

Radyo Programcılığı Keyifli İştir!

Bülent Küçükdoğan*

Özet

Çevrilen bir düğme veya hafifçe dokunulan bir tuş; işte haberleriyle, müzikleriyle tüm dünya elinizin altında. Artık sıradan ve gündelik bir mucize bu. 20.yy ile birlikte doğan radyo, çağcıl medya araçlarının en eskisi, en eskiler arasında da en çağcıl olanıdır. Tüm dünyada giderek artan ve özellikle de gençler tarafından oluşturulan, en büyük dinleyici kitlesine sahip medya aracıdır radyo. Batı demokrasilerinde özel, yerel radyoların çoğalmasıyla, öncelikle müzik ağırlıklı eğlendirici bir araca dönüşen bu medya yeniden ilgi odağı haline gelmiştir.

Abstract

Radio is no ordinary medium. The history of Radio through is a fascinating journey from very simple beginning to today's global reaches. The invention and development of Radio did not just happen by chance. Several brilliant men like Hertz and Marconi contributed to it's creation and development and along the way were awful battles for patents, recognition and profit. The quality of a radio program depend the use of studio equipment, to combine sounds into a finished product. Now it's time for Digital Audio Broadcasting who provides crystal clear sound that is comparable to near CD quality and so many profit.

Anahtar Sözcükler *Radyo, Sayısal Ses İletimi, Radyo Programcılığı, Radyo Programının İşlevleri, Radyo Yayınclığı ve Türleri*

Alman fizikçi Hertz ve İtalyan fizikçi Guglielma Marconi, radyo için çalışma yapan onlarca bilim adamı içerisinde çok başarılı olan iki kişidir. Onca çalışmanın varacağı sonucu büyük bir olasılıkla önceden kestirememişlerdi. Bulacakları aygıtın dünyada alacağı yeri ve kazanacağı başarıyı öngörebilmişlerdi. Bilimsel tarihe göre ilk radyo yayını ABD'de 1906'da gerçekleştirildi, büyük beğeni toplayan bu yayınların ardından gelen yoğun istek, radyoların ve alıcıların çoğalmasını da beraberinde getirdi.

1920 Şubat'ında ilk olarak İngiltere'de, sonra Amerika'da başlayan radyo yayınlarını, 1925 yılında pille beslenen ışıtaçlı (lambalı) radyo alıcıları, 1930 yılında ise şebeke enerjisinden beslenen alıcılar izledi. 1960'dan sonra alıcı ve vericiler "transistör" kullanımıyla giderek küçüldü ve artık radyo herkesin dinlediği bir araç durumuna geldi.¹ 1920'lerde tüm dünya radyoyla tanışırken ülkemizdeki, ilk düzenli radyo yayınları 1927'de başlar. Bu bağlamda, radyo devrimini, 1955 yılından başlayarak ortaya çıkan transistörlü radyonun gelişmesiyle gerçekleştirmiştir. Gerçekte bu, haber aktarımını teknolojiyle birleştiren iki yönlü bir devrim niteliği taşımaktadır.

"Hayata dışardan dâhil edilen bu yabancı sesi, Türk insanı hemen benimser, yaşamının vazgeçilmezi yapar. Yediden yetmiş yediye bütün aile efradını kendine bağlayan, etrafında halkalar oluşturan radyolar, insanların hayatına ayrı bir ses ve renk katar. Yaşanan yıllara göre kimi zaman sevinçli haberlerin, kimi zaman da savaşların, darbelerin, cuntaların soğuk sesi olurlar. Bu yıllarda yaşayan nesil radyo çocuğudur, radyoyla büyür, düşünce dünyasını bu kutudan çıkan seslerle şekillendirir. İnsanlar radyonun hükümranlılığı boyunca musikinin en seçkin örneklerini bizzat ustalarından dinler, acansları, oyunları, spor müsabakalarını, kısaca dünyayı hep radyodan takip ederler."²

* Department of Communucatin Desisgn, İstanbul Kültür Üniversitesi, 34156 Ataköy / İstanbul

Ulusal ve uluslararası yayın yapan büyük radyolar programlarında daha çok haber ve eğitime yer vermişlerdir. Geri kalmış bölgelerde, kırsal kesimde halkın eğitimine katkıda bulunmuş ve az gelişmişliğe karşı savaşmışlardır.

Radyo, hızlı ve olabildiğince ekonomik bir bilgilendirme aracı olduğu kadar, o denli çağcıl aygıt niteliğiyle de benimsenmiştir. Bu bağlamda, teknik ilerlemeler, yayın aktarım araç gerecinin nitelik ve hafifliğinde de ilerlemeler olduğu tartışılmaz bir gerçektir.

“Dalga uzunluğuna göre istasyonlarından Attila İlhan'ın tabiriyle ‘böcek çıtırtıları, uzak gezegenlerden sinyaller’ yayılır, radyonun yayın yapmadığı zamanlarda duyulan ‘ton’ sesi kulakları rahatsız ederdi. Kısa dalga yayın yapan istasyonların zaman zaman alçalan zaman zaman yükselen sesi arasına yabancı bir istasyonun cızırtılı, çatırtılı yayını karışır, aynı anda birçok müzik, birçok spiker sesi duyulur, insanın keyfini kaçırır”³. Ancak kısa süre içinde, radyoda herkes beklentilerine uygun bir şeyler buldu. En eğitimsiz dinleyici bile radyonun içten havasını yakalayabiliyordu. Bunun nedeni radyonun herkesin anlayabileceği bir dil kullanmasıydı. Gerçekten de radyo insanları kendileriyle ve kendi dünyalarıyla baş başa bırakır. Kitlesini kucaklar, açık ve kısa söylemiyle vermek istediğini kolayca aktarır. Ayrıca, radyo alıcısı, çok ucuz bir maliyet ile geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bunun dışında, dar reklam bütçeli kuruluşlar için de, radyo, kitlelere ulaşabilmenin en ucuz yoludur.⁴

Tüm bu getirileri radyonun ülkemizde de hemen benimsenmesini sağlamıştır. Genç Türkiye Cumhuriyetinin teknoloji konusunda attığı en erken adımdır *Radyo*. Hal-kıyla birlikte 76 yılı geride bırakan, onunla birlikte unutulmaz anlar geçiren bu iletişim aracı resmi olarak 6 Mayıs 1927’de yayına geçmiş, tüm acemilikler ve teknik donanımın yetersizliğine karşın, 1 Mayıs 1964 tarihinde anayasal kimliğine kavuşmuştur. Yayıncılık tekelinin o yıllarda TRT’nin elinde bulunmasıyla, onun öncülüğünde yayına başlamasına karşın, günümüzde sayısı binlerle ölçülen irili ufaklı istasyonlar, sayısallaşmanın da getirdiği olumlu gelişmeler ve internet aracılığıyla artık dünyanın en ücra köşelerine bile ulaşmış durumdadır. Geçen yıllar içinde televizyonun yaygınlaşmasıyla göz ardı edilen radyo, özel radyoların programlarına başlamasıyla, eski beğenilirliğini ve yayılabilirliğini yeniden kazanma yolunda emin adımlarla yürüyor. Bu konuda önemli bir yer tutan yayıncıların, bu amaç doğrultusunda programlarına nitelik kazandırmak ereğiyle hiç kuşkusuz ellerinden geleni yapıyorlar.

21.yüzyılın haberleşme, iletişim ve yayıncılık alanında kullandığı teknik artık *sayısal teknoloji*dir. Yaşanan bu gelişmeler ışığında özellikle sayısal iletişim tekniği kullanılarak yapılan radyo ve televizyon yayıncılık hizmetlerinde, örneksel yayın sistemlerine göre ses ve resim niteliğinin üstünlüğü yanında çeşitli bilgilerin de eş süremliliği olarak ve daha ekonomik koşullarda gerçekleştirilen programlar aracılığıyla iletmeye yetisi, dünya devletlerini bu konu üzerinde yoğunlaşmaya yönlendirmiş ve çeşitli araştırma gruplarının çalışmaları değişik tekniklerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Dünya artık sayısal yayıncılıkta belli bir ölçünlülüğün (standard) arayışı içerisinde. “Başta ABD, Almanya ve İngiltere olmak üzere bir çok ülkede yapılan fizibilite çalışmaları ve saha denemeleri sonuçları 21.yy’ın yeni yayın sisteminin sayısal yayın sistemleri olacağını göstermiştir”⁵.

Hangi teknoloji bir radyo kanalından yayınlanan müziğin konser salonunda dinlenebilenle eşdeğerde olmasını sağlar sorusuna verilen yanıt artık herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Sayısal teknoloji yaklaşık yarım yüzyıl boyunca yürütülen çalışmalar sonucu, bilginin (metin, ses, resim, görüntü gibi) sağlam, ekonomik ve güvenilir bir bi-

çimde alımına, saklanması ve iletilmesine olanak sağlamaktadır. Sayısal, bilgisayarların dili olduğu gibi tüm çağcıl araçların geniş anlamda ise iletişimin kullandığı bir teknolojidir.

Telefonların, televizyonların, kayıt cihazlarının ya da radyo alıcılarının bir çoğu henüz örneksel düzende çalışmaktadır. Oysa cep telefonları ve kullandıkları teknoloji tümüyle sayısaldır. Sayısal ve yüksek çözünürlükteki televizyonlar aynı biçimde gelişmelerini sürdürmektedir. Sayısalın bu önlenemez yükselişi teknolojik çevremizi bütünüyle etkisi altına almıştır. “Bit”ler, müzik, radyo, televizyon, sinema, telefon gibi bilginin aktarıldığı her alanı ele geçirmişlerdir. “İşte bu ‘Sayısal Dönem’in ta kendisidir. Birbirleriyle potansiyel olarak uyum sağlayabilen bu cihazlar gün gelecek kullanıcısı tarafından kahve makinesi de dahil olmak üzere bir bilgisayara bağlanabilecek”⁶.

Bilgi ve veriler temelde iki yöntemle saklanabilmekte, işlenip ve iletelebilmektedir: Örneksel ve sayısal yöntemler. Kesintisiz, sürekli nitelikli ve “gürültü”, parazitlenme gibi öğelerle karşılaşılabilen örneksel ortamların tersine, sayısalda, kesintililik ve örüntülü işlemler söz konusudur. Bu bağlamda da, radyo programcılığında sayısal teknolojinin yeğlenmesi çok doğaldır. Ancak sayısal ses iletiminin uygulanması radyolar ve radyocular açısından ilgi çekici bulunmasına karşın, sayısal alıcılarının pazara sürülmesi ya da çok kısıtlı üretimi ve yayınların düzenli olmaması gibi sorunlar yaşanmaktadır. Ayrıca maliyetin yüksekliği de güçlük yaratacak etkenlerdendir.

Bu durumda, kesintisiz, parazitsiz müzik dinlemek için ne yapılabilir? Bin an önce sayısal kullanımını yaygınlaştırmak gerekir. Günümüzde, ülkemizde birçok radyo istasyonu söz konusu teknolojiyi kullanmaktadır. Çünkü radyoda, diğer programlar içerisinde, müzik yayınları en yaygın yayınlardır. Gerçekten de radyo, müziğin büyük kitlelere ulaşmasında kullanılan en uygun ve etkili kitle iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak radyoların bir çoğu müzik yayını yapsalar da, çok azı gerçekten oluşturulmuş değişik müzik yayınlarına ve güncelliğe yer vermektedirler. Bunun nedeni ise radyo istasyonlarının çoğunun henüz tam olarak belli bir kimlik edinmemiş olmalarıdır.

Radyo Yayıncılığı ve Türleri:

Kitle iletişim araçları arasında en eskilere dayananlarından radyo gerek teknolojiyle gerek içeriğiyle diğer kitle iletişim araçları arasında *güvenilirliğini, gücünü* kanıtlamıştır. Radyoda yayın yapılabilmesi için gerekli olan teknoloji, hiç kuşkusuz, hem sanayileşme sürecindeki hem de elektronik işleyimindeki (sanayiindeki) değişim ve gelişimlerden etkilenmektedir. Çünkü, elektronik sanayiindeki yeni gelişmelerin bilgi-işlemdeki ilerlemelerle birleşerek, günümüzde kitle iletişim araçları alanında bir devrim olarak var sayılan ve insanların kullandıkları araçlarla aralarındaki ilişkileri değiştirmeye başlayan iletişim ve bilgi yollarını ortaya çıkardığı bilinmektedir.⁷

Radyonun yaşamımızda kapladığı yeri ne küçültmek olası ne de görmezlikten gelmek. Radyo istasyonlarının sayısı ülkemizde binleri bulmuştur ve çok geniş bir kesim tarafından dinlenmektedirler.

Radyo yayıncılığında, yayınlar birçok kanal tarafından gerçekleştirilir. Bu kanalların sayıları her geçen gün artmakta ve daha fazla sayıda radyo istasyonu sesini duyurmakta; neredeyse kesintisiz, 24 saate kadar varan yayın süreleriyle dinleyiciye ulaşmaktadırlar. Bunun nedeni teknolojinin insan etkinliklerini kolaşlaştıran etkisidir sanırım. Bir küçük kahve tanesi büyüklüğünde ve çok düşük düzeyde enerjiye gereksinim duyan transistörler, alıcıların ve bu alıcıların gereksinim duydukları elektrik enerjisinin azaltılma-

sını sağlamıştır. Artık, günümüzde kablolar ve elektrik enerjisine gerek duyulmamakta ve dünyanın herhangi bir yerinden yapılan yayına ulaşabilmek için tek bir pil yeterli olmaktadır⁸. Sonuçta, tekniğin bu son buluşuyla, bireylerin haber alma, bilgilenme, eğlenme, eğitim ve kültürlenme amacıyla evlerinden çıkmaları ya da bu tür hizmetlerin verildiği yerlere gitme zorunlulukları hemen hemen ortadan kalkmaktadır. Her evde bulunan bir radyo alıcısıyla tüm bu hizmetlerden yararlanmak artık kolaylaşmıştır.

Günümüzde radyo kanalları da kendi aralarında uzmanlık alanlarına göre sınıflandırılmakta, spor programlarına ağırlık verenler olabileceği gibi, habercilik ya da belli bir müzik türüne göre yayın akışını belirleyen istasyonlar kendi hedef kitlelerini belirlemede ve dinleyicilerinin isteklerine göre yayın yapabilmektedirler. Örneğin özel bölgesel radyoların dinleyici türüne göre yayınlarını düzenlediklerini söyleyebiliriz: Kimi zaman coğrafi olarak (bir kent, bir bölge) kimi zaman kültürel olarak (kurum, demek radyoları, siyasal, kültürel, etnik, dinsel grupların radyoları) kimi zaman da yaş gruplarına göre (bu durumda seçim müzik zevkine göre yapılır) yayınlar gözlenmektedir.

Gerçekte radyolar başlıca iki türde yayın gerçekleştirmektedir: Eğlendirici ve bilgilendirici yayınlar. Günümüzde bu ikisinin birleşmesiyle, geniş kitlelere ulaşmakta ve dünyada bir bakıma gösteriye dönüşen etkinlikler radyolar aracılığıyla aktarılabilir. Dinleyicilerin katıldığı yarışmalar ve canlandırmalar, pratik bilgiler (yemek, bahçecilik), çeşitli hizmetler (hava, yol durumu), sevilen şarkıların çalınması ve reklamlar, bilginin ön planda tutulduğu söyleşi programları ve haberler ile çoğu zaman yer değiştirirler.

Radyo aracılığıyla propaganda daha da yaygınlaşmıştır. “Radyo Savaşı”ndan bile söz edilebilir. Eski Radio France Internationale müdürü Fouad Benhalla⁹ *radyoda üç propaganda rengi* belirlemiştir:

Beyaz, kökeni bilinen bir propaganda çeşididir. Bir Devlet’in yabancı ülkelere yönelik yayınları söz konusudur: Türkiye’nin Sesi Radyosu, Radio France Internationale, Radio Moscou ya da The Voice of America gibi.

Gri, bilinen ancak yayın yaptığı ülkelerde sansürlü haber yayınlayan istasyonları belirtir: Free Europe ya da Radio Liberty gibi.

Siyah, tümüyle yasa dışıdır. Söz konusu olan direniş ya da savaş radyosudur: Kimi Şili, Polonya, Afganistan radyoları gibi)

Ruhun gözleri olan, kulaklara seslenen radyo imgelem gücünü çalıştırır!

Kitlesine en yakın kitle iletişim aracı radyodur. Hem fizik olarak (bölgesel özel radyoların artışı bu yaklaşmayı arttırmıştır) hem de duygusal olarak yakındır. Çünkü yüksek bir dinlenme alanına sahiptir. Radyonun nerede, ne zaman olursa olsun dinlenebileceği doğrudur. Sinyal sesi, saati ve haberlerin başlangıcını belirtir. Hatta ara sıra düşlere daldırır. Kendisini dinletmeyi bilen seslerin işitilmesini sağlar. “Sıcak” ve “canlı” bir kitle iletişim aracıdır. Öylesine canlıdır ki, kimi zaman dinleyenin yakınında gibidir. Kimi durumlarda radyonun, özellikle canlı yayınlarda, olay üzerinde bir büyüteç etkisi yarattığı söylenebilir. Bir başka deyişle, bir olguyu gerçek boyutunun dışında büyütebilir.

Sınırları ne olursa olsun radyo çok gerekli bir iletişim ve haber aracıdır. Dünya güncelliğinin üzerinde çağdaş bir dizge, insanları üzüntülerinde ve sevinçlerinde birbirlerine bağlamaya hazır yönleriyle daha az yalnız kılmayı sağlayan bir yapı olarak karşımızdadır. Uykusuzların ve hastaların elinden tutar; fırıncıların hamurlarını kabartır; çalar saatin yerini alır. Radyo yaşamı belirginleştirir. İlkel yaşamın tamamlarının çağdaş ve transistörlü bir uyarlamasıdır.

Radyo Programları:

Radyo yayıncılığında değişimlere ayak uydurmak gerekmektedir. Aksi durumda kaybedenler arasında yer almak söz konusudur. Bu anlamda hem değişimin hem de teknolojinin tüm ayrıntılarını göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Ancak radyo söz konusu olduğunda yapılması gerekenlerle ilgili mucize bir dizelge oluşturmak olanaklı değildir. Çünkü radyoda mucizeyi yaratacak program yapımcısıdır; onun yaratıcılığıdır, yeniliklere açık olmasıdır, çabası ve kendine güvenidir. Ancak hiç kuşkusuz kullandığı araç ile ilgili tüm özellikleri de bilmesi gerekir.

Sonuçta radyoda, etkin ve etkili iletişim ortamının yaratılması dinlenme oranlarının artması için program yapımıyla ilgili kimi kuralların ve özelliklerin bilinmesi çok önemlidir. Ancak bunları bilen diğer radyo istasyonlarından da sizin radyo istasyonunuzun bir ayrıncı özelliğinin olması gereklidir. Bu özellik programlarınıza bir tutam “yaratıcılık” ve bir tutam “çekicilik” katmaktadır. Bir radyo “hem hizmet sunan bir kurum hem de kültürel nitelik taşıyan bir üründür. Radyodaki başarı bilim ve sanat arasındaki, kurallar ve yaratıcılık arasındaki, yaşam bilgisi ve yetenekler arasındaki nazik dengeye bağlıdır”¹⁰.

Radyoda sesin iletimini sağlayan fiziksel araç biçiminde tanımlanan sinyal yani işaret ve kazanç sağlamak amaçlı reklam satışlarına odaklanan programlar bir radyonun temel öğelerdir. Sonuçta bilindiği gibi radyo kar amaçlı bir kuruluştur. Çünkü günümüzde programlara reklam alınmadığında programı sürdürmek zorlaşmaktadır.

Radyoda değişik türde programlarla karşılaşmaktayız. Bunlar:¹¹

***BLOK PROGRAM:** Belli bir konu ya da değişik müzik türleriyle ilgili örneklerin tek ya da dizi yapımlar biçiminde işlendiği programlar. Örneğin, süne zararlısının işlendiği tarımla ilgili bir program.

***KUŞAK PROGRAM:** Toplumun değişik kesimlerinden dinleyicilere bilgi, açıklama aktarmasına dayanan ve canlı müzik parçalarıyla bezenen, kısa, uygulanabilir bilgilerin verildiği, dinleyicilerin ilgi alanlarına yönelik kişisel ya da toplumsal konuları ele alan, günlük yaşamdan konuların belirlenen amaç ve ilkelere uygun olarak işlendiği programlar.

***SÖZ PROGRAMI:** Konu ve amaca uygun olarak sözün ön plana çıktığı, müziğin yardımcı öğe olarak kullanıldığı ya da hiç kullanılmadığı, daha çok blok türde tasarlanan programlar.

***MÜZİK PROGRAMI:** Konu ve amaca uygun olarak, müzik parçalarının öne çıktığı, sözün yardımcı öğe olarak kullanıldığı ya da hiç kullanılmadığı, blok ya da kuşak program türünde tasarlanan programlar. Örneğin, “Sizin Seçtikleriniz” türü müzik yayınları.

***SPONSOR PROGRAM:** Bir kamu kuruluşu ya da özel bir kuruluş tarafından belli bir ücret ödenerek hazırlatılan ve belli bir yayın kuşağı kiralananak yayınlatılan blok ya da kuşak programlardır. Örneğin, Radyo Klas’daki Turk.Net’in hazırlattığı “Gazoz Ağacı”.

***DRAMA PROGRAMI:** Karşılıklı konuşmalarla belli özgün bir metin ya da uyarılma biçiminde hazırlanmış; dizi, tek oyun, skeç ya da parodi biçiminde oluşturulmuş programlar. Örneğin, “arkası yarın” programı.

***ÇOCUK PROGRAMI:** Okul çağına girmemiş ya da ilköğretim birinci düzeyindeki çocuklara yönelik hazırlanan programlardır.

***DİZİ PROGRAM:** Belli bir konuyla ilgili ikiden fazla hazırlanan ve belirli dönemlerde yayınlanan programlar.

*EĞİTİM PROGRAMI: Konu, sunuş, biçim, yöntem ve teknikler bakımından eğitici öğeleri temel alan programlar.

*SPOR PROGRAMI: Sporun çeşitli alanlarıyla ilgili önemli olayları aktaran ve söz konusu olayları ayrıntılı ele alınıp işleyen programlar. Örneğin, spor karşılaşmalarının canlı yayınları.

*HABERLER: Haber niteliği taşıyan olaylardan toplumu, sürekli, doğru ve tarafsız biçimde bilgilendirmek ve kamuoyunun aydınlanmasına yardımcı olmak amacıyla hazırlanan haber bültenleri ve haber programları.

*HABER PROGRAMI: Haber niteliği taşıyan olayları, ayrıntılı biçimde nedenleri ve ortaya çıkışları, sonuçlarıyla irdeleyen programlar.

Radyo programlarında yaş, cinsiyet, uğraş, yerleşim birimi gibi etmenler açısından ortak özellikleri bulunan ve bu tür etmenlere uygun yayınların hazırlandığı dinleyici grubu biçiminde tanımlanabilen *hedef kitle* ya da *dinler-kitle* yapımcının ya da radyo istasyonunun varoluş nedenidir. Programlarda etki ve başarı için, dinler-kitleyle arkadaş ilişkileri içinde olduğunuzu duyumsatmak, onların sorunlarına, neşe ve üzüntülerine ortak olmak ve yaşam biçimlerine, düşüncelerine uygun yayınlar gerçekleştirmek gerekmektedir.

Dinleyicilerle güçlü ilişkiler kurmak, onların duygularına seslenerek, düşündüklerine, ilgi alanlarına yönelmekten geçmektedir. Bir başka deyişle, programlarda söz konusu kitlenin değerlerini önemsemek ve bunu vurgulamak temeldir. Örneğin çevrenin korunması, Doğruluk, dürüstlük, temiz toplum, aile yaşantısı... gibi değerlere programlarda yer verilebilir. Ancak en geleneksel anlamda hedef kitle sağlık, akçalardan kendini güvende hissetmek, güzellik, bağımsızlık, rahatlık ve beğenilmek gibi değerlere son derece duyarlıdır. Radyo programları kimi zaman alan olarak kapsadığı kesimde yaşayan, radyo yayınların dinleyebildiği varsayılan ve değişik cins, yaş ve uğraş grubundan, değişik yerleşim birimlerinden, değişik eğitim-kültür düzeylerinden çeşitli hedef kitleleri içine alan toplum kesimi biçiminde tanımlanan *genel hedef kitleye*, kimi zaman da konu, amaç ve işleniş gereği hedeflediği ve genel dinleyici kitlesinin, yaş, cinsiyet, meslek grubu, yerleşim birimi ve eğitim kültür düzeyleri açısından ayrıldığı alt grupların her birini oluşturan toplum kesimlerine bir başka deyişle *özel hedef kitleye* (Çocuk, Gençlik, Yetişkin, Aile, Kadın vs...) seslenebilir.

Radyo programcılığında “yaratıcı olmanın” öneminden daha önce de söz etmiş-tik. Yaratıcılığın radyo programlarında yüklendiği temel işlev ve olmazsa olmaz niteliği tartışılmazdır. Aynı teknik bilgi ve donanımla çalışan iki radyo istasyonu ve radyo programcısı arasındaki ayırım yaratıcılık düzeylerinde gizlidir.¹² Ancak yaratıcılığın yalnızca yeterli olmadığı, belli bir amaca ulaşmada yaratıcılığın yalnızca bir araç niteliği taşıdığı unutulmamalıdır.

Radyo programcılığının kimi işlevleri gözardı edilmemelidir:

*Eğlendirme, Bilgilendirme İşlevi;

*Büyüleme İşlevi: “Radyo dinleyenlere zihinsel imgeler yaratabilir; düşüncüne seslenir.”¹³

*Dramatik İşlev: Söz konusu işlevi her radyo programında gözlemleyebiliriz.

*Duygulara Seslenme İşlevi: Dinlerkitleyi radyo programlarına ve radyo istasyonlarına

çeken özelliklerden biri, program içeriklerinin dinlerkitlenin gereksinimlerine, duygularına ve beklentilerine yanıt vermesidir.¹⁴

*Dinleme Alışkanlıklarını Gözardı Etmeme: Her sabah aynı radyo istasyonunu, aynı programı dinlemeye “alışık” bir kitle vardır. Bu gözardı edilmemeli, program içeriği ve yapısı değiştirilmemelidir.

*Dinleyici Bağlılığını Önemseme: Kimi dinler-kitlenin kimi radyo istasyonlarına bağlılığı vardır. Bu radyo istasyonu ile bütünleşir, hatta özdeşleşir. Bu bağlılığı önemsemek gerekir.

*Toplam Kalitenin Önemi: Kimi radyo programları içerikleri açısından birbirinin yinelemesi gibi görünsede, birgün bir dinleyici hiç kuşkusuz hazırlanan programlar arasındaki ayrımı farkına varır. Bu ayrım teknik ya da sunum ve ya da yaratıcılık özelliği bağlamında olabilir. Ancak unutulmaması gereken, yapımcının kendi kişiliğini, radyo istasyonunun kimliğini yansıtan programların yapılması gereğidir.

*Anımsal İşlevi: Radyo “anımsal” ve “hızlılık” özellikleriyle günümüzde kitle iletişimin “söyleni” durumuna gelmiştir. Örneğin 17 Ağustos depreminde en “hızlı” hangi kitle iletişim aracı bizlere ulaşmıştı? Ayrıca “görselliğin” eylemselliği olmadığından, radyo “güvenilir” bir kitle iletişim aracıdır da.

*Kişisel İşlevi: Radyo yalnızca bir kişiye seslenir. Bu nedenle, “kişisel” nitelik taşıyan bir kitle iletişim aracı olarak nitelenir.

Radyo programcılığında ele alınması gereken iki tür oluşturuca bulunmaktadır: Müzik ve sözel içerik. Sözel içerik. Bu iki oluşturucaın “yaratıcılık” ögesiyle birleşmesi sonucunda başlıkta da sözü edilen hem “dinleyici” hem de programcı açısından “keyifli!” programlar ortaya çıkarılabilir. Çünkü yaratıcı olmak bilindiği gibi, radyonun “büyüsünü” oluşturmada “yaşamsal”, “olmazsa olmaz” bir koşuldur. “Yaratıcılık özgünlüğü çağırır bir başka deyişle elde edilen sonuçların yeniliğini. (...) Yaratıcı bir sonuç-ürün bir kaç değişik düzlemde özgün olabilir:

Ürünün sahibi için *kişisel özgünlük*

Belirli bir topluluk için *sosyal özgünlük*

Genel olarak insanlık için *tarihsel özgünlük*.”¹⁵

Sonuçta, yaratıcılık, özgünlük dışında, imgelem gücünün olmasına ve kişisel ve kültürel değerlerin önemsenmesiyle ilintilidir. “Keyifli”, “keyif veren” radyo programlarının temelinde söz konusu özelliklerin olduğu bir gerçektir.

İletişim kurmak, insan türünü belirleyen en önemli sözcük, en sihirli eylemdir. İki ya da daha çok kişi arasındaki konuşmadan milyonlarca dünyalı ile Ay’a ayak basan kişi arasında diyalog kurmaya ulaşılmıştır. İnsanlar iletişim uzaklığını en aza indirmek için durmaksızın çalışmaktadırlar. Bu bakımdan radyonun bulunması halen sürmekte olan büyük bir yenilik yaratmıştır. Bu yenilikler hızlı elektronik evriminde sonsuza dek sürecektir. Bu bağlamda, radyonun “büyüsünün” sürdürülmesi, gerçekleştirilecek, hazırlanacak radyo programlarıyla sıkı sıkıya ilintilidir.

Kaynaklar

- [1] Bkz., "Radyo yayıncılığının tarihçesi", **On Air**, Aylık Broadcast Dergisi, Aralık 1997, s.5.
- [2] <http://www.dergibi.com/radyo/radyomuzesi.htm> 22.04.2003
- [3] <http://www.dergibi.com/radyo/ozcan2.htm> 22.04.2003
- [4] Bkz., John R. Bittner, **Mass Communication**, Massachusetts, A Simon & Schuster Company, 1996, s.158.
- [5] <http://www.rtuk.org.tr/sayisali.htm> 22.04.2003
- [6] Jérôme Colombain, **La Cyberculture**, Editions Milan, Paris, 1997, s.7.
- [7] Denis Huisman, **Sokrates İnternet'te**, İstanbul, Güncel Yayıncılık, 2000, s.91.
- [8] Gérard Ponthieu, **La Radio**, Paris, Echos Hachette, 1987, s.44.
- [9] Bkz., Fouad Benhalla, **La guerre radiophonique**, Revue politique et parlementaire.
- [10] Darcy Kieran, **Le Métier d'animateur, Radio**, Kanada, Ed., St.Martin, 2000, s.21.
- [11] Bkz., **TRT Genel Yayın Planı**, 1999-2000, ss:164-166.
- [12] Darcy Kieran, **A.g.y.**, s.31.
- [13] Real Barnabé, **Guide de rédaction. Les nouvelles radio et l'écriture radiophonique**, Ed.St. Martin, Kanada, 1990, s.15.
- [14] Bkz., David T.MacFarland, **Future Radio Programming Strategies**, Londra, Lawrence Erlbaum Ass., 1997, ss:38-59.
- [15] Ken Robinson, **Yaratıcılık, Aklın Sınırlarını Aşmak**, İstanbul, Kitap Yay., 2003, s.136.

Kitaplar:

- Barnabé R., (1990), *Guide de rédaction. Les nouvelles radio et l'écriture radiophonique*, Kanada, Ed.St. Martin.
- Benhalla F., **La guerre radiophonique**, Revue politique et parlementaire.
- Bittner J.R., (1996), **Mass Communication**, Massachusetts, A Simon & Schuster Company.
- Colombain J., (1997), **La Cyberculture**, Paris, Editions Milan.
- Huisman D., (2000), **Sokrates İnternet'te**, İstanbul, Güncel Yayıncılık.
- Kieran D., (2000), **Le Métier d'animateur, Radio**, Kanada, Ed., St.Martin.
- MacFarland D.T., (1997), **Future Radio Programming Strategies**, Londra, Lawrence Erlbaum Ass.
- Ponthieu G., (1987), **La Radio**, Paris, Echos Hachette.
- Robinson K., (2003), **Yaratıcılık, Aklın Sınırlarını Aşmak**, İstanbul, Kitap Yay.
- TRT Genel Yayın Planı**, 1999-2000.

Makaleler:

- "Radyo yayıncılığının tarihçesi", (1997), **On Air**, Aylık Broadcast Dergisi, s.5.

İnternet Siteleri:

- <http://www.dergibi.com/radyo/radyomuzesi.htm> 22.04.2003
- <http://www.dergibi.com/radyo/ozcan2.htm> 22.04.2003
- <http://www.rtuk.org.tr/sayisali.htm> 22.04.2003