**RADYO YAYINCILIĞININ VAZGEÇİLMEZ KAVRAMI: FORMAT**

Erhan KONUK

**GİRİŞ**

Bütün canlılarda olduğu gibi insan da varlığını sürdürmek, korunmak, beslenmek gibi ihtiyaçlarını karşılamak için doğa ile etkileşim içinde bulunur. Bu etkileşim içinde diğer canlı türlerinden farklı olarak sadece insan kültürüyle var olur ve doğa karşısındaki etkinliğini güçlendirir. İnsanla doğa arasındaki ilişki zamanla insanın üretim faaliyetine başlamasıyla bir çeşitlilik kazanır. İşte insanlar arası ilişkinin başlaması ve gelişmesiyle ortaya çıkan taraflar arasındaki bilgi ve haber alışverişi gerekliliği iletişimin de doğuşuna yol açacaktır. Latince kökenli “Communis” sözcüğünden türeyen ve batı dillerinde çoğunlukla “Communication” sözcüğüyle ifade edilen iletişim kavramı, tarihin ilk dönemlerinden itibaren insanlar arasındaki ilişkinin temelinde yer almıştır. Bunun nedeni de insanoğlunun, sürekli olarak çevresinde meydana gelen olayları öğrenmek ve deneyimlerini başkalarına aktarmak ihtiyacı içinde olmasıdır. Kısacası insanların iletişim içinde olmadan bir arada yaşayabilmeleri, birbirleriyle anlaşabilmeleri, ilişkiye girmeleri mümkün değildir. Günümüzde iletişim kavramının gittikçe genişleyen kullanım alanından dolayı çok farklı tanımları yapılmaktadır. Bu nedenle herkes tarafından kabul edilen bir tanım yapmak neredeyse imkansızdır. Ancak yapılabilecek bütün bu açıklamalardan varılacak ortak sonuç, iletişimin oluşabilmesi için bireyler arasında bir ilişki kurulması zorunluluğudur. Tarihin her döneminde insanlar iletişim için çeşitli yöntemler kullanmışlardır. Bu yöntemlerin başında işaretler gelmektedir. Vücuduyla ya da bazı doğal simgelerden yararlanarak karşısındakiyle anlaşmaya çalışan insan için, bir sonraki aşama kendi sesini kullanarak haberleşmektir. İlk insanların kendilerini ifade etmek için kullandıkları bir başka yöntem ise, mağara duvarlarına, taş zeminler üzerine insan ve hayvan figürleri yapmak, kendileriyle ilgili önemli olayları resmetmektir. Daha sonra çeşitli bitki köklerinden elde ettikleri ilkel boyalarla bu figürleri renklendirip kalıcı hale getirmeye çalışmışlar ve kendilerinden sonra gelenlere bir tür mesaj bırakma isteğinde bulunmuşlardır. Yazının henüz bilinmediği dönemlerde dahi haberleşmek için işaretlerle, ateşle, dumanla, kuşlarla, atlı haberciler gibi yöntemlerle 2 iletişim kurmak isteyen insanoğlu, yazının bulunmasıyla sözlü kültürden yazılı kültüre geçmiş ve beraberinde büyük bir gelişme göstermiştir. Kitle iletişim araçları denildiğinde tüm yazılı ve görsel basın anlaşılır. İlk kitle iletişim aracı yazılı basındır. Bunu radyo yayıncılığı ve radyodan sonra önemli bir kitle iletişim aracı olan televizyon izlemiştir. Radyo ve televizyon yayıncılığı açısından iletişim sistemlerini incelersek karşımıza üç model çıkar: “Kamu Hizmeti Modeli”, “Tecimsel Model” ve “Devlet Yayıncılığı Modeli”. (Eren, 2008:1-2-3)

Kitle iletişim araçları icat edildikleri ilk andan itibaren hayatımızda yer almaya başlamıştır. İnsanların bu araçları yaşamın içine almaları, faydalı hale getirerek kullanmaları sürecinde hiçbir gecikme yaşanmamıştır. Ancak, işin ehli olarak kabul edilen meslek uzmanları ve faal olarak çalışan yöneticiler, yayıncılar bazı içerik çalışmalarına tam anlamıyla önem vermemişlerdir. Burada iki olasılık belirmektedir. Bunlardan ilki, işi yapma bilgi ve bilinç seviyesinin yeterli düzeyde olmaması ile gözden kaçırılan bazı meslek gerçekleridir. Diğeri ise, bilerek, isteyerek, tasarlayarak, bulundukları şartları gözlemleyerek, işlerini riske etmeden ve bulundukları ülkenin koşullarına da ayak uydurarak, bilinçli bir şekilde bu kavramları bulundukları ortama uyarlama gayretidir. Bahsedilen içerik çalışmalarında öne çıkan en değerli kavram, iletişim aracının içeriğinin dolayısıyla kendinin tanımlanma durumudur. Yani, her bireyi tanımlayan kimlik bilgilerinin olması, bilinen, istenen, gerekli ve geçerli bir durum ise, yayın ile alakalı kuruluşlarda da zaruri olmalıdır.

Radyo ve televizyonların bu bilgileri, dünyada “format” adıyla hayat bulmaktadır. Bir radyonun ve televizyonun dile getirilen formatı varsa ve gerekleri yerine getiriliyorsa, o yayıncı kuruluşa formatlı (biçimlenmiş/format almış/formatlanmış) veya belirlediği format üzerinden yayınlarını yapan medya kuruluşu denmektedir. Bunun tam tersi uygulamada ise, formatı belirtilmesine rağmen, tutarsız, söylediklerini yerine getirmeyen istasyonlar ise formatsız (biçimlenmemiş/format almamış/ formatlanmamış/bilinmeyen formatlı) olarak tanımlanmaktadır.

Dünyada şu anda 60 civarında geçerli radyo formatı bulunmaktadır. Bu özellikleri taşıyan radyolar hayatın içinden, gelişmelerden, göçlerden, yeni ve yeniden çizilen sınırlardan, olaylardan, savaşlardan, demografik hareketlerden vb. belirleyici etkenlerden ortaya çıkmıştır. Bu formatlar sürekli bir devinim ve değişim içindedir. Bu nedenle de şu anda gündemde olan formatlar ilerleyen yıllarda, değişikliğe uğrayabilir, yok olabilir, kaybolmuş olanlar yeniden faaliyete geçebilir. Bu süreç olağan bir durumdur ve böyle varsayılmaktadır.

**PROBLEM**

Bu çalışmada, formatların tam olarak uygulandığı, uygulanmadığı ya da kavram kargaşası yaşanan ülkelerdeki durumlar resmedilerek tartışılması planlamıştır.

Ayrıca, 1960’larda yayın hayatına başlayan ve ülkemizdeki insanları yabancı müzik türleriyle buluşturan, günümüzdeki adı ise TRT Radyo 3 olan istasyonun içeriği de mercek altına alınacaktır. Pop, rock, caz, klasik müzik, dünya müziği gibi, her biri ayrı format içeriğine uygun ve içinde sunulacak müzik türleri, TRT Radyo 3 kanalında yıllardır dinleyiciyle buluşmaktadır. Bu da inceleyeceğimiz ve bir yayın kuruluşu olarak Türkiye’ye mal olmuş TRT Radyo 3’ün, ülkemizin şartlarında doğmuş ve dört başı mamur bir kanal olmasına rağmen formatsız, biçimlenmemiş olduğu iddiasıdır. Türkiye’nin bu özel ve naif kanalının, o dönemin şartları altında ve hizmet zorunluluğu ve sorumluluğu gözetilerek kurulması sebebiyle, bir “Türkiye Formatı” olarak da ifade edildiği bilinmektedir. TRT Radyo 3’e ait bilgilerin içinde bulunduğu kapsamlı bir bölümde de kanala ait bilgiler paylaşılacaktır. 35 yıldır binlerce programımla içinde yer almaktan gurur ve onur duyduğum TRT Radyo 3’ün, aslında görünmeyen ve dile getirilmeyen bu görüşler karşısında ülkemize has bir radyo istasyonu mu, yoksa melez bir kanal olarak mı değerlendirilmesi gerektiği konusuna açıklık getirilmeye çalışılacaktır. Bu konudaki gözlemlerimi, deneyimlerimi, oluşan görüşlerimi, önerilerimi de katkı sağlamak amacıyla paylaşacağım.

Radyo ve televizyon alanında yapımcı, sunucu unvanlarını taşıyan biri olarak, 38 yıldır sektörün içinde yer alıyorum. Yukarıda tespit edilen durumların neredeyse tamamına şahitlik ettim. Problemin ancak mesleki eğitimle, deneyim aktararak, bilgi vererek farkındalık yaratarak, durumun hassasiyetini anlatarak, çözüm metotlarıyla alakalı öneriler sunarak, verilen tavsiyelerin verimliliğini sınayarak, tüm süreci takip ederek, gerektiği zamanlarda tekrarlayarak, vb. adımları izleyerek sürekliliğinin korunması düşüncesindeyim. Sorumluluk gerektiren tüm bu işlerin, ciddi katkı sunmak olduğunu da eklemek isterim. Bilgi ve bilinç seviyesinin tutturulması, yayıncılık için en iyiyi yakalamak anlamı taşımaktadır. Tüm bunlar format kavramının televizyon alanı için de geçerli olduğu konusunda sektöre fikir verip, aklın ön almasını sağlayacaktır kanısındayım. Televizyonda da ister devlet ister özel kanallar olsun, içerik ve nitelik arayışında zaman zaman çaresiz kalınmaktadır. Bunu markalaşmış, meşhur, yeni kurulan, dönüştürülen ve yayın ömrü sona eren kanallar incelendiğinde fark ederiz.

Dile getirilmesi çok zor olan bir konuya hem radyo hem de televizyon açısından bakmak gerekliliği de doğal olarak tartışma alanımıza girecektir. Bu durum, kanal sahipleri, yöneticiler, karar vericiler de dahil olmak üzere, belli makamları tutmuş, işgal etmiş kişiler yayın kuruluşları nezdinde değerlendirildiğinde, ciddi ve önemli bir problem olduğu gerçeğini gözler önüne sermektedir.

**FORMAT GEREKLİ Mİ?**

Problem olarak karşımıza gizli bir başlık gibi çıkan, formatın ihtiyaç mı yoksa yayıncılığa getirilen lüzumsuz bir yük mü sorusuna bağlı olarak, yanıt aranan birçok sual ortaya çıkmaktadır. Formatlı yayıncılık mı, yoksa formatsız, tarif edilmemiş, kuralları konmamış içerik bilgisiyle, her şey herkese sunulabilir yaklaşımıyla yapılabilecek yayın mı daha başarılıdır? İçeriği, hedefi, amacı, yayın ağı genişliği, kadrosu ne olursa olsun, zaman zaman bu tarz soruların sorulması gerekliliği tartışılmalı mıdır? Formatlı, tanımı yapılmış, sınırları belli, kurallı, köşeli, keskin, biçim verilmiş yayıncılık gerekli midir? Medya kuruluşlarını besleyen reklam pastasından alınan payın artmasında, azalmasında, aynı seyretmesinde formatlı veya formatsız yayının rolü ne orandadır? Tüm bunların akademik, bilimsel, istatistiksel bir altyapı ile bağlantısı var mıdır? Formatlı yayın, yayıncılık, yayıncı ve kuruluştan beklenti nedir? Formatlar arası bir geçirgenliğe kurallar ve yetkili makamlar resmi veya sanal izin verirse, bunun yayıncılık üzerindeki etkisi ne olur? Bu ve benzer sorular tezimizin içinde yanıtlanmaya çalışılacaktır.

Yıllardır Türkiye’de işitsel ve görsel yayın dünyasının faaliyette bulunan bir elemanı olarak, biçimli, nitelikli, özellikleri belirlenmiş, deneyim sahibi meslek ustaları tarafından yönetilen kanalların mutlak çoğunlukta olması gerekliliğine değinirim. Gerek çalışma bağlamında gerekse de ders verdiğim üniversitelerdeki öğrencilerime, formatlı yayınının mantık, akıl, bilinç, bilim, akademik taban destekli olduğunun altını çizerek önerilerde, tavsiyelerde bulunurum. Bilgileri akademik geçmişim, alanımdaki bilgi dağarcığım, yayın tecrübelerimle destekleyerek paylaşmaya özen gösteririm. Bunun sebebi de yayıncılık mesleğinin ve sektörünün rasyonel, okullu, işini seven meslektaşlarım için, seçtikleri iş sahasının uygun bir hedef olduğunu anlatabilmektir.

**AMACI**

Türkiye’de kamu yayıncılığı yapan devlet kuruluşu TRT’nin, özel girişimcilerin, medya gruplarının, ulusal, bölgesel, yerel özel radyo kanallarının, daha yüksek bilinç seviyesinde yönetilmeyi hak ettikleri gerçeğinin açıklığa kavuşturulmasına zemin hazırlaması amaçlanmaktadır. Ayrıca, mesleğin içinden gelen alaylı diye tabir ettiğimiz yöneticilerin ve iletişim eğitimi almış okulluların daha fazla söz sahibi olduğu ve format (biçim) kavramının altının çizilerek, sektöre ciddi ve somut katkı sağlayacak kişiler söz sahibi olmalıdır bakış açısıyla, değerlendirmeler yapılacaktır.

Bu ve benzer çabaların olumlu sonuçlanmasına destek vereceğine inandığım bu çalışma ile, iletişim alanında benzer projelere başlayacak akademisyen, amatör, profesyonel sektör emektarlarına, çalışanlarına cesaret kazandırılması da planlanmaktadır.

**ÖNEMİ**

Formatlar konusunda Türkiye’de herhangi bir kaynak bulunmadığını, bunun tamamen kulaktan dolma bilgilerle ve temelsiz bilgi ve iddialarla sınırlı ve yetersiz kaldığı düşüncesindeyim. Yabancı kaynaklara baktığımızda da benzer veya bir seviye üstte bilgilere ulaşılmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık, müzik alanında dünyada başı çeken iki ülke olarak, radyo, televizyon alanında da bilimsel, teknik, sayılarla desteklenen akademik tabanlı profesyonel bakış açısına sahiptir. Bu nedenle müzikteki lider olma özellikleri, yayıncılıkta da geçerlidir. Gerçi bunu derecelendiren bir makam olmasa da sanal bir mevkiden bahsetmek mümkündür. Dünya genelinde radyo, televizyon yayıncılığında başı çeken ve gelişmiş olduğu ülkeleri dikkate alındığında, istatistiklere yansıyan ve formatlı olarak yayın yapan radyo, televizyon sayısı yüksektir. Ülkemizin bu konuda faaliyet gösteren medya grupları, kuruluşları ve profesyonel çalışanları değerlendirildiğinde, Türkiye’deki durum olumsuz bir tablo olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü, binlerle telaffuz edilen radyo ve televizyon kuruluşlarında formatsız yayın yapma gelenek haline gelmiştir. Bu arzu edilmeyen geleneğe, maalesef birçok gelişmiş ülkede de rastlamak mümkündür. Kimliksiz bir insan olamayacağı gerçeğinin, yayıncılıkta da geçerli olduğunun anlatılması, format (biçim) kavramının açık bir şekilde tarif edilmesi, her bir formatın içerik bilgisinin ayrıntılı olarak paylaşılması ve bütün bunların örneklerle anlatılması gerekmektedir. Buradan hareketle hem sektör ve çalışanlar hem de dinleyici ve izleyici nezdinde farkındalık yaratılmasının önemi gayet açık olarak hissettirilecektir.

**TANIMLAR**

***İdeal Yayın Tanımı***

Radyo ve televizyonda en temel hedef, amaç, biçimlenmiş yayının gerçekleşmesidir. Görsel ve işitsel medya kuruluşları müzik ve konuşma yayını yapanlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Hangi tür olursa olsun, idarenin yol haritasını belirleyen yayın formatıdır. Bu kavramın şemsiyesi altında yapılanma ve kadro kurma işleri gerçekleşecek, tüm ihtiyaç listesi ortaya çıkacaktır. Buna göre, hiyerarşik düzen belirlenecek, görev tanımı, idari ve yayın personelinin yapısı, sorumluluk sınırlarının belirlenmesi, hangi kitleye yayın yapılacağı, verici gücü, yayın alanı, çalışma yerleri, ofisler, naklen yayın araç ve gereçleri, stüdyoların yayına göre mimari planlarının çizimi gibi, daha birçok konuda ayrıntılı çalışma yapılması sonucunda mesafe alınacaktır. Kadro oluşturulurken ister mikrofon veya ekran önünde ister geri planda olsun, mesleğinde kıdemli, usta sıfatı taşıyan, tanınan, okullu ya da alaylı ancak konusunda sözü geçen çalışanların olduğu bir yayın kurumu ideal olandır. Yukarıda bahsi geçenler üzerinde görüş birliği olmadan, varsa problemler bunlar çözülmeden, sonuca gitmek ve sağlıklı bir yayın kuruluşu oluşturmak mümkün değildir. Değinilen şartların var olduğu göz önüne alındığında, radyo ve televizyon için mükemmel, ideal yayın şu şekilde olmalıdır: Bir yayın kuruluşunun bütün yayın koşullarını yerine getirip, kadrosunu oluşturan, tanımı yapılmış asgari format özelliklerine ve içeriğine uygun olarak, tüm programcılık, prodüksiyon, denetim ve teknik işlerini tamamlayarak, programlarının uyum içerisinde dinleyici ve izleyiciyle buluşmasını sağlamak “ideal yayın tanımı” anlamına gelmektedir.

Radyo ve televizyon yayıncılığına ait ortak bir program dili söz konusudur. Bu hem ulusal hem de uluslararası çapta değerlendirilerek tanımlar yapılacak ve paylaşılacaktır. Bu tanımların bazıları meslek mensupları arasında konuşulan ve herkesin anladığı kısaltmalardan oluşmaktadır. Bu kısaltmaların bazıları iki yabancı medya çalışanı arasında iletişimi sağlayan geçerli kısaltmalar olmakla beraber, bazıları ise sadece ulusal düzeyde kıymet görmektedir. Bazı kavramların, isimlendirilen cihaz ve işlerin teknik, akademik altyapıdan yoksun olduğu, duyarlı yayıncılar marifetiyle dile getirilse de insanlar üzerindeki etkisi olumsuz olarak sürmektedir. Kullanılan isimlerin, cihaz adlarının, işin içeriğine ilişkin ifadelerin birçoğunda yabancı kökenli kelimeler, ifadeler olduğu bilinmektedir. Evrensel anlamda yayıncılık diline ait isimlerin, kavramların, kısaltmaların, mecazi ifadelerin ülkemiz yayıncılığında da kabul görmesi ve uygulanması amaçlanan bir hedeftir. Burada önemli olan, yabancı kökenli de olsa, yayınla alakalı kelimelerin birçoğunun Türkçeleşmiş (radyo, televizyon, montaj, spiker, kameraman, mikrofon, vb. gibi) olduğu gerçeğidir. Terminoloji ne kadar fazla bilime, istatistiğe ve teknik gerçeklere dayanırsa, o oranda uyum problemleri ortadan kalkacaktır. Tezimizin omurgasını oluşturan “FORMAT” ifadesi, ülkemizde de kullanılan bir yayıncılık terimidir. Ancak, çoğunlukla yanlış yerlerde ve doğru amaçla kullanılmadığından sadece konuşmanın ve içinde bulunduğu cümlenin sıradan bir parçası olmaktadır. Bu terimin gerekli yerlerde kullanılması, tanımının doğru yapılması ve anlatılmasıyla ister okullu ister alaylı olsun tüm medya çalışanlarınca bilinmesi ve özümsenmesi gereken bir ifade olduğunun anlaşılması sağlanacaktır. Bütün mesleki tanımlamalar, yeri geldiğinde benimsenmesi için paylaşılacaktır.

***Formatlara İlişkin Ayrıntılar***

Günümüzde dünya genelinde altmış (60) civarında uygulanabilir radyo formatı bulunmaktadır. Dünyada hayatımıza etkileyen gelişmeler, değişiklikler, buluşlar, icatlar, savaşlar, salgınlar (Covid 19 gibi) ve benzer durumlar nedeniyle, radyo formatlarından bazıları yok olmuştur. Yeni formatlar ortaya çıktığı gibi, kapsamı değişen, türev mantığıyla çoğalan, hiç yoktan var olan insanlara ulaşabilmek için aynı isim altında farklı türler olarak karşımıza çıkan formatlara rastlanmaktadır. Yayıncılık konusunda ilk örnekleri insanlara sunan, doğal olarak başı çeken iki ülke vardır. Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere. Tezimizin içinde İngiltere’yi zamana zaman Birleşik Krallık ve Büyük Britanya isimleri altında da sunacağız. Bazen uygun dille ifade etmeye çalıştığımız, formatlara ait kaynak, kitap, bildiri, makale, tez vb. bilgi ve belgeler yok denecek kadar azdır. Varsa bile ulaşılamaması sebebiyle, hem yaklaşık 40 yıllık mesleki deneyimim hem de ulaşabildiğim bazı web siteleri vasıtasıyla, dünyada geçerli olan 60 civarında radyo formatının tanımları aşağıda paylaşılmıştır. Tezimizin yazım süresi içinde, ortadan kalkan, biçim, şekil ve içerik değiştiren, yeni doğan formatlar olduğu takdirde mutlaka paylaşılacaktır. Bu arada CHR (Contemporary Hit Radio-Current Hit Radio-Hit Şarkı Radyosu) hariç, diğer formatlara ait bilgilere https://www.radio-locator.com/cgi-bin/page?p=formats adresinden ulaşılmıştır. Şu bilgiyi hatırlatmakta yarar vardır. Radyoların 2’ye ayrıldığını ve bunların konuşma ve müzik radyosu olduğunu paylaşmak yerinde olacaktır. Konuşma radyolarında program müdürü (direktörü), müzik içerikli radyolarda da program ve/veya müzik yöneticisi (direktörü) radyonun başarısı, kazancı vb. üzerinde oldukça önemli rol oynar. Bu nedenle, böyle görevlere getirilmesi düşünülen kişilerin bilgisi, konular üzerindeki hakimiyet düzeyi, yayıncılık deneyimi, dünyadaki radyoculuk ve yayıncılığa olan ilgisi, yayını izleyerek aldığı notlar, radyonun elde ettiği başarı seviyesiyle doğru orantılı olur. Böyle mevkileri işgal eden yöneticilerin, radyoyu, arşivi, yapımcıları, yayıncıları, güncelleme adına planlandığı, tasarladığı bütün unsurları ve yayın üzerinde etkili olan ne varsa her şeyi, sürekli denetim ve gözetim altında tutması radyonun emniyet kilididir.

Formatlardaki yüzde (%) oranları, yayıncılıkta yüzdeler (%) her zaman merak edilen, “neden böyle?” ve benzer soruların sorulduğu, bir problem olarak sürekli karşılaştığımız bir durumdur. Bu nedenle, formatlı yayıncılıkta yüzdeler konusuna değinmek faydalı olacaktır. Bir radyo konuşma veya müzik radyosu olabilir. Ancak konuşma radyolarında müzik, müzik radyolarında ise konuşma olması şarttır. Özgün adı News/Talk olan Türkiye’de Haber/Konuşma olarak adlandırılan bir radyo formatı vardır. Televizyon kanallarında da tercih edilen bu formata örnek olarak, ülkemizden NTV, CNN Türk, Haber Türk gibi kanalların radyo ile yaptıkları ortak yayınları da verebiliriz. Ama bu televizyonların NTV Radyo, CNN Türk Radyo, Haber Türk Radyo gibi istasyonlarının ayrı yayın akışları olduğu gibi, sırf radyoda yayınlanan programları da vardır. Bu formatın özelliği gereği, haber ve bağlantılı bilgiler doğal yayın akışı içinde verilmektedir. Konuşma (Talk) tarafında ise, talk show, yarı talk show, belgesel, spor, bilim, gezi, yemek, ödül törenleri ve müzik programlarına da rastlamaktayız. Bu formatın gereğidir. Nasıl? Konuşma formatlı bir radyoda, konuşma oranı en az %70 olabilir. Müzik oranı ise en fazla %30’a kadar çıkabilir. Müzik radyolarında ise, müzik en az %70, konuşma ise en fazla %30 olabilir. Bu oranları biraz daha çeşitlendirirsek, müzik radyosunda müzik %80, konuşma %20 veya %90 müzik %10 konuşma olabilir. Şöyle bir format yüzdesi olamaz ve olmamalıdır. %95 müzik, %5 konuşma ya da %95 konuşma, %5 müzik. Cevabı çok basittir. Yayın salt müzik ve salt konuşmayla yapılan bir kavram değildir. Bu oranlar %70 ve %30 oranları içinde değişiklik gösterebilir. %75’e %25, %80’e %20 ya da %85’e %15 gibi oranlarda yayın yapmak da mümkündür. Bu karar tamamen yöneticilere kalmış bir tutumdur. Çünkü haber, sponsorluk anonsları ve tanıtımlarında kullanılan ses ve müzik oranları bile bu yüzdeleri etkilemektedir. Formatlı yayıncılıkta yardımını ve desteğini hissettiğimiz, yayınlanması mecbur olan özel malzemeler, ögeler vardır. Radyoya ait ana jingle, jingle, tanıtım (teaser), zorunlu yayın, kamu spotu, reklam gibi yayın malzemeleri bunlara örnek olarak verilebilir. Jingle bunlardan biridir. Televizyon, radyo ve reklamcılık gibi alanlarının vazgeçilmez malzemesidir. Bir ismi markalaştırmak için hazırlanan ve kullanılmasına özen gösterilmesi gereken bir yayın ögesidir. Çünkü sonunda o markanın meşhur olmasına giden yol vardır. Marka ancak bu tarz uygulamalarla bilinir hale gelebilir. Etkili bir yöntemdir. Zamanında, doğru, agresif bir medya planlaması ister reklam ister yayıncılık olsun, etkisi her zaman olumlu hissedilebilecek bir faaliyettir. Bu deneyimlere de yansıyan bir gerçektir. Jingle kavramını toparlarsak, jingle her daim ses, müzik ve teknik yardımıyla oluşturulan bir medya kartvizitidir. Yayın estetiğini, ahengini hep yüksekte tutmak isteyen, bu hassasiyeti yansıtan yöneticiler radyo için çok kıymetli bir işi yapmış olurlar. Hatta bazı yaklaşımlara göre, iyi gitmeyen, aksayan bir yayının kurtarıcısı her zaman yayın malzemeleri ve süsleri olmaktadır.

Ayrıca merak edilenlerden biri de şudur; “%50 müzik, %50 konuşmanın yer aldığı bir radyo olmaz mı, olamaz mı?” O nedenle bunun yanıtı kesinlikle olmaz veya olamazdır. Eğer böyle bir yayın yapıyorsanız veya yapmayı tasarlıyorsanız, istasyonunuz, formatsız, format almamış, bilinmeyen formatla yayın yapan radyo olarak nitelendirilecektir. Ülkemizdeki radyoların küçük bir bölümü, kabul gören, tanımlı formatlarla yayın yapan kanallardır. Bunların başında TRT Radyolarını sayabiliriz. Yurt dışı kaynaklı ama format kullanma zorunluluğu getirilmiş, zincir bir radyo markası olanları, yayıncılık bilincine, eğitimine, etiğine sahip özel girişimcilere ait radyoları sayabiliriz. Diğer bir soru ise; “Yayını böyle olan radyo(lar) var mı?” Bunun yanıtı ise; “Kesinlikle var. Hem ülkemizde hem de dünyada.” Hatta şunu ifade etmek doğru bir yaklaşım olacaktır. Dünya genelinde formatsız yayın yapan radyo ve televizyonların sayısı, formatlı olanlardan önemli ölçüde daha fazladır. Modern yayıncılıkta “Formatlı Kanal” değerli bulunmakta ve ciddiye alınmaktadır. Format, bir yayın kanalının ne olduğunu anlatan, sınırlarını çizen, düzen getiren, çalışanların lehine, görünen ve görünmeyen faydalar sağlayan bir emniyet anahtarıdır. Güven sağlar ve sunar.

***1. CHR (Hit Şarkı Radyosu) (Contemporary Hit Radio) (Current Hit Radio): (Music/Müzik)***

Müzik radyolarında en fazla tercih edilen formattır. CHR formatlı radyolarda yeni piyasaya çıkan hit sıfatıyla tanınan şarkılar yer alır. Pop, rock, rhythm & blues, soul, rap, gibi türlere ve iş birliği yapılan türler yayın akışında yer alır. Yeniden gündeme gelen, yakın geçmişten ya da geçmişten şarkılara da yer verilmektedir. Ancak formatın bozulmaması adına, oransal sayılara dikkat edilmelidir.

Geri sayım programları yani Top 40’lar, radyolarda çalınma sıklıkları ve plak satışları gibi belirleyici unsurlarla ortaya çıkan listeler baz alınarak yayın akışları işin temelini oluşturdu. Hit radyo gerçeği de böylece vücut bulmaya başladı. Piyasaya çıkan müzik albümleri 33’lük de denilen plaklar olarak, tekliler ise 45’lik olarak betimlenen daha küçük plak şeklinde dinleyiciye sunuldu. Yayın hayatında olan veya yeni başlayan gazetelerin sırf müziğe tahsis edilen sayfalarıyla veya sayfalarında yer ayırmasıyla, müzik içerikli dergilerin de katkı sunmasıyla, radyo yayıncılığına büyük destek sağlanmış oldu. 1950’li yılların ortalarında temeli atılan, ardından 1960’larla birlikte, örneklerin ve üretimin artmasıyla daha zengin içerikli programlara olanak tanınmış oldu. Böylece CHR dünyada popüler bir format olmaya başladı.

CHR radyolarının günlük arşivi genellikle 650-900 veya 650-1000 şarkı aralığındadır. Programlara katkısı ve şarkı zenginliği için geçmiş ve yakın geçmişe ait şarkılar da tercihen elde tutulmalıdır. Bu nedenle genel arşivin sayısı yıllara ait arşivle yayın sürdürülür. Yayının hızı, unda etkili olan ise, içerik bilgisi, arşivdeki şarkı sayısının az olması ve tamamen kuşak programlarla düzenlenecek olmasıdır. Uzaktan kolay bir fotoğraf veren bir yayın akışının olması ve bunun haftanın 5 iş gününde aynı olmasıdır. Bu formatı tercih eden bazı radyoların, hafta sonu günlerinde de aynı yayın akışı üzerinden yayın yaptıkları da bilinmektedir. Bazı CHR formatlı radyolarda ise, hafta sonu yayınında uzmanlık gerektiren, bireysel bilgi ve yetenek gerektiren programlara yer verildiği görülmektedir. Örneğin, 1960’lara ait hit şarkılardan oluşan, her hafta cuma günü gösterime giren ve sinema izleyicisini radyoya çekmesi planlanan, bilgi veren bir film müziği programı, konserlerin dinleyiciyle buluşturulduğu, ödül olarak konser ve etkinliklere bilet armağan eden bir program radyonun formatına asla zarar vermez ve bozmaz. Aksine bu tarz programlar, formata zenginlik katan ve tekdüzeliğin önüne geçen renkler olarak kaydedilir. Genelde pop, dans, r&b, rap ve geri sayım (countdown) gibi türlerin egemen olduğu CHR’ın farklı türlere göre uygulamaları vardır.

*CHR Ana Akım (Mainstream)*

İçeriğinde Ana Akım (Mainstream) müzik türlerinin bulunduğu, yani pop, dans, bazen de rock, alternatif, country şarkılarının yanı sıra, ergenlik çağını yaşayan gençlerin sevdiği müziklerin de çalındığı Ana Akım (Mainstream) CHR formatından bahsedebiliriz.

*CHR Rock*

Bu formattaki yaklaşım tarzı, günümüz şartlarında Top 40 gibi Rock 40’yi meydana getiren şarkılardan oluşmakta ve modern haliyle sunulmaktadır. Genellikle yüksek tempo rock şarkıları, yetişkinlerin tercih ettiği bazı hitler, alternatif müzik ve güncel modern rock örneklerini kabul edilebilir bir uyum ve iyimserlik içinde sunar.

*CHR İki Dilli (Bilingual)*

Amerika Birleşik Devletleri ve üst komşusu Kanada ’daki kültür, sanat, demografik yapı vb. unsurlar çeşitli benzerlikler göstermektedir. Bunlara müzik türleri ve çeşitliliğini de ekleyebiliriz. Bu kapsamda hem ABD’de hem de Kanada’da İngilizce dışında ABD’de İspanyolca, Kanada’da ise Fransızca konuşulmaktadır. İki dilli CHR formatının tanımında, Amerika Birleşik Devletleri’nin genelde batı, orta ve güney eyaletlerinde yoğun nüfusa sahip olan Hispanik nüfusun yani İspanyol kökenlilerin gençlerini memnun edecek şarkılarla buluşturma amacı görülmektedir. Burada öne çıkan türler arasında yeni ana akım pop, r&b şarkılarıyla CHR hitlerini saymak mümkündür. Latin Pop hit teklilerinin de katılımıyla melez bir format oluşmuştur ve geçerlidir. Buna çok benzer bir durum Kanada’da da vardır. Québec eyaletinde İngilizcenin yanında Fransızca ikinci resmi dil olarak tanındığından, iki dilli CHR radyolara burada rastlanmaktadır. Hem İngilizce hem de Fransız pop hitleri aynı listelerde yer bulur. Kısacası kültür yelpazesini genişletmek ve ihtiyaca cevap vermek adına yayıncıların bulduğu çözüm odaklı bir formattır. Hedeflenen kitlenin memnuniyeti ön plandadır.

*CHR Dans (Dance)*

Müzik sektörünün endüstriye dönüşmesiyle birlikte, koşullar, zorunluluklar, bazı yeni kurallar ortaya çıkmıştır. Bu süreçte pop kültürünün ürünü olan, özellikle son dönem hitleri, yüksek tempolu ve yüksek yapılması olası şarkılar ya da tahmin edilmeyen türdeki tekliler de yapımcı, DJ, mixer gibi unvanlara sahip müzik insanları marifetiyle, süreleri uzaltılarak piyasaya sunulmaktadır. Burada esas olan, prodüktör, mixer (ses miksajını, prodüksiyonunu yapan), remixer (şarkıyı yeniden düzenleyen), müzik mühendisi unvanına sahip olan doğru kişilerle yol alınmasıdır. Teknik, estetik, özgün niteliklere sahip ustaların dokunuşlarıyla ele alınan şarkı yeniden düzenlenerek ve/veya süresi uzatılarak, kısacası yeniden elden geçirilerek farklı bir görünüme ve içeriğe kavuşacaktır. Çünkü tekrar yapım masası, kayıt, aranje etme gibi kavramlar söz konusu olacaktır. Yukarıda adı geçen unvanlara sahip kişiler genelde DJ genel adıyla anılmaktadır. Bazılarını paylaşmakta yarar vardır. Amerikalı Frankie Knuckles, David Morales, Paul Oakenfold, David Guetta, Pablo Flores, Galleon ve Kygo’yu bu isimler arasında sayabiliriz. Bu şahsiyetler yetenekleri sayesinde, bazı şarkılara ve türlere olan mesafemizi azaltan, tepkimizi yok eden, yumuşatan dokunuşlarıyla, şarkıları bambaşka bir şekle sokan, meşhur bir tekliyi daha geniş kitlelere sevdiren, yaptığı eklemelerle bir şarkının sanki yeniden doğmasına neden olurlar. Yeni ve eski nesil DJ, düzenlemeci, remixer olarak tarihsel süreç içinde var olmuş, şu anda aramızda olan veya olmayan, faaliyetlerini sürdüren bu tarz müzik insanlarına her daim ihtiyaç duyulmaktadır. Birçok çalışmanın paydaşı olarak tecrübe edinen DJ’lerin üretimlerine ülkemizde de şahit oluyoruz. Bu isimlerden bazıları da şunlardır. Suat Ateşdağlı, Hüseyin Karadayı, DJ Tarkan, Birol Giray, Ozan Doğulu, Mahmut Orhan. Genelde dans listelerindeki teklilerin dakikaları albüm versiyonlarından daha uzundur. Diyelim ki, albümdeki süresi 3’45” olan bir şarkıyı, 8, 9, 12 dakika sürelerine uzatmak DJ’in ustalığıyla çok farklılaşabilir. Ayrıca düşük veya orta tempo bir tekli yüksek veya çok yüksek tempolu bir şarkı haline DJ, prodüktör, mixer, remixer sayesinde dönüştürülebilir. Porto Rikolu ünlü latin pop şarkıcısı Ricky Martin’in altıncı stüdyo ve ikinci İngilizce albümü özelliğini taşıyan Sound Loaded 14 Kasım 2000 tarihinde piyasaya çıkmıştı. Albümün hit şarkılarından biri olan Nobody Wants to Be Lonely düşük tempo bir şarkıydı. Ancak şarkının daha cezbedici hale dönüştürülmesini amaçlayan yapımcılar, Amerikalı şarkıcı Christina Aguilera ile Ricky Martin’i bir ay sonra, 2000 yılı bitmeden tekrar stüdyoya soktular ve yeni bir kayıt aldılar. Şarkının hem hızı hem de düet yaparak biçimi değiştiği için sıfatı da değişmiş oldu. Bu versiyonu daha fazla ilgi gören şarkının yapımcı marifetiyle tekrar kaydedilmesi, düzenlenmesi ve uygun bir model olması ilgi uyandırmıştır.

Örnek olarak, piyasaya çıkan bir albümde 10 şarkı bulunuyor. Yapımcı firma, şarkıcı, prodüktör, menajer gibi karar vericiler, bunlardan dört tanesi için tekli kararı aldılar. Seçilen tekli adayları genelde 3 ile 4 dakika arasındaki uzunluğa sahipler. Bazen piyasaya sunulacak bu şarkıların albüm versiyonları halinde, hiç dokunulmadan tekli olarak çıkması kararı alınır. Bazen ise, normal süresi 3’45” olan bir şarkı video klibe uygunluğu, radyolarda daha çok çalınması ve etkili bir tanıtım dönemi geçirmesi için, süresi 3’20”’ye düşürülerek yani radio edit versiyonu yapılarak piyasaya sunulur. Normal CHR yayınlarında şarkıların radio edit halleri yayınlanır. Özellikle son dönemlerde, dünya düzenine, savaşlara, eşitsizliğe vb kavramlara karşı olduğunu müzik aracılığıyla anlatmaya çalışan müzik insanlarının sayısı da azımsanmayacak haldedir. Şarkının sözleri, kişileri, kurumları, oluşumları, devletleri, siyasi isimleri, kutsal değerleri, yerleri, kavramları ve benzerlerini hedef alabilir. Küfür, galiz sözler, saygısızca davranışlar, görüntüler içeren video kliplerle de desteklenerek piyasaya sunulabilir. Müzik insanları buna çözüm getirmeye çalışmaktadırlar. Şarkıların tekli ve video kliplerinde şöyle ifadelere sıkça rastlanmaktadır. Özgün hali (original version-dirty version) ve temiz(lenmiş), küfürsüz hali (clean version) şeklinde uyarılar yapılmak suretiyle yayıncılarla paylaşılmaktadır. Bu yönüyle de değerlendirilmelidir. Buradan şu sonuca ulaşıyoruz. Teklilerin sadece radyo versiyonu (radio edit) hali, süre ile alakalı olmayabilir.

Doğal olarak bazı tanımlar, gereklilikler, süreleri genelde 3 dakika ve üzerinde olan şarkıların dans, elektronik müzik gibi adlarla anılmasına neden olabilmektedir. Özellikle 1980’lerle beraber hız kazanan bu tarz çalışmalar, günümüzde böyle alt bir formatın doğmasına sebep olmuştur. Sadece dans müziği çalan istasyonların, yetişkin yaştaki insanlara da CHR radyosu sempatisi kazandırmak, dinleyici sadakatini dikkate almak ve arttırmak amacıyla, belli bir yaş üstü insanları da hedef kitlesine aldıkları bilinmektedir. Buna yönelik olarak, bazı eski ritmik şarkılara ve yeniden düzenlenmiş versiyonlarına listelerde yer verilmektedir. İyi, kaliteli müzik sunmanın yanında, bu tip müziklerin pazar payını yükseltmek de amaçlanmıştır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri’ndeki internet radyolarının oldukça rağbet gördüğü de bilinmektedir.

*Diğer Tür Hit Radyoları CHR*

Dünyada yayıncılığın lider ülkelerinden biri olan Amerika Birleşik Devletleri’nde ilerleme kaydeden radyo işi, farklı etnik kültürlere de ev sahipliği yapmaktadır. Hispanik kökenli insanlara yönelik yayın yapan Latin Pop, Latin Rock içeriğe sahip CHR formatlı radyolar, genelde ABD’nin Arizona, Texas, California gibi batı ve güney eyaletlerinde daha çok görülmektedir. Meksika'da da yaygın olan CHR/español (Latin pop) ve CHR/Tejano gibi Tejano ve Tex-Mex etnik müzik içerikli hit radyolar da bulunmaktadır.

***2. 80’s ROCK: (Music/Müzik)***

1980'ler dans müziğinin etkin hale geldiği, new wave (yeni dalga) akımının ortaya çıktığı yıllardı. Özellikle 1960’larda başlayan 1970’lerde varlığını iyiden iyiye hissettiren rock ve pop müzik türleri arasındaki keskin ve aşılması zor görünen sınır çizgileri, 1980’li yıllarla beraber ortadan kalkmaya başlamıştı. 1970'lerde pop ve rock tarzlarını kimse bir araya getiremezdi hatta böyle bir şeye cesaret dahi edemezdi. Hatta yan yana anılmak bile, özellikle rock severler adına hassas bir durumdu. Büyük plak şirketleri, müzik yapımcıları, endüstrinin paydaşları olumsuz gibi görünen bu durumdan fayda sağlamak için her iki türü merkezde bir araya getirmek için çok çaba gösterdiler. Sonunda bu konuda aşama kaydettiler ve melez bir tür olan pop rock ortaya çıktı. Daha önce taviz vermez çizgisiyle tanıdığımız birçok isim bu yeni sistemin ciddi birer parçası oldu. Çok tutulan ve müzik paydaşlarının hepsinde maddi, manevi memnuniyet yaratan bu tablo, getirmiş olduğu kazançlar kadar, pop ve rock müzik türlerinden götürdükleri ile de tarihte yerini aldı. Aslında bazı prodüktörler, müzisyenler, şarkıcılar, gruplar, müzik profesyonelleri, sektörün önde gelenleri (büyük) para kazanmak ve yeni müzik türleri yaratmak için çok çalıştılar. Sonuçta, teknolojik gelişmelere, yeni akımlara, siyasi ortamlara, demografik hareketlere ve birçok başka olaya sahne olan dünyamız, new wave, house, underground, elektronik müzik gibi yeni müzik tarzları ile tanışmış oldu. 1980'ler yaygın olarak, synth-pop müzik ve popülerliği artan geleneksel olmayan enstrümanlara sahip diğer elektronik türler ile DJ, mixer, remixer, prodüktör unvanlı teknik ve estetik kaygı taşıyan müzik insanlarının dijitale olan eğilimi ve bu tip kayıt kullanımındaki artışla hatırlanır. 1980'lerde Top-40 tarzında geri sayım programları temelinde kurulan radyo istasyonlarında, MTV televizyon kanalında gösterilen popüler video kliplere ait hit şarkılar da yayınlanmaya başladı. Her ne kadar pop müzik ile yakın temasa geçerek, pop rock adı verilen melez müzik tarzının oluşmasına zemin hazırlasa da rock müzik yine geniş bir kitlenin beğenisini kazanmaya devam etti. Bu arada yine merkeze yakın olmakla eleştirilen, rock, dirty rock, hair rock gibi alt türler de geniş kitleler tarafından çok sevildi. 1980'lerin sonlarında, glam metal Amerika Birleşik Devletleri'nde ve dünya çapında en büyük, ticari olarak en başarılı müzik markası haline geldi. Sonuç olarak 1980'ler popüler müzik tarihi için büyük değişimlerin yaşandığı ve yeniliklerle hatırlanacak yıllar olarak hafızalara kazındı. Bütün bunlara şahitlik edenler ise, çoğunlukla 30-45 yaş aralığındaki yetişkinler ve o senelerde olgunlaşıp, yaşlı olmaya başladığını hissedenlerden oluşmaktadır. Bu radyolarda şarkıları çalınan ünlülerden bazıları şunlardır: Roxette, Queen, The Police, Daryl Hall & John Oates, Michael Jackson, Men at Work, U2, Journey, Madonna, Wham!, Prince, Culture Club, Duran Duran, Phil Collins, Bryan Adams, Tina Turner, The Cars.

***3. 90’s ROCK: (Music/Müzik)***

1990'lı yıllardaki en büyük gelişmelerden biri bilgisayar teknolojisinin hayatımıza girmesidir. Müzik, sanat ve kültür dahil tüm alanları etkilemiştir. Herkes ve her alan tarafından hissedilmiştir. Örneğin stüdyolarda ve konserlerde çalışan müzisyen ve teknik adam sayısı ciddi oranda azalmıştır. Nasıl sorusunun cevabı şu şekildedir. Bahsi geçen profesyonellerin yerini bilgisayarların almaya başlamasıyla, müzisyenler, şarkıcılar, sektör çalışanları için ve müzik adına çok belirgin ve istenmeyen durumlar ortaya çıkmıştır. ABD ve İngiltere’de yeni nesil şarkıcılar, gruplar, eski tarz prodüksiyon malzemeleri, figürler olmadan müzik tarzları sunmuştur. Her zaman büyük bir takipçi sayısına sahip olan ve geçirdiği güncellemelerle marka değerini koruyan rock müzik, 1990'larda yine ilgi odağıydı. Yeni nesil rock şarkıcıları ve gruplarının gündeme gelmesi, dünyada olduğu gibi ülkemizde de olgunlukla karşılandı. Birçok müzik türünde olduğu gibi, internet, teknoloji ve dijital gibi kavramlar rock müziğin de en yakın dostları arasındaydı. Ancak tutucu yaklaşımlar bu dostluğun karşısındaki en büyük engeli oluşturuyordu. Rock parantezinin içinde olsalar bile, sınırlar aşılmayarak, mesafe korunarak, orta yol aranarak ve bulunarak, tıpkı 1980’li yıllardaki gibi, çözümlenmeyecek hiçbir sorun olamayacağı bir kez daha kanıtlanmış oldu. Daha elektronik, dijital rock ve pop-rock örnekleri vitrine çıktı. Geleneksel yapıdan gelen, taviz vermeyen tavır takınan şarkıcı, topluluk, müzisyen, yapımcı, dinleyici, takipçi ve hayranlar ise yeniyle olan mesafeyi korumayı tercih ettiler. Büyük Britanya kökenli rock, grunge, Britpop, endüstriyel rock, bağımsız rock (Indie rock) ve alternatif rock türleri vücut buldu. Punk rock, ska punk ve nu metal türleri de ilgi çekmiş ve yıllar süren başarılar yakalamıştır. 90’s rock formatlı radyolarda şarkılarına yer verilen isimlerden bazıları şunlardır. Nickelback, Chad Krueger, R.E.M, Nirvana, Radiohead, Coldplay, Limp Bizkit.

Ayrıca bilindiği gibi, klasik tarzdaki latin müziği şekil değiştirerek latin pop, latin rock olmak üzere iki kısma ayrılmıştır. Buradaki amaç ise, latin müziğini klasikleşmiş kalıbından çıkararak daha geniş kitlelere ulaştırmaktır. Böylelikle müzik dünyasına yeni şarkıcılar ve gruplar katılmıştır. Shakira, Marc Anthony, Mana, Thalia, Jennifer Lopez, Chayanne bunlardan bazılarıdır.

***4. ADULT ALBUM ALTERNATIVE (AAA): (Music/Müzik)***

Yetişkin albüm alternatifi (ayrıca üçlü A, AAA veya yetişkinler için seçenek sunan) bir radyo formatıdır. Bu format 1960'ların, 1970'lerin, 1980'lerin başından ve ileri giden, yenilikçi (progresif) müzik türlerinden beslenir. İçerik gereği diğer formatların çoğundan daha geniş ve çeşitli bir şarkı listesine sahiptir. Seçilecek şarkılar, müzik direktörünün inisiyatifindedir. Genelde ana akım pop, rock başta olmak üzere, indie (bağımsız) rock, Americana, pop rock, alternatif rock, alternatif country, caz, folk, blues gibi birçok müzik türüne yer verilen çalma listelerine sahiptir. Heavy Metal, hard rock ve rap müzikten uzak durur.

90’s rock formatlı radyolarda, albümlerden single olarak çıkmayan şarkılar da yayında yer bulur. Bu da gelişmiş, daha büyük bir arşive ve şarkı listesine sahip olmasına yol açar. Eski, yeni, yakın geçmiş, uzak geçmişten örnekleri dinleyiciyle buluşturmak müzik yönetmeninin tercihidir. Dinleyici taleplerinin göz ardı edilmemesine yönelik hassasiyet, klasik, modern ve diğer rock bağlantılı şarkıların listelere alınmasını sağlar. Teknik bir konunun altını çizmek yaralı olacaktır. Normalde önce albüm, ardından ilk single müzik endüstrisi ve hayranlarıyla buluşur. Önceleri çalıp, dinlemek için albümler kaset ve plak olarak piyasaya sunulurdu. Bunların iki yüzü vardır. A yüzü ve B yüzü. A yüzünde genelde dinleyicilerin beğenisine sunulması takvime alınmış aday tekliler bulunurdu. B yüzünde ise, istisnalar hariç albümdeki diğer şarkılar bulunurdu. Bu şarkılara “B yüzü şarkıları” (“B Side Tracks”) denirdi. Unutulmamalıdır ki, formatın özelliği ve gereği olarak böyle şarkılar yayın akışında yer alabilmektedir. Çünkü hem yayınlanmış hem de yayınlanmamış bu şarkılar müzik direktörünün öngörüsüyle sunuluyor. AAA radyolarında yer alan şarkıların içinde bulunduğu albümler, Americana, alternatif rock, country folk, blues ve dünya müziği dahil olmak üzere ana akım türlere yakın duran çok çeşitli müziklerle yetişkin bir kitleyi hedefliyor.

AAA istasyonlarında şarkıları çalan isimlerden bazıları şunlardır. Genesis, The Eagles, Shawn Colvin, Tracy Chapman, Cream, Eric Clapton, Train, Led Zeppelin, Bob Dylan, Dave Mathews Band, U2, Coldplay, Depeche Mode, The Police, Jethro Tull.

***5. ADULT CONTEMPORARY: (Music/Müzik)***

Yetişkin radyo dinleyicilerini hedefleyen bir formattır. 1970’li yıllardan itibaren genelde çok sert çizgilere sahip olmayan rock şarkılarından oluşur. Aynı zamanda modern ancak yetişkinlerin ilgi alanındaki şarkılar tercih edilmektedir. Kısaca AC adıyla da bilinir. Kısaltılan isimler ve sıfatlar her meslek grubunda olduğu gibi, yayıncılar arasındaki iletişimi hızlandırmak amaçlıdır. 35-50 arasındaki yaş aralığına hitap eder. AC’nin türevlerinden de bahsetmek yerinde olacaktır.

Bunlarda ilki Hot AC’dir. İngilizce hot kelimesi sıcak başta olmak üzere birçok anlama gelmektedir. Ancak müzik ve yayıncılıkla bağlantısı ve sıfat özelliği dikkate alınarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Böyle bir bakış açısıyla “yoğun duygulu, hisli”, “güncel, göze çarpan”, “heyecan yaratan” gibi manalar yüklenebilir. Bu özellikleri taşıyan Top-40’den (en iyi 40) seçilen teklilerin ağırlıkta olduğu şarkı listeleri hazırlanır.

İkincisi Modern AC’dir. Standart AC ve yeni nesil rock şarkıları içeriği oluşturur.

Üçüncüsü Soft AC’dir. İngilizce soft kelimesi müzik için “yumuşak”, “hoş”, nazik” gibi anlamlarda kullanılmaktadır. Balad yani duygulu, orta, düşük ve çok düşük tempolu şarkıların egemen olduğu bir AC türevidir. En fazla 35-40 yıllık parçalara yer verilir. AC formatlı radyolarda şarkıları çalınan isimlerden bazıları şunlardır. Matchbox Twenty, Phil Collins, Faith Hill, Maroon 5, Ricky Martin, Glenn Frey, Rod Stewart, Kelly Clarkson, Dido, Backstreet Boys, Christina Aguilera, Phil Collins, Elton John, LeAnn Rimes, Peter Gabriel, Madonna.

***6. AMERICANA: (Music/Müzik)***

Amerika kıtasının keşfinden günümüze kadar neredeyse (600) altı yüz yıllık bir süre geçti. Amerika Birleşik Devletleri’nin kuruluşundan itibaren yaşanan, sosyolojik, demografik, kültürel, siyasi gelişmelerin ışığında oluşan tarihinin bir özeti olan müziğin genel adı, (Americana) Amerikana’dır. Blues, caz, country, folk, rock ögeleri birleştirilerek lezzetli bir kültür tatlısı görünümündedir. Rap, hip hop, country folk, western, rock n’ roll izlerine rastlamak da mümkündür. Kimi müzik eleştirmenleri, 1990’ları işaret ederek, dijital ve diğer teknolojik yeniliklerle ortaya çıkan, modern görünümlü, fakat postmodern olduğu anlaşılan yaklaşımlardan bahsederler. Country müziğinin modern sıfatı almasıyla, geleneksel country müziği için tehdit olarak algılandığını iddia ederler. Aynı kaygılar bir diğer tür olan folk müziği için de geçerlidir. Yozlaşmayı önlemek, folk ve country müziklerinin yok olmasını engellemek için Americana’nın bir seçenek olarak sunulduğu bilinmektedir. Burada esas olan, kendi kökünü unutmamak ve onu korumaktır.

Bu istasyonların yayın listelerinde yer alan bazı isimler şu şekildedir. Carla Olson, Crystal Gayle, The Righteous Brothers, Lucinda Williams, Willie Nelson, Johnny Cash, Elvis Presley, Buddy Holly, Jerry Lee Lewis, Carl Perkins, Roy Orbison.

***7. ASIAN: (Talk/Konuşma)***

ABD ve Kanada’ya ait bir radyo formatıdır. (330) Üç yüz otuz milyon nüfusa sahip Amerika Birleşik Devletleri’nde, Asya ülkelerinden gelen ve vatandaşlık alanlar azımsanmayacak sayıdadır. Çinli, Hintli, Japon, Koreli, Pakistanlı, İranlı ve diğer milletlere ait insanların sayısının yaklaşık 60 milyon olduğu tahmin edilmektedir. Sosyokültürel manada destek alabilmeleri için yayın yapan radyo, televizyon, gazete gibi kitle iletişim araçlarına şiddetle ihtiyaç vardır. Etnik temelli olarak kurulan Asian (Asya) formatlı bu istasyonlar konuşma radyosudur ve Kuzey Amerika Kıtası’nda yaygındır. Asya kökenlilerin yoğun olarak yaşadığı, ABD’nin batı, kuzey batı eyaletlerinin yanı sıra, Hawaii ve Kanada’nın birkaç eyaletinde bulunmaktadır.

***8. BLUES: (Music/Müzik)***

Blues kelime anlamı itibariyle, hüzün, keder, bunalım anlamlarına gelen olumsuzluk anlatan bir sözcüktür. 16. yüzyıldan itibaren düzenli ve sistemli bir şekilde Afrika’dan kaçırılan insanlar, Kuzey ve Güney Amerika kıtalarına getirilmeye başlandı. Kendi vatanında yaşarken bir anda kendisini, bir tuzağın içinde bulan, silahla vurulup yaralanan, öldürülen veya başka bir şekilde yakalanıp, karga tulumba gemilere bindirilen bu kara derili masum insanlar, bambaşka bir ülkeye, coğrafyaya doğru yolculuğa çıkıyordu. Getirilen aileler ya da kişiler, insanlık dışı davranışlara maruz kalarak, utanç duyulması gereken konuşmalar, ifadeler ve fiziksel davranışlar eşliğinde zengin beyaz insanlara bir eşya, mal, hayvan gibi satılıyordu. Eğer aile olarak kaçırılıp, aile olarak satılırsa onlar kendilerini şanslı olarak görüyordu. Satıldıkları yerlerde, çiftliklerde, tarlalarda olağanüstü kötü şartlarda çalışmak zorunda kalmışlardı. Para kazanmak söz konusu bile değildi. En iyi şartlar altında karın tokluğuna çalışan bu çaresiz insanlar, acımasız bir düzenin içinde bulmuşlardı kendilerini. Gücünden, kuvvetinden, tecrübelerinden yararlanılan mağdur insanlara, kendisine “sahip” diye hitap ettikleri para, mal ve arazi sahibi iş insanlarına sadakatle bağlanması için işkenceler yapılır ve dayak atılırdı. Bir insanlık suçu olan kölelik artık resmi olarak yaşanıyordu. İnsan doğası gereği taciz, tecavüz, dayak, işkence vb. gibi yaşadığı olumsuz olaylara tepki vermek ister. Bu reaksiyonlar, mukabele etme, sözle cevap verme, bağırma, fiziki temas, ağlama, içine atma gibi kendini gösterebilir. Ancak, paylaşılan öyküde böyle bir tepki verilmediği, verilemediği için kölelik yaşayan bu insanların nida çıkararak, tepkisini sözlere dökerek bazen de sessiz kalarak verdiği anlaşılmaktadır. Blues manası gereği zaten negatif bir atmosferi işaret ettiği için, zulüm gören insanlar hislerini geldikleri kültüre ait bildikleri, ilahileri, şarkıları mırıldanarak, söyleyerek, haykırarak ve doğaçlama sesler çıkararak ifade etmek zorunda kalmışlardı. Sonrasında müzik aletleri ile desteklenen ve notalarla buluşan Blues, 20. yüzyılın ilk çeyreğinde artık bir müzik türüydü ve ciddi karşılık buluyordu. Böylelikle standart blues tarzı kendisini hissettirdi ve bir model, ölçü olarak kabul gördü. Irkçılık ve kölelikle mücadelenin bayrağını taşıyan Blues müziği oldu. Naif, zarif, bazen özenli, bazen özensiz, bir eleştiri enstrümanı olarak lider pozisyonunda en önde yer almayı bildi. Protest bakış açısına sahip, eleştirel ifadelerle dolu sözlere uygun bestelerle vücut bulan Blues müziği, günümüzde klasik, geleneksel, modern, sıfatlarıyla ve birçok müzik türüyle iş birliği yaparak varlığını sürdürüyor. Sınırları ABD’nin dışına taşan ve farklı coğrafyalarda icra edilen Blues müziğinde, İngiliz, Afrika, Asya, Avrupa ve dünyanın diğer bölgelerinden müzisyenler, şarkıcılar, gruplar da bulunmaktadır. Bu radyolarda şarkıları çalınan ünlülerden bazıları şunlardır: Buddy Guy, John Lee Hooker, B.B. King, Eric Clapton, Duke Ellington, Zucchero, Ray Charles, James Brown, Jonny Lang.

***9. BUSINESS NEWS: (Talk/Konuşma)***

Bunlar, iş, finans, para piyasaları, borsa haberlerine güçlü bir vurgu yapan geleneksel haber/konuşma radyo istasyonlarıdır. Cemiyet, iş dünyası haberleri, kültür, sanat bültenleri, spor, konuşma, belgesel programlarının da süre alabilir. Türkiye’den BloombergHT Radyo’yu örnek verebiliriz. İstanbul ilinde yerel olarak yayın yapmaktadır. Frekansı 92.8’dir. Müzik ve konuşma yüzdeleri de unutulmamalıdır. Konuşma (talk) kısmı en az %70, en çok %90, müzik oranı en çok %30, en az %10 olmalıdır. Bu yüzdelere göre oranlar %70 T %30 M olarak kalmalıdır. Örneğin %77,5 T %22,5 M veya %82 T %18 M olabilir. Tüm oranlar ve kararlar program yöneticisine aittir. Türkiye’den BloombergHT Radyo’yu örnek verebiliriz. İstanbul ilinde yerel olarak yayın yapmaktadır. Frekansı 92.8’dir.

***10. CARIBBEAN: (Music/Müzik)***

Karayip Denizi ve Kuzey Amerika'nın güneyi, Güney Amerika'nın kuzeyi ve Amerika ülkelerinin ortalarının doğusu arasında yer alan ülkelerdir. Bu bölgede birçok kültür, İspanyol dilinin türlü aksanlarına, çeşitlerine rastlamak mümkündür. Ayrıca Fransızca çeşitliliği de bulunmaktadır. Bu nedenle birçok müzik türü ortaya çıkmış ve ünlü olmuştur. Genellikle bu radyo formatı etnik, tropikal ve benzeri müzik türlerinden oluşur ve Reggae müziğinin kökü Jamaika’ya dayanır. Karayip Bölgesi’nde simgesel anlamı vardır. Ska , rocksteady , dub , dancehall reggae müziğinin alt türleridir ve Caribbean formatlı radyolarda reggae türevi türlere de yer verilmektedir. Küba ise kendine has müzikleri ile diğer kültür hazinesine sahiptir. Latin pop, latin rock müziğinin çıkış noktalarından biri de Porto Rico’dur. Modern reggae olarak nitelendirilen reggaeton da Karayip bölgesine has meşhur olan müzik türlerindendir. Müzik direktörünün kararları çerçevesinde hem geleneksel hem de günümüz şarkılarıyla hazırlanan listeler, Karayip formatlı radyolarda çalınmaktadır. Bu format ABD'de, bazı Karayip ülke ve bölgelerinde kullanılmaktadır. Yer alan şarkıcı ve gruplardan bazıları şunlardır. Buena Vista Social Club, Sean Kingston, Chayanne, Bob Marley, Skip Marley, Ricky Martin, Shabba Ranks, Daddy Yankee, Don Omar, Wyclef Jean, Bunny Wailer.

***11. CHILDREN’S: (Talk/Konuşma)***

8-12 veya 9-12 yaşları arasındaki çocuklara yönelik radyo formatıdır. Program direktörünün öngörüleri, akademik bakış açısı, konunun uzmanları ile danışman desteğinin sağlanmasıyla hedeflenen bir yayın amaçlanmıştır. Eğitim, kültür, spor, müzik, tiyatro, oyun, masal içerikli programlarla çocuklara hoşça vakit geçirtmek için tasarlanmış bir radyo formatıdır. Programların içeriği ne olursa olsun, eğiticilik özelliği taşıması ve çocukların çabuk algılayabileceği basit bir anlatımla hazırlanması en önemli özelliğidir. Özellikle ABD, Kanada, İngiltere’de yayın hayatını sürdüren çocuk kanallarının radyo versiyonları olarak oldukça ilgi görmektedir. Disney, Nickeledeon gibi yaygın kanalların yanında, ülke bazında yayın yapan medya tv kanallarının benzer veya aynı içeriğe sahip radyo kanalları da bulunmaktadır.

***12. CHRISTIAN CONTEMPORARY: (Music/Müzik)***

Hıristiyanlığa ait dini şarkı, ilahi ve inanç kültürüyle alakalı konuşma, söylev, vaaz gibi etki yaratacak metinlerin içeriğini oluşturduğu bir radyo formatıdır. Prodüktör, sunucu, spiker, editör gibi çalışanların Hıristiyan Dini ile alakalı bilgiye, donanıma, terminolojik kavramlara sahip olması bir zorunluluktur. Hristiyanlık dinindeki katolik, protestan, Ortodoks vb. mezheplerin öğretileri program konuları arasında yer almaktadır. Çağdaş Hıristiyan Müziği (Christian Contemporary Music) yayınlamaktadır. Bu tür müziklerin yanında yetişkinlerle ilgili radyolardaki şarkıların da yayınlandığını ve dini motiflere sahip olması gerektiğini ifade etmek iyi olur. Bu istasyonlar genellikle Christian Rock ve Christian Dance gibi alt türlere de listelerinde yer verir. Şarkıların sözleri mercek altına alındığında, modern ancak ileti göndermek amacıyla bu inanca odaklı içeriklere sahip şarkılar olduğu görülecektir. Hıristiyanlık dininin peygamberi Hz. İsa’nın sözlerinden ve kutsal kitabı İncil’den alıntılarla verilmek ve paylaşılmak gereken fikirler de yayın yoluyla hedefe ulaşmaktadır. Yer verilen şarkıcı ve gruplardan bazıları şunlardır. Amy Grant, Lee Ann Wormack, Peter Gabriel, Dido, Faith Hill, 'N Sync, Phil Collins, Elton John, Peter Gabriel, Madonna, Lee Ann Wormack, Don Henley, Steve Taylor, Christina Aguilera.

***13. CLASSIC ROCK: (Music/Müzik)***

Medyanın ilk kitle iletişim araçlarından olan radyonun en uzun soluklu formatlarından biri Klasik Rock’tır. Hala geçerliliğini koruyan bu popüler formata göre, 1955 yılında başlayan rock n’ roll akımının örnekleriyle, rock albümlerinden piyasaya çıkan teklilerle harmanlanan bir çalma listesi dinleyicilere sunulur. Rock müziğinin ilintili olduğu, blues, heavy metal, pop, country, folk gibi diğer türlerle olan iş birliği şarkılarını da bu radyolarda duyarsınız. Müzik direktörünün seçimleri, tercihleri nedeniyle 1990’ları da kapsayan çalma listesine sahip radyolar yetişkin dinleyicileri hedeflemiştir. Bazıları ise yetişkinlerle birlikte gençleri de hesaba katarak yayın akışı hazırlamaktadır. Burada da 1960-2000 veya 1960-2010 arası Bu nedenle otuz (30) ile elli (50) veya otuz beş (35) ile elli beş (55) yaş arası hedef alınmıştır denilebilir. Dijital müzik platformları, akıllı telefonlar, bilgisayarlar, tabletler ve internet bağlantılı diğer enstrümanlar sayesinde fırsatçı yaklaşımlar şu şekilde yayınlara yansımıştır. Gençleri yakalamak adına günümüz şarkılarından bazıları, ticari bakış açısıyla aday klasik rock örnekleri olarak sunulmuştur. Karşılık da gördüğü belirtilmektedir. Bunlara ek olarak, soğuk savaş yıllarında romantik, iddiasız, politik olmayan büyük kitleleri etkilemek adına albümler piyasaya sunulmuştur. Bir başka görüş ise, dinleyicilerin beğenisine sunulan albümler, sadece iş, ev arasında mekik dokuyan, mazbut bir hayatı seçmiş büyük insan yığınları için çok uygun oldu ve ticari olarak başarı sağlandı.

Bu formatlı radyolarda yer alan şarkıcı ve gruplardan bazıları şunlardır. Jimi Hendrix, Yes, The Rolling Stones, Cream, The Beatles, Electric Light Orchestra, Pink Floyd, Roy Orbison, The Moody Blues, The Egles, Sting.

**TÜRKİYE’DE RADYO VE TELEVİZYON TARİHİ**

***Radyonun İcadı***

Radyoyu, İtalyan girişimci, mucit ve elektrik mühendisi olan Guglielmo Giovanni Maria Marconi icat etmiştir. 25 Nisan 1874 tarihinde İtalya’nın Bologna şehrinde dünyaya gelmiştir. Ailesi tarafından okula gönderilmemiştir. Bunun yerine sistemli bir şekilde özel öğretmenler eşliğinde eğitim alması sağlanmıştır. Bu konuda açıklayıcı bir kaynağa ulaşılamadığından, nedeni hakkında sadece tahminler vardır. Bunlardan biri, ailesi ve çevresi tarafından çok zeki olduğu fark edilmiş ve normal eğitim alması yerine, böyle bir yöntemle eğitim almasının sağlanmış olmasıydı. Kendisinin akıl hocası olan Vincenzo Rosa , henüz 17 yaşında olan Marconi’nin elektrik üzerine yapacağı çalışmalarla, teorilerle bir fenomen olacağını hissetti. (Fondazione Guglielmo Marconi, 2022)

18 yaşına gelen Marconi, Bologna Üniversitesi’nden fizikçi Augusto Righi ve Heinrich Hertz ’in çalışmaları üzerine yaptığı araştırmalardan haberdar oldu. Richi ile iletişime geçen genç Marconi ondan, üniversitedeki derlere girme, laboratuvar ve kütüphaneden de yararlanma izni alarak çok önemli bir eşiği atlamış oldu. Önce, uzun mesafe radyo yayınları üzerine yaptığı öncü çalışmalarla, yaptığı deneysel yayıncılık işleri ve adına Marconi Kanunları denilen çeşitli yasalarla ve radyo dalgaları vasıtasıyla geliştirdiği, kablosuz telgraf işleriyle tanınmıştır. Bu çalışmaları sonucunda 1909 yılında Nobel Fizik Ödülü’ne layık görülmüştür. Radyonun icadıyla ilgili olarak, 1894 yılının Aralık ayında Marconi artık oldukça mesafe almıştı ve radyo dalgalarını aktarma denemeleri hız kazanmıştı. Bir gece geç bir saatte, yayın dalgalarını aynı ev içinde, ucunda annesinin alıcı olarak bulunduğu yere göndermeyi başardı. Dalgayı telgraftaki düğmelere benzer bir tuşla alıcıya ulaştırdığında zil çalıyordu. Babasının da desteğiyle çalışmalarını derinleştiren Marconi, hem kaynak taraması yapıyor hem de bilim insanlarının tecrübelerini analiz ediyordu. Aralarında uzun mesafe yayınlarını gerçekleştirebilecek taşınabilir yayın cihazı, alıcı sistemlerinin de olduğu birçok elektronik cihazı laboratuvar ortamında deneylerle yaptı. Ayrıca, bunları iletişim için faydalı hale getirerek geliştirilmesini sağladı. 1895 yılının yaz aylarına gelindiğinde, artık dışarıda da çalışmalar yapabilmek için, babasının memleketi Bologna’ya gitme kararı aldı. Burada yine gerekli olduğuna inandığı birçok düzenleme ve 1,5 mil öteye dalgaları ulaştırabilecek yeni tip anten çalışmalarına ağırlık verdi. Bunun nedeni ise, İngiliz fizikçi Oliver Lodge ’un 1894 yılının yaz aylarındaki öngörüsüydü. Yani, 1,5 milin üzerinde bir alana sinyallerin gönderilmesinin başarılmasıydı. 1895 yılının yaz aylarında bir gelişme yaşandı ve Marconi 2 milin üzerinde bir alana ve o alandaki tepeleri de aşarak radyo dalgalarını göndermeyi başarmış oldu. Bunu yaparken daha yüksek bir anten, toprağa sabitlenmiş sinyal gönderici ve alıcı ile çeşitli yerlerden ödünç olarak aldığı kablolu telgraf cihazlarını kullandı. Marconi böylece yaptığı denemelerle ilk mühendislik başarısını, radyo yayıncılığı adına ticari olarak da başarmış oldu. Bu nedenle kaynaklar, radyonun mucidi olarak Marconi’yi işaret etmektedir. Yaptığı çalışmalardan ötürü, 1929 yılında İtalyan Kralı III. Vittorio Emanuele tarafından, bir soyluluk unvanı olan Marki (Marchese) ile şereflendirilmiştir. Ayrıca, 1931 yılında Papa XI. Pius için Vatikan Radyosu’nu kurmuştur. Aldığı sayısız ödülleri, buluş belgeleri, adına düzenlenen yarışmaları, verilen ödülleri, yapılan heykelleri, anıtları, köprüleri, parkları, bilim merkezleri, plajları, isminin verildiği ay yüzeyinde bulunan bir krater, okullar, postahaneler, havaalanı, spor klübü, üniversitede bölüm, sokaklar, adına tanımlı sayısız burslar, tescil edilmiş markalar ve birçok yararlı işin nedeni olan bu marka isim Guglielmo Marconi, birçok bilim insanına da ilham kaynağı olmayı sürdürmektedir. (ABC-CLIO, 2013)

Ancak hem tarih kitaplarında hem de güvenilir bazı kaynaklara göre bu konuda farklı iddialar da vardır. Bunlar nedir? Kısaca bir göz atalım.

Yeni çağın ilk yıllarında radyo, süslü sahifeler arasında değil ama her yerde insanın karşısına çıkmıştır. Radyo, elektrik ve elektromanyetik alanında bilimsel ve teknik gelişmelerin ürünüdür. Radyo ilk yılların deyimiyle, telsiz telefon, elektronik haberleşmenin daha ileri bir aşamasıdır. İletişim alanında insanlığa büyük olanaklar sağlayan bu teknolojik üründe, Maxwell, Hertz, Fleming, Stubblefield, De Forest ve en sonunda da Marconi gibi bilim adamlarının imzaları bulunmaktadır. Yirmi dokuz yaşındaki James Clerk Maxwell, 1860 yılında ilk kez radyo (elektromanyetik) dalgalarının varlığını kanıtlamış ve bu dalgaların boşlukta ışık hızıyla (saniyede 300.000 km) hareket etmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Alman mühendis Hertz ise 1887’de, William Thomson’ın 1853’de bulduğu ve bir kondansatörün elektrik boşaltırken meydana getirdiği titreşimlerin, havada dalgalar halinde toplandığını kanıtlamıştır. Bu teknikleri ses aktarımına uyarlayan kişi, İtalyan Guglielma Marconi’den başkası olmamıştır. 1892 yılında Nikola Tesla’nın da elektromanyetik enerjiyi kablosuz iletmeyi başardığı ve 1893 yılında St. Louis’de halka açık ilk radyo gösterisini yaptığı da belirtilmektedir. Guglielmo Marconi’nin 1896 yılında patent başvurusu yaptığı ve bir yıl sonra Kablosuz Telgraf ve Sinyal Şirketini kurduğu ifade edilmektedir. Telefonun mucidi Graham Bell ’in de radyo yayın denemeleri yaptığı görülmektedir. Bell, arkadaşları Hubbard ve Watson ’ın yardımıyla, Boston’da söylenen şarkıyı Salem’deki konferans salonunda, iki yer arasına döşenen hat sayesinde misafirlere dinleterek telli radyo yayınını gerçekleştirmiştir. Watson, hatıralarında, Bell’i kastederek, ‘aşık delikanlının’ telefonun gümüşten zarif bir modelini nişanlısına hediye ettiğini ve gösteriden elde edilen parayı buna harcadığını yazmıştır. (Okur, 2019:23-24)

***Dünyada Radyo Yayıncılığı***

Yayın (Broadcasting), ses ve görüntünün elektromanyetik dalgalar aracılığıyla belirli bir yerden (vericiden) özel alıcılar ile hedef kitleye aktarılmasıdır. Benzer teknikle yapılan her iletişim, bir radyo yayını değildir. Telefon, telsiz görüşmesinde verilen mesaj kitleye değil, belirli amaçlarla belli kişiye aktarılmaktadır. O nedenle böyle bir iletişim şekli, bir kitle iletişim biçimi değildir. Burada bir hizmet aktarımı söz konusudur, alıcı ve verici bellidir, bu iletişimde program niteliği taşıyan unsur yoktur. Ayrıca ihtiyaç olunduğu zaman iletişime geçilir, süreklilik söz konusu değildir. Fakat kitle iletişiminde bir devamlılık ve düzen vardır.

Amerika Birleşik Devletleri, radyo yayıncılığında öncü bir görev üstlenmiştir. Eğitim yayınları konusunda çalışmalara 1917’de başlanmış, 1919’da WHA istasyonunda yayın gerçekleştirilmiş ve Wisconsin Üniversitesi’nde 1921 yılında WHR istasyonundan yapılan deneme yayınları, sürekli hale getirilmiştir. İstanbul Radyosu Anılar Yaşantılar kitabında Özden Çankaya’nın belirttiğine göre, Amerika’da ilk ticari radyo yayınının 1922 yılında WEAF’ta başladığı belirtilmektedir. (Çankaya, 2022)

Roger Manvell ve Jorge A. Camacho, Encyclopedia Britannica’nin “Broadcasting” maddesi için yazdıkları makalede, dünyada ilk ticari radyo yayınlarının 1920 yılında Pittsburgh’da KDKA radyo istasyonu tarafından gerçekleştirildiğini ifade etmektedirler: “İlk ticari radyo istasyonu 2 Kasım 1920’de akşam saatlerinde yayına giren Pittsburgh’daki KDKA, Harding-Cox başkanlık seçimlerinin iadelerini yayınladı.” (Encyclopædia Britannica, 2022)

Aynı ansiklopedinin “In Pennsylvania: Medya ve Yayıncılık” maddesinde de “Dünyanın ilk ticari radyo istasyonu KDKA, 1920’de Pittsburgh’da yayın yapmaya başladı” ifadesi yer almaktadır. Ankara Radyosu’nda yayınlanan “Türkiye Radyolarının 70’inci Yılı” adlı programda, radyo yayını için dünyada ilk lisans alan istasyonun KDKA olduğu belirtilmiştir. Aysel Aziz de aynı görüştedir. (Yılmaz, 2017)

Radyo, kulübe olarak bilinen KDKA, 1920 Ekim’inde Pittsburgh Pennsylvania’da bulunan Westinghouse binasının tepesine inşa edilmiştir. Bu radyonun uzun bir açılımı yoktur, başından beri KDKA olarak yayına başlamıştır ve hala da aynı isimle yayınlarını sürdürmektedir. Amerika merkezli bu radyo istasyonuna, mail yoluyla başvurulmuş ve KDKA harflerinin açılımı sorulmuştur. Herhangi bir cevap verilmemiştir. Daha sonra yapılan araştırmada, KDKA harflerinin herhangi bir kavramın kısaltması olmadığı anlaşılmıştır. KDKA radyo istasyonunun bağlı olduğu CBS oluşumunun internet sayfasında, bu konuda varolan bir açıklama dikkati çekmektedir. Açıklamada, “Many people ask if “KDKA” stands for anything — and the simple answer is no” ifadesiyle KDKA açılımıyla ilgili sorulara muhatap olunduğu belirtilmekte ve “bunun en basit cevabı: hayır” vurgusuyla, bu harflerin herhangi bir kavramın kısaltması olmadığı anlatılmaktadır. (Okur, 2019:27-28)

***Türkiye’de İlk Radyo Yayını***

Kaynakçalara göre edindiğimiz bilgiler Türkiye'de ilk radyo deneme yayınları 1921-1923 yılları arasında yapılmış olduğunu gösteriyor. Türkiye sınırları içerisinde ilk radyo yayınının 1921 yılında Fransız işgal kuvvetlerine ait donanma gemilerinden yapılan bir bando müziği yayınının halka otellerin salonlarından dinlettirilmesinin olduğu bilinmektedir. Bir Türk tarafından yapılan ilk radyo yayını ise Teknik Öğretim Eski Genel Müdürleri’nden Rüştü Uzel’in Yüksek Muallim Mektebi’nden kendi ürettiği bir vericiyle 1922 yılında nakledilen konserdir. Bu konser radyo alıcısıyla Darülfünun'dan dinlenebilmiştir. Radyo yayınları da ülkede yapılan diğer yenilikler gibi Atatürk'ün eseri olmuştur. Dünyada düzenli radyo yayınları başladıktan hemen sonra ülkemizde radyo yayınlarının başladığını görüyoruz. Türkiye'nin ilk radyocularından olan Hayrettin Hayreden (Akademi, 2020) anıların da Atatürk'ün radyo kurulması için direktif verişini şu sözcüklerle anlatıyor:

"Radyo'nun kurulup kurulmaması yolunda tartışmalar yapılıyordu. Atatürk'e bu girişimden bahsetmişler. "Aleti getirsinler dinleyelim" demiş. Bir gün kendi yaptığım alıcıyı alıp Orman Çiftliği’ne götürdüm. İstasyon ararken karşımıza tesadüfen Rus Radyosu çıktı. Atatürk Sofya'da ateşeyken biraz Rusça öğrenmişti. Sonra herkesi susturdu. "Efendiler bakın propaganda yapıyorlar" dedi. Ardından da derhal radyonun kurulmasını emretti.” (Varol, 2009:4-5)

Ülkemizdeki ilk resmi radyo yayınına ait tarih ve yer bilgisine göre, bu yayın 6 Mayıs 1927’de İstanbul Sirkeci’de bulunan Postahane Binası’nın bodrum katından yapılan ilk anonsla gerçekleşmiştir. İstanbul Radyosu olarak yapılan bu yayın evlerde radyo alıcısı olmaması nedeniyle, postahanenin kapısına yerleştirilmiş hoparlörler sayesinde, halkın dikkatini çekmek için sokağa yapılırdı. Her akşam gerçekleşen bu yayınlar sayesinde buna şahit olanlar, dinleyiciler, olanı biteni çevrelerine anlatarak radyo kavramının fısıltı gazetesiyle yayılmasına katkıda bulunurlardı. İstanbul Radyosu’ndan gerçekleşen ilk naklen yayın ise, Kadir Gecesi sebebiyle yapılan önce ezan okunması ve ardından Mevlid yayınıydı. Atatürk’ün isteği üzerine Ayasofya Camisi’nden yapılan bu yayın tarihi 3 Şubat 1932 idi. İlk yayınlar akşam saatleri 5 saat ile sınırlıydı.

Ancak Türkiye için gerçek kabul edilen bu tarihi olaya kuşkuyla yaklaşmamıza neden olan, birçok farklı iddia ve bilgi de zaman zaman ortaya çıkmaktadır. Bunlar netlik kazanmadıkça teyide muhtaç bilgiler olarak kabul edilmektedir. Oysa, 6 Mayıs 1927 tarihinde gazeteci ve radyo spikeri Eşref Şefik (Atabey) tarafından önce Türkçe sonra da Fransızca yapılan anons, resmi olarak Türkiye’deki ilk radyo yayını olarak kabul edilmektedir. İlk radyo anonsunun içeriği şu şekildeydi; “Alo alo, muhterem samiin. Burası İstanbul Telsiz Telefonu, 1200 metre tul-u mevç, 250 kilosaykıl. Bugünkü neşriyatımıza başlıyoruz.”

Bir başka görüşe göre ise, Osmanlıda teknolojik buluşlar konusunda yaşanan gecikme, Cumhuriyet Türkiyesi’nde yaşanmamış ve düzenli ilk radyo yayınları, 1927 yılında İstanbul ve Ankara’da başlamıştır. 30 Ekim 1938 tarihli Ankara Radyodiffüzyon İstasyon ve Stüdyosu Tesisatı Açılma Töreni Hatırası adlı kitapçıkta, İstanbul Telsizi’nin ilk yayına başlama tarihi 1926, Ankara Telsizi’nin 1927 yılında yayına başladığı bilgisi bulunmaktadır. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu dahil olmak üzere, tüm kaynaklarda İstanbul ve Ankara telsizinin yayına başlama tarihleri olarak 1927 yılı belirtilmektedir. Bu tarihten önce radyo yayınlarına ilişkin bazı denemelerin yapıldığı bilinmektedir. Bu denemelerin iptidai kaldığı ve Hayrettin Hayreden ile Atatürk Orman Çiftliği’nde görüşen Atatürk’ün talimatıyla, düzenli radyo yayınları için ilk adımların atıldığı görülmektedir. Hayrettin Hayreden, Türkiye’nin Radyoculuk tarihinde önemli bir isimdir. O dönem teknik aletlerle uğraştığı, kendine bir radyo alıcısı yaptığı ve Atatürk ile görüşmesine bu alıcı ile gittiği, anılarından ortaya çıkmaktadır. Hayrettin Hayreden, Türkiye’de ilk radyo yayıncılığını resmi olarak başlatan, Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi (TTTAŞ) bünyesindeki radyo yayınlarında teknik sorumluluğu üstlenmiştir. Türkiye’de ilk radyo yayınlarının, haberleşme alanında kullanılan vericilere eklenen küçük güçte bir sistem aracılığıyla gerçekleştirildiği bilinmektedir. 1927 yılından 1936 yılına kadar 10 yıllık süreyi kapsayan bu dönem, Türkiye’nin radyo tarihinde “Şirket Dönemi” radyo yayıncılığı olarak anılmaktadır ve Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi TTTAŞ’a verilen 10 yıllık izin belgesi kapsamında gerçekleşmiştir. Bu dönemin ilk uygulamalarında radyo yayınları, haberleşmeden arta kalan vakitlerde özellikle akşam saatlerinde yapılmıştır. Şirket döneminde radyo yayınlarında ağırlığı müzik programlarının teşkil ettiği görülmektedir. Radyonun bu dönemde canlı yayın denemelerine giriştiği de anlaşılmaktadır. Bunlardan ilki Atatürk’ün 1 Temmuz 1927 yılında yaptığı İstanbul ziyaretidir. İstanbul Telsizi’nin 6 Mayıs 1927’de yayına başlamasından iki ay geçmeden yapılan bu yayında, dinleyiciler Atatürk’ün İstanbul’a gelişini, Büyük Postanenin teras katındaki spikerin sesinden dinleyebilmişlerdir. Bu dönemde, milli gün ve bayramlar ile Atatürk’ün 1 Kasım tarihli Meclis açış konuşmaları da radyo tarafından mümkün olduğu kadar canlı olarak aktarılmaya çalışılmıştır. Cumhuriyetin 10’uncu yıl kutlamasına denk gelen, 1933 yılındaki 29 Ekim kutlamalarına radyonun, özel bir hazırlıkla katıldığı, törenlerin ve Atatürk’ün okuyacağı nutkun yayını için, Almanya’dan getirtilen özel vericinin bir kamyon üzerinde tören alanına yerleştirildiği görülmektedir. Bu konuşmanın sesli sinema makinesine alındığı da bilinmektedir. 1935 yılındaki kutlamalar için de radyo yayınlarının geniş halk kitlelerine ulaşması için, Ankara’da şehrin birçok noktasına hoparlörlerin yerleştirildiği bilinmektedir. (Okur, 2019:6-7-8)

1951 yılında İzmir Radyosu hizmet vermeye başlamıştır. 1964 yılına geldiğimizde ise ayrı dalgalardan ve farklı frekanslardan yayın yapan radyolar ulusal kanal haline getirildi ve 1 Mayıs 1964 tarihinde Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) kuruldu.

Türkiye’de radyo çalışmalarının neredeyse dünya ile aynı yıllarda etkin hale gelmesi nedeniyle, Türk Radyo tarihine bakıldığında yayıncılık, yapımcılar, spikerler, sunucular ve tüm radyo emekçilerinin konusunda deneyim sahibi, bilgi seviyesi yüksek ve son derece donanımlı oldukları görülmektedir.

Doğal olarak Türk yayıncılarla ilgili olarak şu hususu da belirtmekte fayda vardır. Ülkemiz yayıncılığının en büyük kuruluşu TRT her zaman lider konumunda ve başrolde yer almıştır. Yayıncılığın Türkiye’deki yol haritasına baktığımızda, ilk yıllarından itibaren izlediği yayın politikaları ve daha sonrasında TRT’nin kuruluşu ve yayın alanını genişletmesi, personel istihdamı, bunların eğitimi, süreklilik arz etmesi adına meslek ustalarının ve adaylarının düzenli bir şekilde kurum kadrosuna davet ve dahil edilmesi, bu tarihi yolculuğun en belirgin işaretleridir. Yayın tekelinin devlet kuruluşunda olması ve ancak 1980’lerin sonuna doğru kanun dışı olarak başlayan özel televizyon yayıncılığına, aynı yasal olmayan yöntemlerle, 1990’ların başında radyo da eklenmiştir.

Ülkemizde, radyo ve televizyon yayıncılığı; ekonomik ve teknolojik yetersizlikler, yasal düzenlemelerin getirdiği zorluklar gibi nedenlerden dolayı uzun yıllar devlet tekelinde kalmıştır. Dünyada ticari yayıncılığın hızla yaygınlaşması, 1990’lı yıllardan itibaren ülkemiz için de geçerli olmuş ve Türkiye’de tek kamu yayın kurumu olan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), bu yıllardan itibaren tekel konumunu kaybetmiştir. Bu durumda, kamu yayın kurumlarının ticari yayın kuruluşları karşısında ilkelerinden ödün vermeden yeniden yapılanma süreci içine girerek gerekli olan yapısal değişiklikleri yerine getirmeleri bir zorunluluk olmuştur. (Eren, 2008:3)

Dünyadaki yayın kuruluşları ve çalışanları ile karşılaştırıldığında, ülkemizdeki tabloyu 2 ayrı dönemde değerlendirmek gerekmektedir. Bunlarda birincisi 1927’den özel televizyon ve radyoların yasa dışı olarak uydu teknolojisini kullanarak yayına başladığı döneme kadar olan uzun zaman dilimidir. İkincisi ise, bu dönemle başlayan, kaynak ve bilgi birikimi olarak TRT ve çalışanlarının dikkate ve ele alındığı dönemdir. Çünkü, TRT’de halen çalışmakta olan, prodüktörlük, spikerlik, muhabirlik, kameramanlık gibi meslek memurluğu kadrolarındaki isimlerle ve kurumda parlamış yöneticiler özel sektörden gelen tekliflerle karşılaşmışlardır. Magicbox televizyon kanalının 1988 yılında başlayan kurulum sürecinde yapılan teklifler ve transferlere bakıldığında, bazı istisnalar hariç böyle bir resim ortaya çıkmıştır. Radyolardaki durum biraz daha farklı ama neredeyse televizyondaki gibi hayata geçirilmiştir. Buradaki tek fark, TRT kökenli olmayanların sayısının televizyonda değerlendirilenlere oranla daha fazla olmasıdır. Bunun nedeni de koltuk arşivi yani kendine ait kişisel arşiv birikimi (plak, kaset, cd vb. gibi) bulunanlarla ve müzikle olan yakın ilişkisi yarı profesyonel seviyesindeki kişilerin, yayıncılığa olan ilgisinin, uygunluğunun deneyimlenmesi ve çeşitli etkinliklerle bezenmiş hayat tecrübelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü, ilk başta özel radyolar genellikle yabancı müzik içerikli olarak kurulmuştur. Bu nedenle de tecrübe sahibi kişiler yayınlarda daha fazla süre alma şansını yakalamıştır. Daha az personel ve iş gücü ile yapım süreci sonuçlanmaktadır. Televizyonda ise, haber, eğlence, kültür, sanat, belgesel, drama vb türlerde konuya egemen olmak, yayına ilişkin tüm faaliyetleri tam anlamıyla yapacak ekiplerle hareket etme, iş birliğini gerçekleştirme zorunluluğu vardır. Görsel farklılık da eklenenince, bütün yapım ve yayın işlemlerini tamamlamak, daha uzun zaman almaktadır. Aradaki fark da buradan doğmaktadır. Radyodaki prodüksiyon hizmetleri ile televizyondakiler arasındaki benzemezliklerin az ya da çok olması, yayına hazırlanma, prodüksiyon yoğunluğu gibi işlemlerin uzun veya kısa olması bu gibi etmenlerden kaynaklanmaktadır.

Bu tarihi özetden de anlaşılacağı üzere, özel yayın girişimlerinin etkin faaliyet göstermeye başladıkları zaman dilimine kadar devlet tekelinde olan yayıncılıkla, bu tarihten sonraki süreci ayrı ayrı ele almak daha faydalı olacaktır. İletişim alanındaki tarihsel, kurumsal, insan temelli yaklaşımlarla, eğitimler, kurumsal hafıza, yayıncılık hassasiyetleri vb kavramlar değerlendirildiğinde bambaşka olduğu görülmektedir. Bunun nedeni ise, devlet tekelindeyken üzerinde durulan, yayın önceliği, sağlığı, yayın denetimi, deneyimli kadroların sürekli olarak TRT’ye kazandırılması, program çeşitliliği, devamlılık gibi sağlam temellere sahip olması gereken değerlerin öneminin içselleştirilmiş olmasıdır. Özel radyo ve televizyonlar tarafından bu hassasiyetlerin göz ardı edildiği her zaman hissedilmiştir. Bunları gözlemlemek, not etmek, duymak, izlemek, kaydetmek her zaman mümkün olmuştur. Böyle bir fotoğrafın nasıl ortaya çıktığını açıklamak için, özel sektördeki yönetici, çalışan ve diğer personelin meslek deneyimini değerlendirmemiz yeterli olacaktır. Değerlendirme yapılırken, işini doğru yapmaya özen gösteren, önemseyen, yayıncılık kuralları, ilkeleri konusunda taviz vermeyen, deneyim sahibi, sağduyulu vb. özelliklere sahip ancak azınlıkta olan, her görev seviyesinden yayıncının bu kapsama alınmadığını belirtmek isterim. Yıllarca devlet tekelinde kalmış bir iş alanının özel bazı girişimlerle vücut bulması, ne yazık ki olumsuz örneklerin çoğalmasının önünü açmıştır.

Yıllarca en başta Türkçenin düzgün kullanılması için çaba harcayan, bu konudaki dikkati, hassasiyeti tüm toplumca bilinen TRT’nin gösterdiği nezaketi, özel teşebbüslerde göremeyen Türk halkı, böyle bir durumu büyük bir oranla tepkiyle karşılamakla beraber, yüzdesi az da olsa birtakım çevreler, bu duruma ciddi bir tepki göstermemiştir. Sebepleri analiz edildiği ve ayrıntılarına girildiğinde, yıllarca denetimiyle öne çıkan TRT’nin bu uygulamasına gösterilen protestonun, tepkinin neden olduğu sonucuyla karşılaşılmıştır. Yapılan istatistikler, sokak röportajları, çeşitli küçük, orta, büyük anketler ve diğer araştırmaların gösterdiği gerçek, bu tablonun sürekli dile getirilmesidir. Ne radyodan ne de televizyondan ulaşma fırsatı bulamadıkları müzik türlerinin, şarkıcıların, grupların, bazı konu başlıklarının yer aldığı radyo ve televizyonlar, doğal olarak ilgi çekmiştir. Önce devlet ardından yine bir kamu kuruluşu olan TRT tekelinde yapılmış yayınlardaki özenin, zaman zaman amacını aştığı, incitici olduğu ve tartışmalı kararlarla gündeme geldiği de bilinen gerçekler arasındadır. Bu tarz yanlışların, ikircikli, tartışmalı sonuçlara neden olabilecek yargıların zaman zaman ortaya çıkması, kamuoyu tarafından not edilmiştir. Bütün bu gelişmelerde arabesk müzik her zaman ön planda yer almıştır. TRT televizyon ve radyo kanallarında arabesk türü başta olmak üzere, müziği yozlaştırabilecek her türden ve örnekten hep uzak kalınmıştır. Buna rağmen, zaman zaman TRT yönetiminin bazı yılbaşı özel programlarında, arabesk, fantezi, vb. tarz müziğin çeşitli isimlerine yer vererek olanak sağladığı ve bu konudaki tavrını yumuşattığı da bilinmektedir. TRT’nin Türk aile hayatı, kültür, sanat, eğlence alanında önemsediği hususlar, zaten her zaman yayınlarına yansımıştır. Türk Halk Müziği ile ilgili ve Anadolu topraklarında yüzyıllar öncesinden süregelen, oluşan muhteşem mirası TRT sahiplenmiştir. Öne çıkan yönetici, müzisyen, şarkıcı, derlemeci vb. marifetiyle, bu hazinenin kayıt altına alınması sağlanmıştır. Ayrıca, Ankara, İstanbul, İzmir başta olmak üzere, bütün radyolarda çocuk, gençlik ve yetişkin koroları kurularak, büyük bir özenle yapılan sınavlarla, korolara eleman alınmıştır. Türk Sanat Müziği gibi ülkemizin bu zarif sanat değerinin bilinmesi, yeni nesillere aktarılması için yıllarca repertuvar çalışmaları yapılarak, hepsi kayıt altına alınmıştır. Bu paha biçilemez arşiv, Türk halkıyla paylaşılmıştır ve aynı hassasiyetle çalışmalar sürmektedir. Ayrıca, Çoksesli Müzikler Korosu da 50 yılı aşkın bir süredir faaliyet göstermektedir. Hem Türk hem de yabancı klasik müzik eserleri üzerine çalışmalarını sürdüren ve konserlerle bunu dinleyicilere, izleyicilere aktaran koro, halen büyük bir titizlikle varlığını devam ettirmektedir. Türk Halk Müziği’nde olduğu gibi, Türk Sanat Müziği ve Çoksesli Müzikler’de de çocuk, gençlik ve yetişkin koroları sınavla eleman almaktadır. Bilinmesi gereken bir diğer husus ise, bütün bu müzik türlerinde, TRT kurumunun kadrolu sanatçı ve müzisyenleri çalışmalarına, üretimlerine, konserlerine devam etmektedirler. Bahsedilen korolar amatör ancak TRT eğitimi ile profesyonel olarak çalışmalarını sürdüren müzik topluluklarıdır. Bunlara ek olarak, İstanbul Radyosu bünyesinde kurulmuş TRT İstanbul Hafif Müzik ve Caz Orkestrası’nın çalışmalarından bahsetmek yerinde olacaktır. 1982 yılında kurulan orkestranın, birçok müzik türünü hem kendine has şekilde hem de farklı tarzlarda sunması ve müzik türleri arasındaki bağlantıyı büyük bir başarıyla kurması, orkestraya ilgiyi hep taze ve yüksek tutmuştur. Yurt içi ve dışında verdiği sayısız konserleriyle de sevilen, TRT İstanbul Hafif Müzik ve Caz Orkestrası faaliyetlerine devam etmektedir.

Görülüyor ki, TRT kendisine verilen yetki ve sorumlulukları yerine getirmek için, her zaman çaba içinde olmuş ve eleştiriler olsa da yoluna emin adımlarla devam etmiştir. Ancak özel radyo ve televizyonlarla beraber, hürriyet, ifade özgürlüğü, denetim, yayın sağlığı ve sürekliliği, güzel konuşma, bilgi, birikim vb. gibi hassas ve kutsal kavramlar zaman zaman ihmal edilmiş ve ortaya hiç de hoş manzaralar çıkmamıştır. Günümüzde bu değerlendirmeler daha sık, dikkatle ve özenle yapılmaktadır. Çünkü denetimsizliğin, boş vermişliğin, aymaz olmanın, özellikle yayın kuruluşlarını olumsuz etkilediği herkesin malumudur. Bunun zamanla farkına varan iş sahipleri, durumun korku verici haline şahit olup, gelen cezalarla baş etmekte güçlük çekmişlerdir. Çünkü, her gelişmiş ülkede olan medya denetimi konusunda, sorumlu devlet kuruluşları vardır. 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi televizyonunun yayına başlaması nedeniyle, Demokrat Parti Hükümeti tarafından Radyo ve televizyon yayınlarını denetlemek için Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu oluşturulmuştur. 16 Mayıs 1994 tarihine kadar hizmetlerini sürdüren kurul, bu tarihten itibaren başka bir isim ve yapı altında hizmetlerine devam etmiştir. Bu kurul, günümüzde kısa adı RTÜK olan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu olarak faaliyetlerini, genişletilen, güçlendirilen yetkileriyle ve tüm ülkeye yayılan hizmet ağıyla sürdürmektedir. Artık, sadece ülkemizdeki radyo, televizyon yayınlarını denetlemekle kalmayan RTÜK, internet, sosyal medya ve ilgili tüm alanlarda da denetimlerine devam etmektedir. Radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen ve denetleyen kamu otoritesi olarak, sahip olunan saygınlık, güvenilirlik ve şeffaflığı sürekli kılmak, yeni iletişim teknolojilerini sektöre kazandırmak, etik ilkelere önem vererek görsel-işitsel medyada çoğulculuğu sağlamak, izleyici bilincini oluşturmak, insan onuruna, hak ve özgürlüklerine saygılı, iletişim özgürlüğünün hakim olduğu bir yayıncılık alanı yaratmak ve kalite yönetim sisteminin şartlarına uyup sistemimizi sürekli iyileştirmek kalite politikasıdır. (RTÜK, 2022)

**SONUÇ**

Akıl, mantık, bilim, istatistik temeline dayanan yayın artık, olmazsa olmaz bir zorunluluktur. Hayatın hızı, değişkenliği, teknoloji, güncelleme mecburiyeti gibi kavramlar medya organları için hayati önemdedir. Dünyanın bu yeni düzeninde radyo ve televizyon başta olmak üzere düzensizlik ya da postmodern yaklaşımlar kabul görmemektedir. Zamanın en kıymetli maddi kavram olduğunu rehber edinen genç, orta ve ileri yaştaki insanlar düzenli günlük hayat döngüsünden yana tavır alırlar. Yayıncılıkta lider durumunda olan ABD, Birleşik Krallık başta olmak üzere dünya genelindeki fotoğrafa baktığımızda, tanımlardaki örnekler ve ifadeler dikkate alındığında karışık, net olmayan bir görüntü ile karşılaşıyoruz. Radyo, televizyon alanında formatlı, biçimlenmiş, kimlikli yayın bir gerekliliktir. Ancak dünya genelinde ülkeler bazında formatsız, bilinmeyen formatlı olarak sıfatlandırılan radyo ve televizyon sayısı azımsanmayacak düzeydedir. Bu durumu yaratan sorunlardan biri, yönetici ve karar vericilerin ehliyet sahibi olmamalarıdır. İkincisi, işgal ettiği pozisyonda kalabilmek adına politik davranması ve işi bilen deneyimli kişilerden uzak durmasıdır. Bu nedenle format Dj’i, yapımcısı gibi yeni yeni unvanlar ortaya çıkmıştır. Yayına bir katkısı olmadığı gibi, radyoyu ileriye götürmek adına önerisi, tavsiyesi olsa bile, dikkate alınmamakta, bu sebeple de radyo ve televizyonlardaki çalışanların sürekli değişmesi anlamına gelmektedir. Bu olumsuz tablo medyanın iş gücü ve niteliğine de ciddi tehdit oluşturmaktadır. ABD, İngiltere, Kanada gibi formatlı yayıncılıkta çok ilerlemiş ülkelerde bile zaman zaman format almamış radyolarla karşılaşılmaktadır. Ama bu çok nadir görülmektedir. Bu ülkelerde yapılan geleneksel ödül törenleri incelendiğinde mutlaka akademik bir temelle ve yapıyla karşılaşılır. Örneğin, 64 yıldır geleneksel olarak verilen ve asıl adı Gramofon Ödülleri olan Grammy Müzik Ödülleri gibi. Grammy (30) otuz civarında farklı müzik türü ve (100) yüze yakın dalı kapsayan bir ödül organizasyonudur. National Academy of Recording Arts and Sciences ya da kısa ismiyle The Recording Academy (Kayıt Akademisi) tarafından dağıtılan ödüllerin ait olduğu müzik türleri ile radyo formatları arasında büyük bir benzerlik vardır ve bu tesadüf değildir. Bu da akademi temelli iş birliğinin güzel bir yansımasıdır. Yani her şeyin kuralına, tanımına uygun yapılması kültür ve sanat işinde de düzenli yapıyı işaret etmektedir.

Formatlı yayıncılığı savunan bu bildiride aksi fikirleri de paylaşmak yerinde olacaktır. Radyo ve televizyonda format gerekli bir kavram mıdır? Formatlı yapılan yayınla, format almamış yayının dinleyici üzerindeki etkisi nedir? Formatlı yayıncılıkta müzik ve konuşma radyolarındaki yüzde paylarında esneme olmalı mıdır? Yoksa bu tartışılamaz, hassas bir konu mudur?

Tüm bu soruların doğal yolla yanıtlanması için, deneyimli hatta yayından gelen bir yöneticinin işin başında olması gerekir. Hedef kitle, amaç, içerik bilgisi, arşiv, formatın esnek mi yoksa kırılgan mı türündeki esas teşkil eden sorular cevaplandığında, radyonun kurumsallığına dair en ufak bir soru işareti kalmamış olacaktır. Aslında formatsız yayın yapan ama bunun farkında olmayacak kadar bilgisiz, mesleki yeterliliği olmayan, bütün bunları bilmeyen, bilmediğini de bilmeyen samimi bir yayın gönüllüsünü ikna etmek mümkün olabilir. Ancak konuya uzak, hasbelkader yolu medya ile kesişmiş, bilmediğini bilen kişilerin fırsat yaratıp yer bile bulamadığı, işin ehli tarafından yapıldığı, liyakat müessesesinin tam ve koşulsuz uygulandığı bir medya yapısı hiç de uzak değildir. Yeter ki sıkıntının nerede olduğu bilinsin, tespit edildikten sonra neşter vurulabilsin. Vicdanın, bilginin, özgüvenin, cesaretin, liyakatin galip gelmesi dileğiyle.

**Kaynakça**

Akademi, TRT. "Radyo Almanak," *https://dev.trtakademi.net/wp-content/uploads/2020/03/Radyo-Almanak-web.pdf*. 2020. (1 Nisan 2022).

Çankaya, Özden. İstanbul Radyosu Anılar, Yaşantılar. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2000.

Eren, Esra. *Kamu Yayıncılığı ve Bir Kitle İletişim Kurumu Olarak Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)*. Yüksek Lisans Tezi. Sinema – TV Programı. İstanbul: T.C. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sinema – TV Anasanat Dalı, 2008.

Encyclopædia Britannica, Inc. "Jorge A. Camacho," **Encyclopædia Britannica, Inc**. *https://www.britannica.com/contributor/Jorge-A-Camacho/465*. 2022. (2 Nisan 2022)

Fondazione Guglielmo Marconi. "Vincenzo Rosa,"   
 *https://www.fgm.it/en/marconi-en/profiles/vincenzo-rosa.html.* 2022. (9 Nisan 2022)

Icons of invention: the makers of the modern world from Gutenberg to Gates. *ABC-CLIO*. 2013. (20 Nisan 2022).

Okur, Ali. *1927-1950 Yılları Arasında Türkiye'de Radyo Yayıncılığı*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Anabilim Dalı. Ankara: Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, 2019.

Radio Locator. “Radio Station Formats” *https://www.radio-locator.com/cgi-bin/page?p=formats.* 2022. (20 Nisan 2022).

RTUK. "Misyon, Vizyon ve Kalite Politikası," *https://www.rtuk.gov.tr/misyon-vizyon-ve-kalite-politikasi/1839*. [t.y.]. (23 Kasım 2021).

Varol, Hakan. *RTÜK ve Gelişmişlik Oranına Göre Ülkelerin Radyo-TV Yayınları, Denetimi ve Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi. Radyo ve Televizyon Bilim Dalı. İstanbul: T.C. Marmara Üniversitesi, 2009

Yılmaz, Ebru. "Kariyerine Hayran Kaldığım Profesör Doktor Aysel Aziz," *https://ebruyilmazblog.wordpress.com.* 2017. (7 Nisan 2022).