

TÜRKİYENİN EN ÇOK DİNLENEN 10 RADYOSUNUN FACEBOOK KULLANIMI

Ufuk İNAL¹, Elif ŞEVİK²

ÖZ

Kitle iletişim araçları her geçen gün farklı bir yapıya bürünmektedir. Uzak ile iletişime geçmek için bir zamanlar ateşin kullanıldığı düşünüldüğünde, son yüzyıldaki gelişmelerin önemi şartıcı derecede büyüktür. Günümüz iletişim sistemleri bireylerin cep telefonları, bilgisayarlar ve farklı mobil aygıtlar kanalıyla internet destekli platformlar sayesinde aynı anda birçok yerde etkin olarak bulunabilmesini mümkün kılmaktadır. Facebook, Twitter ve Instagram gibi kullanım amaçlarının ve yöntemlerinin farklılaştığı bu platformlar dünyanın farklı yerlerinden milyarlarca kullanıcıya sahiptir. Genel olarak sosyal platformlar olarak bilinen bu yapılar sadece bireylerin değil kurum ve kuruluşların da faydalanabileceği çeşitli olanaklar sunmaktadır. Bugün bakıldığında birçok kurum ve kuruluşun sosyal platformlarda yer aldığı görülmektedir. Yapılarına göre bu kurum ve kuruluşların sosyal platformları kullanış amaçları ve şekilleri değişkenlik göstermektedir. Sosyal platformların kitle iletişimindeki etkisini gösteren yegâne örnek kitle iletişim araçlarının bu platformları kullanmasıdır. Bu çalışmada en eski kitle iletişim araçlarından biri olan radyonun bu yapıları hangi ölçüde, hangi etkiyle ve hangi amaçla kullandığı konusu üzerinde durulmuştur. Bu doğrultuda Türkiye’de kullanıcı potansiyeli ve sıklığı açısından diğer sosyal platformlardan önde görünen Facebook’ta, Türkiye’nin en çok dinlenen 10 radyosunun kullanım şekilleri incelenmiştir. Bununla birlikte belirlenen radyoların Facebook profil kullanıcıları ve içerik oluşturma biçimleri üzerinde durulmuştur. Son olarak ise radyoların dinlenme oranları ve Facebook hareket döğümleri arasındaki bağlantı sorgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Radyo, Facebook, Facebook Kullanımı

¹Araştırma Görevlisi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı , ufuk.inal(at)omu.edu.tr

²Halkla İlişkiler ve Yeni Medya Uzmanı, elifsevik(at)gmail.com.tr

TURKEY'S MOST POPULAR 10 RADIO STATIONS FACEBOOK USAGE

ABSTRACT

Mass media is becoming a different structure day by day. When thinking about the use of fire for communicating with the distant, it is surprising that the development of the last century is remarkable. Today's communication systems make it possible for individuals to be active in many places at the same time thanks to mobile phones, computers and different mobile devices, channels and internet-enabled platforms. These platforms, such as Facebook, Twitter, and Instagram, have different billions of users from different parts of the world. These structures, which are generally known as social platforms, offer various possibilities not only for individuals but also for institutions and organizations. Today, many institutions and organizations appear to be on social platforms. According to the constructs, the social platforms of these institutions and organizations have varying purposes and forms of use. The sole example of the influence of social platforms in mass communication is the use of these platforms by mass media. In this study, it was emphasized the issue of the extent to which the radion, one of the oldest mass communication tools, used which effect and for what purpose. In this direction, the usage patterns of 10 most heard radio in Turkey are examined in Facebook, which is ahead of other social platforms in terms of user potential and frequency in Turkey. Meanwhile, Facebook profiles usage and content creation styles of the radios are determined. Finally, the link between the rest of the radios and the Facebook movement breakdown was questioned.

KeyWords: Radio, Facebook, Facebook Usage

İnal, Ufuk. Şevik, Elif. "Türkiyenin En Çok Dinlenen Çok Dinlenen 10 Radyosunun Facebook Kullanımı". *ulakbilge* 5. 9 (2017): 199-230

İnal,U. Şevik, E. (2017). Türkiye'nin En Çok Dinlenen Çok Dinlenen 10 Radyosunun Facebook Kullanımı. *ulakbilge*, 5 (9), s.199-230.

Giriş

Her geçen gün yeni bir teknolojik gelişme ile yüzleşmek durumunda olduğumuz günümüz toplumunda internet ve bilgisayar teknolojilerinin yeri giderek önemli boyutlara ulaşmaktadır. Son dönemde giderek hızlanan bu gelişmeler bireyleri yeni alışkanlıklara zorlamakta, gelişmelere uyum sağlamayı mecburi hale getirmektedir. Bireyleri etkileyen bu değişim ve gelişim süreci doğal olarak kurum ve kuruluşları da içine alarak genişlemiştir.

Günümüzde sanal platformlar çatısı altında var olan bireyler ve kurumlar bu ortamların sınırları ölçüsünde kolayca iletişime geçebilmektedirler. Bu durum internet çağına kadar mesaj veren konumunda yer alan kitle iletişim araçlarının Web 2.0 ile birlikte aynı zamanda alıcı konumuna geçmesini olanaklı hale getirmiştir. Bu doğrultuda en eski kitle iletişim araçlarından biri olan radyonun bu platformlarda ne şekilde yer aldığı önem arz etmektedir.

Bu araştırmada Ulusal Radyo Yayıncıları Derneği'nin (URYAD) 2015 yılının Kasım ayında belirlemiş olduğu Türkiye'nin en çok dinlenen radyoları sıralaması baz alınarak, radyo istasyonlarının Facebook kullanımları incelenmiştir. Çalışmada Facebook'un seçilmesinin nedeni Türkiye'de en fazla kullanılan sosyal platform olduğunun kanıtlanmasıdır. Araştırmanın süresi bir haftadır. Araştırmanın yapıldığı dönem ise önemli gün ve olayı içerisinde barındırmayan 5 Ocak- 11 Ocak tarihleridir. Bu dönemin seçilmesinin önemli bir diğer nedeni ise bazı radyo istasyonlarının Facebook'ta girdikleri iletileri belli bir süre sonra silmeleridir. Yapılan incelemede bir radyo sayfasında 31 Aralık ve 4 Ocak arasındaki ileti geçmişinin silindiği fark edilmiştir. Bu sebeple çalışmanın verileri 12 şer saat arayla kontrol edilerek hesaplanmıştır. Sonuçların kısa süre arayla takip edilmesinin bir başka nedeni ise gelen tepki içerikli mesajların edite edilmeden raporlanabilmesidir. Bu kapsamda araştırmadan nesnel sonuçlar elde edildiği düşünülmektedir.

Araştırma Soruları

Radyo istasyonlarının dinlenme oranları ve Facebook sayfalarındaki beğenilme oranları arasında bir bağ var mıdır?

İncelenen radyo Facebook sayfaları arasında ortak bir kullanım politikası var mıdır?

İncelenen radyoların Facebook sayfaları ve yayın politikaları arasında üretilen içerikler açısından bir bağ var mıdır?

Radyo Yayıncılığı

Radyo en temel hatlarıyla bir çeşit ses aktarım cihazıdır. Radyo, bir insanın diğeriyle konuşması gibi basit bir işlevi çeşitli elektronik sistemler vasıtasıyla kitlesel boyutlara dönüştüren sistemik bir yapının ürünüdür. Bu sistemin yapı taşı sestir. Ses havadaki titreşimlerden oluşmaktadır. Bir saniyelik bir titreşim sonucu sesin frekansı elde edilmektedir. Frekanslar saniyelik devirler olarak ölçümlenmektedir ve daha çok Hertz olarak adlandırılmaktadır. Kısaltılmışı Hz. olarak gösterilirken, bin tanesi kilohertz (kHz), bir milyon tanesi ise megaHertz (mHz) şeklinde adlandırılmaktadır. Ses dalgası dolaşım için havaya gereksinim duymakta iken radyo dalgaları frekans ve dalga boyu gibi elektromanyetik bir sistem ile yayılmaktadır (Kaye, Prpperwell, 1995: 16- 18).

Radyo ile ilgili ilk gelişmeler 1960'lı yıllarda ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu alandaki en önemli buluşlar 1960- 64 yılları arasında İngiliz James Maxwell tarafından gerçekleştirilmiştir. Maxwell, elektromanyetik dalgaları keşfetmiş ve sesin bu dalgalar vasıtasıyla aktarılabilceğini ortaya koymuştur. Bunun üzerine çalışan Alman Heinrich Hertz 1880'lerde bu görüşü kanıtlamıştır. 1895'te ise İtalyan Guglielmo Marconi, bu çalışmaların devamında elektromanyetik dalgalarla insan sesinin uzak mesafelere ulaştırılmasını sağlamıştır. 1907 yılında telsizi bulan Marconi, bu vasıta ile Amerika'da kıtalar arası insan sesi aktarımını gerçekleştirmiştir. Aynı yıl Fransız Lee de Forest ses sinyallerinin devamlılığını sağlayarak radyo yayıncılığına geçişi sağlamıştır. Bilinen ilk düzenli radyo yayıncılığının 1920'lerde Pittsburg'da KDVK adlı radyo kanalıyla başladığı bilinmektedir (Aziz, 2012: 5- 6).

Radyonun Türkiye'ye gelişi 1927'yi bulmuştur. 6 Mayıs 1927'de İstanbul'da başladığı bilinmektedir. İlk etapta İstanbul Büyük Postanesi'nin kapısının üzerine yerleştirilen bir verici vasıtasıyla müzik yayını yapılmıştır. Daha sonra ise Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi (TTTAŞ) adı altında devlet sorumluluğunca İstanbul ve Ankara Radyosu olarak yayıncılık başlatılmıştır (Cankaya, 2003: 18- 23).

Önceleri radyolar sesi dinleyicisine yalnızca Frekans Modülasyonu (FM) ve Amplitüt Modülasyonu (AM) sistemleri ile ulaştırmaktaydı. FM bandını 1933 yılında Columbia Üniversitesinden Prof. Edwin H. Armstrong geliştirmiştir. FM bandının AM bandından farkı ise daha kısa dalgalı, dünyanın şekline daha uygun yapıda ses kalitesi sunan bir yapıda olmasıdır. Günümüzde gelişen teknolojik yapı çerçevesinde FM ve AM sistemlerine alternatif olarak uydu ve internet yayıncılığı da yapılabilmektedir (Tekinalp, 2003: 61).

Uyduların artmasıyla birlikte birçok radyo servisi uydu frekansına taşınmıştır. Bilgisayar teknolojisiyle birlikte 1980'lerden itibaren dijital data iletimi RDS (RadioDigital Service) radyo-bilgisayar birlikteliğine ve yeni kullanım şekillerine imkan tanımıştır. Radyo yayınları kablo televizyon sistemleri üzerinden evlere taşınmış radyo sinyalleri kablolar aracılığıyla alınabilir hale gelmiştir. Kablo radyolar olarak bilinen bu sistemde ses AM ve FM sinyallerinin çok üzerindedir. 1993'te DAB (DigitalAudioBroadcasting) sistemi ile hem karadan hem de uydudan yayınlara başlanmıştır. Bu sistemde aynı bant hem analog hem dijital sinyallere izin vermektedir. Bu sistem CD ses kalitesinde yayına imkân tanımaktadır(Tekinalp, 2003: 62- 64).

Kablo sitemi ve uydu yayıncılığıyla birlikte 1990'larda internetin toplum hayatına girmesiyle birlikte kitle iletişim araçlarının yapısını değiştirecek gelişmeler söz konusu olmuştur. Toplum hayatına önemli ölçüde nüfus eden bu gelişme ile birlikte kitle iletişim araçları geleneksel medya araçları olarak anılmaya başlamış ve internetin dahil olduğu yeni medya kavramı ortaya çıkmıştır.

İnternet, Yeni Medya ve Radyonun Dönüşümü

İnternet en temel anlamıyla bir ağ sistemidir. Askeri amaçlı araştırmalarda kullanılmak üzere geliştirilmiş bu sistem 1990'larda sivil toplumun kullanımına açılmıştır. Kısa sürede kullanıcı kitlesini arttıran İnternette içerik paylaşımı çeşitli servis sağlayıcıları ve ağ sistemleri çerçevesinde gerçekleşmektedir. Global ağ olarak açıklanan ve World Wide Web (www) protokolü olarak bilinen bir sistem çerçevesinde oluşturulmuş web platformlarında yazı, resim, ses, film, animasyon, gibi çok sayıda farklı içerik paylaşımı yapılabilmektedir. Web internet üzerindeki bu içerikleri bir arada tutan ve içerikler arasında bağlantılar kuran bir bağlantı sistemidir. Bu bağlamda Web muhtemelen şimdiye kadar oluşturulmuş en geniş kapsamlı ve çok çeşitli bilgiler kümesi olarak görülebilir (Saymer, 2008: 25- 27).

Web teknolojisinin ilk evresi olan web 1.0'da web içeriğinin sunumunu yapılmaktadır. Dolayısıyla bu evrede yayıncı ve okuyucu arasında iletişim tek yönlüdür. Web sitesini ziyaret eden kimseler ile içeriği herhangi bir etkileşim söz konusu değildir. Web sisteminin bir sonraki aşaması olan web 2.0 ise etkileşim özelliğini devreye sokarak çift yönlü iletişim akışına olanak sağlamıştır.

Yeni medya, günümüzde gündelik yaşamın içerisinde yer eden internet, bilgisayar, cep telefonu ve tablet gibi etkileşime olanak tanıyan iletişim ve multimedya araçları bütünü temsil etmektedir. Yeni medya araçları, geleneksel medyanın düz çizgi selileti akışını çift yönlü, etkileşime imkan veren bir yapıya dönüştürmektedirler. Yeni medyanın sunmuş olduğu bu özellik iletişim sistemi

içerisinde hedef kitleyi pasif durumdan aktif pozisyona sürüklemektedir. Yeni medyanın multimedya özellikleri, çeşitli bağlantılar arasında geçiş yapabilme, içerik üretebilme ve üretilen içeriği dolaşıma sokabilme seçenekleri sunmaktadır. Teknolojik imkânların elverdiği ölçüde bireyler kullandıkları çeşitli cihazlar vasıtasıyla iletişim ağında söz sahibi olabilmektedirler. Dolayısıyla bu sistem içerisinde hedef konumunda bulunan kitleler aynı zamanda kaynak sınıfına da geçebilmektedirler. Kitle iletişim sistemlerinin yapısını değiştiren internet ve teknoloji temelli bu gelişmeler alternatif iletişim sistemlerinin oluşmasına yol açmaktadır (Binark, 2007: 21- 22).

İnternetin çok kısa sürede çok geniş kitlelerce kullanılabilir hale gelmesi, kullanım için ücret gerektirmemesi gibi nedenler kitle iletişim araçlarını bu sisteme dahil olmaya zorlamıştır. Bu doğrultuda onlinegazete, televizyon ve radyo yayıncılığı gibi internet ortamına kanalize olmuş alternatif yayıncılık metotları oluşmuştur. Online, internet, net, e yayın kanalları olarak anılan bu sistemler günümüzde yeni medya ortamları olarak tanımlanmaktadır.

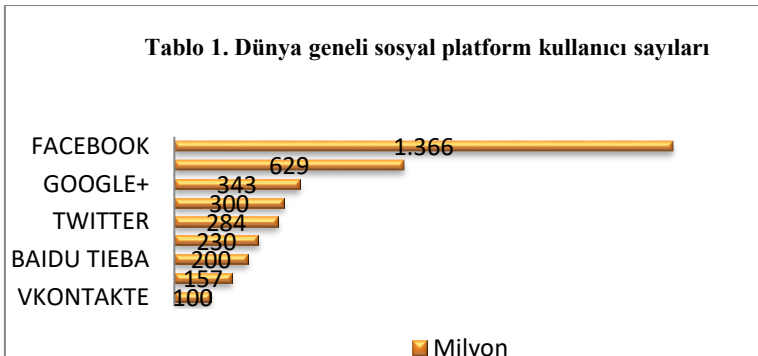
Bu sistemlerden biri olan internet radyoculuğunun temeli 1994 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde bilişim hizmeti veren Starwave şirketi tarafından şirket çalışanlarına seslenmek ve onları motive etmek amacıyla oluşturulmuş bir yazılım ile atılmıştır. Karasal sistemden bağımsız çalışan bu yazılım internet radyoculuğunun miladı olmuştur. Bu gelişmenin üzerinden çok geçmedeninternet radyoculuğu için ciddi girişimler başlamıştır. Bu doğrultuda tecimsel olarak yayına geçen ilk internet radyosu 7 Kasım 1994'te Amerika'dan yayın yapan WXYC radyo istasyonudur. Bununla birlikte Amerikan Besteciler, Yazarlar ve Yayıncılar Derneği'ne (ASCAP) bağlı yayın yapan ilk internet radyolarının kurulması, Londra'dan yayın yapan Virgin Radio'nun doğması ve böylece internet radyoculuğunun Avrupa'ya taşınması 1996 yılını bulmuştur (Bahadır, 2012; Soydan, 2014).

İnternet radyoculuğu Türkiye'ye 2000'li yıllarda başlamıştır bu dönemde kişisel olarak yayın yapan irili ufaklı amatör radyo denemeleri ortaya çıkmıştır fakat bunların hiçbiri yasal değildir. Bu alanda yapılan ilk resmi girişimler 2004 yılında Fransa Sorbonne Üniversitesinde doktora öğrencisi olan Onur Engin ve Yıldız Teknik Üniversitesinde medya tasarımı alanında yüksek lisans yapan İlke Şahin tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda çalışan ikili 2004 yılında hazırlıkları gerçekleştirilen www.nuist.com'u oluşturarak Türkiye'nin ilk resmi internet sitesinin kurucusu olmuşlardır. 2005 yılında yayına başlayan www.nuist.com yerli yabancı 17 dj ile yayın hayatına başlamış ve 10 günde yaklaşık 5000 kişiye ulaşmıştır.

Facebook ve Radyo İlişkisi

Bilgisayar ve internet temelindeki teknolojik gelişmeler, bireyleri bu formatı destekleyen cihazları hayatlarının neredeyse her alanında kullanmalarıyla sonuçlanacak bir süreç içerisinde sokmuştur. Cep telefonları, bilgisayarlar, tabletler ve internetin bağlantılı olduğu farklı cihazlar vesilesiyle bireyler interneti gündelik yaşam pratiklerinden biri haline getirmişlerdir. İnternet ortamında oluşturulan çeşitli platformlar, bireylerin gündelik yaşamında sağlık, eğitim, bankacılık, haberleşme gibi ihtiyacı duyabilecekleri her alandaki bilgi erişimini mümkün hale gelmiştir (Toprak vd. 2009: 25). Özellikle haberleşmeplatformlarının günümüzde dünya üzerinde milyonlarca kullanıcısı bulunduğu bilinmektedir. Web 2.0 destekli bu platformların en temel özelliği kullanıcılarına zaman ve mekandan bağımsız karşılıklı iletişim imkanı sunmalarıdır. Kullanıcılarına yazı, ses, müzik, fotoğraf, video gibi farklı içerikleri paylaşma olanakları sağlayan bu platformlar internet ortamında sosyalleşme imkânı sunduğu için sosyal platformlar, sosyal ağlar, sosyal paylaşım platformları, olarak isimlendirilmektedirler.

Bilinen ilk sosyal paylaşım platformları 1990’larda belirmeye başlamıştır. Tanınan ilk toplumsal paylaşım platformunun 1997 yılında kurulan SixDegrees olduğu bilinmektedir (Toprak vd. 2009: 27). Bugün dünya genelinde 2 milyardan fazla sosyal platforma üyesi olduğu düşünülmektedir. 2015’in ocak ayında www.wearesocial.sg internet sitesinin yapmış olduğu araştırmaya göre oluşturulan tablo 1’de 2015 yılında en çok kullanılan sosyal platformların sıralaması yapılmıştır.



Tablo 1.³

³http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015/We_Are_Social_wearesocialsg_5GLOBAL (Erişim tarihi: 02.01.2016)

Tabloda da görüleceği gibi dünya genelinde en çok kullanıcıya sahip olan sosyal platform Facebook'tur. 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisiyken Andrew McCollum ve Eduardo Saver'in yardımıyla Facebook'u kuran Mark Zuckerberg, oluşturduğu platform ile başlangıçta Harvard Üniversitesi öğrencileri arasında haberleşmeyi hedeflemekteydi. Kısa zamanda hedefini gerçekleştiren Zuckerberg "The Facebook" adındaki platformunun adını 1 milyon üyeye ulaştınca Facebook.com olarak değiştirmiştir. İlk olarak sadece Amerika Birleşik Devletlerindeki öğrencilerin kullanımına sunulan Facebook daha sonra Kanada ve İngiltere'deki öğrencilerin de sisteme dahil edilmesiyle üye sayısını gittikçe arttırmıştır. 2005 yılının sonunda Meksika, Avustralya, Yeni Zelanda ve İrlanda gibi ülkelerin platforma dahil edilmesiyle toplamda 25 binin üzerinde üniversiteye ulaşılmıştır. 2006 yılında sisteme lise öğrencileri de dahil edilmeye başlandıktan sonra Eylül 2006'da ise e-posta adresi olan herkesin platforma üye olmasının öni açılmıştır (Toprak vd. 2009: 37- 38).

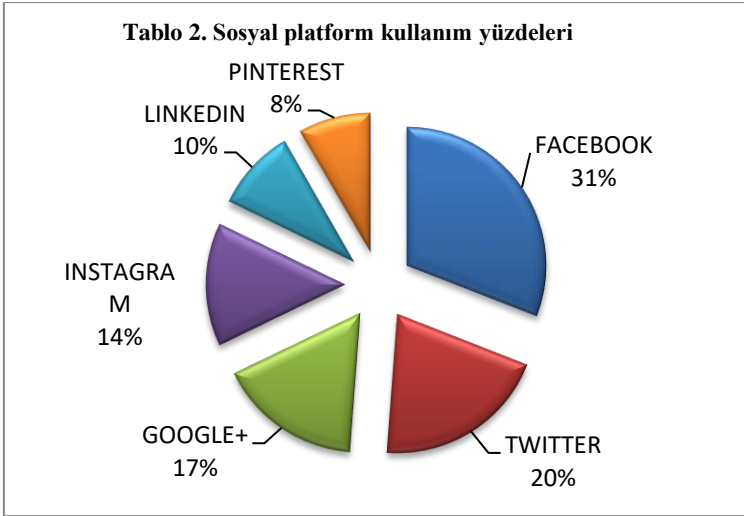
Şüphesiz ki Facebook'un kullanıcı sayısının gittikçe artmasının altında yatan önemli sebeplerden biri kullanıcılarına sunduğu olanaklardır. Profil sayfası oluşturma yazı, fotoğraf, video, müzik gibi içeriklerin paylaşımına izin vermesi, sponsor, haber, reklam gibi farklı bağlantı uzantıları paylaşma imkanı sunması Facebook'u diğer paylaşım platformlarından farklı kılmaktadır. Bugün toplumda Facebook'un bireylerin internet ortamındaki kimliklerini temsil ettiği yönünde bir algı oluşmasında sunulan bu olanakların etkisi büyüktür. Sadece bireylerin değil, kurum ve kuruluşların da Facebook'u tanıtım sayfası olarak kullandıkları görülmektedir. Bu kanal vesilesiyle hedef kitlesine ulaşan kurumlar bu sayede bu kitle ile kolayca iletişim kurabilmektedirler. Dolayısıyla tanıtım ve iletişim konusunda Facebook sayfaları kurumlara ulaşmak için bir kanal vazifesi de görmektedirler. Web siteleriyle senkronlu ya da bu sitelerden bağımsız şekilde kullanılan bu sayfalar bazı kurumlar tarafından web sayfasına erişim için birer basamak olarak kullanılmaktadırlar.

Türkiye'de Sosyal Platform ve Facebook Kullanımı

Günümüze en yakın dönemde yapılmış istatistiklere bakıldığında dünya üzerinde 7.210 milyar bireyin yaşadığı öngörülmektedir. Bununla birlikte dünya genelinde internet kullanan birey sayısının 3.010 milyar dolaylarında seyrettiği tahmin edilmektedir. Yapılan araştırmalarda 2.078 milyar sosyal platform üyeliğinin olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal platform üyeliği açısından dünya genelinde bölgelere göre yapılan kıyaslamadan Asya'da 1.065 milyon, Afrika'da 103 milyon, Amerika'da 482 milyon, Avrupa'da 387, Orta Doğu'da 41 milyon sosyal medya kullanıcısı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır (Slideshare.net, 2016).

Rakamlara bakıldığında 387 milyon sosyal platform kullanıcısının bulunduğu Avrupa'da Türkiye'nin yeri oldukça önemlidir. Birleşik Krallık'ta 38 milyon, Fransa'da 30 milyon, Almanya'da 28 milyon, İtalya'da 28 milyon İspanya'da 22 milyon civarında sosyal platform üyesi bulunurken Türkiye'de bu sayı 40 milyon dolaylarında izlemektedir. Bu anlamda önemli Avrupa ülkelerinin önünde yer alan Türkiye nüfusa göre yapılan yüzdeler tablosunda % 52'lik oranla nüfusunun % 59'unun sosyal platform kullandığı anlaşılan Birleşik Krallık'tan geride yer almaktadır (Slideshare.net, 2016).

Araştırma sonuçları temel alındığında Türkiye'de geçen seneye göre sosyal platform kullanımında % 11'lik bir artış söz konusudur. Bununla birlikte Türkiye'de bireylerin günde ortalama 2 saat 56 dakikalarını sosyal platformlarda geçirdikleri tespit edilmiştir. Türkiye'de sosyal platform kullanım yüzdelerine bakıldığında ise şu şekilde bir tablo oluşmaktadır;



Tablo 2. ⁴

Tabloda da görüldüğü üzere Türkiye'de en çok kullanılan sosyal platformun Facebook olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar 2015 yılının ikinci çeyreği itibarıyla Türkiye'de Facebook kullanıcı sayısının 39 milyon civarında olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla neredeyse her iki kişiden birinin Facebook

⁴<http://www.slideshare.net/wearesocials/digital-social-mobile-in-2015/321> (Erişim Tarihi: 03.01.2016)

kullandığı ortaya çıkmaktadır. Araştırma raporlarında Türkiye’de Facebook her gün 26 milyon kişi tarafından kullanılmaktadır. Bu kişilerin %85’inin her gün Facebook’u tekrar ziyaret ettiği bildirilmektedir. Ayrıca ayda 39 milyondan fazla kişinin Facebook kullandığı anlaşılmaktadır (Kızıлтаş, 2015).

En Çok Dinlenen Ulusal Radyoların Facebook Kullanımı

Radyo en eski kitle iletişim araçlarından biri olarak her daim, önemini korumuştur. Radyo cihazlarının boyutlarının küçülmesi, taşınabilir olması, bilgisayar sistemlerine uyum sağlaması, cep telefonu, tablet gibi cihazlarda uygulama olarak kullanılabilmesi ve internet ortamlarına entegre olabilmesi gibi aşamalar süreç içerisinde radyonun önemini korumasındaki temel gelişmeler olarak göze çarpmaktadır. Bu gelişmeler süreç içerisinde radyonun dinleyici kitlesini korumasını sağlamıştır.

Günümüzde yerel, ulusal, kamusal ve tecimsel ayrımı olmaksızın tüm radyo kuruluşlarının internet ortamlarına var olmaya gayret gösterdiği görülmektedir. Bu doğrultuda bazı radyolar kendi adlarıyla, bazıları ise bağlı oldukları medya gruplarının adı altında web sayfaları oluşturmaktadırlar. Bunun yanında radyo kurum ve kuruluşlarının birçoğunun sadece web platformlarına değil, sosyal platformlara da önem verdiği anlaşılmaktadır. Pek çok radyo istasyonu web sitesinde sosyal platformlara yönlendirici bağlantılar bulundurmaktadır. Türkiye’de en çok kullanılan sosyal platformun Facebook olduğu çeşitli araştırmalarda ortaya konmuştur. Bu doğrultuda radyoların Facebook’u nasıl ve ne doğrultuda kullandıkları konusu dikkat çekmektedir.

Ulusal Radyo Yayıncıları Derneği’nin (URYAD) 2015 Aralık ayı hesaplamalarına göre 2015 Kasım ayı itibariyle Türkiye’nin en çok dinlenen radyolarının ilk sıradan başlamak kaydıyla Kral FM, TRT FM, PowerTürk, Süper FM, Radyo Seymen, Metro FM, Slowtürk, Kral Pop, Joy Türk ve Show Radyo olduğu bildirilmektedir. (Uryad.org.tr, 12.01.2016) Bu doğrultuda bu radyoların Facebook sayfaları incelendiğinde farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

Kral FM

Kral FM Türkçe müzik yayını yapan özel bir radyodur. Facebook’ta Kral FM olarak arama yapıldığında istasyonun resmi beğeni sayfasının radyo istasyonu adı altında kullanıldığı görülmektedir. Resmi sayfanın dışında sosyal kulüp başlığı altında oluşturulmuş 1.659 kullanıcısı olan “Kral FM 92.6” adında bir hayran sayfası göze çarpmaktadır. Ayrıca 213 beğeniye ulaşmış “Kral FM” adı altında yerel işletme başlıklı bir sayfa, 650 beğenisi olan “Kral FM” isimli bir ilgi alanı sayfası, “Kral Fm

Dinle” adında resmi olmayan, iletileriyle bir radyo dinleme sayfasına yönlendirme çabası içerisinde olan bir beğeni sayfası “Kral Fmm”, “Kral Fmfm” adlarında profil sayfaları bulunmaktadır.

Kral FM’in resmi beğeni sayfasına bakıldığında kapak fotoğrafı olarak şehirlere göre değişen frekansların, radyo sloganının, Twitter adresinin, Blackberry, Ovi, Android, AppStore ikonlarının bulunduğu bir fotoğraf sergilenmektedir. Sayfanın profil fotoğrafında radyonun arması yer almaktadır. Radyonun daha önce kullanmış olduğu kapak fotoğrafları ve profil fotoğraflarına bakıldığında ise önemli günlerde mesaj içerikli fotoğrafların sergilendiği görülmektedir. Radyonun paylaşmış olduğu fotoğraflar, yayına başlayan programcılarının fotoğraflarının ve yayın içeriği hakkında bilgilerin yer aldığı fotoğraflardan oluşmaktadır. Ayrıca radyonun sponsorluğunda gerçekleştirilecek olan etkinliklerin reklamının yapıldığı fotoğraflar da paylaşılmaktadır. Sayfanın video kısmına bakıldığında ise 3’ü Kral Türkiye Müzik Ödülleri’nden alınan videolar olmak üzere eğlence içerikli videolarında yer aldığı 5 içerik bulunmaktadır. Sayfanın hakkında bölümünde radyonun web sayfasının bağlantısı ve kuruluş yılı ile bilgiler paylaşılmıştır. Notlar kısmında ise kullanıcı tepkisini ölçme amaçlı eğlence içerikli paylaşımların ve özlü sözlerin bulunduğu göze çarpmaktadır. Kral FM’in Facebook sayfasıyla ilgili yapılan araştırmanın ilk gününde sayfanın beğeni sayısının 1.885.430 olduğu görülürken araştırmanın son günü bu sayının 1.885.397 olduğu görülmüştür. Bu süreç içerisinde sayfanın içerik paylaşımı şu şekilde olmuştur;

KRAL FM		İleti		Beğeni		Paylaşım		Yorum	
Tarih		00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00
5 Ocak	Sah	8	16	2823	5313	325	1500	30	65
6 Ocak	Çarş.	8	14	1748	3474	322	602	17	12
7 Ocak	Perş.	9	14	1177	3259	108	371	13	26
8	Cuma	8	14	2101	1762	440	197	12	11

Ocak									
9 Ocak	Cts.	8	12	1349	2727	183	405	4	25
10 Ocak	Pazar	8	12	1787	4740	301	937	14	33
11 Ocak	Pts.	8	19	2130	5747	358	964	13	44
Toplam		57	101	13115	27022	2037	4605	103	216
Haftalık Toplam		158		40137		6642		319	

Tablo 3. Kral FM Facebook Sayfasının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Tablodan anlaşılacağı üzere haftalık ortalama 150 civarında ileti girilmektedir. İletilerin saat başına bir ileti olacak şekilde düzenlendiği dikkat çekmiştir. Gece geç saatlerde girilmeyen iletiler akşam saatlerinde yarım saat ara ile yayınlanmaktadır. Girilen iletiler çoğunlukla müzik bağlantılarıdır. Bu iletilere tıklama yapıldığında Kral FM'in web sitesinde yer alan müzik çalara yönlendirme yapıldığı görülmektedir. Kullanıcıların bu içeriklere tepkisi genellikle beğeni ve paylaşım şeklinde gerçekleşmektedir. Bu tepkilerin dışında nadiren şarkı ve şarkıcılar ile ilgili yorumlar paylaşılmaktadır. Facebook sayfasında müzik iletilerinin dışında program öncesi bilgilendirme fotoğrafları paylaşılmaktadır. Bu fotoğrafların altına program ile ilgili beklenti ve öneriler yazılmaktadır. Fakat beğeni sayılarına bakıldığında yorum sayılarının çok az olduğu dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda bir programcının fotoğrafının altına gelen yorum sayısının 1 ile 5 arasında değiştiği gözlemlenmektedir. Bu iletilerden farklı olarak sponsor olunan etkinlikler, önemli gün ve olaylar ile ilgili fotoğraf iletileri yayına sokulmaktadır. İncelenen süreç boyunca Kral FM Facebook sayfasında hiçbir şekilde kullanıcı bildirimlerine karşı geri bildirim söz konusu olmamıştır. Hatta sayfanın yazı olarak girdiği bir ileti dahi görülmemiştir.

TRT FM

TRT FM, Türkçe müzik yayını yapan bir radyodur, ayrıca incelenen radyolar arasındaki tek devlet radyosudur. TRT FM'in Facebook beğeni sayfası radyo

istasyonu adı altında kullanılmaktadır. Resmi sayfasının dışında “TRT FM” adı altında 4.431 kişinin beğendiği bir kuruluş sayfası, “TRT-fm” adı altında 684 kişinin beğendiği bir ilgi alanı sayfası, “TrtFm” adı altında 179 beğeniye ulaşan bir şehir sayfası gibi oluşumlar söz konusudur.

Araştırmanın başlangıcında TRT FM’in Facebook sayfasında beğeni sayısı 266.027 kişi iken bir hafta sonrasında bu sayının 267.134 olduğu gözlemlenmiştir. Profil fotoğrafında radyonun logosunun yer aldığı sayfada kapak fotoğrafında ise radyo sloganı ile birlikte müzik içerikli bir fotoğraf göze çarpmaktadır. Daha önceki profil fotoğraflarının yine radyo logosu olduğu görülürken, kapak fotoğraflarının ise önemli günlere göre değiştiği görülmektedir. TRT FM’in fotoğraflar sekmesinde program ve programcı fotoğraflarının yanı sıra eğlence içerikli fotoğraflar da dikkat çekmektedir. Bunların yanı sıra program konuklarının fotoğrafları da açıklamalarıyla birlikte paylaşılmıştır. Fakat bu fotoğrafların arasında hiçbir açıklama içermeyen şarkıcı fotoğraflarının da bulunmaktadır.

TRT FM sayfasında “Canlı Dinle” sekmesi de yer almaktadır. Bu sekmeye tıklanıldığında Facebook’a bağlı bir uygulama şeklinde TRT’nin diğer kanallarını da içeren bir sekme ile karşılaşmaktadır. Videolar sekmesinde ise radyo stüdyosunda kaydedilen çeşitli videolar ve radyo tanıtım videoları yer almaktadır. Bu sekmenin dışında ise yayın akışı sekmesi dikkat çekmektedir. Hakkında sekmesinde ise radyo hakkında bilgi ve web sitesinin uzantısı yer almaktadır.

TRT FM		İleti		Beğeni		Paylaşım		Yorum	
Tarih		00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00
5 Ocak	Sah	8	6	1041	507	5	3	192	101
6 Ocak	Çar.	5	3	755	255	1	0	147	48
7 Ocak	Per.	6	2	1204	161	2	0	158	43
8 Ocak	Cuma	3	2	572	130	0	0	134	37
9 Ocak	Cts.	4	7	84	980	18	10	327	113
10	Pzr.	4	6	1319	1507	26	3	357	294

Ocak									
11 Ocak	Pts.	3	4	779	367	8	2	280	66
Toplam		33	30	5754	3907	60	18	1595	702
Haftalık Toplam		63		9661		78		2297	

Tablo 4. TRT FM Facebook Sayfasının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Radyonun yayına soktuğu iletilere bakıldığında haftalık ortalama 60 iletinin yayımlandığı görülmektedir. Bir hafta süresinde günde en az 5 en fazla 14 iletinin yayına sokulduğu dikkat çekmektedir. İletilerin hemen hepsinin yazılı ifade içerdiği görülmektedir. Girilen iletilerin çoğunluğunun yayına başlayan programlar ile ilgili olduğu görülürken bunun yanında önemli günlerde dilek ve temenni içeren ifadelere de yer verilmektedir. Girilen iletilerin özellikle yorum bekler nitelikte olması dikkat çekicidir. Araştırılan süre boyunca bu tip iletilere kullanıcıların tepkisiz kalmadığı görülmüştür. Bunun yanında bu iletilere yüzlerce yorumun geldiği de dikkat çekmiştir. Bu doğrultuda bu sayfada paylaşılan iletilere karşı kullanıcıların yorumda bulunma potansiyelinin yüksek olduğu söylenebilir.

TRT FM Facebook sayfasında dikkat çeken en önemli unsurlardan biri sayfanın hem program tanıtımı yapması hem de programların Facebook sayfalarını ortaya koymasındadır. Bu doğrultuda programa özel Facebook sayfalarına dikkat çekilmek istenmektedir. Bununla birlikte dikkat çeken bir diğer önemli nokta ise TRT FM sayfasının yorum olarak ileti girmesidir. Örneğin paylaşılan program tanıtımının altına gelen herhangi bir yoruma TRT FM sayfasının cevap verdiği görülebilmektedir.

PowerTürk

PowerTürk, Türkçe müzik yayını yapan bir radyodur. Resmi beğeni sayfasının dışında Facebook'ta şarkı, ilgi alanı, yerel işletme, müzik listesi sekmeleri altında kullanıcılar tarafından açılmış farklı sayfaları mevcuttur. Bu sayfaların çok az sayıda kullanıcı sayılarından itibar düzeyinin düşük olduğu anlaşılmaktadır.

PowerTürk radyosunun Facebook sayfası incelendiğinde sayfanın radyo istasyonu adı altında bir beğeni sayfası olduğu görülmektedir. Profil fotoğrafı olarak radyonun logosunun kullanıldığı sayfanın kapak fotoğrafında ise kırmızı renkte sade bir fotoğraf dikkat çekmektedir. Sayfada daha önce kullanılmış olan profil

fotoğraflarına bakıldığında radyo frekanslarını gösteren bir fotoğraf, siyah kurdele fotoğrafı ve radyo logosunun çeşitli biçimleri ile karşılaşılmaktadır. Kapak fotoğraflarında ise uydu frekansları, şehirlere göre radyo frekanslarının yanında şarkıcı fotoğrafları da bulunmaktadır. “PowerTürk çalar da... ‘İnsan Sevmez Mi?’” iletişiyile Soner Sarıkabadayı fotoğrafının yer aldığı bir fotoğraf bu türdeki örneklerden biridir. Bunun yanında bu bölümde önemli günler için hazırlanmış temenni ve dilek içerikli fotoğraflar da söz konusudur.

PowerTürk Facebook sayfasında sekmeler kısmına bakıldığında Twitter, Instagram ve Dailymotion sekmesi dikkat çekmektedir. Bu sekmelerden PowerTürk’ün bu sayfaları takip etmek mümkündür. Facebook sekmelerindeki fotoğraflar kısmında ise röportajlar, konuklar ve etkinlikler ile ilgili fotoğraflar dikkat çekmektedir. Bu kısımda genellikle radyonun armasının yer aldığı şarkıcı fotoğrafları ve etkinlik bilgileri paylaşılmaktadır. Bunun dışında PowerTürk aracı ile gidilen şehirlerdeki etkinlikler hakkında bilgiler de çeşitli fotoğraflarla birlikte ileti olarak paylaşılmıştır. Ayrıca PowerTürksponsorluğunda yapılmış olan konser ve etkinliklerden fotoğraflar burada sergilenmiştir. Video sekmesine ise benzer şekilde konser videoları ve şarkıcıların konuk olacağı programları ilan eden türde videolar söz konusudur. Hakkında sekmesinde ise radyonun adresi, sloganı, telefon numarası, e-mail adresi, web sitesi ve diğer sosyal platformlarının bağlantıları yer almaktadır.

POWER TÜRK		İleti		Beğeni		Paylaşım		Yorum	
Tarih		00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00
5 Ocak	Salı	1	5	50	408	0	3	0	22
6 Ocak	Çar.	1	1	109	111	0	0	1	3
7 Ocak	Per.	2	1	818	179	2	0	6	8
8 Ocak	Cuma	1	5	203	261	3	3	10	12
9 Ocak	Cts.	1	0	57	0	0	0	4	0
10 Ocak	Pzr.	0	0	0	0	0	0	0	0

11 Ocak	Pts.	3	8	364	953	0	10	1	13
Toplam		9	20	1601	1912	5	16	22	58
Haftalık Toplam		29		3513		21		80	

Tablo 5. Power Türk Facebook Sayfasının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Radyonun Facebook sayfasında araştırmanın ilk günü 1.339.206 beğeni görülmekteyken son gün bu sayının 1.337.397'ye gerilediğine şahit olunmuştur. Radyonun gözlemlenen bir haftalık ileti raporuna göre ileti paylaşımında düzensiz bir akış olduğu anlaşılmaktadır. Çeşitli iletilerin silindiği görülen sayfada bazı günler hiçbir ileti yayınlanmamıştır. Araştırma süresince bir günde en fazla 11 iletinin üretildiği sayfada bazı iletilerin kullanıcıların dikkatini çekmediği görülmüştür. Az sayıda tepki alan bir iletinin yanında çok sayıda paylaşılıp çok sayıda beğeni alan iletilere de şahit olunmuştur. Sayfada üretilen içeriklerin neredeyse tamamı şarkıcı fotoğraflarının yer aldığı radyonun sponsorluğundaki etkinliklerden oluşmaktadır. Diğer içerikler ise radyo istasyonun düzenlemiş olduğu yarışmaların tanıtımının yapıldığı fotoğraflar ve videolardan ibarettir. Üretilen içerikler çok azının kullanıcılar tarafından yorumlandığı ve paylaşıldığı görülürken beğenilerin nispeten daha fazla olduğu fark edilmiştir.

Süper FM

Süper FM Türkçe müzik yayını yapan özel bir radyodur. Karnaval medya şirketine bağlı olarak yayın yapan Süper FM Facebook'ta radyo istasyonu adı altında faaliyet göstermektedir. Facebook'ta Süper FM adı altına arama yapıldığında aynı isimde Türkiye'de yayın yapmayan yabancı radyo istasyonları ve resmi olmayan sayfalar ile karşılaşmaktadır. Süper FM'in profil fotoğrafında radyo istasyonun logosu yer almaktadır. Kapak fotoğrafları incelendiğinde ise programcı fotoğrafı ve içeriğinin yer aldığı fotoğraflar, programcı ve şarkıcıların yayın sırasında çekilmiş fotoğrafları, program konuklarının katılacağı programların tanıtım içerikli fotoğrafları, şarkıcılar hakkında bilgilerin yer aldığı fotoğraflar, yarışma içerikli fotoğraflar, sponsor reklamlarının yer aldığı fotoğraflar, bağlı bulunan medya grubunun tanıtımını yapan fotoğraflar, önemli günler için dilek ve temenni fotoğrafları gibi içerikler dikkat çekmektedir.

Facebook sekmelerine bakıldığında Twitter bölümü dikkat çekmektedir. Bu alandan radyo istasyonunun Twitter sayfası ve iletileri takip edilebilmektedir. Bu sekmenin dışında dikkat çekici farklı bir sekme yoktur. Fotoğraflar sekmesi

incelendiğinde eğlence içerikli hayvan fotoğrafları öne çıkmaktadır. Bunların dışında canlı yayın sırasında programa konuk olan şarkıcılarla çekilen fotoğraflar, yarışma içerikli fotoğraflar, komik insan fotoğrafları, farklı doğa fotoğrafları gibi çok geniş bir yelpaze söz konusudur. Videolar sekmesinde ise düzenlenen yarışma için adayların müzik performansları dışında neredeyse tüm videoların eğlence içerikli olduğu görülmektedir. Hakkında kısmında ise radyonun kuruluş tarihi, sloganı, yayın geçmişi, illere göre frekansları ve web sitesinin bağlantısı yer almaktadır.

SÜPER FM		İleti		Beğeni		Paylaşım		Yorum	
Tarih		00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00
5 Ocak	Salı	1	4	19	197	0	45	2	37
6 Ocak	Çar.	1	4	8	175	0	60	4	31
7 Ocak	Per.	1	8	35	274	0	33	0	15
8 Ocak	Cuma	1	8	334	325	143	4	34	6
9 Ocak	Cts.	1	7	6	226	1	15	0	4
10 Ocak	Pzr.	1	8	6	407	0	67	0	8
11 Ocak	Pts.	2	7	11	160	0	2	1	4
Toplam		8	46	419	1764	144	226	41	105
Haftalık Toplam		54		2183		370		146	

Tablo 6. Süper FM Facebook Sayfasının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Süper FM Facebook sayfasının beğeni sayısı incelendiğinde araştırmanın yapıldığı ilk gün sayfa 186.913 beğeniye sahipken, son gün bu sayının 188.199'a yükseldiği görülmüştür.

Haftalık ortalama 50 iletinin paylaşıldığı sayfada kullanıcıların iletilere tepkisinin daha çok beğeni yönünde olduğu dikkat çekmektedir. Süper FM Facebook sayfasında üretilen içeriklerin karnaval.com bağlantılı içerikler olduğu görülmektedir. Daha çok magazin ve eğlence içerikli haberlerin kullanıma sokulduğu sayfada bazı iletilere hiçbir tepki gelmezken bazı iletilere karşı olumsuz yorumların geldiği de görülmektedir. Süper FM iletilerinde en dikkat çekici beğeni ve yorum oranının “Ağaçtan Atılınca Oturup Ağladı” başlıklı bir koala videosuna geldiğine tanık olunmuştur. Bu sonucun içeriğin paylaşım sayısının fazla olmasından kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

Radyo Seymen

Radyo Seymen, Türkçe müzik yayını yapan özel bir radyo kuruluşudur. Facebook'ta bu isimle arama yapıldığında radyo istasyonu başlığıyla açılmış birden fazla sayfa sayıda, beğeni grubu, tepki grubu, yerel işletme, kablo ve uydu hizmeti ve ilgi alanı gibi sayfaların olduğu gözlemlenmiştir. Radyo Seymen'in Facebook profil ve kapak fotoğrafında radyonun arması yer almaktadır. Kapak fotoğrafları incelendiğinde farklı şehirlere göre değişen frekans listesi, önemli günler ile ilgili dilek ve temenni mesajı içeren fotoğraflar, sponsor olunan futbol kulübüne ait fotoğraflar, programcılarının tanıtımının yapıldığı fotoğraflar dikkat çekmektedir. Ayrıca kapak fotoğraflarında kullanılan içeriklerin profil fotoğrafı olarak da kullanıldığı görülmektedir.

Radyo Seymen'in Facebook sekmelerinde fotoğraflar sekmesine giriş yapıldığında programcılarının yayın stüdyosunda, arabada, plajda, sokak gibi dış mekânlarda çekilen fotoğraflarının yanında kullanıcıların göndermiş oldukları fotoğraflara, eğlence içerikli fotoğraflara, dilek ve temenni içeren fotoğraflara rastlanmaktadır. Video sekmesine bakıldığında ise radyonun yayın arkasının kaydedilmiş olduğu bir video, evde ve arabada radyonun dinlendiği sırada çekilmiş videolar yer almaktadır. Hakkında sekmesine bakıldığında ise radyonun sloganı ve web sitesinin bulunduğu görülmektedir.

RADYO SEYMEN		İleti		Beğeni		Paylaşım		Yorum	
		00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00
5 Ocak	Salı	0	1	0	52	0	9	0	1

6 Ocak	Çar.	0	1	0	152	0	0	0	9
7 Ocak	Per.	0	1	0	68	0	0	0	1
8 Ocak	Cum	0	1	0	121	0	0	0	8
9 Ocak	Cts.	0	0	0	0	0	0	0	0
10 Ocak	Pzr.	0	1	0	237	0	1	0	22
11 Ocak	Pts.	0	0	0	0	0	0	0	0
Toplam		0	5	0	630	0	10	0	41
Haftalık Toplam		5		630		10		41	

Tablo 7. Radyo Seymen Facebook Sayfasının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Radyo Seymen'in araştırma başlangıcında beğeni sayısı 72.699 olarak görülürken son gün bu sayının 72.658'e indiği gözlemlenmiştir. Bir haftalık araştırma sonucunda sayfada üretilen içerik sayısının 5 olduğu görülmektedir. Her gün en fazla bir iletinin girildiği sayfada bu iletilerin en az 52 en fazla 237 beğeni, en az 1 en fazla 22 yorum aldığı sonucu ortaya çıkmıştır. Sayfada üretilen içeriklerin yayın öncesi bildirim ve Youtube bağlantılı müzik içeriği şeklinde olduğu gözlemlenmiştir. Üretilen içeriklerin programcılarının kişisel sayfalarıyla bağlantılı ya da program sayfasıyla bağlantılı olduğu dikkat çekmektedir. Bunun yanında programcı tarafından paylaşılan fotoğrafa tıkladığında programcının Instagram hesabına yönlendirme gerçekleşmektedir. Üretilen içeriklerin samimi bir dil kullanılarak yoruma açık şekilde tasarlandıkları görülmektedir. Radyo Seymen olarak paylaşılan bir iletide "SELAMU ALEYKUM. YAYIN BAŞLADI. SEYMENLER NERDE? HAYDI YANAŞ.." şeklinde bir ileti üretildiği görülmektedir. Bu ileti 101 beğeni ve 8 yorum almıştır.

Metro FM

Metro FM yabancı müzik yayını yapan incelenen radyolar arasında bu yönüyle öne çıkan tek radyo istasyonudur. Özel bir radyo istasyonu olan Metro FM Karnaval medya grubunun sahip olduğu özel radyolardan biridir. Resmi Facebook beğeni sayfasının dışında Metro FM adı altında pek çok yerli ve yabancı Facebook sayfası göze çarpmaktadır. Metro FM'in Facebook profil fotoğrafında radyo

istasyonunun logosu yer almaktadır. Sayfanın kapak fotoğraflarına bakıldığında ise radyo programcılarının fotoğrafları, sponsoru olunan etkinlikler ve bu etkinlikler ile ilgili yarışmalar, karnaval.com reklamları, dilek ve temenni içeren fotoğraflar, sponsor olunan film ile ilgili görseller gibi fotoğraflar göze çarpmaktadır.

Radyo istasyonunun Facebook sayfasında sekmeler kısmının sade olduğu görülmektedir. Bu kısımda fotoğraflar sekmesine giriş yapıldığında eğlence içerikli çocuk, hayvan, yiyecek, manzara ve animasyon fotoğraflarının yanında programcılarının program içeriklerinin ve fotoğraflarının yer aldığı görseller ile karşılaşmaktadır. Videolar sekmesine girildiğinde ise eğlence içerikli videoların yanında “Ara Gaz” programı için hazırlanmış radyo sadece ses ve bir fotoğraf içeren ses kliplerinin bulunduğu görülmektedir. Hakkında kısmında ise radyo istasyonunun bağlı bulunduğu grubun web sitesi yer almaktadır.

METRO FM		İleti		Beğeni		Paylaşım		Yorum	
Tarih		00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00
5 Ocak	Salı	1	3	2	66	0	18	0	3
6 Ocak	Çar.	1	5	8	286	0	61	0	12
7 Ocak	Per.	2	6	0	534	8	112	1	7
8 Ocak	Cuma	1	7	8	417	0	15	0	18
9 Ocak	Cts.	3	8	32	530	0	220	3	41
10 Ocak	Pzr.	1	5	4	242	0	30	0	7
11 Ocak	Pts.	2	7	8	300	0	40	2	16
Toplam		11	41	59	2375	8	496	6	104
Haftalık Toplam		52		2434		504		110	

Tablo 8. Metro FM Facebook Sayfasının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Metro FM'in Facebook sayfasının beğeni sayısının araştırmanın ilk gününde 243.473 olduğu gözlenirken bu sayının son gün 243.146'ya düştüğüne tanık olunmuştur. Haftalık ortalama 50 iletinin yayına sokulduğu sayfada günde minimum 4 maximum 11 iletinin girildiği görülmüştür. Yayınlanan içeriklerin kullanıcılar tarafından sabah saatlerine göre öğlen ve akşam saatlerinde daha çok yeniden paylaşımına sokulduğu görülmüş, beğeni ve yorum sayılarının da bu saatlerde arttığı ortaya konulmuştur. Radyo sayfasında üretilen içeriklerin daha çok karnaval.com kaynaklı içerikler olduğu göze çarpmaktadır. Bunun yanında Facebook sayfası tarafından paylaşılan içerikler de bulunmaktadır. İçeriklerin kültür sanat, magazin, eğlence içerikli haber, görüntü ve videolar olarak öne çıktığı görülmektedir. Yayınlanan iletilere tıkladığında ileti kullanıcıyı karnaval.com adresine yönlendirmektedir. Bunun dışında programcıların kişisel sayfalarına yönlendirilen anket ve çeşitli program materyallerinin yer aldığı iletiler de söz konusudur.

Sayfada yayınlanan içeriklere kullanıcı tepkileri de dikkat çekicidir. Bir takım bağlantılar kullanıcıların dikkatini çekmezken bazı bağlantılar ise yüksek sayıda yorum, beğeni ve paylaşım almaktadır. Yayına sokulan kimi içerikler ise kullanıcıların olumsuz tepkisi ile karşılanmaktadır. Örneğin "Lady Gaga, nişanlısıyla çıtırçıplak fotoğrafını dergiye kapak yaptı." isimli iletiye iletinin kayda değer olmadığına yönelik iki tane olumsuz yorum eklenmiştir. Bir haftalık süreç boyunca sayfada en çok beğenilen iletilerin içerisinde hayvan ve çocukların yer aldığı komik ya da duygusal video ve fotoğrafların olduğu gözlemlenmiştir.

SlowTürk

SlowTürk Türkçe müzik yayını yapan özel bir radyo frekansıdır. Facebook'ta Slow Türk adı altında ilgi alanı, müzik klipi, müzisyen ve grup, radyo istasyonu başlıkları altında resmi olmayan pek çok sayfa yer almaktadır. SlowTürk diğer radyoların aksine Facebook'ta bir radyo istasyonu sayfası değil, şirket adı altında bir beğeni sayfası kullanmaktadır. Profil fotoğrafına bakıldığında radyo istasyonunun logosu ve altında "resmi sayfası" yazısının yer aldığı görülmektedir. Kapak fotoğraflarında ise radyonun logosunun dışında, içerisinde çeşitli pop şarkıcılarının yer aldığı sayfayı takip etmeye yönlendirici iletilerin yer aldığı görseller yer almaktadır.

Facebook sekmeleri incelendiğinde sade bir sekme göze çarpmaktadır. Fotoğraflar sekmesi altında dilek ve temenni içeren görseller, özlü sözlerin yer aldığı fotoğraflar, programcı fotoğrafları, şarkıcı fotoğrafları, albüm kapakları, duygusal içerikli mesajlar ve görseller yer almaktadır. Görseller içerisinde dikkat çekici içeriklerden birinin WhatsApp ikonu ve telefon numarasının yer aldığı görsel olduğu

söylenbilir. Bu içerik ile kullanıcılar WhatsApp vasıtasıyla iletişime yönlendirilmektedir. Hakkında sekmesinde de bu telefon numarası yer almaktadır. Bunun yanında istasyonun web sitesi, adresi ve sloganı da bu sekmededir. Videolar sekmesinde ise radyo spotları ve duygusal içerikli birkaç video yer almaktadır.

SLOW TÜRK		İleti		Beğeni		Paylaşım		Yorum	
Tarih		00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00
5 Ocak	Salı	2	1	70	11	0	1	4	0
6 Ocak	Çar.	2	1	148	23	26	0	3	2
7 Ocak	Per.	1	1	58	22	11	0	1	0
8 Ocak	Cuma	0	1	0	11	0	0	0	1
9 Ocak	Cts.	0	0	0	0	0	0	0	0
10 Ocak	Pzr.	1	0	9	0	0	0	0	0
11 Ocak	Pts.	2	2	20	18	1	2	1	8
Toplam		8	6	305	85	38	3	9	11
Haftalık Toplam		12		390		41		20	

Tablo 9. Slow Türk Facebook Sayfasının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Araştırmanın başlangıcında SlowTürk Facebook sayfasının beğeni sayısı 45.622 iken son gün bu sayının 45.600'e gerilediği dikkat çekmektedir. Bazı günler hiç içerik üretilmediği sayfada bir hafta boyunca günde en fazla 4 ileti yayınlanmıştır. Sayfada paylaşılan iletiler daha çok yayın öncesi program bildirim şeklinde gerçekleşmektedir. Girilen yorum bekler türdeki iletilere yorum olarak şarkı istekleri ya da iyi dilek mesajları yazılmaktadır. Bunun yanında bu iletiler kullanıcılar tarafından paylaşılmaktadır. Yayın öncesi mesajları dışında radyo yayınının dinlenmesi için iletiler üretilmektedir. Sayfanın bir haftalık hareket

raporuna bakıldığında bu iletilerin çok aktif olmayan Facebook kullanıcılarını arttırmak, katılım göstermelerini sağlamak için girildiği düşünülebilir.

Kral Pop

Kral Pop Türkçe pop müzik yayını yapan özel bir radyodur. Facebook'ta radyo istasyonu olarak görülen Kral Pop resmi sayfasının dışında "Kral Pop Radyo" adı altında ilgi alanı sayfası, aynı isimde yayıncılık ve prodüksiyon sayfası, etkinlik sayfası gibi az kullanıcısı olan sayfalar gözlemlenmektedir. Sayfanın profil fotoğrafında radyonun arması yer almaktadır. Daha önceki profil fotoğrafında ise siyah kurdele görülmektedir. Kapak fotoğrafında ise radyonun şehirlere göre farklılaşan frekans listesinin yanında Twitter, AppStore, Google Play, Blackberry ve Nokia da kullanılabilirliği sembolize eden ikonlar yer almaktadır. Bu kapak fotoğrafından farklı olarak ise siyah fon üzerine yazılmış "acımız büyük başımız sağolsun" yazılarını içeren bir fotoğraf bulunmaktadır.

Kral Pop'un Facebook sayfasında sekmeler kısmında standartlardan farklı olarak "Kral Pop Canlı Yayına Mesaj Gönder" bölümü yer almaktadır. Bu bölüme girildiğinde iletişim bilgileri ve mesajın doldurulacağı bir formun yer aldığı sayfa ile karşılaşmaktadır. Kral Pop'un fotoğraflar sekmesinde sponsor olunan film, konser ve etkinliklerin fotoğrafları yer almaktadır. Bunların dışında yayına başlayacak olan program ve programcı hakkında bilgi içeren fotoğraflar bulunmaktadır. Videolar kısmının çok kullanılmadığı anlaşılan sayfada iki adet eğlence içerikli video yer almaktadır.

KRAL POP		İleti		Beğeni		Paylaşım		Yorum	
Tarih		00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00
5 Ocak	Salı	6	12	495	1759	6	102	3	12
6 Ocak	Çar.	8	14	1262	2130	34	71	2	8
7 Ocak	Per.	8	14	2119	3384	83	189	3	23
8 Ocak	Cuma	8	13	1258	2058	25	62	3	18
9 Ocak	Cts.	0	7	0	1276	0	9	0	15

10 Ocak	Pzr.	9	16	1742	2543	79	100	9	12
11 Ocak	Pts.	8	15	1545	2820	32	119	4	7
Toplam		47	91	8421	15970	259	652	24	95
Haftalık Toplam		138		24391		911		119	

Tablo 10. Kral Pop Facebook Sayfasının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Sayfanın beğeni sayısına bakıldığında araştırmanın ilk günü 548.226 olan beğeni sayısının 550.363 olduğu görülmüştür. Beğeni sayısının yükselmesinin sayfanın aktif kullanılmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Kral Pop sayfasında çoğunlukla kralmuzik.com.tr tabanlı müziklerin iletileri girilmektedir. Dolayısıyla tıklanan iletiler kullanıcıları doğrudan web sitesine yönlendirmektedir. Neredeyse her saat başında bir ileti girilecek şekilde günde en az 7 en fazla 25 iletinin yayımlandığı görülmüştür. İletilerin saat başına gelecek şekilde daha çok öğlen ve akşam saatlerinde girildiğine tanık olunmuştur. Sayfanın kullanıcı beğeni potansiyelinin yüksek olduğu görülmektedir. Üretilen içeriklere karşı kullanıcılar yorum ya da paylaşımından öte beğeni yaparak tepki vermektedir. Müzik videoları dışında üretilen içeriklerin sponsor bağlantıları, dilek, temenni mesajları ve kralmuzik.com.tr uzantılı magazin haberleri şeklinde olduğu görülmektedir.

Joy Türk

Joy Türk, Türkçe müzik yayını yapan özel bir radyodur. Facebook'ta Joy Türk resmi sayfasının dışında "Joy Türk Akustik Türk" adında müzisyen/grup başlığı altında 14.646 beğeniye ulaşmış aktif kullanılan bir sayfa göze çarpmaktadır. Bu sayfaların dışında farklı isimler altında resmi olmayan ve az kullanıcıya hitap eden sayfalar yer almaktadır. Radyo istasyonu başlığı altında yer alan Joy Türk Facebook sayfasında kullanılan profil fotoğrafının radyonun logolarından seçildiği gözlemlenmektedir. Kapak fotoğrafında İstiklal caddesi fotoğrafı yer alan sayfanın daha önce kullanılan kapak fotoğraflarına bakıldığında, Kapadokya manzarası, karnaval.com iletişi, karnaval tv tanıtımları, yarışma fotoğrafları, akustik performans fotoğrafları, program tanıtımları gibi içerikler ile karşılaşılmaktadır.

Facebook sekmelerinde fotoğraf sekmesine bakıldığında hayvan ve çocuk fotoğraflarının yanında, şarkıcı fotoğrafları, program tanıtımları, sponsor olunan

etkinliklerin fotoğrafları, dilek ve temenni mesajları içeren fotoğraflar, çeşitli grafik ve animasyon fotoğrafları görülmektedir. Videolar sekmesinde ise başka bir bağlantıya yönlendirilmeyen eğlence içerikli videolarla karşılaşmaktadır. Bu içeriklerden farklı olarak radyo tanıtım videoları dikkat çekmektedir.

JOY TÜRK		İleti		Beğeni		Paylaşım		Yorum	
Tarih		00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00
5 Ocak	Sah	2	4	3	384	0	87	1	3
6 Ocak	Çar.	1	4	6	134	0	21	4	1
7 Ocak	Per.	2	6	28	53	0	11	0	0
8 Ocak	Cuma	2	6	2	371	0	66	0	9
9 Ocak	Cts.	3	8	544	280	108	61	4	9
10 Ocak	Pzr.	1	7	1	128	0	84	0	30
11 Ocak	Pts.	2	7	30	373	0	99	0	13
Toplam		13	42	624	1687	108	429	9	65
Haftalık Toplam		55		2311		537		74	

Tablo 11. Joy Türk Facebook Sayfasının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Joy Türk Facebook sayfasının beğeni sayısı araştırmanın başlangıcında 191.278 iken son gün bu sayı 190.876'ya düşmüş gözükmemektedir. Bir haftalık süreçte sayfada günlük en az 5 en fazla 11 içeriğin üretildiği görülmektedir. Sayfada hiçbir tepki almayan içeriklerin yanında 300'ün üzerinde beğeni ve 100'ün üzerinde paylaşım alan içerikler de söz konusudur. Araştırma süresince en çok beğeni alan içeriğin "Uykudan Önce Masaj" isimli bir köpek yavrusunun uyutulma videosu olduğu görülmüştür. Beğenilen içeriklerin bu doğrultuda paylaşımına sokulduğu

dikkat çekmektedir. Oluşturulan içeriklerin günün öğlen ve akşam saatlerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

3.10.Show Radyo

Show Radyo, Türkçe müzik yayını yapan özel bir radyodur. Facebook'ta radyo ve haberleşme ekipmanları başlığı altında yer alan istasyonun resmi sayfasının dışında resmi olmayan ilgi alanı sayfası bulunmaktadır. Sayfanın profil fotoğraflarında radyonun logosu yer almaktadır. Kapak fotoğraflarında ise program bildirimleri, radyo logosu ve sloganı, sosyal sorumluluk içeren fotoğraflar, Türk bayrağı, etkinlik içeren görseller, radyo programcılarının fotoğrafı, sosyal platform adreslerinin yer aldığı görseller, günün önemine göre yapılan temenni ve dilek içerikli görseller, şarkıcıların doğum günleri ve ölüm yıldönümlerini içeren görseller yer almaktadır.

Sayfadaki sekmeler incelendiğinde standart sekmelerin dışında Instagram sekmesi dikkat çekmektedir. Bu bölümden radyonun Instagram hesabına geçiş yapılabilmektedir. Fotoğraflar sekmesinde çoğunlukla programcılarının program öncesi yayınlamış oldukları fotoğraflar bulunurken, bunun dışında eğlence içerikli görseller ve sponsor olunan etkinlikler ve sponsor firmaların ürün görselleri göze çarpmaktadır. Videolar sekmesinde ise radyoda şarkıcılarla yapılmış röportajlar, istasyon ürünlerinin reklam videoları, önemli günlerle ilgili hazırlanmış spotlar, sponsor reklam videoları, yayın stüdyosundan çeşitli videolar dikkat çekmektedir. Hakkında kısmına bakıldığında ise radyonun sloganı, e-mail adresi, web sitesi ve telefonunun bulunduğu görülmektedir.

SHOW RADYO		İleti		Beğeni		Paylaşım		Yorum	
Tarih		00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00	00-12	12-00
5 Ocak	Salı	4	7	244	267	5	2	5	20
6 Ocak	Çar.	4	4	38	166	0	1	2	2
7 Ocak	Per.	4	6	141	234	2	0	4	10
8 Ocak	Cuma	4	4	147	483	0	7	0	22
9 Ocak	Cts.	2	3	39	109	0	3	0	2

10	Pzr.	3	2	64	71	0	1	0	0
Ocak									
11	Pts.	3	6	53	590	0	41	0	12
Ocak									
Toplam		36	32	726	1920	7	55	11	68
Haftalık Toplam		68		2646		62		79	

Tablo 12. Show Radyo Facebook Sayfasının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Sayfanın beğeni sayısına bakıldığında araştırmanın başında 63.186 olan beğeni sayısının araştırmanın son gününe kadar 63.554'e yükseldiği görülmüştür. Sayfada yayınlanan ileti sayısı günlük 5 ile 11 arasında değişmektedir. Üretilen içeriklerin gün içerisinde sabah 7'den akşam 11'e kadar neredeyse gece gündüz ayrımı olmadan neredeyse eşit sayıda yayına sokulması önemli bir ayrıntıdır. Haftalık ileti sayılarına bakıldığında öğleden önce paylaşılan ileti sayısının öğleden sonraya göre fazla sayıda olduğu görülmektedir. Ayrıca iletilerin paylaşım ve yorum sayısının birbirine yakın olması dikkat çekmektedir. Üretime sokulan içeriklere bakıldığında program öncesi bildirim iletilerinin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu içeriklerin dışında ise sponsor olunan etkinliklerin bildirim, haftanın müzik sıralaması, yer alınan dijital platformların reklamı, eğlence içerikli Facebook tabanlı içerik paylaşımı, programcıların katılmış oldukları etkinlikler gibi içeriklerin yayınlanmaktadır.

SONUÇ

Türkiye'nin 2015 yılı Kasım ayı itibarıyla en çok dinlenme sayısına sahip 10 radyosunun Facebook sayfaları incelendiğinde Facebook sayfalarının beğeni sayfaları olarak açıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda radyo istasyonu adına açılan sayfaların genellikle "Radyo İstasyonu" şeklinde başlıklandırıldığı görülürken SlowTürk sayfasının "Şirket", Show Radyo sayfasının ise "Radyo ve Haberleşme Ekipmanları" başlığı altında yer aldığı görülmektedir.

Sayfaların profil fotoğraflarına bakıldığında incelenen tüm radyoların profil fotoğrafı olarak logolarını kullandıkları görülmüştür. Kapak fotoğraflarına bakıldığında ise şehirlere göre değişen radyo frekanslarının, radyo sloganlarının, program tanıtımlarının, sponsor olunan etkinliklerin, önemli günler ile ilgili dilek, temenni ve duygu içerikli görsellerin kullanıldığı görülmektedir. Bu içeriklerden

farklı olarak Metro FM, Joy Türk ve Süper FM bağlı buldukları karnava.com şirketinin görsellerini kullanmaktadır. Show Radyo Türk bayrağı, sosyal sorumluluk mesajı, PowerTürk şarkıcı fotoğraflarıyla slogan paylaşımı, SlowTürk ve Süper FM Facebook sayfasını takip etmeye yönlendirici içerik, Süper FM sponsor kampanyasının görseli, Radyo Seymen ise sponsor olduğu futbol takımının fotoğraflarını sergilemektedir.

Radyoların Facebook sekmelerinde de farklılıklar söz konusudur. TRT FM'in sekmesinde Canlı Yayın ve Frekanslar bölümü yer alırken, Süper FM'in Twitter, PowerTürkTwitter, Instagram, Dailymotion, Show Radyo Instagram, Kral Pop ve Kral FM 'Canlı Yayına Mesaj Gönder' bölümleri dikkat çekmektedir. Metro FM, SlowTürk, Radyo Seymen ve Joy Türk ise standart sekme özelliklerini değiştirmemişlerdir.

İncelenen radyoların içerik paylaşımlarına dikkat edildiğinde üretilen içeriklerin daha çok program öncesi bildirim, program tanıtımı, etkinlik paylaşımı şeklinde olduğu gözlemlenirken bazı radyolar arasında bu alanda önemli farklılıklar da söz konusudur. Kral FM ve Kral Pop sayfalarında üretilen içeriklerin çoğunlukla web sitesi bağlantılı müziklerden oluştuğu görülmektedir. Bakıldığında bu tarzda ileti girişi yapan bir diğer radyonun da Radyo Seymen olduğu görülmektedir. Radyo Seymen Youtube tabanlı müzik içeriklerini Facebook sayfasında paylaşmaktadır. Diğer radyolarda müzik içeriğinin paylaşılmadığı görülmüştür. Bu doğrultuda ikinci araştırma sorusunun cevabı olarak radyoların Facebook sayfaları arasında belirlenmiş ortak bir politikanın olmadığı sonucuna varılmıştır.

Metro FM, Joy Türk ve Süper FM Facebook sayfalarına bakıldığında ise karnaval.com bağlantılı magazin ve eğlence içerikli haberlerin paylaşıldığı görülmektedir. Bu haberlere tıklandığında haberin devamı için karnaval.com web sayfasına doğru yönlendirme gerçekleşmektedir. Diğer sayfalara bakıldığında bu tür içeriklere en yakın içeriğin SlowTürk'te paylaşıldığı görülmektedir. SlowTürk'teki içeriklerin radyo yayın formatı çerçevesinde duygu içerikli iletiler olduğu söylenebilir. Fakat Metro FM, Joy Türk ve Süper FM'de paylaşılan magazin içeriklerinin yayın formatıyla bağlantısının olmadığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bakıldığında Kral FM, Kral Pop, Radyo Seymen, TRT FM, Power Türk ve TRT FM'in yayın türlerinden ya da yayın formatlarından bağımsız içerik paylaşımında bulunmadıkları fark edilmektedir. Buradan sonuçla üçüncü araştırma sorusunun cevabı olarak bir takım radyoların Facebook sayfalarında üretilen içerikler ile yayın politikaları arasında bağ olduğu, bazı radyolar da ise böyle bir bağdan söz etmenin mümkün olmayacağı söylenebilir.

Bir devlet radyosu olarak TRT FM'in sayfasında yayınlanan iletilerin yorum bekler nitelikte olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda iletilere hiçbir radyo sayfasında görülmeyecek kadar çok sayıda kullanıcı yorumu gelmektedir. Hatta gelen yorumların bir kısmının TRT FM sayfası adıyla cevaplandırıldığına tanık olunmuştur. Bu açıdan diğer radyolara göre TRT FM'in sayfasını bir duvar olarak değil interaktif kullanıma açık bir sayfa olarak kullandığı görülmektedir. Bununla birlikte TRT FM sayfasında program öncesi iletilerin program adına açılmış Facebook sayfalarını işaret edilecek şekilde girildiği gözlemlenmiştir. Facebook sayfalarında programcılarının özel sayfalarına ve program sayfalarına yönlendirme yapılan diğer radyo sayfaları ise Radyo Seymen ve Metro FM'dir. Metro FM sayfasının programcısının başlatmış olduğu ankete yönlendirme yaptığı görülürken Radyo Seymen sayfasının Facebook program sayfasına yönlendirme yaptığı ve paylaşılan fotoğraf kalanyla da Instagram bağlantısına yönlendirme yaptığı anlaşılmaktadır.

Facebook sayfaları içerisinde kullanım açısından genel içerisinde özel niteliğinde dikkat çeken farklılıklar söz konusudur. Bunlardan biri de dil kullanımınıdır. Dil kullanımları incelendiğinde diğer radyoların aksine Radyo Seymen'in bir takım iletilerinde resmi dil kullanmadığı fark edilmiştir. Diğer radyolar içerisinde öne çıkan bir başka özellik ise WhatsApp kullanımınıdır. SlowTürk Facebook sayfasından Whatsapp numarası paylaşarak iletişimin bu vasıta aracılığıyla da gerçekleştirilebileceğini ilan duyurmuştur. Başka hiçbir radyoda bu tarzda bir iletiye rastlanılmamıştır. Metro Fm'in ise dinleyicilerinin görüşlerini almak adına anket uygulamasına yönlendiği görülmüştür. Bu doğrultuda kullanıcılarından günün şarkısını seçmeleri istenmiştir.

URYAD Sıralaması	Sayfa Beğeni	İleti Sayısı	Beğeni Sayısı	Paylaşım Sayısı	Yorum Sayısı
Kral FM	Kral FM 1.885.430	Kral FM 158	Kral FM 40137	Kral FM 6642	TRT FM 2297
TRT FM	Power Türk 1.337.397	Kral Pop 138	Kral Pop 24391	Kral Pop 911	Kral FM 319

PowerTürk	Kral Pop 548.226	Show Radyo 68	TRT FM 9661	Joy Türk 537	Süper FM 146
Süper FM	TRT FM 266.027	TRT FM 64	Power Türk 3513	Metro FM 504	Kral Pop 119
Radyo Seymen	Metro FM 243.473	Joy Türk 55	Show Radyo 2646	Süper FM 370	Metro FM 110
Metro FM	Joy Türk 191.278	Süper FM 54	Metro FM 2434	TRT FM 78	PowerTürk 80
SlowTürk	Süper FM 186.913	Metro FM 52	Joy Türk 2311	Show Radyo 62	Show Radyo 75
Kral Pop	Radyo Seymen 72.699	PowerTürk 29	Süper FM 2183	SlowTürk 41	Joy Türk 74
Joy Türk	Show Radyo 63.186	SlowTürk 12	Radyo Seymen 630	PowerTürk 21	Radyo Seymen 41
Show Radyo	SlowTürk 45.622	Radyo Seymen 5	SlowTürk 350	Radyo Seymen 10	SlowTürk 20

Tablo 13. İncelenen Radyoların Facebook Sayfalarının Bir Haftalık Hareket Dökümü

Bir haftalık süreç boyunca Facebook sayfalarındaki hareketlerin hesaplandığı tabloya bakıldığında URYAD'ın 2015 Kasım ayı verilerine göre derlenen sıralaması arasında bir net bir bağlantı kurulamadığı görülmektedir. Bu sonuç ilk araştırma

sorusunun cevabı olarak kabul edilebilir. En çok dinlenen radyo frekansı olarak görünen Kral FM'in Facebook sayfasındaki beğeni sayısı, iletilerine gelen beğeni ve paylaşım sayıları arasında bir bağ kurulabileceği gibi PowerTürk'ündinlenirlik ve Facebook beğeni sayıları arasında bağ kurabilmek mümkün gözükmemektedir. Bu doğrultuda radyo dinlenirlik oranlarının Facebook beğeni sayılarıyla ilişkisinin zayıf olduğu söylenebilir.

Dinlenirlik ve Facebook sayfasında beğeni oranları arasındaki ilişki bu yöndeyken, sayfa beğeni sayılarıyla ileti beğeni, yorum ve paylaşımlarının arasındaki ilişkinin yakınlık gösterdiği söylenebilir fakat aynı şekilde bir sıralamalar arasında bağlantı kurmanın sağlıklı sonuçlar vermeyeceği öngörülmektedir. Facebook iletilerine gelen beğeni ve yorumların içeriklerine göre değişiklik gösterdiği gözlemlenmiştir. Örneğin Kral FM sayfasında "Mustafa Ceceli- Hüsrân" adlı müzik iletisine 1.600'ün üzerinde beğeni, 190'ın üzerinde paylaşım yapılırken hemen sonrasında yayınlanan "Öykü Gürman – Canevi" adlı iletiye 131 beğeni ve 4 paylaşım gelmiştir. Bu örnek kullanıcıların verdikleri tepkinin paylaşımın içeriğine göre değiştiğini göstermektedir. Dolayısıyla elde edilen beğeni sayıları üzerinden kesin yargılara ulaşmak doğru olmayacaktır.

KAYNAKLAR

Aziz, A. (2012) *Radyo Yayıncılığı*. Ankara. Nobel Yayıncılık.

Bahadır, A. (2012) *Radikal.com.tr*. <http://www.radikal.com.tr/egence/radyoculukta-internet-cagi-1074351/> 02.01.2016.

Binark, M. (2007) *Yeni Medya Çalışmaları*. Ankara. Dipnot Yayınları.

Cankaya, Ö. (2003) *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT*. İstanbul. Yapı Kredi Yayınları.

Kaye, M; Popperwell, A. (1995) *Radyo Dersleri* (Çev. T. Eryılmaz) İstanbul. Yapı Kredi Yayınları.

Kızıldaş, E. (2015) *Campaign.com* <http://www.campaigntr.com/2015/09/03/118261/turkiyede-her-ay-39-milyon-kisi-facebooku-ziyaret-ediyor/> 03.01.2016

Saymer, İ. (2008) *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. İstanbul. Beta Yayınları.

Soydan, E. (2014) “Avrupa ve Balkanlarda Türkçe Yayın Yapan İnternet Radyoları”. 3rd International Conference On Language AndLiterature “Turkish in Europa” Tirana/ Albania, ProceedingsBook, v.2, 204- 216. <http://udek.beder.edu.al/docs/2014/udek%202014-cilt2.pdf> / 02.01.2016.

Tekinalp, Ş. (2003) *CameraObscura'danSynopticon'a Radyo ve Televizyon*. İstanbul. Der Yayınevi.

Toprak, A. vd. (2009) *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook*. İstanbul. Kalkedon Yayınları.

Uryad.org.tr. (2015)
<http://uryad.org.tr/uploads/files/Aral%C4%B1k%20201511HaneBazl%C4%B1Sonu%C3%A7lar%C4%B1.pdf> / 12.01.2016

Tablo 1. http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015/5-We_Are_Social_wearesocialsg_5GLOBAL (Erişim tarihi: 02.01.2016)

Tablo 2. <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015/321> (Erişim Tarihi: 03.01.2016)