RADYO DİNLEME EĞİLİMLERİ

ARAŞTIRMASI - 2



ARALIK 2009

KAMUOYU YAYIN ARAŞTIRMALARI VE ÖLÇME DAİRESİ BAŞKANLIĞI

Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı Bilkent Plaza B2 Blok 06800Bilkent / ANKARA

Tel: 0312 266 19 44 Fax: 0312 266 20 09 Web: www.rtuk.org.tr e-posta: rtuk@rtuk.org. tr

ÖNSÖZ

Ülkemizde 1927 yılında başlayan radyo yayıncılığı, aradan geçen zaman içinde önemli değişimler geçirmiş ve bugünkü canlı, dinamik ve renkli yapısına kavuşmuştur. Doksanlı yılların başına kadar devam eden radyo ve televizyon yayıncılığındaki devlet tekelinin önce fiilen, 1993 yılında Anayasa'da yapılan değişiklikle de (*) hukuken kalkması, radyo yayıncılığı alanında çok hızlı bir gelişmeye imkân vermiştir. Bu değişiklikle birlikte radyo yayıncılığı çok hızlı bir şekilde gelişirken bu sektörle ilgili düzenlemeler çeşitli nedenlerle gerçekleştirilemediğinden, sektörün hukuki zemini belirsizliğini korumuştur. Bugün radyo ve televizyon yayıncılığı alanında kullanılan frekansların yayıncılara tahsisi işlemi yapılamadığından, ciddi bir belirsizlik ve karmaşa devam etmektedir. Buna rağmen yayıncılık teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, bu alanda yeni mecralar ve imkânlar sunmaktadır. Artık hem radyo hem de televizyon yayıncılığı sadece karasal alanda değil, bunun yanında uydudan, kablodan ve internetten de yapılabilmektedir.

Alternatif yayıncılık imkanlarının artış göstermesi, radyo dinlemelerini etkilemiş olsa bile temelde "söz'e dayalı yayıncılık olan radyoculuk önemini her zaman korumuş, hatta yolda, arabada, iş yerinde, yürürken, spor yaparken, başka işlerle meşgul olurken dinlenebilme özelliği nedeniyle önemi daha da artmıştır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), halkın izleme ve dinleme eğilimlerini, beklenti ve kanaatlerini belirlemek amacıyla belli konularda kamuoyu araştırmaları yapmaktadır. Yapılan bu araştırmalarda ortaya çıkan konular, eğilimler, beklenti ve kanaatler yayıncılarla, sektör temsilcileriyle ve halkla paylaşılarak canlı ve verimli bir iletişim ortamının kurulması amaçlanmaktadır.

* 8.7.1993 tarihinde Anayasa'nın 133. Maddesinde 1. Fıkrasında yapılan değişiklikle "Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir" hükmü getirilerek yayıncılıktaki devlet tekeline son vermiştir.

RTÜK, 2006 yılında gerçekleştirdiği "Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması" ile başlattığı kamuoyu araştırmalarının dördüncüsünü, 2007 yılında "Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması" adı altında yapmış ve söz konusu araştırma, kitap haline getirilerek sonuçları ilgililerle paylaşılmıştır.

2007 yılında gerçekleştirilen ilk araştırmadan bu yana, radyo dinleme eğilimlerinde meydana gelen değişimleri ölçmek, bu alandaki gelişmeleri ve dinleyicilerin kanaatlerini ortaya koymak için yeni bir araştırma yapma yoluna gidilmiştir. "Radyo Dinleme Eğilimleri - 2" konulu bu kamuoyu araştırması, bir yandan ilkinin iki sene sonraki tekrarı, diğer yandan ise 2009'un sonlarına doğru toplumun radyo dinleme eğilimlerinin haritasını çıkarmak amacını taşımaktadır.

Bu araştırmanın planlanması ve gerçekleşmesinde katkısı olan RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığının değerli çalışanlarına teşekkür ediyor; RTÜK olarak gerçekleştirdiğimiz bütün araştırmaların olduğu gibi bu araştırmanın da başta radyo yayıncılarına, yayın kuruluşlarına, yayıncılık sektörüne ve kamuoyuna faydalı olmasını diliyorum.

Prof. Dr. Davut DURSUN
RTÜK Başkanı

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ 3

BULGULARIN ÖZETİ 5

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BÖLGELERİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ..... 17

İKİNCİ BÖLÜM

HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK RADYO DİNLEME SÜRESİ..... 27

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU RADYO DİNLEME SAATLERİ 37

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

RADYO KANALLARINI TERCİH DÜZEYİ VE RADYO KANALLARININ TÜRKÇE KULLANIMI 45

BEŞİNCİ BÖLÜM

PROGRAM VE MÜZİK TÜRLERİNİ DİNLEME DÜZEYİ VE TERCİH EDİLDİKLERİ RADYO KANALLARI 67

ALTINCI BÖLÜM

RADYO YAYINLARININ NEREDEN VE NEREDE DİNLENDİĞİ..... 83

YEDİNCİ BÖLÜM

RADYO İLE İLGİLİ KANAATLER VE RADYO REKLAMLARI..... 93

GİRİŞ

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ***Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı*** tarafından 3 – 15 Aralık 2009 tarihleri arasında gerçekleştirilen "Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması – 2" konulu çalışma, toplumun radyo dinleme alışkanlığını ve tutumunu tespit etmeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, hafta içi ve hafta sonu radyo dinleme süresi ve dinlemenin yoğunlaştığı saatler, tercih edilen radyo kanalları ve bu kanalların tercih edilme nedenleri ile Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı, program ve müzik türleri açısından dinleme alışkanlıkları, radyo yayınlarının takip edildiği kaynaklar ve radyo yayınlarından rahatsızlık duyulan hususlar ile radyo hakkındaki kanaatler ve reklamların izlenme düzeyi, tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma, Türkiye genelini temsilen 21 il ve bu illere bağlı 124 ilçede toplam 167 mahalle/köyde, 15 ve daha yukarı yaştaki toplam 2600 kişi üzerinde yüz yüze mülakata dayalı anket yoluyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın yapılacağı yerlerin ve buralarda görüşülecek örneklemin tespitinde Türkiye İstatistik Kurumu'nun sağladığı veriler esas alınmış ve anket uygulaması, bu verilerinden yararlanılarak "sistematik rastsal" yöntemle yapılmıştır. Örneklemin tamamen rassal (random) olduğu varsayıldığında örneklem büyüklüğü % 95 güvenlik düzeyinde ± 1,92 hata payı ile Türkiye genelini temsil etmektedir.

Araştırma, ön teste tabi tutulan ve soruların işlerliği anlaşıldıktan sonra, konuyla ilgili olarak özel eğitim almış anketörler ve uzman koordinatörler nezaretinde yüz yüze görüşme metodu ile yapılan anketler ile gerçekleştirilmiştir.

Saha çalışması yapılırken her beş anketöre bir saha koordinatörü eşlik etmiş, anketörler tarafından doldurulan anket formları saha koordinatörleri tarafından yerinde kontrol edilmiştir.

Denetleme işlemlerinin tamamlanmasının ardından anket formları bir kod kitapçığı hazırlanarak kodlanmış, sonrasında da Microsoft Excel formatında bilgisayar ortamına aktarılmıştır.

Saha çalışması tamamlandıktan sonra anket verileri, SPSS 16.0 programı ile analiz edilmiştir. Analizlerde, sayı ve yüzde dağılımı ile çapraz tablolar (cross-tabulation) gibi betimsel istatistik teknikleri kullanılmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgular, 2007 yılında yapılan "Radyo Dinleme Eğilimleri" araştırmasında sorgulanan konularla, ilgili konu başlıkları içerisinde karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

Araştırma sonuçları, uygun şekil ve tablolar oluşturularak raporlanmıştır. Çapraz tabloların oluşturulmasında, görüşülen kişinin cinsiyeti, yaş grubu, medeni durumu, eğitim düzeyi, meslek grubu ile gelir düzeyi bağımsız değişkenler olarak alınmıştır.

BULGULARIN ÖZETİ

HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK RADYO DİNLEME SÜRESİ

Araştırmanın ölçmeye çalıştığı konuların başında, dinleyicilerin hafta içi ve hafta sonlarında ortalama radyo dinleme süresini tespit etmek gelmektedir. Elde edilen bulgulara göre, hafta içi ve hafta sonu radyo dinleme süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Hafta içinde günlük ortalama radyo dinleme süresi 3.41, hafta sonunda ise 3.27 saattir. Dinleyicilerin yarısına yakın bir kısmının günde "2 ila 3 saat" arasında radyo dinlediği anlaşılmaktadır. Dinleyicilerin yaklaşık dörtte biri "1 saat ve daha az" süreli olarak radyo dinlemekte iken, "10 saat ve daha fazla" radyo dinleyenlerin oranının yüzde 7.2 gibi dikkate değer bir düzeyde olduğu gözlenmektedir.

Araştırma verilerinden, Türk toplumunun yüksek sayılabilecek düzeyde radyo dinleme alışkanlığına sahip olduğu gözlenmektedir.

Demografik özellikler dikkate alındığında, deneklerin radyo dinleme alışkanlıkları arasında yüzde olarak farklılık görülmekle birlikte, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Örneğin cinsiyet bazında yapılan analizlerde, erkeklerin günde ortalama radyo dinleme süresi 3.56 saat iken, bu süre kadınlarda 3.26 saattir.

Benzer bir değerlendirme, yaş grupları için de yapılabilmektedir. Yine farklı eğitim düzeyine sahip olanların günlük radyo dinleme süreleri yaklaşık olarak benzer değerler taşımakta olup değişkenine göre bir farklılık gözlenmemektedir.

Meslekler bazında yapılan analizlerde, aktif olarak gelir getirici bir işte çalışmayanların diğerlerine göre daha az süre ile radyo dinlediği anlaşılmaktadır. Benzer bir farklılık, bölgesel düzeyde de görülmektedir: Günlük radyo dinleme sıklığının en fazla olduğu bölge 4.18 saat ortalama ile Güneydoğu, en az olduğu bölge ise 2.40 ortalama ile Karadeniz bölgesidir.

HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU RADYO DİNLEME SAATLERİ

Araştırmada, radyo dinlemenin günün hangi saatlerinde yoğunlaştığı ve bu konuda hafta içi ile hafta sonu arasında bir farklılık olup olmadığı da ele alınmaktadır. Yapılan analizlere göre, radyo dinlemenin yoğunlaştığı saatler konusunda hafta içi ile hafta sonu arasında istatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte bir farklılık bulunmaktadır. Hafta içinde erken saatlerde dinlenmeye başlanan radyonun, hafta sonlarında dinlendiği saatlerin daha geç olduğu anlaşılmaktadır. İkisi arasındaki fark, öğleden önceki saatlerde yoğunlaşmakta; hafta içinde radyo dinlemenin en yoğun olduğu saatler 09-12.00 saatleri arası iken, hafta sonları bu saatler 12.00 ile 15.00 arası olmaktadır. Öğleden sonraki saatler bakımından, hafta içi ile hafta sonu arasında benzer bir yoğunlaşma görülmektedir.

Hafta içi esas alınarak yapılan analizlere göre, saat 09.00'dan itibaren dinleyicilerin radyo ile buluştuğu, bu saatten önce radyo dinleyenlerin oranının dikkate alınmayacak kadar az olduğu anlaşılmaktadır. Radyo dinlemenin yoğunlaştığı saatler, gün içinde giderek düşen bir eğilim izlemektedir. Radyo dinleme oranı akşam saatlerinde belirgin biçimde düşmekte, gece geç vakitlere yaklaşıldığında, neredeyse sona ermektedir. Saat 21.00'e kadar radyo dinleyenlerin oranı yüzde 26.5 iken, bu oran, saat 24.00'e kadar yüzde 18.2'ye düşmektedir.

Radyo dinlemenin akşam saatlerinde düşmesinin, kuşkusuz çok değişik nedenleri söz konusu olsa da televizyon izlemenin bu düşüşte etkisinin büyük olduğunu vurgulamak yanlış olmayacaktır.

Demografik değişkenler bazında yapılan analizlere göre cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, bölge ve gelir gruplarında yoğunlaşan dinleyici kitlelerinin radyo dinleme saatleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göze çarpmamaktadır.

RADYO KANALLARININ TERCİH DÜZEYLERİ VE TÜRKÇEYİ KULLANMA BECERİLERİ

Araştırmada yer alanlara en fazla dinlediği üç radyo kanalı sorulduğunda sıralama, Kral FM, TRT (TRT'nin tüm kanalları) ve Power Türk şeklinde olmakta, ancak dinleyicilerin birinci, ikinci ve üçüncü sıradaki tercih sıralamasında, farklı bir durum ortaya çıkmaktadır. En fazla tercih edilen kanal sorgulandığında birinci sırada TRT radyo kanalları, ikinci sırada Kral FM, üçüncü sırada ise Power Türk yer almaktadır.

Bu üç seçeneğin toplamı dikkate alınarak analiz yapıldığında, Kral FM'in yüzde 32.7 ile en fazla dinlenen radyo kanalı olduğu anlaşılmakta, TRT radyo kanallarının dinlenme oranının toplamda yüzde 30.5 düzeyinde olduğu görülmektedir. Üçüncü sırada en fazla dinlenen Power Türk'ün dinlenme oranı yüzde 10.3 olurken, diğer kanalların dinlenme oranları yüzde 10'un altında kalmaktadır.

Bu araştırmanın verileri 2007 araştırmasının sonuçlarıyla karşılaştırıldığında, yaklaşık olarak paralel bulgulara ulaşıldığı görülmekte, iki araştırmada da Kral FM en fazla tercih edilen radyo kanalı olarak dikkat çekmektedir.

Bu araştırmada üçüncü sırada yer alan radyo Power Türk iken, 2007 araştırmasında üçüncü sıradaki radyo kanalı Süper FM'dir. Süper FM, bu araştırmada dördüncü sıraya gerilemiştir. İki araştırmanın verileri, radyo kanallarının tercih edilmesi bakımından karşılaştırıldığında TRT, Kral FM, Power Türk ve Süper FM'in ilk dört sırayı paylaştığı gözlenmektedir.

2009 yılı araştırma verileri dikkate alındığında, Kral FM ile TRT radyo kanallarının diğer radyolara göre belirgin bir farkla en fazla tercih edilen kanallar olduğu anlaşılmaktadır. Bazı demografik özelliklere göre bu iki radyo kanalının tercih edilme düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar göze çarpmakta, bu durum özellikle yaş, eğitim ve meslek dağılımında ortaya çıkmaktadır.

Genç yaştaki dinleyiciler daha çok Kral FM'i, 40 ve yukarı yaşlarda olanlar TRT radyo kanallarını daha fazla tercih etmektedir. Yüksek eğitimli kitle TRT radyo kanallarını, daha düşük eğitim düzeyine sahip olanlarsa Kral FM'i dinlemektedir. Profesyonel mesleklerde çalışanların TRT radyo kanallarını, Kral FM'e göre daha fazla tercih ettiği görülmektedir. Bölgesel bazda yapılan analizlere göre, Marmara ile Güneydoğu Anadolu bölgelerinin dışındaki tüm bölgelerde TRT radyo kanalları en fazla dinlenen radyo olmaktadır. Marmara ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde Kral FM, TRT kanallarından daha fazla dinlenmektedir.

En fazla tercih edilen radyo kanalının tespit edilmesi için dinleyicilere "Yalnız bir radyo kanalını dinlemek zorunda kalsanız, bunun hangi kanal olmasını istersiniz?" şeklinde kilit bir soru yöneltildiğinde gelen cevaplar, belirgin biçimde TRT radyo kanallarını işaret etmektedir. Tek kanal seçmek zorunda kalmaları durumunda bunun TRT radyoları olmasını isteyenlerin oranı yüzde 20.9, Kral FM'i isteyenlerin oranı ise yüzde 13.8 düzeyindedir. Diğer kanalların oranları ise yüzde 5'in altındadır.

Araştırmada, deneklerin dinledikleri radyo kanalını tercih etme nedenleri de sorgulanmıştır. Bu konuda alınan cevaplar analiz edildiğinde, TRT radyo kanallarının sevilen müzikleri, tarafsız haberleri, kaliteli ve seviyeli yayınları, net yayını, kültürel ve eğitici programları ve Türkçeyi güzel kullanışından dolayı tercih edildiği anlaşılmaktadır.

Kral FM ile Power Türk'ün en fazla tercih edilme nedeni, müzik türleri bakımından dinleyiciye hitap etmeyi başarmalarıdır. Sevdiği müzikleri çaldığı için TRT radyo kanallarını dinlediğini belirtenlerin oranı yüzde 20.7 iken, bu oran Power Türk'te yüzde 67.5'e, Kral FM'de ise yüzde 72.3'e kadar yükselmektedir. Bu veriler Kral FM ve Power Türk'ün, belirgin biçimde müzik türlerinden dolayı tercih edildiğini ortaya koymakta; TRT radyo kanallarının ise müziğin dışındaki başka nedenlerden dolayı da dinlendiği anlaşılmaktadır.

Diğer tüm ulusal kanallarla ilgili olarak yapılan analizlere göre, Radyo 7 dışındakilerin müzik türleri nedeniyle tercih edildiği, Radyo 7'de ise dini içerikli yayınların öncelikli tercih sebebi olduğu anlaşılmaktadır. Müzik türleri, bu kanalda da ikinci tercih olarak ön plana çıkmaktadır.

TRT radyo kanallarının tercih edilme nedenleri arasında Türkçeyi iyi kullanma becerisinin önemli bir yere sahip olduğu; "Sizce Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı hangisidir?" şeklinde yöneltilen soruya gelen cevapların yüzde 38.6'sının TRT radyo kanallarını işaret etmesinden anlaşılmaktadır. Kral FM yüzde 9 ile Türkçeyi en iyi kullanan ikinci radyo kanalı olurken, diğer kanalların oranı yüzde 3'ün altında kalmaktadır.

PROGRAM VE MÜZİK TÜRLERİNİN DİNLENME DÜZEYİ VE TERCİH EDİLDİKLERİ RADYO KANALLARI

Araştırmada ele alınan konulardan biri de program ve müzik türlerini dinleme düzeyi ile tercih edildikleri radyo kanallarıdır. Yapılan analizlerde radyo dinleyicilerinin en fazla takip ettiği programların haber bültenleri, haber programları, değişik müzik türleri, dini programlar ve spor programları olduğu anlaşılmaktadır. Deneklerin yüzde 62'si haber programlarını genel olarak takip ettiğini belirtmekte, bu program türünden sonra en fazla dinlenen türün müzik programları olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, müzik türleri içinde Türk halk müziği, yüzde 61.5 ile en fazla dinlenen program türü olmakta, tercih edilme oranı, haber programlarına çok yakın olarak tespit edilmektedir. Halk müziğini, oransal sıralamada diğer müzik türleri Türk pop, arabesk, dini müzik, özgün müzik gibi programlar takip etmektedir.

Dini programlar bazında dini müzik ve ilahilerin, spor programları bazında da canlı futbol anlatımlarının dinleyici tarafından ilgi gördüğü; radyo kanallarında en az dinlenen programların yabancı rock, klasik, techno, jazz, new age vb. gibi müzik türleri ile çocuk ve magazin programları olduğu anlaşılmaktadır.

Sevilen programların takip edildiği radyo kanallarına bakıldığında, TRT radyolarının birçok program türünde, diğer radyo kanallarından çok yüksek oranda tercih edildiği görülmektedir. Haber bültenleri, haber programları, Türk halk müziği, Türk sanat müziği, dini programlar ve müzikler, spor programları, canlı futbol maçları, açık oturum ve tartışma programları, kültür sanat programları, klasik Türk müziği, ekonomi programları ve yarışma programları, belirgin bir farkla TRT radyo kanallarından takip edilmektedir. Türk pop müziği, arabesk, özgün müzik, taverna/fantezi müzik türlerinin en fazla dinlendiği radyo kanalı Kral FM olurken, tercih sıralamasında üçüncü olan Power Türk, Türk pop müziği, özgün müzik, yabancı pop müzik, Türkçe rock müzik gibi türlerin dinlenmesinde öne çıkmaktadır. Değişik müzik türlerinin dinlenme düzeyi bir araya getirildiğinde bunlar, radyo kanalının tercihinde en önemli faktörü oluşturmaktadır.

Dinî programlarda TRT'den sonra Radyo 7, Burç FM, Akra FM, Meltem FM kanallarının tercih edildiği; spor programlarında Lig Radyo, Kral FM, NTV Radyo, Süper FM ve Radyo D'nin TRT radyo kanallarından sonra dinlenen kanallar olduğu görülmektedir.

NTV Radyonun, ekonomi programlarında dikkat çekici oranda dinlendiği, yabancı pop müzik alanında Power FM, Metro FM, Radyo Maydanoz ve Number One kanallarının öne çıktığı gözlenmektedir.

Dinleyicilerden, isim bazında en fazla takip ettikleri bir program ismi istendiğinde, Kral FM'de yayınlanan "Mehmet'in Gezegeni" ve "Harbi Kız" programları ile Alem FM'de yayınlanan "Matrax" programlarının listeye girmesi, araştırmanın ilginç sonuçlarından birini oluşturmaktadır.

Program türlerinin çoğunda ilk tercih edilen kanal olmasına rağmen, TRT radyo kanallarının "haberler" dışında, isim zikredilerek herhangi bir programının değerlendirilebilir yüzde oluşturacak biçimde ön plana çıkmaması, dikkat çekici bulgulardan biri olmaktadır.

"Türküler Geçidi", "Arkası Yarın", "Dalga Kıran", "Yurttan Sesler ve İstekler" gibi program isimleri belirtilmekle birlikte, bunların dinlenme oranları yüzde 1'e ancak ulaşmakta veya daha altında kalmakta; araştırma sonuçlarına göre, Kral FM'deki "Mehmet'in Gezegeni" programının dinlenme oranı yüzde 7.5 düzeyine ulaşmaktadır. TRT radyo kanalları bu bağlamda, belli başlı program isimlerinden çok, genel olarak haber ve spor programlarının dinlendiği kanal olma özelliği taşımaktadır.

RADYO YAYINLARININ NEREDEN VE NEREDE DİNLENDİĞİ

Araştırma konularından biri de radyo yayınlarının nereden alındığı ve genel olarak nerelerde dinlendiğidir. Konuyla ilgili verilerden anlaşıldığına göre, dinleyicilerin yüzde 64'ü, radyo kanallarını klasik radyolardan takip etmektedir. Mobil/cep telefonunun radyo kullanımında yüzde 18.4 gibi yüksek düzeyde bir yer tutması, araştırmanın önemli bulgularından birini oluşturmakta ve bu sonuç, telefonların ana amaçlarının dışında başka amaçlar için de kullanıldığını göstermektedir.

Radyo yayınları aynı zamanda uydu, internet, mp3 çalar ve ev sinema sistemleri gibi yeni teknolojik vasıtalardan da izlenmektedir.

Araştırma bulgularına göre radyo kanalları, en fazla evde dinlenmektedir. Radyoyu evde dinlediğini belirten deneklerin oranı yaklaşık olarak yüzde 62 düzeyindedir. Radyonun dinlendiği mekân olarak evlerden sonra işyeri ve araçlar gelmektedir. Kahvehane ve lokallerde radyonun dinlenme oranı dikkate alınamayacak kadar azdır.

Radyo kanallarının araçlarda dinlenmesi, onların frekans gücüne bağlıdır. Ülkemizde yayın yapan özel radyoların frekansları, şehir merkezlerinden uzaklaştıkça, TRT radyo kanallarının frekanslarına göre daha güçsüz hale gelmektedir. Bu durumun, TRT radyo kanallarının arabada dinlenme oranının yüksek olmasında rol oynadığı, yapılan analizlerde "TRT radyo kanallarını iyi çektiği için dinlediğini belirten dinleyici kitlesi" olmasından da anlaşılmaktadır

Demografik değişkenler bazında yapılan analizlerde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gözlenmektedir. Kadınlar radyo kanallarını çoğunlukla evinde dinlerken, erkekler işyerinde ve arabada dinlemektedir. Yaş bakımından da dikkate değer bir farklılığın olduğu anlaşılmaktadır. Genç ve yaşlı kuşaklar radyo dinlemek için genel olarak evi tercih ederken, orta yaşlarda olanlar işyeri veya arabada radyo dinlemektedir.

Radyonun dinlendiği yer konusundaki en belirgin istatistiksel farklılık meslek grupları arasında görülmektedir. Ev hanımı, işsiz, öğrenci ve emekli gibi aktif bir işte çalışmayan ya da zamanını çoğunlukla evde geçirenler, radyo kanallarını büyük oranda evde dinlemektedir. Nitekim bu grupta yer alıp radyoyu evinde dinlediğini belirtenlerin oranı yüzde 84 gibi oldukça yüksek bir oran oluşturmaktadır. Profesyonel mesleklerde çalışanların evde radyo dinleme oranı, yüzde 24 gibi oldukça düşük bir değerdedir ve bu gruptaki dinleyicilerin, radyoyu genel olarak iş yerinde ya da araçlarda dinlediği anlaşılmaktadır.

Bölgesel bazda yapılan analizler, sosyo-ekonomik açıdan gelişmiş olan Ege ve Marmara gibi bölgelerde arabada radyo dinleme oranının, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin yaklaşık iki katı olduğu gözlenmektedir. Bu veri, ağırlıklı olarak özel otomobil sahibi olmakla açıklanabilecek bir durumu ortaya çıkarmakta ve özel otomobil sahibi olanların radyoyu araçlarında dinleme oranı, doğal olarak diğerlerine göre daha yüksek olmaktadır.

RADYO İLE İLGİLİ KANAATLER VE RADYO REKLAMLARI

Araştırmaya katılan deneklerin radyo dinlemekteki öncelikli amacı sorgulandığında, bulgular, radyonun genel olarak (yüzde 49.7) müzik ve (yüzde 17.7) haberleri dinlemek için kullanıldığını ortaya koymaktadır.

Deneklerin bir kısmı ise dinlenmek, vakit geçirmek, yeni bir şeyler öğrenmek ve eğlenmek gibi nedenlerle radyo dinlemektedir.

Araştırma, radyo yayınlarında rahatsızlık veren hususların neler olduğunu da tespit etmektedir. Elde edilen bulgulara göre, dinleyicilerin üçte ikilik bir kesimi, yayınlarda rahatsızlık veren herhangi bir konunun bulunmadığını belirtmektedir.

Radyo yayınlarından rahatsızlık duyan yüzde 24 düzeyindeki kitlenin önemli bir kesimi, reklamların çok ve uzun olmasından şikayet etmektedir. Bununla birlikte sunucuların çok konuşması, argo konuşmalar, niteliksiz müzik yayını, Türkçenin düzgün kullanılmayışı, yayınların ses kalitesinin düşüklüğü ve taraflı yayın gibi hususlar, dinleyicileri rahatsız eden noktalar olarak ön plana çıkmaktadır.

Araştırmada, dinleyicilerin reklam yayınlarına karşı tutumları da incelenmiştir. Kendilerine yöneltilen "Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız?" şeklindeki sorunun cevapları içinde yüzde 42.6 oranı ile yer alan "duyduğumda hemen kanalı değiştiririm" ifadesi, radyo kanallarında yayınlanan reklamların dinleyicinin tepkisine neden olduğunu açıkça ortaya koymakta; reklamlar yayınlanırken genel bir eğilim olarak dinleyicilerin kanal değiştirdiği veya radyoyu kapattığı anlaşılmaktadır.

"Reklamları sonuna kadar dinlerim" diyenlerin oranının yüzde 31 düzeyinde olması da önemli bir bulgudur. Reklam sadakati olan üçte birlik kitlenin mevcudiyeti, reklam verenler açısından dikkate değer bir durumdur.

Reklama karşı sergilenen tutumun örneklemin bazı demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu konuda kadınlarla erkeklerin davranışları arasında bir farklılık bulunmazken; yaş, eğitim, meslek ve gelir grupları bazında farklılık görülmektedir.

Genç yaştaki dinleyiciler, yüksek eğitim düzeyine sahip olanlar, profesyonel meslek sahipleri ile üst düzey gelir grubuna sahip olanların reklamlara fazla tahammül göstermediği; buna karşın yaşlıların, düşük eğitim düzeyine sahip olanların, gelir getirici bir işte aktif olarak çalışmayanların ve düşük gelir düzeyine sahip olanların reklamlara karşı daha toleranslı olduğu gözlenmektedir.

Ankete katılan deneklerin büyük bir kısmı, radyo yayınlarının hava, yol, trafik, yerel konular, kültürel ve sosyal etkinlikler konusunda yeterince bilgilendirici olduğunu düşünmektedir.

Araştırmada yer alanların yüzde 51.4'ü radyoların "kültür, örf ve adetlerimizi yaygınlaştırdığını" düşünmekte; dinleyicilerin yarısından fazlası da (yüzde 55.8) "radyo kanallarında Türkçe iyi kullanıldığı için dilimiz gelişiyor" önermesine katılmaktadır. Bu verilerden hareketle, dinleyici kitlesinin radyo programlarını bu konularda genel olarak yeterli bulduğu gözlenmektedir.

Radyo dinleyicileri arasında, kadın ve çocuk programlarının yeterince yer almadığını düşünen dikkate değer bir kitle bulunmaktadır.

Araştırmada, dinleyicilerin "yerel dillerde hazırlanan programların arttırılması" hakkındaki kanaatleri de sorgulanmakta ve bu konuda, dikkate değer düzeyde (yüzde 22.5) "kararsız" bir kitlenin bulunduğu gözlenmektedir. Konuya olumlu bakanların oranı, olumsuz bakan gruptan belirgin biçimde fazladır. Yerel dillerde hazırlanan programların arttırılması önermesine katılan dinleyicilerin oranı yüzde 44.8 iken, bu önermeye katılmayanların oranı yüzde 32.7 düzeyindedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BÖLGELERİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ

Örneklemin illere göre dağılımı

	SAYI	%
ADANA	108	4,2
ANKARA	335	12,9
ANTALYA	126	4,8
ARTVİN	30	1,2
BOLU	36	1,4
BURSA	153	5,9
ÇANAKKALE	30	1,2
DİYARBAKIR	69	2,7
EDİRNE	31	1,2
ERZURUM	33	1,3
GAZİANTEP	80	3,1
İSTANBUL	823	31,7
İZMİR	272	10,5
KAYSERİ	60	2,3
KOCAELİ	88	3,4
KONYA	105	4,0
MALATYA	30	1,2
SAMSUN	78	3,0
TRABZON	45	1,7
VAN	32	1,2
ZONGULDAK	36	1,4
TOPLAM	2.600	100,0

Örneklemin coğrafi bölgelere göre dağılımı

	SAYI	%
Marmara Bölgesi	1.125	43,3
Ege Bölgesi	272	10,5
Akdeniz Bölgesi	234	9,0
İç Anadolu Bölgesi	500	19,2
Karadeniz Bölgesi	225	8,7
Doğu Anadolu Bölgesi	95	3,7
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	149	5,6
TOPLAM	**2.600**	**100,0**

Örneklemin cinsiyet, yaş grupları ve medenî durumlarına göre dağılımı

	SAYI	%
CİNSİYET		
Kadın	1.062	40,8
Erkek	1.538	59,2
YAŞ		
15-20 yaş arası	458	17,6
21-25 yaş arası	485	18,7
26-30 yaş arası	422	16,2
31-35 yaş arası	313	12,0
36-40 yaş arası	258	9,9
41-50 yaş arası	397	15,3
51-60 yaş arası	173	6,7
61 yaş ve daha yukarı	94	3,6
MEDENİ DURUM		
Evli	1.480	56,9
Bekar	1.054	40,6
Dul / Boşanmış	66	2,5
TOPLAM	**2.600**	**100,0**

Örneklemin eğitim durumuna göre dağılımı

	SAYI	%
EĞİTİM DÜZEYİ		
Okur-yazar değil	36	1,4
Okur-yazar okula gitmemiş	12	0,5
İlkokul	776	29,8
Ortaokul	517	19,9
Lise	907	34,9
Üniversite	326	12,5
Lisansüstü / Doktora	26	1,0
TOPLAM	**2.600**	**100,0**

Örneklemin meslek gruplarına göre dağılımı

	SAYI	%
MESLEK GRUPLARI		
Esnaf / sanatkâr	651	25,0
Ev hanımı	487	18,7
İşçi	535	20,6
Öğrenci	367	14,1
Memur	137	5,3
Çiftçi / balıkçı	69	2,7
Emekli	159	6,1
İşsiz	158	6,1
Profesyonel meslek sahibi	37	1,4
TOPLAM	**2.600**	**100,0**

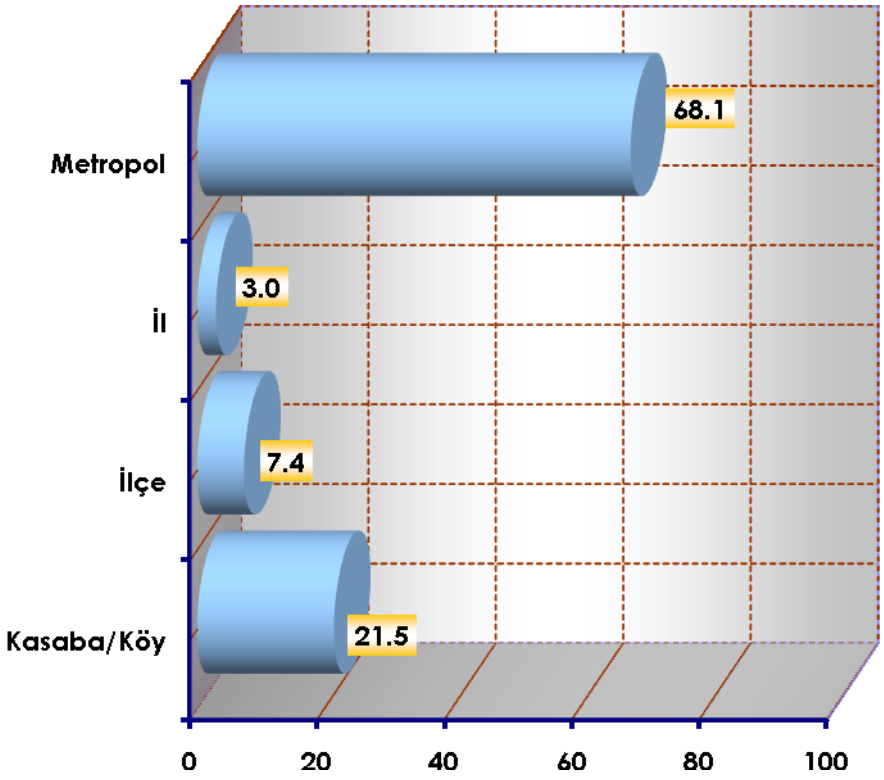
Örneklemin gelir düzeylerine göre dağılımı

*Cevap verenler arasından derlenmiştir.**

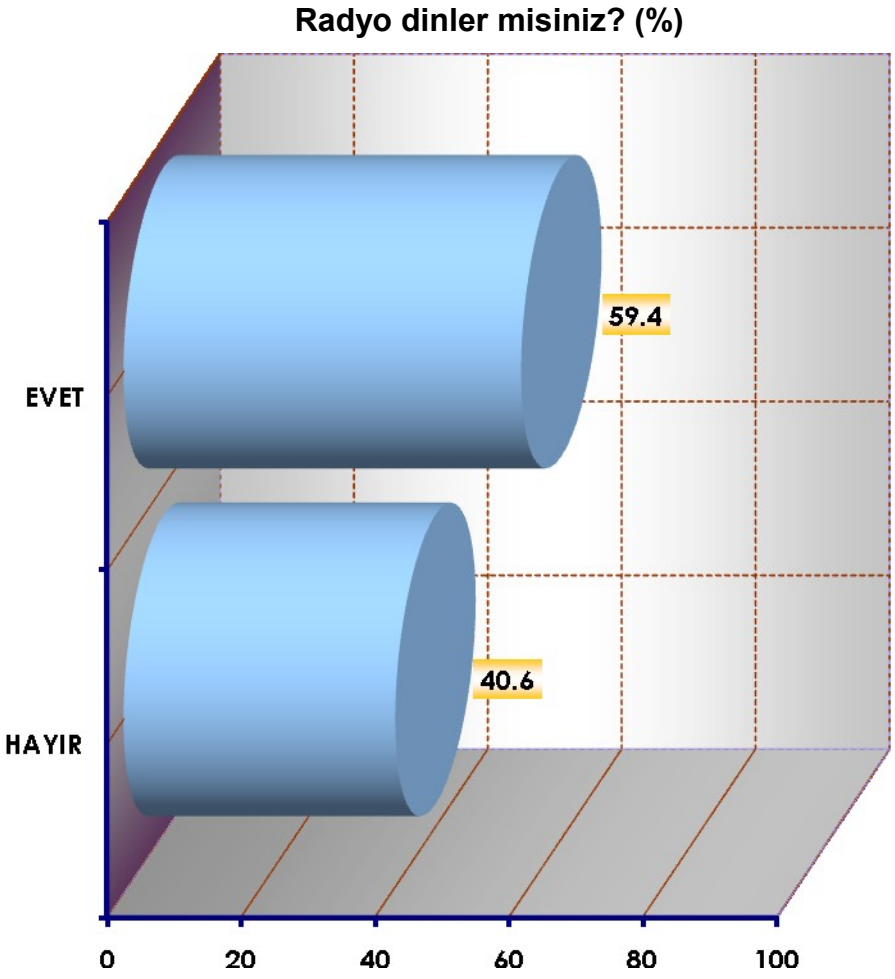
	SAYI	%
GELİR DÜZEYLERİ		
500 TL ve altı	332	13,3
501 - 750 TL	312	12,5
751 - 1.000 TL	695	27,8
1.001 - 1.500 TL	500	20,0
1.501 TL - 2.000 TL	275	11,0
2.001 TL ve üstü	389	15,5
TOPLAM*	**2.503**	**100,0**

Gelir durumuna göre yapılan analizlere göre, araştırma kapsamında yer alanların Türkiye'deki "sosyo-ekonomik statü" endeksine yakın bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır.

Örneklemin yaşamakta olduğu yere göre dağılımı (%)



Araştırmaya katılan deneklerin yüzde 71.1'i metropol ve il merkezlerinde, yüzde 7.4'ü ilçelerde, yüzde 21.5'i ise köy ve kasabalarda yaşamaktadır.



Araştırma kapsamında toplam 4.376 kişiyle görüşülmüştür.

Bunlardan 2.600 kişi radyo dinlediğini (% 59,4), 1.776 kişi ise radyo dinlemediğini (% 40,6) belirtmiştir.

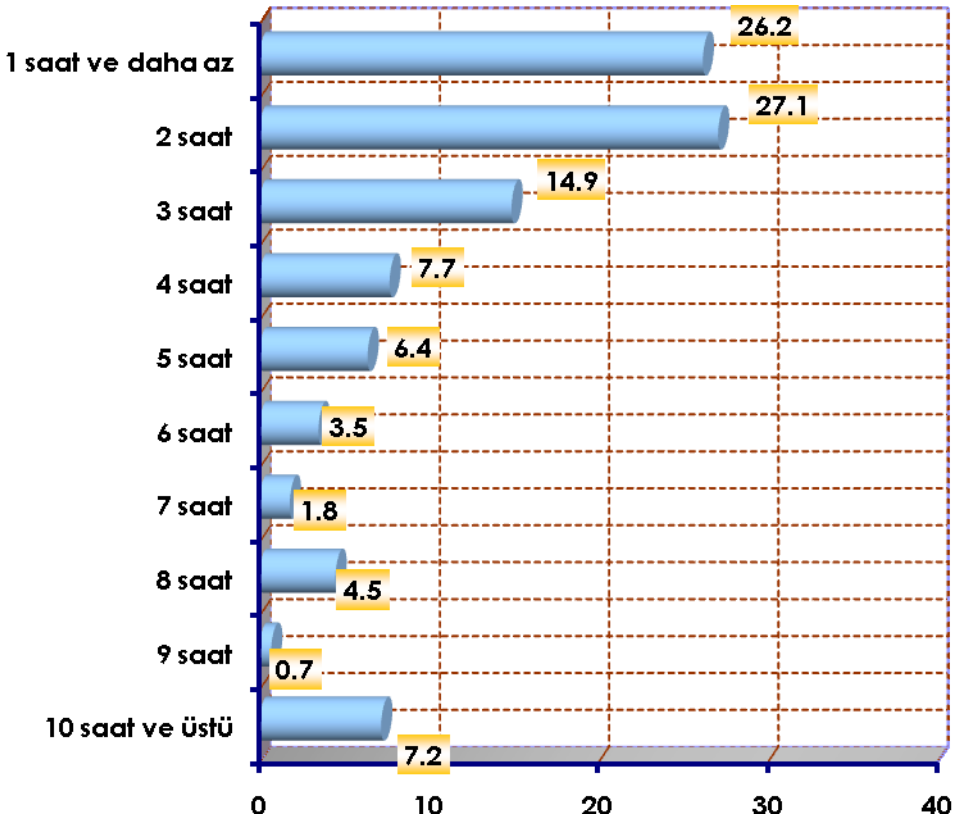
Anket, radyo dinleyen 2.600 kişi ile yapılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK RADYO DİNLEME SÜRESİ

Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

Cevap veren kişi sayısı (N) = 2.574



Ortalama = 3,41 saat *Standart sapma = 3,031* *N = 2.574 kişi*

Hafta içi günlük ortalama radyo dinleme sürelerine bakıldığında, % 27.1 oranı ile "2 saat", % 26.2 oranı ile "1 saat ve daha az" ve % 14.9 oranı ile "3 saat" dilimleri öne çıkmış; ayrıca % 7,2 oranında "10 saat ve üstü" radyo dinlendiği görülmüştür.

Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

	ORTALAMA SAAT	STANDART SAPMA
CİNSİYET		
Kadın	3,26	2,843
Erkek	3,56	3,202
YAŞ GRUPLARI		
15-20 yaş arası	3,29	2,807
21-25 yaş arası	3,79	3,280
26-30 yaş arası	3,39	2,742
31-35 yaş arası	3,29	3,117
36-40 yaş arası	3,47	3,230
41-50 yaş arası	3,55	3,162
51-60 yaş arası	3,24	3,002
61 yaş ve daha yukarı	3,21	2,901
MEDENİ DURUM		
Evli	3,33	2,988
Bekar	3,56	3,087
Dul / Boşanmış	3,47	3,161
EĞİTİM DÜZEYİ		
Düşük eğitimliler	3,46	2,999
Orta eğitimliler	3,40	3,009
Yüksek eğitimliler	3,30	3,222
MESLEK DÜZEYİ		
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	2,99	2,644
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	3,97	3,389
Profesyonel meslek sahibi	3,11	3,670

Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

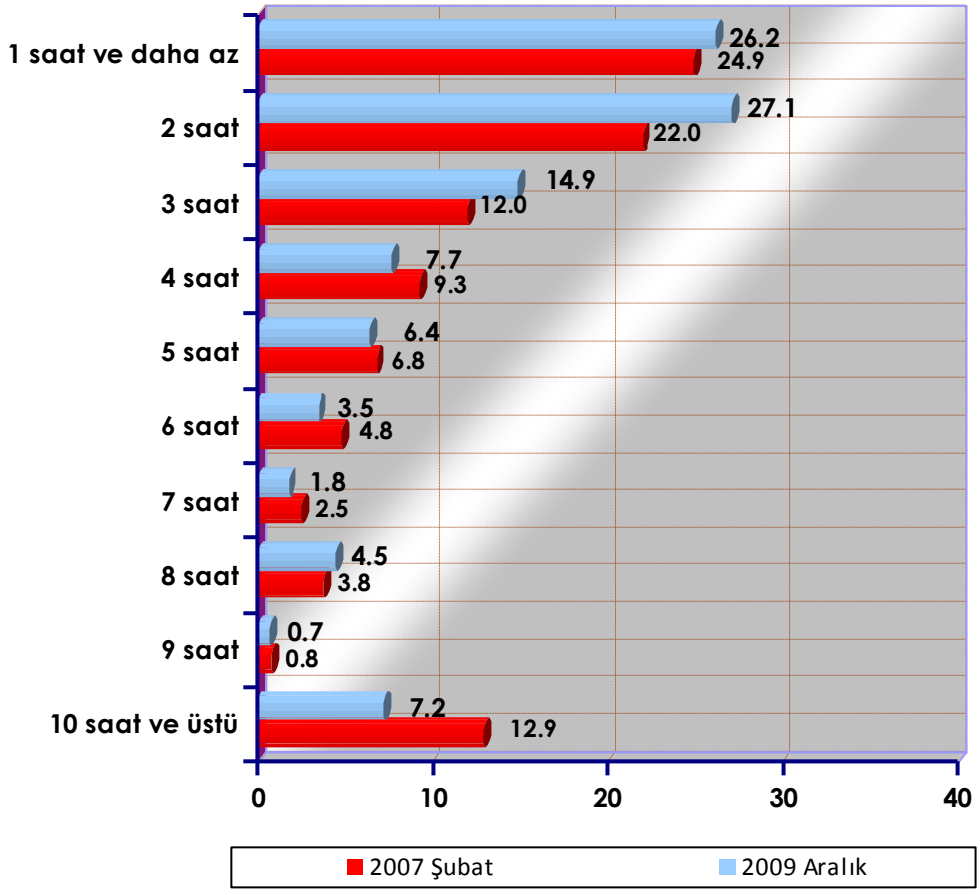
	ORTALAMA SAAT	STANDART SAPMA
COĞRAFİ BÖLGELER		
Marmara	3,84	3,424
Ege	3,96	3,214
Akdeniz	2,71	2,616
İç Anadolu	2,95	2,604
Karadeniz	2,40	1,797
Doğu Anadolu	2,94	2,378
Güneydoğu Anadolu	4,18	2,974
GELİR DÜZEYLERİ		
0-500 TL	3,34	2,829
501-750 TL	3,33	2,779
751-1000 TL	3,43	2,916
1001-1500 TL	3,54	3,177
1501-2000 TL	3,39	3,346
2001 TL üstü	3,40	3,327

Bu veriler 2007 yılında yapılan araştırma sonuçları ile karşılaştırıldığında, hafta sonlarındaki dinleme süresi bakımından benzer sonuçların söz konusu olduğu; ancak hafta içi günlerdeki dinleme süresi açısından bazı farklılıkların bulunduğu dikkatlerden kaçmamaktadır. 2009 araştırmasının bulgularına göre 3.41 saat olan hafta içi günlük ortalama radyo dinleme süresi, 2007 araştırmasının bulgularına göre 4.56 saattir. Aradaki fark, istatistiksel olarak bir anlam taşımaktadır.

Günde ortalama 10 saat ve daha fazla radyo dinleyenlerin oranı 2009 araştırması bulgularına göre yüzde 7.2 iken, bu verinin 2007 araştırmasında yüzde 12.9 olduğu gözlenmekte; bu sonuçlara göre, hafta içinde uzun süreli radyo dinleme oranında düşüş olduğu tespit edilmektedir.

Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

(2009 – 2007 yılları karşılaştırması)

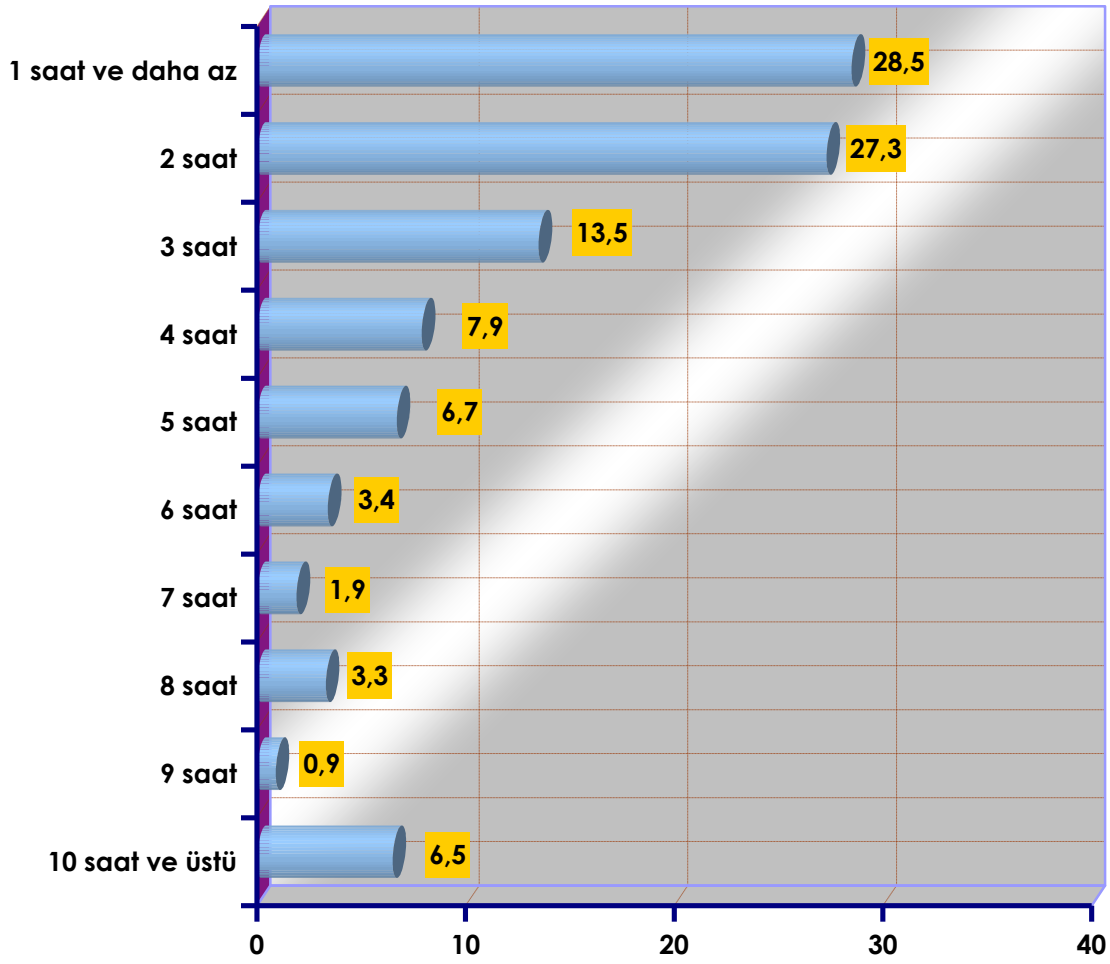


2009 Aralık	*Ortalama = 3,41 saat*	*Standart sapma = 3,031*	*N = 2.574 kişi*
2007 Şubat	*Ortalama = 4,56 saat*	*Standart sapma = 6,03*	*N = 4.434 kişi*

2007 yılında gerçekleştirilen araştırma ile karşılaştırıldığında, 2009 yılı araştırmasında, "2 saat" diliminde % 5.1, "1 saat ve daha az" diliminde % 1.3 ve "3 saat" diliminde % 2.9 oranında artış görülürken, "8 saat" dilimi dışında yer alan diğer gruplarda düşüş kaydedilmiş, en belirgin düşüş % 5.7 oranı ile "10 saat ve üstü" diliminde gözlenmiştir.

Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (%)

Cevap veren kişi sayısı (N) = 2.287



Ortalama = 3,27 saat *Standart sapma = 2,938* *N = 2.287 kişi*

Hafta sonu günlük ortalama radyo dinleme sürelerine bakıldığında, "1 saat ve daha az" ile "2 saat" dilimlerinin % 25'den fazla değer taşıdığı, bunların ardından "3 saat" diliminin % 13.5'lik değer aldığı görülmüş; ayrıca "10 saat ve üstü" radyo dinleme diliminin % 6,5 oranında olduğu gözlenmiştir.

Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

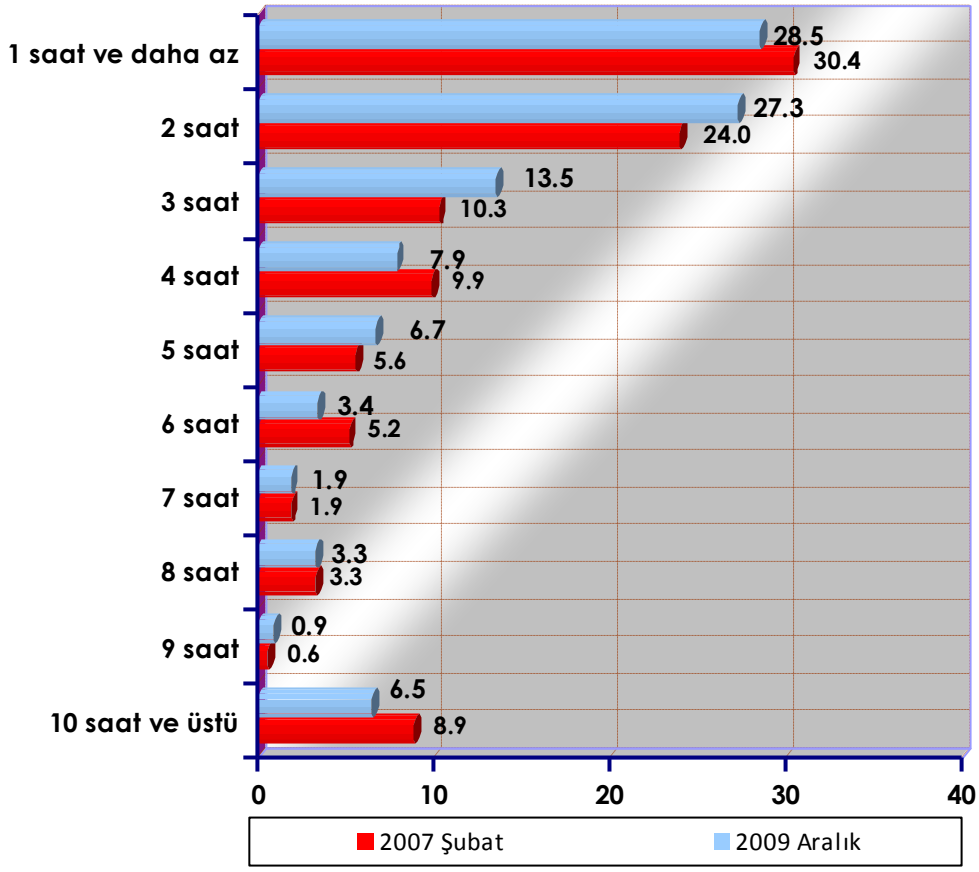
	ORTALAMA SAAT	STANDART SAPMA
CİNSİYET		
Kadın	3,17	2,862
Erkek	3,38	3,010
YAŞ GRUPLARI		
15-20 yaş arası	3,59	2,920
21-25 yaş arası	3,51	2,899
26-30 yaş arası	3,18	2,813
31-35 yaş arası	3,13	2,974
36-40 yaş arası	3,35	3,296
41-50 yaş arası	3,41	3,058
51-60 yaş arası	3,14	2,920
61 yaş ve daha yukarı	2,81	2,731
MEDENİ DURUM		
Evli	3,13	2,884
Bekar	3,57	2,959
Dul / Boşanmış	3,12	3,282
EĞİTİM DÜZEYİ		
Düşük eğitimliler	3,29	3,033
Orta eğitimliler	3,30	2,898
Yüksek eğitimliler	3,12	2,782
MESLEK DÜZEYİ		
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	2,89	2,565
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	3,84	3,339
Profesyonel meslek sahibi	2,34	2,085

Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

	ORTALAMA SAAT	STANDART SAPMA
COĞRAFİ BÖLGELER		
Marmara	3,76	3,371
Ege	3,65	3,175
Akdeniz	2,71	2,438
İç Anadolu	2,72	2,388
Karadeniz	2,46	1,997
Doğu Anadolu	2,83	2,347
Güneydoğu Anadolu	3,99	2,870
GELİR DÜZEYLERİ		
0-500 TL	3,04	2,641
501-750 TL	3,13	2,698
751-1000 TL	3,35	2,885
1001-1500 TL	3,36	3,055
1501-2000 TL	3,34	3,295
2001 TL üstü	3,41	3,247

<u>Hafta sonu</u>, günlük ortalama radyo dinleme süresi (%)

(2009 – 2007 yılları karşılaştırması)



2009 Aralık	*Ortalama = 3,27 saat*	*Standart sapma = 2,938*	*N = 2.287 kişi*
2007 Şubat	*Ortalama = 3,57 saat*	*Standart sapma = 3,67*	*N = 3.907 kişi*

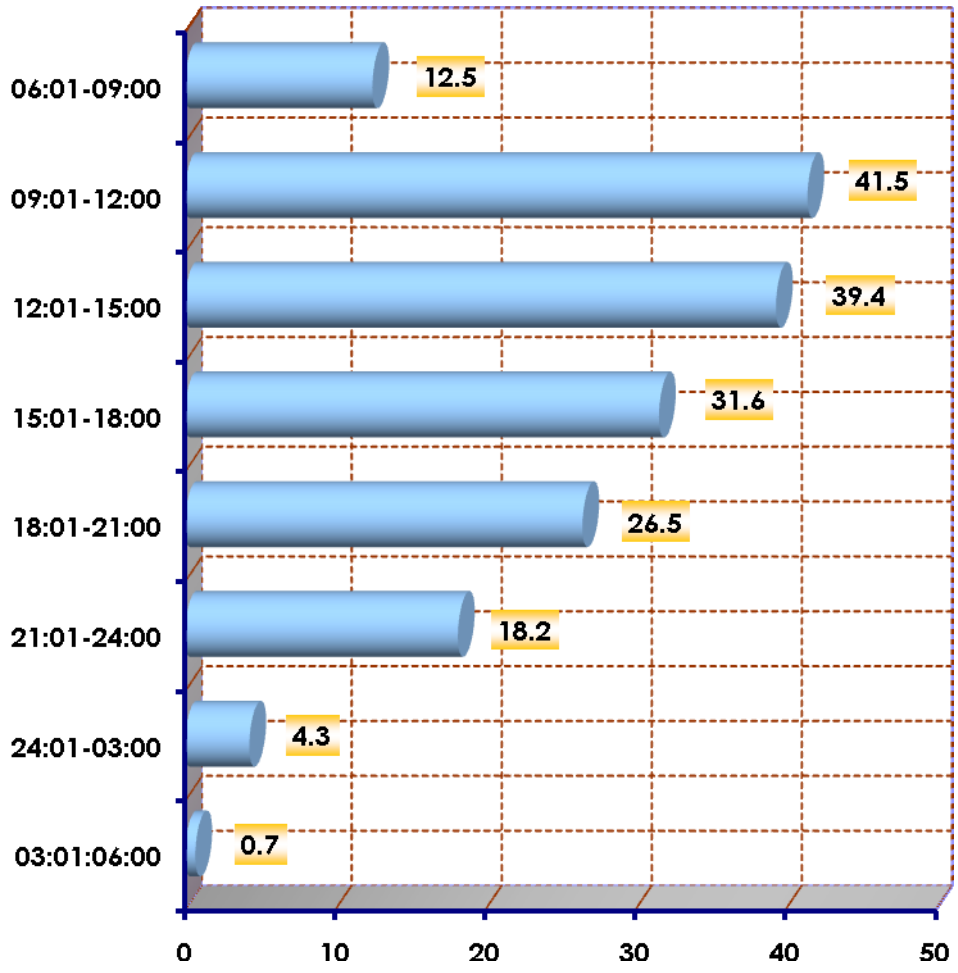
2007 yılında gerçekleştirilen araştırma ile karşılaştırıldığında, 2009 yılı araştırmasında, "2 saat" diliminde % 3.3, "3 saat" diliminde % 3.2 oranında artış görülmüştür. "7 ve 8 saat" dilimlerindeki dinleme süreleri aynı olmuş, "5 ve 9 saat" dilimlerinde görülen küçük artışların dışında, diğer gruplarda düşüş kaydedilmiş, en belirgin düşüş % 2.4 oranı ile "10 saat ve üstü" diliminde gerçekleşmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU RADYO DİNLEME SAATLERİ

Hafta içi, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)

Birden fazla saat dilimi için cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.



Hafta içi radyo dinlenen saat dilimleri incelendiğinde en yüksek dinleme oranının % 41.5 ile 09.01-12.00 saatlerinde gerçekleştiği; bundan sonraki en yüksek dinleme oranının % 39.4 ile 12.01-15.00 saatlerini kapsadığı gözlenmiştir.

Hafta içi, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)

Birden fazla saat dilimi için cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	06:01 – 09:00	09:01 – 12:00	12:01 – 15:00	15:01 – 18:00	18:01 – 21:00	21:01 – 24:00	24:01 – 03:00	03:01 – 06:00
CİNSİYET								
Kadın	9,7	44,2	41,0	31,8	22,5	16,1	3,6	0,2
Erkek	15,2	38,8	37,8	31,3	30,5	20,2	5,1	1,2
YAŞ GRUPLARI								
15-20 yaş arası	9,6	24,2	32,8	26,5	30,1	36,0	10,4	1,3
21-25 yaş arası	12,5	35,7	37,6	32,9	27,9	24,3	6,4	1,0
26-30 yaş arası	12,3	41,8	44,5	33,1	26,4	15,7	5,5	1,5
31-35 yaş arası	11,5	39,8	37,9	31,2	28,6	13,5	2,3	0,7
36-40 yaş arası	13,2	45,8	44,4	39,6	28,2	9,4	3,6	0,7
41-50 yaş arası	14,1	48,1	44,2	34,4	28,4	12,0	1,6	0,2
51-60 yaş arası	17,4	44,0	41,4	30,2	22,6	12,8	3,2	0,4
61 yaş ve daha yukarı	8,6	58,5	35,7	29,2	20,1	13,5	0,0	0,0
MEDENİ DURUM								
Evli	13,3	46,4	42,9	32,5	25,3	12,0	1,9	0,4
Bekar	11,8	30,4	32,9	30,2	30,0	31,1	9,1	1,3
Dul / Boşanmış	6,9	52,0	38,7	28,2	20,1	10,9	4,3	1,1
EĞİTİM DÜZEYİ								
Düşük eğitimliler	13,1	47,2	43,1	33,0	24,2	13,1	2,4	0,5
Orta eğitimliler	10,4	38,2	38,1	31,4	27,4	22,2	5,9	0,9
Yüksek eğitimliler	18,8	36,2	33,1	27,6	30,6	17,9	4,3	0,5
MESLEK DÜZEYİ								
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	9,4	40,0	38,7	28,3	20,8	18,1	4,4	0,5
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	15,9	43,5	40,7	36,1	33,7	18,5	4,4	1,0
Profesyonel meslek sahibi	34,6	38,1	28,3	25,2	41,1	6,2	1,8	1,8
ORTALAMA	**12,5**	**41,5**	**39,4**	**31,6**	**26,5**	**18,2**	**4,3**	**0,7**

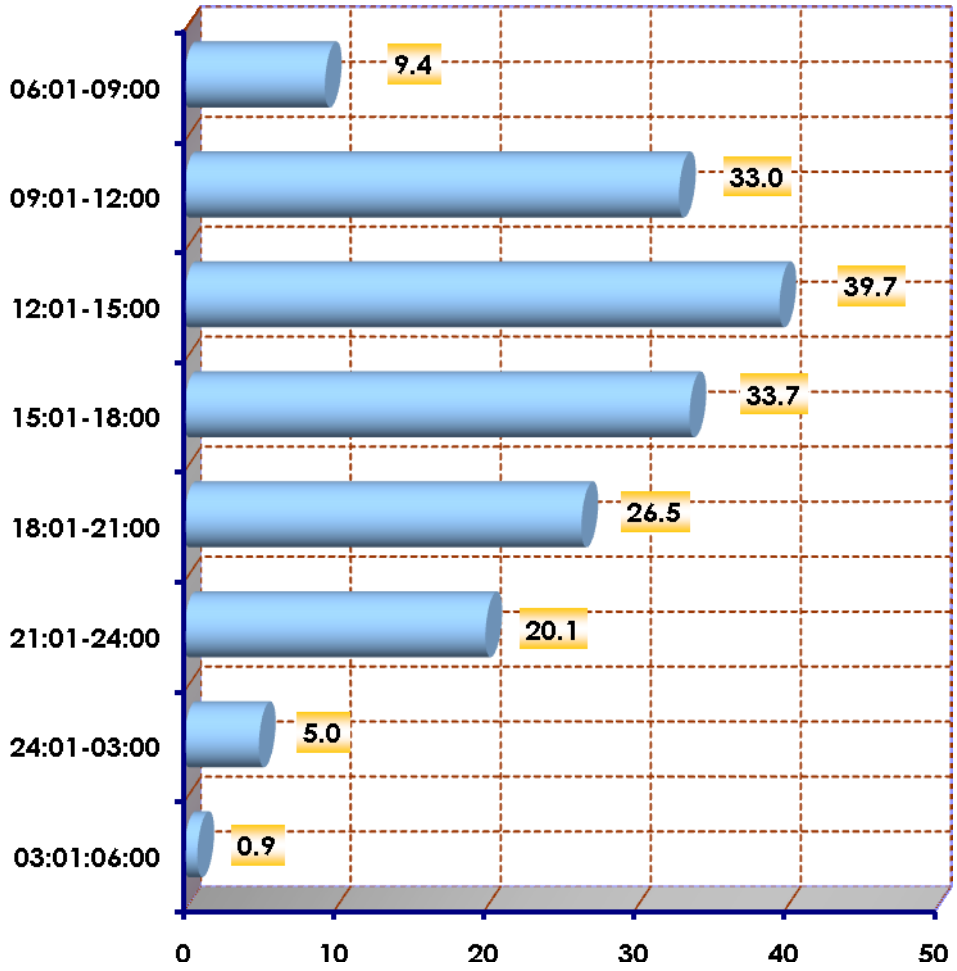
Hafta içi, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)

Birden fazla saat dilimi için cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	06:01 – 09:00	09:01 – 12:00	12:01 – 15:00	15:01 – 18:00	18:01 – 21:00	21:01 – 24:00	24:01 – 03:00	03:01 – 06:00
COĞRAFİ BÖLGELER								
Marmara	12,3	35,8	41,3	36,6	30,3	21,7	6,4	1,1
Ege	8,1	43,1	46,7	44,3	33,1	18,5	2,3	0,7
Akdeniz	29,2	52,7	38,2	28,4	25,3	15,0	3,9	0,3
İç Anadolu	12,5	44,5	42,2	26,7	22,3	14,4	1,9	0,2
Karadeniz	9,1	38,0	31,3	27,6	19,2	16,4	3,8	0,7
Doğu Anadolu	2,3	54,7	20,5	12,0	23,8	20,6	7,4	0,0
Güneydoğu Anadolu	7,7	46,2	29,4	13,5	18,9	13,1	2,8	1,2
GELİR DÜZEYLERİ								
0-500 TL	9,7	39,5	34,5	27,2	24,9	17,1	2,7	0,9
501-750 TL	11,4	46,5	38,3	35,5	23,0	14,8	3,6	0,2
751-1000 TL	12,3	44,6	40,9	30,9	23,3	16,7	4,5	0,5
1001-1500 TL	13,0	40,4	43,5	33,0	32,1	20,6	5,0	0,8
1501-2000 TL	17,9	42,5	34,6	30,1	28,0	22,7	4,4	1,5
2001 TL üstü	12,2	37,1	42,1	34,1	26,4	17,3	5,3	0,5
ORTALAMA	**12,5**	**41,5**	**39,4**	**31,6**	**26,5**	**18,2**	**4,3**	**0,7**

Hafta sonu, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%)

Birden fazla saat dilimi için cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.



Hafta sonu radyo dinlenen saat dilimleri incelendiğinde en yüksek dinleme oranının % 39.7 ile 12.01-15.00 saatlerinde gerçekleştiği; bundan sonraki en yüksek dinleme oranının % 33.7 ile 15.01-18.00 saatlerini kapsadığı gözlenmiştir.

Hafta sonu, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)

Birden fazla saat dilimi için cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	06:01 – 09:00	09:01 – 12:00	12:01 – 15:00	15:01 – 18:00	18:01 – 21:00	21:01 – 24:00	24:01 – 03:00	03:01 – 06:00
CİNSİYET								
Kadın	8,7	35,9	41,3	34,7	22,6	16,8	3,7	0,5
Erkek	10,0	30,0	38,1	32,7	30,4	23,5	6,2	1,3
YAŞ GRUPLARI								
15-20 yaş arası	4,3	21,5	36,4	29,2	29,9	37,3	12,2	1,8
21-25 yaş arası	9,6	25,9	38,1	30,6	26,2	25,8	8,3	1,2
26-30 yaş arası	7,8	36,5	39,9	31,9	29,4	19,7	4,6	2,0
31-35 yaş arası	8,4	31,7	39,7	34,7	29,3	14,8	3,0	0,8
36-40 yaş arası	9,9	34,7	46,9	42,0	26,7	11,5	2,3	0,4
41-50 yaş arası	10,0	38,5	46,4	38,6	26,8	14,0	2,1	0,3
51-60 yaş arası	15,9	35,2	40,3	37,9	25,0	13,2	3,4	0,5
61 yaş ve daha yukarı	8,5	43,3	34,0	29,4	18,7	17,0	0,8	0,0
MEDENİ DURUM								
Evli	10,7	37,4	41,2	35,7	25,3	14,3	2,1	0,3
Bekar	6,4	24,5	36,5	30,3	29,8	32,8	10,6	1,7
Dul / Boşanmış	12,6	33,2	42,7	32,1	19,7	9,9	4,2	2,0
EĞİTİM DÜZEYİ								
Düşük eğitimliler	11,2	36,4	43,4	37,6	24,4	15,2	2,2	0,5
Orta eğitimliler	7,9	30,9	37,0	31,6	28,0	24,3	7,3	1,3
Yüksek eğitimliler	9,4	30,0	38,9	29,8	27,2	18,9	4,4	0,3
MESLEK DÜZEYİ								
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	7,9	32,4	37,5	31,8	21,2	19,1	5,1	0,7
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	11,4	33,4	42,8	36,6	34,1	21,8	4,9	1,2
Profesyonel meslek sahibi	10,3	44,8	45,2	26,9	21,5	5,9	0,0	0,0
ORTALAMA	**9,4**	**33,0**	**39,7**	**33,7**	**26,5**	**20,1**	**5,0**	**0,9**

Hafta sonu, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)

Birden fazla saat dilimi için cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	06:01 – 09:00	09:01 – 12:00	12:01 – 15:00	15:01 – 18:00	18:01 – 21:00	21:01 – 24:00	24:01 – 03:00	03:01 – 06:00
COĞRAFİ BÖLGELER								
Marmara	6,9	27,4	40,8	37,6	30,0	24,9	7,8	1,7
Ege	5,1	37,3	50,3	45,4	30,3	20,5	2,0	0,2
Akdeniz	23,1	48,9	35,6	31,6	26,0	17,0	4,0	0,3
İç Anadolu	12,1	35,7	44,3	29,0	21,1	15,1	2,7	0,1
Karadeniz	9,6	34,8	30,8	25,0	20,9	16,1	4,4	0,8
Doğu Anadolu	1,8	25,7	25,0	34,3	24,5	23,0	3,7	0,0
Güneydoğu Anadolu	6,4	26,6	28,5	19,6	26,9	15,0	3,5	1,3
GELİR DÜZEYLERİ								
0-500 TL	6,7	23,1	35,5	36,4	26,7	19,8	2,0	0,8
501-750 TL	11,8	34,1	40,4	33,4	26,8	16,6	3,8	0,2
751-1000 TL	10,2	36,8	36,9	34,1	25,1	18,8	4,8	1,1
1001-1500 TL	7,4	35,2	47,0	34,0	30,4	20,7	5,4	0,7
1501-2000 TL	12,8	38,4	37,5	29,6	19,5	24,2	6,8	2,1
2001 TL üstü	8,0	29,2	43,5	34,7	27,2	22,2	7,6	0,5
ORTALAMA	**9,4**	**33,0**	**39,7**	**33,7**	**26,5**	**20,1**	**5,0**	**0,9**

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

RADYO KANALLARINI TERCİH DÜZEYİ VE RADYO KANALLARININ TÜRKÇE KULLANIMI

En çok dinlediğiniz üç radyo kanalını sırasıyla belirtiniz.

I. SIRA

	%
TRT*	19,1
KRAL FM	15,0
POWER TÜRK	4,5
SLOW TÜRK	3,0
SÜPER FM	2,7
BEST FM	1,9
RADYO FENOMEN	1,7
ALEM FM	1,7
RADYO 7	1,7
BURÇ FM	1,7
PARK FM	1,6
GÖZYAŞI FM	1,5
RADYO KARADENİZ	1,2
RADYO MEGASİTE	1,1
POWER FM	1,1
ÖZGÜR RADYO	1,0
RADYO MAYDONOZ	1,0
AKRA FM	0,9
METRO FM	0,9
RADYO 2000	0,8
RADYO D	0,8
İSTANBUL FM	0,8
AŞK FM	0,7
ADANA FM	0,7
İMDAT FM	0,7
RADYO EKİN	0,7
MELTEM FM	0,7
RADYO 16	0,7
RADYO ONBEŞ	0,6
CEM RADYO	0,6
RADYO VİVA	0,6
KRAL TÜRK	0,6
DİĞER (ULUSAL KANALLAR 13 ADET)	4,3
DİĞER (YEREL VE BÖLGESEL KANALLAR 193 ADET)	23,3
TOPLAM	**100,0**

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

En çok dinlediğiniz üç radyo kanalını sırasıyla belirtiniz.

II. SIRA

	%
KRAL FM	13,9
TRT*	8,5
SÜPER FM	3,8
POWER TÜRK	3,8
SLOW TÜRK	3,1
RADYO 7	2,1
BEST FM	2,1
RADYO D	1,9
ALEM FM	1,7
SHOW RADYO	1,7
RADYO MEGASİTE	1,5
JOY FM	1,5
AKRA FM	1,4
POWER FM	1,3
PARK FM	1,3
METRO FM	1,2
RADYO KARADENİZ	1,1
RADYO FENOMEN	1,1
CEM RADYO	1,1
İSTANBUL FM	1,1
AŞK FM	1,1
RADYO TATLISES	1,0
RADYO VİVA	1,0
İMDAT FM	1,0
RADYO 2000	1,0
MELTEM FM	1,0
RADYO MAYDONOZ	1,0
POLİS RADYOSU	0,9
NUMBERONE FM	0,8
DİĞER (ULUSAL KANALLAR 13 ADET)	5,1
DİĞER (YEREL VE BÖLGESEL KANALLAR 200 ADET)	30,9
TOPLAM	**100,0**

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

En çok dinlediğiniz üç radyo kanalını sırasıyla belirtiniz.

III. SIRA

	%
KRAL FM	10,2
TRT*	7,2
POWER TÜRK	4,5
SÜPER FM	3,2
SLOW TÜRK	3,0
SHOW RADYO	2,8
ALEM FM	2,7
RADYO D	2,7
BEST FM	2,4
METRO FM	1,7
RADYO KARADENİZ	1,7
AŞK FM	1,5
RADYO 7	1,5
RADYO MAYDONOZ	1,3
İSTANBUL FM	1,3
POWER FM	1,3
RADYO FENOMEN	1,2
MELTEM FM	1,1
DOST FM	1,1
ÖZGÜR RADYO	1,1
NUMBERONE FM	1,1
CEM RADYO	1,0
RADYO VİVA	1,0
RADYO EKİN	0,9
JOY FM	0,9
RADYO MEGASİTE	0,9
NTV RADYO	0,8
BURÇ FM	0,8
DİĞER (ULUSAL KANALLAR 15 ADET)	6,1
DİĞER (YEREL VE BÖLGESEL KANALLAR 193 ADET)	33,0
TOPLAM	**100,0**

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

En çok dinlenen radyo kanalları

Yukarıda belirtilen üçlü sıralamanın ortalamasıdır.
Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	%
KRAL FM	32,4
TRT*	30,2
POWER TÜRK	10,2
SÜPER FM	7,6
SLOW TÜRK	7,3
BEST FM	5,0
ALEM FM	4,8
RADYO 7	4,4
RADYO D	3,9
SHOW RADYO	3,6
RADYO FENOMEN	3,4
RADYO KARADENİZ	3,2
PARK FM	3,1
METRO FM	2,9
POWER FM	2,9
RADYO MEGASİTE	2,9
AŞK FM	2,5
AKRA FM	2,5
RADYO MAYDONOZ	2,5
İSTANBUL FM	2,4
JOY FM	2,4
MELTEM FM	2,2
CEM RADYO	2,2
RADYO 2000	2,1
GÖZYAŞI FM	2,1
RADYO VİVA	2,0
İMDAT FM	2,0
ÖZGÜR RADYO	1,9
RADYO EKİN	1,9
BURÇ FM	1,9
POLİS RADYOSU	1,8
RADYO TATLISES	1,8
NUMBERONE FM	1,7
DİĞER (ULUSAL 13 ADET)	8,9
DİĞER (YEREL VE BÖLGESEL KANALLAR 286 ADET)	69,4

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

En çok dinlenen radyo kanalları (%)

Yukarıda belirtilen üçlü sıralamanın ortalamasıdır.
İlk altı radyo kanalı için analiz edilmiştir.

	KRAL FM	TRT*	POWER TURK	SUPER FM	SLOWTURK	BEST FM
CİNSİYET						
Kadın	32,3	27,7	12,6	9,4	10,5	5,2
Erkek	32,5	32,7	7,9	5,8	4,1	4,9
YAŞ GRUPLARI						
15-20 yaş arası	43,3	6,9	22,4	8,0	13,7	4,9
21-25 yaş arası	37,5	11,1	17,1	13,3	15,1	7,5
26-30 yaş arası	39,9	17,7	13,6	10,0	10,5	5,5
31-35 yaş arası	39,0	23,9	7,3	10,9	6,4	8,0
36-40 yaş arası	36,0	32,2	7,8	7,3	3,4	6,0
41-50 yaş arası	28,5	39,8	6,0	7,5	4,0	4,2
51-60 yaş arası	21,1	57,2	1,9	3,2	1,9	3,2
61 yaş ve daha yukarı	15,4	55,1	2,8	0,0	0,0	1,4
MEDENİ DURUM						
Evli	30,3	39,6	5,6	6,6	4,2	4,5
Bekar	37,8	9,9	19,5	10,3	14,2	6,6
Dul / Boşanmış	23,6	43,3	8,7	3,2	1,4	1,7
EĞİTİM DÜZEYİ						
Düşük eğitimliler	33,0	37,4	3,0	4,3	2,2	2,6
Orta eğitimliler	36,1	24,1	12,8	9,3	9,8	5,8
Yüksek eğitimliler	15,5	31,7	22,7	11,6	13,2	9,7
MESLEK DÜZEYİ						
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	31,4	35,5	9,6	6,6	6,4	3,9
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	34,3	23,3	10,6	8,9	8,4	6,4
Profesyonel meslek sahibi	11,8	23,8	23,8	9,9	10,3	8,3
ORTALAMA	**32,4**	**30,2**	**10,2**	**7,6**	**7,3**	**5,0**

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

En çok dinlenen radyo kanalları (%)

Yukarıda belirtilen üçlü sıralamanın ortalamasıdır.
İlk altı radyo kanalı için analiz edilmiştir.

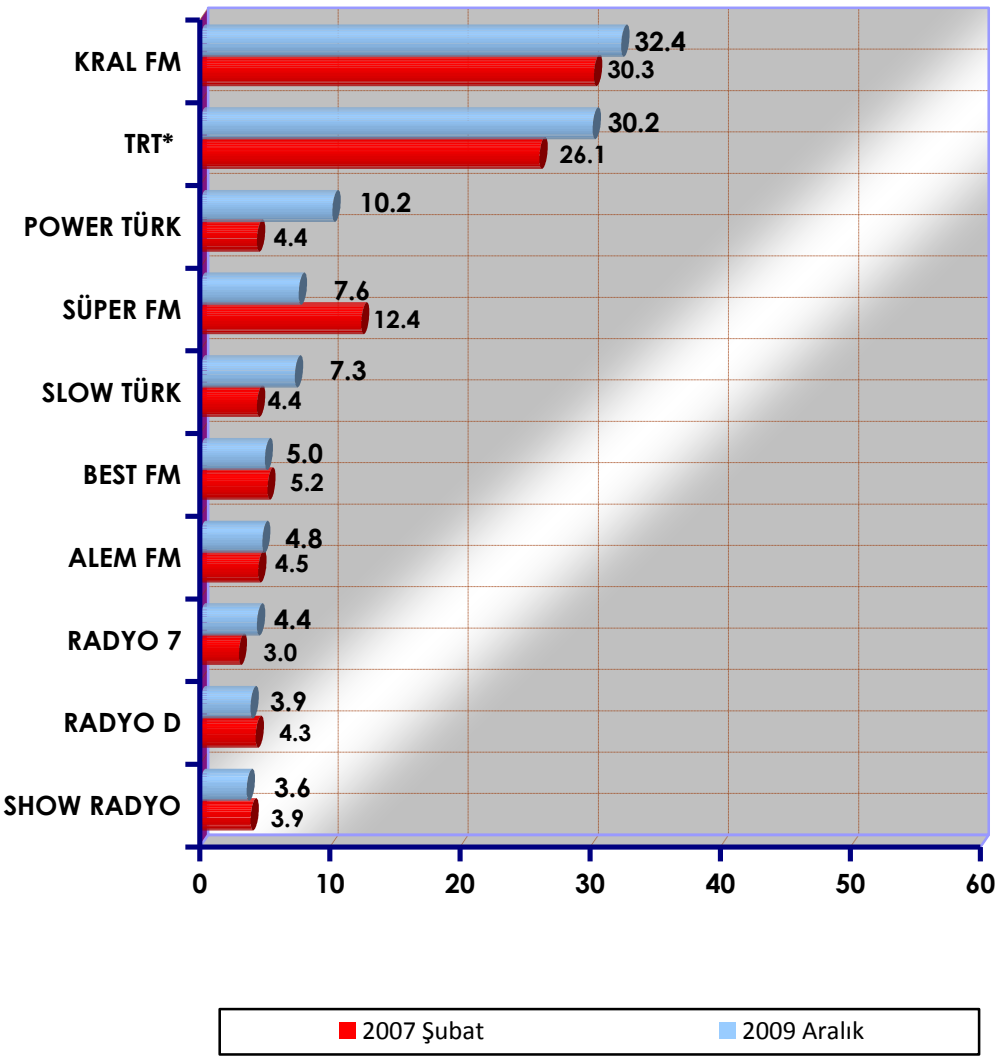
	KRAL FM	TRT*	POWER TURK	SUPER FM	SLOWTURK	BEST FM
COĞRAFİ BÖLGELER						
Marmara	31,0	16,5	13,4	7,0	9,7	7,9
Ege	33,2	39,4	15,9	10,2	5,3	2,5
Akdeniz	43,2	49,3	6,2	13,8	5,4	2,1
İç Anadolu	25,1	33,3	6,5	8,4	9,4	4,4
Karadeniz	40,2	50,3	6,7	3,7	2,6	4,2
Doğu Anadolu	21,8	56,3	2,5	1,0	0,0	1,0
Güneydoğu Anadolu	45,4	13,6	8,4	5,7	2,0	0,7
GELİR DÜZEYLERİ						
0-500 TL	35,9	37,7	4,5	4,1	3,9	2,4
501-750 TL	35,3	35,7	4,9	7,3	5,6	3,4
751-1000 TL	36,7	32,2	8,5	6,6	5,5	3,1
1001-1500 TL	31,0	25,9	13,9	6,3	10,0	7,1
1501-2000 TL	30,0	26,8	15,1	11,7	7,3	5,6
2001 TL üstü	21,2	23,1	16,5	13,2	11,8	10,1
ORTALAMA	**32,4**	**30,2**	**10,2**	**7,6**	**7,3**	**5,0**

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

En çok dinlenen radyo kanalları (%)

(2009 – 2007 yılları karşılaştırması)

Dinlemek için tercih edilen ilk üç sıralamada yer alan ortalamalara göre sıralanan 10 radyo kanalı için hazırlanmıştır



2007 yılında yapılan araştırma ile karşılaştırıldığında, en çok dinlenen radyo kanalı olma özelliği açısından Kral FM'in % 2.1, TRT radyolarının % 4.1, Power Türk'ün % 5.8 ve Slow Türk'ün % 2.9 oranlarında daha çok tercih edildiği; Süper FM kanalının ise % 4.8 oranında daha az tercih edildiği gözlenmiştir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır*

Yalnız bir radyo kanalını dinlemek zorunda kalsanız, bunun hangi kanal olmasını istersiniz?

Cevap veren kişi sayısı (N) = 2.549

	%
TRT*	20,5
KRAL FM	13,6
POWER TÜRK	4,4
SLOW TÜRK	3,3
RADYO 7	2,0
SÜPER FM	2,0
RADYO FENOMEN	1,8
GÖZYAŞI FM	1,7
PARK FM	1,7
BEST FM	1,5
ALEM FM	1,3
RADYO KARADENİZ	1,3
ÖZGÜR RADYO	1,0
CEM RADYO	1,0
POWER FM	1,0
AKRA FM	0,9
RADYO 2000	0,9
JOY FM	0,9
RADYO MEGASİTE	0,9
RADYO MAYDONOZ	0,9
AŞK FM	0,8
İSTANBUL FM	0,8
RADYO ONBEŞ	0,8
METRO FM	0,7
MELTEM FM	0,7
İMDAT FM	0,7
DİĞER (ULUSAL 18 ADET)	7,0
DİĞER (YEREL VE BÖLGESEL KANALLAR 203 ADET)	25,5

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Yalnız bir radyo kanalını dinlemek zorunda kalsanız, bunun hangi kanal olmasını istersiniz? (%)

	TRT*	KRAL FM	POWER TURK	SLOW TURK	RADYO 7	SUPER FM	DİGER ULUSAL KANALLAR	YEREL VE BÖLGESEL KANALLAR	TOPLAM
CİNSİYET									
Kadın	18,4	14,7	5,5	5,4	2,4	2,2	14,6	36,7	**100,0**
Erkek	22,5	12,3	3,2	1,1	1,7	1,9	15,2	42,0	**100,0**
YAŞ GRUPLARI									
15-20 yaş arası	3,1	20,3	9,4	5,9	0,0	1,5	19,9	39,9	**100,0**
21-25 yaş arası	5,1	16,6	8,4	7,1	0,5	4,8	16,4	41,2	**100,0**
26-30 yaş arası	8,5	19,8	6,2	6,0	1,0	2,1	15,0	41,5	**100,0**
31-35 yaş arası	15,6	15,8	3,9	2,3	0,6	3,3	20,2	38,3	**100,0**
36-40 yaş arası	19,2	15,0	3,1	0,8	1,9	3,1	15,8	41,2	**100,0**
41-50 yaş arası	25,2	12,0	1,5	1,4	1,8	1,8	12,5	43,7	**100,0**
51-60 yaş arası	41,0	6,6	0,9	0,9	5,1	0,0	10,2	35,2	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	47,3	2,9	0,0	0,0	5,6	0,0	9,8	34,4	**100,0**
MEDENİ DURUM									
Evli	26,9	12,2	2,4	1,7	2,4	1,7	13,5	39,1	**100,0**
Bekar	5,0	16,9	8,6	6,7	0,3	2,7	18,9	41,0	**100,0**
Dul / Boşanmış	39,4	8,5	2,5	0,8	8,5	0,8	7,2	32,2	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ									
Düşük eğitimliler	26,3	13,6	0,7	0,8	3,9	0,7	10,7	43,3	**100,0**
Orta eğitimliler	16,1	15,5	5,8	5,1	0,9	2,6	16,7	37,3	**100,0**
Yüksek eğitimliler	19,8	5,8	10,5	3,7	0,7	3,7	20,7	35,0	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ									
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	24,8	12,9	3,9	3,3	2,9	1,5	14,3	36,4	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	15,1	14,8	4,8	3,2	0,9	2,6	15,1	43,5	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	5,7	0,0	11,3	5,7	0,0	3,8	39,6	34,0	**100,0**
ORTALAMA	**20,5**	**13,6**	**4,4**	**3,3**	**2,0**	**2,0**	**16,7**	**37,5**	**100,0**

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Yalnız bir radyo kanalını dinlemek zorunda kalsanız, bunun hangi kanal olmasını istersiniz? (%)

	TRT*	KRAL FM	POWER TURK	SLOW TURK	RADYO 7	SUPER FM	DİĞER ULUSAL KANALLAR	DİĞER YEREL VE BÖLGESEL KANALLAR	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER									
Marmara	9,9	13,6	6,2	4,6	1,3	1,4	20,9	42,1	**100,0**
Ege	29,9	14,2	7,2	2,3	0,6	2,3	11,3	32,2	**100,0**
Akdeniz	31,6	15,8	2,3	2,0	3,5	4,8	9,3	30,8	**100,0**
İç Anadolu	22,9	8,6	1,5	4,3	1,8	2,4	13,6	44,9	**100,0**
Karadeniz	37,4	17,4	4,3	1,0	1,9	1,4	8,1	28,6	**100,0**
Doğu Anadolu	35,5	11,0	0,0	0,0	4,7	0,0	2,3	46,5	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	9,6	22,9	3,8	0,0	7,9	2,1	13,8	40,0	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ									
0-500 TL	29,8	15,1	1,4	1,3	1,8	1,1	11,3	38,2	**100,0**
501-750 TL	22,8	17,1	1,5	2,5	5,8	2,3	7,1	40,9	**100,0**
751-1000 TL	22,6	16,1	3,9	2,4	1,8	1,8	14,5	36,9	**100,0**
1001-1500 TL	17,0	11,9	5,0	5,6	1,2	1,7	18,5	39,0	**100,0**
1501-2000 TL	18,3	11,6	6,0	3,9	0,7	2,6	19,0	37,8	**100,0**
2001 TL üstü	14,2	8,1	8,7	4,1	1,2	3,3	19,4	41,0	**100,0**
ORTALAMA	**20,5**	**13,6**	**4,4**	**3,3**	**2,0**	**2,0**	**16,7**	**37,5**	**100,0**

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Bu radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir?
TRT*

Cevap veren kişi sayısı (N) = 396

Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir

	%
Beğendiğim müzikler çalıyor	20,7
Haberleri hoşuma gidiyor	16,4
Çok iyi kaliteli kanal olduğu için	15,6
Seviyeli, dürüst	12,0
Devletin radyosu	11,5
Program akışı ve yayınları güzel	8,4
Beğenilerime karşılık veriyor, bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor, seviyorum	5,7
Haber konusunda güvenilir	3,4
Net çektiği için	2,5
Kültürel ve eğitici yayın yapıyorlar	2,5
Türkçeyi iyi kullanıyorlar	2,2
Sohbetleri güzel	1,7
Yöresel yayınlarda yaptığı için	1,4
Her türlü yayın yapıyorlar	1,3
Tarafsız olması	1,3
Alışkanlık olduğu için	1,2
Turkcell süper lig maçlarını vermesi	1,0
Radyo tiyatroları	1,0
Sunucularını beğeniyorum	0,8
Reklam az olduğu için	0,8
Kürtçe yayın için	0,6
Spor haberleri için	0,5
Diğer	1,0
Fikir belirtmeyen	2,5

2007 yılında yapılan araştırmada TRT radyo kanalları, "en beğenilen radyo kanalı" sıralamasında ikinci sırada yer almış ve beğenilme nedenleri içinde % 37.5 oranı ile "Yayınların kaliteli olması" ve % 27.7 oranı ile "Programlarını ve müzik yayınlarını beğeniyorum" ifadeleri ön plana çıkmıştır.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Bu radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir?
KRAL FM

Cevap veren kişi sayısı (N) = 403

Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	%
Beğendiğim müzikler çalıyor	72,3
Beğenilerime karşılık veriyor, bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor, seviyorum	10,8
Her tür müzik çalıyorlar	5,8
Program akışı ve yayınları güzel	3,4
Çok iyi kaliteli kanal olduğu için	1,8
Sunucularını beğeniyorum	1,7
Her türlü yayın yapıyorlar	1,6
Güncel şarkılar çalıyor	1,2
Seviyeli, dürüst	0,9
Reklam az olduğu için	0,8
Sohbetleri güzel	0,8
Haberleri hoşuma gidiyor	0,7
Kültürel ve eğitici yayın yapıyorlar	0,7
Kesintisiz müzik yayımladığı için	0,5
Alışkanlık olduğu için	0,5
Tarafsız olması	0,5
Siyaset-politika yok	0,5
Net çektiği için	0,4
Diğer	1,3
Fikir belirtmeyen	0,3

2007 yılında yapılan araştırmada Kral FM, "en beğenilen radyo kanalı" sıralamasında birinci sırada yer almış ve beğenilme nedenleri içinde % 60.2 oranı ile "Programlarını ve müzik yayınlarını beğeniyorum" ve % 20.1 oranı ile "Arabesk müzik yayını yaptığı için" ifadeleri ön plana çıkmıştır.

Bu radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir?
POWER TURK

Cevap veren kişi sayısı (N) = 131

Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	%
Beğendiğim müzikler çalıyor	67,5
Çok iyi kaliteli kanal olduğu için	8,1
Beğenilerime karşılık veriyor, bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor, seviyorum	7,2
Güncel şarkılar çalıyor	6,9
Program akışı ve yayınları güzel	4,2
Her tür müzik çalıyorlar	2,1
Reklam az olduğu için	1,4
Sporu seviyorum	1,4
Sunucularını beğeniyorum	0,9
Her türlü yayın yapıyorlar	0,9
Kesintisiz müzik yayımladığı için	0,7
Muzonun olması	0,7
Fikir belirtmeyen	2,7

Power Türk kanalı, 2007 yılında yapılan araştırmada, "en beğenilen radyo kanalı" sıralamasında altıncı sırada yer almış, çalışmada ilk beş radyo kanalının beğenilme nedenleri detaylandırıldığından, bu kanala ait veriler beğeniler bazında listelenmemiştir.

Bu radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir?
SLOW TURK

Cevap veren kişi sayısı (N) = 92

Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	%
Beğendiğim müzikler çalıyor	82,1
Beğenilerime karşılık veriyor, bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor, seviyorum	9,7
Çok iyi kaliteli kanal olduğu için	2,5
Konuşma az	2,2
Reklam az olduğu için	1,5
Sunucularını beğeniyorum	1,2
Güncel şarkılar çalıyor	1,2
Reklamsız	1,2
Sunucusu yok	1,2
Müzik ağırlıklı yayın	1,1
İşyeri kuralı olduğu için	0,9
Her türlü yayın yapıyorlar	0,8
Diğer	1,4
Fikir belirtmeyen	1,1

2007 yılında yapılan araştırmada Slow Türk, "en beğenilen radyo kanalı" sıralamasında beşinci sırada yer almış ve beğenilme nedenleri içinde % 63.8 oranı ile "Programlarını ve müzik yayınlarını beğeniyorum" ve % 6.5 oranı ile "Slow parçalar çalması" ifadeleri ön plana çıkmıştır.

Bu radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir?

RADYO 7

Cevap veren kişi sayısı (N) = 32

Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	%
Dini içerikli programlar ve ezgiler var	33,4
Beğendiğim müzikler çalıyor	24,3
Haberleri hoşuma gidiyor	8,7
Program akışı ve yayınları güzel	8,3
Seviyeli, dürüst	6,8
Yarışmalar var	6,8
Sohbetleri güzel	5,7
Beğenilerime karşılık veriyor, bana hitap ediyor , hoşuma gidiyor, seviyorum	5,6
Daha muhafazakar	4,1
Çok iyi kaliteli kanal olduğu için	3,6
Konuşma az	1,8
Kültürel ve eğitici yayın yapıyorlar	1,8
Açık oturum	1,5

Radyo 7, 2007 yılında yapılan araştırmada, "en beğenilen radyo kanalı" sıralamasında sekizinci sırada yer almış, çalışmada ilk beş radyo kanalının beğenilme nedenleri detaylandırıldığından, bu kanala ait veriler beğeniler bazında listelenmemiştir.

Bu radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir?
SUPER FM

Cevap veren kişi sayısı (N) = 64

Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	%
Beğendiğim müzikler çalıyor	59,4
Beğenilerime karşılık veriyor, bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor, seviyorum	10,4
Program akışı ve yayınları güzel	5,7
Güncel şarkılar çalıyor	5,0
Her türlü yayın yapıyorlar	4,8
Çok iyi kaliteli kanal olduğu için	4,1
Haberleri hoşuma gidiyor	3,5
Eğlenceli	3,2
Her tür müzik çalıyorlar	3,1
Konuşma az	1,9
Reklam az olduğu için	1,9
Sunucularını beğeniyorum	1,2
Fikir belirtmeyen	1,8
Beğendiğim müzikler çalıyor	59,4
Beğenilerime karşılık veriyor, bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor, seviyorum	10,4
Program akışı ve yayınları güzel	5,7
Güncel şarkılar çalıyor	5,0

2007 yılında yapılan araştırmada Süper FM, "en beğenilen radyo kanalı" sıralamasında üçüncü sırada yer almış ve beğenilme nedenleri içinde % 55.9 oranı ile "Programlarını ve müzik yayınlarını beğeniyorum" ve % 11.7'lik eşit oranlarda "Yayınların kaliteli olması" ve "DJ'lerini beğeniyorum" ifadeleri ön plana çıkmıştır.

Sizce, Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı hangisidir?

Cevap veren kişi sayısı (N) = 1.935

	%
TRT*	38,6
KRAL FM	9,0
POWER TÜRK	2,3
RADYO 7	1,5
SÜPER FM	1,4
GÖZYAŞI FM	1,2
SLOW TÜRK	1,2
BEST FM	1,1
RADYO D	0,6
RADYO MEGASİTE	0,5
RADYO 16	0,5
ALEM FM	0,5
RADYO 2000	0,5
ÖZGÜR RADYO	0,4
POLİS RADYOSU	0,4
ADANA FM	0,4
ULUDAĞ FM	0,4
AKRA FM	0,4
PARK FM	0,4
POWER FM	0,4
MELTEM FM	0,4
RADYO ONBEŞ	0,4
AŞK FM	0,3
DİĞER (ULUSAL KANALLAR 20 ADET)	2,9
DİĞER (YEREL VE BÖLGESEL KANALLAR 119 ADET)	9,4
FİKİR BELİRTMEYEN	24,9

TRT radyo kanallarının bu konuda oransal olarak çok önde olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan deneklerin TRT radyo kanallarını tercihlerinde rol oynayan "Türkçeyi iyi kullanıyorlar" ifadesi, ulaşılan bu yüksek yüzde değeri ile birlikte daha büyük önem kazanmıştır.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Sizce, Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı hangisidir? (%)

	TRT*	KRAL FM	DİĞER ULUSAL KANALLAR	DİĞER YEREL VE BÖLGESEL KANALLAR	TOPLAM
CİNSİYET					
Kadın	51,9	11,9	17,8	18,4	**100,0**
Erkek	50,8	12,0	17,7	19,5	**100,0**
YAŞ GRUPLARI					
15-20 yaş arası	19,8	28,0	29,3	22,9	**100,0**
21-25 yaş arası	34,9	17,2	27,0	20,9	**100,0**
26-30 yaş arası	42,7	15,1	23,5	18,7	**100,0**
31-35 yaş arası	48,0	14,2	20,1	17,7	**100,0**
36-40 yaş arası	53,2	10,2	19,4	17,2	**100,0**
41-50 yaş arası	60,7	6,8	13,8	18,7	**100,0**
51-60 yaş arası	74,2	4,2	6,0	15,6	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	75,2	0,0	6,1	18,7	**100,0**
MEDENİ DURUM					
Evli	60,4	8,2	12,7	18,7	**100,0**
Bekar	30,0	20,6	29,2	20,2	**100,0**
Dul / Boşanmış	68,6	5,3	11,2	14,9	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ					
Düşük eğitimliler	57,2	10,8	9,8	22,2	**100,0**
Orta eğitimliler	43,3	14,9	23,0	18,8	**100,0**
Yüksek eğitimliler	64,0	4,9	21,6	9,5	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ					
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	56,5	11,1	14,8	17,7	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	44,5	13,5	21,3	20,8	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	57,1	0,0	33,3	9,5	**100,0**
ORTALAMA	**51,3**	**12,0**	**17,8**	**18,9**	**100,0**

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

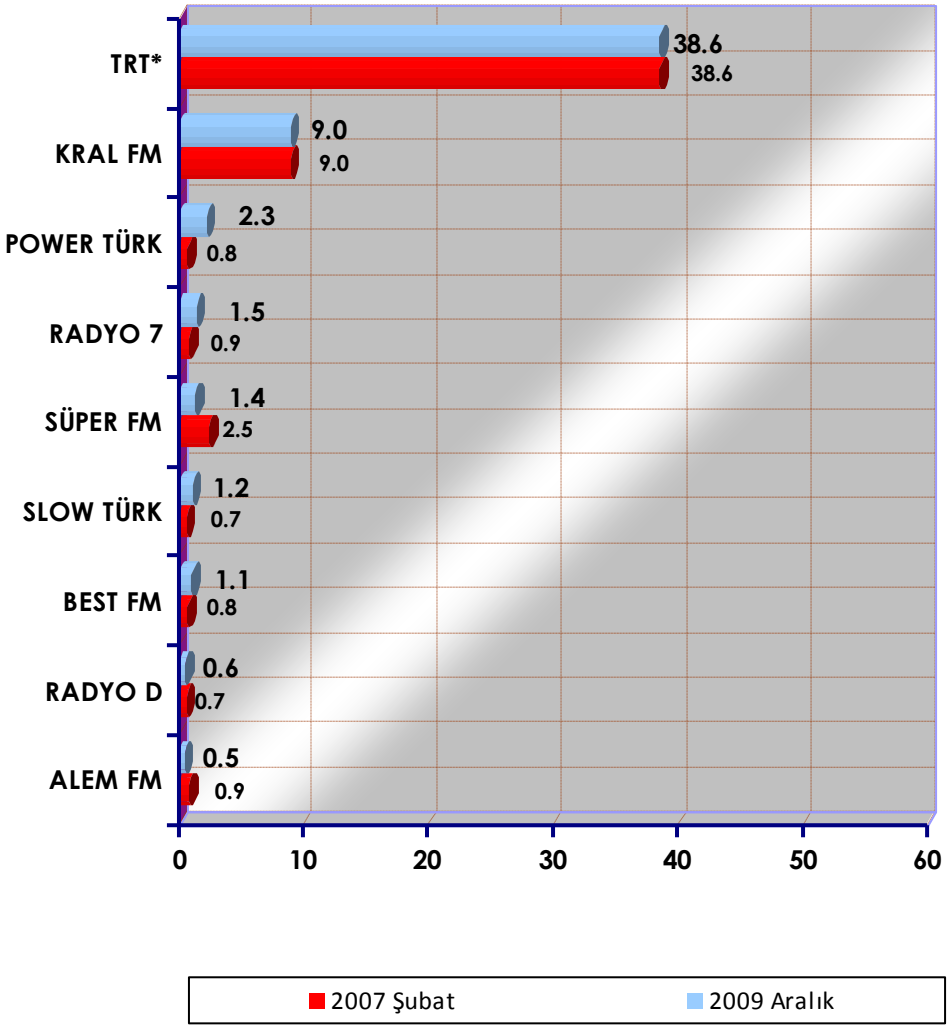
Sizce, Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı hangisidir? (%)

	TRT*	KRAL FM	DİĞER ULUSAL KANALLAR	DİĞER YEREL VE BÖLGESEL KANALLAR	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER					
Marmara	38,9	12,7	25,7	22,7	**100,0**
Ege	71,6	9,2	12,6	6,6	**100,0**
Akdeniz	54,6	11,0	17,0	17,3	**100,0**
İç Anadolu	56,3	7,5	13,1	23,1	**100,0**
Karadeniz	64,8	16,6	10,1	8,6	**100,0**
Doğu Anadolu	59,4	10,9	10,2	19,5	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	31,2	27,9	16,9	24,0	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ					
0-500 TL	61,7	11,0	11,8	15,4	**100,0**
501-750 TL	50,1	12,3	17,1	20,6	**100,0**
751-1000 TL	52,7	13,2	15,1	18,9	**100,0**
1001-1500 TL	43,7	12,7	19,8	23,7	**100,0**
1501-2000 TL	50,1	9,8	19,0	21,1	**100,0**
2001 TL üstü	48,3	10,2	27,6	13,8	**100,0**
ORTALAMA	**51,3**	**12,0**	**17,8**	**18,9**	**100,0**

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Sizce, Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı hangisidir? (%)

(2009 – 2007 yılları karşılaştırması)



2007 yılında yapılan araştırma ile kıyaslandığında, TRT radyo kanalları ile Kral FM'in aynı değerleri aldığı ve bu konudaki hassasiyetlerinin eşit düzeyde devam ettiği görülmektedir.

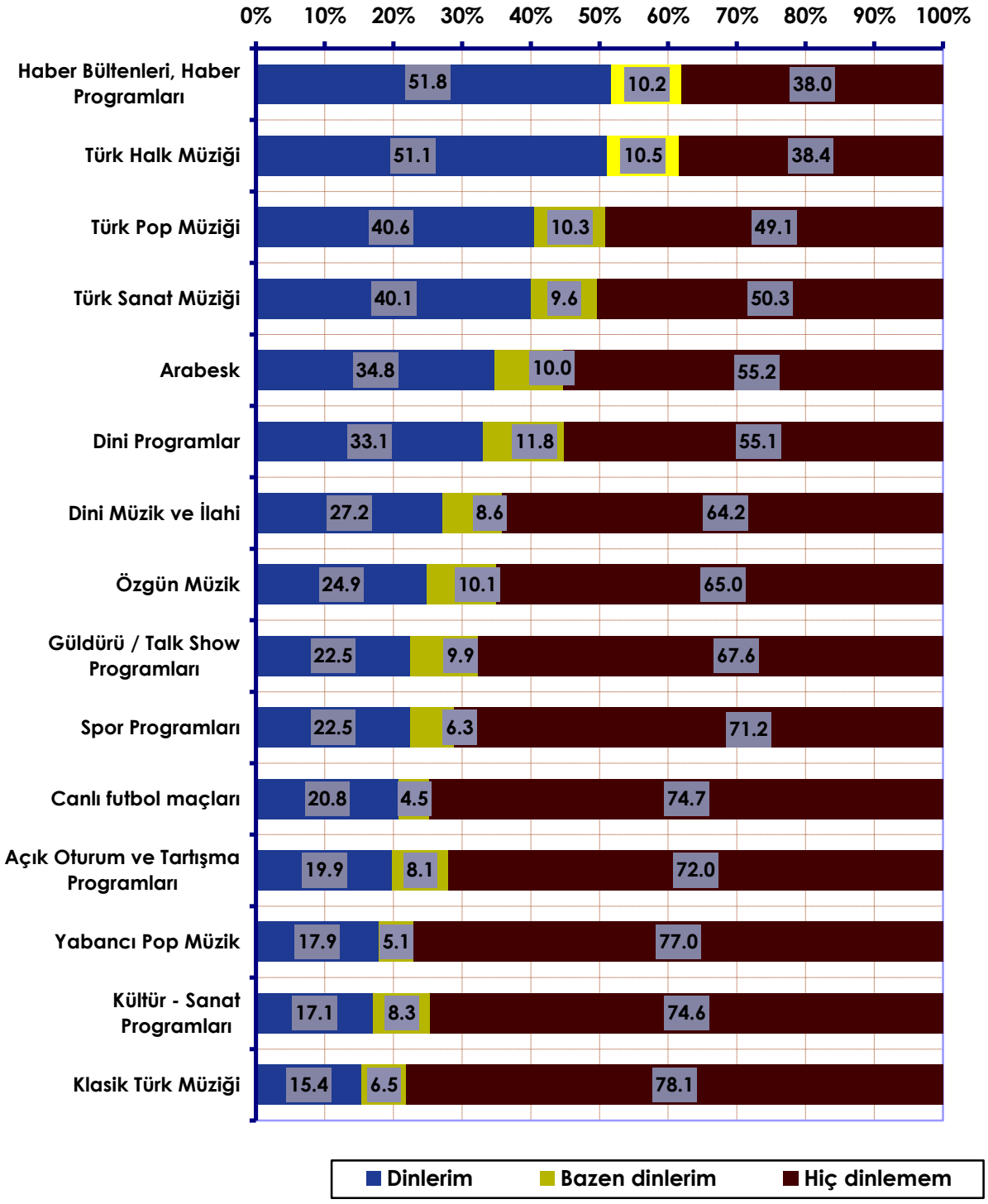
Power Türk ve Radyo 7 kanallarının Türkçenin kullanımı konusunda küçük oranlarda gelişme kaydettiği, Süper FM'in yüzde değerinin ise 1.1 puan düştüğü gözlenmiştir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

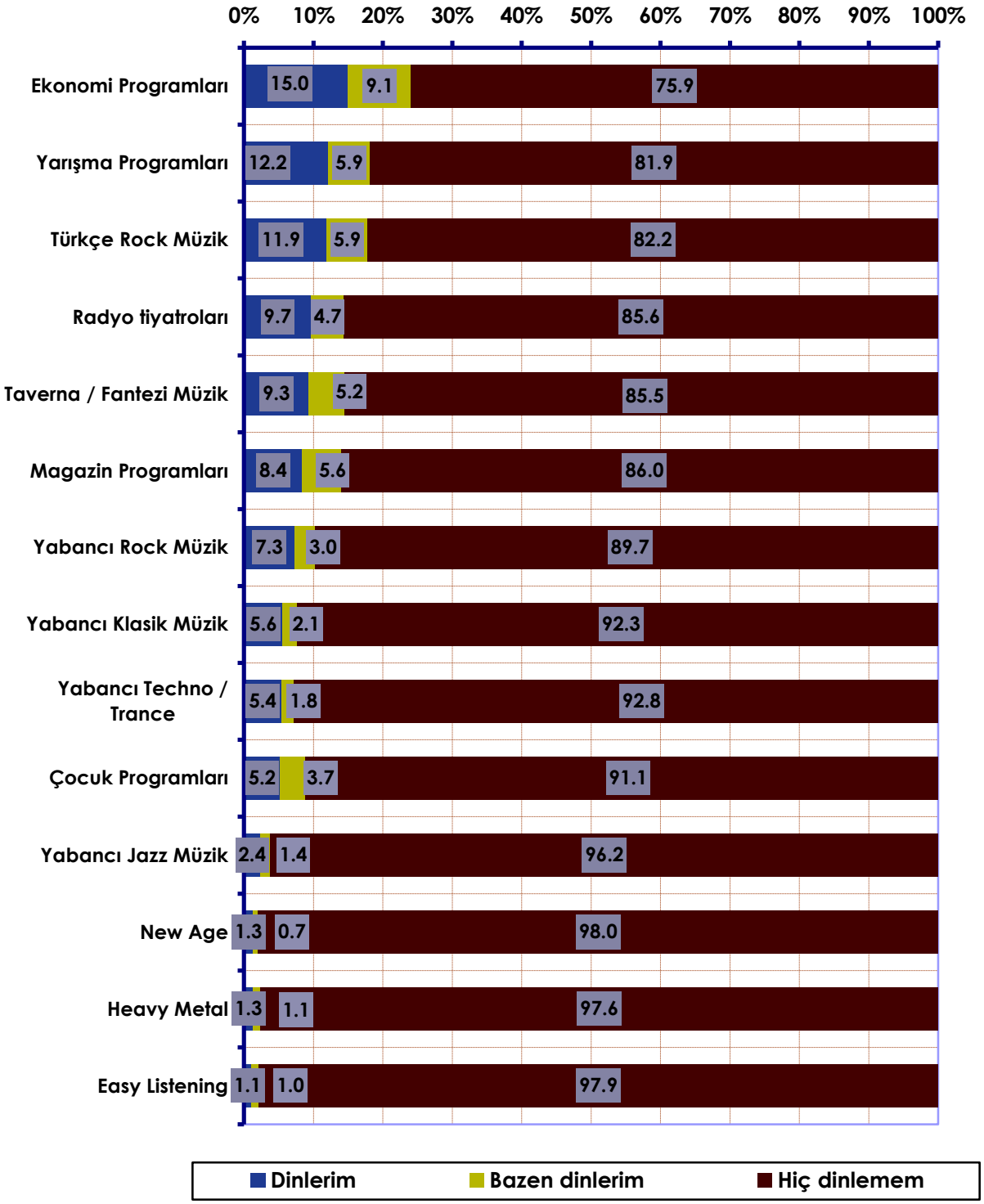
BEŞİNCİ BÖLÜM

PROGRAM VE MÜZİK TÜRLERİNİ DİNLEME DÜZEYİ VE TERCİH EDİLDİKLERİ RADYO KANALLARI

Program ve müzik türlerini dinleme sıklığı

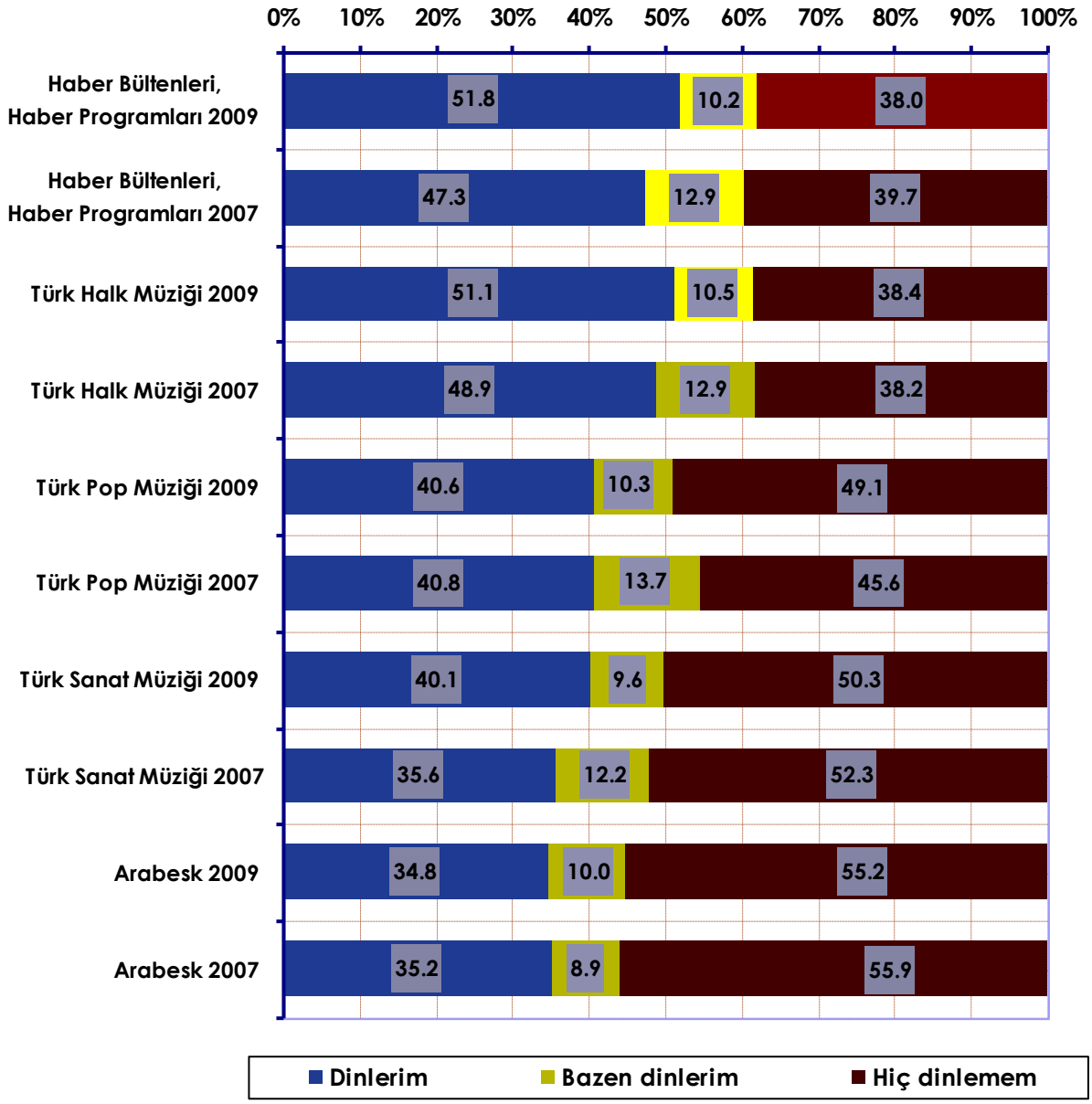


Program ve müzik türlerini dinleme sıklığı (DEVAM)



Program ve müzik türlerini dinleme sıklığı

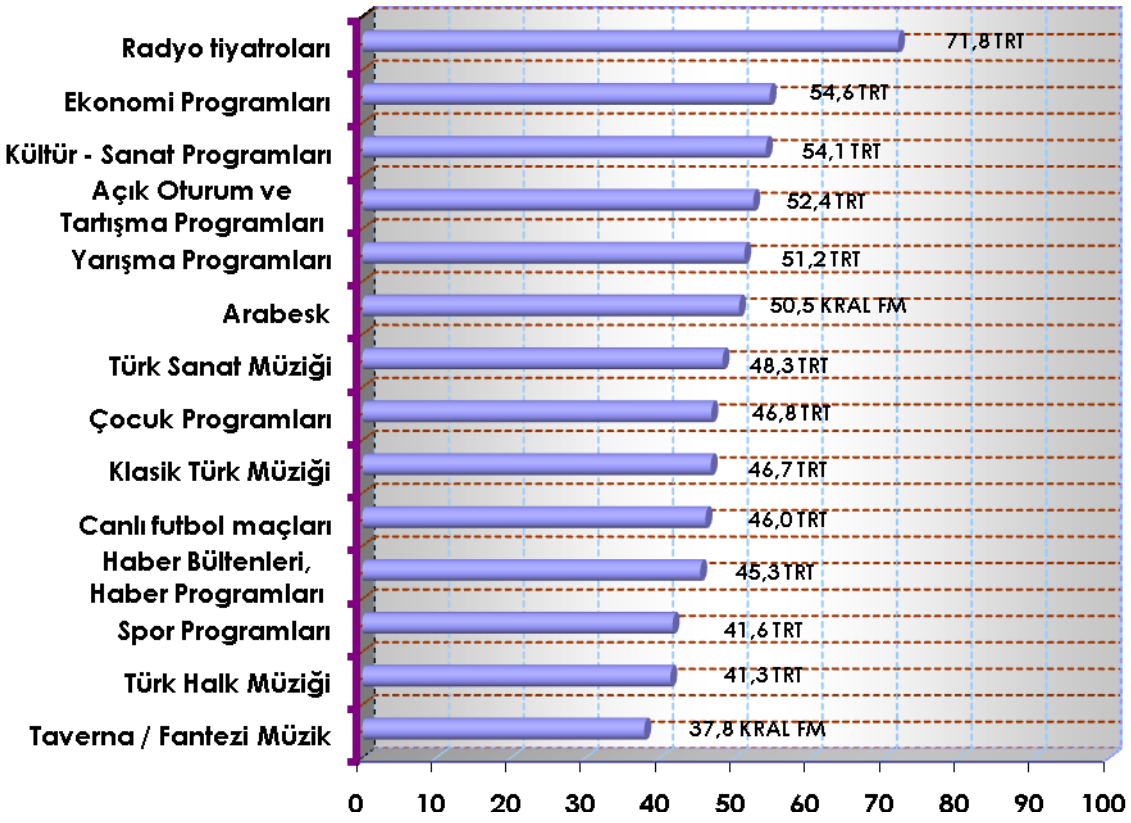
(2009 – 2007 yılları karşılaştırması)



2007 yılında gerçekleştirilen araştırma verileri ile kıyaslandığında, "Haber Bültenleri, Haber Programları, Türk Halk Müziği, Türk Pop Müziği ve Türk Sanat Müziği" türlerinde yüzde 0.2 ila yüzde 5'e varan artış kaydedilmiş, "Arabesk" müzik türünün dinlenme sıklığında ise % 0.4 oranında düşüş gözlenmiştir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

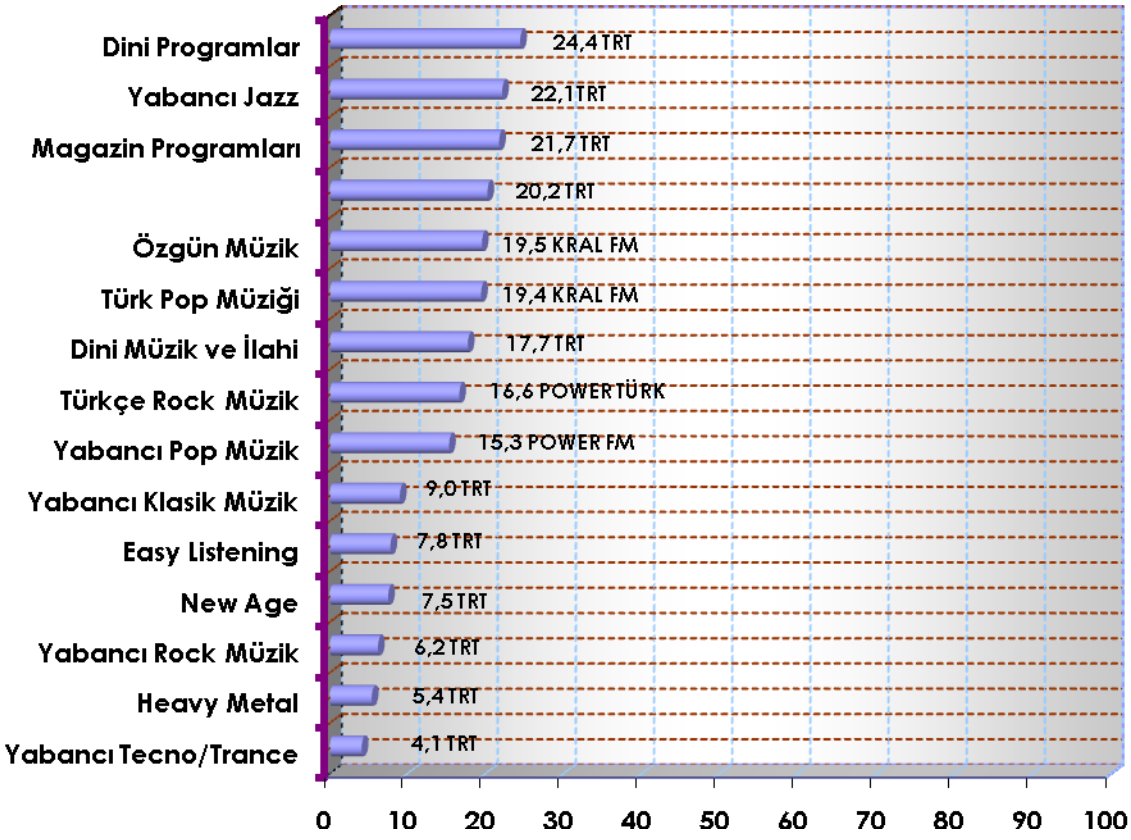
Program ve müzik türlerinin en çok dinlendiği kanallar (%)



Program ve müzik türlerinin en çok dinlendiği radyo kanalları sorgulandığında, birçok program türü açısından, TRT radyo kanallarının yüzde 40'ın üzerindeki oranlarla tercih edildiği; "Arabesk ve Taverna / Fantezi Müzik" türlerinin ise Kral FM'de dinlendiği gözlenmiştir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Program ve müzik türlerinin en çok dinlendiği kanallar (%) (Devam)

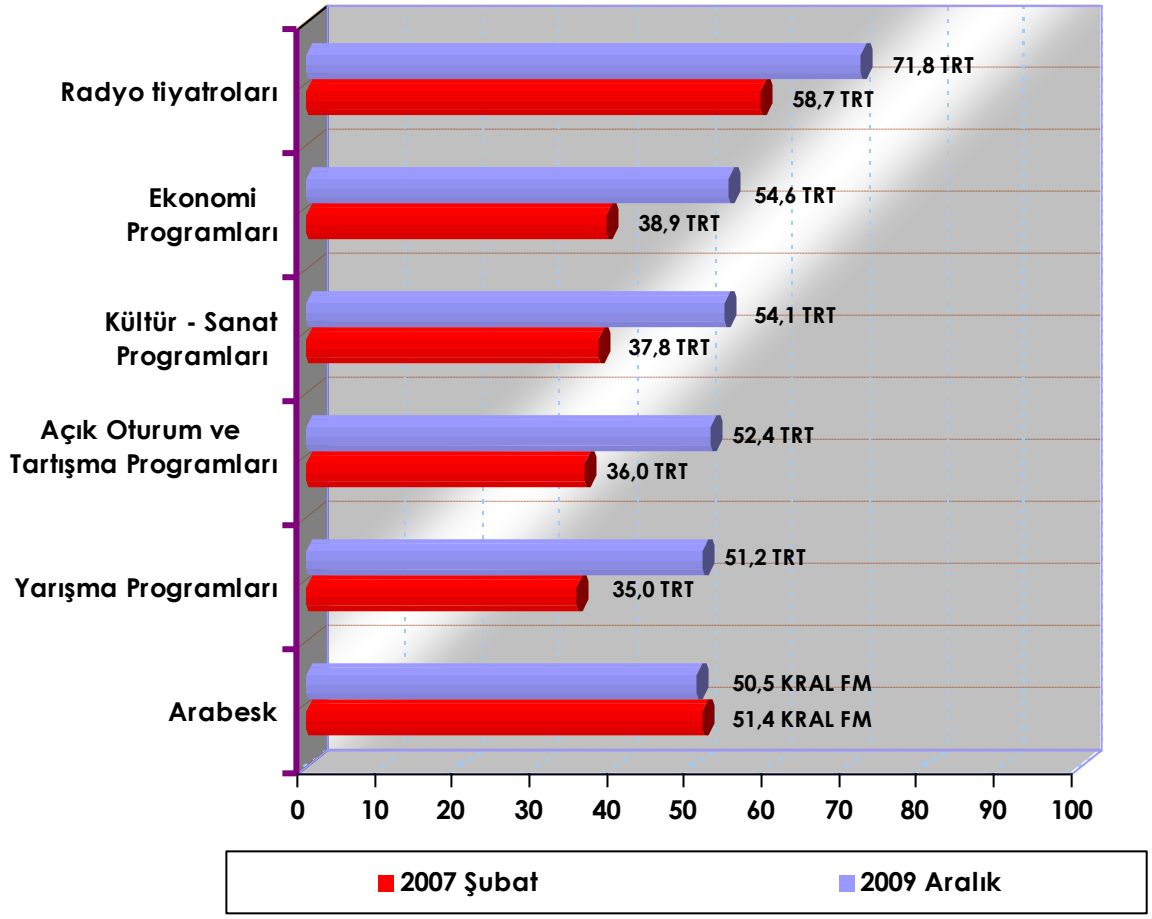


Program ve müzik türlerinin dinlendiği kanallar açısından yapılan sorgulamaya yüzde 25'in altında değer alan programlar açısından devam edildiğinde, "Özgün Müzik ve Türk Pop Müziği" alanlarında Kral FM'in, "Türkçe Rock ve Yabancı Pop Müzik" alanlarında ise Power Türk ve Power FM'in öne çıktığı; diğer program ve müzik türlerinde ise TRT kanallarının ağırlıklı olarak tercih edildiği gözlenmiştir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Program ve müzik türlerinin en çok dinlendiği kanallar (%)

(2009 – 2007 yılları karşılaştırması)

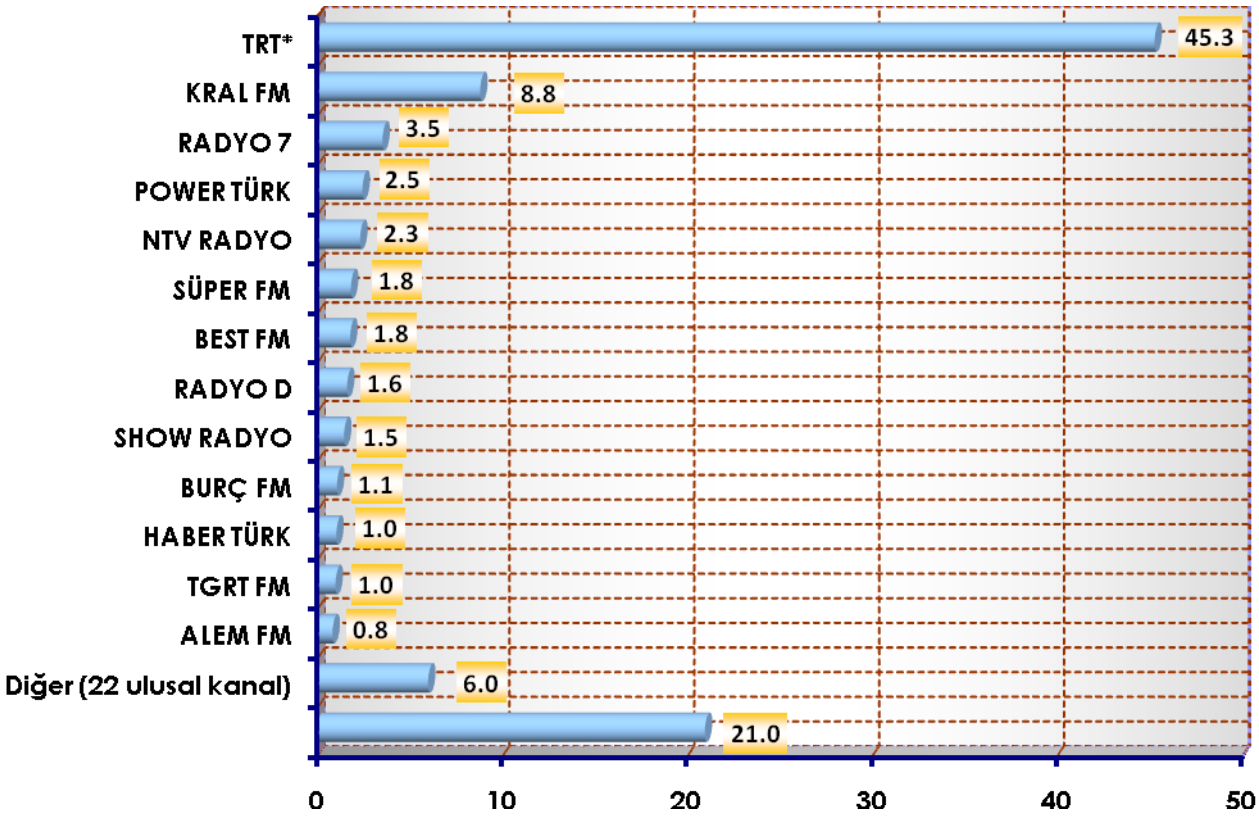


Program ve müzik türlerinin en çok dinlendiği kanallara ilişkin veriler, 2007 yılı araştırmasının verileri ile karşılaştırıldığında, TRT radyo kanallarında dinlenmesi tercih edilen ilk beş program türünün tamamında yüzde 15'in üzerinde artış görülmüş, Kral FM'de dinlenen Arabesk türünün tercihinde ise yüzde 1'e yakın düşüş gözlenmiştir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Haber bültenleri ve haber programlarını dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Cevap veren kişi sayısı (N) =1.364



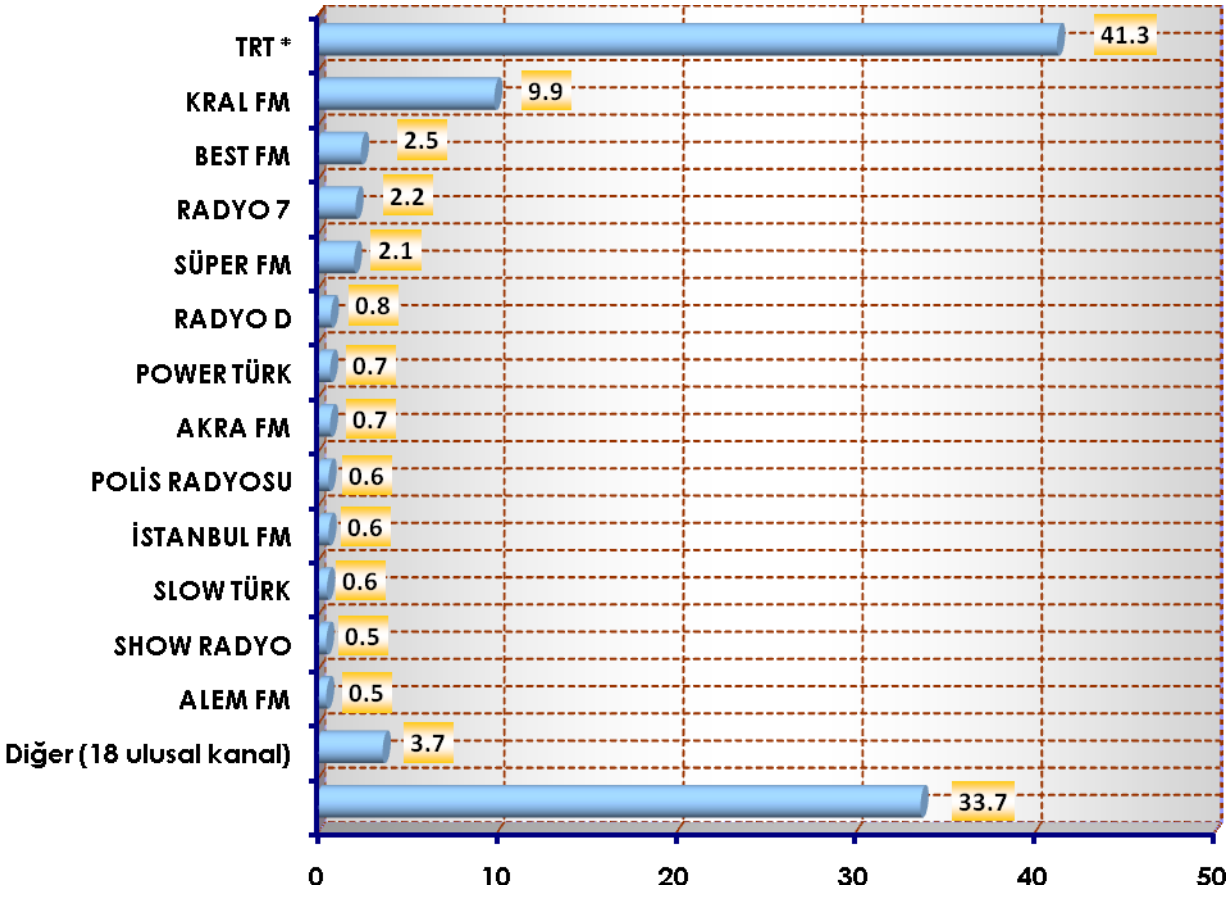
Dinleme sıklığı açısından % 51.8 oranı ile birinci sırada yer alan "Haber Bülteni ve Haber Programlarını" dinleyenlerin ilk tercih ettiği kanal, % 45.3 gibi çok net bir oranla TRT radyo kanalları olurken, araştırmaya katılan denekler, bu tür için % 21 oranında yerel ve bölgesel kanalları tercih ettiğini belirtmiş, en çok dinlenen radyo sıralamasında birinci durumdaki Kral FM'in bu program türü için tercih edilme oranı ise % 8.8 olarak gerçekleşmiştir.

"Haber Bültenleri, Haber Programları, Türk Halk Müziği, Türk Pop Müziği, Türk Sanat Müziği ve Arabesk" program türleri dışında kalan program türlerini dinleyenlerin sayısı, radyo kanallarının analizi için yeterli olmadığından, diğer program türlerinin dinlendiği radyo kanalları verilmemektedir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Türk halk müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Cevap veren kişi sayısı (N) = 959 kişi

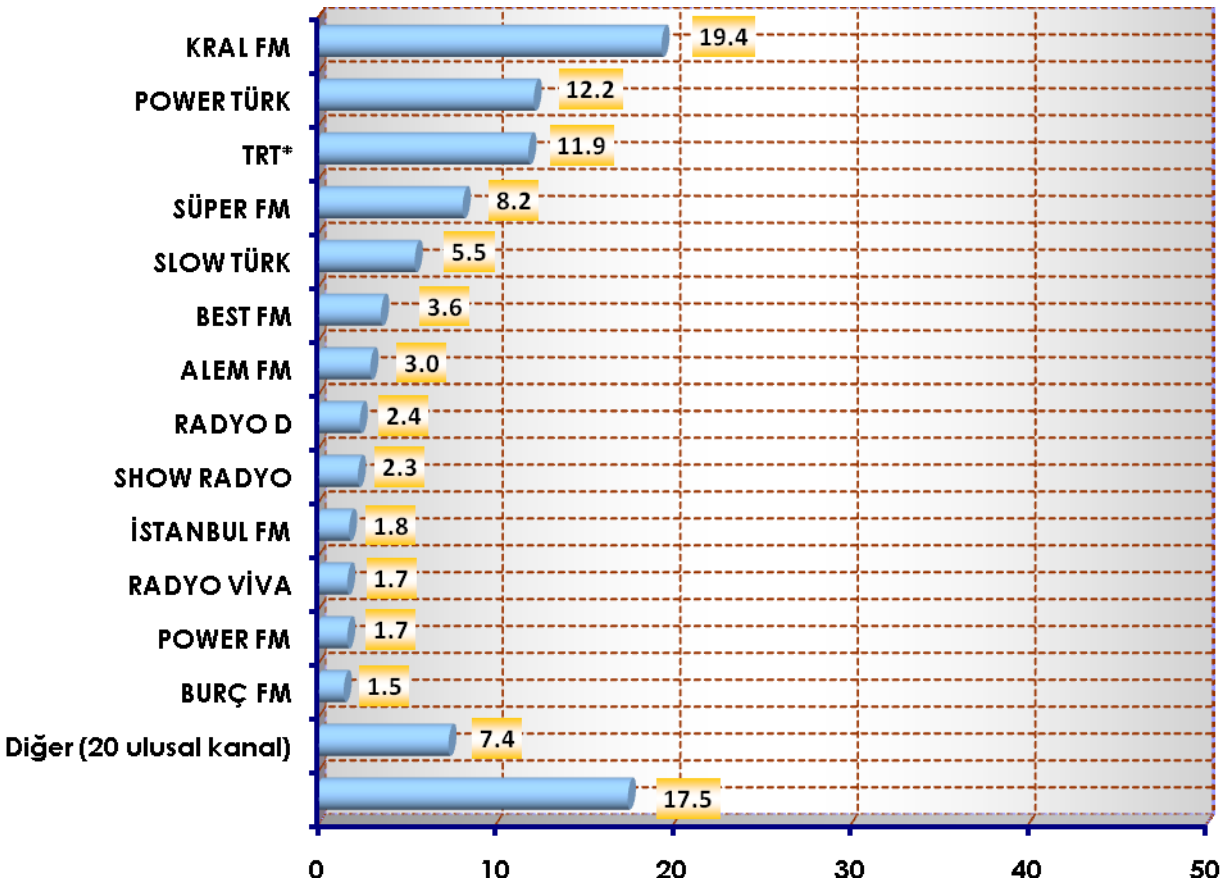


Dinleme sıklığı açısından % 51.1 oranı ile ikinci sırada yer alan "Türk Halk Müziği" dinleyenlerin tercih ettiği kanal, haber bültenleri ve haber programlarında olduğu gibi çok açık farkla (% 41.3) TRT radyo kanalları olurken, araştırmaya katılan deneklerin bu türü dinlemek için ikinci tercihinin % 33.7 oranı ile yerel ve bölgesel kanallar olduğu, daha sonraki tercihin ise % 9.9 oranı ile Kral FM'den yana kullanıldığı gözlenmiştir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Türk pop müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Cevap veren kişi sayısı (N) = 730 kişi

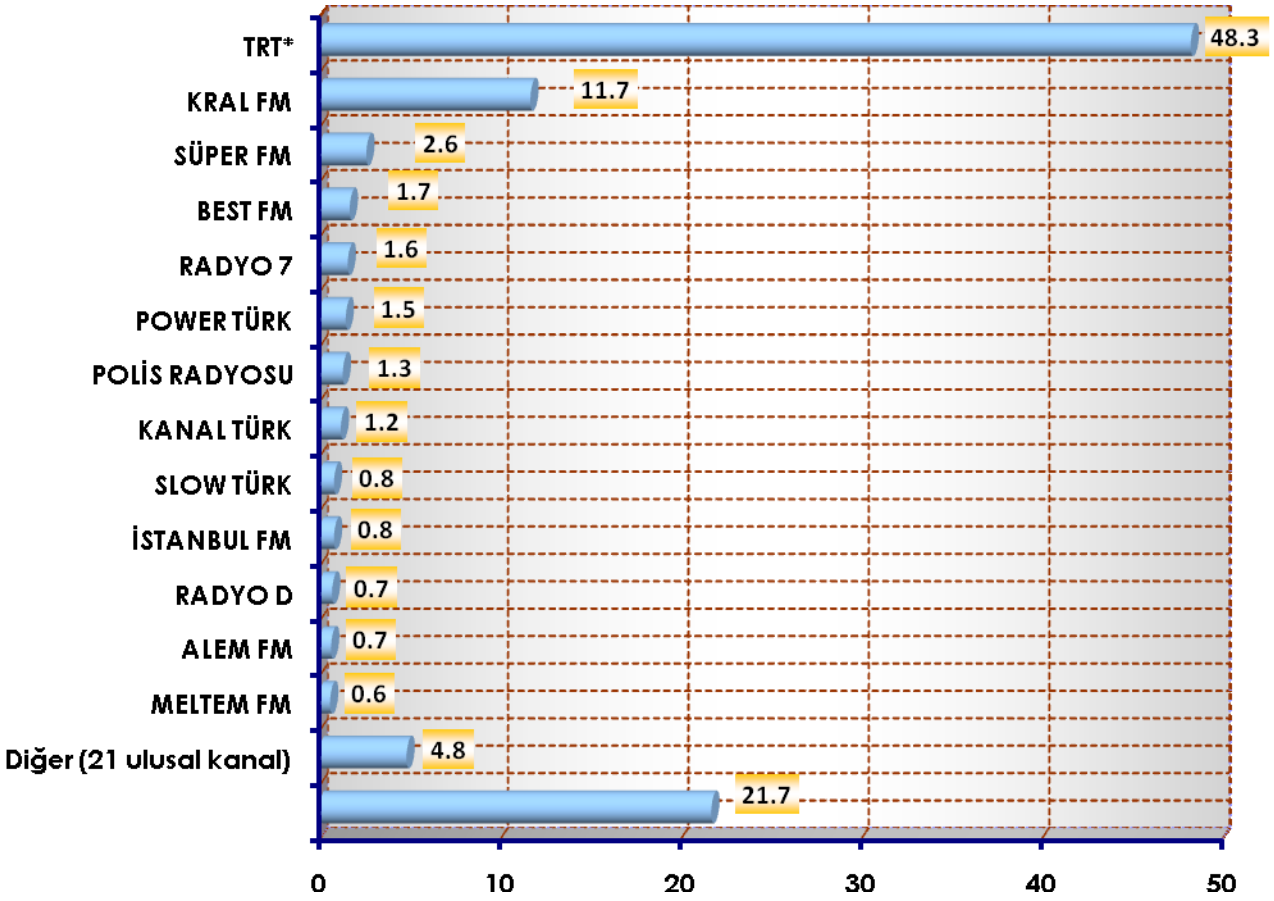


Dinleme sıklığı açısından % 40.6 oranı ile üçüncü sırada yer alan "Türk Pop Müziği" dinleyenlerin birinci olarak tercih ettiği kanal % 19.4 oranı ile Kral FM olurken, araştırmaya katılan deneklerin bu tür için ikinci tercihini % 17.5 oranı ile yerel ve bölgesel kanallardan yana kullandığı ve Power Türk kanalının % 12.2 oranı ile üçüncü olduğu gözlenmiştir. TRT radyo kanalları, Türk pop müziği dinleyenler açısından % 11.9 oranı ile dördüncü sırada tercih edilmiştir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Türk sanat müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Cevap veren kişi sayısı (N) = 791 kişi

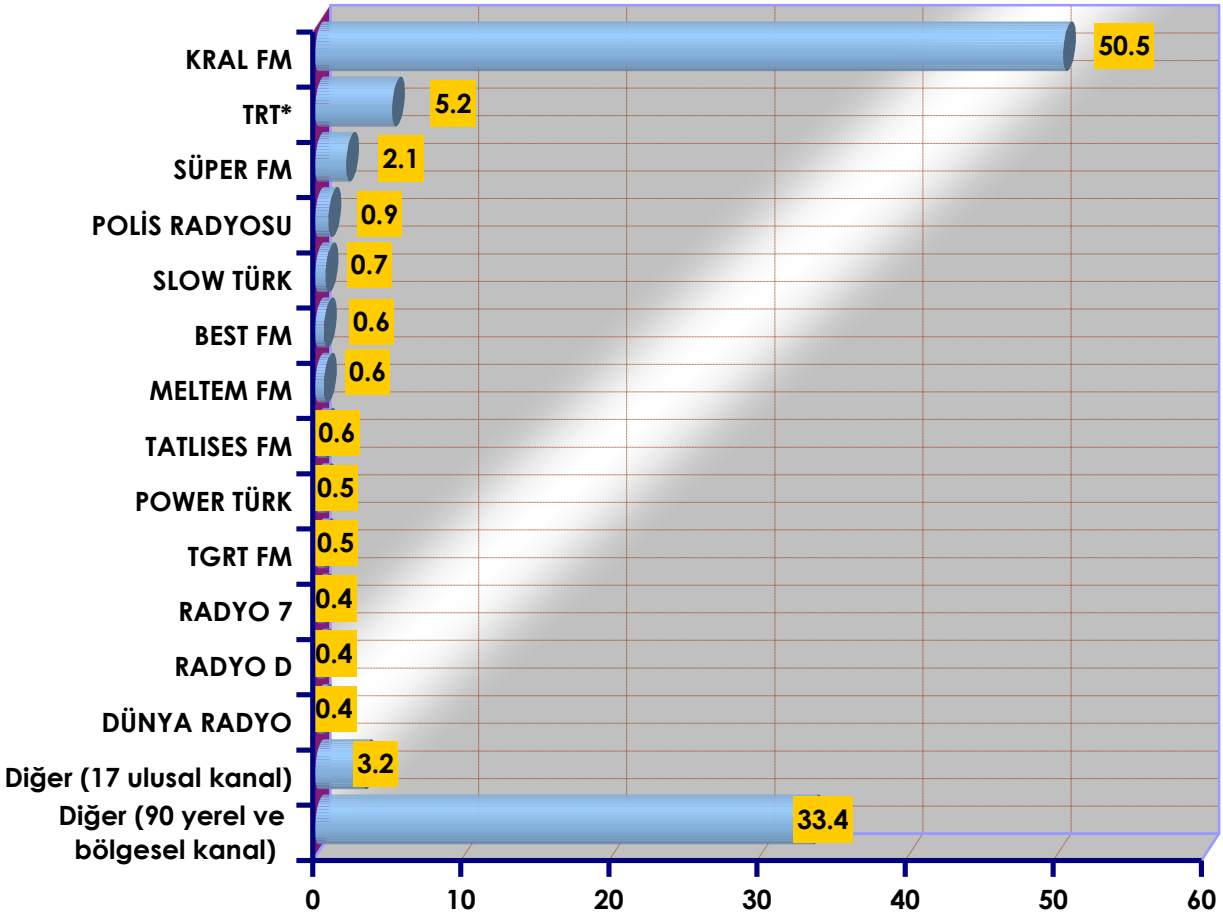


Dinleme sıklığı açısından % 40.1 oranı ile dördüncü sırada yer alan "Türk Sanat Müziği" dinleyenlerin tercih ettiği ilk kanal % 48.3 oranı ile TRT radyo kanalları olurken, araştırmaya katılan deneklerin bu tür için ikinci tercihini % 21.7 oranı ile yerel ve bölgesel kanallardan yana kullandığı ve Kral FM'in % 11.7 oranı ile üçüncü olduğu gözlenmiştir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Arabesk dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Cevap veren kişi sayısı (N) = 692 kişi



Dinleme sıklığı açısından % 34.8 oranı ile beşinci sırada yer alan "Arabesk" müzik dinleyenlerin tercih ettiği ilk kanal % 50.5 oranı ile Kral FM olurken, araştırmaya katılan deneklerin bu tür için ikinci tercihini % 33.4 oranı ile yerel ve bölgesel kanallardan yana kullandığı ve TRT radyo kanallarının % 5.2 oranı ile üçüncü olduğu gözlenmiştir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

En çok dinlenen program ve kanal adı

Açık uçlu soruya verilen cevaplardan derlenmiştir.

PROGRAM ADI	KANAL ADI	%
Haberler	TRT*	15,5
Lig - Canlı Maçlar	Lig Radyo	7,6
Mehmet'in Gezegeni	Kral FM	7,5
Harbi Kız	Kral FM	3,2
Matrax	Alem FM	2,3
Ceyhun Yılmaz Show	Best FM	1,1
Arkası Yarın	TRT*	1,1
Bay J	Power FM	1,1
Afrikalı Ali	Radyo Turkuvaz	1,0
Pop Saati	TRT*	0,9
Türküler Geçidi	TRT*	0,9
Nihatla Curcuna	Alem FM	0,8
Serdar Yayında	Best FM	0,8
Reco Show	Park FM	0,8
Damar Show	Gözde FM	0,7
Cem Ceminay	Radio N101	0,7
Dalga Kıran	TRT*	0,7
Yurttan Sesler ve İstekler	TRT*	0,6
Maç Başlıyor	Lig Radyo	0,6
Geveze	Power FM	0,6
Yayın Kuşağı	TRT	0,6
Bizim İstasyon	Özgür Radyo	0,5

Araştırmada, deneklerin dinlemeyi tercih ettiği program isimlerini belirlemek amacıyla açık uçlu bir soru oluşturularak yapılan sorgulamada, "haberler" % 15.5 oranı ile TRT radyo kanallarında ve "maç yayınları" % 7.6 oranı ile Lig Radyo'da dinlenirken; % 7.5 oranı ile en belirgin şekilde program adı verilerek tercih edildiği söylenen "Mehmet'in Gezegeni" adlı program Kral FM'den takip edilmektedir.

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

En çok dinlenen program ve kanal adı (Devamı)

Açık uçlu soruya verilen cevaplardan derlenmiştir,

PROGRAM ADI	KANAL ADI	%
% 100 Futbol	NTV	0,5
Gazoz Ağacı	Best FM	0,5
Yavuzun Minibüsü	Pal FM	0,4
Modern Sabahlar	Radyo ODTU	0,4
Muzoyla Yastık Sohbeti	Tatlıses FM	0,4
Hopdedik Ayhan Show	Radyo Klas	0,4
Canbaz	Radyo Turkuvaz	0,3
Gececi	Kral FM	0,3
Türkiye İçin 10 dk	Kral FM	0,3
Sesli Gazete	Burç FM	0,3
Hakan Gündüz	Radyo D	0,3
Günün İçinden	TRT*	0,3
Gözyaşı	Gözyaşı FM	0,3
05 Mustafa	Kral Türk	0,3
Eski Tüfekler Yeni Kuşaklar	TRT*	0,3
Şirinnar İstekler	Şirinnar Radyo	0,3
Spor Saati	Cem Radyo	0,3
Gönül Dostu Füsun	Best FM	0,3
Muhabbet Kapısı	Radyo7	0,3
Ömer Köroğluyla Vesaire	Radyo 35	0,3
Bedirhan Gökçeyle Şiir Gecesi	TRT*	0,3
Zekirdek	Alem FM	0,3
Herhangi bir program ismi belirtmeyen	-	43,0

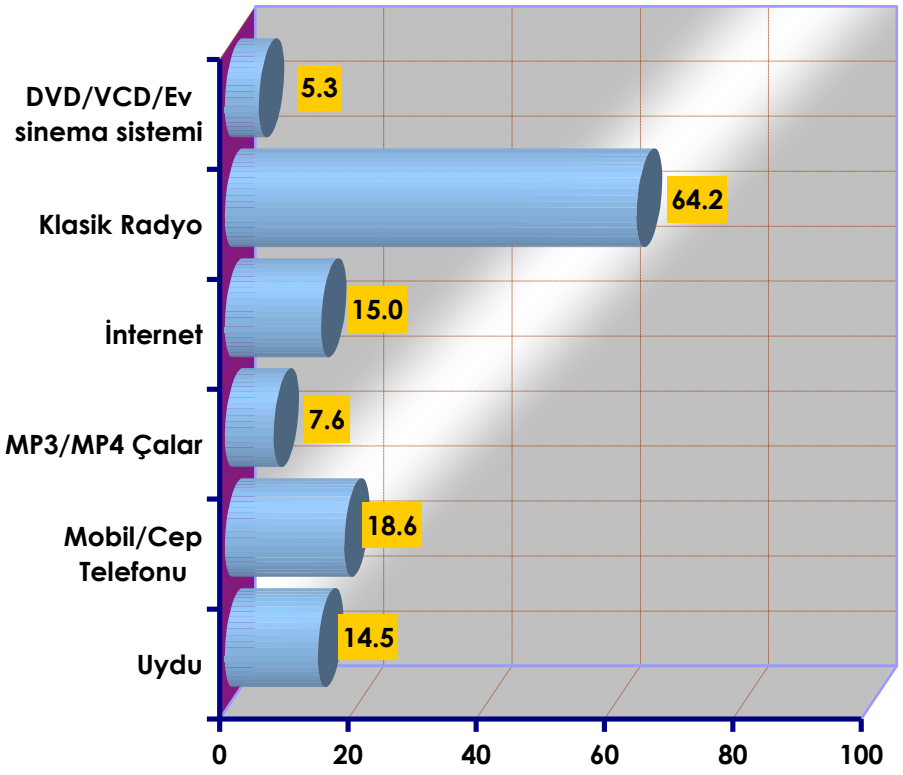
**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

ALTINCI BÖLÜM

RADYO YAYINLARININ NEREDEN VE NEREDE DİNLENDİĞİ

Radyo yayınlarını hangi elektronik ortam aracılığıyla dinlersiniz? (%)

Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.



Araştırmaya katılan deneklerin büyük çoğunluğu (% 64.2) radyoyu "klasik radyo" aracılığı ile dinlemektedir.

Radyo yayınlarını hangi elektronik ortam aracılığıyla dinlersiniz? (%)

Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	DVD / VCD / EV SİNEMA SİSTEMİ	KLASİK RADYO	İNTERNET	MP3 / MP4 ÇALAR	MOBİL / CEP TELEFONU	UYDU
CİNSİYET						
Kadın	6,1	66,5	15,3	7,7	19,2	12,4
Erkek	4,5	61,8	14,6	7,4	17,9	16,5
YAŞ GRUPLARI						
15-20 yaş arası	5,9	32,7	23,1	15,7	45,1	13,5
21-25 yaş arası	5,1	45,7	28,4	14,0	31,8	13,0
26-30 yaş arası	6,5	55,3	25,0	9,7	19,4	19,9
31-35 yaş arası	4,8	68,0	14,7	4,5	15,1	17,9
36-40 yaş arası	4,0	71,0	13,1	5,4	14,2	19,0
41-50 yaş arası	7,1	78,1	9,2	4,0	8,4	10,8
51-60 yaş arası	6,8	86,4	3,8	2,6	4,3	12,3
61 yaş ve daha yukarı	0,7	83,0	0,7	2,1	4,2	13,5
MEDENİ DURUM						
Evli	5,4	75,8	9,5	4,0	8,7	15,9
Bekar	5,6	40,4	26,8	14,5	37,6	11,8
Dul / Boşanmış	2,6	72,6	7,3	6,6	17,9	13,5
EĞİTİM DÜZEYİ						
Düşük eğitimliler	5,1	75,5	3,9	2,7	8,6	17,6
Orta eğitimliler	5,5	57,1	20,0	9,9	25,7	13,2
Yüksek eğitimliler	5,2	56,9	30,4	14,0	21,2	9,6
MESLEK DÜZEYİ						
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	5,2	64,2	11,6	7,2	18,2	16,0
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	5,5	64,2	19,3	8,0	18,7	12,8
Profesyonel meslek sahibi	3,1	63,4	21,2	12,0	29,1	2,6
ORTALAMA	**5,3**	**64,2**	**15,0**	**7,6**	**18,6**	**14,5**

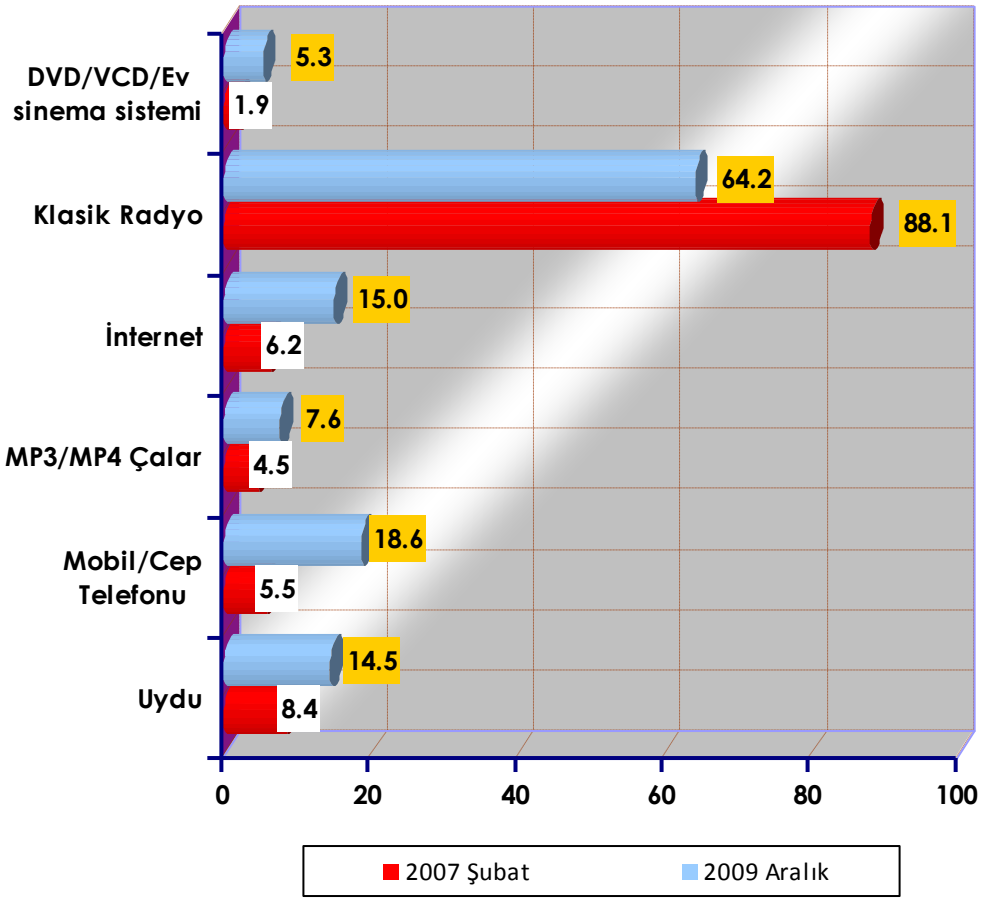
Radyo yayınlarını hangi elektronik ortam aracılığıyla dinlersiniz? (%)

Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.

	DVD / VCD / EV SİNEMA SİSTEMİ	KLASİK RADYO	İNTERNET	MP3 / MP4 ÇALAR	MOBİL / CEP TELEFONU	UYDU
COĞRAFİ BÖLGELER						
Marmara	6,0	61,9	20,8	8,1	25,5	9,4
Ege	5,5	69,7	10,2	6,6	13,9	21,6
Akdeniz	2,8	68,0	6,4	8,8	12,0	11,3
İç Anadolu	2,7	75,7	13,0	6,1	15,3	7,6
Karadeniz	5,6	40,5	12,1	8,2	9,1	39,7
Doğu Anadolu	16,1	54,8	9,9	10,8	17,9	25,4
Güneydoğu Anadolu	6,0	65,3	13,4	5,6	17,4	17,4
GELİR DÜZEYLERİ						
0-500 TL	6,1	59,0	7,6	3,4	14,0	26,9
501-750 TL	3,7	71,6	6,7	5,0	14,0	15,0
751-1000 TL	5,5	66,6	12,2	7,1	19,2	14,2
1001-1500 TL	3,6	68,0	16,5	6,7	22,0	10,1
1501-2000 TL	1,4	57,2	23,2	11,8	20,9	12,8
2001 TL üstü	7,5	60,3	28,5	12,4	19,1	6,7
ORTALAMA	**5,3**	**64,2**	**15,0**	**7,6**	**18,6**	**14,5**

Radyo yayınlarını hangi elektronik ortam aracılığıyla dinlersiniz? (%)

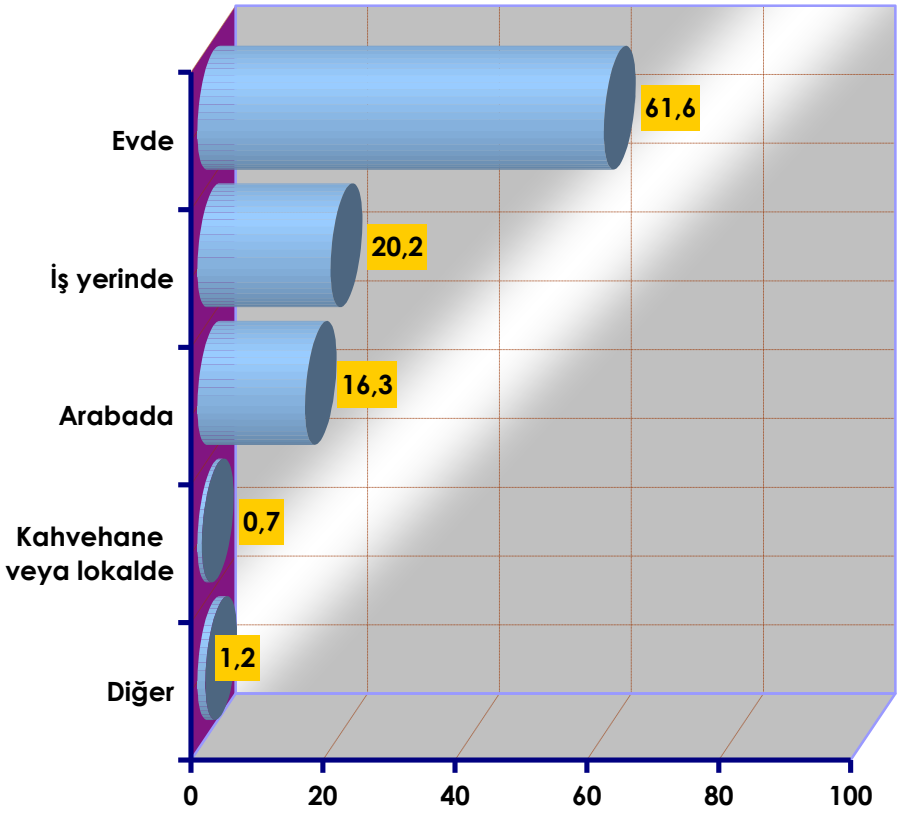
Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.



2009 Aralık *N = 3.336 cevap sayısı*
2007 Şubat *N =5.175 cevap sayısı*

Araştırma sonuçları 2007 verileri ile karşılaştırıldığında, radyoyu "klasik radyo" aracılığı ile dinleyenlerin % 23.9 oranında düştüğü; radyo dinlemek için "mobil/cep telefonu" kullananların % 13.1, "internet" kullananların % 8.8 ve "uydu" aracılığı ile radyo dinleyenlerin % 6.1 oranında arttığı gözlenmiştir.

Radyoyu en çok nerede dinlersiniz? (%)



Araştırmaya katılan deneklerin % 61.6 oranındaki büyük çoğunluğunun radyoyu "evde" dinlediği gözlenmiştir. Radyoyu "işyerinde" dinleyenlerin oranı % 20.2 olurken, "arabada" radyo dinleme oranı % 16.3 olarak tespit edilmiştir.

Radyoyu en çok nerede dinlersiniz? (%)

	EVDE	İŞ YERİNDE	ARABADA	KAHVEHANE VEYA LOKALDE	DİĞER	TOPLAM
CİNSİYET						
Kadın	78,3	12,0	7,7	0,4	1,5	**100,0**
Erkek	44,8	28,3	24,9	1,0	1,0	**100,0**
YAŞ GRUPLARI						
15-20 yaş arası	68,0	13,1	14,9	0,6	3,4	**100,0**
21-25 yaş arası	54,5	26,0	16,2	1,2	2,2	**100,0**
26-30 yaş arası	52,7	25,2	20,0	1,3	0,8	**100,0**
31-35 yaş arası	51,3	27,3	19,4	0,6	1,3	**100,0**
36-40 yaş arası	51,2	26,2	22,3	0,0	0,4	**100,0**
41-50 yaş arası	55,7	23,4	20,0	0,5	0,5	**100,0**
51-60 yaş arası	70,0	13,4	15,4	0,5	0,8	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	83,7	10,6	5,0	0,8	0,0	**100,0**
MEDENİ DURUM						
Evli	61,6	20,2	17,4	0,4	0,4	**100,0**
Bekar	58,4	21,0	16,2	1,3	3,1	**100,0**
Dul / Boşanmış	80,4	14,9	3,8	0,9	0,0	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ						
Düşük eğitimliler	69,6	19,3	10,0	0,6	0,5	**100,0**
Orta eğitimliler	58,0	21,5	18,0	0,7	1,8	**100,0**
Yüksek eğitimliler	50,7	17,4	29,3	1,1	1,5	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ						
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	84,1	4,0	9,9	0,8	1,2	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	32,6	41,7	23,7	0,6	1,4	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	24,1	20,4	55,6	0,0	0,0	**100,0**
ORTALAMA	**61,6**	**20,2**	**16,3**	**0,7**	**1,2**	**100,0**

Radyoyu en çok nerede dinlersiniz? (%)

	EVDE	İŞ YERİNDE	ARABADA	KAHVEHANE VEYA LOKALDE	DİĞER	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER						
Marmara	51,6	24,0	21,7	0,9	1,8	**100,0**
Ege	64,3	21,1	13,6	1,0	0,0	**100,0**
Akdeniz	62,7	16,4	18,1	0,8	2,0	**100,0**
İç Anadolu	67,8	17,9	13,0	0,3	0,9	**100,0**
Karadeniz	78,1	9,5	10,5	0,7	1,2	**100,0**
Doğu Anadolu	74,0	17,9	6,9	1,2	0,0	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	64,4	25,5	8,8	0,0	1,3	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ						
0-500 TL	72,6	17,4	7,6	0,8	1,6	**100,0**
501-750 TL	67,2	21,7	9,1	1,2	0,8	**100,0**
751-1000 TL	66,8	18,9	11,9	1,1	1,3	**100,0**
1001-1500 TL	60,7	19,4	18,9	0,4	0,6	**100,0**
1501-2000 TL	51,7	22,3	24,1	0,5	1,4	**100,0**
2001 TL üstü	40,1	25,8	31,7	0,3	2,0	**100,0**
ORTALAMA	**61,6**	**20,2**	**16,3**	**0,7**	**1,2**	**100,0**

YEDİNCİ BÖLÜM

RADYO İLE İLGİLİ KANAATLER VE RADYO REKLAMLARI

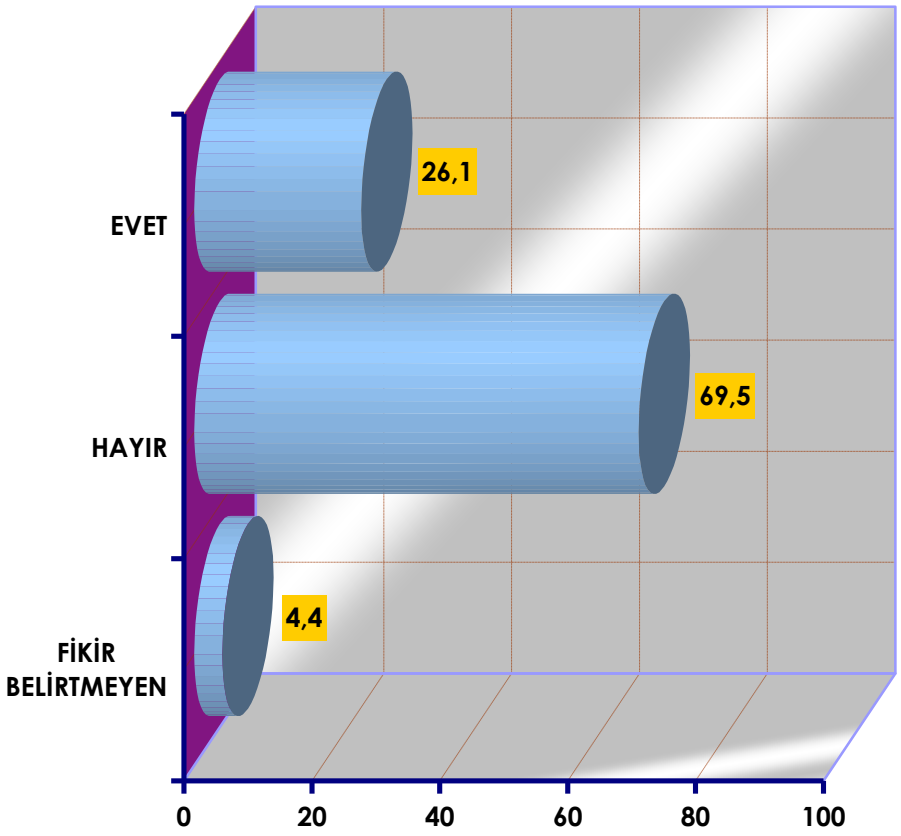
Radyo dinlemekteki öncelikli amacınız nedir?

Birden fazla cevap verildiğinden toplam % 100'ü geçmektedir.

	%
Müzik dinlemek için	49,7
Haberleri dinlemek için	17,7
Dinlenmek için	16,0
Vakit geçirmek için, eşlik etmesi için	13,7
Yeni bir şeyler öğrenmek için	5,5
Eğlenmek için	4,2
Dini bilgiler için	3,8
Spor haberlerini, spor programlarını ve futbol maçlarını dinlemek için	1,6
Sohbet programı dinlemek için	1,5
Sevdiğim için	1,3
İş yerinde çalışırken daha verimli olmak için	1,1
Diğer	1,7
Fikir belirtmeyen	1,1

Araştırmaya katılan denekler, radyoyu en çok "müzik dinlemek" amacıyla kullanırken, sonraki amaçlar sırasıyla "haberleri dinlemek, dinlenmek ve vakit geçirmek" şeklinde sıralanmıştır. Radyoyu, "yeni bir şeyler öğrenmek" ve "eğlenmek" için dinlediğini belirtenler beşinci ve altıncı sıralarda yer alırken, "iş yerinde çalışırken daha verimli olmak için" radyo dinleyenler % 1.1 oranı ile on birinci seçeneği oluşturmuştur.

Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır? (%)



"Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır?" sorusuna "evet" cevabı verenler % 26,1, "hayır" diyenler % 69.5 olarak tespit edilmiştir. [1]

Bu soruya verilen cevaplar cinsiyet açısından incelendiğinde, erkek radyo dinleyicilerinin, kadınlardan % 6.3 daha fazla oranda rahatsızlık duyduğu; 26 – 40 yaş grubundakilerin rahatsızlık duyma oranının % 30'un üzerinde olduğu; yüksek eğitimli grup ile profesyonel meslek sahiplerinin diğer gruplara oranla daha çok rahatsızlık duyduğu ve oranların % 39 ve % 37 olduğu; Marmara bölgesinde yaşayanların rahatsızlık duyma oranının % 31 düzeyinde gerçekleştiği ve gelir durumu açısından üst düzey gelir gruplarında yer alanların % 35 ve % 36 oranında, radyo yayınlarında rahatsızlık duyduğu konular olduğu gözlenmiştir.

[1] t(2.599)=32,95, p=.0001. Test değeri olarak "fikir belirtmeyen" seçeneği alınmıştır.

Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır? (%)

	EVET	HAYIR	FİKİR BELİRTMEYEN	TOPLAM
CİNSİYET				
Kadın	22,9	71,8	5,3	**100,0**
Erkek	29,2	67,1	3,7	**100,0**
YAŞ GRUPLARI				
15-20 yaş arası	22,3	71,5	6,2	**100,0**
21-25 yaş arası	25,4	68,5	6,2	**100,0**
26-30 yaş arası	31,5	63,3	5,2	**100,0**
31-35 yaş arası	32,2	63,5	4,2	**100,0**
36-40 yaş arası	30,0	64,6	5,4	**100,0**
41-50 yaş arası	27,5	69,2	3,2	**100,0**
51-60 yaş arası	21,5	74,5	4,0	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	21,9	76,7	1,3	**100,0**
MEDENİ DURUM				
Evli	26,3	69,9	3,9	**100,0**
Bekar	26,3	68,1	5,7	**100,0**
Dul / Boşanmış	22,6	73,2	4,3	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ				
Düşük eğitimliler	19,0	78,5	2,5	**100,0**
Orta eğitimliler	28,3	65,9	5,8	**100,0**
Yüksek eğitimliler	39,6	55,0	5,4	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	21,1	73,7	5,2	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	32,4	64,1	3,6	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	37,7	60,4	1,9	**100,0**
ORTALAMA	**26,1**	**69,5**	**4,4**	**100,0**

Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır? (%)

	EVET	HAYIR	FİKİR BELİRTMEYEN	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER				
Marmara	31,2	66,1	2,7	**100,0**
Ege	22,4	71,8	5,8	**100,0**
Akdeniz	20,1	77,4	2,5	**100,0**
İç Anadolu	25,4	69,5	5,0	**100,0**
Karadeniz	28,3	66,7	5,0	**100,0**
Doğu Anadolu	18,5	71,7	9,8	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	10,0	78,4	11,6	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ				
0-500 TL	17,0	77,7	5,4	**100,0**
501-750 TL	21,9	73,6	4,5	**100,0**
751-1000 TL	24,1	70,5	5,4	**100,0**
1001-1500 TL	28,0	68,3	3,7	**100,0**
1501-2000 TL	35,3	61,9	2,8	**100,0**
2001 TL üstü	36,5	61,6	1,9	**100,0**
ORTALAMA	**26,1**	**69,5**	**4,4**	**100,0**

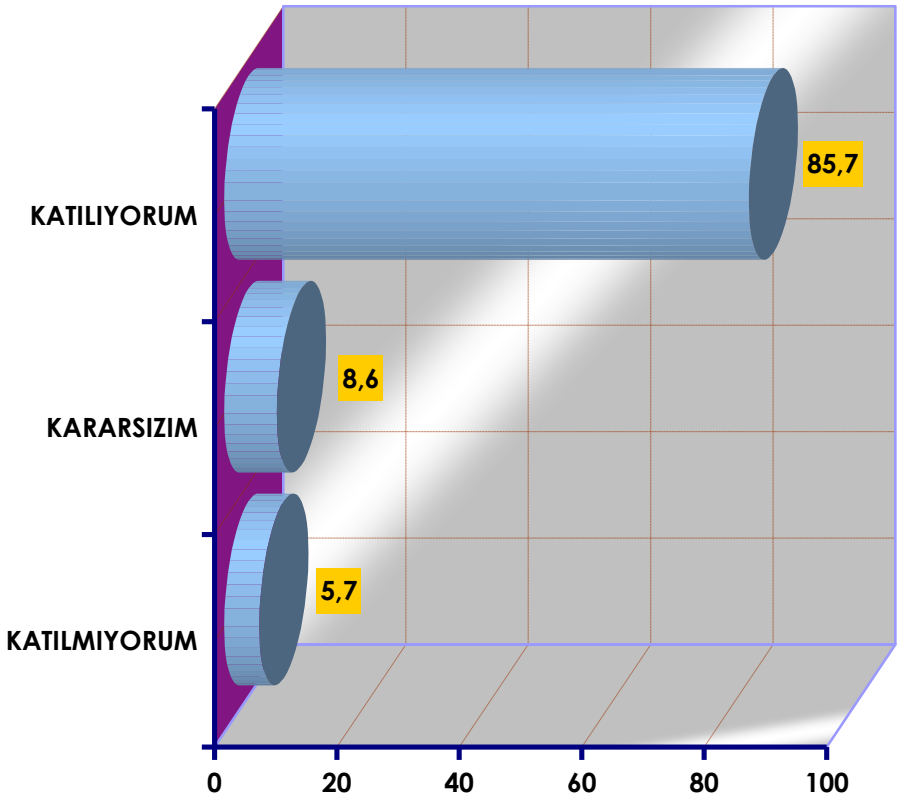
Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular nelerdir?

Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır? sorusuna "Evet" cevabı verenlere sorulmuştur.
Birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.
Cevap kişi sayısı (N) = 928

	%
Reklamların çok ve uzun olması	45,5
Sunucular çok konuşuyor	30,7
Argo konuşmalar	9,8
Müzik yayınlarının kalitesiz olması	8,3
Uygunsuz espriler	5,5
Türkçeyi düzgün kullanmıyorlar	3,7
Yayınların ses kalitesi düşük	3,7
Taraflı yayın yapılması	3,1
Müzik bölmeleri	2,0
İnsanları aşağılıyorlar, dalga geçiyorlar	1,6
Politika haberlerini abartıyorlar	1,6
Yabancı müzikleri istemiyorum	1,4
Sıradan, basit, seviyesiz konuşmalar	1,1
Telefon bağlantıları anlamsız	1,1
Kürtçe yayın yapılması	0,9
Magazin haberleri çok fazla	0,8
Dini yayınlar	0,8
Yerel radyolar ulusal radyo yayınlarını engelliyor	0,5
Aşırı dini konular	0,4
Diğer	6,4

Radyo yayınlarında rahatsız olduğu konular olduğunu belirtenlere ilişkin olarak yapılan analizde, "reklamların çok ve uzun olması" ile "sunucular çok konuşuyor" ifadeleri en belirgin iki konuyu oluşturmuştur. "Argo konuşmalar" ve "müzik yayınlarının kalitesiz olması" ile "uygunsuz espriler" rahatsız olunan konular olarak sıralanırken; "Türkçeyi düzgün kullanmıyorlar" ifadesi altıncı sırada yer almıştır.

"Radyodan hava, yol ve trafik durumlarıyla ilgili bilgilere ulaşılabilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)



"Radyodan hava, yol ve trafik durumlarıyla ilgili bilgilere ulaşılabilir" ifadesine katılanlar, % 85.7 gibi oldukça yüksek bir düzeydedir. [2]

[2] t(2.599)=101,28, p=.0001. Test değeri olarak "kararsızım" seçeneği alınmıştır.

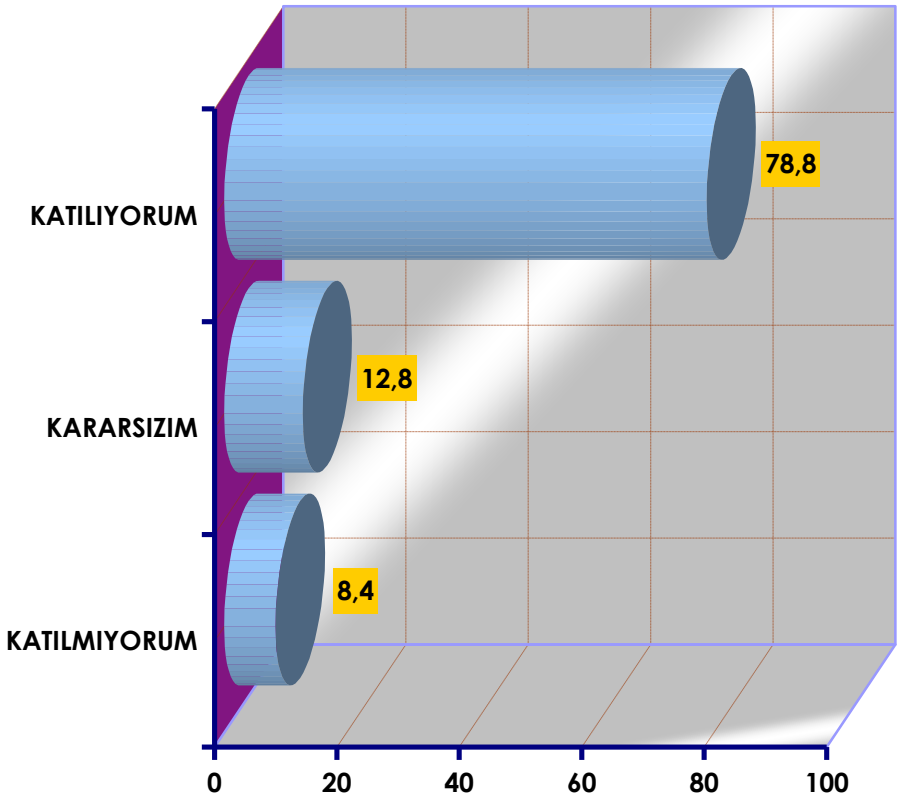
"Radyodan hava, yol ve trafik durumlarıyla ilgili bilgilere ulaşılabilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
CİNSİYET				
Kadın	84,8	10,2	5,0	**100,0**
Erkek	86,6	7,0	6,5	**100,0**
YAŞ GRUPLARI				
15-20 yaş arası	84,5	7,7	7,8	**100,0**
21-25 yaş arası	90,2	6,5	3,4	**100,0**
26-30 yaş arası	86,5	6,9	6,5	**100,0**
31-35 yaş arası	84,4	8,3	7,3	**100,0**
36-40 yaş arası	86,9	5,8	7,3	**100,0**
41-50 yaş arası	86,6	9,4	4,0	**100,0**
51-60 yaş arası	85,1	8,0	6,9	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	81,2	15,4	3,5	**100,0**
MEDENİ DURUM				
Evli	86,1	7,9	6,0	**100,0**
Bekar	87,7	7,2	5,1	**100,0**
Dul / Boşanmış	68,9	24,3	6,8	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ				
Düşük eğitimliler	83,0	11,4	5,5	**100,0**
Orta eğitimliler	86,7	6,8	6,5	**100,0**
Yüksek eğitimliler	89,9	6,5	3,5	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	85,1	9,4	5,5	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	86,6	7,3	6,1	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	79,2	15,1	5,7	**100,0**
ORTALAMA	**85,7**	**8,6**	**5,7**	**100,0**

"Radyodan hava, yol ve trafik durumlarıyla ilgili bilgilere ulaşılabilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER				
Marmara	86,3	8,7	5,0	**100,0**
Ege	87,4	8,5	4,1	**100,0**
Akdeniz	89,4	4,5	6,0	**100,0**
İç Anadolu	87,6	6,3	6,1	**100,0**
Karadeniz	79,2	9,5	11,2	**100,0**
Doğu Anadolu	68,2	26,0	5,8	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	87,6	8,7	3,7	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ				
0-500 TL	74,8	16,1	9,0	**100,0**
501-750 TL	86,0	8,5	5,5	**100,0**
751-1000 TL	83,8	10,5	5,7	**100,0**
1001-1500 TL	88,8	5,7	5,5	**100,0**
1501-2000 TL	90,5	4,4	5,1	**100,0**
2001 TL üstü	92,2	3,4	4,4	**100,0**
ORTALAMA	**85,7**	**8,6**	**5,7**	**100,0**

"Radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşabilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)



"Radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşabilir" ifadesine katılanlar, % 78.8 gibi yüksek oranlı bir grubu oluşturmaktadır. [3]

[3] t(2.599)=76,09, p=.0001. Test değeri olarak "kararsızım" seçeneği alınmıştır.

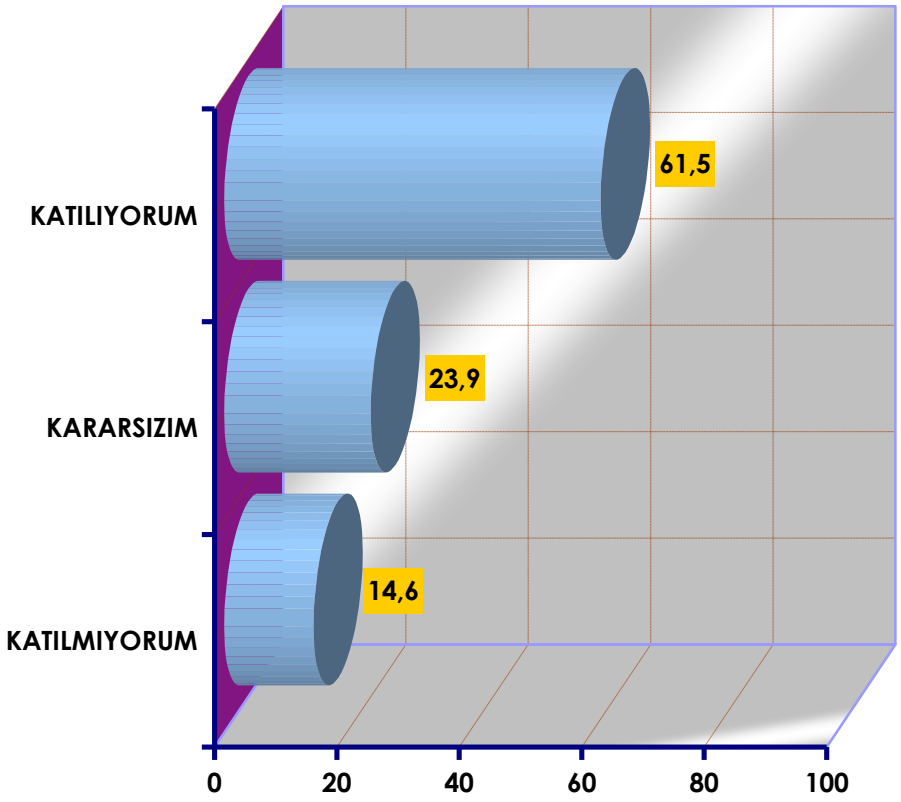
"Radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşabilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
CİNSİYET				
Kadın	77,6	15,1	7,3	**100,0**
Erkek	79,9	10,5	9,6	**100,0**
YAŞ GRUPLARI				
15-20 yaş arası	73,5	15,8	10,6	**100,0**
21-25 yaş arası	79,1	11,7	9,2	**100,0**
26-30 yaş arası	80,0	11,0	9,1	**100,0**
31-35 yaş arası	81,9	11,2	6,9	**100,0**
36-40 yaş arası	79,9	7,3	12,7	**100,0**
41-50 yaş arası	81,4	11,2	7,4	**100,0**
51-60 yaş arası	77,2	14,0	8,8	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	78,8	16,9	4,2	**100,0**
MEDENİ DURUM				
Evli	80,1	11,9	8,0	**100,0**
Bekar	77,6	13,2	9,3	**100,0**
Dul / Boşanmış	70,2	21,7	8,1	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ				
Düşük eğitimliler	80,8	12,9	6,3	**100,0**
Orta eğitimliler	77,7	12,1	10,2	**100,0**
Yüksek eğitimliler	76,6	15,3	8,0	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	78,4	13,9	7,7	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	79,5	11,3	9,3	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	68,5	16,7	14,8	**100,0**
ORTALAMA	**78,8**	**12,8**	**8,4**	**100,0**

"Radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşabilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER				
Marmara	79,5	12,4	8,1	**100,0**
Ege	81,2	9,9	8,9	**100,0**
Akdeniz	94,0	1,8	4,3	**100,0**
İç Anadolu	75,3	14,4	10,3	**100,0**
Karadeniz	73,5	16,7	9,8	**100,0**
Doğu Anadolu	59,3	32,0	8,7	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	80,0	12,9	7,1	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ				
0-500 TL	73,4	17,1	9,5	**100,0**
501-750 TL	78,6	11,4	10,0	**100,0**
751-1000 TL	79,1	14,7	6,3	**100,0**
1001-1500 TL	80,9	11,5	7,6	**100,0**
1501-2000 TL	84,0	7,4	8,6	**100,0**
2001 TL üstü	75,9	12,8	11,3	**100,0**
ORTALAMA	**78,8**	**12,8**	**8,4**	**100,0**

"Radyodan kültürel ve sosyal etkinliklerle ilgili bilgi almak daha kolaydır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)



"Radyodan kültürel ve sosyal etkinliklerle ilgili bilgi almak daha kolaydır" ifadesine katılanlar % 61.5 oranındadır. [4]

[4] t(2.599)=42,38, p=.0001. Test değeri olarak "kararsızım" seçeneği alınmıştır.

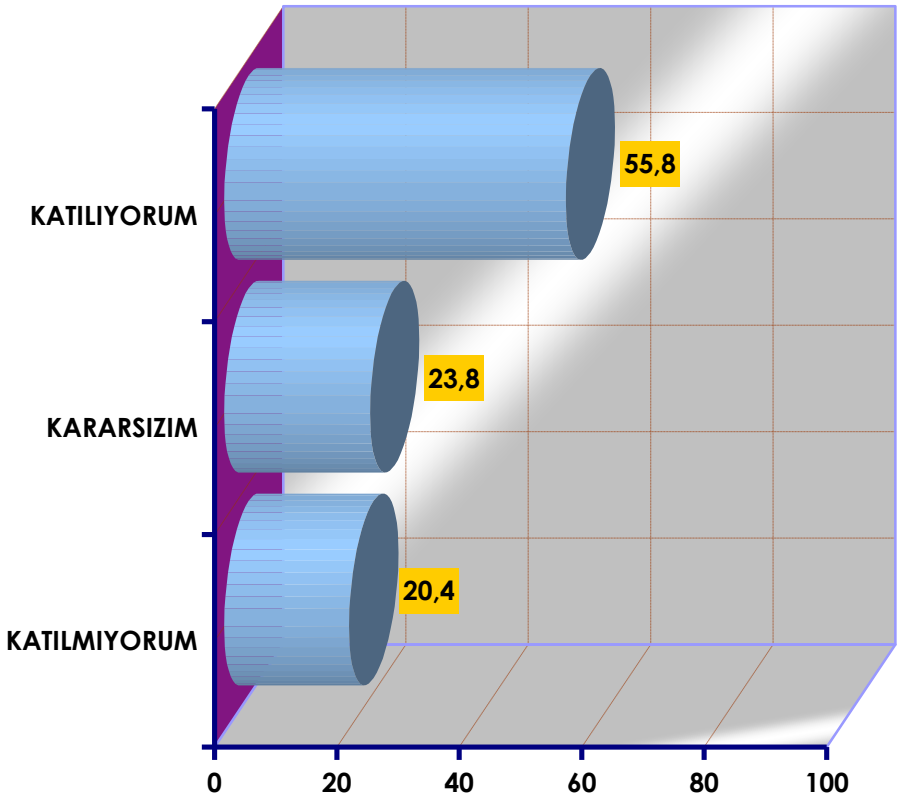
"Radyodan kültürel ve sosyal etkinliklerle ilgili bilgi almak daha kolaydır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
CİNSİYET				
Kadın	60,6	26,0	13,4	**100,0**
Erkek	62,4	21,9	15,7	**100,0**
YAŞ GRUPLARI				
15-20 yaş arası	57,5	21,7	20,8	**100,0**
21-25 yaş arası	61,8	21,8	16,3	**100,0**
26-30 yaş arası	63,6	22,2	14,3	**100,0**
31-35 yaş arası	61,7	26,2	12,1	**100,0**
36-40 yaş arası	60,8	19,6	19,6	**100,0**
41-50 yaş arası	63,7	24,3	12,0	**100,0**
51-60 yaş arası	57,5	28,6	13,8	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	66,2	24,6	9,2	**100,0**
MEDENİ DURUM				
Evli	62,9	23,9	13,2	**100,0**
Bekar	59,6	22,4	18,0	**100,0**
Dul / Boşanmış	56,4	33,1	10,6	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ				
Düşük eğitimliler	64,4	25,3	10,3	**100,0**
Orta eğitimliler	59,6	23,1	17,3	**100,0**
Yüksek eğitimliler	59,9	22,8	17,4	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	61,5	24,8	13,8	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	61,4	23,1	15,5	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	64,8	14,8	20,4	**100,0**
ORTALAMA	**61,5**	**23,9**	**14,6**	**100,0**

"Radyodan kültürel ve sosyal etkinliklerle ilgili bilgi almak daha kolaydır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER				
Marmara	59,0	25,0	16,0	**100,0**
Ege	65,8	21,9	12,4	**100,0**
Akdeniz	78,9	14,3	6,8	**100,0**
İç Anadolu	60,4	23,0	16,6	**100,0**
Karadeniz	54,2	29,8	16,0	**100,0**
Doğu Anadolu	47,1	34,3	18,6	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	69,3	22,0	8,7	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ				
0-500 TL	56,6	26,1	17,2	**100,0**
501-750 TL	62,7	24,7	12,6	**100,0**
751-1000 TL	63,2	25,8	11,0	**100,0**
1001-1500 TL	61,1	25,1	13,8	**100,0**
1501-2000 TL	64,4	18,1	17,4	**100,0**
2001 TL üstü	60,0	19,1	20,9	**100,0**
ORTALAMA	**61,5**	**23,9**	**14,6**	**100,0**

"Radyo programlarında Türkçe iyi kullanılıyor, dilimiz gelişiyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)



"Radyo programlarında Türkçe iyi kullanılıyor, dilimiz gelişiyor" ifadesine katılanların oranı (% 55.8) yüksek olarak nitelenebilecek ölçüdedir. [5]

[5] t(2.599)=29,59, p=.0001. Test değeri olarak "kararsızım" seçeneği alınmıştır.

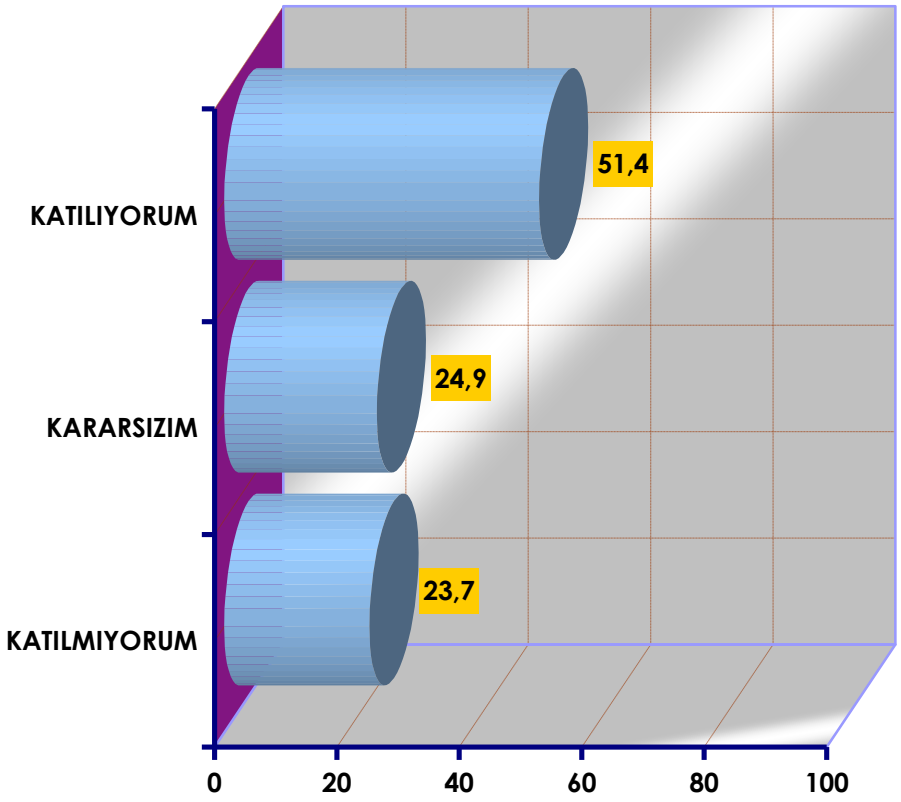
"Radyo programlarında Türkçe iyi kullanılıyor, dilimiz gelişiyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
CİNSİYET				
Kadın	52,0	26,8	21,2	**100,0**
Erkek	59,7	20,8	19,5	**100,0**
YAŞ GRUPLARI				
15-20 yaş arası	54,9	22,2	22,9	**100,0**
21-25 yaş arası	49,7	26,6	23,7	**100,0**
26-30 yaş arası	48,8	25,0	26,3	**100,0**
31-35 yaş arası	52,7	26,0	21,3	**100,0**
36-40 yaş arası	50,8	23,8	25,4	**100,0**
41-50 yaş arası	57,1	20,0	22,9	**100,0**
51-60 yaş arası	63,6	22,5	13,9	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	66,2	25,4	8,5	**100,0**
MEDENİ DURUM				
Evli	59,0	21,8	19,2	**100,0**
Bekar	49,2	26,1	24,7	**100,0**
Dul / Boşanmış	59,8	32,9	7,3	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ				
Düşük eğitimliler	64,2	23,1	12,8	**100,0**
Orta eğitimliler	53,4	23,7	22,9	**100,0**
Yüksek eğitimliler	39,1	26,5	34,4	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	57,9	24,0	18,0	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	53,4	23,5	23,1	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	46,3	22,2	31,5	**100,0**
ORTALAMA	**55,8**	**23,8**	**20,4**	**100,0**

"Radyo programlarında Türkçe iyi kullanılıyor, dilimiz gelişiyor bilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER				
Marmara	49,1	29,7	21,2	**100,0**
Ege	62,9	22,5	14,6	**100,0**
Akdeniz	75,4	13,1	11,6	**100,0**
İç Anadolu	55,7	16,7	27,6	**100,0**
Karadeniz	60,5	21,4	18,1	**100,0**
Doğu Anadolu	46,2	33,5	20,2	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	57,5	26,7	15,8	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ				
0-500 TL	60,0	24,1	16,0	**100,0**
501-750 TL	61,0	21,1	17,9	**100,0**
751-1000 TL	58,1	24,8	17,1	**100,0**
1001-1500 TL	52,9	26,9	20,2	**100,0**
1501-2000 TL	51,6	26,3	22,1	**100,0**
2001 TL üstü	46,6	19,1	34,3	**100,0**
ORTALAMA	**55,8**	**23,8**	**20,4**	**100,0**

"Radyo yayınları kültür, örf ve adetlerimizi yaygınlaştırıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)



"Radyo yayınları kültür, örf ve adetlerimizi yaygınlaştırıyor" ifadesine katılanların oranı % 51.4 olarak tespit edilmiştir. [6]

[6] t(2.599)=22,38, p=.0001. Test değeri olarak "kararsızım" seçeneği alınmıştır.

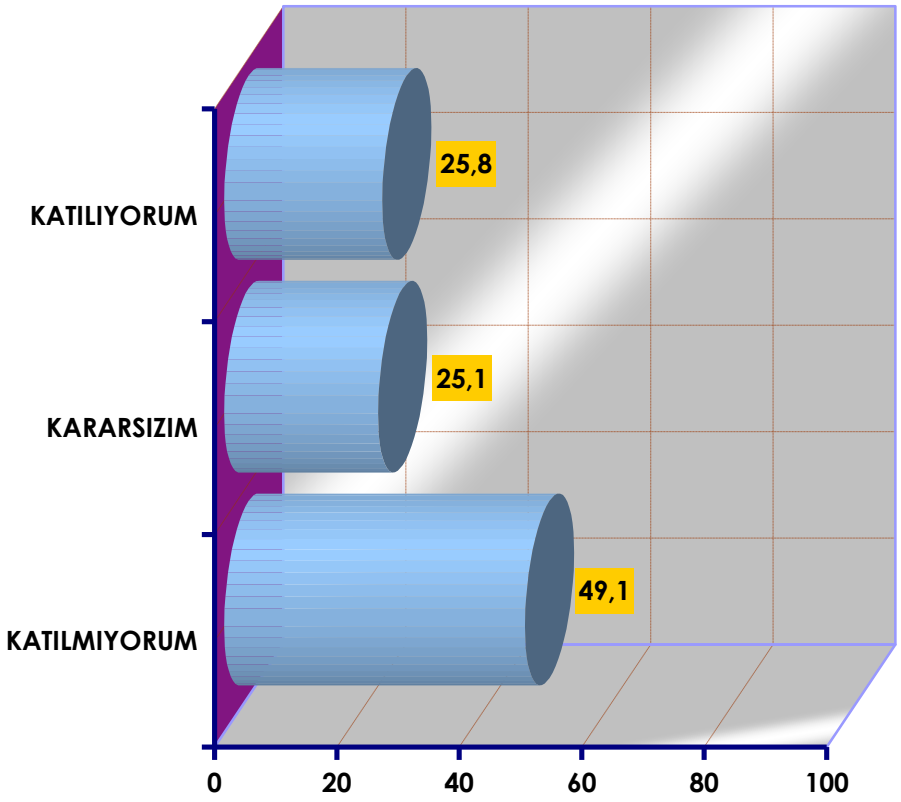
"Radyo yayınları kültür, örf ve adetlerimizi yaygınlaştırıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
CİNSİYET				
Kadın	49,3	28,0	22,7	**100,0**
Erkek	53,4	21,8	24,8	**100,0**
YAŞ GRUPLARI				
15-20 yaş arası	44,9	26,2	28,9	**100,0**
21-25 yaş arası	45,5	24,0	30,5	**100,0**
26-30 yaş arası	44,9	23,6	31,5	**100,0**
31-35 yaş arası	46,9	25,6	27,5	**100,0**
36-40 yaş arası	48,8	26,5	24,6	**100,0**
41-50 yaş arası	54,5	23,1	22,3	**100,0**
51-60 yaş arası	62,9	21,8	15,2	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	60,6	30,2	9,2	**100,0**
MEDENİ DURUM				
Evli	55,9	23,4	20,7	**100,0**
Bekar	42,6	26,9	30,5	**100,0**
Dul / Boşanmış	51,9	30,6	17,4	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ				
Düşük eğitimliler	61,1	23,7	15,3	**100,0**
Orta eğitimliler	47,6	23,6	28,7	**100,0**
Yüksek eğitimliler	35,4	34,0	30,6	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	53,3	25,2	21,4	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	49,1	24,3	26,6	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	39,6	28,3	32,1	**100,0**
ORTALAMA	**51,4**	**24,9**	**23,7**	**100,0**

"Radyo yayınları kültür, örf ve adetlerimizi yaygınlaştırıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER				
Marmara	45,3	27,6	27,2	**100,0**
Ege	57,7	24,3	17,9	**100,0**
Akdeniz	72,1	13,3	14,6	**100,0**
İç Anadolu	50,6	21,8	27,7	**100,0**
Karadeniz	49,2	29,6	21,2	**100,0**
Doğu Anadolu	44,2	29,7	26,2	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	61,4	26,1	12,4	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ				
0-500 TL	56,5	27,2	16,3	**100,0**
501-750 TL	59,8	18,9	21,3	**100,0**
751-1000 TL	54,6	23,8	21,6	**100,0**
1001-1500 TL	47,3	25,6	27,1	**100,0**
1501-2000 TL	43,7	28,8	27,4	**100,0**
2001 TL üstü	42,3	23,7	34,0	**100,0**
ORTALAMA	**51,4**	**24,9**	**23,7**	**100,0**

"Radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)



"Radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor" ifadesine katılmayanlar, % 49.1 gibi yüksek oran oluşturan bir gruptur. [7]

[7] t(2.599)=18,51, p=.0001. Test değeri olarak "kararsızım" seçeneği alınmıştır.

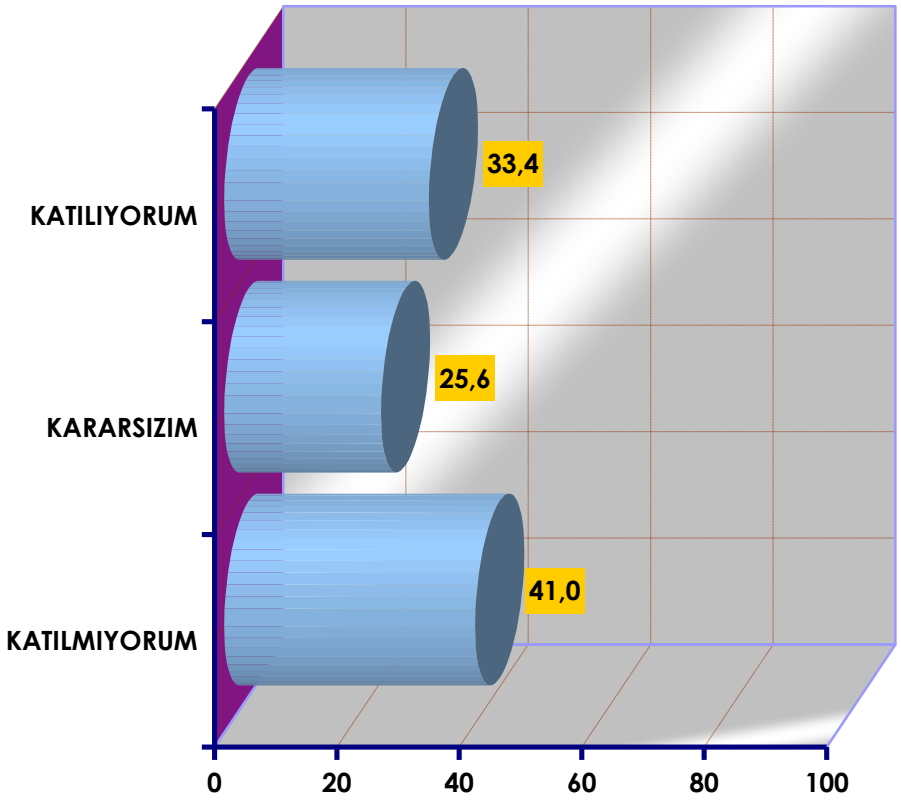
"Radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
CİNSİYET				
Kadın	25,9	24,9	49,2	**100,0**
Erkek	25,7	25,3	49,0	**100,0**
YAŞ GRUPLARI				
15-20 yaş arası	19,8	21,8	58,3	**100,0**
21-25 yaş arası	17,2	18,6	64,2	**100,0**
26-30 yaş arası	22,4	18,1	59,5	**100,0**
31-35 yaş arası	25,0	21,9	53,1	**100,0**
36-40 yaş arası	24,2	23,8	51,9	**100,0**
41-50 yaş arası	28,8	29,1	42,2	**100,0**
51-60 yaş arası	36,9	29,7	33,4	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	31,7	37,3	31,0	**100,0**
MEDENİ DURUM				
Evli	30,4	25,9	43,7	**100,0**
Bekar	18,9	20,9	60,3	**100,0**
Dul / Boşanmış	14,5	41,0	44,4	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ				
Düşük eğitimliler	34,1	30,2	35,7	**100,0**
Orta eğitimliler	21,0	21,4	57,5	**100,0**
Yüksek eğitimliler	18,8	23,7	57,5	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	28,0	26,9	45,1	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	23,0	22,6	54,4	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	22,6	32,1	45,3	**100,0**
ORTALAMA	**25,8**	**25,1**	**49,1**	**100,0**

"Radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER				
Marmara	17,2	25,3	57,6	**100,0**
Ege	40,4	22,7	36,9	**100,0**
Akdeniz	27,9	18,3	53,8	**100,0**
İç Anadolu	27,8	25,6	46,7	**100,0**
Karadeniz	29,0	26,7	44,3	**100,0**
Doğu Anadolu	30,8	31,4	37,8	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	39,6	30,8	29,6	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ				
0-500 TL	39,9	27,2	32,9	**100,0**
501-750 TL	27,7	29,6	42,7	**100,0**
751-1000 TL	25,0	26,5	48,4	**100,0**
1001-1500 TL	23,6	21,1	55,3	**100,0**
1501-2000 TL	16,5	27,7	55,8	**100,0**
2001 TL üstü	16,8	20,5	62,7	**100,0**
ORTALAMA	**25,8**	**25,1**	**49,1**	**100,0**

"Radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)



"Radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor" ifadesine katılmayanların oranı, katılanlardan daha yüksektir. [8]

[8] t(2.599)=5,90, p=.0001. Test değeri olarak "kararsızım" seçeneği alınmıştır.

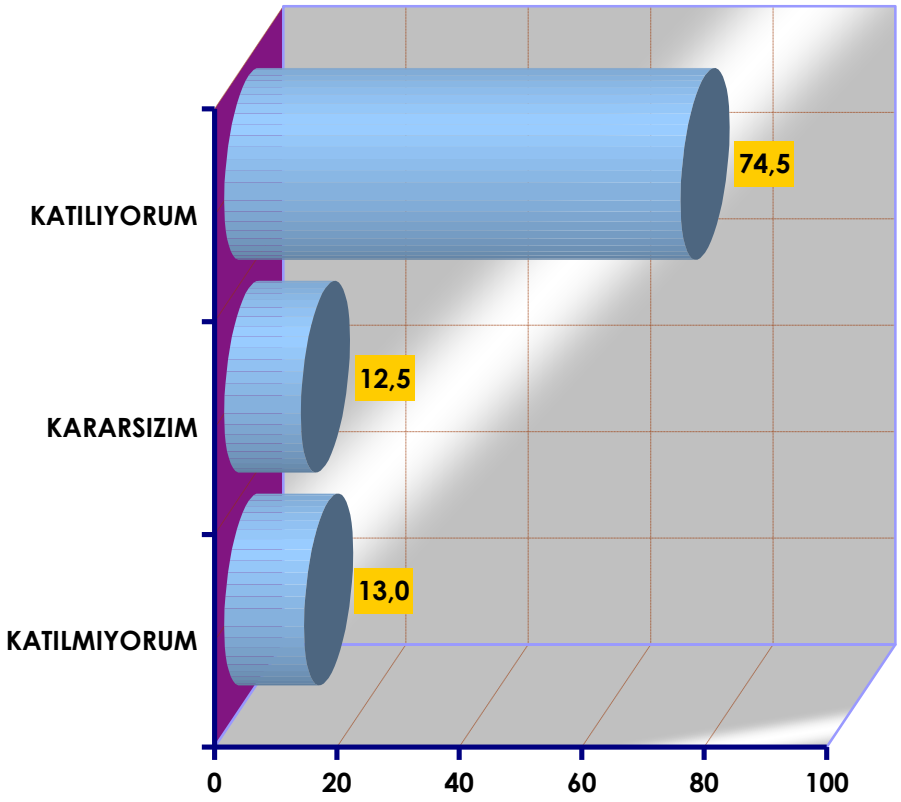
"Radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
CİNSİYET				
Kadın	32,9	26,1	41,1	**100,0**
Erkek	33,9	25,2	40,9	**100,0**
YAŞ GRUPLARI				
15-20 yaş arası	27,5	21,4	51,1	**100,0**
21-25 yaş arası	26,6	18,9	54,5	**100,0**
26-30 yaş arası	31,5	24,0	44,4	**100,0**
31-35 yaş arası	33,8	21,3	44,8	**100,0**
36-40 yaş arası	31,5	22,3	46,2	**100,0**
41-50 yaş arası	34,2	26,5	39,4	**100,0**
51-60 yaş arası	40,5	27,9	31,6	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	41,4	43,0	15,6	**100,0**
MEDENİ DURUM				
Evli	37,3	25,6	37,1	**100,0**
Bekar	26,8	21,7	51,5	**100,0**
Dul / Boşanmış	27,2	49,8	23,0	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ				
Düşük eğitimliler	40,7	27,8	31,5	**100,0**
Orta eğitimliler	28,0	23,1	48,9	**100,0**
Yüksek eğitimliler	31,8	28,8	39,4	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	35,1	27,4	37,5	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	31,1	23,0	45,9	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	31,5	35,2	33,3	**100,0**
ORTALAMA	**33,4**	**25,6**	**41,0**	**100,0**

"Radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER				
Marmara	25,6	25,5	48,9	**100,0**
Ege	48,5	19,8	31,8	**100,0**
Akdeniz	34,4	21,6	44,0	**100,0**
İç Anadolu	37,9	26,0	36,2	**100,0**
Karadeniz	31,0	27,4	41,5	**100,0**
Doğu Anadolu	29,5	38,7	31,8	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	46,5	31,1	22,4	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ				
0-500 TL	40,2	29,1	30,7	**100,0**
501-750 TL	32,3	27,2	40,5	**100,0**
751-1000 TL	33,9	26,9	39,1	**100,0**
1001-1500 TL	34,5	22,2	43,3	**100,0**
1501-2000 TL	29,1	26,0	44,9	**100,0**
2001 TL üstü	26,1	22,2	51,7	**100,0**
ORTALAMA	**33,4**	**25,6**	**41,0**	**100,0**

"Radyodaki reklamlar çok sık ve uzun süreli yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)



"Radyodaki reklamlar çok sık ve uzun süreli yayınlanıyor" ifadesine katılanların oranı % 74.5 gibi oldukça yüksek bir seviyededir. [9]

Bu konu, radyo yayınlarından rahatsızlık duyduğunu belirten grup tarafından da birinci sırada dile getirilmiştir.

[9] t(2.599)=58,00, p=.0001. Test değeri olarak "kararsızım" seçeneği alınmıştır.

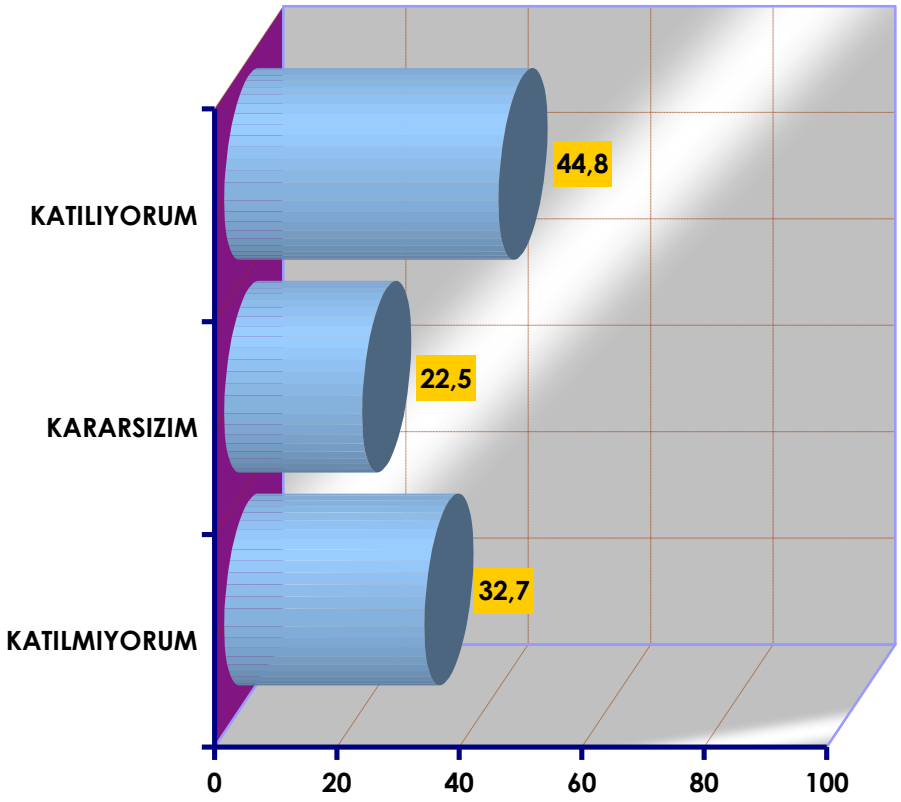
"Radyodaki reklamlar çok sık ve uzun süreli yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
CİNSİYET				
Kadın	75,0	12,4	12,7	**100,0**
Erkek	74,0	12,7	13,3	**100,0**
YAŞ GRUPLARI				
15-20 yaş arası	76,6	10,0	13,4	**100,0**
21-25 yaş arası	78,6	9,4	12,0	**100,0**
26-30 yaş arası	81,2	8,7	10,2	**100,0**
31-35 yaş arası	74,8	9,8	15,4	**100,0**
36-40 yaş arası	70,5	10,7	18,8	**100,0**
41-50 yaş arası	72,8	14,4	12,7	**100,0**
51-60 yaş arası	71,2	14,9	13,8	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	67,6	21,9	10,6	**100,0**
MEDENİ DURUM				
Evli	73,9	12,9	13,2	**100,0**
Bekar	77,5	9,9	12,6	**100,0**
Dul / Boşanmış	63,0	24,7	12,3	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ				
Düşük eğitimliler	71,9	14,6	13,6	**100,0**
Orta eğitimliler	76,5	11,5	12,0	**100,0**
Yüksek eğitimliler	74,6	10,3	15,1	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	73,4	13,2	13,4	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	75,7	11,7	12,7	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	83,3	11,1	5,6	**100,0**
ORTALAMA	**74,5**	**12,5**	**13,0**	**100,0**

"Radyodaki reklamlar çok sık ve uzun süreli yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER				
Marmara	73,8	13,5	12,7	**100,0**
Ege	77,2	13,4	9,5	**100,0**
Akdeniz	82,7	4,3	13,0	**100,0**
İç Anadolu	74,1	9,1	16,7	**100,0**
Karadeniz	70,5	16,2	13,3	**100,0**
Doğu Anadolu	61,6	27,9	10,5	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	77,9	13,3	8,8	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ				
0-500 TL	69,0	17,2	13,8	**100,0**
501-750 TL	78,7	10,6	10,6	**100,0**
751-1000 TL	71,9	15,7	12,5	**100,0**
1001-1500 TL	75,7	10,3	14,1	**100,0**
1501-2000 TL	77,0	9,8	13,3	**100,0**
2001 TL üstü	76,6	9,6	13,8	**100,0**
ORTALAMA	**74,5**	**12,5**	**13,0**	**100,0**

"Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların arttırılması iyi olur" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)



"Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların artırılması iyi olur" ifadesine katılanların oranı % 44.8 düzeyindedir. [10]

[10] t(2.599)=9,24, p=.0001. Test değeri olarak "kararsızım" seçeneği alınmıştır.

"Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların artırılması iyi olur" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
CİNSİYET				
Kadın	42,9	23,8	33,3	**100,0**
Erkek	46,7	21,3	32,0	**100,0**
YAŞ GRUPLARI				
15-20 yaş arası	43,8	27,3	28,9	**100,0**
21-25 yaş arası	48,4	17,2	34,4	**100,0**
26-30 yaş arası	48,8	19,0	32,1	**100,0**
31-35 yaş arası	39,0	23,7	37,3	**100,0**
36-40 yaş arası	40,4	25,0	34,6	**100,0**
41-50 yaş arası	39,1	25,2	35,7	**100,0**
51-60 yaş arası	45,1	25,3	29,6	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	52,1	17,7	30,2	**100,0**
MEDENİ DURUM				
Evli	44,8	22,5	32,7	**100,0**
Bekar	45,7	22,1	32,2	**100,0**
Dul / Boşanmış	39,1	26,4	34,5	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ				
Düşük eğitimliler	48,5	23,6	27,9	**100,0**
Orta eğitimliler	43,4	21,5	35,1	**100,0**
Yüksek eğitimliler	38,5	23,4	38,1	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	45,1	23,2	31,7	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	44,6	21,8	33,7	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	35,8	20,8	43,4	**100,0**
ORTALAMA	**44,8**	**22,5**	**32,7**	**100,0**

"Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların artırılması iyi olur" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER				
Marmara	43,6	26,2	30,3	**100,0**
Ege	51,4	16,0	32,5	**100,0**
Akdeniz	48,7	17,3	33,9	**100,0**
İç Anadolu	36,8	17,8	45,4	**100,0**
Karadeniz	43,8	21,9	34,3	**100,0**
Doğu Anadolu	47,7	36,6	15,7	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	65,4	27,9	6,7	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ				
0-500 TL	47,5	25,6	26,9	**100,0**
501-750 TL	54,1	20,7	25,2	**100,0**
751-1000 TL	46,8	25,6	27,6	**100,0**
1001-1500 TL	41,1	18,3	40,6	**100,0**
1501-2000 TL	34,9	23,5	41,6	**100,0**
2001 TL üstü	39,1	20,3	40,5	**100,0**
ORTALAMA	**44,8**	**22,5**	**32,7**	**100,0**

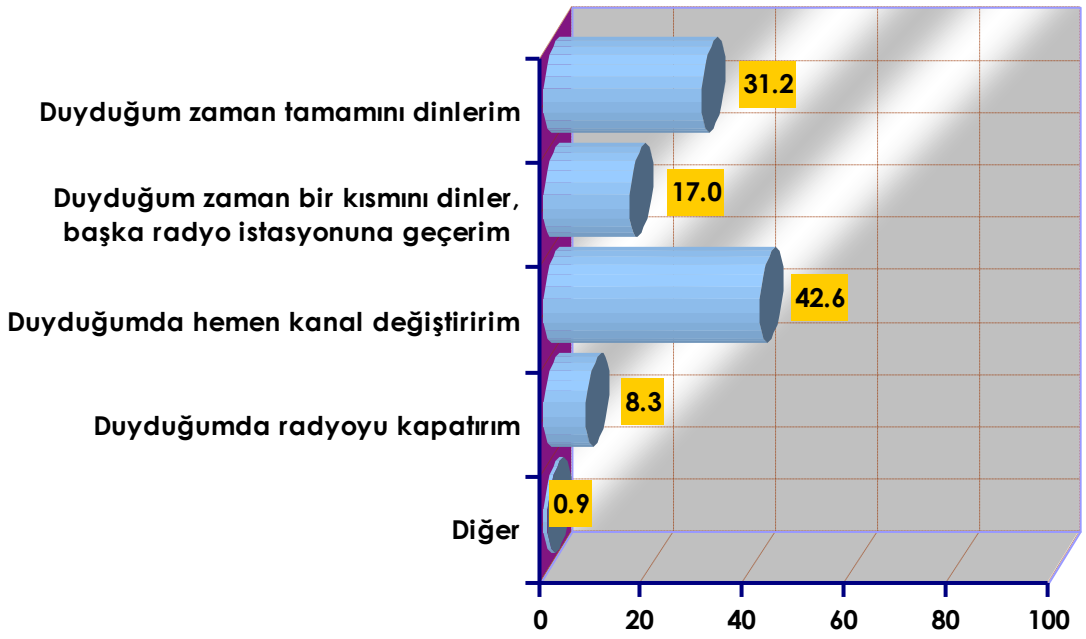
Önerme cümlelerine "katılım" tablosu (%)

	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	TOPLAM
Radyodan hava yol ve trafik durumlarıyla ilgili bilgilere ulaşılabilir	85,7	5,7	8,6	**100,0**
Radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşabilir	78,8	8,4	12,8	**100,0**
Radyodaki reklâmlar çok sık ve uzun süreli yayınlanıyor	74,5	13,0	12,5	**100,0**
Radyodan kültürel ve sosyal etkinliklerle ilgili bilgi almak daha kolaydır	61,5	14,6	23,9	**100,0**
Radyo programlarında Türkçe iyi kullanılıyor dilimiz gelişiyor	55,8	20,4	23,8	**100,0**
Radyo yayınları kültür örf ve adetlerimizi yaygınlaştırıyor	51,4	23,7	24,9	**100,0**
Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların artırılması iyi olur	44,8	32,7	22,5	**100,0**
Radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor	33,4	41,0	25,6	**100,0**
Radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor	25,8	49,1	25,1	**100,0**

Araştırma sırasında deneklere verilen önermelere "katılma" durumuna göre hazırlanan bu tablo, ankette yer alan dokuz önermeden altı tanesine katılımın % 50'nin üzerinde gerçekleştiğini ortaya koymuştur.

İlk üç önermenin dışındaki sıralamada, "kararsız" kalanların oranının yüzde % 22.5 ila % 25.6 arasında kaldığı gözlenmiş ve sadece, radyolarda kadın ve çocuk programlarına yer verilişine ilişkin önermelere "katılmayan" grubun katılanlardan yüksek bir oranla temsil edildiği görülmüştür.

Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız? (%)



Radyo kanallarında reklamlar başladığında "kanal değiştiren" grup % 42.6, reklamların "tamamını dinleyen" grup ise % 31.2 oranına sahiptir. Reklamların "bir kısmını dinleyen" denek grubunun temsil oranı % 17 iken, reklam yayınını duyduğunda "radyoyu kapatan" grubun oranı % 8.3 olarak tespit edilmiştir.

Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız? (%)

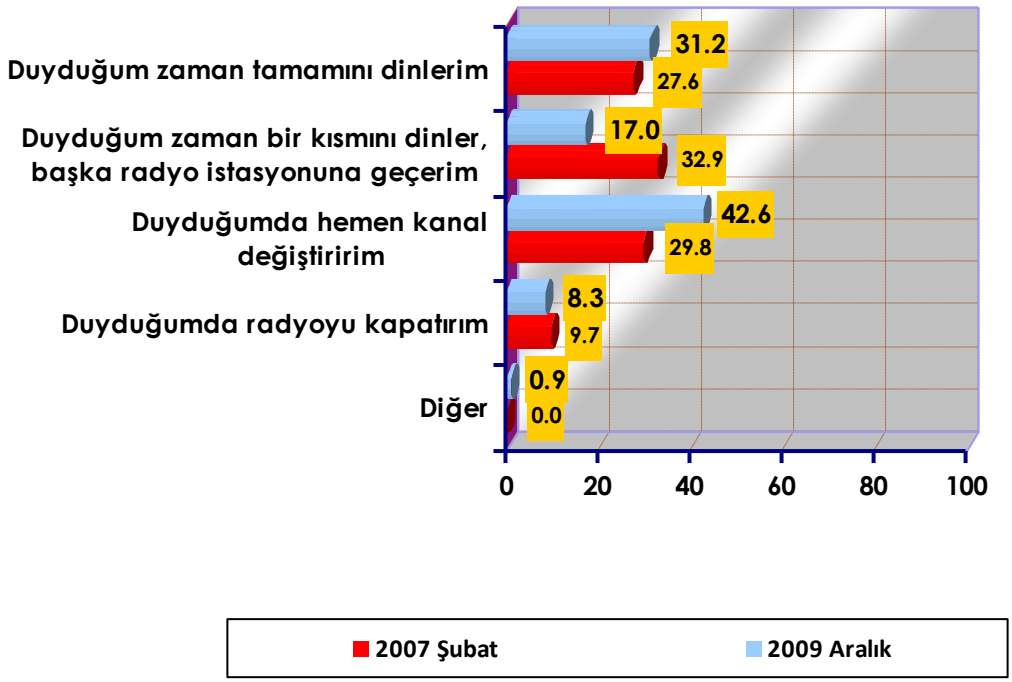
	Tamamını dinlerim	Bir kısmını dinler, başka radyo istasyonuna geçerim	Hemen kanal değiştiririm	Radyoyu hemen kapatırım	Diğer	TOPLAM
CİNSİYET						
Kadın	32,0	16,9	42,5	7,5	1,1	**100,0**
Erkek	30,4	17,1	42,8	9,1	0,6	**100,0**
YAŞ GRUPLARI						
15-20 yaş arası	16,2	19,3	52,9	11,6	0,2	**100,0**
21-25 yaş arası	20,4	18,0	54,8	6,0	0,8	**100,0**
26-30 yaş arası	20,0	19,8	53,3	6,3	0,6	**100,0**
31-35 yaş arası	33,7	17,9	42,7	4,8	1,0	**100,0**
36-40 yaş arası	29,2	18,5	44,6	6,2	1,5	**100,0**
41-50 yaş arası	37,8	17,6	35,3	8,9	0,5	**100,0**
51-60 yaş arası	43,2	9,1	36,0	10,9	0,8	**100,0**
61 yaş ve daha yukarı	50,1	17,5	20,4	9,8	2,1	**100,0**
MEDENİ DURUM						
Evli	37,4	16,1	37,7	8,0	0,8	**100,0**
Bekar	17,6	18,6	54,8	8,7	0,4	**100,0**
Dul / Boşanmış	40,9	17,4	26,8	10,2	4,7	**100,0**
EĞİTİM DÜZEYİ						
Düşük eğitimliler	41,1	17,2	31,0	9,9	0,7	**100,0**
Orta eğitimliler	24,5	16,6	50,0	7,7	1,2	**100,0**
Yüksek eğitimliler	26,5	17,6	50,3	5,6	0,0	**100,0**
MESLEK DÜZEYİ						
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.	34,4	16,5	39,5	8,2	1,4	**100,0**
Esnaf, zanaatkâr, işçi, memur	27,1	17,6	46,4	8,6	0,2	**100,0**
Profesyonel meslek sahibi	22,2	16,7	57,4	3,7	0,0	**100,0**
ORTALAMA	**31,2**	**17,0**	**42,6**	**8,3**	**0,9**	**100,0**

Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız? (%)

	Tamamını dinlerim	Bir kısmını dinler, başka radyo istasyonuna geçerim	Hemen kanal değiştiririm	Radyoyu hemen kapatırım	Diğer	TOPLAM
COĞRAFİ BÖLGELER						
Marmara	26,0	16,8	48,5	8,6	0,1	**100,0**
Ege	47,4	17,1	31,5	3,7	0,2	**100,0**
Akdeniz	22,4	28,4	40,2	7,8	1,3	**100,0**
İç Anadolu	36,7	13,6	42,0	7,8	0,0	**100,0**
Karadeniz	26,0	17,1	44,3	5,7	6,9	**100,0**
Doğu Anadolu	24,3	17,9	32,9	24,9	0,0	**100,0**
Güneydoğu Anadolu	44,2	11,7	32,1	11,7	0,4	**100,0**
GELİR DÜZEYLERİ						
0-500 TL	37,8	19,3	27,5	14,4	0,9	**100,0**
501-750 TL	32,7	17,7	40,3	8,3	1,0	**100,0**
751-1000 TL	31,7	17,2	41,0	8,6	1,5	**100,0**
1001-1500 TL	32,7	14,9	45,9	6,2	0,2	**100,0**
1501-2000 TL	28,1	14,2	51,2	5,6	0,9	**100,0**
2001 TL üstü	23,1	13,5	55,9	7,5	0,0	**100,0**
ORTALAMA	**31,2**	**17,0**	**42,6**	**8,3**	**0,9**	**100,0**

Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız? (%)

(2009 – 2007 yılları karşılaştırması)



2009 Cevap veren kişi sayısı (N) = 2.600

2007 Cevap veren kişi sayısı (N) = 4.448

2007 araştırmasına göre radyo kanallarında reklamlar başladığında "kanal değiştiren" grup % 12.8 oranında artarken, reklamların "tamamını dinleyen" grup % 3.6 oranında artmıştır. Reklamların "bir kısmını dinleyen" denek grubu % 15.9 azalırken, reklam yayınını duyduğunda "radyoyu kapatan" grubun oranında % 1.4 düşüş tespit edilmiştir.

2009 yılı araştırmasının verileri bütün olarak değerlendirildiğinde, radyo dinleyicilerinin reklam yayınları konusunda "daha keskin" bir reddetme hali içerisinde olduğu gözlenmektedir.