

Radyonun İletişimsel Eylem Gücü: Sabah Kuşakları

Hayri ÇELEBİ*

Özet

Kitle iletişim araçları yazılı basından başlayarak, elektronik kitle iletişim araçlarına oradan da günümüzde hızla gelişimini sürdüren sosyal medyaya kadar, farklı şekillerde var olan ama her zaman dördüncü kuvvet olduğu düşünülen konumunu korumaktadır.

Teknolojinin gelişmesiyle medyanın artık, televizyon, bilgisayar ve nihayet yeni medya gibi geniş bir yelpazede tanımlanmaya başlamasıyla, kimilerine göre radyo artık bir müzik kutusu haline gelmiş ve siyasal iletişime gücünü kaybetmiştir. Kimilerine göreyse radyo halen etkin bir kitle iletişim aracı olarak siyasal iletişimin bir parçası olarak önemli bir işlevini sürdürmeye devam etmektedir. Bu çalışmada da radyo yayıncılığının iletişimsel eylem gücünün devam ettiği savından yola çıkılarak bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Çalışmada, kitle iletişim araçlarının iletişimsel eylem gücü ile radyo yayıncılığının Türkiye’de ve dünyada kitleleri etkileme gücü üzerinde durulmuş ve Nihat’la Muhabbet radyo programı dinleyicilerinden anket yoluyla alınan cevaplar son bölümde istatistiki olarak yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Dördüncü Kuvvet, Medya, Radyo, Nihat’la Muhabbet, İletişim.*

İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlanmıştır.

** İstanbul Aydın Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi.*

Radio's Communicational Force of Action: Morning Broadcast

Abstract

The means of mass communication, which conceptually contains a wide range of elements including printed media, electronic components of mass communication and rapidly-developing recent phenomenon of social media, presently preserves its current position considered as the fourth estate, which may be observable in different formations.

Continuous improvements in technology have granted a new definition to media through vast conceptual additions of new and complex means of communications such as television, computer and lastly the trend of new media, hence causing radio to be defined by some as a simple music box with no potential to stir any political influence. Yet, some believe that radio still is an effective means of mass communication and preserves its crucial function as a component of political communication.

This study aims to present a conclusive statement based on and following the hypothesis that radio still holds communicational impact of action.

This study, containing within its final chapter a statistical interpretation of submitted answers collected through survey conducted among the followers of the radio show titled Chat with Nihat (Nihat'la Muhabbet), focuses on the communicational impact of action possessed by the elements of mass media and the potential of radio broadcasts in emerging influence within masses in Turkey and in the World.

Keywords: *Fourth Estate, Media, Radio, Chat with Nihat (Nihat'la Muhabbet), Communicat*

1. Giriş

Radyo yayıncılığı, elektronik ve teknolojik gelişimin hızlı bir şekilde yaşandığı 20. Yüzyılın ilk çeyreğinde insanlığın yaşamına dahil olmuştur. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından yeniden şekillenen siyasal yapı içinde radyo, önceleri kitlelerin kültür seviyesini arttırması hedeflenen bir eğitim ve kültür aracı olarak kullanılmıştır.

1930'lu yılların İkinci Dünya Savaşı'na uzanan atmosferinde siyasal yönü de keşfedilmeye başlayan radyonun etkili bir siyasal iletişim aracı olarak kullanılmasıyla radyo yayıncılığı farklı bir boyut kazanmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nda klasik savaş yöntemlerinin yanında enformasyon savaşları da radyo üzerinden yürütülmüştür.

Savaş sonrasında yeniden eğitim ve kültür işlevi ön plana çıksa da radyo, ilerleyen yıllarda televizyon yayıncılığı ön plana çıkana kadar önemli bir siyasal iletişim aracı olmaya devam etmiştir.

Televizyon yayıncılığının başlamasıyla ve geniş kitlelere ulaşmasıyla kimilerine göre radyo artık bir müzik kutusu haline gelmiş ve siyasal iletişim gücünü kaybetmiştir. Kimilerine göreyse radyo halen etkin bir kitle iletişim aracı olarak siyasal iletişimin bir parçası olarak önemli bir işlevini sürdürmeye devam etmektedir.

Bu makalede de radyonun iletişimsel eylem gücünün devam ettiği savından yola çıkılarak bir sonuca ulaşılmaya çalışılacaktır.

Makalede, kavramsal açıklamalarla birlikte, yasama, yürütme ve yargı erkinin ardından artık dördüncü kuvvet olarak kabul edilen medyanın tarihine ve bu tarihsel süreç içerisindeki iletişimsel eylem gücüne değinilecektir.

Yine bu makale kapsamında radyonun iletişimsel eylem gücünün devam ettiği tezinden hareketle sabah kuşağı programlarından Nihat Sırdar'ın hazırlayıp sunduğu *Nihat'la Muhabbet* programı dinleyicileriyle bir anket

gerçekleştirilecektir. Anket sonuçları detaylandırılacak ve incelemesi gerçekleştirilecektir.

Sonuç bölümündeyse elde edilen veriler analiz edilerek değerlendirilecek ve radyonun iletişimsel eylem gücünün devam ettiği tezi kanıtlanmaya çalışılacaktır.

2. Yöntem

Radyo, ilk yayınlarına başladığı dönem itibariyle önemli bir kitle iletişim aracı olmuştur. Siyasal iletişim başta olmak üzere iletişim alanının en önemli araçlarından biri olan radyo, ilerleyen süreçte teknolojinin getirdiği yeniliklerle ortaya çıkan yeni kitle iletişim araçlarıyla birlikte ilk zamanlardaki görünürlüğünü kaybetmiştir. Ancak etki gücünü halen devam ettirmektedir.

Yapılan literatür taramasında bu alanda makale, dergi, kitap, anket gibi çalışma ve araştırma sayısının çok fazla yapılmadığı tespit edilmiştir. Yapılacak olan araştırma ile bu alandaki boşluk doldurulmaya çalışılmıştır.

Bu çalışma ile birlikte radyonun iletişimsel eylem gücünün devam ettiği tezi kanıtlanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmayla birlikte literatür taramasının, anket çalışmasıyla desteklenmesiyle radyonun iletişimsel eylem gücünün halen devam edip etmediği incelenmiştir.

Bu kapsamda sabah kuşağı programları arasından Nihat'la Muhabbet seçilmiş olup, programı dinleyenlerle sosyal medya ağı Facebook üzerinden gerçekleştirilmiş olan anket çalışmasıyla bu tezin desteklenmesi hedeflenmiştir.

İnsanların radyo dinleme alışkanlıklarının ölçülmesi ile başlayan araştırmamız, sabah kuşağı radyo programı dinleyicileri üzerinden Nihat'la Muhabbet programı dinleyicileri ile sınırlandırılmıştır. Bu

çalışma neticesinde sabah kuşağı programlarını dinleyenler üzerinden radyonun iletişimsel eylem gücü ölçülmeye çalışılmıştır.

Hazırlanan özgün sorularla kitlelerin radyonun gücü karşısındaki davranış biçimleri de yine bu çalışmayla ölçülmeye çalışılmıştır. Radyo dinleyen insanların, zamanlarının ne kadarını bu meşgale için harcadıkları, nerelerde daha çok radyo dinledikleri konusunda da veriler sunacak olması da çalışmanın bir başka yönünü oluşturmaktadır.

3. Siyasal İletişim ve Radyo

Bu bölümde siyasal iletişim kavramının kökeni ve gelişim süreci ile radyo yayıncılığının gelişim süreci değerlendirilecektir.

3.1. Siyasal İletişim’e Genel Bir Bakış

İnsanlık tarihiyle başlayan iletişim, yüzyıllar boyu, yaşamın vazgeçilmez bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar arasındaki iletişim ve etkileşim biçimleri toplumsal yaşamın önemli bir bölümünü meydana getirmektedir. Bugün insanların yüz yüze iletişim kurmalarının dışında dinleyici, okuyucu, izleyici olarak da iletişim ağının kapsamında oldukları görülmektedir. Bu nedenle iletişim, insan yaşamının ve sosyokültürel düzenin olmazsa olmaz bir koşulu olarak ifade edilmektedir.

Politika ve iletişim bilimlerinin bir alt dalı olan siyasal iletişimin başlangıç noktası, Aristoteles’e kadar ulaşmaktadır. Ancak günümüzdeki anlamıyla siyasal iletişim olgusunun ortaya çıkması, 20. yüzyılda giderek yaygınlaşan kitle iletişim araçlarının siyasal yaşama olan etkilerini konu alan araştırmalara dayanmaktadır. Özellikle geçtiğimiz yüzyılın en önemli olaylarından biri olan İkinci Dünya Savaşı sırasında kitleleri manipüle etmek amacıyla gerçekleştirilen propaganda faaliyetlerinin siyasal iletişimle eş tutulması, Siyasal İletişim kavramına günümüze kadar süregelen olumsuz bir anlam yüklenilmesine neden olmuştur (Baran, 2014).

Özellikle, kamu kurumlarının etkinlikleri değerlendirildiğinde, hem propagandanın hem de halkla ilişkilerin, devlet tarafından toplumu ve çevreyi etkilemek için kullanılan birer araç olduğunu söylemek mümkündür. Ancak, halkla ilişkiler çevreyi etkilerken farklı yöntemler de kullanmakta ve yönetilenlerin sorunlarına çözüm üretmeye de çalışmaktadır. Böylelikle propagandadan ayrılmaktadır (Ülger, 2015).

İkinci Dünya Savaşı tüm dünyayı büyük felaketlere sürüklemiş 1939 ve 1945 yılları arasındaki süreçte büyük yıkımlara yol açmıştır. Kimilerince siyasal iletişim bu yıllarda özellikle Nazi Almanyası döneminde Hitler'in uygulamalarıyla ortaya çıkmış gibi düşünülse de gelişmesi bu büyük savaş takip eden yıllarda olmuştur.

Profesyonel anlamda siyasal iletişim kavramı ise İkinci Dünya Savaşı'nın ardından ABD'de ortaya çıkmış ve bu bilim alanının gelişmesi için gerekli çalışmalar burada yapılmaya başlamıştır. Siyasal iletişim, kamuoyu yoklamalarının reklam ve tanıtım tekniklerinin yanında, afişler, radyo, televizyon, tanıtım filmleri gibi kitle iletişim araçlarının desteğiyle seçim kampanyalarında uygulanması sonucu ortaya çıkmıştır. Böylece fikirleri üretilip, uygulamaları yapıp ortaya çıkarılan siyasal iletişim kavramının İkinci Dünya Savaşı sonrasında ABD'de doğup geliştikten sonra, 1960'lı yıllarla birlikte Avrupa'ya ulaştığını ve Avrupalı ülkeler tarafından da uygulanmaya başlandığını söyleyebiliriz (Kurban, 2010: 8-10).

Siyasal iletişimin tanımını yapmak gerekirse; “Siyasal süreçlerle, iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalardan oluşan disiplinler arası bir akademik alan” ifadeleri, bu kavramı karşılamaktadır (Mutlu, 2004).

Wolton, siyasal iletişimi birçok bilim insanının da ortaklaştığı gibi çok eskilere dayandırmakta ve sistemin örgütlenmesi ile başlayan değişimle eşzamanlı olarak oluştuğunu düşünmektedir. Siyasal iletişimin özellikle propagandayla karıştırıldığını ifade eden Wolton, politikanın kutsanması karşısında iletişimin politikanın doğasında olan vaatlerini

anımsatmasından dolayı aşağılandığını ve pek de kullanılmadığını belirtmektedir (Topbaş, 2009: 83-87).

Propaganda ve siyasal iletişimin ortaklaştığı nokta çevreyi etkilemektir. Bunun dışında ortak nokta bulmak çok zordur. Çünkü propaganda da mesajlar tek elden ve aynı niteliği taşıyan mesajların bombardıman halinde gönderilmesiyle başlamaktadır. Siyasal iletişim ise daha çok çoğulcu toplumlara özgü bir çalışmadır. Bu nedenle de çevreden gelen katkı büyük bir dikkatle takip edilerek sisteme dahil edilmektedir (Kazancı, 2009).

Siyasal iletişim, tarih boyunca, ulaşılabilen kaynakların da incelenmesiyle uzun yüzyıllar boyunca göz ardı edilen bir bilim dalı olmuş ve propaganda kavramı ile eş tutularak, bu yönde çalışmalar yapılmıştır. Siyasal iletişim kavramının hakkının teslim edilmesinin tarihinin ise çok eskiye dayanmadığı görülmektedir.

Günümüzde büyük önem taşıyan siyasal iletişim kavramının gelişimine bakıldığında kitlelere oy kullanma hakkının verildiği dönemlerden bu yana farklı teknikler aracılığıyla kullanılmıştır. İlk olarak İkinci Dünya Savaşı'nın ardından Amerika Birleşik Devletlerinde ortaya çıkıp kullanılmaya başlanan siyasal iletişim, bilgi iletişim teknolojilerindeki ve kitle iletişim araçlarındaki gelişmelerle günümüzdeki görünümü ve anlamına kavuşmuştur (Baysal, 2010).

Siyasal ve iletişim 20'nci yüzyılın en önemli olgularından ve kavramlarından ikisi olmuştur. Bu iki kavram üzerinden şekillenen bir yapı üzerine inşa edilen yönetim düzeni bugünlere kadar devam etmiştir. İlerleyen süreçte farklı bir noktaya evrilip evrilmeyeceği ise henüz tartışılmaya devam etmektedir.

17'nci ve 18'inci yüzyıllarla birlikte gelişmeye başlayan kuvvetler ayrımı kuramının temelini oluşturan yasama, yürütme ve yargı gibi politik görevlerin artık önemini yitirdiğini ifade eden Almond ve Powel, yeni siyasal görevlerin yasama, yürütme, yargı, ilgi uyandırma, ilgi toplama ve

siyasal iletişim şeklinde sıralanması gerektiğini belirtmektedir (Topbaş, 2009: 84-95).

Bu tarihe kadar birkaç istisna dışında kuvvetin tek elde toplandığı, kral veya padişahlar ile çevrelerindeki dar kadroların sözlerinin ve uygulamalarının tartışmasız kabul edildiği yapı, önce İngiliz Devrimi, ardından Fransız Devrimi ile değişime uğramıştır. Halkın, yavaş yavaş, kimi zaman istikrarlı, kimi zaman uzun süreli aksaklıklarla yönetim gücünü kendisi ve temsilcileri aracılığıyla eline aldığı yeni bir döneme ulaşmıştır.

Tüm bunlar yaşanırken ise yönetim farklı erklere paylaştırılmış ve zamanın getirdiği yeni şartlarla, özellikle 1900'lü yıllarla birlikte iletişim alanına da kaymaya başlamıştır. Siyasal iletişim kavramının oluşmaya başlaması Birinci Dünya Savaşı sonrası kurulan devletlerin artık birer demokratik rejime doğru evrilmesi neticesinde gelişim gösterirken, asıl etkisini göstermesi için ise 1940'lı yılların başına kadar beklenmesi gerekmiştir.

Daha önce de belirtildiği üzere siyasal iletişimin önem kazanması ve üzerinde yoğun çalışmaların başlaması İkinci Dünya Savaşı'nın ardından başlamıştır. Bu dönem, geçmişe göre istikrarlı ve güçlü siyasal kurumlarla bağlantılı, parti yanlısı düşüncelerin ve tutumların yansıtıldığı siyasal iletişimin ilk dönemini oluşturması bakımından önemlidir (Öztamur ve Özçağlayan, 2012).

3.2. Radyo Yayıncılığı Tarihine Genel Bir Bakış

Dünyada ilk radyo yayını "Alman fizikçi Herzt ve İtalyan fizikçi Guglielma Marconi tarafından gerçekleştirilmiştir. Bilinen ilk radyo yayını ise ABD'de 1906'da yapılmış ve yeni bulunan bu alete karşı oluşan yoğun talep neticesinde radyoların ve alıcıların sayısı artış göstermiştir (Radyo ve Tv Üst Kurulu, 2015).

Dünyada düzenli olarak ilk radyo yayınları ise daha sonraki yıllarda başlamış, SSCB’de 1922, İngiltere ve İsviçre’de 1923, Fransa, Almanya, İspanya, Belçika ve Hollanda’da 1924, İtalya, Avusturya, Norveç ve Finlandiya’da 1925, İsveç ve Danimarka’da 1926, İzlanda ve Yugoslavya’da ise 1928 yılında gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de de radyo yayınları dünya ile eş zamanlı başlamıştır. Radyo istasyonu kurmak ve işletmek üzere 1925 yılında kurulan Türk Telsiz Telefon A.Ş. (TTTAŞ) çalışmalarını 1927 yılında tamamlamıştır. İlk Türkçe radyo yayını ise 6 Mayıs 1927 günü İstanbul Sirkeci’de bulunan Büyük Postane’den gerçekleştirilmiştir. Aynı yıl Ankara’da da bir radyo istasyonu kurulmuş ve başkentte de radyo yayıncılığı faaliyeti başlamıştır (Akarcalı, 2003).

Radyonun siyasal iletişimin önemli bir bileşeni olarak kullanımı İkinci Dünya Savaşı yıllarına denk gelmektedir. Hitler’in Propaganda Bakanı Goebbels, Alman radyo istasyonlarını, Nazilerin savaşla ilgili politikasının halka duyurulmasında, cephede olan Alman askerine psikolojik destek verilmesinde, karşı tarafın yıpratılmasında etkin bir şekilde kullanmıştır. Hatta savaş Almanya lehine devam ederken, Hitler de “*Radyo olmasa bu savaş kazanamazdık.*” ifadelerini kullanmış ve radyonun siyasal iletişim bağlamındaki etki gücünü vurgulamıştır (Aziz, 2015).

Böylece Nazi Almanyası, radyodan evlere seslenen ilk etkileyici politik konuşmaların gerçekleştiği bir ortam olmuştur. Her ne kadar Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere diğer batı ülkelerinde de radyo, politik söylemlerin ve bu söylemlerin eyleme geçişinin sağlanmasının bir aracı olarak kullanılmış olsa bile, politik konuşmanın niteliği üzerindeki değiştirici kavrayış Nazi Almanyası’nda oluşturulmuştur (Köker, 2016).

Türkiye’de de radyo siyasal iletişimin bir parçası olarak kullanılmaya başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı’na kadar daha çok eğitim ve kültür işlevi ön planda olan radyo, İkinci Dünya Savaşı yıllarında Türkiye’nin tarafsızlık politikasına uygun bir yayın çizgisi izlemiştir. İlerleyen yıllarda politik söylemin bir parçası olan radyo 27 Mayıs 1960, 12 Mart 1971 ve 12 Eylül

1980’de de yine iletişimsel eylem gücünden yararlanan bir elektronik kitle iletişim aracı olmuştur (Cankaya, 2000).

4. Araştırma ve Bulgular

Radyonun İletişimsel Eylem Gücü: Sabah Kuşakları başlıklı çalışmada radyonun iletişimsel eylem gücünün var olduğu ve bugün de bu gücün devam ettiği varsayımından hareket edilmektedir. Yine bu iletişimsel eylem gücünün radyolarda yayınlanan sabah ve akşam kuşağı programlarında özellikle daha da dikkate değer olduğu varsayımına göre de hareket edilmektedir. Bu kapsamda radyoların sabah kuşağı programları arasında yer alan ve yine iletişimsel eylem gücünün yüksek olduğu varsayımı ile hareket edilen Nihat’la Muhabbet programı bu çalışmanın ana araştırma örneğini teşkil etmektedir.

Anket çalışması neticesinde elde edilen veriler bize radyonun iletişimsel eylem gücünü analiz etme olanağı sunacaktır.

Radyo yayınlarını dinleyen insanlar bu araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Çünkü radyo yayınlarının iletişimsel eylem gücü radyo dinleyen insanlar ve kitlelerle gerçekleştirebilmektedir. Bu eylem gücü kimi zaman doğrudan etki gösterebileceği gibi kimi zaman da yayılma eğilimi ile kitlelere ulaşabilmektedir.

Radyo dinleyen kitle içinde özellikle sabah kuşağı programlarını, daha da özelleştirmek gerekirse sabah kuşağı radyo programları arasında Nihat’la Muhabbet’i dinleyen kitleye uygulanacak anket çalışması ile radyonun iletişimsel eylem gücü üzerine bir araştırma gerçekleştirilecektir.

Anket çalışması, Nihat’la Muhabbet programının yayını sırasında programın resmi Facebook hesabı üzerinde elektronik ortamda yayınlanacaktır. Gelişigüzel örnekleme metodu ile gerçekleştirilecek olan anket çalışmasıyla, elektronik ortamda elde edilen veriler analize tabi tutulacaktır.

Anket formunun birinci bölümünde yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu gibi sorularla katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile radyo dinleme alışkanlıkları belirlenmeye çalışılmıştır.

Anket formunun ikinci bölümünde ise likert ölçeği ile hazırlanmış özgün sorularla Nihat'la Muhabbet programı dinleyicilerinin radyonun iletişimsel eylem gücüne ilişkin eğilimleri ölçülmeye çalışılmıştır. Kullanılan ölçekte; katılıyorum, kesinlikle katılıyorum, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum ve fikrim yok seçeneklerine yer verilmiştir.

Anket çalışması, 555 anket katılımcısından elde edilen verilerin analiziyle birlikte tamamlanmıştır.

Analizler, SPSS for Windows 22.0 paket programı yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeğin yapısal geçerliliğinin test edilmesinde Cronbach Alpha testi uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,862 olarak bulunmuştur.

Tablo1: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımları

CİNSİYET	Çalışma Grubu	
	f	%
Kadın	234	42.2
Erkek	321	57.8
Toplam	555	100.0

Elektronik ortamda sosyal medya üzerinden yapılan anketimize 555 kişi katılmıştır. Katılanlardan 321'i ve yüzde 57,8'i erkeklerden, 234'ü ve yüzde 42,2'si kadınlardan oluşmuştur.

Tablo 2: Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımları

YAŞ	Çalışma Grubu	
	f	%
16-19	13	2.3
20-23	25	4.5
24-27	61	11
28-31	106	19.1
32-39	203	36.6
40-49	109	19.6
50-59	32	5.8
60 ve üzeri	6	1.1
TOPLAM	555	100.0

Anketimize katılanların yüzde 2,3'ü 16-19 yaş kuşağında yer alırken, yüzde 4,5'i 20-23, yüzde 11'i 24-27 yaş kuşağında, yüzde 19,1'i ise 28-31 yaş arasında yer almaktadır. Nihat'la Muhabbet programı dinleyicileri arasında anketimize katılanların en yoğun olduğu yaş kuşağı ise yüzde 36,6 ile 32-39 olarak gerçekleşmiştir. 40-49 yaş kuşağında yer alanlar ise yine 28-31 yaş kuşağı arasında yer alan dinleyicilerin oranına yakın bir oranda çıkmış ve yüzde 19,6 olarak gerçekleşmiştir. Nihat'la Muhabbet programının dinleyici kitlesinin en düşük olduğu yaş grubu ise henüz dinleyicisinin olmadığı 12-15 yaş kuşağı ile yüzde 1,1 ile 60 ve üzeri yaş kuşağında yer almaktadır.

Bu verilerle Nihat'la Muhabbet programının dinleyici kitlesinin yüzde 60'tan fazlasının orta yaş kuşağında yer aldığını söylemek mümkün olabilecektir.

Tablo 3: Katılımcıların Mezuniyetlerine Göre Dağılımları

MEZUNİYET DURUMU	Çalışma Grubu	
	f	%
İlköğretim	12	2.2
Lise	83	15
Yüksekokul/Lisans	359	64.7
Lisansüstü	99	17.8
Diğer	2	0.4
TOPLAM	555	100.0

Nihat'la Muhabbet Programı dinleyicilerine yaş durumundan sonra eğitim durumu verilerini almak üzere mezuniyet durumu sorulmuştur.

Program dinleyicilerinin yüzde 64,7'sinin yüksekokul ve lisans düzeyinde eğitim aldığı tespit edilirken yine ankete katılan dinleyicilerin yüzde 17,8'nin lisansüstü eğitim aldığı görülmüştür.

Yine aynı soruya verilen yanıtlarda lise düzeyinde eğitim alan dinleyicilerin oranının da yüzde 15 gibi önemli bir rakama ulaştığı tespit edilmektedir. Nihat'la Muhabbet programı dinleyicilerinin yüzde 2,2'sinin ise ilköğretim düzeyinde eğitim aldığı da yine verilerimiz arasında yer almaktadır.

Bu veriler ışığında Nihat'la Muhabbet programı dinleyicilerinin yüzde 82,5'inin 2 yıllık yüksekokul ve daha üzerinde eğitim aldığı söylenebilmektedir. Bu da radyo yayıncılığı açısından farklı verilerle yeniden incelenmesi gereken bir durumdur. Ancak bu veriler ışığında Nihat'la Muhabbet programının orta yaş kuşağında yer alan, eğitilmiş kitleye hitap ettiği yine varılabilecek olan sonuçlardan biridir.

Tablo 4: Katılımcıların Mesleklerine Göre Dağılımları

MESLEĞİNİZ NEDİR?	Çalışma Grubu	
	f	%
Ev Kadını	16	2.9
Emekli	24	4.3
Geçici İşsiz	19	3.4
Nitelikli Serbest Meslek Sahibi (Bürosu olan Avukat, Mimar, Doktor vs.)	26	4.7
1-10 Çalışanlı İşletme-İmalathane Sahibi	13	2.3
10'dan Fazla Çalışanlı İşletme- İmalathane Sahibi	7	1.3
Üst Düzey Yönetici	25	4.5
Orta Düzey Yönetici	72	13
Nitelikli Uzman (Mühendis, Teknik Eleman)	97	17.5
Memur-Ofis Çalışanı	133	24
İşçi	26	4.7
Öğrenci	45	8.1
Esnaf	9	1.6
Diğer	42	7.6
TOPLAM	555	100.0

Nihat'la Muhabbet programı dinleyicilerinin yüzde 2,9'unu ev kadınları oluştururken, yüzde 4,3'ü emekli, yüzde 3,4'ü geçici işsiz, yüzde 4,7'si nitelikli serbest meslek sahibi, yüzde 2,3'ü 10 kişiye kadar çalışanı olan bir işletmenin sahibi, yüzde 1,3'ü 10 kişiden fazla çalışanı olan bir işletmenin sahibidir. Yine program dinleyicilerinin yüzde 4,5'i üst düzey yönetici, yüzde 13'ü orta düzey yöneticilerden oluşmaktadır.

Nihat'la Muhabbet programının en geniş hitap ettiği meslek grubunun ise yüzde 24 ile memur ve ofis çalışanlarından oluştuğu, bu meslek grubunu

ise yüzde 17,5 ile mühendis ve teknik eleman gibi nitelikli uzmanlardan oluştuğu görülmektedir.

Nihat’la Muhabbet programı dinleyen işçilerin oranı programı dinleyen kitlenin genel toplamı içinde yüzde 4,7’lik bir noktayı kapsarken, dinleyicilerin arasındaki öğrenci oranı yüzde 8,1, esnaf oranı ise yüzde 1,6’dır. Programın dinleyici kitlesinin yüzde 7,6’sının ise bu meslek grupları dışındaki işleri yapanlardan oluştuğu gözlenmektedir.

Bu veriler ışığında varılacak genel tespit ise son yıllarda “beyaz yakalı” olarak tabir edilen kesimin, Nihat’la Muhabbet programı dinleyicilerinin yaklaşık yüzde 70’lik kesimini oluşturduğu görülmektedir. Bu durum Nihat Sırdar’ın programlarında yer alan eleştirel yaklaşımın hitap ettiği kitleyi göstermesi bakımından önemli veriler içermektedir.

Tablo 5: Katılımcıların İnternet Kullanma Sıklıklarına Göre Dağılımları

NE SIKLIKLA İNTERNET KULLANIYORSUNUZ?	Çalışma Grubu	
	f	%
Her Gün	547	98.6
Haftada Birkaç Kez	8	1.4
TOPLAM	555	100.0

Ankete katılan Nihat’la Muhabbet programı dinleyicilerinin yüzde 98,6’sının her gün internet kullandığı verisi çıkmıştır. Bu çok büyük orana sahip olan günlük internet kullanma alışkanlığını, yüzde 1,4 ile haftada birkaç internet kullanma alışkanlığı takip etmektedir.

Bu veriler ışığında Nihat’la Muhabbet programı dinleyicilerinin teknolojiyle olan bağının kuvvetli olduğu söylenebilmektedir. Bu da Nihat’la Muhabbet programının teknoloji ile olan bağının yüksek olması

ve program içeriklerinin sosyal medyada Nihat Sırdar’a ait olan hesaplara gelen iletilerle de şekillenmesine katkı sağlamaktadır.

Nihat’la Muhabbet programı bu yönüyle, karşılıklı anlayışa dayalı olan, iki yönlü dengeli bir iletişim olanağı sağlayan ve modern zamanların halkla ilişkiler modeli olan *iki yönlü simetrik model*’e örnek teşkil etmektedir (Balta Peltekoğlu, 2012).

Nihat Sırdar’ın sosyal medyayı etkin kullanan bir radyo programcısı olması, dinleyicilerinin de yeni medyayı yoğun olarak kullanmaları, program içeriğinin de büyük oranda sosyal medyadan gelen iletilerle şekillenmesi iki yönlü simetrik iletişim kapsamında önemli bir örnek oluşturmaktadır.

Tablo 6: Katılımcıların Radyo Dinleme Sıklıklarına Göre Dağılımları

NE SIKLIKLA İNTERNET RADYO DİNLIYORSUNUZ?	Çalışma Grubu	
	f	%
Her Gün	483	87
Haftada Birkaç Kez	69	12.4
Haftada Bir Kez	1	0.2
Ayda Bir Kez	1	0.2
Yukarıdakilerden Daha Az	1	0.2
TOPLAM	555	100.0

Nihat’la Muhabbet programı dinleyicileri ile elektronik ortamda yapılan anketimizde “Ne sıklıkla radyo dinliyorsunuz” sorusu da yöneltilmiş olup, her gün radyo dinleyenlerin oranının yüzde 87 olduğu tespit edilmiştir. Haftada birkaç kez radyo dinleyenlerin oranı yüzde 12,4 olarak

gerçekleşirken, haftalık ve aylık periyotta birer kez radyo dinleyenlerin oranı ise yüzde 0,2'lik oranlardan oluşmaktadır.

Tablo 7: Katılımcıların Günlük Radyo Dinleme Dağılımları

GÜNDE KAÇ SAAT RADYO DİNLİYORSUNUZ?	Çalışma Grubu	
	f	%
1 Saatten Az	80	14.5
1-2 Saat	225	40.7
2-3 Saat	126	22.8
3-5	108	19.5
Diğer	14	2.5
TOPLAM	555	100.0

Günlük radyo dinleyenlerin oranının yüzde 87 olduğu tespitinden hareketle program dinleyicilerinin yine günde kaç saat radyo dinledikleri verisi de yukarıdaki tablodaki gibi oluşmuştur. Buna göre en yüksek grup olarak, dinleyicilerin yüzde 40,7'si günde 1-2 saat radyo dinlerken, yüzde 14,5'lik bir kitle 1 saatten az, yüzde 22,8'lik kitle 2-3 saat, yüzde 19,5'lik bir kitle ise her gün 3-5 saat radyo dinlemektedir.

Tablo 8: Katılımcıların Radyo Dinleme Yerlerine Göre Dağılımları

RADYOYU DAHA ÇOK NEREDE DİNLIYORSUNUZ?	Çalışma Grubu	
	f	%
Evde	93	16.8
İş Yerinde	49	8.8
Yolda	388	69.9
Okulda	1	0.2
Yemekte	1	0.2
Diğer	23	4.1
TOPLAM	555	100.0

Radyonun hangi mekân ve ortamda dinlendiği sorusu da yine anketimize katılan dinleyicilere yönelttiğimiz sorulardan olmuştur. Bu soruya verilen yanıtlardan, yüzde 69,9'luk bir kitlenin radyo yayınlarını yolda takip ettiği tespit edilmiştir. Yüzde 16,8'lik bir kitle radyo yayınlarını evde, yüzde 8,8'lik bir kitle iş yerinde dinlemekte, yüzde 0,2'lik oranlarla da okulda ve yemekte radyo dinlenilmektedir. Bu başlıkların dışındaki ortam ve mekanlarda radyo dinleyenlerin oranı ise yüzde 4,1'e ulaşmaktadır.

Günümüzde bireylerin zamanlarının önemli bir kısmının trafikte geçtiği düşünüldüğünde, anketimizde ortaya çıkan verilerle bu durum örtüşmektedir. Radyo programı içeriklerinin de artık daha çok trafikte olan dinleyicilere uygun formatlara da sahip olması, yine dinleyicilerin ihtiyaçlarına yanıt verildiğini göstermektedir. Örneğin, internet ortamında çeşitli platformların sunduğu trafik raporları dinleyiciye aktarılmakta, trafikte olan dinleyici ile programcılar arasında sosyal medya ve telefon bağlantısı aracılığıyla bir iletişim ortamı oluşmaktadır.

Tablo 9: Katılımcıların Gün Saatleri İçerisinde Radyo Dinlemelerine Göre Dağılımları

RADYOYU GÜNÜN EN ÇOK HANGİ SAATLERİNDE DİNLERSİNİZ?	Çalışma Grubu	
	f	%
07:00-10.00	367	66.1
10.00-12.00	9	1.6
12.00-14.00	5	0.9
14.00-16.00	8	1.4
16.00-18.00	16	2.9
18.00-20.00	136	24.5
20.00-22.00	1	0.2
22.00-24.00	8	1.4
24.00-02.00	4	0.7
02.00-04.00	1	0.2
TOPLAM	555	100.0

Radyo dinleme eğilimleri ile ilgili yapılan araştırmalarda da tespit edildiği üzere dinleyicinin daha çok iş giriş ve çıkış saatlerinde radyo dinlediği görülmektedir. Nihat'la Muhabbet programı dinleyicileri ile gerçekleştirdiğimiz bu ankette de bu veri bir kez daha güncellenmiştir.

Dinleyicilerin yüzde 66,1'lik kesimi sabah saat 07.00-10.00 arasında radyo dinlemektedir. Bu da yine Nihat'la Muhabbet programının da yayında olduğu, radyoların en çok dinlendiği ve geleneksel iş yaşamının başlamasına yakın, yolda geçen bir saat dilimine denk gelmektedir. Bu veriyi yüzde 24,5 ile 18.00-20.00 saatleri arasında radyo dinleme alışkanlığı takip etmektedir. Bu da geleneksel iş çıkış saatlerinin sona erdiği zaman dilimine denk gelmekte ve yine en çok radyo dinlenen ikinci zaman kuşağını oluşturmaktadır.

Bu iki zaman kuşağını yüzde 2,9 ile 16.00-18.00 saatleri arası takip etmekte, yüzde 1,6'lık bir kitle daha çok 10.00-12.00 saatlerinde, yüzde

1,4'er oranla da 14.00-16.00, 22.00-24.00 saatlerinde daha çok radyo dinleme eğilimi takip etmektedir.

Tablo 10: Katılımcıların Radyoda Dinledikleri Program Türlerine Göre Dağılımları

RADYOYU NE TÜR PROGRAMLARI DİNLİYORSUNUZ?	Çalışma Grubu	
	f	%
Müzik	54	9.9
Haber	76	13.9
Talk Show	388	70.8
Diğer	30	5.5
TOPLAM	548	100.0

Nihat'la Muhabbet programı dinleyicilerine radyoda hangi tür programları dinledikleri sorusu da yöneltilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlardan yüzde 70,8 ile talk show sonucunun çıkması aynı tür yayın olan Nihat'la Muhabbet programı dinleyicileri ile yapılan ankette doğal bir veridir. Ancak radyo dinleme eğilimleri ile ilgili yapılan genel ölçümlerde de bu tür yayınların en çok takip edilen yayınlar olduğu verisi ortaya çıkmaktadır.

Nihat'la Muhabbet programı dinleyicilerinin yüzde 13,9'u daha çok haber yayınlarını takip ederken, yüzde 9,9'luk kitle ise müzik yayınlarını daha çok dinlemektedir.

Yine yapılan araştırmada ilginç bir veri olarak Nihat'la Muhabbet programı dinleyicilerinin radyoda spor yayınlarını takip etmediği görülmektedir.

Bu veriler ışığında radyoyu artık bir müzik kutusu olarak konumlandırmanın doğru olacağı savından hareket etmenin doğru

olmadığı söylenebilecektir. Radyonun halen insan sesine ihtiyaç duyulan, programlardan, haber bültenlerinden ve müzik yayınlarından oluşan bir akışa sahip olması gerektiği noktasından hareket etmenin daha doğru olabileceği savının daha güçlü olduğu sonucu da ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’de 1990’lı yıllarda ilk özel radyo yayınlarının başlamasıyla popüler hale gelen ve sunucuların anonslarıyla gerçekleşen program formatlarının yerini, 2010’lu yıllar itibariyle yoğun olarak sunucusuz yayın formatlarının almasının sonuçları bir kez daha değerlendirilmelidir.

Bu sorumuza verilen yanıtlar, dinleyicinin radyoda müzikleri seçen, yayını idare eden ve dinleyici ile iletişim kuran bir insan sesini duymaya devam ettiğini ve halen bu tür yayın formatlarını tercih ettiğini göstermektedir.

Tablo 11: Katılımcıların Nihat’la Muhabbet Programını Dinleme Zamanlarına Göre Dağılımları

NİHAT’LA MUHABBET (NİHAT’LA SİVRİSİNEK) PROGRAMINI NE KADAR ZAMANDIR DİNLİYORSUNUZ?	Çalışma Grubu	
	f	%
1 Yıldan Az	18	3.2
1-3 Yıl	104	18.7
3-5Yıl	83	15
5-7 Yıl	160	28.8
Başladığından Bu Yana	190	34.2
TOPLAM	555	100.0

Nihat Sırdar’ın hazırlayıp sunduğu, Nihat’la Muhabbet ve Nihat’la Sivrisinek adlarıyla yayınlanan programları dinleyenlerin ne kadar zamandır bu yayınları takip ettiği de yine anketimizde sorulmuştur. Yayınları, başladığından bu yana takip edenlerin oranı yüzde 34,2’lik bir

orana ulaşırken, yüzde 28,8’lik bir kitle 5-7 yıl, yüzde 18,7’lik bir kitle 1-3 yıl, yüzde 15’lik bir kitle ise 3-5 yıldır Nihat’la Muhabbet ve Nihat’la Sivrisinek adlarıyla yayınlanan programları takip etmektedir. Bir yıldan az zamandır programı dinleyenlerin oranı ise yüzde 3,2’lik bir kitleye karşılık gelmektedir.

Bu veriler ışığında Nihat Sırdar’ın dinleyicileri ile arasında bir bağ olduğu söylenebilmektedir. Nihat Sırdar’ın hazırlayıp sunduğu programlar, geçtiğimiz yıllar içinde çeşitli radyo istasyonlarında yayın hayatına devam etmiş olmasına rağmen, dinleyicilerinin yüzde 63’lük bir kısmı 5 yıl ve daha fazla zamandır programı takip etmektedir. Bu da radyo istasyonunun değil programcının, radyo dinleme eğilimlerinde etkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 12: Katılımcıların Nihat’la Sivrisinek ve Nihat’la Muhabbet Programlarını Tercih Nedenlerine Göre Dağılımları

NİHAT’LA SİVRİSİNEK VE NİHAT’LA MUHABBET PROGRAMLARINI NEDEN TERCİH EDİYORSUNUZ?	Çalışma Grubu	
	f	%
Gündemi Takip Etmek İçin	144	26.1
Eleştirel Yayınları İçin	202	36.6
Sorunlarımızı Dile Getirdiği İçin	150	27.2
Diğer	56	10.1
TOPLAM	552	100.0

Nihat Sırdar’ın hazırlayıp sunduğu, Nihat’la Muhabbet ve Nihat’la Sivrisinek adlarıyla yayınlanan programları, dinleyicilerin neden takip ettiği de radyonun gücünü tespit etmek istediğimiz anketimizde sorulmuştur. Sorumuza verilen yanıtlarda yüzde 36,6’lık bir dinleyici kitlesinin “eleştirel yayınları için”, yüzde 27,2’lik bir kitlenin “sorunlarımızı dile getirdiği için” yüzde 26,1’lik bir kitlenin ise “gündemi

takip etmek için” Nihat’la Muhabbet ve Nihat’la Sivrisinek programını tercih ettiği tespit edilmiştir.

Bu tercihler dışında “diğer” olarak verilen şıkkı işaretleyenlerin oranı yüzde 10,1’e ulaşmıştır. Güncel müzikleri yayınladığı için Nihat Sırdar’ın programını takip eden bir dinleyici kitlesi ise verilerimize göre mevcut değildir.

Suskunluk sarmalı hipotezine göre bireyler toplumdan yalıtılma korkusuyla hangi kanıların yaygınlaştığını, hangi kanıların gözden düştüğünü öğrenmek için çevrelerinde yaşananları takip etmektedir. Bireyler böylece kendi görüşleri yaygınlaştığı ve dile getirildiği zaman görüşlerini gizlemeden yansıtmaya başlamaktadır (Mutlu, 2012: 291).

Nihat’la Muhabbet programı dinleyicilerinin yüzde 63,8’lik kısmı da eleştirel yayınları ve sorunlarını dile getirdiği için dinlemektedirler. *Suskunluk sarmalı* hipotezine göre bu veriler dinleyicinin benzer eğilimleri nedeniyle Nihat’la Muhabbet programını tercih ettiğini göstermektedir.

Günümüzde medyanın çok seslilikten uzaklaşma eğiliminin güçlendiğine ilişkin eleştirileri de dikkate aldığımızda Nihat’la Muhabbet programı ve *suskunluk sarmalı* hipotezi arasındaki bağ daha da belirgin hale gelmektedir.

Yoğun olarak, eğitim seviyesi yüksek, hayattan beklentileri daha fazla ve toplumun genelinden daha farklı olan dinleyici, toplumsal ve siyasal yaşamda kendisinin tam olarak temsil edilmediği ve medyada da kendisine yer verilmediği savıyla hareket ederek *suskunluk sarmalı*na girebilmektedir.

Ancak özellikle merkez medyanın genel yapısından farklı olarak, Nihat’la Muhabbet programında kendi görüşlerinin de dile getirilmesi bu dinleyici

kitlesinin suskunluk sarmalından çıkmasına ve görüşlerini, eleştirilerini daha özgürce ifade etmesine katkı sağlamaktadır.

Tablo 13: Katılımcıların Nihat’la Muhabbet Programına Katılımlarına Göre Dağılımları

NİHAT’LA MUHABBET PROGRAMLARINA HERHANGİ BİR ŞEKİLDE KATILIMINIZ OLDU MU?	Çalışma Grubu	
	f	%
Telefon	18	3.3
Twitter	261	47.9
Facebook	147	27
Mektup/E-Posta	37	6.8
Diğer	82	15
TOPLAM	555	100.0

Nihat’la Muhabbet programının dinleyicilerine, programa katılımınız oldu mu sorusu da yöneltilmiştir. Bu sorumuz için oluşturulan şıklardan yüzde 47,9’luk oranla Twitter en çok kullanılan mecra olmuştur. Bunu yüzde 27,0 ile Facebook takip etmiş, mektup ve e-posta ile katılım sağlayanların oranı da yüzde 6,8’de kalırken, telefonla katılım sağlayanların oranı ise yüzde 3,3 olmuştur. “Diğer” şikkını işaretleyenlerin oranı ise yüzde 15’e ulaşmıştır.

Nihat Sırdar’ın programla ilgili yaptığı paylaşımların, sosyal medyada üst sıralarda yer alması da bu verileri desteklemektedir. Özellikle cuma günleri “protesto ediyorum” adıyla sosyal medya ortamında dinleyicilerin sorunlarının dile getirildiği başlıkta binlerce ileti yer almaktadır.

Programın dinleyicilerinin yüzde 74,9’luk kısmının programa sosyal medya aracılığıyla katkı sağlamış olması, dinleyicilerin aktif birer sosyal medya kullanıcısı olduğunu göstermektedir.

Geleneksel medyanın çok seslilikten uzaklaşma eğiliminin güçlendiği savının yoğun olarak dile getirildiği bir dönemde sosyal medya, bireylere kendi medya içeriklerini oluşturma ve paylaşma imkanı sunmasıyla önemli bir mecra haline gelmiştir. Bu sorumuza verilen yanıtlarla da geleneksel medyanın bir parçası olan radyo ile sosyal medyanın bir araya getirildiği ve aktif olarak kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 14: Katılımcıların Nihat Sırdar’ın Protesto Eylemine Katılmalarına Göre Dağılımları

NİHAT SIRDAR’IN HANGİ PROTESTO EYLEMİNE (EYLEMCE) KATILDINIZ MI?	Çalışma Grubu	
	f	%
Akaryakıt Zammı Protestosu	326	63.3
Köprü Ücretleri Protestosu	6	1.2
İstanbul Trafiği	47	9.1
Metrobüs	25	4.9
Diğer	111	21.6
TOPLAM	515	100.0

Nihat Sırdar’ın *eylemce* adını verdiği protesto amaçlı eylemlerinden hangisine katıldınız, sorusu da yine programın dinleyicilerine yöneltilen sorulardan biri olmuştur. Bu soruya verilen yanıtlardan özellikle medyaya da çok geniş bir şekilde yansıyan “akaryakıt zammı protestosu” yüzde 63,3 ile birinci sırada yer almıştır.

Yüzde 9,1’lik bir kitle İstanbul’un trafiği ile ilgili soruna dikkat çekmek isteyen eylemlere aktif katılım sağlarken, yüzde 4,9’luk bir kitle metrobüslerde yaşanan sıkıntılara dikkat çeken eylemlere katılım sağlamıştır. Köprü ücretleri ile ilgili protesto eylemine katılanların oranı yüzde 1,2 olurken, diğer protesto eylemlerine katılanların oranı ise yüzde 21,6 olarak gerçekleşmiştir.

Nihat Sırdar'ın hazırladığı radyo programı formatı içinde yer alan protesto eylemlerine katkı sağlamaları suskunluk sarmalı ile ilişkilendirilebilecek bir başka örnektir. Toplumda daha geniş bir kitlenin sorunu olan akaryakıt zammı protestosunda katkı yüzde 63,3'e yükselirken, daha çok İstanbul'da yaşayanların sorunu olarak dikkat çeken metrobüslerde yaşanan sıkıntılarla ilgili eylemlere ancak yüzde 4,9'luk bir katılım sağlanabilmiştir.

Tablo 15: Katılımcıların Nihat Sırdar'ın Programlarında Kendi Protestolarını Dile Getirmelerine Göre Dağılımları

NİHAT SIRDAR'IN PROGRAMLARINDA KENDİ PROTESTOLARINIZI DİLE GETİRDİNİZ Mİ?	Çalışma Grubu	
	f	%
Telefon	3	0.5
Twitter	183	33
Facebook	75	13.5
Mektup/E-Posta	11	2
Hayır Aktif Katkı Sağlamadım	283	51
TOPLAM	555	100.0

Nihat Sırdar'ın programlarında, dile getirilen ve uygulanan protestoların dışında, dinleyicinin kendi protestolarını dile getirip getirmediği yine anketimize katılanlara sorulan sorulardan biri olmuştur. Verilen yanıtlardan, yüzde 51'lik bir kitlenin kendi protestolarını dile getirmediği tespit edilmiştir. Yüzde 33'lük bir kitle sosyal medya platformlarından Twitter'ı kullanarak protestosunu dile getirirken, Facebook aracılığıyla protestosunu dile getirenlerin oranı ise yüzde 13,5'e ulaşmıştır. Telefonla protestosunu dillendirenlerin oranı yüzde 0,5'te kalırken, mektup ve elektronik posta ile protestosunu dile getirenlerin oranı ise yüzde 2,0 olmuştur.

Tablo 16: Katılımcıların Nihat’la Muhabbet’in Konu Başlıklarını Takip Sıklıklarına Göre Dağılımları

NİHAT’LA MUHABBET PROGRAMINDAKİ KONU BAŞLIKLARINI SIKLIKLA TAKİP EDİYORUM.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	13	2.3
Katılmıyorum	13	2.3
Fikrim Yok	11	2
Katılıyorum	228	41.1
Kesinlikle Katılıyorum	290	52.3
TOPLAM	555	100.0

Anketimizin ikinci bölümünde ilk olarak Nihat’la Muhabbet programının konu başlıklarının sürekli takibinin yapılıp yapılmadığı sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya yanıt verenlerin yüzde 52,3’ü kesinlikle katılıyorum yanıtını vererek yoğun bir şekilde takip ettiğini ifade etmiştir. Yüzde 41,1’lik bir bölüm ise katılıyorum yanıtı ile sorumuzu yanıtlamıştır. Böylelikle kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum yanıtları yüzde 93,4 gibi yüksek bir orana ulaşmıştır. Bu soruya yanıt verenlerin yüzde 2,3’ü katılmadığını, yüzde 2,3’ü de kesinlikle katılmadığını ifade ederken, yüzde 2’lik bir kitle ise fikir beyan etmekten kaçınmıştır.

Tablo 17: Katılımcıların Nihat Sırdar’ın Söylediklerine Katılmalarına Göre Dağılımları

PROGRAMDA NİHAT SIRDAR’IN SÖYLEDİKLERİNE KATILIYORUM.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	7	1.3
Katılmıyorum	10	1.8
Fikrim Yok	4	0.7

Katılıyorum	194	35
Kesinlikle Katılıyorum	340	61.3
TOPLAM	555	100.0

Nihat Sırdar'ın dinleyicileri nezdinde bir kanaat önderi olup olmadığının tespiti amacıyla Nihat'la Muhabbet programında söylediği sözlere, düşüncelere dinleyicinin katılıp katılmadığı sorusu da yöneltilmiştir.

Anketimize yanıt verenlerin yüzde 61,3'ü kesinlikle katılıyorum yanıtını verirken, yüzde 35 oranında bir kitle ise katılıyorum yanıtında ortaklaşmıştır.

Böylelikle Nihat Sırdar'ı bir kanaat önderi olarak görüp, söylediği, dile getirdiği düşüncelerle özdeşleştirenlerin oranı yüzde 96,3'e ulaşmıştır. Katılmıyorum yanıtını verenler yüzde 1,8'deyken, kesinlikle katılmıyorum yanıtı verenler ise yüzde 1,3 oranında kalmıştır. Bu sorumuza fikir beyan etmeyenlerin oranı ise yüzde 0,7'dir.

Tablo 18: Katılımcıların Nihat Sırdar'ın Program Konularını Günlük Yaşamlarına Dahil Etmelerine Göre Dağılımları

NİHAT SIRDAR'IN PROGRAM KONULARINI GÜNLÜK YAŞAMIMA DAHİL EDİYORUM.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	6	1.1
Katılmıyorum	25	4.5
Fikrim Yok	43	7.7
Katılıyorum	279	50.3
Kesinlikle Katılıyorum	202	36.4
TOPLAM	555	100.0

Nihat'la Muhabbet programının insanların günlük yaşamına yansiyip yansımaması konusu da yine anketimizin sorularından biri olmuştur. Nihat Sırdar'ın hazırlayıp sunduğu Nihat'la Muhabbet programının konusunu günlük yaşamınıza dahil ediyormusunuz sorusu yüzde 36,4 oranında kesinlikle katılıyorum yanıtıyla karşılık bulmuştur. Katılıyorum yanıtını işaretleyenlerin oranı ise yüzde 50,3 olmuştur.

Bir önceki sorumuzda yer alan Nihat Sırdar'ın kanaat önderi olarak görülmesinde kesinlikle katılıyorum oranı daha yüksekken bu sorumuza verilen yanıtta kesinlikle katılıyorum oranında düşüş olduğu görülmektedir. Ancak yine de Nihat'la Muhabbet programının konusunu günlük yaşamına dahil edenlerin oranı yüzde 86,7 oranındadır.

Bu da Nihat Sırdar ve dinleyicisi arasında kurulan bağ ile ilişkilendirilebilmektedir. Dinleyicileri ile iki yönlü bir iletişim kuran, onların sorunlarını, protestolarını ve eleştirilerini de yayınlarında dile getiren Nihat Sırdar böylece dinleyicisinin büyük kısmının güvenini kazanmaktadır. Ayrıca sanal gerçeklik yerine, sosyal medya başta olmak üzere iletişim kanalları kullanılarak, dinleyicilerin kendi sıkıntısının dile getirilerek, hayatın içinden konulara değinilmesi de dinleyiciyi etkileyen bir başka faktör olarak değerlendirilebilmektedir. Böylece program ve programcı ile bağına güçlendiren dinleyicilerin yüzde 86,7'si Nihat'la Muhabbet programında konuşulan konuları yaşamına dahil etmektedir.

Ancak bu sorumuza katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum yanıtını verenlerin oranı da yüzde 5,6'ya ulaşırken, fikrim yok yanıtını verenlerin oranının ise yüzde 7,7 gibi ciddi bir oranda olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 19: Nihat’la Muhabbet Programı Eğitim Düzeyine Göre Değerlendirme 1

			3-) Nihat Sırdar’ın program konusunu günlük yaşamıma da dahil ediyorum.					Toplam
			1	2	3	4	5	
Mezuniyet Durumu	İlköğretim	Sayı	0	3	0	5	4	12
		% Yüzde Mezuniyet Durumu	0,0%	25,0%	0,0%	41,7%	33,3%	100,0%
	Lisansüstü	Sayı	1	4	9	51	34	99
		% Yüzde Mezuniyet Durumu	1,0%	4,0%	9,1%	51,5%	34,3%	100,0%
	Lise	Sayı	2	4	3	42	32	83
		% Yüzde Mezuniyet Durumu	2,4%	4,8%	3,6%	50,6%	38,6%	100,0%
	Üniversite terk	Sayı	0	0	0	1	0	1
		% Yüzde Mezuniyet Durumu	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Üniversite bitmedi	Sayı	0	0	0	1	0	1
		% Yüzde Mezuniyet Durumu	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Yüksekokul /Lisans	Sayı	3	14	31	179	132	359
		% Yüzde Mezuniyet Durumu	0,8%	3,9%	8,6%	49,9%	36,8%	100,0%
Toplam		Sayı	6	25	43	279	202	555

	% Yüzde						
	Mezuniyet Durumu	1,1%	4,5%	7,7%	50,3%	36,4%	100,0%

Ankete katılanların eğitim seviyelerine göre çapraz tablosunu incelediğimizde bu soruya ilişkin dikkate değer veriler ortaya çıkmıştır. “Nihat Sırdar’ın program konusunu günlük yaşamıma da dahil ediyorum.” şeklinde formüle edilen sorumuza verilen yanıtlarda eğitim seviyesinin artmasına paralel olarak programın yaşama olan etkisinin de arttığı görülmektedir. İlkokul mezunlarında yüzde 25 olan negatif düşünce lisansüstü eğitim alanlarda yüzde 5’e kadar düşmektedir.

Bu durum eğitimin bakış açısına etkisi bakımından önemli bir veri olarak değerlendirilmelidir. Eğitim seviyesi arttıkça enformasyon içeren iletiler daha dikkatli takip edilmekte ve veri alınan ortamlar daha dikkatli olarak seçilmektedir. Bununla birlikte, iletiye ve bu iletileri ileten kişiye olan güven artmaktadır.

Burada aynı zamanda Nihat’la Muhabbet programının ve Nihat Sırdar’ın muhalif kimliğinin de etkisi görülmektedir. Nihat Sırdar’ın hazırladığı radyo programlarının içeriğinde her kesimden kitlelerin sorunlarına yer verilirken, eğitim seviyesi yüksek, yaşamdan beklentileri daha üst düzeyde olan bireylerin sorunları da sıklıkla paylaşılmaktadır. Bu nedenle eğitim seviyesi düştükçe ortaya çıkan, yaşamdan beklentilerin daha alt düzeyde kalması nedeniyle iki kesim arasında bir kırılma noktası oluşmaktadır.

Siyasal katılımlardan, toplumsal olaylara bakış açısına kadar farklı noktalarda kırılmalar yaşayan ve kutuplaşan kitlelerin radyo dinlerken de benzer bir eğilime sahip oldukları görülmektedir. Nihat Sırdar’ın radyo programlarında mevcut sorunlara ilişkin geliştirdiği söylemler ve dinleyicilerin bir kısmından bu yönde gelen iletilerin programda yer bulmasının, dinleyicilerin bir başka bölümü tarafından kabul görmediği söylenebilmektedir.

Tablo 20: Katılımcıların Nihat Sırdar'ın Protesto Amaçlı Eylemlerine Fiilen Katkıda Bulunmalarına Göre Dağılımları

NİHAT SIRDAR'IN PROTESTO AMAÇLI EYLEMLERİNE FİİLEN KATKIDA BULUNUYORUM.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	21	3.8
Katılmıyorum	76	13.7
Fikrim Yok	54	9.7
Katılıyorum	207	37.3
Kesinlikle Katılıyorum	197	35.5
TOPLAM	555	100.0

Nihat'la Muhabbet programının, dolayısıyla radyonun iletişimsel eylem gücünün ölçülmesi konusunda dinleyiciye Nihat Sırdar'ın protesto eylemlerine fiilen katkıda bulunup bulunmadıkları da sorulmuştur.

Yüzde 35,5'lik bir dinleyici kitlesi kesinlikle katılıyorum yanıtını verirken, katılıyorum diyenlerin oranı ise yüzde 37,3 olmuştur. Toplamda fiili destek verenlerin oranı yüzde 70,8'e ulaşmıştır. Protesto eylemlerine katılmadığını belirtenlerin oranı yüzde 13,7'ye ulaşırken, kesinlikle katılmadığını belirtenler yüzde 3,8, fikir beyan etmeyenler ise yüzde 9,7 oranında çıkmıştır.

Nihat Sırdar'ı kanaat önderi olarak görenlerin yüzde 96,3, programın konusunu günlük yaşamına dahil edenlerin oranının yüzde 86,7 olduğu düşünüldüğünde protesto eylemlerine destek verme oranının yüzde 70,8 ile daha düşük olduğu görülmektedir. Bu da başka bir araştırmanın konusu olabilecektir.

Tablo 21: Katılımcıların Nihat’la Muhabbet Programının Gündemi Belirlemesine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

NİHAT’LA MUHABBET PROGRAMI GÜNDEMİ BELİRLİYOR.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	13	2.3
Katılmıyorum	73	13.2
Fikrim Yok	68	12.3
Katılıyorum	251	45.2
Kesinlikle Katılıyorum	150	27
TOPLAM	555	100.0

Radyonun ve Nihat’la Muhabbet programının iletişimsel eylem gücünün ölçülmesi bakımından yöneltilen sorulardan biri de programın dinleyicisinin gündemini belirleyip belirlemediğine ilişkin olmuştur. Verilen yanıtlara göre Nihat’la Muhabbet programının kesinlikle gündemini belirlediğini belirten dinleyici oranı yüzde 27’dir. Katılıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 45,2 olurken, katılmadığını belirtenlerin oranı yüzde 13,2, kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı ise yüzde 2,3 olmuştur. Fikrim yok yanıtını verenler ise yüzde 12,3’lük bir dilime sahiptir.

Nihat’la Muhabbet programının gündemini belirlediğini söyleyenlerin oranı toplamda yüzde 72,2’ye ulaşmıştır. Bir önceki sorumuzda yer alan protesto eylemlerine destek verme oranının yüzde 70,8 olması oranıyla karşılaştırıldığında benzer sonuçlar çıkmaktadır.

Tablo 22: Katılımcıların Nihat'la Muhabbet Programının Hassasiyet Sağlamasına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

NİHAT'LA MUHABBET PROGRAMI HASSASİYET SAĞLIYOR.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	6	1.1
Katılmıyorum	7	1.3
Fikrim Yok	19	3.4
Katılıyorum	221	39.8
Kesinlikle Katılıyorum	302	54.4
TOPLAM	555	100.0

Dinleyiciye Nihat'la Muhabbet programında yer alan konuların topluma ulaşip ulaşmadığı yani mesajın etkili olup olmadığının ölçülmesi konusunda da bir soru yöneltilmiştir. Nihat'la Muhabbet programı hassasiyet sağlıyor sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 54,4 olurken, katılıyorum yanıtını verenlerin oranı da yüzde 39,8 olmuştur. Nihat'la Muhabbet programında yer alan konuların toplumda hassasiyet yarattığını düşünenlerin oranı toplamda yüzde 94,2 oranına ulaşmaktadır.

Programın toplumda hassasiyet yaratmadığını düşünenlerin oranı ise yüzde 2,4'te kalırken, fikrim yok yanıtını verenler ise yüzde 3,4 oranına karşılık gelmiştir.

Nihat'la Muhabbet radyo programının toplumda hassasiyet sağladığına ilişkin katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranı cinsiyet ayrımı gözetilmeksizin hesaplandığında yüzde 94,2 oranında hassasiyet sağladığı verisi ortaya çıkmaktadır. Ancak cinsiyetler arası incelemeler yapıldığında hassasiyet yaratıyor diyenlerin oranı her iki cinsiyette de yakın bir oranı yakalamıştır. Kesinlikle hassasiyet yarattığını düşünenlerin

oranı ise kadınlarda yüzde 60,3'e ulaşırken, erkeklerde bu oran yüzde 50,2'de kalmıştır.

Bu durum özellikle, Türkiye'nin 2000'li yılların ortasından itibaren konuşmaya başladığı mahalle baskısı konusunun kadınlar üzerinde daha etkili olduğunu gösteren bir veri olarak değerlendirilebilecektir. Çünkü toplumda yaşanan kutuplaşma daha çok kadın üzerinden yürümekte ve taraflar arasında gerçekleşen tartışmalarda kadın esas öge konumuna dönüşmektedir. Bu durum kadının hem metalaşması sonucunu doğurabileceği gibi hem de kadının toplumdaki ve kamusal alandaki yerini her geçen gün daraltan bir gelişmeye dönüştürmektedir.

Kadınların yaşanan gelişmelerden daha çok etkilendiği düşünülürse, endişeli kadınların toplumsal hassasiyet sağladığını düşündükleri Nihat'la Muhabbet programını daha dikkatli olarak takip ettikleri sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 23: Nihat’la Muhabbet Programı Cinsiyete Göre Değerlendirme 3

			Nihat’la Muhabbet programı hassasiyet sağlıyor.					
			1	2	3	4	5	Toplam
Cinsiyet	Erkek	Sayı	5	7	14	134	161	321
		% Yüzde Cinsiyet	1,6%	2,2%	4,4%	41,7%	50,2%	100,0%
	Kadın	Sayı	1	0	5	87	141	234
		% Yüzde Cinsiyet	0,4%	0,0%	2,1%	37,2%	60,3%	100,0%
Toplam		Sayı	6	7	19	221	302	555
		% Yüzde Cinsiyet	1,1%	1,3%	3,4%	39,8%	54,4%	100,0%

Tablo Hata! Belgede belirtilen stilde metne rastlanmadı.-24: Katılımcıların Nihat Sırdar’ı Her Protestosunda Haklı Bulmalarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

NİHAT SIRDAR’I HER PROTESTOSUNDA HAKLI BULUYORUM.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	6	1.1
Katılmıyorum	25	4.5
Fikrim Yok	20	3.6
Katılıyorum	194	35
Kesinlikle Katılıyorum	310	55.9
TOPLAM	555	100.0

Nihat’la Muhabbet programında yer alan protesto eylemlerini haklı buluyor musunuz sorusuna verilen yanıtlarda kesinlikle katılıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 55,9’a ulaşırken, katılıyorum yanıtını

verenlerin oranı ise yüzde 35,0 olmuştur. Böylece Nihat'la Muhabbet programı dinleyicilerinin yüzde 90,9'unun programda yer alan protesto eylemlerini haklı bulduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Protesto eylemlerine fiili destek verenlerin oranının yüzde 70,8 olduğunun tespit edildiği sorumuzla kıyaslandığında fikri olarak protesto eylemlerine destek veren kitlenin 20,1 puanlık kısmının fiili protestoya destek vermediği ortaya çıkmaktadır.

Tablo 25: Katılımcıların Nihat'la Muhabbet Programında Yer Alan Eylemlerin Gündem Yarattığına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

NİHAT'LA MUHABBET PROGRAMINDA YER ALAN EYLEMLER GÜNDEM YARATIYOR.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	8	1.4
Katılmıyorum	52	9.4
Fikrim Yok	76	13.7
Katılıyorum	253	45.6
Kesinlikle Katılıyorum	166	29.9
TOPLAM	555	100.0

Nihat'la Muhabbet programında yer alan eylemlerin gündem yarattığına kesinlikle katılanların oranı yüzde 29,9 olurken, katılanların oranı ise yüzde 45,6 olmuştur. Toplamda yüzde 75,5'lik bir kitle Nihat'la Muhabbet programının gündem yarattığını düşünmektedir. Programın gündem yaratmadığını düşünenlerin oranı ise yüzde 10,8 çıkarken, fikrim yok diyenler ise yüzde 13,7'lik bir orana ulaşmıştır.

Böylece bir önceki soru ile kıyaslandığında yüzde 90,9'luk bir Nihat'la Muhabbet programı dinleyici kitlesi protesto eylemlerini haklı bulurken,

bu eylemlerin gündem yarattığını düşünenlerin oranı ise 15,4 puan daha düşük çıkmaktadır.

Fiili olarak protesto eylemlerine destek verenlerin oranının yüzde 70,8 olarak tespit edildiği sonucu çıkan sorumuzla kıyaslandığında, fikri olarak destek veren dinleyici oranı yüzde 90,9 olurken bunun gündem yaratacağı kabulüne sahip dinleyici yüzde 75,5'e düşmekte, bunun da etkisiyle fiili destek verenlerin oranı da yüzde 70,8'de kalmaktadır.

Tablo 26: Katılımcıların Nihat'la Muhabbet Programında Yer Alan Eylemlerin Sonuç Odaklı Çözümler Üretmesine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

NİHAT'LA MUHABBET PROGRAMINDA YER ALAN EYLEMLER SONUÇ ODAKLI ÇÖZÜMLER ÜRETİYOR.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	18	3.2
Katılmıyorum	136	24.5
Fikrim Yok	133	24
Katılıyorum	192	34.6
Kesinlikle Katılıyorum	76	13.7
TOPLAM	555	100.0

Diğer sorularımızla kıyaslandığında Nihat'la Muhabbet programı dinleyicisi fikri olarak protesto eylemlerine destek verirken, bu eylemlerin gündem yarattığı konusunda bir miktar tereddüt yaşamakta, eylemlere fiilen destek verme oranları biraz daha düşük olurken, bu eylemlerin sonuç odaklı çözüm ürettiği konusuna ise dinleyicilerden yarısı ancak net olarak evet diyebilmektedir.

Burada da yine medyanın genel yapısının eleştirel görüşlere ve farklı toplumsal kesimlerin yaşadığı olumsuzluklara yeterli düzeyde yer vermediği eleştirilerinin bir etkisinin de olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 27: Katılımcıların Nihat Sırdar’ın Siyasi Düşüncelerine Katılmalarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

NİHAT SIRDAR’IN SİYASİ DÜŞÜNCELERİNE KATILYORUM.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	17	3.1
Katılmıyorum	16	2.9
Fikrim Yok	46	8.3
Katılıyorum	201	36.2
Kesinlikle Katılıyorum	275	49.5
TOPLAM	555	100.0

Nihat’la Muhabbet programından, biraz daha özelleştirilerek Nihat Sırdar ile dinleyici arasında oluşan bağ konusunda programcının siyasi görüşlerinin etkili olup olmadığı da ölçülmek istenmiştir. Bu kapsamda “Nihat Sırdar’ın siyasi düşüncelerine katılıyorum” şeklinde formüle edilen sorumuza yüzde 49,5’lik bir kitle kesinlikle katılıyorum yanıtı ile karşılık verirken, yüzde 36,2’lik bir dilim ise katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılmıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 2,9 olurken, kesinlikle katılmıyorum diyenlerin oranı yüzde 3,1 olarak gerçekleşmiş, fikrim yok yanıtını verenler ise yüzde 8,3’e ulaşmıştır.

Böylece fikri olmayanlar dahil edilmediğinde dahi Nihat Sırdar’ın siyasi düşüncesi ile bağ kuran dinleyicisinin oranının yüzde 85,7’ye ulaştığı görülmektedir.

Tablo 28: Katılımcıların Fikirlerine Nihat Sırdar'ın Yön Veren Kişiler Arasında Bulunmasına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

NİHAT SIRDAR FİKİRLERİME YÖN VEREN KİŞİLER ARASINDADIR.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	16	2.9
Katılmıyorum	105	18.9
Fikrim Yok	57	10.3
Katılıyorum	240	43.2
Kesinlikle Katılıyorum	137	24.7
TOPLAM	555	100.0

Nihat Sırdar'ın, dinleyicisinin fikirlerine yön veren isimlerden olup olmadığı konusu da “Nihat Sırdar, fikirlerime yön veren kişiler arasındadır.” şeklinde formüle edilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlarda ise kesinlikle katılıyorum oranı yüzde 24,7 çıkarken, katılıyorum yanıtını verenler ise yüzde 43,2 olmuştur. Katılmıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 18,9 çıkarken, kesinlikle katılmıyorum diyenlerin oranı yüzde 2,9'a, fikrim yok diyenlerin oranı ise yüzde 10,3'e ulaşmaktadır.

Daha önceki sorulan sorularımızda Nihat Sırdar'ın Nihat'la Muhabbet programında söylediği sözlere, düşüncelere dinleyicinin katılıp katılmadığı sorusuna, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 96.0'nın üzerinde çıkarken, fikirlere yön verme konusunda yüzde 67,9 oranında kaldığı görülmektedir. Bu aradaki fark ayrı bir araştırmanın konusu olarak görülerek üzerine çalışılması gerekmektedir.

Tablo 29: Katılımcıların Radyonun İnsanların Eylemlerine Ve Düşüneceği Konulara Yön Vereceğine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

RADYONUN İNSANLARIN EYLEMLERİNE VE DÜŞÜNECEĞİ KONULARA YÖN VERDİĞİNİ DÜŞÜNÜYORUM.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	5	0.9
Katılmıyorum	38	6.8
Fikrim Yok	46	8.3
Katılıyorum	293	52.8
Kesinlikle Katılıyorum	173	31.2
TOPLAM	555	100.0

Nihat Sırdar ve Nihat'la Muhabbet programı özelinden, radyonun iletişimsel eylem gücünün ortaya konulması bakımından önemli olan genel sorulardan ilki “Radyonun insanların eylemlerine, düşünceği konulara yön verdiğini düşünüyorum.” şeklinde formüle edilmiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 31,2 olurken, katılıyorum yanıtını verenler yüzde 52,8 olmuş, katılmadığını belirtenler yüzde 6,8, kesinlikle katılmıyorum diyenler yüzde 0,9, fikrim yok diyenler ise yüzde 8,3'lük dilimlerin sahibi olmuştur.

Böylece “Radyonun insanların eylemlerine, düşünceği konulara yön verdiğini düşünüyorum.” sorusuna kararsızlar dağıtılmadan katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranı yüzde 84,0 olarak ölçülmüştür. Bu durum radyonun iletişimsel eylem gücünün halen devam ettiğinin bir göstergesi olarak değerlendirilmelidir.

Tablo 30: Katılımcıların Nihat’la Sivrisinek/Muhabbet Programının Siyasal Katılımı Arttırmasına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

NİHAT’LA SİVRİSİNEK/MUHABBET PROGRAMI SİYASAL KATILIMI ARTTIRIYOR.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	4	0.7
Katılmıyorum	65	11.7
Fikrim Yok	75	13.5
Katılıyorum	267	48.1
Kesinlikle Katılıyorum	144	25.9
TOPLAM	555	100.0

Nihat’la Muhabbet programı dinleyicilerine yöneltilen sorulardan biri de programın siyasi katılımı artırıp artırmadığına yönelik olmuştur. “Nihat’la Sivrisinek ve Nihat’la Muhabbet siyasal katılımı arttırıyor.” şeklinde formüle edilen sorumuza yüzde 25,9’luk bir dilim kesinlikle katılıyorum yanıtını verirken, katılıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 48,1’lik bir dilim katılıyorum demiştir. Katılmıyorum diyen dinleyicilerin oranı yüzde 11,7 olarak gerçekleşmiş, kesinlikle katılmıyorum diyenler ise yüzde 0,7’lik bir kitleye karşılık gelmiş, fikrim yok diyenler ise yüzde 13,5’lik bir dilimi oluşturmuştur.

Toplamda yüzde 74,0 oranına denk gelen dinleyici kitlesi Nihat’la Sivrisinek ve Nihat’la Muhabbet programının siyasi katılımı arttırdığı konusunda birleşmiştir. Bu sonuç hem programın gücünü hem de radyonun iletişimsel eylem gücü açısından etkisini gösteren bir başka veri olarak kabul edilmelidir.

Tablo 31: Katılımcıların Nihat’la Muhabbet Programında Söyleyemediklerini Söyleyebilmelerine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

NİHAT’LA MUHABBET PROGRAMINDA SÖYLEYEMEDİKLERİMİZİ SÖYLEDİĞİ İÇİN DİNLİYORUM.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	8	1.4
Katılmıyorum	33	5.9
Fikrim Yok	16	2.9
Katılıyorum	206	37.1
Kesinlikle Katılıyorum	292	52.6
TOPLAM	555	100.0

Radyonun iletişimsel eylem gücü ve Nihat’la Muhabbet programının bu güce etkisini ölçerken bir başka soru ise “Nihat’la Muhabbet Programı’nı söyleyemediklerimizi söylediği için dinliyorum.” şeklinde formüle edilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlar ise yüzde 52,6 ile kesinlikle katılıyorum ve yüzde 37,1 oranında katılıyorum oranıyla sonuçlanmıştır. Bu soruya olumsuz yanıt verenlerin oranı ise yüzde 5,9 ile katılmıyorum ve yüzde 1,4 oranı ile kesinlikle katılmıyorum olarak gerçekleşirken, fikrim yok yanıtını verenlerin oranı ise yüzde 2,9 olmuştur.

Böylece “Nihat’la Muhabbet Programı’nı söyleyemediklerimizi söylediği için dinliyorum.” diyenlerin oranı fikrim yok diyenler dağıtılmadan yüzde 89,7 olarak ölçülmüştür. Bu sonuç hem Nihat’la Muhabbet programının hem de radyonun iletişimsel eylem gücünün devam ettiğine ilişkin bir başka veri olarak değerlendirilmelidir.

Tablo 32: Katılımcıların Radyo Yayıncılarından Beklentilerine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

RADYO YAYINLARI HALKIN SORUNLARINA DİKKAT ÇEKMELİ OLUMSUZLUKLARA KARŞI MUHALEFET EDEBİLMELİDİR.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	4	0.7
Katılmıyorum	5	0.9
Fikrim Yok	7	1.3
Katılıyorum	118	21.3
Kesinlikle Katılıyorum	421	75.9
TOPLAM	555	100.0

Anketimizin bu bölümünde ise dinleyicinin radyo yayıncılarından beklentileri öğrenilmek istenilmiş ve bu kapsamda sorulan ilk soru “Radyo yayıncıları halkın sorunlarına dikkat çekmeli, olumsuzluklara karşı muhalefet edebilmelidir.” şeklinde formüle edilmiştir.

Dinleyicilerin yüzde 75,9’luk bir bölümü bu soruya kesinlikle katılıyorum yanıtını verirken, yüzde 21,3’lük bir dilim ise katılıyorum yanıtını vermiştir. Bu düşünceye katılmadığını belirtenlerin oranı yüzde 0,9 olarak ölçülürken, kesinlikle katılmıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 0,7, fikrim yok yanıtını verenlerin oranı ise yüzde 1,3 olarak ölçülmüştür.

Bu soruya verilen yanıtlardan, yüzde 97,2’lik bir kitlenin “Radyo yayıncıları halkın sorunlarına dikkat çekmeli, olumsuzluklara karşı muhalefet edebilmelidir” dediği sonucu çıkmaktadır. Bu veri Nihat Sırdar’ın söylediklerine katıldığını belirtenlerin oranının yüzde 96,3 çıkması ile benzerlik göstermektedir.

Tablo 33: Katılımcıların Radyo Programlarında Sadece Bilgi Verilmesine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

RADYO YAYINLARINDA SİYASİ VE TOPLUMSAL KONULAR KONUŞULMAMALI SADECE BİLGİ VERİLMELİ, EĞLENDİRMELİDİR.	Çalışma Grubu	
	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	368	66.3
Katılmıyorum	114	20.5
Fikrim Yok	2	0.4
Katılıyorum	30	5.4
Kesinlikle Katılıyorum	41	7.4
TOPLAM	555	100.0

Bir önceki sorunun karşıtı olan ve “Radyo yayınlarında siyasi ve toplumsal konular konuşulmamalı, sadece bilgi verilmeli, eğlendirmelidir.” şeklinde formüle edilen soruya ise kesinlikle katılmıyorum diyenlerin oranı yüzde 66,3 olmuştur. Aynı soruya katılmıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 20,5, katılıyorum yanıtını verenlerin oranı yüzde 5,4, kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranı ise yüzde 7,4 olarak ölçülmüştür.

Bu soruya olumsuz yanıt verenlerin oranı kararsızlar dağıtılmadan toplamda yüzde 88,8 olarak gerçekleşmiştir. Yani bu kitle radyo yayınlarında bilgi ve eğlenceden daha ağırlıklı olarak siyasal ve toplumsal konulara eğilmesi gerektiği görüşünde birleşmektedir.

5. Sonuç

Show Radyo’da her sabah Nihat’la Muhabbet, akşam saatlerinde ise Nihat’la Sivrisinek adıyla yayınlanan programları hazırlayan ve sunan radyo programcısı Nihat Sırdar’ın dinleyicileri ile sosyal medya üzerinden *Radyonun İletişimsel Eylem Gücü: Sabah Kuşakları* başlıklı bir anket gerçekleştirilmiştir.

Anket çalışmasına katılanlardan yukarıdaki tablolarda da şekillendirildiği üzere çok yüksek oranda bir kitle Nihat Sırdar'ı kanaat önderi olarak görmektedir. Çok yüksek oranda bir yüzdelik dilimi, beyaz yakalı olarak tabir edilen ve orta yaş kuşağında yer alan Nihat'la Muhabbet programı dinleyicisinin bu programı tercihinde, eğlence ve müziğin daha az yer aldığı bir talk show programı olması ve her ortamda söylenemeyen, bir süre sonra *suskunluk sarmalı* benzeri bir yapıya dönüşmesi dolayısıyla yalnızlaşma hissi veren duygulara hitap etmesi etkili olmaktadır.

Yine büyük bir dinleyici kitlesi, Nihat Sırdar'ın yayınlarındaki protesto eylemlerini ve programda hassasiyet gösterilerek dile getirilen sorunları günlük yaşamına da taşımakta, evde, iş yerinde ve çevresinde insanların bulunduğu ortamlarda yeniden dile getirmektedir.

Burada enformasyonun hem yeniden üretilmesi hem de yayın içeriğinin etkisinin dinlemeyenlere de uzanmasına katkı sağlamaktadır.

Yine dinleyicilerin büyük bir kesiminin radyoda müzik ve eğlence yerine genel sorunlara eğilen programlara yer verilmesini istediği sonucu anket çalışmasına yansımıştır.

Nihat'la Muhabbet programı dinleyicisinin yine yarısından fazlasının fm radyo alıcısı kullandığı ve sosyal medyayı, sosyal medya içinde de Facebook'u yoğun oranda kullandığı teknik veriler olarak yansımıştır.

Nihat'la Muhabbet programının dinleyicileri ile programın resmi Facebook hesabı üzerinden gerçekleştirilen anket çalışması *Radyonun İletişimsel Eylem Gücü: Sabah Kuşakları* başlıklı çalışmada da savunulduğu gibi radyonun güçlü bir kitle iletişim aracı olduğunu ve tarihsel süreç içerisinde sahip olduğu iletişimsel eylem gücünü halen koruduğu fikrini desteklemektedir.

Özellikle halkın genel sıkıntılarını dile getiren ve günümüzün koşulları içinde teknolojiyi de kullanarak sosyal medya ortamında dikkat toplayan radyo programları yoğun dinlenme oranlarına sahip olmaktadır.

Bu etki sadece radyo yayını dinleyen kişileri değil, dinleyicilerin çevresindeki kitlelere de seslenmekte, böylece verilen enformasyonun ve mesajın etkisi daha da artmaktadır.

Günümüzde geline noktada artık 1930'lu yıllarda ABD'yi uzaylıların istila ettiği konusundaki fantastik yayınlar kitleleri sokağa dökemeyecek uzaklıktadır, ancak yaşamın içinden konuların mizahla harmanlanarak dinleyiciye aktarılması ve halkla ilişkilerin son aşaması olan *iki yönlü simetrik modeli* yansıtan karşılıklı etkileşim noktasında radyonun yerini daha da önemli kılmaktadır.

Televizyon ve bilgisayar destekli olarak ilerleyen sosyal medyanın ortaya çıkması ile her ne kadar gündemin gerisinde kaldığı düşünülse de radyonun iletişimsel gücü halen devam etmekte ve Nihat'la Muhabbet programı, Nihat Sırdar ve dinleyicileri bu konuda önemli veriler sunmaktadır.

Radyo yayıncıları, halkla ilişkilerin son evresi olan, profesyonel çalışmalara imza atan kurumsal yapıların tercih ettiği ve karşılıklı ileti alışverişine olanak sağlayan *iki yönlü simetrik model* çalışmalarını uyguladıkları, teknolojinin tüm olanaklarını kullanarak, mesajlarını doğru olarak aktarabilecekleri sosyal medya ortamını kullanabildikleri sürece radyonun siyasal ve iletişimsel eylem gücünün devamını sağlayabileceklerdir.

Kitleler bakımından değerlendirildiğinde ise başkaları tarafından hazırlanan ve kendi görüşlerine de yer vererek şekillenen yani kısacası karşılıklı etkileşimi sağlayan radyo yayınları devam ettiği sürece, radyonun iletişimsel eylem gücünün devamının bir tarafı olarak varlıklarını sürdürmeye devam edeceklerdir. Bu da iletişim bilimlerinin

farklı disiplinlerinin uyumlu çalışmasıyla ve iletiyi gönderenle iletiyi alan yapı arasındaki tüm evrelerin dikkatle incelenerek elde edilen verilerin doğru değerlendirilmesiyle mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

- [1] **Akarcalı, S.** (2003). Radyo ve Televizyonda Türk Dış Yayınları. Ankara: İmaj Yayıncılık.
- [2] **Aziz, A.** (2015). Siyasal İletişim. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [3] **Balta Peltekoğlu, F.** (2012). Halkla İlişkiler Nedir?. İstanbul: Beta Yayınevi.
- [4] **Baran, M.** (2014). Siyasal İletişim Çalışmalarında Yeni Medya Teknolojilerinin Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- [5] **Baysal, S.** (2010). Siyasal İletişimde Bir Halkla İlişkiler E- Ortamı Olarak Sosyal Ağların Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi.
- [6] **Cankaya, Ö.** (2000). İstanbul Radyosu Anılar Yaşantılar. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- [7] **Kazancı, M.** (2009). Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler. Ankara: Turhan Kitabevi.
- [8] **Köker, E.** (2016). Politikanın İletişimi İletişimin Politikası (2. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- [9] **Kurban, S.** (2010). Siyasal İletişim Açısından Seçim Kampanyalarının Yürütülmesi Sürecinde Yazılı ve Görsel İletişim Unsurlarının Rolü - 19 Nisan 2009 Kıbrıs Genel Seçimlerinde UBP Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, İstanbul. Erişim Tarihi: 16 Mayıs 2015 <http://abys.marmara.edu.tr/>
- [10] **Mutlu, E.** (2004). İletişim Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- [11] **Mutlu, E.** (2012). İletişim Sözlüğü (6. Baskı). Ankara: Sofos.
- [12] **Öztamur, D., Özçağlayan, M.** (2013). 2011 Genel Seçimleri Sürecinde Yazılı Basının Siyasal İletişim Yönünden İncelenmesi. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl 2013, Cilt 10, Sayı 23, S. 273-312. Hatay.

- [13] **Topbaş, H.** (2010). David Easton'un Siyasal Sistem Teorisi Bağlamında Türkiye'de Siyasal İletişim ve Siyasal Katılma (Erzurum Seçmeni Üzerine Bir Araştırma). Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Bahar 2010 Sayı: 30, Sayfa: 82-112. Erişim Tarihi: 8 Haziran 2015. <ilet.gazi.edu.tr/posts/download?id=13452>
- [14] **Ülger, G.** (2015) Propaganda Algı, İdeoloji ve Toplum İnşasına Dair İncelemeler. İstanbul: Beta Yayınları.
- [15] **www.rtuk.org.tr**

ÖZGEÇMİŞ

Adı-Soyadı: Hayri ÇELEBİ

Doğum Tarihi ve Yeri: 1990 / KIRIKKALE

E-posta: celebihayri@gmail.com

İlköğretim ve lise eğitimini Ankara'da tamamladıktan sonra 2007 yılında Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo-Tv ve Sinema Bölümü'nü kazandı. 2011 yılında lisans eğitimini tamamladı. Eğitim yaşamı devam ederken TRT yapımlarında sunucu-spiker, yapım ve yönetmen yardımcılığı ve muhabirlik gibi görevlerde bulundu. Kısa süre Star Tv ve TV8'de muhabirlik yaptı. 2011 yılı sonunda İstanbul'da uluslararası bir yayın kuruluşunda editör-spiker olarak çalışmaya başladı. 2015 yılından itibaren Ankara Üniversitesi'nde Sözleşmeli Öğretim Görevlisi olarak çalışan Hayri Çelebi, aynı zamanda spikerlik ve sunuculuk üzerine çalışmalarını da yürütmektedir.

