi ya da röportajın tanımını türlerine uygun olarak farklı biçimlerde vermek daha uygun olmakla birlikte, çok genel olarak tanımlamak gerekirse, bir konu hakkında ilgili kişi ya da kişilerden, konunun uzmanı, yönetici, teknisyen niteliğindeki kişilerden sesli olarak programda kullanılmak üzere bilgi almaktır.

Ön röportaj hazırlığı haber yapmayı planladığınız bir gelişmenin bağlamını anlamanıza yardımcı olur. Özellikle televizyon ve radyo muhabirleri ön röportajı, bir bilim insanının yayına çıkmaya uygun olup olmadığını belirlemek için kullanır. Yazılı basın muhabirleri ön röportaj notlarını bazen makalede kullanabileceklerini anlar; ama bu durumda, kayıt dışı olarak söylenenlerle röportajda söylenenler her zaman aynı olmadığından, kaynakla temasa geçip bunu kabul edip etmeyeceklerini sormak gerekir. Ön görüşmeden sonra, ne tür bir röportaj yapılacağı netleştirilmelidir. Farklı tiplerdeki röportajlar farklı sorular gerektirir.

Bir muhabir, röportajdan önce kendisiyle röportaj konusu arasında ne kadar duygusal mesafe bırakması gerektiğini düşünmelidir. Normal bir röportaj, arkadaş çevrenizi genişletme amaçlı değildir. Özel dikkat ve kararlı bir röportaj biçimini gerektiren bazı durumlar vardır.

Canlı radyo yayınında teknik hazırlık önemlidir. Röportaj yapacağınız kişileri telefona doğru nefes vermemeleri, cep telefonlarını kapatmaları ve aynı anda konuşmamaları konusunda uyarın, çünkü ikinci bir şansınız yok. Bilim konuklarını, özellikle de ilk soruya cevap olarak, bağlamı anlatmak için vakitleri olmayacağı konusunda uyarın. Bilim standartlarına göre ilk soru sadece konuya giriş için önemlidir.

Canlı radyo yayınında, ilk soru olarak mutlaka en ilginç olanını seçmelisiniz, aksi takdirde dinleyicileriniz radyoyu kapatabilir. İlk soru genel değil, konunun özüyle ilgili olmalıdır. Röportaj yapılan kişi soruyu cevaplamaktan kaçamamalıdır.

Canlı radyo yayınında sadece içinde bulunulan an vardır. Konukların telefonla katıldığı daha uzun konuşma programlarında, soruların ve yanıtların hatırlatılması gerekebilir, çünkü dinleyiciler siz yayındayken değişmiştir. Eğer mümkün olursa, bilim insanını “daha önce söylediğim gibi” ve “reklam arasında söylediğim gibi” tarzında ifadelerden kaçınması gerektiği konusunda uyarın.

Eğer bilim insanını telefonda konuşmak yerine stüdyoya sokabilirsiniz, ses kalitesi kıyaslanamayacak kadar artar. Eğer canlı radyo yayınına araştırmanın yürütüldüğü yerden yapabilirsiniz, o zaman yayında bunu belirtmek uygun olacaktır.

Daha önce değinildiği üzere, röportaj bir radyo programının ya da haberinin yalnızca bir kısmıdır. Dolayısıyla, bir programın tümünü oluşturmaz. Canlı olmayan programlarda, program metnine bağlı olarak nerede yer alması öngörülüyorsa, kurgu aşamasında orada yer alır. Tamamıyla röportajdan oluşan program düşünülemez. Mutlak olarak onun dışında program metnine bağlı olarak diğer söz ve müzik kısımları ya da her ikisi birden yer alır. En azından başında ve sonunda tanıtıcı ve sonuçlandırıcı konuşmalara, bağlantı cümlelerine yer verilir.

Bölüm Soruları

- 1) Seslendirme aşaması ile ilgili olarak aşağıdakilerden hangisi doğrudur?
 - a) Tüm program yapımcıları, program metinlerini seslendirebilir.
 - b) Seslendirme aşaması, teknik bir süreçle de ilgilidir.
 - c) Her program türünde seslendirme herhangi bir spiker tarafından gerçekleştirilebilir.
 - d) Seslendirme aşaması canlı yayın süreciyle ilintilidir.
- 2) Bir yapımın sestten sonraki en önemli temel malzemesi aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Röportaj
 - b) Fon müziği
 - c) Efektler
 - d) Müzik
- 3) Aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?
 - a) Müzik, yalnızca eğlendirme amacı ile kullanılmalıdır.
 - b) Müzik, program süresini doldurma amacıyla kullanılmalıdır.
 - c) Müzik, hem duygusal durum yaratmak, hem de var olan duygusal durumu değiştirmek için kullanılmalıdır.
 - d) Müzik, söz programlarında kullanılmamalıdır.
- 4) Bir radyo programında müziğin dolaylı kullanımı üç kümede toplanmaktadır. Aşağıdakilerden hangisi bunlardan biri değildir?
 - a) Tanıtım müziği
 - b) Fon müziği
 - c) Geçiş müziği
 - d) Röportaj müziği

5) Seslendirme aşamasında aşağıdaki tekniklerden hangisi en önemli olandır?

- a) Kurgu programı
- b) Bant, CD ya da dijital ortam
- c) Mikrofon
- d) Efekt cihazı

Cevaplar: 1) b 2) d 3) c 4) d 5) c

8. RADYO YAYINCILIĞININ TEKNİK TEMELLERİ I

Giriş

Ses bazen bir iletişim aracı olarak, bazen de bizi yönlendiren bir kod olarak karşımıza çıkar. Ses etrafımızı saran çok yönlü bir özelliğe sahiptir. Tanımadığımız ya da bizi rahatsız eden bazı sesleri gürültü olarak tanımlarız. Bazı sesler ise hoşumuza giderken, bazılarında rahatsız oluruz. Ses, radyo yayıncılığının var olmasını sağlayan en temel unsurdur.

8.1. Ses ve Sesin Temel Özellikleri

Fiziksel olarak ses, gaz, sıvı veya katı ortamlarda oluşan mekanik titreşimlerdir. Bu titreşimlerin ses olarak algılanabilmesi için, yayılım ortamı (propagation medium), kulak hassasiyeti (duyu yeteneği) ve enerjiye sahip olması gerekir.

Maddesel ortamın herhangi bir bölgesinde oluşan bir hareket, maddenin esnekliği nedeniyle diğer bölgelerin de harekete başlamasına neden olur, bu hareket sesin duyulmasını sağlar. Havaless (vakum) ortamda ses yayılamayacağı için duyulamaz.

Bir nesnenin her titreşmesinde, bu nesnenin çevresini saran havanın yoğunluğu, nem gibi dış etkenlerin de yardımıyla sese dönüşerek bir parça enerji kaybına neden olur. Bir ayar çatalı parmaklar arasında vurulursa tınlama sesi çok az duyulur. Bunun nedeni titreşimin havadaki çiftlemesini tamamlayamamasıdır. Eğer bu bir ağaç veya metal bir aksama vurulursa titreşim bu yüzeylere daha fazla aktarılacak ve daha fazla ses duyulacaktır.

Sesler her zaman aynı kalitede ve sürede duyulmazlar. Zaman ile boşluk arasında önemli bir bağ vardır. Çünkü ses bir dalgadır ve zaman ile boşluk içinde ilerler.

8.1.1. Sesin Oluşumu

Ses kaynakları titreşerek ses meydana getirir. Titreşim, bir cismin ileri geri gidip gelme hareketidir. Ses veren her şey titreşir. Titreşen cisimler ses oluşturur. Ses veren cisimler esnekler. Esnek olan cisimler ses dalgaları meydana getirebilir ve ses dalgalarını iletebilir.

Günlük yaşantımızda işittiğimiz seslerin her biri, bir ses kaynağına aittir. Hiçbir nesne ya da cisim, herhangi bir etki olmadıkça kendi başına ses üretmez. Çünkü sesin oluşabilmesi ve kulağı kadar ulaşabilmesi için üç temel koşul vardır. Bunlar; titreşim kaynağı, enerji kaynağı ve ortamdır.

Sesin yayılması için maddesel ortama ihtiyaç vardır. Yani boşlukta ses yayılmaz. Ses dalgaları halinde yayılır. Ses kaynağından çıkan ses maddenin taneciklerini titreştirir. Bu nedenle ses yayılır. Ses dalgasının her bir tam devrinde bir sıkışma ve bir seyrekleşme serisi vardır. Ses, tanecikler halinde yayılır, tanecikler ne kadar sık ise o kadar hızlıdır. Sesin yayılma hızı sırasıyla katıdan sıvıya, sıvıdan gaza azalır. Hız (V) = uzaklık (D)/ süre (T) biçiminde gösterilen genel hız formülü aslında teorik bir değer niteliği taşımamaktadır. Çünkü bu formülde göz önüne alınmayan dış faktörler, ses dalgalarının hızı üzerinde bir dizi etkiler yaratır. Örneğin rüzgâr sesi uzaklara taşır, gece ve gündüzün sıcaklık farkları ses dalgalarını etkiler. Ses dalgaları katılarda yaklaşık olarak 5000 m/s hızla yayılır. Suda 1453 m/s hızla yol alır. Havada 340 m/s yol alır. Ses kaynakları ikiye ayrılır bunlar doğal ses kaynakları ve yapay ses kaynaklarıdır.

Yağmur, rüzgâr, akarsular, gök gürültüsü, canlı sesleri ve doğa sesleri gibi kendiliğinden ses çıkaran ses kaynaklarıdır. Makine, telefon ve enstrüman gibi üretilmiş araç veya gereçler yapay ses kaynaklarıdır.

Ses veren her madde bir ses kaynağıdır. Sesler kaynaktan aldığı enerjilerle titreşerek yayılırlar. Titreşen cisimler esnek olup sesi oluşturur. Esnek olan cisimler ses dalgaları meydana getirebilir ve ses dalgalarını iletir. Ses mekanik dalga olduğu için yayılması için bir ortama ihtiyaç duymaktadır. Ses dalgaları ortamlarda sıkışma ve genleşme şeklinde boyuna ilerleyen dalgalardır.

Hava moleküllerinin etkileşimiyle oluşan ses dalgalarının yayılımı durgun bir suya atılan taşın su yüzeyinde oluşturduğu dalgalara benzetilebilir. Fakat su dalgalarının yayılma şekli enlemesine (transverse waves), ses dalgalarının yayılma şekli ise birbirine paralel, aynı yönde ve boylamsaldır (longitudinal waves). Ses gibi boylamsal dalgalar, havada bir yandan diğer yana salınarak yayılırlar.

8.1.2. Frekans

Frekans, kelime anlamı itibarıyla bir olayın belli bir birim zaman dâhilinde tekrarlanmasının ölçülme işlemidir. Matematiksel ifadesiyle frekans, "denge noktası etrafındaki salınımdır." Formüleleştirilmiş hali ise $F=1/T$ olarak ifade edilir.

Frekans kavramı, aslında hayatımızın pek çok evresinde karşımıza çıkmaktadır. Biz her ne kadar frekans kavramını elektromanyetik tarafı ile algılasak da, beynimizde hareket eden enerji dalgalarından atmosfer tabakasındaki manyetik dalgalara kadar pek çok alan, frekans kavramını doğrudan ilgilendirir.

Maddeler, bir frekans işlemi ile sürekli ve birbirini tekrar eden biçimde titreşmektedir. Bizim görsel ve algısal olarak tetkik sınırlarımızın altında olan bu mikro hareketlilik, frekans olarak tabir edilebilecek nizami ve birbirini tekrar eden hareketlerle titreşerek frekans eylemini meydana getirirler.

Frekans kavramını örneklendirecek olursak, en bariz örnekleri ses frekanslarıdır. Ses bir frekans işlemi gerçekleştirir yani kendisini tekrar ederek hareket eder. Bu eylem ile frekans işlemine yani hareketin tekrarlanmasının ölçülme işlemine tabi tutulabilir. Frekans değeri, tekrarlama işleminin bir saniye içerisindeki işlem miktarıdır. Örneğin bir ampul, takriben 60 hertz'dir. Hertz bir ölçü birimidir ve bir saniye içerisindeki tekrar miktarını gösterir. Bir anlamda frekans sıklık birimidir. 60 hertz'lik bir ampul, bir saniye içerisinde 60 kez küçük hareketlerle titrer.

İnsanın algılayabildiği yegâne frekans ses frekanslarıdır. İnsan beyni (kulağı), 20 ile 20.000 hertz arasındaki ses frekanslarını algılayabilir. Bu frekansları algılayan sistem kulak zarıdır. Kulak zarı, ses dalgalarını hissederek bu dalgaların simetriğini beyine iletir ve biz bu ses dalgalarını algılayıp yorumlayabiliriz.

Radyo dalgalarının çalışma prensibi de insan beyni gibi dalgaları algılama ve dönüştürme işleminden ibarettir. Ses dalgası, havaya karışarak uyguladığı basınç ile nasıl kulağımıza geliyor ise, radyo dalgaları da benzer bir şekilde bir cihaz tarafından algılanıyor. Ses dalgasını algılayan cihaz bu veriyi dijital hale getiriyor ve belli bir noktaya ilettikten sonra dijital olarak aldığı veriyi ses dalgasına dönüştürüyor. Tüm bu işlemlerin temelinde kendisini tekrar eden titreşimler olan dalgaların frekans sistemiyle hesaplanıp yorumlanarak kullanılması yatmaktadır.

8.1.3. Dalga Boyu

Her frekansın birbirlerinden farklı uzunlukta dalga boyları vardır. Dalga boyu, devrini tamamlamış bir ses dalgasının yayıldığı uzaklıktır. Sesin frekansı ile dalga boyu arasında ters bir orantı vardır. Çünkü sesin frekansı yükseldikçe dalga boyu kısalır, frekansı düşükçe dalga boyu da uzar.

8.1.4. Genlik

Bir ses kaynağına bir basınç uygulandığında oluşan artı, eksi tepe noktaları arasındaki yüksekliğe sesin genliği denir. Bu yükseklik sesin seviyesini de gösterir. Genliği büyük olan sesin seviyesi genliği küçük olana göre daha yüksektir.

8.1.5. Desibel

Temel olarak desibel, farklı seslerden oluşan iki ses arasındaki seviyeyi ya da iki elektrik güç seviyesindeki değişimi logaritmik oran ile ifade eden, bir mühendislik terimidir. “Deci” “onda bir” anlamına gelir. “Bel” ise Alexander Graham Bell’in soyadıdır. Desibel, “Bel” biriminin onda biridir ($10 \text{ dB} = 1 \text{ Bel}$). Ses basınç seviyesi, sinyal seviyesi ve sinyal seviyesindeki bütün değişimler desibel (dB) ile ölçülür.

8.1.6. Sesin Hızı

Ses dalgalarının bir hızı vardır. Ses dalgalarının yayılma hızı ortamın basıncına, sıcaklığına ve yoğunluğuna göre değişir. Sesin hızı deniz seviyesinde 20C derecedeki sıcaklıkta yaklaşık 340 metredir. Ses dalgalarının değişik ortamlardaki hızlarına örnek olarak, tatlı suda saniyede 1480 metre/sn. iken tuzlu suda daha yüksek ve 1520 metre/sn.’dir. Nedeni tuzlu suyun

yoğunluğunun fazla olmasıdır. Ses, sıvı ve katı ortamlarda daha hızlı yayılır. Çünkü hava gibi gaz ortamlarda moleküller arasındaki mesafe daha fazladır. Soğuk havada sesin hızı alır.

8.1.7. Ses Dalgalarında Faz Farkı

Kapalı bir ortamda ses kaydı yapılırken, ses kaynağı aynı olmasına rağmen yansımalarından dolayı çok sayıda dalgalar oluşacaktır. Bu dalgaların fazlarının aynı veya ters fazda olması bazı sorunlar yaratabilir. Bu nedenle faz konusunda ön bilgi sahibi olmak önemlidir. Sesin dalga şeklinde maksimum ve minimum noktaları vardır. Frekansları aynı, iki dalgayı üst üste taşıdığımızda maksimum ve minimum noktaları birbirleriyle çakışmayacak şekilde bir kayma varsa, bu iki dalga arasında faz farkı oluşmuştur. Tek başına bir dalganın fazı başlı başına bir önem taşımaz ve işitilen seste genellikle bir farklılık yaratmaz. İki veya daha fazla dalga aynı fazda üst üste gelirse bu dalgalar daha da güçlenecektir.

8.1.8. Sesin Tınısı

Sesin tınısı, aynı frekansta olduğu halde kaynaklar farklı ise seslerin farklı olarak algılanmasıdır. Sesler arasındaki renk farkıdır. Ses kendine özgü olan bu rengi, taşıyıcı bir titreşimin (asal dalganın) üzerine “oranlı” olarak, yan titreşimlerin (harmoniklerin) binmesiyle oluşan karmaşık titreşimlerin sonucu sonucunda kazanır. Frekansı oluşturan saniyedeki periyot sayısı, ne kadar fazla olursa ses o kadar tiz; ne kadar az olursa, o kadar bas niteliğe bürünür.

8.1.9. Sesin Şiddeti

Aynı ses kaynağının ürettiği sesin farklı uzaklıklardan farklı şekilde duyulmasını sağlayan özelliğe sesin şiddeti denir. Seslerin şiddetleri farklıdır. Sesin şiddetine gürlük de denir. Sesin kulak tarafından duyulan yüksekliği de sesin şiddeti ile ilgilidir. Kulağa gelen ses dalgalarının kuvveti sesin şiddetine denk düşer. Hafif sesler kulağa az şiddette, kuvvetli sesler ise yüksek şiddette gelmektedir. Şiddet birimi desibel'dir (dB). Desibel insan kulağının işitebildiği en küçük ses şiddetidir. Örneğin, fısıltı sesi 30 dB iken, konuşma sesi 40-60 dB, bağırma sesi 80-90 dB civarında iken, uçağın kalkış sesi ise 120-140 dB civarındadır.

Bölüm Soruları

- 1) Aşağıdakilerden hangisi sesin tanımı olabilir?
 - a) Gaz, sıvı veya katı ortamlarda oluşan mekanik titreşimlerdir.
 - b) Akciğerlerden gelen hava yardımıyla dışarı itilen titreşimlerdir.
 - c) İki cismin birbirine değdiğinde çıkardığı tınıdır.
 - d) Hava yardımıyla oluşan titreşimlerdir.
- 2) Aşağıdakilerden hangisi havasız ortamda sesin duyulamayacağı bilgisine dayanak oluşturur?
 - a) Ses hava yardımıyla oluşur.
 - b) Havanın içindeki moleküller, sesin titreşimine engel olur.
 - c) Maddesel ortamın herhangi bir bölgesinde oluşan bir hareket, maddenin esnekliği nedeniyle diğer bölgelerin de harekete başlamasına neden olur, bu hareket sesin duyulmasını sağlar.
 - d) Sesin oluşmasındaki temel unsur havadır.
- 3) “Sesler her zaman aynı kalitede ve sürede duyulmazlar.” Aşağıdakilerden hangisi bunun sebebi olabilir?
 - a) Çünkü ses bir dalgadır ve zaman ile boşluk içinde ilerler.
 - b) Her ses farklı kalitede üretilir.
 - c) Sesin oluşumu zamana yayılan bir süreçtir.
 - d) Kaliteli bir ses, ancak doğal yollardan zaman içinde oluşur.
- 4) Bir olayın belli bir birim zaman dâhilinde tekrarlanmasının ölçülme işlemine ne ad verilir?
 - a) Tını
 - b) Frekans

c) Sesin Şiddeti

d) Genlik

5) Aşağıdakilerden hangisi frekans sıklık birimidir?

a) Desibel (dB)

b) Hertz (Hz)

c) Bel

d) Fr

Cevaplar: 1) a 2) c 3) a 4) b 5) b

9. RADYO YAYINCILIĞININ TEKNİK TEMELLERİ II

Giriş

Radyo stüdyoları, temelde yayın ve yapım stüdyoları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Her iki stüdyonun da gerekli teknik ve teknolojik alt yapılarının sağlanması, yayınların teknik bakımdan nitelikli gerçekleştirilmesi açısından büyük önem arz etmektedir.

9.1. Radyo Stüdyoları

Dış etkilerden yalıtılmış radyo ve televizyon programlarının standart ölçülerde kaydedildiği geniş mekânlara stüdyo denir. Bir stüdyoda bulunması gereken üç özellik, yalıtım, akustik ve gerekli teknik ve teknolojik donanımdır.

9.1.1. Yalıtım

Stüdyonun ses geçirmezlik özelliğine yalıtım (izolasyon) denir. Bir stüdyoda mikrofonların dış sesleri alması her zaman için istenmeyen bir durumdur. Özellikle kumanda masası ile stüdyo arasında bu ses geçirmezlik çok önemlidir. Koridordaki ayak sesleri, yan odadaki telefon zili ya da dışarıda akan trafiğin sesinin yayında duyulması önemli bir problemdir.

İzolasyonun sağlanabilmesi için stüdyonun duvarları, tavanı ve tabanı mümkün olduğu kadar içeriye ses sızdırmayacak şekilde yapılması gerekir. Bunu sağlamanın yolu ses stüdyolarının yaylı döşemeler üzerinde kurulması, kauçuk veya çelik yaylar üzerinde yüzdürülmesidir. Ancak bu çok pahalı bir inşaat şeklidir.

Hava tarafından taşınan sesi engellemenin yolu da özel kaplama malzemeleri kullanmaktır. Kapılar etrafında mıknatıs kullanılarak dışarıdan gelen sesler engellenebilir. Bunu sağlamak için kapı çerçevesinde çelik şerit ve kapıda mıknatıslı şerit kullanılır. Böylece kapı kapandığı zaman çelik şeridin mıknatıslı şeridi çekerek kapatması sonucunda sızdırmazlık sağlanabilir.

İzocam taş yünü ve cam yünü ürünleri, ısı yalıtım malzemesi olarak kullanıldığı gibi çeşitli uygulamalarda ses yalıtım malzemesi olarak da kullanılmaktadır. Bu özelliği sayesinde taş yünü ve cam yünü, ısı ve ses yalıtımının birlikte yapılması gerektiği uygulamalar için kullanılan malzemelerdir. Bu malzemeler iki duvar arasında ses yalıtımında darbe sesini azaltmak için kat aralarında, dış duvarlarda, akustik amaçlı çeşitli kaplamalar arkasındaki uygulamalarda kullanılır.

Piramit ve yumurta tipi süngerler ve onun çeşitli kombinasyonlarından oluşan ses yalıtım malzemeleri özellikle iç mekânların akustik düzenlemeleri için kullanılır. Esnektir ve kolay uygulanabilirler.

9.1.2. Akustik

Bir yüzeye, bir tele veya bir cisme basınç uygulandığında oluşan ses dalgaları hava zerrecikleri ile iletilirken, ortamda bulunan malzemeler ve yüzeyler tarafından yansıtılır, kırılır ya da emilirler.

Akustik kısaca, algılanan sesin fiziksel davranışları olarak tanımlanır. Sesin hava aracılığı ile iletilmesinde, çeşitli materyaller tarafından yansıtılması, kırılması, emilmesi ya da bunların kısmen gerçekleşmesi sesin fiziksel davranışlarını oluşturmaktadır. Bir radyo stüdyosu ortamında bulunan materyallerin yapısı ya da şekli, ses dalgalarının farklı davranışlar sergilemesine ya da değişmesine neden olmaktadır. Bu nedenle, bir radyo stüdyosunda, seslerin alınması ve işlenmesinde, sesin kaynağı, onu çevreleyen materyallerin yapısı ve şekli, ses niteliğini belirlemede önemli rol oynamaktadır.

Ses kaynağı ve yansıtıcı arasındaki mesafeye bağlı sesin 0,005 saniye veya daha fazla zaman arayla yüzeyden yansiyarak tekrarlanmasına yankı denir.

Yansıyan sesin kalitesi dinleyiciye oda hakkında bir fikir verir. Bir konser salonu gibi geniş mekânlarda ses, yankılanmadan önce uzun bir yolculuk yapar. Taş duvarlar, tahta kaplı yüzeyler sesi; perde, halı ve diğer yumuşak döşemeden daha etkili bir biçimde yansıtır.

Bir kişi konuştuğu zaman havadaki ses dalgaları her yöne dağılır. Bir stüdyo duvarı gibi iki veya daha fazla paralel yüzey arasında ses dalgaları oluşturulduğunda, ses dalgaları karşı yüzeyler arasında gidip gelirler. Sesler duvar, döşeme ve tavandan yankılanarak bütün odayı hızla doldurur. Bulduğumuz ortamda malzemeler ve yüzeyler tamamen yansıtıcı ise yansımalar sonucu seste bozulmalar olacaktır. Çünkü çok fazla yansıyan ses dalgalarının bazı noktalarda üst üste geldiklerinde birbirlerini kuvvetlendirecekler veya zayıflatacaklardır. Ancak, bulduğumuz ortamın tamamen yutucu yüzeylerle kaplı olması durumunda da yutulan yüksek frekanslı seslerin yokluğu nedeniyle sesin niteliği yine bozulacaktır.

Eğer dinleyici konuşmacıya yakınsa, sesin önemli bir bölümü konuşmacının ağızından gelir, çok azı duvarlara ve tavana çarparak ulaşır. Dinleyici konuşmacıdan uzaktaysa sesin azı konuşmacının ağızından, önemli bir bölümü tavan ve duvarlara çarparak gelir. Doğrudan seslerin dolaylı seslere oranı, dinleyicinin konuşmacıdan ne kadar uzak olduğunu gösterir. Yankılanma zamanı belli bir odada bir sesin orijinal yüksekliğinin sıfıra inmesi için geçen süredir. Normal bir radyo stüdyosunda yankılanma süresi 0,3 saniyedir. Bunun nedeni dinleyicinin radyo stüdyosunda sesin yankılanması ile dinleyicileri rahatsız etmemektir.

Ses dalgaları, katı ve düz bir yüzeyle karşılaştığında, eğer bu yüzey, sesin dalga boyundan geniş ise bu ses dalgaları ışık dalgaları gibi geldikleri açıyla yansiyacaklardır. Yani sesin geliş açısıyla yansıma açısı eşit olacaktır.

İnsan kulağı, ses yansımalarını bazı durumlarda eko dediğimiz yankı şeklinde veya reverb dediğimiz sesin uzaması şeklinde algılar.

Bulunulan ortamdaki yüzeyler ve malzemeler tamamen sert, düz ve parlak özelliğe sahiplerse ses dalgalarında yansımalar çok fazla olacaktır. Yansımaların çok fazla olması durumunda sesin niteliğinde bozulmalar meydana gelecektir.

9.1.3. Teknik-Teknolojik Donanım

Radyoda yayın ve prodüksiyon (yapım) tekniklerini bilmemek bir yayıncı için işin yarısının eksik olması demektir. Başarılı bir radyo programını gerçekleştirmenin ilk basamağı teknik donanımın iyi olmasıdır.

Bir radyo istasyonunda yapılan işin içeriği bakımından biri yayın diğeri yapım olmak üzere iki temel stüdyo bulunur. Tek bir odadan oluşan stüdyolarda bütün yayın/kayıt kontrol ekipmanları ile mikrofonlar aynı yerde bulunur. Bu tür stüdyolarda yapımcıya da prodüktör bütün ekipmanları kendisi kullanır.

Birbirinden ses geçirmez bir camla ayrılmış iki ayrı odadan oluşan stüdyolarda ise bölmelerin birinde tüm yayın/kayıt kontrol ekipmanları bulunur. Bu bölme kontrol odası denir. Mikrofonların yer aldığı, programcı/konukların bulunduğu bölme ise kayıt/yayın odası olarak adlandırılır.

Yayın stüdyolarında canlı yayınları gerçekleştirmek için kullanılan cihazlara bakıldığında, mikrofonlar, kulaklıklar, kaydedilmiş anons, program ve müzik için playback üniteleri, tüm kaynakları kontrol eden ve birbirine miksleyen ses kontrol masası, program anonslarını veya canlı performansın kaydedilmesini sağlayan kayıt cihazları olduğu söylenebilir. Tüm bunların yanında, mikrofonların tam tersi bir prensiple çalışan ve elektrik enerjisini akustik enerjiye çevirerek duyulabilir ses üreten hoparlörler bir başka tanımla monitörler de bulunmaktadır. Monitörler, yayını gerçekleştiren kişilere, farklı kaynaklardan gelen sesleri dinleyerek yayına nelerin gittiğini duymasını sağlamaktadır.

Prodüksiyon stüdyosu olarak da tanımlanan yapım stüdyoları, sesleri, efektleri, müziği bir araya getirerek daha sonra yayınlanmak üzere birtakım ürünleri radyo yapımlarını ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır. Bir yapım stüdyosunda, yayınlanacak bir ürünü ortaya çıkarmak için yeniden kaydetme, farklı bir şekilde harmanlama, bir araya getirme, farklı müzik ya da efekt seçeneklerini tatmin edici bir sonuç ortaya çıkana değin, canlı yayınlardan farklı olarak zaman kısıtlaması olmaksızın gerçekleştirme olanağı bulunmaktadır. Birbirinden farklı seslerden oluşan bir radyo yapımının (örneğin bir radyo tiyatrosu ya da bir sanatçı ve konserine katılan dinleyiciler ile yapılan röportaj gibi), bir araya getirilerek kurgulanması, birden fazla ses efektinin veya müziğin eklenmesi tek bir seferde ve aynı anda gerçekleştirilmesi mümkün olmayan yapımlardır. Bu açıdan, yapım stüdyoları bunun gibi daha karmaşık yapımları oluşturmak için büyük önem taşımaktadır.

Yapım stüdyolarını temel cihazlar (mikrofon, mikser, kulaklık vb.) aynı olmak kaydıyla yapım mikserlerinin yanı sıra yayın stüdyolarından ayıran en temel özellik; ağırlıklı olarak kaydedici ortamların yer almasıdır. Yapım stüdyolarında gerçekleştirilen en önemli işlerden biri de, ses kurgusunun gerçekleştirilmesidir. Yayın stüdyolarında olduğu gibi, yapım stüdyolarında da bilgisayar yazılımlarından yararlanılmaktadır. Seslerin, kurgulanması ve depolanmasında ses sayısal verilere dönüştürülerek iş istasyonlarında (workstation) işlenebilmektedir. İş istasyonları, kullanım kolaylığının yanı sıra yapımlarda esneklik, zaman kazanımı ve yaratıcı olanakların artırılması gibi üstünlükleri de beraberinde getirmektedir. Yapım stüdyolarında iş istasyonlarının kullanımı, sesin işlenmesinde kolay kurgu, ses frekans ayarı (equalization), sıkıştırma (compressing), derinlik verme (reverbaration), yedekleme, efektler ekleme, istenmeyen gürültüleri önleme gibi kazanımlar sağlamaktadır.

Kayıt/yayın odası röportaj, sohbet, müzik kaydı veya radyo tiyatrosu gibi farklı amaçlara göre düzenlenebilir. Buna bağlı olarak mikrofon sayısı ve oda akustiği de yeniden ayarlanır. Odadaki dinleme mikrofon açık olmadığında hoparlör üzerinden, mikrofonlar açık olduğunda kulaklıklardan yapılır. Kulaklık hoparlöre ses mikserin ana çıkışından gönderilir. Ana kumanda odasından yapılacak yönlendirmeye telefon gibi diğer cihazların da bağlantısı gerçekleştirilebilir.

9.1.4. Radyo Stüdyosunda Bulunan Cihazlar

Radyo stüdyosunda bulunan cihazlar, yayın ve yapım stüdyolarında farklılaşmakla birlikte, genel itibarı ile aynı ya da benzer işlevleri gören cihazlardır.

Mikrofonlar ve ses mikserleri radyo stüdyolarının en temel aygıtlarıdır. Günümüz teknolojilerinde ses mikserleri, yayın ve yapım stüdyolarında farklılaşmaktadır. Bunun sebebi, ses mikserlerinin yayın stüdyolarında, çok daha az tuş ve işlevle, programcının kolay kullanılmasına yönelik tasarlanmış olmasıdır. Özellikle günümüz rekabetçi, müzik ağırlıklı yayıncılık uygulamalarında, mikseri kullananın aynı zamanda program sunucusu da olması mikserlerin kullanım biçimlerinin daha basit hale getirilmesine sebep olmuştur. Gelişen teknoloji bu konuda tüm olanakları sunmaktadır.

Ses mikserleri, mikrofonlar, bilgisayarlar, müzik çalarlar, kulaklıklar, ses monitörleri, telefon görüşmelerine olanak sağlayan hibridler, çoğaltıcılar, ses kartları, gerekli kablolu sistemleri, ses masaları, internet sağlayıcı ekipmanlar, yayın otomasyon programları, ses kurgu programları, radyo stüdyolarının en temel varlıklarıdır. Ancak radyo kuruluşunun, mali ya da örgütsel yeterliliğine bağlı olarak bazı cihazlardan ödün verilebilir. Mikrofonlar, mikserler, çalıcılar ya da bilgisayarlar bunlardan sayılmaz. Bugün gelinen durumda teknolojinin sağladığı olanaklar doğrultusunda tüm bu cihazların dijital tabanlı olanları tercih edilmekle birlikte, analog alt yapıyla yayınlarını sürdüren radyo sayısı da az değildir.

Bölüm Soruları

- 1) Dış etkilerden yalıtılmış, radyo programlarının standart ölçülerde kaydedildiği geniş mekânlara ne ad verilir?
 - a) Akustik
 - b) Kayıt odası
 - c) Stüdyo
 - d) Sessiz oda
- 2) Aşağıdaki unsurlardan hangisi radyo stüdyoları için gerekli değildir?
 - a) Reverb
 - b) Akustik
 - c) Yalıtım
 - d) Teknolojik yeterlilik
- 3) Stüdyonun ses geçirmezlik özelliğine ne denir?
 - a) Akustik
 - b) İzolasyon
 - c) Cam yünü
 - d) Sessiz oda
- 4) Aşağıdakilerden hangisi ses yalıtım malzemesidir?
 - a) Taş yünü
 - b) PVC
 - c) Mantolama
 - d) Cam

5) Piramit ve yumurta tipi süngerler özellikle hangi mekânda yalıtım malzemesi olarak kullanılır?

- a) İç mekân stüdyo
- b) Alçıpan arası
- c) Dış mekân
- d) Mikrofona yakın yerler

Cevaplar: 1) c 2) a 3) b 4) a 5) a

10. RADYO YAYINCILIĞININ TEKNİK TEMELLERİ III

Giriş

Ses mikserleri, bir radyo stüdyosu için en önemli cihazlardandır. Tüm ses mikserlerinin temel çalışma prensipleri ve amaçları aynı olmakla birlikte, kullanım biçimleri farklılaşabilmektedir. Radyo stüdyoları için, yayın ve yapım mikserlerinin, özellikle günümüzde çok daha farklı tasarlandıkları bilinmektedir. Analog mikserler gün geçtikçe yerini dijital olanlara bırakmaktadır.

10.1. Ses Mikserleri

Radyo, TV ve film yapımlarında mikrofon gibi cihazlardan gelen ses sinyalleri, doğrudan ses kayıt cihazlarına bağlanabilir. Fakat ses sinyalinin birden fazla olduğu yapımlarda, sesleri daha iyi ayarlayabilmek için ses mikserleri tercih edilir. Çünkü ses mikseri kullanmadaki temel amaç, ses sinyallerini bir araya toplamak ve tek bir kaynaktan dağıtmaktır. Böylece ses sinyalleri, daha dengeli ve kontrollü olarak işlenebilir ve mikser çıkışlarına yönlendirilebilir. Eğer ses mikserleri olmasaydı, özellikle birden fazla ses sinyalini kontrol etmek ve yönlendirmek imkânsız hale gelirdi. Ses mikserlerinin kanal sayılarına göre fiziksel büyüklükleri değişebilir. Bazı mikserler taşınabilir, bazıları ise stüdyolarda kullanılan sabit mikserler olabilir. Ses mikserleri analog ya da sayısal yapıdadırlar. Günümüzde sayısal ses mikserlerinin üretimine ağırlık verilmektedir. Sayısal teknoloji sayesinde birçok fonksiyon bir araya toplanmıştır ve ses mikserleri oldukça işlevsel hale gelmiştir. Örneğin tek bir düğmeye birden fazla işlem atanabilmektedir. Analog mikserlerdeki fiziksel hacim, sayısal bir mikserde daha küçük bir yapıya sığdırılabilmektedir. Fakat profesyonel kullanıcılar, her bir işlemi birbirinden ayrı yapmak ve yaptıkları ayarları göz önünde görmek isterler. Bu sebepten dolayı, fiyatları diğer analog ve sayısal mikserlere göre çok daha pahalı olsa da “analog görünümlü sayısal ses mikserleri” tercih edilebilir. Aynı zamanda, bilgisayarlarda yazılım halinde sanal ses mikserleri de bulunmaktadır. Ses mikserleri kullanım alanlarına göre de değişmektedir. Çünkü ses mikserleri, ses çalışmalarının amacına göre üretilir.

Bir ses mikseri ne kadar basit ya da karmaşık yapıda olursa olsun, bütün ses mikserlerindeki amaç aynıdır. Ses sinyali miksera girer ve çıkışa yönlendirilir. Bir mikserin ses giriş kanalları, o miksera bağlanabilecek ses kaynaklarının (ses sinyallerinin) sayısını belirler. Mikserin çıkış kanalları ise, miksera girişi yapılan ses sinyallerinin, mikserin kaç farklı noktasından çıkış yapabileceğini belirler.

Mikserler yayın ve prodüksiyon mikseri olmak üzere ikiye ayrılır. Yayın mikserleri sürekli yayında olduklarından prodüksiyon mikserlerine göre biraz daha farklı fonksiyonları vardır. Birbirinden çok farklı teknik özellikleri olmasına rağmen gerek yayıncılıkta gerek prodüksiyonda kullanılan mikserlerin temel fonksiyonları aynıdır. Yayın mikserleri kullanım açısından çok daha dikkat edilmesi gereken mikserlerdir. Çünkü bu mikserler prodüksiyon mikserlerinden farklı olarak canlı yayını kontrol ederler. Teknisyenin sürekli hangi çıkışı dinlediğini takip etmesi gerekir.

Ses mikserlerinin ses giriş kanal sayıları ile ses çıkış kanal sayıları sabit değildir. Mikserin kullanım ihtiyacına göre giriş ve çıkış kanal sayıları değişmektedir. Örneğin portatif bir ses mikserinin genelde 4 ses giriş kanalı ve 2 ana ses çıkış kanalı vardır. Stüdyolarda kullanılan ses mikserlerinde 12, 24, 48 ve üzeri ses giriş kanalları olabilir. Bu tür mikserlerde ana çıkışlarla

beraber, yardımcı çıkışlar da bulunur. Ses mikserlerinde en çok karşılaşılan terimler; sinyal, fader, kanal ve EQ (equalizer)'dir.

10.1.1. Mikserin Bölümleri

10.1.1.1. Giriş Bölümü

Ses mikserlerinin bütün ses giriş ve çıkış bağlantıları, genellikle mikserin arka kısmında toplanır. Bazı gelişmiş mikserlerde ses giriş ve çıkış bağlantıları mikserin ana gövdesinden bağımsız olarak, ayrı bir panelde toplanmış olabilir.

Ses mikserlerine iki farklı ses kaynağı girişi yapılabilir: Mikrofon ve hat sinyalleri. Hat sinyal, mikrofon dışındaki diğer ses kaynaklarına ait ses sinyalleridir ve İngilizcede "line input/output" olarak tanımlanır. Örneğin bir CD çalar ya da kasetçalardan alınan ses sinyalidir. Mikserin giriş kanalı üzerinden, bu sinyaller miksera tanıtılmak zorundadır. Çünkü mikrofonun ve hat sinyallerin voltaj seviyeleri birbirinden farklıdır. Mikrofonun sinyal voltaj seviyesi hat sinyalin voltaj seviyesinden düşüktür. Bu ses sinyallerin girişinde kullanılan bağlantı fiş tipleri de farklıdır. Mikrofonlardan gelen ses sinyali "XLR" dengeli konnektörler ile yapılır. Hat sinyal girişleri ise "TRS" ya da "TS" tip jak girişler kullanılır. Portatif amaçlı bazı mikser ve ses cihazlarında, her iki sinyal türü için yalnızca XLR konnektörler bulunur. Ses sinyalleri giriş konnektöründen itibaren, mikser üzerindeki kanallarda "bus" olarak tanımlanan veri yollarını takip eder. Ses sinyallerinin hangi veri yolunu takip edeceği operatörün seçimine bağlıdır. Bazı ses mikserlerinde stereo giriş kanalları da bulunur.

10.1.1.2. Monitör Bölümü

Mikserin monitör bölümünde ses sinyal ya da sinyallerinin izleme ve dinlemesi yapılır. Sesler VU metre, PPM ya da dBFS gibi göstergeler ile izlenir. Kulaklık ya da hoparlörler yoluyla da dinlenir.

10.1.1.3. Çıkış Bölümü

Çıkış bölümü "master" bölüm olarak da tanımlanabilir. Ses mikserinin çıkış bölümünde yer alan temel işlevler şunlardır:

Group Fader: Giriş kanalından yönlendirilen sinyaller burada toplanır. Hem yardımcı çıkış olarak kullanılırlar hem de giriş kanalları kendi aralarında gruplandırılıp, "group" fader aracılığıyla yönetilebilirler. Örneğin 12 giriş kanalı üzerindeki "Group 1-2" düğmelerinin her birine basılarak, 12 kanal birden tek bir fader üzerine toplanabilir. Böylece 12 kanal tek bir fader aracılığıyla kontrol edilebilir.

Master Aux/Send: Her giriş kanalından yönlendirilen sinyaller bu düğmelerde toplanır. Örneğin herhangi bir giriş kanalındaki 1 nolu Aux ya da Send açıldığında, bu sinyal veya sinyaller 1 no'lu master Aux ya da Send düğmesine gelir ve bekler. 1 no'lu master düğme açıldığında ses sinyali mikser dışına taşınmış olur.

Return: Aux/Send aracılığıyla mikser dışına gönderilen sinyal, mikser geri alınmak istendiğinde "return" girişleri kullanılır. Bu girişler "line" girişlerdir.

Oscillator: Osilatör, sinyal üreteç düğmedir. 1 kHz test ton sinyalinin dışında farklı sinyaller de üretebilir.

Master Fader: Mikserin ana çıkışını kumanda eder. "Mix Fader" olarak da tanımlanır. Bir ya da iki fader olabilir. Bazı portatif mikserlerde ana fader yoktur. Giriş kanallarındaki sinyaller doğrudan mikserin ana çıkışına giderler. Fakat ana fader olan mikserlerde, giriş kanallarından gelen sinyallerin ana çıkışa (L ve R) gidebilmesi için ana fader'ların açılması gerekir.

Örneksel ve sayısal mikserler temelde bu işlevlere sahiptirler. Fakat mikserler kullanım alan ve amaçlarına göre farklı yapıda olabilirler. Sayısal mikserlerde ADC ve DAC dönüştürücüler bulunur. Sayısal mikserler bilgisayar gibi çalışırlar. Örneğin yapılan bir çalışmanın ayarları mikserde kaydedilebilir ve başka bir zaman bütün ayarlar geri yüklenebilir.

10.1.2. Mikser Üzerindeki Temel Göstergeler

10.1.2.1. Fader

Her bir ses kaynağını kontrol eden sürgü kollarıdır. Bu kontrol kanaldaki sinyali aktif hale getirir. Genellikle en az sekiz tanedir. Çok daha fazla sayıya kadar da çıkabilir. Fader'leri yukarı doğru çektiğinizde ses yükselir, aşağıya doğru indirdiğinizde ses alçalır. □

10.1.2.2. Ekolayzır (EQ)

Ekolayzır'lar (Equalizer), işitilebilen ses frekansının (20 Hz. ile 20.000 Hz arası) belli aralıklarını ayarlayabilmek için kullanılan elektronik devrelerdir. Başka bir deyişle ekolayzır belli aralıktaki ses frekanslarını baskılayan (attenuate) veya güçlendiren (boost) aktif bir filtredir. Ses cihazının (ampli, teyp v.s) içine entegre olabileceği gibi ayrı bir parça olarak da temin edilebilir. Entegre ekolayzır'ların band sayısı sınırlıdır. 2 kanal olanlar bass ve treble olarak alt ve üst frekanslara kumanda eder. Gelişmiş ekolayzır'larda 100 banddan fazla yelpazesi olanlar da vardır. Her band belli aralıktaki ses frekansını desibel(dB) olarak artırmak veya azaltmak için kullanılır.

Her fader için genellikle bir set vardır. EQ, seslerin kalite olarak eşitlenmelerine ve dolayısıyla aynı düzeyde çıkmalarına olanak sağlar. Aynı zamanda ses kalitesini zayıf cızırtılı bir plak veya hisirtili bir okuyucunun ses kalitesini yükseltir. □

10.1.2.3. Pre-fade (Ön dinleme-PFL)

Ön dinleme kanalları bir sesi, müziği yayına vermeden önce ön dinleme yapma imkânı verir. Fader kapalıyken kanal üzerindeki ses hoparlör ya da kulaklıkla dinlenir. İşitilen bu ses mikser çıkışına gitmez, yalnızca ön dinleme yapılır.

10.1.2.4. Aux

Ana mikser çıkışı haricinde her kanalı bağımsız olarak başka bir çıkışa yönlendirir. Örneğin, stüdyodaki canlı konserde miksera gelen kanalları kayıt için ayrı bir miksera yönlendirebilir.

Giriş kanalı üzerindeki ses sinyalini Aux/Send çıkışlarına yönlendiren düğmedir. Aux/Send sayısı mikserlere göre değişir. Her giriş kanalı üzerinde Aux/Send çıkışları bulunur. Aux/Send tarafından çıkışa yönlendirilen sinyal, ilk önce ana Aux/Send çıkışına gider ve orada bekler. Ana Aux/Send çıkışı da açıldıktan sonra ses sinyali mikser dışına taşınabilir.

10.1.2.5. Gain (Kazanç Tuşu)

Kanalın amplifikasyon seviyesini ayarlar. Mikrofon ve hat sinyallerin şiddetini ayarlayan düğmedir. Miksera girilen ses sinyalinin şiddet seviyesi, bu kazanç kontrol düğmesi yardımıyla ayarlanır. Sinyalin gücü gereğinden yüksek olduğunda, “peak” olarak tanımlanan LED ışık yanar.

10.1.2.6. Pan (Balance)

Stereo yayınlarda kanalı sağa veya sola yönlendiren düğmelerdir. Giriş kanalındaki ses sinyalinin, mikserin hangi ana çıkışından dışarıya alınacağını ayarlar (sol, sağ ya da her ikisi). Üç konumlu bir düğmedir: L (left, sol), C (center, orta) ve R (right, sağ). “C” konumundayken ses sinyali her iki ana çıkışa gider (L ve R). Özellikle stereo çalışmalarda kullanılır. “Balance” ya da “Pan” düğmesinin bir işlevi de giriş kanalındaki sinyalin hangi “Group” çıkışına yönlendirileceğini ayarlamaktır. Düğme sola çevrildiğinde “tek” numaralı Group çıkışlarına, düğme sağa çevrildiğinde “çift” numaralı Group çıkışlarına ses sinyali yönlendirilir.

10.1.2.7. VU Metreler (Volume Unit Meter)

VU metreler, ortalama ses yoğunluğunu ifade eden ses seviye göstergelerdir. VU metrenin skalası yoğunluk birimlerine bölünmüştür. Ölçü değerleri bir ibre aracılığıyla gösterilir. VU metrelerin çalışma prensibi, kulağın sesi algılama prensibine çok yakındır. PPM ses göstergeleri ise sinyal voltajının ulaştığı tepe noktalarını gösterir. PPM göstergede ibre hızlı yükselir ve operatörün ses tepe noktasını daha rahat algılayabilmesi için ibrenin düşüş hızı yavaştır. Genellikle beyaz ve kırmızı bölümlerden oluşur. Daha yeni modellerde ise ibre yerine yeşil ışıklar görülür.

Program sırasında sesin kırmızı noktayı fazla geçmemesine dikkat edilmelidir. Kayıt/yayın boyunca ibrenin kırmızı bölgenin en uç noktasına ulaşmaması gerekir. Böyle olduğunda ses patlamalı olarak duyulur ve bu çok rahatsız edici bir durumdur. Arada bir 0 noktası aşılabılır. Ama sürekli olarak sesin üst düzeyde tutulmamasına dikkat edilmelidir.

Yayın/kayıt sırasında programda kullanılacak bütün seslerin VU metre üzerinde aynı olması gerekir. Ancak bazı durumlarda sesler, VU metre değerleri aynı olduğu halde kulağa farklı gelebilir. Bunun nedeni ses niteliklerinin farklılığıdır. Bu durumda yapılacak iş kulağımıza güvenmektir. Sesler kulağa aynı şiddette gelinceye kadar faderler ile oynamak gerekir.

Bölüm Soruları

- 1) Ses sinyalinin birden fazla olduğu yapımlarda, sesleri daha iyi ayarlayabilmek için tercih edilen stüdyo cihazı aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Kulaklık
 - b) Mikser
 - c) Ekolayzır
 - d) Amplifikatör
- 2) Ses mikserlerindeki 'gain' kontrolün işlevi aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Giriş kanalında sinyal türünü belirlemek
 - b) Sesin şiddetini ayarlamak
 - c) Sinyali aux çıkışına göndermek
 - d) Sesin frekansını değiştirmek
- 3) Ses mikserlerine iki farklı ses kaynağı girişi yapılabilir. Bu girişler hangi şıkta doğru verilmiştir?
 - a) Mikrofon-Monitör
 - b) Monitör-Hat sinyalleri
 - c) Mikrofon-Hat sinyalleri
 - d) Kulaklık-Monitör
- 4) Mikserlerin giriş kanalındaki "fader" kontrolünün işlevi aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Ses sinyalinin frekansına etki etmek
 - b) Giriş kanalındaki sesin fazını değiştirmek
 - c) Her bir ses kaynağının şiddetini kontrol etmek
 - d) Sese efekt vermek

5) Aşağıdakilerden hangisi mikserin çıkış bölümünde yer almaz?

- a) Master Aux
- b) Return
- c) Master Fader
- d) Mic

Cevaplar: 1) b 2) b 3) c 4) c 5) d

11. RADYO YAYINCILIĞININ TEKNİK TEMELLERİ IV

Giriş

Radyo yayıncılığının temel ögesi olan sesin yayıncılık açısından var olmasını sağlayan en önemli teknolojik cihaz mikrofondur. Kuşkusuz ki günümüz teknolojisinde mikrofonların yapıları, özellikleri ve kullanım alanları birbirinden çok farklıdır. Nitelikli bir radyo yayıncılığının ön koşullarından biri de mikrofonları iyi bilmek ve amacına uygun kullanabilmektir.

11.1. Mikrofon

Mikrofonlar sesi elektriğe çeviren elektronik aletlerdir. Sesin elektriğe çevrilmesi işlemi, sesin havada yarattığı akustik dalgadan yararlanılarak gerçekleştirilmektedir. Ağzından çıkan veya herhangi bir şekilde yayılan ses havada basınç değişimi yaratmakta ve bu basınç değişimi, suya atılan taşın yarattığı dalgaya benzer şekilde, havada bir dalga iletimi şeklinde yayılmaktadır. Hava basıncının yarattığı etkiden yararlanılarak mikrofonlar aracılığıyla sesin elektriğe çevrilmesi sağlanmıştır. Bunun tersi bir işlemle, elektriğin de sese çevrilmesi mümkün olmaktadır. Elektriğin sese çevrilmesi de hoparlörler ile gerçekleştirilmektedir.

Mikrofonlar hem yapıları gereği hem de kullanım alanları bakımından çeşitli özelliklere sahiptirler. Kaliteli bir ses kaydı yapabilmek için de mikrofon seçimini doğru bir şekilde yapmak gerekir. Mikrofon seçimi yaparken dikkat edilmesi gereken bazı unsurlar söz konusudur. Fiyatları, büyüklük ve ağırlıkları, rüzgâr ya da sıcaklığa karşı dayanıklılıkları, ses şiddetine ve frekansına karşı duyarlılıkları, ses almada yönelme özellikleri, ses tonuna olan etkileri (sert ya da yumuşak), darbe ve gürültülere olan hassasiyetleri ve empedansları gibi özellikler, mikrofon seçimimizi etkileyecek unsurlardır.

Bütün mikrofonların yapıları, ses dalgalarının bir diyaframı titreştirmesi esasına dayanmaktadır. Her sesin belirli bir şiddeti vardır. Bu ses şiddetinin havada yarattığı basınç ses şiddeti ile orantılıdır. Gelen hava basıncının büyüklük ve küçüklüğüne göre ileri geri titreşen diyaframın bu titreşimini, elektrik enerjisine çevirmek için değişik yöntemler kullanılmaktadır. Kullanılan yöntemlere göre de mikrofonlara çeşitli adlar verilmektedir.

11.1.1. Yapılarına Göre Mikrofonlar

Yapılarına göre, başlıca mikrofon çeşitleri; dinamik, şeritli, kapasitif (kondansatörlü), karbon, kristal, elektret ve telsiz mikrofonlardır.

11.1.1.1. Dinamik Mikrofonlar

Bazı bisikletlerde kullanılan ışık kaynakları, dinamo gibi bir elektrik üreteç ile çalışırlar. Bu tür elektrik üreteçlerin temel çalışma yapısı, manyetik bir alan içinde hareket ettirilen bobinden oluşur. Çünkü manyetik bir alan içinde bobin hareket ettirildiğinde, elektrik enerjisi oluşur. Dinamoların bu çalışma prensibine benzer şekilde üretilen mikrofonlar da “dinamik mikrofon” olarak tanımlanır. Dinamik mikrofonlarda, kulak zarı gibi bir diyafram bulunur. Diyaframın hemen altında ve diyaframa yapışık durumda bir tel bobin yer alır. Bu bobin de bir mıknatısın içine yerleştirilir. Oluşan elektrik akımı, diyaframa uygulanan basıncın oranına bağlı olarak artar ya da azalır. Bobinin bu ileri ve geri hareketi, aslında ses dalgalarının mikrofon

diyaframı üzerinde oluşturduğu basıncın bir benzeridir. Diyaframa çarpan ses dalgalarının frekansı ve basınç gücü, aynı zamanda tel bobininin frekansını ve basınç şiddetini belirler.

Dinamik mikrofonlar en çok kullanılan mikrofon türüdür. Sağlam yapılı, küçük, hafif ve oldukça iyi sayılabilecek bir frekans karakteristiğine sahiptir (60-10000Hz). Düşük maliyetlidir. Çalışması için ayrıca bir gerilim kaynağına ihtiyaç duyulmadığından oldukça geniş bir kullanım alanı vardır. Çıkış gücü yüksektir. Güçlü çıkışına karşın sadakati (fidelity), yani ses frekansını takibi o kadar iyi değildir.

Dinamik mikrofonlar, elektrik enerjilerini kendileri üretirler. Sıcaklık ve nem gibi hava şartlarından çok kolay etkilenmezler. El temasından, darbe ya da çarpmalardan oluşacak gürültülerden az etkilenirler. Ses tonları daha sert ve vurguludur. Ortamdaki diğer seslerden az etkilenirler.

11.1.1.2. Şeritli Mikrofonlar

Şeritli (Ribbon) mikrofonlar da dinamik mikrofonlar gibi sabit bir mıknatısın manyetik alan etkisinden yararlanılarak geliştirilmiştir. Bir sabit mıknatısın iki kutbu arasına bir alüminyum (Al) şerit yerleştirilerek iki uçundan çıkış alınmıştır.

Ses bobini ile ileri geri titreşen alüminyum şeridin manyetik alan çizgilerini kesmesi sonucu iki ucu arasında bir AC gerilim oluşmaktadır.

Şerit mikrofonlar çok hassas yapılıdır, sarsıntıdan, hava akımından etkilenir ve gürültülü çıkış verir. Bu nedenle, kullanırken fazla sarsmamaya dikkat etmek gerekir. Rüzgârlı havalarda da açık havada da kullanılmamalıdır. Düşük gerilim ürettikleri için, hem kuvvetlendirici hem de empedans uygunluğu sağlayıcı olarak transformatörlü üretilir. Hassas olmaları nedeniyle, düşük frekanslı sesleri (bas) dahi rahat alır ve frekans karakteristikleri geniştir. Bu nedenle müzik nakli için çok uygundur.

Diyaframları hassas olduklarından dolayı, sese karşı daha duyarlıdırlar. Daha yumuşak tonda ses üretirler. Özellikle akustik enstrümanların ses kayıtlarında tercih edilirler. Yüksek ses basınçlarında seslerde bozulmalar oluşabilir. Çarpma ve darbelerden kolay etkilenirler.

11.1.1.3. Kapasitif (Kondansatörlü) Mikrofon

1920'lerden beri radyo yayıncılığında en çok kullanılan mikrofondur. Kapasitif (condenser) mikrofon adından da anlaşılacağı gibi iki kondansatör plakasından oluşmaktadır. Bu iki plaka arasında ya bir izole madde ya da hava aralığı vardır. Birinci plaka, alüminyum gibi esnek bir maddeden yapılmıştır. Kapasitif mikrofonun çalışması, kondansatör özelliğinden yararlanmak suretiyle sağlanır.

İletken iki levha birbiriyle temas etmeyecek biçimde karşılıklı olarak yerleştirildiğinde bir kondansatör elde edilir. Kondansatörler, üzerlerinde elektrik enerjisi depolayabilen araçlardır. Bir kondansatörün elektrik depolama kapasitesi onun sığası olarak adlandırılır. Kondansatörlerde sığa levhalar arasındaki uzaklık ile ters, levhaların birbirlerine bakan yüzey alanı ile doğru orantılıdır. Şarj edilmiş bir kondansatörün sığası düşürüldüğünde kondansatör üzerindeki fazla yükü devreye boşaltmak, sığası arttırılan bir kondansatör bağlı olduğu devreden yük çekmek ister.

Kondansatör mikrofonun üretebildiği voltaj değişkenleri, dinamik mikrofonun üretebildiğinden daha küçüktür. Bu voltajlar mikrofon çıkışına gitmeden önce yükseltmek zorundadır. Yükselteç görevi gören amplifikatörler, örneğin röportaj amaçlı kullanılan el tipi kondansatör mikrofonlarda, mikrofon gövdesinin içinde yer alırlar. Yaka tipi mikrofonlarda ise, mikrofonun küçüklüğünden dolayı, amplifikatör mikrofon gövdesinden ayrıdır. Amplifikatör gereksinim duyduğu elektriği, plakaları şarj eden phantom beslemeden alır.

Diyafram yapıları esnek olduğu için yüksek frekansa karşı tepkileri de hassastır. Dinamik mikrofonlara göre, ses çıkış seviyeleri daha yüksektir. Daha yumuşak ve doğal ses tonu üretirler. Müzik kayıtlarına uygundur. Dinamik mikrofonlara oranla, daha uzak mesafeden ses alabilirler.

Elektronik parçalardan oluştuklarından dolayı, hava şartlarına dinamik mikrofonlar kadar dayanıklı değildir. Rüzgâr ve nefes etkilerinden kolay etkilenirler. Seste bozulmalar oluşur. Ses alma özellikleri hassas olduğu için, ortamdaki diğer seslerden daha fazla etkilenirler. El teması ya da çarpma gibi fiziksel darbelerden kolay etkilenirler.

11.1.1.4. Karbon Mikrofon

Karbon mikrofonlar, bir kapsül içerisine doldurulan kömür tozlarından oluşmaktadır. Kapsül, diyaframa bağlı hareketli bir kapak ile kapatılmıştır. Diyafram ses basıncı ile titreştikçe, kömür tozlarını sıkıştırıp gevşetir. Kömür tozları sıkışınca direnci küçülür, gevşeyince büyür. Böylece ön yükselteç "beyz" akımı artıp eksilir ve gerekli yükseltme sağlanır. Empedansları çok küçüktür (50 Ω civarında). Bunların ön yükselteç empedansına uyum sağlayabilmesi için, ön yükselteçlerin beyzi ortak yapılmalıdır. Bu durumda da akım kazancı düşmektedir. Kömür tozlarının zamanla tortulaşarak özelliklerini yitirmeleri nedeniyle de bugün kullanımı tercih edilmemektedir. Bununla beraber, birçok telefonun mikrofon kapsülü, hâlen karbonlu mikrofon yapısındadır.

11.1.1.5. Kristal Mikrofon

Kristal yapılı bazı maddeler üzerlerine basınç uygulandığında elektrik üretirler. Bu olaya piezoelektrik adı verilmektedir. Bu prensibe bağlı olarak çalışan mikrofonlar piezoelektrik veya kristal mikrofonlar olarak anılırlar. Akustik çalgıların üzerinde bulunan ve köprü altı manyetik olarak adlandırılan alıcılar bu türdendir. Her ne kadar günlük hayatta manyetik olarak adlandırılırsalar da çalışma prensiplerinin elektrogitarlar üzerinde bulunan manyetikler ile bir ilgisi yoktur. Piezoelektrik mikrofonlar elektro davullarda tetikleyici olarak kullanılmakla beraber yüksek basınç altında çalışan pek çok su altı mikrofonu da bu türdendir.

Daha çok kayıt sistemlerinde, amatör haberleşmede ve telsiz mikrofonlarda kullanılır. Sağlam yapılıdır. Hassasiyetleri oldukça iyidir. Frekans karakteristiği çok geniş sayılmaz, 50-10000 Hz arasındadır. Ürettikleri gerilim yeterli büyüklükte olmadığı için mikrofon içi yükselteç ile kullanılır. Radyo yayıncılığına pek uygun değildir.

11.1.1.6. Elektret Mikrofonlar

Kondansatör mikrofonların özel bir türü de elektret mikrofonlardır. Bu mikrofonlarda diyafram kalıcı olarak şarjlanmış elektret bir maddeden üretilmektedir. Böylelikle elektret mikrofonlar fantom gerilimine ihtiyaç duymadan çalışabilmektedirler. Küçük boyutlu ses kaydedici cihazlarda kullanılan mikrofonlar çoğunlukla bu türdendir. Bazı ucuz elektret mikrofonlar zaman içerisinde şarjlarını yitirebilmekte ve bir süre sonra kullanılmaz hale gelebilmektedirler.

Elektret mikrofonların yapımı kolay ve ucuzdur. Frekans karakteristiği geniş ve düzdür. Küçük boyutlu olduğundan kullanımı kolaydır. Önlem alındığında distorsiyonsuz bir çıkış yapılabilir. En iyi özelliklerinden biri de özel besleme gerilimine gerek bulunmamasıdır.

11.1.1.7. Telsiz Mikrofonlar

Bir elektret mikrofon kullanılarak, basit bir FM vericisi ile 1km 'ye yakın mesafeye, yine bir FM alıcı ile alınabilecek yayın yapılabilir. Verici, özel beslemesi ile 15 cm boyunda yalıtkan tüpe monte edilir. Tüpün bir ucuna mikrofon diğer ucuna 15 cm uzunluğunda anten vardır.

11.1.2. Yönelme Durumlarına Göre Mikrofonlar

11.1.2.1. Tek Yöne Duyarlı (Uni-Directional) Mikrofonlar

Bu mikrofonlar kendi aralarında kardioid, süper-kardioid ve hyper-kardioid olmak üzere üç farklı çeşide ayrılır. Kardioid kelimesi yönsel mikrofonların kutupsal desenlerinin kalp şekline benzemesinden gelmektedir. Bu nedenle Türkçe bazı kaynaklarda yüreksel olarak da anılırlar. Bu mikrofonlarda yakınlık etkisi görülmektedir.

Bu tür mikrofonlar sadece önlerinden gelen seslere duyarlıdırlar. Arkasından gelen sesleri duymazlar. Daha çok stüdyoda konuşma, röportaj veya müzik enstrümanları için tercih edilirler. Tek yönlü mikrofonlar olarak da adlandırılırlar.

Kardioid mikrofonlar tam karşıdan gelen ses dalgalarını (eksen üstü 0° açıda) yakalayacak şekilde tasarlanmışlardır. Yanlardan gelen (90° ve 270°) sesleri 6 dB kadar düşürürken tam arkadan gelen (180°) seslere karşı oldukça duyarsızdırlar. Bu mikrofonlar çevresel sesler izole edilerek doğrudan kaynağa odaklanması gereken durumlarda özellikle tercih edilirler.

Süper-kardioid mikrofonlarda yanlardan gelen seslere karşı duyarlılık 8-9 dB, 180° 'de duyarlılık 15 dB kadardır. Bu mikrofonlar arkadan gelen seslere karşı az da olsa duyarlıdırlar. Hiper-kardioid mikrofonlarda ise duyarlılık yanlardan gelen seslere karşı 12 dB, arkadan gelen seslere karşı ise 6 dB kadardır. Hiper-kardioid mikrofonlarda arka taraftan duyarlılık daha yüksektir. O halde mikrofonlarda yönsellik arttıkça arka taraftan gelen seslere karşı duyarlılık da artmaktadır.□

11.1.2.2. İki Yöne Duyarlı (Bi-Directional) Mikrofonlar

Bu mikrofonlar hem önden hem de arkadan gelen seslere duyarlıdırlar. Polarite sekize benzediği için bunlara sekizsel veya iki yönlü mikrofonlar da denmektedir.□

11.1.2.3. Her Yöne Duyarlı (Omni-Directional) Mikrofonlar

“Çok yönlü mikrofonlar” da denilen bu mikrofonlar her yönden gelen seslere karşı eşit derecede duyarlıdır. Bu mikronlar çoğunlukla dış mekânlar, atmosfer seslerinin kayıtları veya konserlerde seyirci seslerinin alınması gerektiği durumlarda tercih edilirler. Özellikle mekândan kaynaklanan akustik özelliklerin yakalanması gerektiği durumlarda bu mikrofonlar tercih edilirler.□

11.1.2.4. Çok Modelli (Desenli) Mikrofonlar

Bazı mikrofonların üzerinde mikrofonun yönsel özelliğini belirleyen bir düğme bulunur. Bu düğme aracılığı ile ihtiyaca göre mikrofonun yönsel özelliği değiştirilebilir. Bu mikrofonlar çok yönlü mikrofonlar olarak adlandırılır.

Bölüm Soruları

- 1) Sesi elektrığe çeviren elektronik aygıtın adı nedir?
 - a) Kulaklık
 - b) Kristal
 - c) Mikrofon
 - d) Mikser
- 2) Aşağıdakilerden hangisi yapılarına göre ayrılmış mikrofonlardan değildir?
 - a) Dinamik mikrofon
 - b) Elektret mikrofon
 - c) Kapasitif mikrofon
 - d) Bi-directional mikrofon
- 3) “Diyaframa çarpan ses dalgalarının frekansı ve basınç gücü, aynı zamanda tel bobininin frekansını ve basınç şiddetini belirler.” Açıklamada belirtilen ve en yaygın kullanılan mikrofon tipi aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Ribbon mikrofon
 - b) Kristalli mikrofon
 - c) Karbonlu mikrofon
 - d) Dinamik mikrofon
- 4) Çok hassas yapılı, sarsıntıdan, hava akımından etkilenen ve gürültülü çıkış veren mikrofon tipi aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Dinamik mikrofon
 - b) Omni-directional mikrofon
 - c) Karbon mikrofon
 - d) Şeritli mikrofon

5) Üzerlerinde elektrik enerjisi depolayabilen, diyafram yapıları esnek, daha yumuşak ve doğal ses tonu üreten mikrofon tipi aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Dinamik mikrofon
- b) Kapasitif (condenser) mikrofon
- c) Ribbon (şeritli) mikrofon
- d) Elektretli mikrofon

Cevaplar: 1) c 2) d 3) d 4) d 5) b

12. DİJİTAL SES KURGU SİSTEMLERİ

Giriş

Günümüzdeki dijital sistemler o kadar gelişmiştir ki, seslerin eşlenmesi, tonu, ayarı, sesteki bozulmalar kolaylıkla işlemde geçirilmektedir. Piyasada kullanılmakta olan pek çok dijital ses kurgu programı olmakla birlikte, bu programlarda yapılan işlemler neredeyse birbirinin aynı ancak, kısa yollar, menüler gibi fonksiyonları farklıdır.

12.1. Dijital (Sayısal) Sistem (DAW)

Sayısal teknolojide ses çalışmaları daha basit, hızlı ve kaliteli bir şekilde yapılabilir. Bilgisayar tabanlı donanım ve yazılımlardan oluşan sayısal ses kayıt ve kurgu sistemleri, sayısal video işstasyonlarında da olduğu gibi, doğrusal olmayan (Non-Linear Editing, NLE) sistemlerdir. Ses kayıtları doğrusal bir şekilde art arda dizilmek zorunda değildir. Ses kartlarına sahip kişisel bilgisayarlar da birer DAW (Digital Audio Workstation) sistemdir. Fakat bilgisayarlardaki dâhili ya da harici ses kartları ile yazılımın teknik özellikleri birbirine uyumlu olmalıdır. Profesyonel amaçlı DAW sistemler, kişisel bilgisayarlara göre teknik özellikleri daha gelişmiş ve pahalıdır. Örneğin bazı DAW sistemler firmalarca özel üretilmiş donanım, yazılım ve diğer çevre birimleriyle birlikte kullanılırlar. DAW sistemlerde kullanılan ses kayıt ve kurgu programları, yazılımların özelliklerine bağlı olarak birkaç ara yüzden ya da pencereden oluşabilir. Bu ara yüzler birbirleriyle etkileşimli olarak çalışırlar. Bazı zamanlar birkaç pencere aynı anda kullanılır. DAW sistemlerde daha rahat çalışabilmek için teknik özellikleri kişisel bilgisayarlardan yüksek performanslı ve iki adet görüntü monitörüne sahip olunmasında fayda vardır. Yazılımların genelde sahip oldukları ara yüzler; multi-track (çok kanallı çalışma) penceresi, edit penceresi, mixer penceresi, effect penceresi ve diğer menülere ait pencerelerdir.

Dijital sistemlerin, analog sistemlere göre pek çok avantajı bulunmaktadır. Ses sinyaline ait ses dalgaları görsel hale getirilmesi, analog ses sistemlerinde kullanılan mikser ve ses işlemciler gibi cihazların tek bir yazılım paketinde bulunabilmesi, aynı anda birden fazla ses kanalına kayıt yapılabilmesi, her ses kaynağı için ayrı bir okuyucu ya da kaydedici cihaza gerek duyulmaması, daha önceden disk ya da bantlara yapılmış olan ses kayıtlarının sisteme yüklenebilmesi, seslerin istenen sıraya göre hızlı ve kolay bir şekilde dizilebilmesi, istenmeyen seslerin kolayca kesilip çıkarılabilmesi, seslere istenen efekt ve işlemlerin uygulanabilmesi, program sonucunun kurgu esnasında önceden görülüp dinlenebilmesi ve hataların düzeltilebilmesi, bilgiye ulaşımın ve transferin çok hızlı olması, bu avantajlardan bazılarıdır.

Sayısal ses sistemlerinde bütün sesler sayısal olarak işlenir ve kaydedilir. Profesyonel çalışmalarda ses kalitesini koruyabilmek için, sayısal sesler sıkıştırılmamış ses dosyaları biçiminde kullanılmak istenir. En yaygın olarak Windows işletim sistemlerinde “WAV” ve Mac OS işletim sistemlerinde de “AIFF” kullanılır. “MP3” ses formatı sıkıştırılmış ses formatına örnek olarak verilebilir. Sıkıştırılmış ses formatlarında kalite kaybı oluşabilir.

12.2. Dijital Kurgu Süreci

Dijital sistemlerde ses kartından gelen ses sinyalleri bir ya da birden fazla ses kanalına aynı anda kaydedilebilir. Kayıt yapılması istenmeyen ses kanallarının kayıt fonksiyonu kapatılabilir. Yeni bir ses kayıt ya da kurgu çalışmasına başlanırken, yazılımlar bu yeni çalışmaları “new project” ya da “new session” ifadelerine benzer şekilde tanımlarlar. Yeni bir

çalışma projesi oluşturulurken ilk önce projenin ses ile ilgili teknik tanımlamaları yapılmalıdır. Yazılımlarda sample rate, channels (mono - stereo) ve resolution ayarlarının kullanıcı tarafından tanımlanması istenir. Daha sonra da çalışmanın adı belirlenir ve proje yeni bir isimle kaydedilir.

Sample Rate: Proje tarafından kaydedilecek ya da kullanılacak sesin örnekleme oranıdır (44.100 Hz, 48.000 Hz gibi).

Channels: Yeni ses kanalı ya da kaydedilecek yeni ses, tek kanal (mono) ya da çift kanal (stereo) biçiminde oluşturulur. Projedeki “stereo” kanal ifadesi, birbirinden ayrı “iki mono kanal” olarak düşünülmemelidir. Stereo kanal, kendi içinde birbirinden bağımsız “iki ses izi” taşıyan tek bir kanaldır (sol ‘left’ ve sağ ‘right’). Konuşma kayıtları genellikle mono kanallara yapılır.

Resolution: Sesin bit çözünürlüğü belirlenir (16 bit, 24 bit gibi).

Yeni projenin temel ayarları yukarıdaki özellikler dikkate alınarak yapılır. Radyo yayıncılığında yaygın olarak kullanılan ayar 44.100 Hz, 16 bit, stereo ses ayarıdır. Ses sinyal girişleri kontrol edilir, ses provaları yapılır ve ses kayıt seviyeleri ayarlanır.

Kayıt düğmesi aktif hale getirilip tıklandığında, ses kayıt başlar. Kaydedilen ses sinyali ekrandan gözlemlenebilir. Analog bant sistemlere göre en büyük avantajlardan biri de ses dalgalarının grafiksel temsiline göre görülebilmesidir. Ses kayıt istenildiği anda durdurulabilir ve kalınan yerden tekrar kayıt sürdürülebilir. Ses kayıt her durdurulduğunda “clip” olarak tanımlanan bir bölüm oluşur. Ses kayıt tamamlandığında, genellikle çok fazla sayıda ses kayıt parçacıkları ekranda görülür. Her bir ses parçacığı DAW sisteminin sabit diskine fiziksel olarak kaydedilir. Bu ses parçacıklarına, projedeki tanımına göre istenen isimler verilerek kaydedilebilir. Fakat sistem tarafından otomatik olarak isim de verilebilir. Eğer bu isimler dikkatsizce değiştirilirse, sistem tarafından ses parçaları bulunamaz ve tanımlanamaz. Bazı yazılımlarda ses kayıt süre sınırı olabilir. Bu süre sınırı kullanıcı tarafından değiştirilebilir. Projeye ait ses parçaları “ham kayıtlar” olarak tanımlanır. Ham kayıtlar kurgulanmak üzere değerlendirilir ya da olduğu gibi saklanır.

DAW sistemlerinde ses kurgusuna başlamadan önce, ses kurgusunda kullanılacak olan ham ses dosyalarının birer kopyası mutlaka alınmalıdır. Ses dosyalarının kopyası bir klasör içinde toplanmalı ve klasöre çalışmanın adı verilmelidir. Kurgu çalışmasına başlamadan önce dikkat edilmesi gereken bir diğer konu da her bir ses dosyası arasındaki format biçimidir. Bazı yazılımlar, her ses dosyasının format biçimini desteklemeyebilir. Ses dosyalarının örnekleme oranları ve bit değerleri de farklı ise, bu farklılıklar yazılım tarafından “up sampling” ya da “down sampling” olarak dengelenebilir. Örneğin “48 kHz 16 bit” değerlerine sahip bir projede çalışılıyorsa ve projeye eklenmek istenen ses dosyası “44.1 kHz 16 bit” değerine sahipse, ses dosyasının bu değerleri projenin sahip olduğu değerlere yazılım tarafından yükseltilir (up sampling).

12.2.1. Ses Dosyalarına Uygulanan Temel İşlemler

Ses kurgusu yapılırken uygulanan temel bazı işlemler vardır. Ham olarak tabir edilen ses dosyalarına bu işlemlerin yapılması sonucunda yayına hazır program çıktısına ulaşılabilir. Şüphesiz ki, sayısız olanak sunan ses kurgu programlarında bu işlemlerin dışında da pek çok profesyonel seçenek mümkündür.

Split: Bölme işlemi. Ekranda görünen ses dosyası istenen yerlerden bölünüp, parçalara ayrılabilir.

Delete: Silme işlemi. Ses dosyasının tamamı ya da yalnızca seçilen parçaları ekrandan silinebilir.

Fade: Ses şiddet seviyesi istenen hızda düşürülür ya da yükseltilir (fade-in, fade-out). Genellikle ses parçalarının başlangıç ve bitişine uygulanan bir işlemdir.

Copy: Kopyalama işlemi. Ses dosyasının tamamı ya da yalnızca seçilen parçaları kopyalanır.

Cut: Kesme işlemi. Ses dosyasının tamamı ya da yalnızca seçilen parçaları ekrandan silinir.

Paste: Yapıştırma işlemi. Kopyalanan (copy) ya da kesilen (cut) ses dosyası veya parçaları istenilen bir bölgeye yapıştırılır.

Zero Crossing ve Crossfade: Ses dosyalarında bölme işlemi genellikle kelime, cümle ya da müziğin bitiş yerlerinden yapılır. İki sessiz nokta arasında kalan ses ya da gürültü silinir. Bu işlem kullanılan yazılıma göre multi-track ya da edit penceresinde yapılabilir. Eğer multi-track penceresinde bölme işlemi yapılırsa, bölünüp çıkarılan veya silinen ses dosyası iki parçaya ayrılır. İki parça arasında boş bir alan kalır. Bu boşluk tamamen sessiz bir alan olarak bırakılabilir. Fakat bu sessiz alan işitsel algıda da bir boşluk yaratabilir. Bölünen ses dosyaları birbirine bitleştirilmek istediğinde, ses dalgalarının genlikleri aynı düzlemde kesişmelidirler. Bu işlem zero crossing (sıfır geçiş) olarak tanımlanır. Ses dosya parçalarının birleşme noktasındaki ses dalga genlikleri farklı ise, ses dalgalarının sahip oldukları voltaj farkından dolayı “çıt” sesine benzer bir gürültü işitilir. Ses parçalarının birleştirme işlemi, analog ses bantlarının kesilip yapıştırılmasına benzer şekilde olmalıdır. Analog ses bantları birbirine dik olarak değil, yatay açıyla kesilip bir bant aracılığıyla birleştirilir. Her iki ses parçasının birleşiminde sıfır geçişin sağlanabilmesi için crossfade olarak tanımlanan işlem uygulanabilir. Crossfade, ses bantlarının birbirine açılı biçimde yapıştırılması gibi, her iki parçadaki ses dalgalarını birbirine kaynaştırarak (mix) birleştirir. Böylece ses parçalarının birleşim yeri işitsel algıda bir sorun oluşturmaz. Fakat bazı yazılımların edit pencerelerinde bu işlem, kalıcı bir biçimde ses dosyasına uygulanır. Ses

dosyasından bir bölüm silindiğinde ya da çıkarıldığında, her iki parça birbirine otomatik olarak yapıştırılır, parçalar arasında boş bir alan kalmaz ve sıfır geçiş yazılım tarafından kendiliğinden sağlanır.

Ses dosyasına uygulanabilen temel işlemlerde, ses sinyal yapısını etkileyen bir değişim olmaz. Ses dosyası parçalara ayrılabilir, istenmeyen bölümler çıkarılabilir ya da ses seviyeleri yükseltip alçaltılabilir. Fakat sesin sinyal yapısını değiştiren “ses sinyal işlemcileri” vardır. Bu işlemciler sayesinde sesin sinyal yapısı fiziksel olarak değişikliğe uğrar ve çeşitli ses etkileri oluşur. Bu işlemlerden bazıları aşağıdaki gibidir.

Equalizer (EQ): Ses kalitesini etkileyen en önemli işlemcilerden biridir. EQ “ses frekans dengeleyici” olarak tanımlanabilir. Ses kayıtlarında mümkün olduğunca sesin frekansları değiştirilmez. Fakat bazı durumlarda ses frekansları arasında işitsel bir denge kurabilmek ve istenmeyen seslerin frekanslarını filtrelemek için kullanılır. Orijinal sesin barındırmadığı frekanslara etki etmez. EQ kullanımı diğer ses işlemciler gibi dikkatli kullanılmalıdır. Çünkü her kişinin ses frekanslarına karşı algısı değişiktir ve ses kalitesi bozulabilir. Yazılımlarda farklı fonksiyonlara sahip EQ işlemciler bulunabilir.

Compressor ve Limiter: Ses seviyesini “sıkıştırıcı ve sınırlayıcı” işlemcilerdir. Her iki işlemci birbirinden ayrı ya da aynı anda kullanılabilir. Kompresör, ses kayıtlarında sesin belli bir seviyeyi geçmemesi ve düşük ses seviyeleri ile yüksek ses seviyeleri arasındaki seviye farkını azaltmak için kullanılır. Ses kurgusunda kompresör işlemci daha ayrıntılı ve etkili olarak kullanılabilir. Kompresör işlemci genelde threshold, ratio, attack time ve release time fonksiyonlarından oluşur.

Normalization: Ses dosyasının bir bütün olarak ya da bölümler halinde belli bir seviyede dengelenmesidir. Kurgu aşamasında kullanılabilen bir işlemdir. Bu işlem uygulanırken, yazılım tarafından ses dosyası içindeki ani ses sıçramaları referans alınır. Daha düzgün dağılımlı bir işlem yapabilmek için sesteki sıçramalar limiter yardımıyla kırılabilir. Kırılma sonrası “normalization” işlemi uygulanabilir. Fakat düşük seviyeler belli bir seviyeye yükseltilirken, dip gürültüler de yükselebilir. Aksi işlemde de düşük seviyeli sesler daha da indirgenebilir.

Reverb ve Echo: Her iki ifade de sese derinlik katma anlamında yansı ve yankılanma olarak tanımlanabilir. Bu etkiler çoğu zaman birbirine karıştırılır ve tek bir isim altında “eko” olarak kullanılır. Bu yanlış bir ifadedir. Kapalı ve açık mekânlarda, ortamdaki nesnelere yapıya bağlı olarak seslerin yansıma biçimleri farklıdır. Reverb sese doğal bir derinlik etkisi katar ve seste algılanabilen tekrarlar yoktur. Echo ise seste belli aralıklarla gecikme ve şiddeti gittikçe azalan tekrarlardan oluşur. Örneğin şiir ve şarkı gibi okumalarda sese zenginlik katarlar. Sonuçta bütün ses sinyal işlemciler sesin kalitesini artırmak ve amacına uygun sunumlar yapılmak için kullanılır. Bazen çeşitli denemelerle oldukça ilginç sonuçlar alınabilir.

Bölüm Soruları

- 1) Dijital ses kurgu sistemlerinde olması gereken en önemli donanım aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Birden fazla görüntü monitörü
 - b) Ses monitörü
 - c) Ses kartı
 - d) Harici disk
- 2) Aşağıdakilerden hangisi en az sıkıştırılmış ses dosyasıdır?
 - a) Mp3
 - b) Aac
 - c) Ogg
 - d) Wav
- 3) Radyo yayıncılığında kurgu işleminde yaygın olarak kullanılan ses ayarı aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) 44.100 Hz, 24 bit, stereo
 - b) 44.100 Hz, 16 bit, mono
 - c) 48.000 Hz, 16 bit, stereo
 - d) 44.100 Hz, 16 bit, stereo
- 4) Split işlemi aşağıdakilerden hangisini gerçekleştirmek için kullanılır?
 - a) Ses dosyasını kesmek için
 - b) Ses dosyasını bölmek için
 - c) Ses dosyalarını yapıştırmak için
 - d) Seslerin üst üste geçişini sağlamak için

5) Genellikle ses parçalarının başlangıç ve bitişine uygulanan, ses şiddetini artırmak ya da azaltmak amacıyla kullanılan ayar hangisidir?

a) Fade

b) Cut

c) Paste

d) Cue

Cevaplar: 1) c 2) d 3) d 4) b 5) a

13. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE RADYO

Giriş

Yeni iletişim teknolojilerinin kitle iletişim araçlarına sunduğu olanakların, teknik üzerinde yaratmış olduğu büyük dönüşüm, dolaylı yoldan içeriklere de etki ederek, sosyal anlamda toplumların kitle iletişim aracı algısında değişikliklere sebep oldu. İnsanların kitle iletişim araçlarını kullanım biçimleri ve amaçları değişti. Aynı doğrultuda beklentiler de çeşitlenerek, daha karmaşık bir yapının oluşmasına neden oldu. Radyo, yazılı basından sonra geniş kitlelere seslenebilen en eski kitle iletişim aracı olarak bu süreçten fazlasıyla etkilendi.

13.1. Yeni İletişim Teknolojileri

İletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişim süreci, yayıncılık pratiklerini de etkilemiş ve yeni teknik, teknolojik uygulamalar, kitle iletişim araçlarının içeriklerini belirlemede de etkili olmuştur. Teknolojik yönüyle yakınsama uygulamaları, bu sürece en çok destek olan unsur olmuştur. Giderek birbirine yakınlaşan, aynı yöne yönelen ve ortak bir medyada buluşan iletişim ve yayıncılık teknolojileri, kitle iletişim araçlarının kullanımından, paylaşımına, içerik üretiminden, tüketimine, nicel ve nitel pek çok farklılık yaşanmasına sebep olmuştur. Şüphesiz ki, yakınsak yayıncılık teknolojileri temelde, sayısal teknolojiler üzerine kurulu bilgisayar tabanlı uygulamaların desteğiyle kullanım alanına kavuşabilmiştir. Bu süreçten en çok etkilenen kitle iletişim aracı ise radyo olmuştur. Bunun sebebi, radyonun yalnızca sese dayalı tekniğiyle çok küçük cihazlardan dahi dinlenilebilir olması ve takipçisini teknik anlamda tatmin edebilecek yegâne şeyin kaliteli bir ses tekniğinin var olmasıdır. Yakınsak cihazlar, birbiriyle bütünleşebilen teknolojiler var oldukça gelişebilecektir ve radyo bu konuda mühendislere sonsuz kolaylıklar sağlamaktadır. Görüntü teknolojisinin taşınabilir kullanımının, izleyicisinde yaratacağı haz oldukça kısıtlıdır. Çünkü taşınabilir cihazlar, boyutları küçüldükçe işlevsel ve ergonomik kabul edilir. Oysaki izleyiciler, bugün görüntüleri mümkün olduğunca büyük ekranlarda izleme eğilimi taşımaktadır. Radyo teknik ve teknolojik anlamda mobil dinleyiciye kusursuz hizmet vermektedir.

Tüm bu anlatılanlara paralel olarak tüm dünyada, radyonun günümüzde sıklıkla, cep telefonlarından, taşınabilir medya oynatıcılarından, internet yoluyla taşınabilir küçük boyutlu bilgisayarlardan dinlendiği bilinmektedir. Temelde haber verme, eğitime ve bilgilendirme işlevleriyle yaşamlarımıza giren radyonun Türkiye'deki yayıncılık faaliyetlerinde, bu işlevlerden neredeyse tamamen vazgeçildiği gözlemlenmektedir. Müzik ağırlıklı radyo yayıncılığının tercih edilmesinin temelinde, medya patron ve yöneticilerinin bu sistemde daha karlı sonuçlar alması, müzik endüstrisiyle radyoların işbirliği ve dinleyici beklentisi elbette ki yadsınamaz gerçeklerdir.

13.2. Etkileşim

Şimdiye kadar tüm iletişim araçları içinde en hızlı gelişen iletişim aracı internet olmuştur. İnternet sadece 4 yıl gibi kısa bir sürede 40 milyonluk kullanıcıya ulaşmışken, bu rakama ulaşmak televizyon için 13 yıl, radyo için 30 yıl sürmüştür. (Holtz, 1999: 5). 2011 yılının Aralık ayında açıklanan son rakamlara göre dünyada toplam internet kullanıcı sayısı 2 milyarı geçmiş durumdadır (<http://www.internetworldstats.com/stats.htm> 28 Ekim 2011). Yıllar içinde internetin kullanım yaygınlığının ne büyük bir hızla arttığı açıkça görülmektedir.

İnternetin literatüre etkin biçimde dâhil ettiği önemli bir kavram etkileşimdir. Günümüzde yeni iletişim teknolojileri aracılığı ile eskisinden daha farklı yollardan etkileşime girilebilmektedir. Önceleri, geleneksel kitle iletişiminde, etkileşim sözcüğü insan ilişkileri için

kullanılırken bugün, yeni teknolojilerle birlikte teknolojik cihazlar içinde kullanılan bir sözcüktür. İnsanların etkileşimi ile birlikte cihazların etkileşimi de söz konusudur. Bu açıdan, etkileşim için yeni iletişim teknolojileri ile dünyayı birbirine bağlayan ağların arasındaki bir ilişkiyi de ifade ettiği söylenebilir.

Etkileşimlilik literatürü, kişilerin bilgisayar ortamı iletişim bağlamında etkileşimliliği nasıl algıladıklarını açıklamak için yardımcı olan birçok kavramı içermektedir. Kullanıcıların etkileşimli ortamlara katılırken geleneksel medya yapılarından daha fazla çaba sarf ettikleri bilinmektedir.

Steur etkileşimi, “kullanıcıların gerçek zamanda bağımlı bir ortamın yapı ve içeriğini değiştirme işleminde dâhil olabilecekleri seviye” olarak tanımlamıştır (Steur, 1992: 84). Rice ve Williams da gerçek zamanlı iletişime odaklanmış ve medyanın, eğer ani ve iki taraflı bir değişim potansiyeline sahipse etkileşimli olduğunu öne sürmüştür. Fakat tüm gözlemciler de gerçek zamanın önemi konusunda hemfikir değildirler (Rice ve Williams, 1984). Örneğin, Rheingold e-mail, haber grupları ve listserv’ler gibi araçların eşzamansız özelliklerinin bu etkileşimli medyanın önemli yararlarından biri olduğunu öne sürmüştür. Etkileşimli iletişimde zamanın öneminin daha derin araştırmalara gereksinimi vardır (Rheingold, 2000).

Etkileşim yeni iletişim araçlarının en büyük artışı olarak görülür. Bu düşünceye göre, geleneksel medyanın tek yönlü enformasyon akışına karşılık yeni bilgi iletişim teknolojilerinin getirdiği çift yönlü serbest akış, onun dönüştürücü potansiyelinin en önemli özelliğidir. Enformasyon miktarı bu gelişmelere bağlı olarak artacak, bireysel iletişime olanak sağlayan yapısı, etkileşim ve evrensel erişim olanağı sağlayacaktır.

Rol alma ve geri bildirim etkileşimlilik ile ilgili çeşitli çalışmalarda ortaya çıkan diğer kavramlardır. Tam etkileşimli bir medya alıcı ve gönderici rollerinin birbirinin yerine geçebilir olduğu fikri hâkimdir. Bu fikre göre etkileşim aynı zamanda bir iletişim sürecinde katılımcıların rollerini değiştirebildikleri ve karşılıklı söylemleri üzerinde kontrolleri olabildiği bir derece olarak da tanımlanabilir.

Kişisel kullanımların etkileşimliliği belirlemede medya özelliklerinden daha önemli olduğu düşünülmektedir. Belirli teknolojilerin diğerlerinden daha fazla etkileşime izin verdikleri hakkında birçok tartışma yürütülmüştür.

13.3. Yakınsama Uygulamaları

Yakınsama, son on yıl içinde medya endüstrisinde meydana gelen değişimleri ve yeni ortamları anlamlandırmak için sıkça kullanılan bir kavramdır. Yakınsak medyalar, iletişim teknolojilerinin birbirine yaklaşmasıyla ortaya çıkan yeni iletişim ortamlarını ifade eder.

Yakınsamanın, yalnızca içeriğin üretim ve dağıtımında yeni imkânlar sunan, uygulandığı cihaza dayalı teknolojik bir olgu olmadığı, aynı zamanda medya ekonomisi ve toplumsal, hukuki yapılarla yakın ilişki içinde olduğu ve tüm bunların sonucunda tüketim aşamasında yakınsak cihazların, talebe yönelik yayıncılık pratiklerinin içeriksel boyutlarında da değişikliklere sebep olabildiği vurgulanmaktadır.

Bugünkü anlamıyla bilinen yakınsama, 1960 ve 1970’li yıllarda, Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığının, araştırmacılar ve üniversitelerle, bugün internet olarak bilinen ağ sistemini geliştirmeye yönelik çalışmalarıyla ortaya çıkmıştır. IRG (Independent Regulators Group, Bağımsız Düzenleyiciler Grubu) tarafından hazırlanan yakınsama raporunda yakınsama, şebekelerin yeteneklerinin geliştirilerek çoklu hizmet sunulmasına olanak sağlayan teknolojik ilerlemeler olarak tanımlanmış olup bu tanım, aynı zamanda belirli bir hizmetin, pek çok değişik şebeke üzerinden verilebilmesini ifade etmektedir. Avrupa Komisyonunun Yeşil Belgesinde (Green Paper), yakınsama teriminin net bir tanımının yapılmasından kaçınılmakla birlikte, genel olarak farklı şebeke platformları aracılığıyla benzer hizmet çeşitlerinin taşınması ya da telefon, televizyon ve kişisel bilgisayar gibi tüketici aygıtlarının bir araya getirilmesi olarak ifade edilmektedir.

Cheskin Araştırmalar’ın 2002 raporunda ise açıkladığı gibi, yakınsamanın en eski fikri, tüm cihazların her şeyi yapabilecek şekilde tek bir merkezi cihazda birbiri içine gireceğiydi. Henry Jenkins’e göre yakınsama, çoklu-ortam platformlarında içerik akışı, çeşitli endüstri grupları arasındaki işbirliği ve hemen hemen her yerde istedikleri türden eğlence deneyimi arayışında olan mobil izlerkitle davranışlarındaki değişimdir (Jenkins, 2006: 2, 15). Henry Jenkins, yakınsamanın açıklamasını yaparken, diğer tüm tanımlamalara ek olarak, mobil izlerkitle davranışından söz etmiştir. Yakınsama kavramını açıklarken genel eğilim, ağ tabanlı şebekeleşme sonucu, benzer hizmet gruplarının bir araya gelerek oluşturdukları yeni teknolojiler ve bunların ekonomik yansımalarına yapılan vurgudur. Bu eğilim daha çok bir meta olarak yakınsak cihazı ön plana çıkarmaktadır ve izlerkitleyi sürecin dışında tutar. Oysaki Jenkins’in de vurguladığı gibi yakınsama uygulamalarının sonucunda izlerkitle talepleri, beğenileri ve beklentileri de değişmektedir. Radyo yayıncılık teknolojilerindeki yakınsama uygulamaları sonucunda, dinleyici daha çok mobilize edilmekte ve içeriğin bu yönde yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.

Yakınsamayı bir iktisat terimi olarak ele aldığımızda, kavramın farklı boyutlarıyla da karşılaşırız. ITU (International Telecommunication Union), yakınsamayı “geçmişte ayrı teknoloji, piyasa ya da politikalarla tanımlanmış endüstri yapılarını bir araya getiren (entegre eden) teknolojik, hukuki, pazara ilişkin ya da düzenleyici kapasite” olarak tanımlamakta ve yakınsamanın; geleneksel olarak ülke sathında kontrol edilebilen birçok hizmet ve bilgi kaynağının dünya genelinde sunulabilmesini mümkün kılması dolayısıyla, önemli uluslararası bir bileşeni de ihtiva ettiğine dikkat çekmektedir.

Yakınsama, dinamik bir süreç olmakla birlikte, iletişim ve bilgiye dayalı piyasa uygulamalarına yönelik kısmi bütünleşme olarak tanımlanabilir. Bir diğer yönü ile yakınsama, birbiri içine geçmiş çoklu-ortam ürünleri ve hizmetleri ortaya çıkarır ki bu da tüketici tercihlerinde daha fazla memnuniyete sebep olur. Bu uygulamalar sonucunda tüketici olan izler kitle, tek bir cihazdan birden çok hizmet alabilmekte ve o oranda tüketim hazzı da artmaktadır. Bugün radyo cihazının buzdolaplarına dahi yerleştirilmiş olması, yakınsama uygulamalarının tüketim kültürünü de ne denli beslediği açıkça görülmektedir.

Yakınsamanın; telekomünikasyon ve görsel-işitsel sektörleri etkileyen teknoloji, hizmet, endüstri yapısı ve hükümet politikalarında birçok değişim eğiliminden algılananlar olarak tanımlanabileceği de ifade edilmiştir. Jenkins'e göre son yıllarda çoğumuz, cep telefonlarının, giderek dünya çapındaki ticari filmlerin yayın stratejileri merkezi haline geldiğini, amatör ve profesyonel cep telefonu filmlerinin uluslararası film festivallerinde ödül kazanmak için yarıştığını, mobil kullanıcıların önemli konserleri dinleyebildiğini, Japon romancıların serilerini anında okuyucularıyla paylaşabildiğini ve bilgisayar oyuncularının ise, artan rekabet sonucu gelişen mobil cihazlar yoluyla, alternatif, gerçeklik algısı yüksek oyunlar oynadığını gördük (Jenkins, 2006: 4).

Yakınsama sonucunda, görsel ve işitsel her türlü iletişim ögesinin yayını ve coğrafi sınırları aşan yayımı, olanaklı hale gelmiştir. Bugün tüm dünyada pek çok radyo yayını internet yolu ile dinleyicileri ile buluşmaktadır. Ülkemizde ise yine pek çok (%98) özel radyo kanalı internet aracılığı ile de yayınlarını tüm dünyaya yayınlamaktadır (Aziz, 2007: 85). TRT, ekonomik anlamdaki gücünü bu konuda da kullanarak yüksek ses kalitesiyle büyük kitlelere internet üzerinden ulaşabilmektedir.

Geleneksel kitle iletişim araçlarının iletilerini, tek yönlü olarak ilettiğini savunan iletişim bilimcileri bulunmaktadır. Etkileşime vurgu yaparak, iletişim sürecinde sadece yeni medyada kaynağın alıcı, alıcının da kaynak olabildiği fikrini eleştiren Geray, geleneksel medyalarda, satış rakamlarının, izlenme oranlarının, izleyici mektuplarının ve telefonların da birer etkileşim aracı olduklarını savunur. Yazara göre yeni iletişim teknolojileri bağlamında etkileşim, iletişim sürecine bu amaç için katılmış teknik düzenlemeler yardımıyla alıcının, verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü arttırabilmesidir (Geray, 2003: 18). Bir başka bakış açısıyla, internetin etkileşim sağlamadaki farkını ortaya koyan bir diğer özelliği de, dikey bir yapılanmaya dayalı olduğudur. Mesaj üretimi, belirli bir merkezden kitle olarak tanımlanan heterojen toplumsal kesimlere doğrusal bir yolla iletilir. Mesajın üretilmesinde kitle belirleyici olmadığı gibi, geri beslemede aracın sunduğu teknoloji yeterli olmamaktadır. Kitlenin herhangi bir iletişim kanalına yönelik geri beslemesi yine başka bir iletişim kanalına ihtiyaç duymaktadır. İnternet ise mesaj üretimi ve mesaj alımı arasındaki müdahale olasılıklarını çoklaştırmıştır (Timisi, 2003: 124).

1932 yılında, muhalif ozan/yazar olarak tanınan Bertolt Brecht'in 'Radyo Teorisi' başlıklı yazısında etkileşimli yayıncılıkla ilgili geleceğe yönelik beklentilerinde şöyle dediğini görüyoruz:

Radyo bir iletim aracı olmaktan çıkıp, iletişim aracı haline gelmeli. Eğer sadece mesaj göndermeye değil, almaya; dinleyicilerin sadece işitmelerine değil, konuşmalarına imkân verseydi ve onları birbirinden yalıtılmak yerine, ilişkiye sokabilseydi, radyo, kamusal hayatta hayal edilebilir en harika bağı oluşturabilirdi insanlar arasında. Ancak teknolojik gelişmelerin beraberinde getirdiği doğal imkânlarla ilgili bu önerilerin, mevcut toplumsal sistemde gerçekleştirilmesine imkân yok. Buna karşılık, eğer bir uygulanabilseler, başka bir diğerrinin biçimlenip, yeşermesine yardım edebilirler.' (Akt. Alankuş, 2005: 36).

Brecht'in bu beklentisinin büyük bir kısmının gerçekleşmiş olduğunu söyleyebiliriz ve bunda elbette ki yakınsama uygulamalarının payını da göz ardı edemeyiz. Bugün, kullanılan cep telefonlarının neredeyse tamamında radyo dinleme özelliğinin bulunması, mini bilgisayarlardan internet aracılığıyla radyo dinlenilebilmesi ve yine internet teknolojisi sayesinde radyonun dinleyicisiyle yakınlaşmış olması, radyonun bir iletişim aracı olmasının göstergelerindendir.

13.4. Radyo Yayıncılığında Yeni İletişim Teknolojilerinin Rolü

Toplumların sosyal dönüşüm sürecinde, kitle iletişim araçlarının etkisi yadsınamaz. Kitle iletişim araçlarının her yeni teknolojiden etkilenip, kendine yeni bir form oluşturması, iletişim süreçlerinde değişimlere sebep olmaktadır. Bununla beraber, iletişim bilimlerinde de yeni fikirlerin ve öngörülerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Her iletişim aracının sahip olduğu içerikten bağımsız olarak, alıcısında uyandırdığı bir de etki vardır. Bu etki kuşkusuz doğrudan ilerleyen teknoloji ile ilgilidir. İletişim araçları arasındaki yöndeşme (convergence), görsel işitsel iletilerin, görüntü ve ses özelliklerini yitirmeden, farklı iletişim ortamları arasında adeta yolculuk etmesine yardımcı olmaktadır.

İnternette önceki teknolojilerden hiçbirisi kullanıcılara, bugün blogların ve sosyal ağ sitelerinin sağladığı gibi bir iletişim kurma olanağı sağlamamıştır. Son zamanlarda sosyal medya olarak tanımlanan internet tabanlı uygulamalarla yeni bir eğilim ortaya çıkmıştır. Bu internet uygulamaları, kullanıcılar ve kullanıcıların memnuniyetiyle haberdar ettikleri kişiler aracılığıyla başvuranlar arasında gittikçe daha çok artan bir etkileşim sağlamaktadır. Bu içerik, fotoğraf, video, metin ve medyaya ilişkin karışık oluşumlar içererek çeşitlilik gösterir.

Yaygın kullanılan sosyal ağların hem eş zamanlı hem de eş zamansız iletişim olanağı sunması ve sıklıkla kullanılan popüler sosyal ağ siteleri Facebook ve Twitter gibi sitelerin sanal kimlik yerine gerçek kimlikler üzerinden iletişim akışını gerçekleştiriyor olması, özellikle gençler arasındaki kullanımlarını hızla artırdı. Etkileşimli iletişim biçimlerine daha fazla ihtiyaç duyan ve buna alışmış olan yeni nesil, genellikle eş zamansız gerçekleştirilen e-posta kullanım

alışkanlıklarını dahi terk etmeye başladı. Sosyal ağ profilleri adeta sanal kimlik kartları haline dönüştü.

Qualman'ın söylemiyle “sosyal ağlar yeni bir ‘gelen kutusu’dur. Genç nesiller e-postayı modası geçmiş bulmaktadır” (Qualman, 2009: 32).

Sosyal ağların etkileşim gücü yüksek iletişim biçimi, kullanıcıların içeriği üreten konumuna gelmesini de sağladı. Alvin Toffler, 1980 yılında yayımladığı Üçüncü Dalga (The Third Wave) adlı kitabında tüketicilerin endüstri çağına ait bir olgu olduğunu savunur. Toplum, sanayi sonrası döneme doğru hareket ettikçe, tamamıyla tüketici olanların sayısı da azalacaktır. Onların yerini, kendi mal ve hizmetlerini üreten, üre-tüketenler (prosumers) alacaktır. Prosumer, producer (üretici) ve consumer (tüketici) kelimelerinin birleşimiyle oluşturulmuştur (Toffler, 2008) Toffler'in bu savının yarattığı etkiyi bugün, sosyal medya ya da Web 2.0 adı verilen, kullanıcı kontrolünde içerik üretimine imkan sağlayan işbirlikçi süreçlerde görebilmekteyiz. Bu süreçte üre-tüketen (prosumer) kavramı, pro-tüketen, ‘professional consumer’ (prosumer) ifadesiyle de karşılanmaktadır. Üreticinin aynı zamanda ürettiğini tüketen ve tüketicinin ise her durumda üretim aşamasında da var olabildiği bu yeni durumda etkileşim, üretici ve tüketici üzerindeki temel tetikleyici unsur haline gelmiştir.

Sosyal ağlar günümüzde çok farklı amaçlar için kullanılmaktadır ve bu paylaşım ağları içerisinde birçok site bulunmaktadır. Temel amacı çevrimiçi etkileşimli iletişim sağlamak olan sosyal ağlar aynı zamanda özelleştirilmiş hedef kitlelere ve biçimsel olarak kullanım özelliklerine göre çeşitlilik göstermektedir. Profesyonel iş yaşamını hedef alan sosyal ağlardan, kişilerarası özel ilişkiler kurmaya yönelik ağlara kadar pek çok sosyal ağ servislerine rastlamak mümkündür. Sosyal ağlar artık bireylerin birbirleriyle iletişime geçmelerinde en çok tercih edilen çevrimiçi iletişim biçimi haline gelmiştir.

Sosyal medyada sosyal ağlar ve toplu gruplar yer alır. İnsanlar kurumlarını tanıtırlar, arkadaş ilişkileri kurarlar, ürün, servis, fikir ve nesnelere ilişkin bağlılık gösterirler. Sosyal medya kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir. İsimden de anlaşılacağı gibi sosyal medya, katılımı ve ilgili olmayı teşvik ederek topluluk ve ağ oluşturmaya aracılık etmektedir. Sosyal medya en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği, çevrimiçi medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunan en yeni fikirlere biridir.

Günümüz bilgisayar ve internet teknolojilerinde Facebook, Twitter, Ning gibi sosyal çevrimiçi ağlar, bloglar ve diğer Web 2.0 araçları sıklıkla kullanılan araçlar haline gelmiştir. Sosyal ağların kullanıcı istatistiklerinde de görülen bu kullanım sıklığı birçok alanı çeşitli yönlerden etkilemektedir. Web 2.0 araçlarının yoğun kullanımına paralel olarak son dönemlerde literatürde konuyla ilgili yapılan çalışmaların da etkisiyle farklı kullanım alanları oluşmuş; Web

2.0 uygulamaları ile ilgili tanımlar çeşitlenmiş ve Web 2.0 uygulamalarına dayalı yeni kavramlar ortaya çıkmıştır.

Sosyal medya ile hemen hemen eş anlamlı kullanılan Web 2.0 ekonomik, sosyal ve teknolojik eğilimlerin bir araya getirerek oluşturduğu, gelecek nesil internetin daha doğal, özgün bir formudur. Web 2.0'ın genel özellikleri kullanıcı katılımı, açıklık ve ağ (yayımla) etkisi göstermesi olarak sıralanabilir. Sosyal medya, insanları yeni etkileyiciler olarak güçlendirmekte; halkla ilişkiler ve pazarlama uzmanlarını bu güçlü araçları anlayarak reklâm ve pazarlama iletişim stratejilerine dâhil etmeleri konusunda zorlamaktadır. Ancak pazarlamacılar, hala sosyal medyanın yenedünyasına nasıl uyum sağlayacaklarını bilmemektedirler. Geleneksel kitle iletişimde bilgi ve haber akışı kitleye/kullanıcıya tek yönlü iletilirken bugün sosyal medya kullanıcıları, mesaj üreten ya da toplayan ve yayan (yayınlayan) kişiler olabilmektedir. İçerikler kullanıcı güdümünde şekillenerek kitlelere ulaştırılmaktadır. Kurumsal yapılarda da kişiler hem kendi bireysel kimlikleriyle hem de çalışan kimlikleriyle mesajı üretip yaymaktadırlar.

Kullanıcı güdümlü içerik olarak adlandırılan mesaj içeriği aslında çok yeni bir fikir değildir. Geçmişte editöre ya da radyo ve televizyon yapımcılarına gönderilen mektuplar, radyo programlarını telefon yoluyla aramalar ve şarkı istekleri kullanıcı güdümlü içeriğin en eski örnekleridir.

Bugün, pek çok radyo kuruluşunun dinleyicileriyle olan iletişimini alışlagelmiş yöntemler olan mektup, faks, telefon ya da e-posta yerine sosyal ağlar yoluyla gerçekleştirdiğini görmekteyiz. Birçok radyo kuruluşunun birer sosyal ağ profili olmakla birlikte, bireysel olarak radyo programcıları da dinleyicileriyle kendi sosyal ağ profili aracılığı ile iletişim kurabilmektedir. Radyo kuruluşları, etkileşim gücü yüksek olan bu mecraları, dinleyicileriyle samimi ve hızlı iletişim kurmak amacıyla kullanmanın yanı sıra, hedef kitlesi doğrultusunda yaygınlığı olan bu mecrada da var olmayı kurumsal imajı açısından da önemli görmektedir.

Bölüm Soruları

- 1) Aşağıdakilerden hangisi yeni iletişim teknolojilerinin radyo yayıncılığına sağladığı olanaklardan biridir?
 - a) Ulaşılabilir olmayı artırması
 - b) Müzik türleri
 - c) Dinleyici oranları
 - d) Yayın içeriklerinin çeşitlenmesi
- 2) Aşağıdakilerden hangisi etkileşimi (interaktiviteyi) tarif eder?
 - a) Karşılıklı mesaj alışverişinin hızlı ve kolay olması
 - b) Tek yönlü iletişimin hızlanması
 - c) İki yönlü iletişimin tıkanması
 - d) İletişim sürecinin karmaşıklaşması
- 3) Radyo yayınının cep telefonlarından, taşınabilir cihazlardan, bütünleştirilmiş herhangi başka bir cihazdan dinlenebilmesi, aşağıdaki kavramlardan hangisi ile açıklanabilir?
 - a) Etkileşim
 - b) Frekans
 - c) Yakınsama (yöndeşme)
 - d) Sosyal teknoloji
- 4) Ağ tabanlı şebekeleşme sonucu, benzer hizmet gruplarının bir araya gelerek oluşturdukları yeni teknolojiler ve bunların ekonomik yansımalarına yapılan vurgu, hangi kavram ile açıklanabilir?
 - a) Küreselleşme
 - b) Küre-yerelleşme
 - c) İnteraktivite

- d) Yakınsama
- 5) Geleneksel kitle iletişim araçlarına kıyasla, yeni iletişim teknolojilerine dayalı kitle iletişim araçlarının temel iletişimsel özelliği nedir?
- a) İletilerin tek yönlü olması
- b) İletişim sürecine yeni kanalların eklenmesi sonucu sürecin karmaşıklaşması
- c) Geri bildirim sürecinin hızlı olması
- d) İletilerin kaybolması

Cevaplar: 1) a 2) a 3) c 4) d 5) c

14. YENİ RADYO YAYINCILIĞI UYGULAMALARI

Giriş

Yeni iletişim teknolojilerinde gerçekleşen gelişmeler, radyo yayıncılığında da durmak bilmez yeni olanaklara kapılar açmaktadır. Radyonun işitsel yapısı, onu pek çok mecraaya sonsuz uyarlanabilir duruma getirmiştir. Bununla birlikte, radyonun diğer kitle iletişim araçlarına göre kurulum maliyeti olarak da daha düşük standartlara sahip olması, onu pek çok alanda ön plana çıkarmaktadır. Bugün, yapısal olarak da radyo yayıncılık uygulamaları çok çeşitlidir.

14.1. İnternet Radyoculuğu

Sayısal iletişim teknolojileri, özellikle 2000’li yıllar itibarı ile geleneksel kitle iletişim araçlarının pek çok açıdan dönüşümüne sebep olmuştur. Gazete, radyo, televizyon gibi temel kitle iletişim araçlarının ortak mecrası haline gelen internet ortamı, tüm bu iletişim araçlarının kendilerine özgü yeni biçimlerinin oluşmasına olanak sağlamıştır. Yalnızca sese dayalı tekniğiyle radyo bu süreçten fazlasıyla etkilenmiştir. Günümüz sayısal teknolojilerinde kaliteli bir sesi elde etmenin ve bunu dinleyicilere ulaştırmanın yolu çok daha kolaylaşmıştır. Radyo, yine yalnızca sese dayalı tekniği ve dolayısıyla çok küçük alıcılar vasıtasıyla dahi dinlenebilir olması nedeniyle yakınsak (convergent) ortamlara en kolay uyarlanabilen araç olmuştur. Bu özelliği, dinleyicilerin radyoya ulaşmasını da kolaylaştırmıştır. Yeni iletişim teknolojileri, dinleyici ile radyo arasındaki ilişkiyi yalnızca nicel bağlamda geliştirmekle kalmamış, aynı zamanda dinleyicinin radyoya olan yakınlığının niteliğini de etkilemiştir.

İletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi, toplumsal yaşamımızda da büyük değişimler yaratmaktadır. Özellikle son yıllarda iletişim teknolojilerinde, internetin ön plana çıkması ve kamusal kullanımının da yaygınlaşması, interneti hem günlük yaşamda hem de akademik çevrelerde popüler bir tartışma konusu haline getirmiştir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının tümünü içinde barındırabilen bir medya üzerinde kullanılıyor olmasından dolayı, internetin farklı boyutları iletişim bilimlerinde sıkça ele alınmaktadır.

1962 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde askeri amaçlı kullanıma başlanmasından günümüze kadar geçen süre içerisinde hayatımızın her alanına giren internet ile birlikte iletişim dünyasında yeni bir medya kavramı ortaya çıkmış ve bu yeni medya, özellikle iletişim çalışmaları üzerinde önemli etkilerde bulunmaya başlayarak işletmelerin iş yapma biçimlerinin etkilenmesine neden olmuştur. Yeni medya olarak adlandırılan internet ile birlikte artık her şey, her an ve her yerde olabilme özelliğini kazanmıştır. Tüm bunlarla birlikte gelişen teknoloji ve internet sayesinde, iletişim biçimlerinde köklü değişimler meydana gelmiş ve günlük yaşam pratiklerinde bu değişim her yönden hissedilir duruma gelmiştir.

İnternet basit bir ifadeyle, birbiriyle tüm dünya üzerinde yayılmış bilgisayar ağlarının birleşmesinden oluşan devasa bir bilgisayar ağı şeklinde tanımlanabilir (Bay, 2007: 57). Oldukça büyük bir teknik altyapıya sahip olan internet, aynı zamanda günümüzün elektronik medyası olarak kabul edilmektedir. Timisi’nin sosyolojik açıdan değerlendirdiği biçimiyle, internet, küresel bir düzenin iletişim ortamı olarak değerlendirilirken, yeni bir yurttaşlık pratiğinin biçimlenmesinde aracı olan bir teknoloji olarak da görülmektedir (Timisi, 2003: 21).

1980’li yıllarda geliştirilen ve radyo yayınları üzerinden yapılan dijital data iletimi, radyo-bilgisayar birlikteliğine ve yeni kullanım şekillerine olanak tanımaktadır. Tematik yayıncılık açısından internet radyo yayıncılığı yeni bir çığır açmıştır. Gelişen teknoloji ve internet,

bilgisayara takılan özel bir cihazla üç bin radyo ve televizyon programına ulaşma olanağı tanımaktadır (Çakır, 2005: 26-27).

Gelişmiş ülkelerin yeni yayın tekniği olarak nitelenmesi gereken internet yayıncılığı, radyo yayınları kadar televizyon yayıncılığı için de giderek yaygınlaşan bir teknoloji olma eğilimindedir. Bu teknoloji ile yapılan yayınlarda yerellik, bölgesellik, ulusallık kavramları kalkmakta, tüm dünya yayıncılığı kavramı gündeme gelmeye başlamaktadır (Aziz, 2007: 85). İnternet yoluyla yapılan yayınlara, dünyanın her yerinden, tüm internet kullanıcılarının erişebilmesi küreselleşmenin farklı bir boyutunu da ortaya çıkarmıştır.

Globalleşme ve yerelleşme ilişkileri konusunda en iyi bilinen teori, glokalleşme (küreyerelleşme) olarak R. Robertson tarafından yapılan değerlendirmedir. İngilizce (globalization) küreselleşme ve (localization) yerelleşme kelimelerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuş “glokalleşme” (glocalization) kavramı, son zamanlarda yaygın olarak benimsenen ve kullanılan kavramlardan birisi haline gelmiştir. Sreberny Mohammadi'nin kullandığı “yerel içinde küresel, küresel içinde yerel” ifadesi çok anlamlı bir argümandır; çünkü “küresel kültür” dediğimiz kolaj sürekli olarak yerel kültürleri kodlayıp sıraya ve hizaya sokarken, yerel denilen kültürler de küresel kültür denilen cisimsiz varlığı kodluyor.

Yayıncılık anlamında düşünüldüğünde, yayın içerikleri yerel, bölgesel ya da ulusal kültür etkilerinden bağımsız değildir. Fakat bunların uluslararası düzenle bütünleşmesi yeni bir olaydır. “İnternetin sağladığı olanaklar sayesinde insanların kolayca radyo kurup, kendilerini ifade etmelerinin çok kolaylaştığı da düşünüldüğünde”, küreyerelleşmenin önümüzdeki yıllarda nasıl bir boyutta ele alınması gerektiği oldukça merak uyandıran bir konudur.

Bir süre öncesine kadar internet üzerinden verilen radyo yayınlarının ses kalitesi FM radyoculuğuna göre çok daha düşük iken günümüzde bu teknolojiye de gelişme kaydedilmiştir. “IP teknolojisinin şu anda, yapılan stereo yayına da uygun, geleceğe yönelik en doğru çözüm olduğu düşünülmektedir. Uzmanlık alanı ‘digital audio routing’ (dijital ses taşıma/dağıtım) olan Axia Audio, son dört yılda Livewire protokolü ile yüksek seviyede güvenli ve çok düşük gecikmeli, sıkıştırmasız ses sinyalini ethernet (bilgisayarlar arasında bir ağ oluşturmaya yarayan yöntem) üzerinden taşıma konusunda yaptığı atılım ile radyo marketinde lider konuma yükseldi. Endüstriyel alanda (havaalanı, metro, hastane v.b.) bir süredir denemesi yapılan bu sistem, gigabit switch’lerin (bağlantı hızını artıran sistem) güvenilirlik kazanması ve iyiden iyiye ucuzlaması ile birlikte sonunda radyo stüdyolarında da kullanılmaya başlandı”. İnternet üzerinden dinlenen radyo yayınının ses kalitesindeki bu ilerleme sayesinde, internet üzerinden radyo dinleyenlerin sayılarının hızla artacağı öngörülmektedir.

İnternetin sunduğu bir başka avantaj, internetin hem senkron (eşzamanlı) hem de asenkron (eşzamansız) bir medya olanağı sunuyor olmasıdır. Örneğin; bir radyo programı yayınlıyorsunuz

ve bu programı çok önemseydiğinizden dolayı bir ya da iki tekrar program daha yayınlayabiliyorsunuz. Tekrarlara rağmen programı dinleyememiş olanlar canınızı sıkabilir. Ancak; internetteki iletişim dilerseniz eşzamanlı dilerseniz eşzamansız olarak işliyor. Yani istendiği zaman izlenebilen bir içeriği olanaklı hale getiriyor. İçeriğinizi bir sunucuya (server) yerleştiriyorsunuz ve onu isteyenler istedikleri zaman dinliyorlar.

14.2. Mağaza Radyoculuğu

Perakende sektörü son yıllarda tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hızlı büyüyen sektörlerden biri haline gelmiş ve pek çok büyük perakende şirketi ülkemizde yatırım yapmaya başlamıştır. Perakende sektöründe faaliyet gösteren pek çok işletme hem çalışanlarla hem de tüketicilerle ilişkilerinde farklı ve yeni mecraları kullanmaktadır. Bunların belki de en yenisi mağaza radyoculuğudur.

Mağaza radyo yayıncılığı, şirketlerin hem pazarlama hem de kurumsal iletişiminde destek vermek gibi işlevleri yerine getirmektedir.

Tecimsel faaliyetlere yönelik temellenen, bir “kurumsal radyo” statüsünde değerlendirilebilecek olan mağaza radyoculuğu, yayıncılık içeriğini de işlevsel olarak değişikliğe uğratmıştır. Günümüzde format yayıncılığı olarak adlandırılan, müzik ağırlıklı yayın yapan ticari radyolar, temelde yine kar amacı gütmekle birlikte, seçilen müzikleri hedef kitleye göre şekillendirmektedir. Mağaza radyoculuğunda ise yayın içerikleri ve dolayısıyla müzikler de, yayın alanında bulunan mağaza içerisindeki müşterilerin tercihlerini etkilemeye yönelik belirlenecektir. Yaygın ticari yayıncılık uygulamalarında hedef kitle, beğeni ve tercihleriyle içeriği etkileyebiliyorken, mağaza radyoculuğunda hedef kitlenin seçimlerini yönlendirebilecek doğrudan etki söz konusu olmaya başlamıştır. Yayınlar, genellikle mağaza içinde, müşterilerin beklentilerine uygun biçimde biçimlendirilir.

21. yüzyılda ortaya çıkan “yeni tüketici tipi”, özellikle sosyal gereksinimlerinin önemli bir kısmını dijital ortamlarda gideren, hızlı düşünen, hızlı karar veren, internet, cep telefonu, ipod gibi tüm yakınsak cihazları/ortamları eş zamanlı kullanabilen özelliklere sahiptir. Bu noktada internet ya da uydu teknolojisi tabanlı yayıncılık sistemleriyle, daha da kişiselleştirilerek dinleyici-müşteriye seslenebilen mağaza radyolarının, bu tipteki tüketicileri daha fazla tatmin edeceği varsayılmaktadır.

Keith, 90’lı yıllardan itibaren radyonun internet üzerinde de yayın olanağı bulunduğunu hatırlatarak, internet üzerinden radyo yayıncılığında 2 tür yayının mevcut olduğunu söylemektedir. Bunlar, yayın istasyonları tarafından üretilenler ile sadece web kökenli yayıncılıktır. İlk kategorideki yayıncılık sisteminde, istasyonlar karasal yayınlarını eşzamanlı olarak internet kanalıyla da dinleyicilere ulaştırırlar. İkinci kategorideki internet yayını, yayın

programlama pratikleri yaygın radyo yayıncılığındaki formatlardan bağımsız olmadığı için daha derlemedir. Erişimi ve işlem parametreleri sınırlı olan geleneksel karasal istasyonların aksine, internet yayıncılığında coğrafi sınırlılıklar yoktur. Web'e erişim sayesinde herkes, herhangi bir yerden ortamın keyfini çıkarabilir... Karasal ve uydu yoluyla yayın yapan radyoların aksine internet radyosu, bir dizi görsel veri, fotoğraf, metin ve bağlantı (link) sağlama yeteneğine sahiptir (2010: 280–281).

Mağaza radyoculuğu uygulamalarını, pazarlama açısından değerlendirirken yalnızca, mal ya da hizmetin reklâm ve tanıtım faaliyetleriyle anlamlandırmaya çalışmak hata olur. Çünkü aslında mağaza radyosunun kendisi bir reklâm ve tanıtımdır. Başka bir deyişle, mağazanın adını taşıyan radyo aynı zamanda bir reklâm ve tanıtım işlevi görür. Bu bakımdan bir kitle iletişim aracının kendi özündeki uygulamalardan da faydalanılıp dönüştürülerek, bir reklâm-tanıtım aracı haline getirilmesindeki etmenleri bütünsel olarak ele almak gereklidir. Radyonun yayın sistemi, tekniği, içeriği, tüm çalışanları ve reklâm-tanıtım faaliyetleri bütünsel olarak bir pazarlama stratejisidir.

Radyo, sonsuz uyarlanabilir niteliktedir. Diğer ortamlara göre birtakım zorluklara sahip olsa da radyonun popülerliği, değişikliklere uyum gösterebilme yeteneğinden dolayı devam etmektedir. Radyonun uyum yeteneği, yalnızca (teknolojik bakımdan) çeşitli yayıncılık olanaklarından değil, aynı zamanda, farklı amaçlar için kullanılacak nitelikte olmasındandır. Radyo, çok sayıda küresel izler kitleden kapalı topluluklara kadar, insanlara ulaşmak için uygun bir araçtır (Fleming, 2002: 25–26). Mağaza Radyoculuğu uygulamaları, radyonun birçok tetikleyici etken sonucunda uyarlanmış en güncel örneği sayılabilir.

14.3. Sosyal Radyo

Sosyal ağlar günümüzde çok farklı amaçlar için kullanılmaktadır ve bu paylaşım ağları içerisinde birçok site bulunmaktadır. Temel amacı çevrimiçi etkileşimli iletişim sağlamak olan sosyal ağlar aynı zamanda özelleştirilmiş hedef kitlelere ve biçimsel olarak kullanım özelliklerine göre çeşitlilik göstermektedir. Profesyonel iş yaşamını hedef alan sosyal ağlardan, kişilerarası özel ilişkiler kurmaya yönelik ağlara kadar pek çok sosyal ağ servislerine rastlamak mümkündür. Sosyal ağlar artık bireylerin birbirleriyle iletişime geçmelerinde en çok tercih edilen çevrimiçi iletişim biçimi haline gelmiştir.

Radyo istasyonlarının halkla ilişkiler faaliyeti kapsamında yürüttükleri sosyal radyoculuk uygulamaları bugün çok farklı boyutlara ulaşmıştır. İnternet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte, sosyal radyo anlayışında, dinleyici ortam üzerinde eskisinden çok daha fazla müdahale hakkına sahiptir. Radyoda çalınan şarkılardan, reklam sürelerine, yayın içerik planlamasından, zaman planlamasına kadar dinleyici aktif olarak sürece dâhil edilebilmektedir. Etkileşimli sürecin

artması, sosyal ağların aktif kullanımını ve dinleyicinin sürece daha fazla dâhil olması, sosyal radyoculuğun temelleri sayılmaktadır.

Bölüm Soruları

- 1) Aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?
 - a) İnternet radyo yayıncılığı yerel yayıncılık kategorisinde değerlendirilir.
 - b) İnternet radyo yayıncılığı bölgesel yayıncılık kategorisinde değerlendirilir.
 - c) İnternet radyo yayıncılığı ulusal yayıncılık kategorisinde değerlendirilir.
 - d) İnternet radyo yayıncılığı uluslararası yayıncılık kategorisinde değerlendirilir.
- 2) Aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?
 - a) İnternet radyo yayıncılığında tematikleşme olgusu daha fazladır.
 - b) İnternet radyo yayıncılık uygulamalarında telif sorunları yaşanabilir.
 - c) İnternet radyo yayıncılığı, geleneksel yayıncılık uygulamalarının sonunu getirecektir.
 - d) İnternet radyo yayıncılığı uygulamaları, yakınsama çabalarının sonucunda ivme kazanmıştır.
- 3) Yerel nitelikte hazırlanmış yayın içeriklerinin internet yayıncılığı aracılığı ile uluslararası boyutta ele alınış biçimi hangi kavram ile ifade edilir?
 - a) Küreselleşme
 - b) Yerelleşme
 - c) Sınır ötesi
 - d) Küre-yerelleşme (glocalization)
- 4) Aşağıdakilerden hangisi internet yayıncılığının sunduğu avantajlardandır?
 - a) Eşzamanlı yayıncılık
 - b) Eşzamansız yayıncılık
 - c) Etkileşimli yayıncılık
 - d) Hepsi

5) İnternet yayınının gerçekleştirildiği, kaynak ana makineye ne ad verilir?

- a) Server (sunucu)
- b) İleri konfigürasyonlu makine
- c) Yedek makine
- d) Yayın makinesi

Cevaplar: 1) d 2) c 3) d 4) d 5) a

KAYNAKÇA

- Alankuş, Ş. (2005). *Radyo ve Radyoculuk*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları. 2. Baskı.
- Aziz, A. (2007). *Radyo Yayıncılığı*. Ankara: Nobel Yayınevi. 3. Baskı.
- Bay, N. (2007). *Radyo ve Televizyon Yayıncılığı*. İstanbul: Nüve Kültür Merkezi Yayınları.
- Çakır, H. (2005). *Tüm Yönleriyle Radyo*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Fleming, C. (2002). *The Radio Handbook*. London: Routledge. 2nd Edition.
- Gencil Bek, M. (2003). ‘Yerel Politika ve Yerel Medya’, *Medya ve Toplum*. İstanbul: BİA, Bağımsız İletişim Ağı Yayınları. s. 131-147.
- Geray H. (2003). *İletişim ve Teknoloji*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Holtz, S. (1999). *Public Relations on the Net*. New York: Amacom Publisher.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kayador, V. (2001). Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyo ve Kamusal Radyoculuk. İstanbul: *Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Yayını*. Sayı: 11, s. 131-142.
- Keith, M. (2010). *The Radio Station*. USA: Elsevier Publication.
- Kejanlıoğlu, B. (2005). “Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Siyasası”. Der. Sevda Alankuş. *Radyo ve Radyoculuk*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları. 2. Baskı.
- Kuruoğlu, H. (2006). *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Qualman, E. (2009). *Socialnomics*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Rice, R. E, Williams, F. (1984). “Theories Old and New: The Study of New Media”. *The New Media Communication Research and Technology*. Ed. by R. E. Rice. Beverly Hills CA: Sage Publication. pp. 55-80.
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. USA: Mit Pres.

Steur, J. (1992). "Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence". *Journal of Communication*. 42, pp. 73–93.

Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.

Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga*. Çev. Selim Yeniçeri. İstanbul: Koridor Yayıncılık.