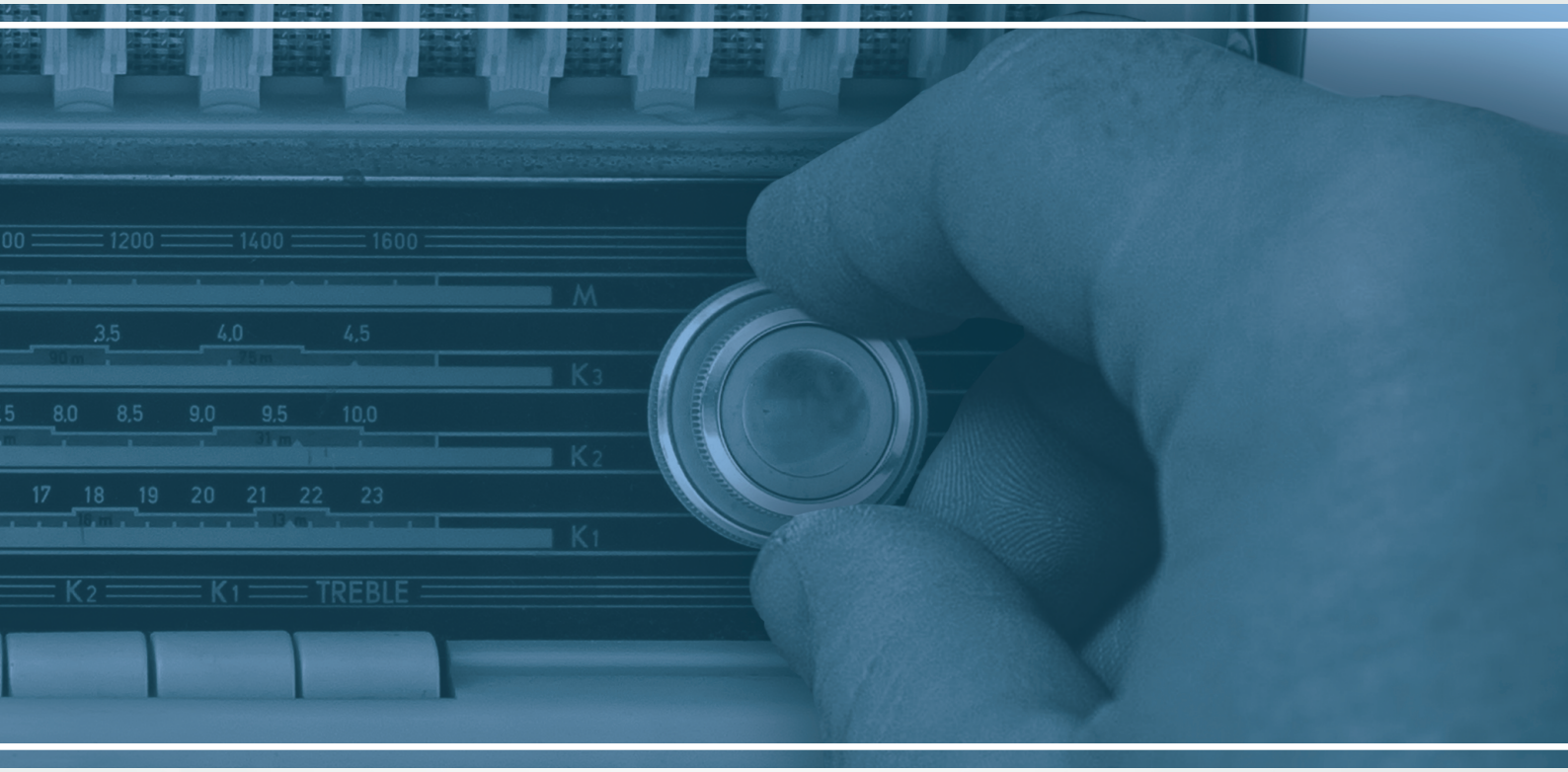
# RADYO DİNLEME EĞİLİMLERİ ARAŞTIRMASI 2014




2014

RTÜK
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU




# RADYO DİNLEME EĞİLİMLERİ ARAŞTIRMASI - 2014

**ARALIK 2014**
**ANKARA**

# ÖNSÖZ

Gelişen ve farklılaşan teknolojiyle orantılı olarak günümüzde radyo yayınlarına klasik radyo cihazı, araç radyosu, cep telefonu ve tablet, mobil uygulama, uydu yayını, internet v.b. gibi birçok ortamdan ulaşabilmek mümkündür. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) verilerine göre dünya nüfusunun yüzde 95'ine ulaşabilen radyo, günümüzde en yaygın kullanılan kitle iletişim aracı konumundadır. Ayrıca Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'ne (ITU) göre dünyadaki evlerin yüzde 75'i radyo sahibidir. Radyonun bu önemli konumuna binaen 2011 yılında UNESCO tarafından alınan kararla 13 Şubat "Dünya Radyo Günü" olarak ilan edilmiştir.

Diğer kitle iletişim araçlarına göre sadece işitsel olması ile farklılaşan radyo, bu özelliği sayesinde bir yandan özellikle savaş ve doğal afet gibi televizyonların yayın yapamadığı kriz durumlarında rakipsiz bir haberleşme ve propaganda aracı olarak öne çıkmış öte yandan düşünce ve ifade özgürlüğünün sesi olmuştur. Radyonun bir diğer önemli avantajı ise yayın yaptığı esnada dinleyicisini tamamen kendisine angaje etmemesi ve mobil olarak dinlenebilmesidir. Bu sebeple dinleyici evde, işyerinde, araçta veya herhangi bir yerde herhangi bir işle meşgulken radyo da sesiyle dinleyicisine eşlik etmektedir. Nitekim 2007 yılında ilkini gerçekleştirdiğimiz Radyo Dinleme Eğilimleri araştırmamızda dinleyiciler bir işle meşgulken radyonun kendilerine eşlik ve arkadaşlık ettiğini belirterek bu durumu doğrulamışlardır.

Önceki araştırmalarımızdan ve literatürdeki diğer medya eğilim araştırmalarından farklı olarak bu araştırmamızda ilk defa ki-kare, ilişki katsayıları ve varyans analizine ek olarak değişkenler üzerinde correspondence (uygunluk) analizi de uygulanarak değişkenler arasındaki ilişki resmedilerek ortaya koyulmuştur.

Sonuç olarak araştırmada çarpıcı bulgulara ulaşılmış olup bu bulgular ışığında radyo sektörünün yayın içeriklerini ve politikalarını gözden geçirmesi açısından araştırmanın sektör adına bir kılavuz niteliği taşıdığı ifade edilebilir. Nitekim radyo yayıncılığı, sadece reyting döngüsüne dayalı bir ticari faaliyet olmayıp önemli bir kitle iletişim aracı olarak hitap ettiği kitleler açısından kamu

faydasını da göz önünde bulundurmak zorundadır. Bu bakımdan yayın içeriğini tüketen dinleyicisinin istekleri doğrultusunda kaliteli ve düzeyli programlar üretmekle de sorumludur.

Araştırmanın planlanmasını ve gerçekleştirilmesini sağlayan Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığının değerli çalışanlarına teşekkür ediyor; araştırmanın sonuçları itibariyle başta radyo yayıncıları ve yayın kuruluşları olmak üzere diğer tüm paydaşlara ve kamuoyuna faydalı olmasını diliyorum.

Prof. Dr. Davut DURSUN
Üst Kurul Başkanı

**BU YAYININ 5846 SAYILI FİKİR VE SANAT ESERLERİ KANUNU'NA GÖRE HER HAKKI T.C. RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULUNA AİTTİR. GERÇEK VE TÜZEL KİŞİLER TARAFINDAN İZİNSİZ ÇOĞALTILAMAZ VE DAĞITILAMAZ.**

**YAYIN NO : 2014 /2**

**YAYIN VE BİLGİ TALEPLERİ İÇİN**

**T.C. RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU**
**KAMUOYU, YAYIN ARAŞTIRMALARI VE ÖLÇME DAİRESİ BAŞKANLIĞI**

**Adres** :Üniversiteler Mh. 1597. Caddesi No: 13 06800 Bilkent Çankaya Ankara
**Telefon** : 0 (312) 266 19 44 **Faks** : 0 (312) 266 20 09
**E- Posta** : kamuoyu@rtuk.gov.tr **Internet Web** : http:// www.rtuk.gov.tr

**VERİ HAZIRLAMA VE DEĞERLENDİRME**

| | | |
|---|---|---|
| **VERİ DEĞERLENDİRME:** | Şemsettin GÜRPINAR | Daire Başkanı |
| | Dinser ŞAHİN | Daire Başkan Yardımcısı |
| | Atakan ERDEM | Üst Kurul Uzmanı |
| | Deniz GÜLER | Üst Kurul Uzmanı |
| | Emel SAPMAZ | Üst Kurul Uzmanı |
| **VERİ HAZIRLAMA:** | Didem ÖNEŞ | Müdür |
| | Ali SARI | Üst Kurul Uzmanı |
| | Ayten KÜREKÇİ | Üst Kurul Uzmanı |
| | Çiçek ERDOĞAN | Üst Kurul Uzmanı |
| | Mevlüt ÖZ | Üst Kurul Uzmanı |
| | Yeşim SAAT | Üst Kurul Uzmanı |
| | Seniye Betül YORGA | Üst Kurul Uzmanı |
| | İhsan ŞAHİN | Uzman |
| | Resul AKAY | Uzman |
| | Defne UĞURLU | Programcı |
| | Ahmet ÇELİK | Şef |
| | Meltem PEKDEMİR | Şef |
| | Nurten Polat YERLİKAYA | Şef |
| | Soner KALELİ | Teknisyen |
| | Deniz PİŞKİN | Memur |

# İÇİNDEKİLER

**ÖNSÖZ** ..... **3**

**GİRİŞ** ..... **9**

**ARAŞTIRMA BULGULARI** ..... **11**

**BİRİNCİ BÖLÜM**

**ARAŞTIRMA BÖLGELERİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ** ..... **19**

**İKİNCİ BÖLÜM**

**RADYO YAYINLARININ DİNLENME SIKLIĞI, HANGİ ORTAMLARDAN VE NEREDE DİNLENDİĞİ** ..... **27**

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

**HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK RADYO DİNLEME SÜRESİ** ..... **47**

**DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

**HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU RADYO DİNLEME SAAT DİLİMLERİ** ..... **65**

**BEŞİNCİ BÖLÜM**

**RADYO KANALLARINI TERCİH DÜZEYİ VE RADYO KANALLARININ TÜRKÇE KULLANIMI** ... **81**

**ALTINCI BÖLÜM**

**PROGRAM VE MÜZİK TÜRLERİNİ DİNLEME DÜZEYİ VE TERCİH EDİLDİKLERİ RADYO KANALLARI** ..... **115**

**YEDİNCİ BÖLÜM**

**RADYO İLE İLGİLİ KANAATLER VE RADYO REKLAMLARI** ..... **195**

**SEKİZİNCİ BÖLÜM**

**RTÜK** ..... **257**

**DOKUZUNCU BÖLÜM**

**SONUÇ** ..... **265**

**GRAFİKLER LİSTESİ** ..... **270**

**TABLOLAR LİSTESİ** ..... **272**

# GİRİŞ

2014 yılı Ekim ayı itibariyle 39' u ulusal, 100' ü bölgesel ve 920' si yerel olmak üzere Üst Kurula karasal ortamdan yayın lisans başvurusu bulunan toplam 1059 FM radyo kuruluşu bulunmaktadır. Radyo yayıncılığına olan bu ilgi, radyo yayıncılığının Türkiye' deki önemini ortaya koyan çarpıcı göstergelerden biridir.

Bu kapsamda, toplumun radyo dinleme alışkanlıklarını, tutumunu ve bu alışkanlıklar ile tutumun zaman içerisindeki değişimini tespit etmek amacıyla ilk ikisi 2007 ve 2009 yıllarında yapılan "Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması-2014" Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı tarafından 25 Ağustos – 4 Eylül 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada,

- Radyo yayınlarının dinlenme sıklığı,
- Radyo yayınlarının hangi ortam aracılığıyla ve en çok nerede dinlendiği,
- Hafta içi ve hafta sonu radyo dinleme süreleri,
- Hafta içi ve hafta sonu radyo dinleme saat dilimleri,
- En çok tercih edilen radyo kanalları,
- Tercih edilen radyo kanallarını beğenme nedenleri,
- Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı,
- Program ve müzik türlerini dinleme düzeyi ve tercih edildikleri radyo kanalları,
- Radyo dinlemekteki öncelikli amaç,
- Radyo yayınlarında daha fazla yer verilmesi istenen konular,
- Radyo yayınlarında rahatsız olunan konular,
- Radyo ile ilgili kanaatler,
- Radyo yayınlarına yönelik olarak RTÜK' ten beklentiler tespit edilmeye çalışılmıştır.

Ayrıca araştırmada elde edilen bulgular, 2007 ve 2009 yıllarında gerçekleştirilen RTÜK Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırmaları ve yurt dışı örnekleri ile kıyaslanarak mukayeseli değerlendirmeler yapılmıştır.

# ARAŞTIRMA BULGULARI

## 1. BÖLÜM: ARAŞTIRMA BÖLGELERİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ

- Radyo Dinleme Eğilimleri - 2014 Araştırması NUTS2 Bölgeleme Düzeyini temsil eden 26 il ve toplam 104 ilçede radyo dinleyen 15 yaş ve üzeri 2.545 kişi (%49,6 kadın ve %50,4 erkek) ile 25 Ağustos – 4 Eylül 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

- Örneklem, TÜİK'in Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sisteminden çekilmiştir.

- Örneklemi en çok Marmara Bölgesi (%41,5), en az da Doğu Anadolu Bölgesi (%4,3) temsil etmektedir.

- Araştırma %95 güven aralığında ±1,94 hata payı ile gerçekleştirilmiştir.

- Örneklemin %30,4'ünü düşük düzey (ilkokul ve altı), %54,2 orta düzey (ortaokul (ilköğretim) ve lise mezunu) ve %15,4 yüksek düzey eğitimliler (üniversite ve üzeri mezun)oluşturmaktadır.

- Araştırmaya katılanların medeni durumlarına bakıldığında %59,4'ünün evli, %40,6'sının bekâr veya dul / boşanmış olduğu görülmektedir.

- Araştırmaya katılanların meslek dağılımına bakıldığında %26,2 ev hanımı, %24,8 vasıflı – vasıfsız işçi, %17,3 öğrenci, %15,4 şirket sahibi, esnaf veya sanatkâr, %7,4 emekli, %4,9 masa başı çalışan memur, %2,5 profesyonel meslek sahibi, üst ve orta düzey yönetici, %1,5 işsiz olduğu görülmektedir. Birinci meslek grubu; ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb; ikinci meslek grubu; esnaf, sanatkâr, işçi, memur; üçüncü meslek grubu da mesleki prestiji yüksek olanlar (profesyonel meslek sahibi, üst ve orta düzey yönetici, şirket sahibi veya ortağı) olarak gruplandırılmıştır.

- Araştırmaya katılanların gelir gruplarına göre dağılımına bakıldığında; %45 civarı 1.001-2.000 TL arası, %20,1'i ise 1.000 TL ve altı olduğunu belirtmiştir. 5.001 TL ve üzeri gelire sahip olduğunu ifade edenler ise %4 civarındadır.

## 2. BÖLÜM: RADYO YAYINLARININ DİNLENME SIKLIĞI, HANGİ ORTAMLARDAN VE NEREDE DİNLENDİĞİ

- "Ne sıklıkla radyo dinlersiniz?" sorusuna; "ara sıra dinlerim" diyenler %47,6, "sık dinlerim" diyenler %29,3, "nadir dinlerim" diyenler %13,0 ve "çok sık dinlerim" diyenler %10,2'dir. **Eğitim düzeyi düştükçe radyo dinleme sıklığı da düşmekte; gelir düzeyi arttıkça radyo dinleme sıklığı da artmaktadır.**

- **"Radyo yayınlarını hangi ortam aracılığıyla dinlersiniz?" sorusuna "klasik radyo" diyenler %40,5, "araç radyosu" diyenler %33,1, "cep telefonu" diyenler %28,2,** "ev sinema sistemi / uydu platformu" diyenler %17,7, "bilgisayar / tablet (internetten)" diyenler %12,0, "mp3 / mp4 çalar" diyenler ise %3,0'dır. Kadınlarda, düşük eğitim düzeylilerde, birinci meslek grubunda ve alt gelir gruplarında klasik radyo dinleyenler daha çok görülmektedir. Erkeklerde, orta yaş gruplarında, ikinci ve üçüncü meslek gruplarında, yüksek eğitim düzeylerinde ve yüksek gelir gruplarında ise araç radyosu dinleyenler daha fazladır. Yine kadınlarda, orta ve üst yaş gruplarında, düşük eğitim düzeylerinde, birinci meslek grubunda ve alt gelir gruplarında ev sinema sistemi / uydu platformundan radyo dinleyenlerin daha çok olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, kadınlarda ve genç yaş gruplarında cep telefonundan radyo dinleyenler diğer gruplara nazaran daha çoktur.

- **"Radyo yayınlarını en çok nerede dinlersiniz?" sorusuna "evde" dinlediğini belirtenler %50,3, "arabada / toplu taşımada" diyenler %29,4**, "iş yerinde" diyenler %16,7'dir. Evde radyo dinlediğini belirtenler; en çok kadınlar, ileri yaş grupları, düşük eğitim düzeyliler, birinci meslek grubu ve alt gelir gruplarıdır. Arabada/ toplu taşımada ve iş yerinde radyo dinlediğini belirtenler en çok erkekler, genç ve orta yaş grupları, orta ve yüksek düzey eğitimliler, ikinci ve üçüncü meslek grupları ile orta ve üst düzey gelirlilerdir.

## 3. BÖLÜM: HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK RADYO DİNLEME SÜRESİ

- Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresine bakıldığında;
  -1 saat ve daha az dinlediğini belirtenler %28,5,
  -1-2 saat arası dinleyenler %21,9,

-2-3 saat arası dinleyenler %15,2,

-9 saat ve üzeri diyenler %5,8'dir.

**Hafta içi günlük ortalama radyo dinleme süresi 3 saat 23 dakikadır (St. Sapma=2,855).**

- Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresine bakıldığında;

-1 saat ve daha az dinlediğini belirtenler %37,1,

-1-2 saat arası dinleyenler %26,5,

-2-3 saat arası dinleyenler %12,9,

-9 saat ve üzeri diyenler %3,1'dir.

**Hafta sonu günlük ortalama radyo dinleme süresi 2 saat 42 dakikadır (St. Sapma=2,353).**

## 4. BÖLÜM: HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU RADYO DİNLEME SAAT DİLİMLERİ

- **Hafta içi, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılımda; en çok %44,3 ile 15 – 18 saatleri arasında radyo dinlenmektedir.** Diğer saat dilimleri dikkate alındığında;

-06 – 09 arası %20,0,

-09 - 12 arası %43,9,

-12 – 15 arası %39,5,

-18 – 21 arası %38,6,

-21 – 24 arası %19,4,

-24 – 03 arası %5,3,

-03 – 06 arası %0,7 oranında radyo dinlendiği tespit edilmiştir.

- **Hafta sonu dağılıma bakıldığında, en çok %40,0 ile 15 – 18 saatleri arasında radyo dinlendiği görülmektedir.** Diğer saat dilimleri dikkate alındığında;

-06 – 09 arası %14,9,

-09 - 12 arası %33,8,

-12 – 15 arası %36,9,

-18 – 21 arası %35,9,

-21 – 24 arası %23,1,

-24 – 03 arası %6,7,

-03 – 06 arası %0,9 oranında radyo dinlenmektedir.

## 5. BÖLÜM: RADYO KANALLARINI TERCİH DÜZEYİ VE RADYO KANALLARININ TÜRKÇE KULLANIMI

- **"Aklınıza gelen ilk radyo kanalı hangisidir?" sorusuna bakıldığında %19,2 ile TRT kanalları ilk sırada gelmektedir. TRT kanallarını, %13,0 ile KRAL FM, %4,9 ile POWER TÜRK, %3,8 ile SÜPER FM izlemektedir.** Yaş grubu ilerledikçe TRT kanallarını tercih düzeyi artmaktadır. Genç ve orta yaş gruplarında KRAL FM; genç yaş gruplarında POWER TÜRK ve SÜPER FM öne çıkmaktadır. KRAL FM düşük ve orta düzey eğitim gruplarında tercih edilmektedir; eğitim düzeyi arttıkça POWER TÜRK ve SÜPER FM öne çıkmaktadır. Birinci meslek gruplarında TRT kanalları ve KRAL FM, üçüncü meslek gruplarında ise POWER TÜRK ve SÜPER FM akla ilk gelen radyo kanallarıdır.

- **En çok dinlenen üç radyo kanalının sıralamasına bakıldığında TRT kanalları %32,0 ile ön plana çıkmaktadır. Ardından %28,6 ile KRAL FM, %14,0 ile POWER TÜRK, %9,3 ile SÜPER FM, %7,2 ile SLOW TÜRK ve JOYTÜRK FM gelmektedir.** Yaş grubu ilerledikçe TRT kanallarını tercih düzeyi artmaktadır. Genç ve orta yaş gruplarında KRAL FM'in tercih edildiği görülmektedir. Kadınlar ve genç yaş gruplarında ise POWER TÜRK öne çıkmaktadır.

- **TRT kanallarının tercih edilme nedenlerine bakıldığında, program akışı ve yayınların güzel olması, müziklerin ve haberlerin beğeniliyor olması ilk sıralarda görülmektedir.** Diğer kanallarda da program akışının ve yayınların güzel olması ile çalınan müziklerin beğenilmesi tercih nedeni olarak görülmektedir.

- **Tercih edilen radyo kanallarının net bir şekilde dinlediğini belirtenler %88,2**, kısmen dinlediğini belirtenler %9,0'dır.

- **"Sizce, Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı hangisidir?" sorusuna verilen cevaplarda %46,6 ile TRT kanalları ilk sırada yer almaktadır.** KRAL FM ve KRAL POP grubu ise %12,1 ile ikinci sıradadır. Bu kanalları; %3,4 ile POWER TÜRK, %3,0 ile SÜPER FM takip etmektedir.

## 6. BÖLÜM: PROGRAM VE MÜZİK TÜRLERİNİ DİNLEME DÜZEYİ VE TERCİH EDİLDİKLERİ RADYO KANALLARI

- **En çok dinlenen program türleri sırasıyla;**

  **-haber bültenleri, haber programları (%43,3)**,

  -dini programlar (%21,3),

  -canlı spor müsabakaları (%14,5),

  -güldürü / talk show programları (%14,2),

  -kültür – sanat programları (%12,8),

  -tartışma programları (%12,3),

- **Program türlerinin en çok dinlenildiği kanallara bakıldığında; bütün program türlerinde TRT kanallarının birinci sırada dinlendiği tespit edilmiştir.**

- **En çok dinlenen müzik türleri sırasıyla;**

  **-Türk Halk Müziği (%43,5),**

  **-Türk Pop Müziği (%42,2),**

  -Türk Sanat Müziği (%32,7),

  -Arabesk Müzik (%24,3),

  -Özgün Müzik (%21,7),

  -Dini Müzik ve İlahi (%21,4),

  -Türkçe Rock Müzik (%16,2),

## 7. BÖLÜM: RADYO İLE İLGİLİ KANAATLER VE RADYO REKLAMLARI

- **"Radyo dinlemekteki öncelikli amacınız nedir?" sorusuna verilen cevaplar;**

  **-müzik dinlemek %43,9**

  -vakit geçirmek için %20,5,

  -dinlenmek için %15,7,

  -haberleri dinlemek için %10,4 şeklindedir.

- **"Radyo yayınlarında, daha fazla yer verilmesini istediğiniz konular nelerdir?" sorusuna;**

  **-daha fazla ve yeni müzik diyenler %26,2**,

  -haber diyenler %13,8,

  -toplumsal ve güncel konular diyenler %13,0,

  -eğitimle alakalı konular diyenler %10,7,

-dini yayınlar ve ilahi diyenler %10,0'dır.

- **"Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır?" sorusuna "evet" diyenler %66,2'dir. Radyo yayınlarında rahatsız olunan konulara bakıldığında ilk sırada %69,1 ile reklamların sık olması, ikinci sırada %56,5 ile doğrudan satış (tele-alışveriş) reklamları ve üçüncü sırada %53,1 ile reklamların uzun olması yer almaktadır.** Ardından %30,8 ile argo konuşmalar, %20,4 ile DJ'lerin uzun konuşmaları ve %18,2 ile Türkçenin doğru kullanılmaması gelmektedir.

- Radyoda reklamlar çıktığında;
  -tamamını dinlerim diyenler %16,0,
  -bir kısmını dinler, başka radyo istasyonuna geçerim diyenler %16,5,
  -hemen kanal değiştiririm diyenler %58,4,
  -radyoyu kapatırım diyenler %8,6'dır.

- **"Radyo programlarına yönelik olarak aşağıdaki ifadelerle ilgili kanaatiniz nedir?" sorusuna verilen cevaplar sırasıyla;**
  **-radyo reklamlarının sık yayınlandığı (%85,0),**
  -radyodaki reklamların uzun süreli yayınlandığı (%82,4),
  -radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracı olduğu (%71,9),
  -müziğin televizyondan çok radyodan dinlenildiği (%70,1),
  -radyo programlarının televizyon programlarına göre daha düzeyli olduğu (%53,9),
  -radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşıldığı (%51,2),
  -radyo programlarında Türkçenin daha iyi kullanıldığı ve dili geliştirdiği (%41,3),
  -farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısının artırılması gerektiği (%38,8),
  -radyolarda kadınlara yönelik yeterince yer verildiği (%18,1) ve
  -radyolarda çocuk programlarına yeterince yer verildiği (%15,8)'dir.

## 8. BÖLÜM: RTÜK

- "Radyo yayınlarına yönelik olarak RTÜK'ten beklentileriniz nelerdir?" sorusuna verilen yanıtlarda;
  -**reklamların azaltılması,**
  -doğrudan satış (tele-alışveriş) reklamların kaldırılması,
  -argo konuşmaların kaldırılması ve DJ'lerin denetlenmesi,

-müzik çeşitlerinin artırılması,
-eğitici programlara yer verilmesi,
-Türkçe'nin doğru kullanılması,
-RTÜK' ün tarafsız olması,
-çocuk ve gençlerin gelişimine yönelik yayınlar yapılması ilk sıralarda yer almaktadır.

- RTÜK İLETİŞİM MERKEZİ'ne şikâyet ve/veya önerilerini ilettiğini belirtenler %2,5'tir.

## İSTATİSTİKSEL ANALİZLERE İLİŞKİN BİLGİLER

Analizlerde öncelikle sayı ve yüzde dağılımı ile çapraz tablolar gibi betimsel istatistik teknikler kullanılmıştır. Çapraz tabloları oluşturan değişkenler arasındaki ilişkilerin anlamlılığı ki-kare analizi ile sınanmıştır. Ancak bir ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olması demek, ilişkinin gücünü göstermemektedir. İlişkinin gücüne ise Phi katsayısı ve Cramers' V ilişki katsayılarından uygun olanı ile bakılmıştır. Phi katsayısı sadece iki kategorisi olan değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini göstermekteyken, Cramers' V ise kategori sayısı ikiden fazla olan değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini göstermektedir. Çapraz tablolarda değişkenlerin kategorileri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla ise uygunluk analizi kullanılmıştır. Uygunluk analizi çapraz tablolar halinde düzenlenmiş kategorik verilerin kolay bir şekilde yorumlanmasını sağlayan ve grafikler yardımıyla görsel bir yaklaşım sunan bir analiz olmasının yanında bir boyut indirgeme yöntemi olarak da ifade edilmektedir. Uygunluk analizi, değişkenlerin kategorileri arasındaki benzerlikleri ya da farklılıkları uzaklıklar cinsinden ifade ederek, indirgenmiş boyutlu bir uzayda grafikler yardımıyla görsel bir sunum ortaya koymaktadır.

Oransal ölçek düzeyinde elde edilen verilere ilişkin kategorik değişkenlerin kategorileri arasında farklılık gösterip göstermediği t testi ve varyans analizi kullanılarak belirlenmiştir. T testi iki kategoriden oluşan değişkenler arasındaki farklılığı ortaya koymak için kullanılırken, varyans analizi ikiden fazla kategoriden oluşan değişkenler arasındaki farklılığı ortaya koymak için kullanılır. Varyans analizi ile tespit edilen farklılığın hangi kategori/kategorilerden kaynaklandığını belirlemek için Tamhane's T2 testi kullanılarak çoklu karşılaştırmalar yapılmıştır. İstatistiksel analizler %95 güven düzeyinde gerçekleştirilmiştir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

# ARAŞTIRMA BÖLGELERİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ

Bu bölümde araştırma bölgeleri ve araştırmaya katılanların genel özellikleri hakkında bilgiler yer almaktadır.

Aşağıda ilk olarak araştırmaya katılanların illere, NUTS-1 bölgeleme düzeyi ve coğrafi bölgelere göre dağılımını gösteren detaylı tablolar yer almaktadır.

Bundan sonra hem örneklem hakkında daha genel bilgi vermek hem de araştırmada kullanılacak bağımsız değişkenleri tanıtmak amacıyla örneklemin demografik ve sosyoekonomik değişkenlere göre dağılımı verilmektedir.

## Örneklemin illere göre dağılımı

| | SAYI | % |
|---|---|---|
| ADANA | 90 | 3,5 |
| AĞRI | 32 | 1,3 |
| ANKARA | 293 | 11,5 |
| ANTALYA | 105 | 4,1 |
| AYDIN | 48 | 1,9 |
| BALIKESİR | 90 | 3,5 |
| BURSA | 135 | 5,3 |
| ERZURUM | 16 | 0,6 |
| GAZİANTEP | 76 | 3,0 |
| HATAY | 75 | 2,9 |
| İSTANBUL | 695 | 27,3 |
| İZMİR | 231 | 9,1 |
| KASTAMONU | 31 | 1,2 |
| KAYSERİ | 62 | 2,4 |
| KOCAELİ | 90 | 3,5 |
| KONYA | 90 | 3,5 |
| MALATYA | 30 | 1,2 |
| MANİSA | 76 | 3,0 |
| MARDİN | 16 | 0,6 |
| SAMSUN | 46 | 1,8 |
| TEKİRDAĞ | 45 | 1,8 |
| TRABZON | 45 | 1,8 |
| ŞANLIURFA | 48 | 1,9 |
| VAN | 32 | 1,3 |
| ZONGULDAK | 32 | 1,3 |
| KIRIKKALE | 16 | 0,6 |
| TOPLAM | **2.545** | **100,0** |

## Örneklemin NUTS-1 düzeyine göre dağılımı

| | SAYI | % |
|---|---|---|
| İSTANBUL | 695 | 27,3 |
| BATI MARMARA | 135 | 5,3 |
| EGE | 355 | 13,9 |
| DOĞU MARMARA | 225 | 8,8 |
| BATI ANADOLU | 383 | 15,0 |
| AKDENİZ | 270 | 10,6 |
| ORTA ANADOLU | 78 | 3,1 |
| BATI KARADENİZ | 109 | 4,3 |
| DOĞU KARADENİZ | 45 | 1,8 |
| KUZEYDOĞU ANADOLU | 48 | 1,9 |
| ORTADOĞU ANADOLU | 62 | 2,4 |
| GÜNEYDOĞU ANADOLU | 140 | 5,5 |
| **TOPLAM** | **2.545** | **100,0** |

## Örneklemin coğrafi bölgeler düzeyine göre dağılımı

| | SAYI | % |
|---|---|---|
| MARMARA | 1.055 | 41,5 |
| EGE | 355 | 13,9 |
| AKDENİZ | 270 | 10,6 |
| İÇANADOLU | 461 | 18,1 |
| KARADENİZ | 154 | 6,1 |
| DOĞUANADOLU | 110 | 4,3 |
| GÜNEYDOĞUANADOLU | 140 | 5,5 |
| **TOPLAM** | **2.545** | **100,0** |

## Örneklemin cinsiyet, yaş grupları ve medeni durumlarına göre dağılımı

| | SAYI | % |
|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | |
| Kadın | 1.262 | 49,6 |
| Erkek | 1.283 | 50,4 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | |
| 15-20 yaş arası | 451 | 17,7 |
| 21-25 yaş arası | 349 | 13,7 |
| 26-30 yaş arası | 316 | 12,4 |
| 31-35 yaş arası | 265 | 10,4 |
| 36-40 yaş arası | 278 | 10,9 |
| 41-50 yaş arası | 418 | 16,4 |
| 51-60 yaş arası | 299 | 11,7 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 169 | 6,6 |
| **Medeni Duruma Göre Dağılım** | | |
| Evli | 1.511 | 59,4 |
| Bekâr | 1.034 | 40,6 |
| **Eğitim Durumuna Göre Dağılım*** | | |
| Okur-yazar değil | 29 | 1,1 |
| Okur-yazar, okula gitmemiş | 45 | 1,8 |
| İlkokul mezunu | 699 | 27,5 |
| Ortaokul mezunu | 470 | 18,5 |
| Lise mezunu | 910 | 35,8 |
| Üniversite mezunu | 364 | 14,3 |
| Lisansüstü / Doktora mezunu | 28 | 1,1 |
| **TOPLAM** | **2.545** | **100,0** |

**Düşük düzey eğitimliler (İlkokul mezunu ve altı) = %30,4*
*Orta düzey eğitimliler (Ortaokul (ilköğretim) ve lise mezunu) = %54,2*
*Yüksek düzey eğitimliler (Üniversite ve üzeri mezun) = %15,4*

## Örneklemin meslek gruplarına göre dağılımı

| | SAYI | % |
|---|---|---|
| Ev hanımı | 668 | 26,2 |
| Vasıflı – vasıfsız işçi, çiftçi | 631 | 24,8 |
| Öğrenci | 440 | 17,3 |
| Şirket sahibi, esnaf veya sanatkâr | 393 | 15,4 |
| Emekli | 188 | 7,4 |
| Masa başı çalışan memur | 124 | 4,9 |
| Profesyonel meslek sahibi, üst ve orta düzey yönetici | 63 | 2,5 |
| İşsiz | 38 | 1,5 |
| **TOPLAM** | **2.545** | **100,0** |

**1. Grup Meslekler: Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.*
*2. Grup Meslekler: Esnaf, sanatkâr, işçi, memur vb.*
*3. Grup Meslekler: Profesyonel meslek sahibi, üst ve orta düzey yönetici, şirket sahibi veya ortağı*

## Örneklemin gelir gruplarına göre dağılımı

| | SAYI | % |
|---|---|---|
| 1.000 TL ve altı | 511 | 20,1 |
| 1.001 – 2.000 TL arası | 1.154 | 45,3 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 457 | 18,0 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 171 | 6,7 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 96 | 3,8 |
| 5.001 TL ve üstü | 96 | 3,8 |
| Belirtmeyen | 60 | 2,4 |
| **TOPLAM** | **2.545** | **100,0** |

# İKİNCİ BÖLÜM

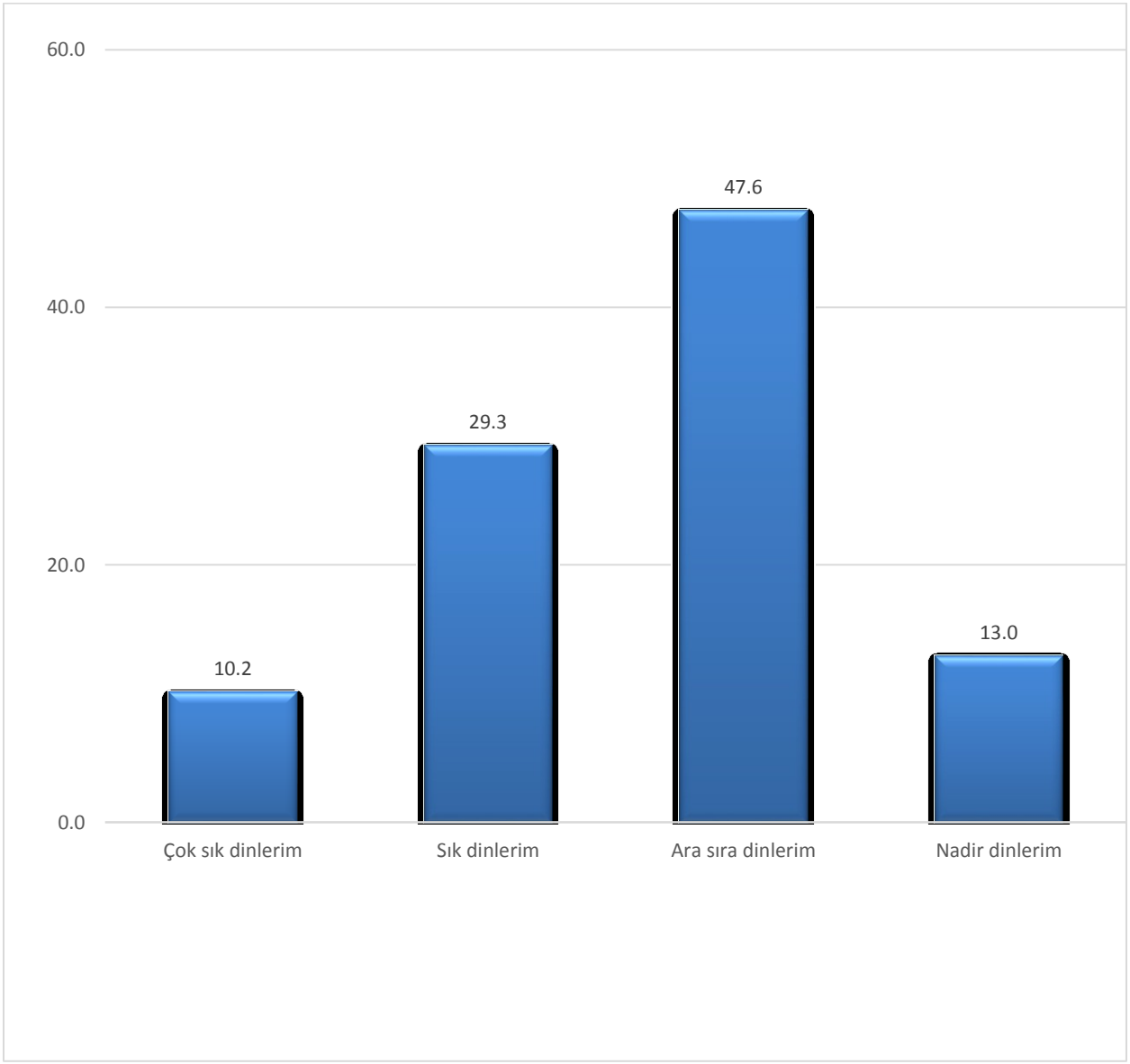
# RADYO YAYINLARININ DİNLENME SIKLIĞI, HANGİ ORTAMLARDAN VE NEREDE DİNLENDİĞİ

Bu bölümde radyo dinleme sıklığı ve radyo dinleme yeri ve ortamları hakkında bilgiler yer almaktadır.

Aşağıda ilk olarak araştırmaya katılanların radyo dinleme sıklıkları incelenmiş ve bağımsız değişkenlere göre dağılımları analiz edilmiştir. Radyo yayınlarının en çok dinlendiği yer ve ortamlara ilişkin sorular sorulmuş ve bu sorulara verilen cevapların frekans dağılımları ile bağımsız değişkenlere ilişkin çapraz tablolara yer verilmiştir.

- ✓ **Eğitim ve gelir düzeyi arttıkça radyo dinleme artmaktadır.**
- ✓ **Radyo en çok evde ve araçta dinlenmektedir.**
- ✓ **Cep telefonundan radyo dinleme oranı hızla yükselmektedir.**
- ✓ **Marmara, Ege ve Doğu Anadolu Bölgeleri klasik radyodan, Ege, Akdeniz ve İç Anadolu Bölgeleri araç radyosundan, Doğu Anadolu Bölgesi cep telefonundan, Ege Bölgesi ev sinema sistemi / uydu platformundan, Ege ve Karadeniz Bölgeleri bilgisayar / tabletten daha çok radyo dinlemektedir.**
- ✓ **Ev ve işyerinde radyo dinleme düşmekte araçta radyo dinleme artmaktadır.**

**Ne sıklıkla radyo dinlersiniz? (%)**




"Ne sıklıkla radyo dinlersiniz?" sorusuna "ara sıra dinlerim" diyenler %47,6, "sık dinlerim" diyenler %29,3, "nadir dinlerim" diyenler %13,0 ve "çok sık dinlerim" diyenler %10,2'dir.

## Ne sıklıkla radyo dinlersiniz? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Çok sık dinlerim | Sık dinlerim | Ara sıra dinlerim | Nadir dinlerim | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | |
| Kadın | 10,0 | 27,7 | 48,5 | 13,9 | **100,0** |
| Erkek | 10,3 | 31,0 | 46,7 | 12,0 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım[1]** | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 8,9 | 29,1 | 47,1 | 15,0 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 11,1 | 25,0 | 54,6 | 9,3 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 8,8 | 33,6 | 47,8 | 9,8 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 11,1 | 33,3 | 45,6 | 9,9 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 14,7 | 26,1 | 44,5 | 14,7 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 6,8 | 30,2 | 51,5 | 11,5 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 11,4 | 28,7 | 43,2 | 16,7 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 10,7 | 28,3 | 45,0 | 16,0 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım[2]** | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 8,4 | 28,5 | 47,4 | 15,7 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 10,7 | 29,9 | 47,1 | 12,3 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 12,4 | 29,0 | 49,6 | 9,0 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım[3]** | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 7,8 | 26,9 | 49,5 | 15,7 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 12,8 | 32,2 | 45,3 | 9,6 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 16,5 | 33,0 | 42,3 | 8,2 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **10,2** | **29,3** | **47,6** | **13,0** | **100,0** |

[1] Cramer's V=0,073 p=0,005
[2] Cramer's V=0,056 p=0,015
[3] Cramer's V=0,095 p=0,000

## Ne sıklıkla radyo dinlersiniz? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Çok sık dinlerim | Sık dinlerim | Ara sıra dinlerim | Nadir dinlerim | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım[4]** | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 7,9 | 23,5 | 50,6 | 18,0 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 9,9 | 29,9 | 48,7 | 11,6 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 12,7 | 29,3 | 46,2 | 11,8 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 9,2 | 35,6 | 43,6 | 11,7 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 9,8 | 39,1 | 43,5 | 7,6 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 15,3 | 36,7 | 35,7 | 12,2 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım[5]** | | | | | |
| Marmara | 9,5 | 33,9 | 43,4 | 13,2 | **100,0** |
| Ege | 7,2 | 29,1 | 53,9 | 9,8 | **100,0** |
| Akdeniz | 10,6 | 23,4 | 57,3 | 8,8 | **100,0** |
| İç Anadolu | 16,3 | 28,2 | 40,5 | 15,0 | **100,0** |
| Karadeniz | 2,6 | 21,9 | 58,7 | 16,8 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 11,1 | 35,2 | 46,3 | 7,4 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 8,5 | 15,6 | 56,0 | 19,9 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **10,2** | **29,3** | **47,6** | **13,0** | **100,0** |

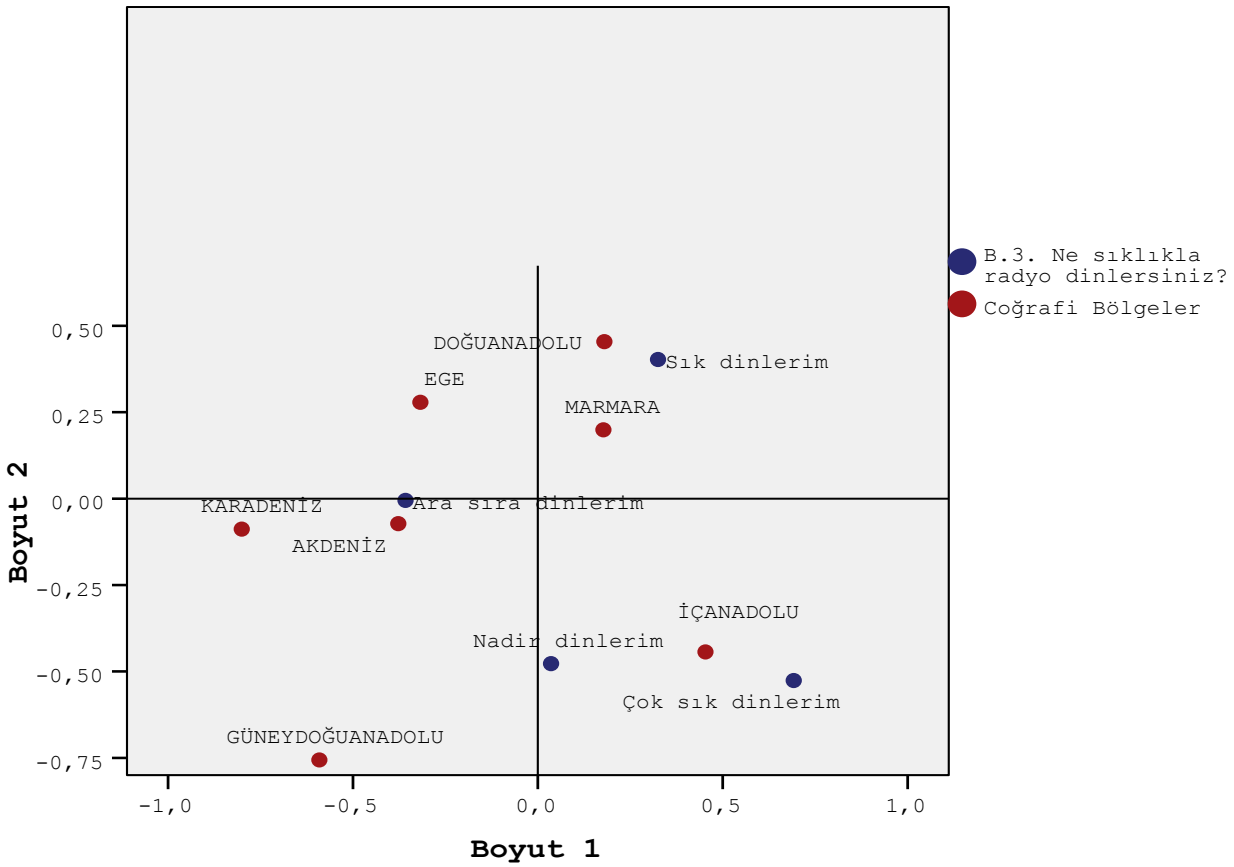
Radyo dinleme sıklığı ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi sonucunda, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle radyo dinleme sıklığı ile yaş grupları, eğitim düzeyleri, meslek grupları, gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Bu kapsamda, meslek grubu farklılaştıkça, eğitim ve gelir düzeyi arttıkça radyo dinleme sıklığının da arttığı tespit edilmiştir. Avrupa Komisyonu tarafından 2013 yılı Ağustos ayında yapılan **"Media Use in the European Union"** araştırması kapsamında; cinsiyet değişkeni açısından AB ülkeleri ile Türkiye'deki radyo dinleme sıklığı dağılımının benzerlik gösterdiği ayrıca, eğitim ve gelir düzeyi açısından Türkiye'de olduğu gibi AB ülkelerinde de eğitim ve gelir düzeyi arttıkça radyo dinleme sıklığının arttığı tespit edilmiştir.[6]

[4] Cramer's V=0,075 p=0,000
[5] Cramer's V=0,112 p=0,000
[6] European Commission, Media Use in the European Union Report, Satandart Barometer 80 Autumn 2013, s.10

## Ne sıklıkla radyo dinlersiniz? (%)

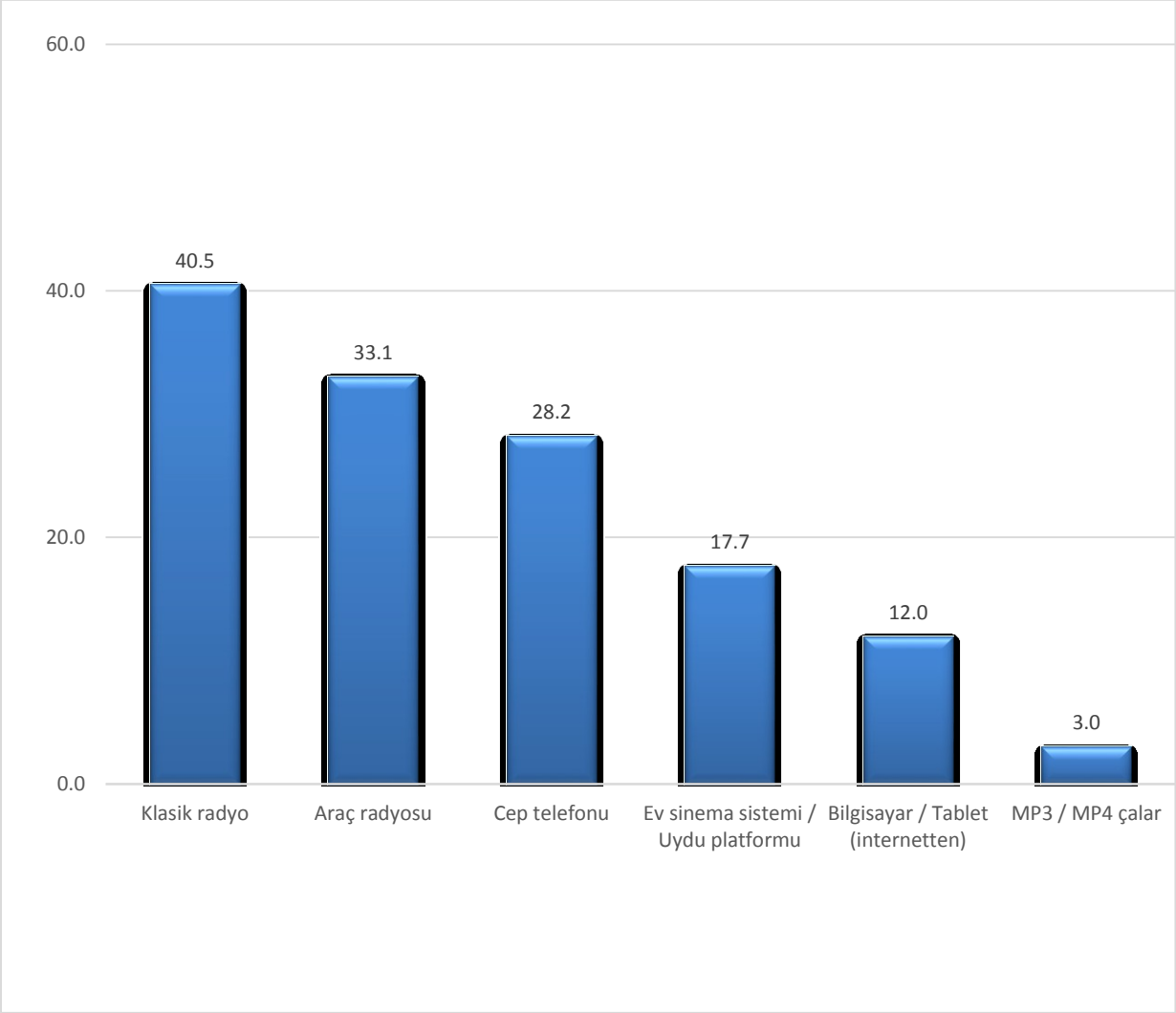
Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda radyo dinleme sıklığı ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre İç Anadolu Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin radyoyu çok sık dinlediği, Doğu Anadolu ve Marmara Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin radyoyu sık dinlediği, Akdeniz ve Karadeniz Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin ise radyoyu ara sıra dinlediği tespit edilmiştir.

**Radyo yayınlarını hangi ortam aracılığıyla dinlersiniz? (%)**

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir

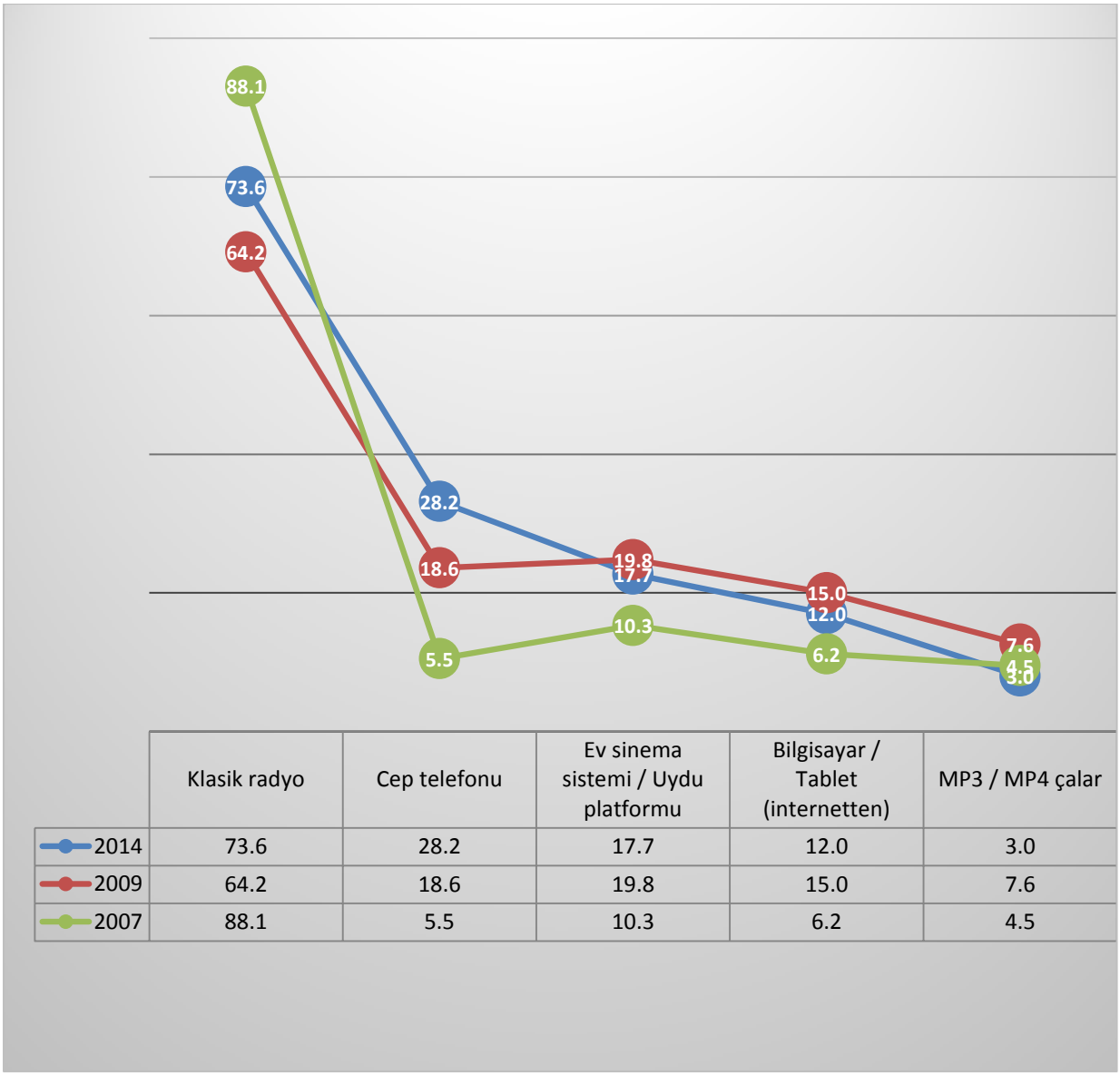



"Radyo yayınlarını hangi ortam aracılığıyla dinlersiniz?" sorusuna "klasik radyo" diyenler %40,5, "araç radyosu" diyenler %33,1, "cep telefonu" diyenler %28,2, "ev sinema sistemi / uydu platformu" diyenler %17,7, "bilgisayar / tablet (internetten)" diyenler %12,0, "mp3 / mp4 çalar" diyenler ise %3,0'dır.

## Radyo yayınlarını hangi ortam aracılığıyla dinlersiniz? (%)

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir

**2007 – 2009 – 2014 Kıyas**




| | Klasik radyo | Cep telefonu | Ev sinema sistemi / Uydu platformu | Bilgisayar / Tablet (internetten) | MP3 / MP4 çalar |
|---|---|---|---|---|---|
| 2014 | 73.6 | 28.2 | 17.7 | 12.0 | 3.0 |
| 2009 | 64.2 | 18.6 | 19.8 | 15.0 | 7.6 |
| 2007 | 88.1 | 5.5 | 10.3 | 6.2 | 4.5 |

**2007 ve 2009 araştırmalarında klasik radyo ve araç radyosu beraber değerlendirilmiştir.*

2007 – 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmalarının" incelenmesi sonucunda radyo yayınlarının dinlendiği ortam bakımından cep telefonu aracılığıyla radyo dinlemenin sırasıyla %5,5 ten %18,6'ya, son araştırmada da %28,2'ye yükseldiği görülmektedir. Ev sinema sistemi / uydu platformu ve bilgisayar / tablet (internetten) aracılığıyla radyo dinlemenin 2009 yılında 2007'ye oranla ciddi bir artış gösterdiği, 2014 yılında ise bir miktar düşüş kaydettiği gözlemlenmiştir.

## Radyo yayınlarını hangi ortam aracılığıyla dinlersiniz? (%)

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Klasik radyo | Araç radyosu | Cep telefonu | Ev sinema sistemi / uydu platformu | Bilgisayar / tablet (internetten) | Mp3 / mp4 çalar |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | | |
| Kadın | 45,0 | 18,7 | 32,6 | 23,4 | 11,0 | 2,9 |
| Erkek | 36,0 | 47,4 | 23,8 | 12,0 | 12,9 | 3,2 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 17,6 | 25,0 | 61,9 | 13,3 | 19,2 | 7,7 |
| 21-25 yaş arası | 20,7 | 27,8 | 52,0 | 17,9 | 17,6 | 4,7 |
| 26-30 yaş arası | 29,4 | 34,7 | 36,0 | 20,3 | 18,1 | 3,5 |
| 31-35 yaş arası | 40,1 | 43,0 | 24,1 | 16,0 | 14,4 | 1,9 |
| 36-40 yaş arası | 39,3 | 38,9 | 21,8 | 21,2 | 13,1 | 2,5 |
| 41-50 yaş arası | 48,4 | 39,7 | 17,5 | 16,9 | 11,0 | 2,4 |
| 51-60 yaş arası | 56,8 | 33,3 | 11,5 | 19,1 | 2,9 | 1,0 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 68,3 | 22,8 | 2,4 | 17,8 | 1,2 | 0,0 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 56,2 | 23,6 | 13,2 | 24,1 | 3,9 | 1,7 |
| Orta eğitim düzeyi | 33,8 | 34,7 | 37,2 | 14,7 | 15,2 | 4,2 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 26,8 | 49,5 | 32,7 | 12,9 | 19,6 | 2,3 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 43,9 | 21,3 | 30,0 | 21,2 | 9,1 | 3,1 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 36,6 | 47,0 | 25,8 | 13,8 | 14,9 | 3,0 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 32,3 | 58,9 | 27,0 | 7,5 | 23,8 | 2,0 |
| **ORTALAMA** | **40,5** | **33,1** | **28,2** | **17,7** | **12,0** | **3,0** |

## Radyo yayınlarını hangi ortam aracılığıyla dinlersiniz? (%)

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Klasik radyo | Araç radyosu | Cep telefonu | Ev sinema sistemi / uydu platformu | Bilgisayar / tablet (internetten) | Mp3 / mp4 çalar |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 44,8 | 22,2 | 22,4 | 24,6 | 7,1 | 2,3 |
| 1.001 – 2.000 TL | 42,6 | 31,5 | 27,4 | 17,1 | 11,8 | 3,2 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 32,7 | 40,8 | 33,0 | 15,7 | 15,5 | 3,4 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 41,9 | 39,7 | 37,6 | 11,7 | 14,9 | 2,0 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 25,6 | 46,9 | 43,8 | 12,9 | 17,6 | 4,2 |
| 5.001 TL ve üstü | 31,1 | 50,7 | 18,6 | 11,4 | 15,6 | 1,5 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım** | | | | | | |
| Marmara | 46,9 | 23,9 | 31,7 | 13,0 | 11,7 | 2,4 |
| Ege | 44,5 | 41,8 | 33,3 | 39,2 | 18,9 | 5,4 |
| Akdeniz | 28,1 | 42,7 | 25,2 | 21,1 | 9,1 | 1,1 |
| İç Anadolu | 37,7 | 44,2 | 21,6 | 10,9 | 10,4 | 4,0 |
| Karadeniz | 34,6 | 33,0 | 16,7 | 19,4 | 16,5 | 3,4 |
| Doğu Anadolu | 44,5 | 25,7 | 37,4 | 8,9 | 4,5 | 0,0 |
| Güneydoğu Anadolu | 20,5 | 28,3 | 24,1 | 20,9 | 8,7 | 3,8 |
| **ORTALAMA** | **40,5** | **33,1** | **28,2** | **17,7** | **12,0** | **3,0** |

## Radyo yayınlarını hangi ortam aracılığıyla dinlersiniz?

Demografik ve Sosyoekonomik Değişkenlere Göre Anlamlılık Düzeyleri

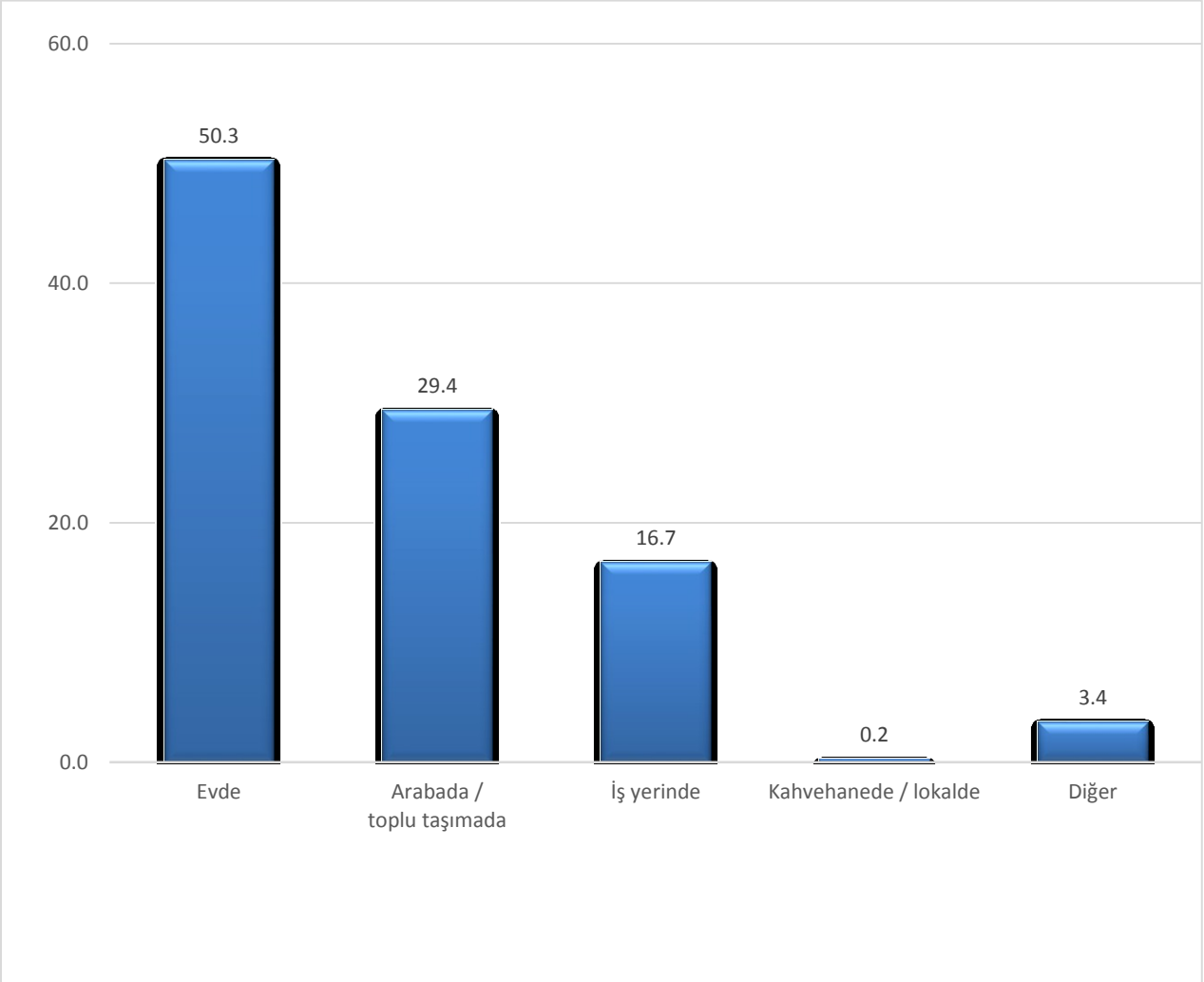
| | | Cinsiyet | Yaş grubu | Eğitim | Meslek | Gelir dağılımı | Coğrafi bölge |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Klasik radyo** | Cramer's V / Phi | **0,092** | **0,335** | **0,238** | **0,079** | **0,109** | **0,160** |
| | p | **0,000** | **0,000** | **0,000** | **0,000** | **0,000** | **0,000** |
| **Araç radyosu** | Cramer's V / Phi | **0,306** | **0,145** | **0,181** | **0,286** | **0,165** | **0,193** |
| | p | **0,000** | **0,000** | **0,000** | **0,000** | **0,000** | **0,000** |
| **Ev sinema sistemi / Uydu ptatformu** | Cramer's V / Phi | **0,148** | 0,063 | **0,122** | **0,108** | **0,105** | **0,244** |
| | p | **0,000** | 0,190 | **0,000** | **0,000** | **0,000** | **0,000** |
| **Bilgisayar / Tablet** | Cramer's V / Phi | 0,036 | **0,198** | **0,135** | **0,081** | **0,068** | **0,078** |
| | p | 0,191 | **0,000** | **0,000** | **0,000** | **0,011** | **0,002** |
| **Mp3 / mp4 çalar (internetten)** | Cramer's V / Phi | 0,007 | **0,137** | **0,066** | 0,011 | 0,035 | **0,081** |
| | p | 0,728 | **0,000** | **0,004** | 0,851 | 0,697 | **0,011** |
| **Cep Telefonu** | Cramer's V / Phi | **0,098** | **0,429** | **0,245** | 0,045 | **0,124** | **0,122** |
| | p | **0,000** | **0,000** | **0,000** | 0,075 | **0,000** | **0,000** |

Radyo yayınlarının dinlendiği ortam ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; klasik radyo ile cinsiyet, yaş grupları, eğitim düzeyi, meslek grubu, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Klasik radyodan dinleme kadınlarda, düşük eğitim düzeylilerde, birinci meslek grubunda ve alt gelir gruplarında daha çok görülmektedir.

Araç radyosundan dinleme ile cinsiyet, yaş grupları, eğitim düzeyi, meslek grubu, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arasında anlamlı bir ilişki vardır. Araç radyosu dinleyenler ise erkeklerde, orta yaş gruplarında, ikinci ve üçüncü meslek gruplarında, yüksek eğitim düzeylerinde ve yüksek gelir gruplarında daha çok görülmektedir.

Cep telefonundan radyo dinleme ile cinsiyet, yaş grupları eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arasında anlamlı bir ilişki vardır. Cep telefonundan radyo dinleyenler yine kadınlarda, genç yaş gruplarında ve yüksek gelir gruplarında daha çok görülmektedir.

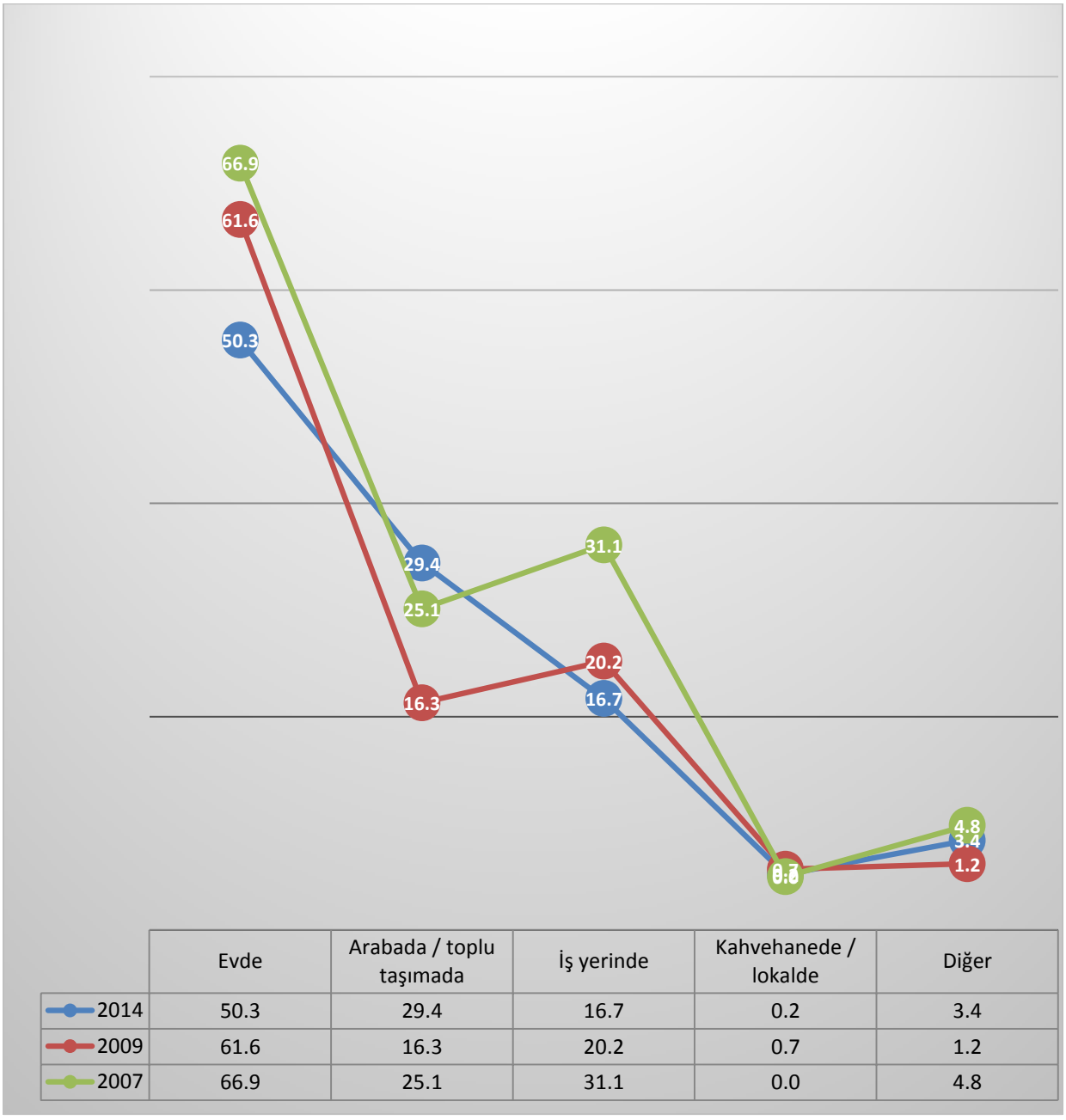
**Radyo yayınlarını en çok nerede dinlersiniz? (%)**




"Radyo yayınlarını en çok nerede dinlersiniz?" sorusuna "evde" dinlediğini belirtenler %50,3, "arabada / toplu taşımada" diyenler %29,4, "iş yerinde" diyenler %16,7'dir.

## Radyo yayınlarını en çok nerede dinlersiniz? (%)

**2007 – 2009 –2014 Kıyas**




| | Evde | Arabada / toplu taşımada | İş yerinde | Kahvehanede / lokalde | Diğer |
|---|---|---|---|---|---|
| 2014 | 50.3 | 29.4 | 16.7 | 0.2 | 3.4 |
| 2009 | 61.6 | 16.3 | 20.2 | 0.7 | 1.2 |
| 2007 | 66.9 | 25.1 | 31.1 | 0.0 | 4.8 |

2007 – 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmaları" nın incelenmesi sonucunda radyo yayınlarının dinlendiği yer bakımından yıllar itibariyle evde ve iş yerinde dinlemenin azaldığı, arabada ve toplu taşımalarda ise arttığı tespit edilmiştir.

## Radyo yayınlarını en çok nerede dinlersiniz? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Evde | Arabada / toplu taşımada | İşyerinde | Kahvehanede / lokalde | Diğer | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım[7]** | | | | | | |
| Kadın | 69,2 | 17,6 | 10,4 | 0,0 | 2,7 | **100,0** |
| Erkek | 31,4 | 41,3 | 23,0 | 0,5 | 3,9 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım[8]** | | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 48,9 | 32,6 | 9,7 | 0,3 | 8,6 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 42,9 | 33,2 | 15,0 | 0,7 | 8,2 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 45,9 | 32,0 | 20,7 | 0,0 | 1,4 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 42,7 | 35,6 | 18,6 | 0,0 | 3,2 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 42,3 | 31,6 | 24,3 | 0,0 | 1,8 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 42,6 | 29,7 | 26,0 | 0,2 | 1,4 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 62,4 | 25,3 | 10,3 | 0,3 | 1,7 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 73,1 | 16,9 | 8,6 | 0,7 | 0,7 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım[9]** | | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 66,1 | 17,3 | 15,1 | 0,5 | 1,1 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 44,8 | 32,3 | 18,1 | 0,2 | 4,5 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 32,0 | 47,9 | 15,6 | 0,0 | 4,5 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım[10]** | | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 72,1 | 20,4 | 2,7 | 0,2 | 4,6 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 22,8 | 40,3 | 34,9 | 0,3 | 1,7 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 20,6 | 47,4 | 28,9 | 0,0 | 3,1 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **50,3** | **29,4** | **16,7** | **0,2** | **3,3** | **100,0** |

[7] Cramer's V=0,381 p=0,000
[8] Cramer's V=0,148 p=0,000
[9] Cramer's V=0,195 p=0,000
[10] Cramer's V=0,394 p=0,000

## Radyo yayınlarını en çok nerede dinlersiniz? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Evde | Arabada / toplu taşımada | İşyerinde | Kahvehanede / lokalde | Diğer | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[11] | | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 64,3 | 18,2 | 14,5 | 0,2 | 2,8 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 51,7 | 28,9 | 16,6 | 0,2 | 2,6 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 42,2 | 37,3 | 16,4 | 0,2 | 3,8 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 39,0 | 29,3 | 25,0 | 0,0 | 6,7 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 37,2 | 37,2 | 20,2 | 0,0 | 5,3 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 24,2 | 53,5 | 13,1 | 3,0 | 6,1 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[12] | | | | | | |
| Marmara | 50,2 | 25,0 | 20,0 | 0,0 | 4,9 | **100,0** |
| Ege | 49,4 | 26,9 | 21,1 | 0,6 | 2,0 | **100,0** |
| Akdeniz | 48,9 | 38,7 | 11,7 | 0,0 | 0,7 | **100,0** |
| İç Anadolu | 44,0 | 38,1 | 14,2 | 0,2 | 3,5 | **100,0** |
| Karadeniz | 56,4 | 28,8 | 14,1 | 0,0 | 0,6 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 65,4 | 27,1 | 2,8 | 0,9 | 3,7 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 58,5 | 23,2 | 14,1 | 2,1 | 2,1 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **50,3** | **29,4** | **16,7** | **0,2** | **3,3** | **100,0** |

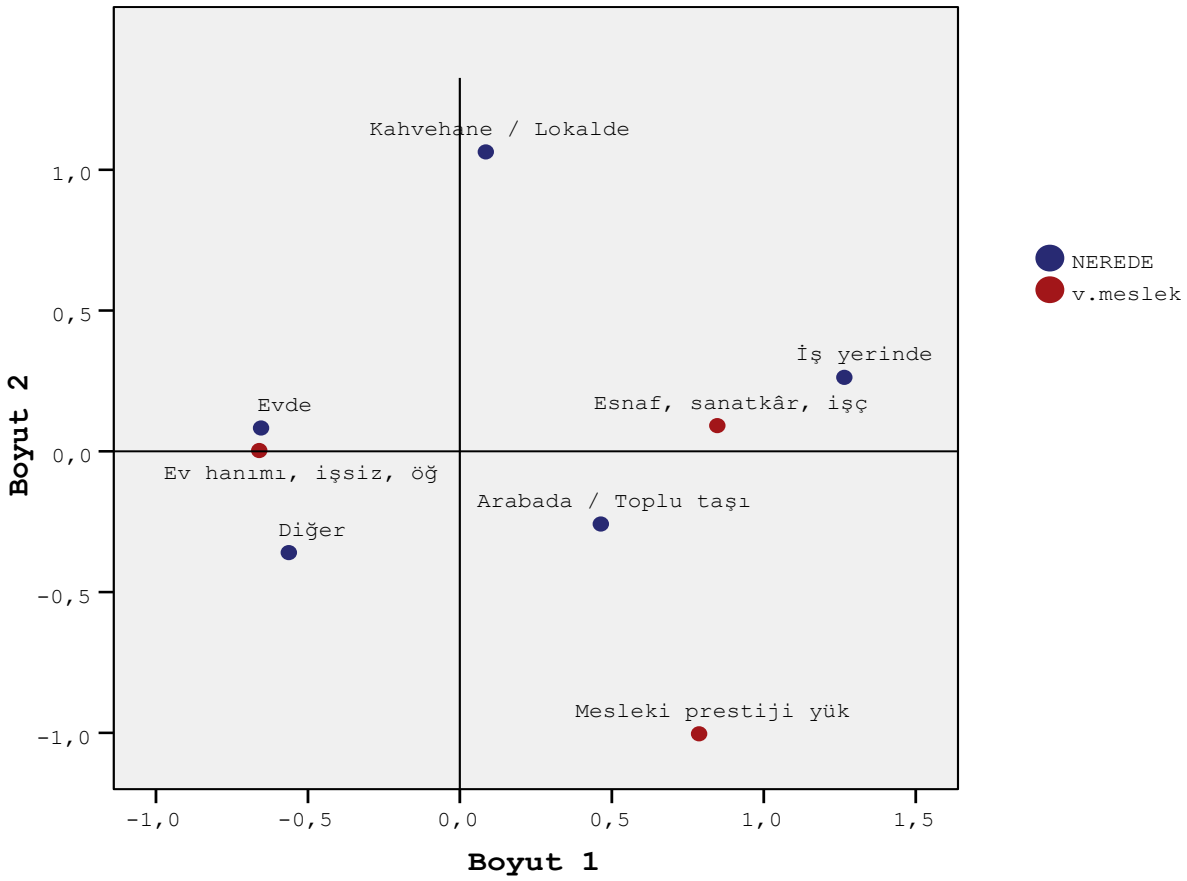
Radyo yayınlarının en çok nereden dinlendiği ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi sonucunda, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle radyo yayınlarının en çok nereden dinlendiği ile cinsiyet, yaş grupları, eğitim düzeyleri, meslek grupları, gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Evde radyo dinlediğini belirtenler en çok kadınlar, ileri yaş grupları, düşük eğitim düzeyliler, birinci meslek grupları ve alt gelir gruplarıdır. Arabada/ toplu taşımada ve iş yerinde radyo dinlediğini belirtenler en çok erkekler, genç ve orta yaş grupları, orta ve yüksek düzey eğitimliler, ikinci ve üçüncü meslek grupları ile orta ve üst düzey gelir gruplarıdır. Eğitim ve gelir düzeyi arttıkça evde radyo dinlemenin arabada ve toplu taşımada radyo dinlemeye kaydığı tespit edilmiştir.

[11] Cramer's V=0,123 p=0,000
[12] Cramer's V=0,107 p=0,000

**Radyo yayınlarını en çok nerede dinlersiniz? (%)**

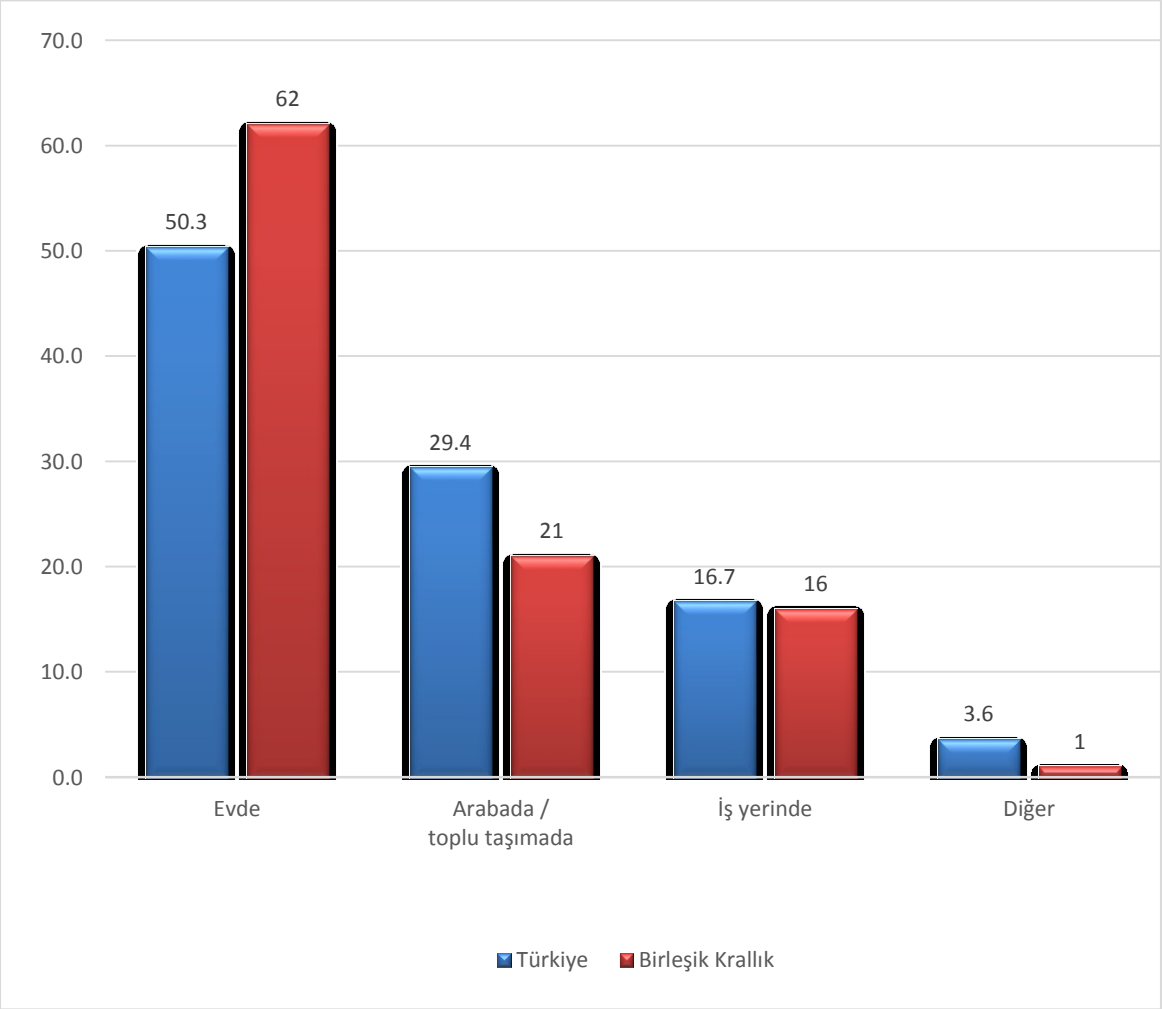
Meslek değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda radyo yayınlarının en çok nereden dinlendiği ile en yüksek ilişkinin meslek değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer meslek gruplarına göre birinci meslek grubunun evde, ikinci meslek grubunun işyerinde ve üçüncü meslek grubunun ise arabada/toplu taşımada radyo dinlediği ifade edilebilir.

**Radyo yayınlarını en çok nerede dinlersiniz? (%)**

**Türkiye / Birleşik Krallık Kıyaslaması**




Ofcom tarafından gerçekleştirilmiş olan "The Communications Market 2014" Araştırmasının 3. Bölümünde yer alan "Radio and Audio" kısmında yer alan 2014 yılı birinci çeyreğine ilişkin radyo dinleme mekanları incelendiğinde; radyo Birleşik Krallık örneğine paralel olarak Türkiye'de de en çok evde dinlenmektedir. Yine Birleşik Krallık örneğinde olduğu gibi Türkiye'de de radyonun ikinci sırada arabada ve üçüncü sırada da iş yerinde dinlenildiği tespit edilmiştir.[13]

[13] Ofcom, The Communications Market 2014, s.237

# ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

# HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU
# GÜNLÜK RADYO DİNLEME SÜRESİ

Bu bölümde radyo dinleme düzeyi ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Görüşülen kişilere "Hafta içi / sonu günde ortalama kaç saat radyo dinliyorsunuz?" şeklinde iki soru yöneltilmiştir. Cevaplar oransal ölçek düzeyinde alınmış daha sonra 10'lu ölçeğe dönüştürülerek değerlendirilmiştir.

Aşağıda bu sorulara verilen cevapların frekans dağılımları ile bağımsız değişkenlere ilişkin çapraz tablolara yer verilmiştir.

- ✓ **Hafta içi günlük ortalama radyo dinleme süresi 3 saat 23 dakika.**

- ✓ **Hafta içi radyoyu en az Akdeniz Bölgesi dinlemektedir.**

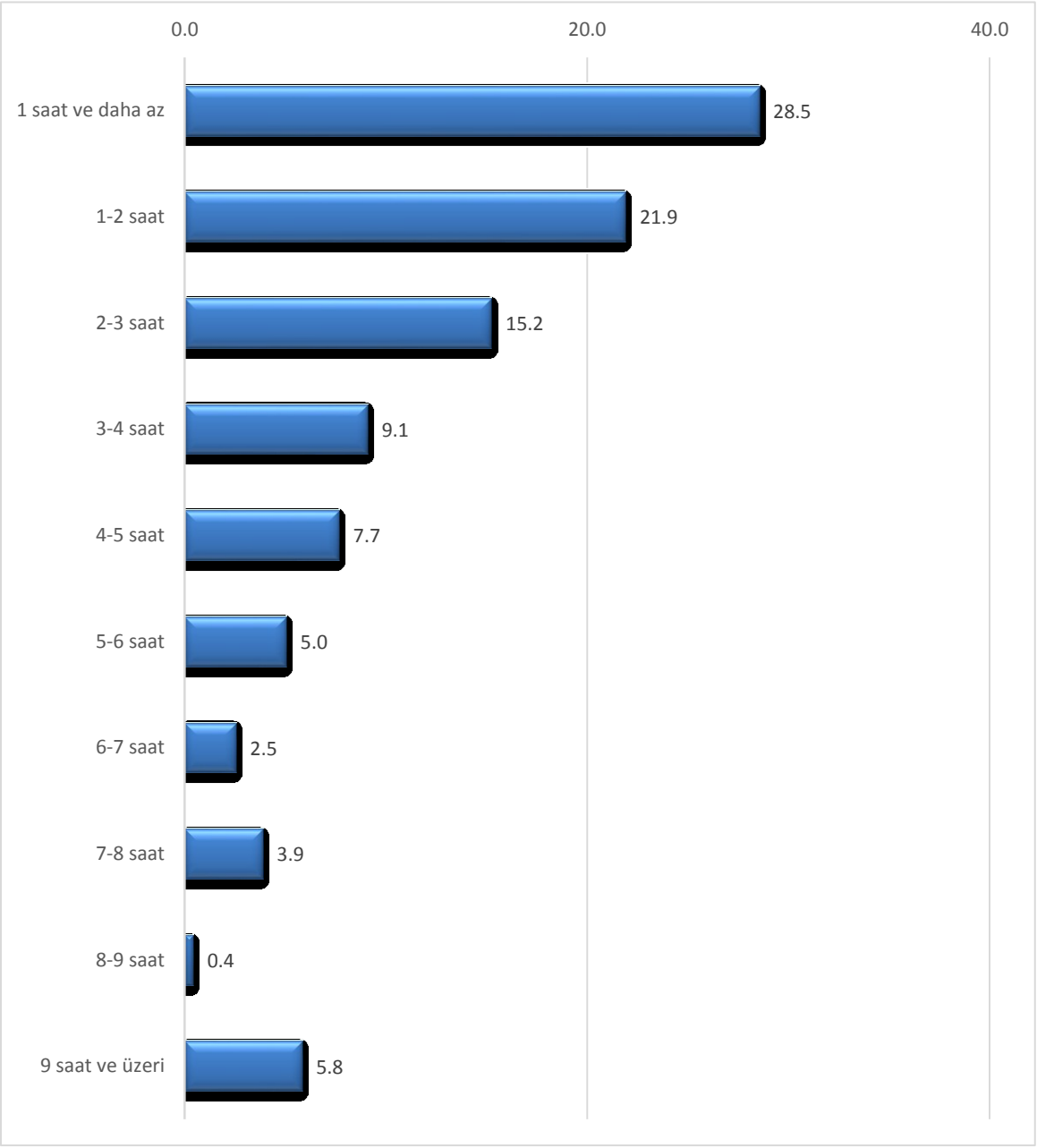
- ✓ **Hafta sonu günlük ortalama radyo dinleme süresi 2 saat 42 dakika.**

- ✓ **Yıllar itibariyle günlük radyo dinleme süresinde düşüş gözlenmiştir.**

- ✓ **EBU (European Broadcasting Union) araştırmasıyla karşılaştırıldığında Türkiye AB ülkeleri arasında radyo dinleme süresi bakımından 3. sırada yer almaktadır.**

- ✓ **OFCOM'un yaptığı araştırmayla karşılaştırıldığında gençlerimiz Birleşik Krallıktaki gençlere göre daha çok radyo dinlemektedir**

## Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (%)




Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresine bakıldığında 1 saat ve daha az dinlediğini belirtenler %28,5, 1-2 saat arası dinleyenler %21,9, 2-3 saat arası dinleyenler %15,2, 9 saat ve üzeri diyenler %5,8'dir. Hafta içi günlük ortalama radyo dinleme süresi 3 saat 23 dakika olarak tespit edilmiştir. Radyo dinleme süresi arttıkça, dinleyenlerin oranı düşmekte iken, 9 saat ve üzeri radyo dinleyenlerin oranının %5,8 olarak gerçekleşmesi radyosunun sürekli açık olduğunu belirten radyo dinleyicilerinden kaynaklanmaktadır.

**Hafta içi günlük ortalama radyo dinleme süresi 3 saat 23 dakika** olarak tespit edilmiştir.

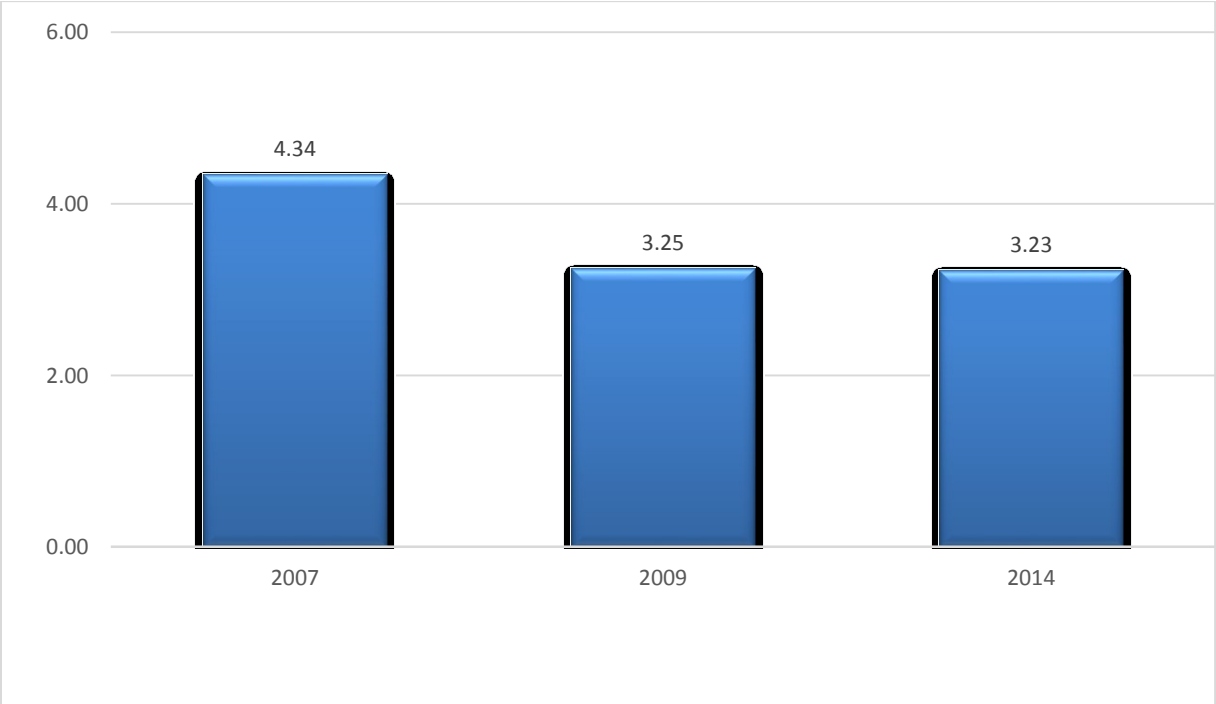
## Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat) (%)

**2007 – 2009 – 2014 Kıyas**

| | 2007 | 2009 | 2014 |
|---|---|---|---|
| **1 saat ve daha az** | 24,9 | 26,2 | 28,5 |
| **1-2 saat** | 22,0 | 27,1 | 21,9 |
| **2-3 saat** | 12,0 | 14,9 | 15,2 |
| **3-4 saat** | 9,3 | 7,7 | 9,1 |
| **4-5 saat** | 6,8 | 6,4 | 7,7 |
| **5-6 saat** | 4,8 | 3,5 | 5,0 |
| **6-7 saat** | 2,5 | 1,8 | 2,5 |
| **7-8 saat** | 3,8 | 4,5 | 3,9 |
| **8-9 saat** | 0,8 | 0,7 | 0,4 |
| **9 saat ve üzeri** | 12,9 | 7,2 | 5,8 |

## Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat,Dakika)

**2007– 2009 –2014 Kıyas**




2007 – 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmaları" nın incelenmesi sonucunda hafta içi günlük ortalama radyo dinleme süresinin yıllar itibariyle azaldığı görülmektedir.

## Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | ORTALAMA SAAT / DAKİKA | STANDART SAPMA |
|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | |
| Kadın | 3 sa 11 dk | 2,610 |
| Erkek | 3 sa 34 dk | 3,069 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | |
| 15-20 yaş arası | 3 sa 10 dk | 2,889 |
| 21-25 yaş arası | 3 sa 20 dk | 2,731 |
| 26-30 yaş arası | 3 sa 37 dk | 3,034 |
| 31-35 yaş arası | 3 sa 40 dk | 3,109 |
| 36-40 yaş arası | 3 sa 41 dk | 3,222 |
| 41-50 yaş arası | 3 sa 10 dk | 2,617 |
| 51-60 yaş arası | 3 sa 19 dk | 2,627 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 3 sa 16 dk | 2,723 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 3 sa 25 dk | 2,912 |
| Orta eğitim düzeyi | 3 sa 23 dk | 2,817 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 3 sa 14 dk | 2,849 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 2 sa 58 dk | 2,497 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 3 sa 56 dk | 3,215 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 3 sa 23 dk | 2,781 |

## Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

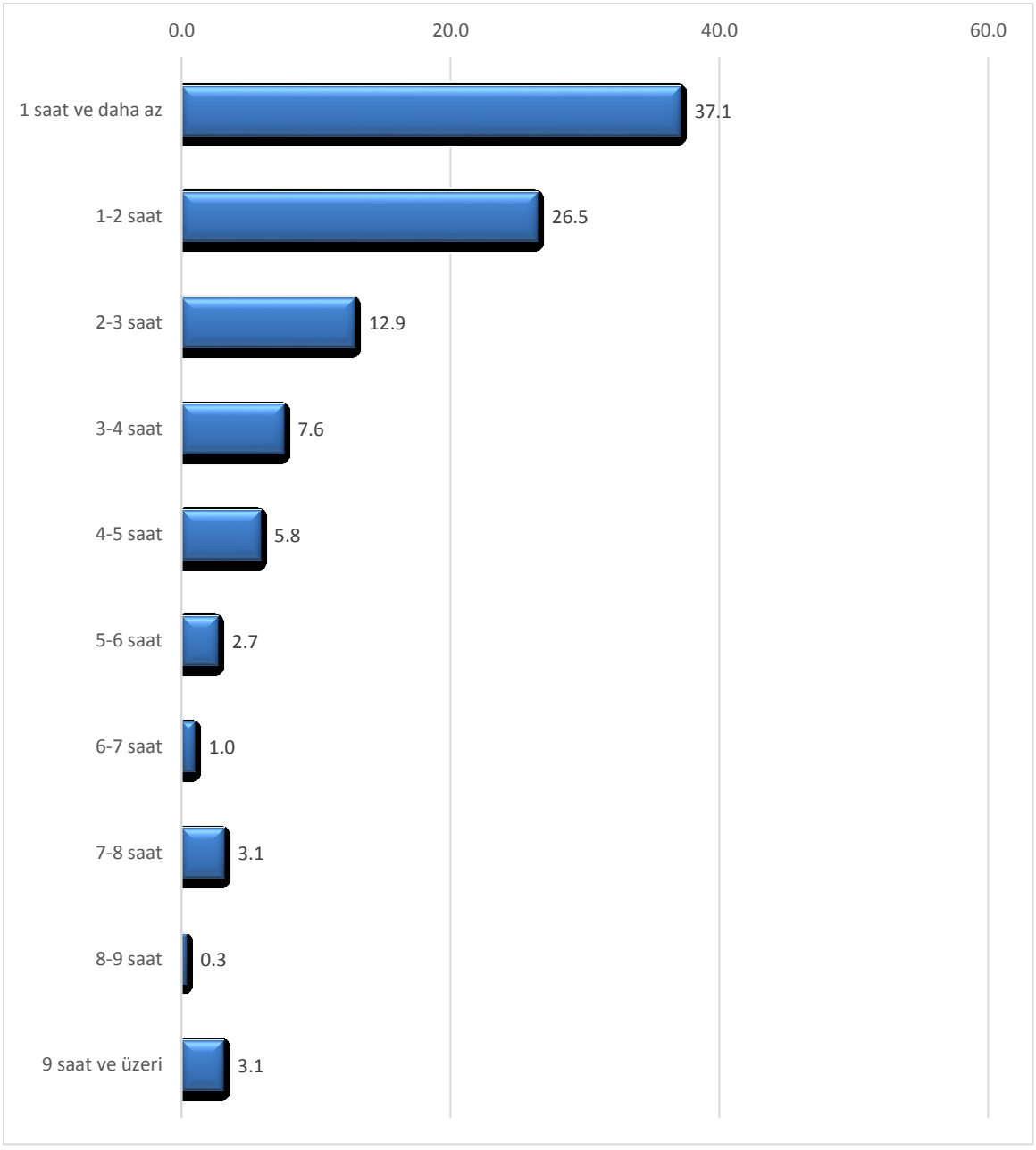
| | ORTALAMA SAAT / DAKİKA | STANDART SAPMA |
|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | |
| 1.000 TL ve altı | 3 sa 15 dk | 2,752 |
| 1.001 – 2.000 TL | 3 sa 17 dk | 2,922 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 3 sa 26 dk | 2,815 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 3 sa 46 dk | 2,892 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 3 sa 32 dk | 2,695 |
| 5.001 TL ve üstü | 3 sa 23 dk | 2,548 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım** | | |
| Marmara | 3 sa 41 dk | 2,842 |
| Ege | 3 sa 42 dk | 3,554 |
| Akdeniz | 2 sa 5 dk | 1,763 |
| İç Anadolu | 3 sa 42 dk | 3,026 |
| Karadeniz | 2 sa 47 dk | 1,778 |
| Doğu Anadolu | 2 sa 55 dk | 2,651 |
| Güneydoğu Anadolu | 2 sa 51 dk | 2,330 |

"Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi" cinsiyet değişkeni açısından incelendiğinde, p değeri 0,00< 0,05 olarak hesaplanmıştır. Verilen cevaplara göre bu sonuç, % 95 güvenilirlikle hafta içi radyo dinleme süresi açısından cinsiyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğunu ifade etmektedir. Yapılan t-testi sonucunda erkeklerin hafta içi kadınlara göre daha fazla radyo dinledikleri tespit edilmiştir.

"Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi" meslek değişkeni açısından incelendiğinde p değeri 0,00< 0,05 olarak hesaplanmıştır. Verilen cevaplara göre bu sonuç, % 95 güvenilirlikle meslek grupları arasında en az birinin istatistiksel olarak farklı olduğu anlamına gelmektedir. Uygulanan varyans analizi sonucunda öncelikle farklılığın olup olmadığı araştırılmış ve daha sonra, varsa farklılığın hangi kategoriler arasında olduğunu belirlemek için Tamhane's T2 testi kullanılarak çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Yapılan Tamhane's T2 testi sonucunda 1. grup (ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) ile 2. grup (esnaf, sanatkâr, işçi, memur) arasında hafta içi günlük ortalama radyo dinleme süresi bakımından anlamlı bir fark olduğu, 2. gruptakilerin 1. gruptakilere göre hafta içi günlük ortalama radyo dinleme süresinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

"Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi" coğrafi bölge değişkeni açısından incelendiğinde p değeri 0,00< 0,05 olarak hesaplanmıştır. Verilen cevaplara göre bu sonuç, % 95 güvenilirlikle coğrafi bölgeler arasında en az birinin istatistiksel olarak farklı olduğu anlamına gelmektedir. Uygulanan varyans analizi sonucunda öncelikle farklılığın olup olmadığı araştırılmış ve daha sonra, varsa farklılığın hangi kategoriler arasında olduğunu belirlemek için Tamhane's T2 testi kullanılarak çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Yapılan Tamhane's T2 testi sonucunda Akdeniz Bölgesinin diğer tüm bölgelerden farklı olduğu gözlenmiştir. Akdeniz Bölgesinde yaşayan insanların diğer bölgelere göre daha az radyo dinlediği ifade edilebilir.

## Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (%)




Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresine bakıldığında 1 saat ve daha az dinlediğini belirtenler %37,1, 1-2 saat arası dinleyenler %26,5, 2-3 saat arası dinleyenler %12,9, 9 saat ve üzeri diyenler %3,1'dir.

**Hafta sonu günlük ortalama radyo dinleme süresi 2 saat 42 dakika** olarak tespit edilmiştir.

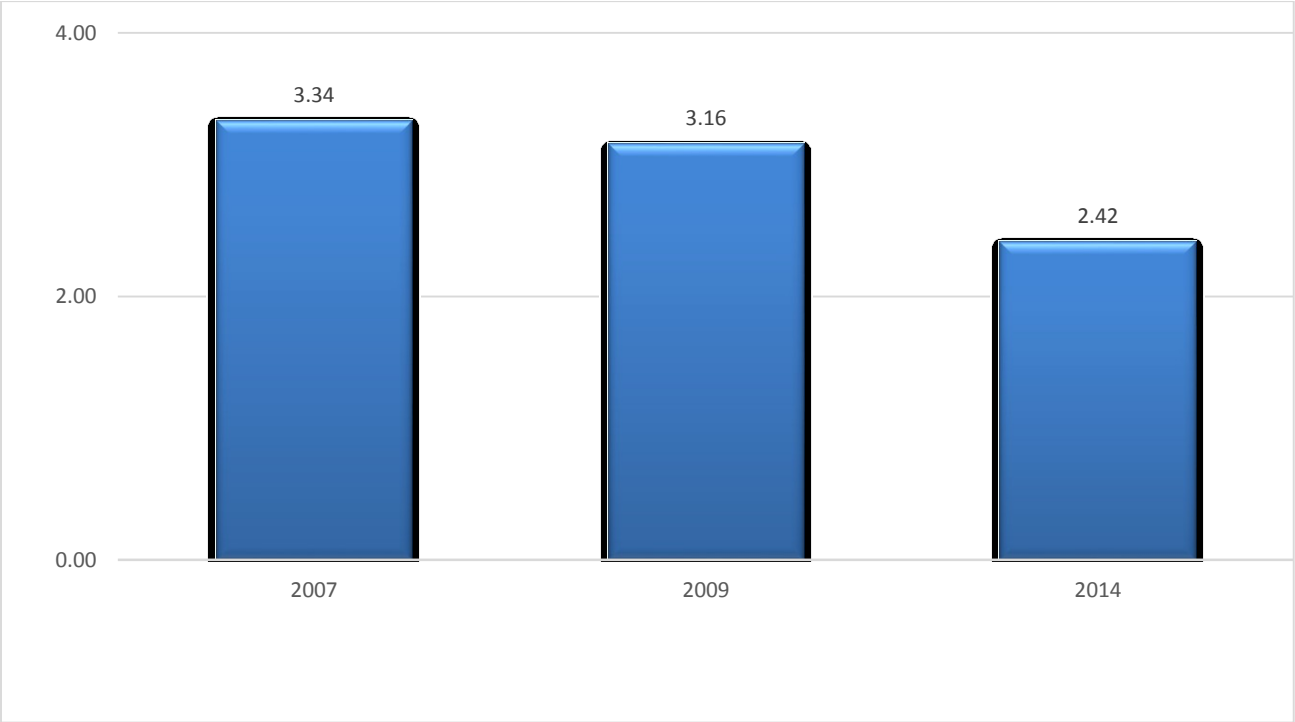
## Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

**2007– 2009 –2014 Kıyas**

| | 2007 | 2009 | 2014 |
|---|---|---|---|
| **1 saat ve daha az** | 30,4 | 28,5 | 37,1 |
| **1-2 saat** | 24,0 | 27,3 | 26,5 |
| **2-3 saat** | 10,3 | 13,5 | 12,9 |
| **3-4 saat** | 9,9 | 7,9 | 7,6 |
| **4-5 saat** | 5,6 | 6,7 | 5,8 |
| **5-6 saat** | 5,2 | 3,4 | 2,7 |
| **6-7 saat** | 1,9 | 1,9 | 1,0 |
| **7-8 saat** | 3,3 | 3,3 | 3,1 |
| **8-9 saat** | 0,6 | 0,9 | 0,3 |
| **9 saat ve üzeri** | 8,9 | 6,5 | 3,1 |

## Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat,Dakika)

**2007– 2009 –2014 Kıyas**




2007 – 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmaları" nın incelenmesi sonucunda hafta sonu günlük ortalama radyo dinleme süresinin yıllar itibariyle azaldığı görülmektedir.

## Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | ORTALAMA SAAT / DAKİKA | STANDART SAPMA |
|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | |
| Kadın | 2 sa 34 dk | 2,147 |
| Erkek | 2 sa 51 dk | 2,537 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | |
| 15-20 yaş arası | 2 sa 29 dk | 2,143 |
| 21-25 yaş arası | 2 sa 47 dk | 2,407 |
| 26-30 yaş arası | 2 sa 49 dk | 2,446 |
| 31-35 yaş arası | 2 sa 52 dk | 2,538 |
| 36-40 yaş arası | 2 sa 54 dk | 2,561 |
| 41-50 yaş arası | 2 sa 34 dk | 2,147 |
| 51-60 yaş arası | 2 sa 46 dk | 2,445 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 2 sa 34 dk | 2,246 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 2 sa 47 dk | 2,515 |
| Orta eğitim düzeyi | 2 sa 41 dk | 2,352 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 2 sa 33 dk | 1,930 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 2 sa 23 dk | 1,918 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 3 sa 9 dk | 2,816 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 2 sa 44 dk | 2,083 |

## Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

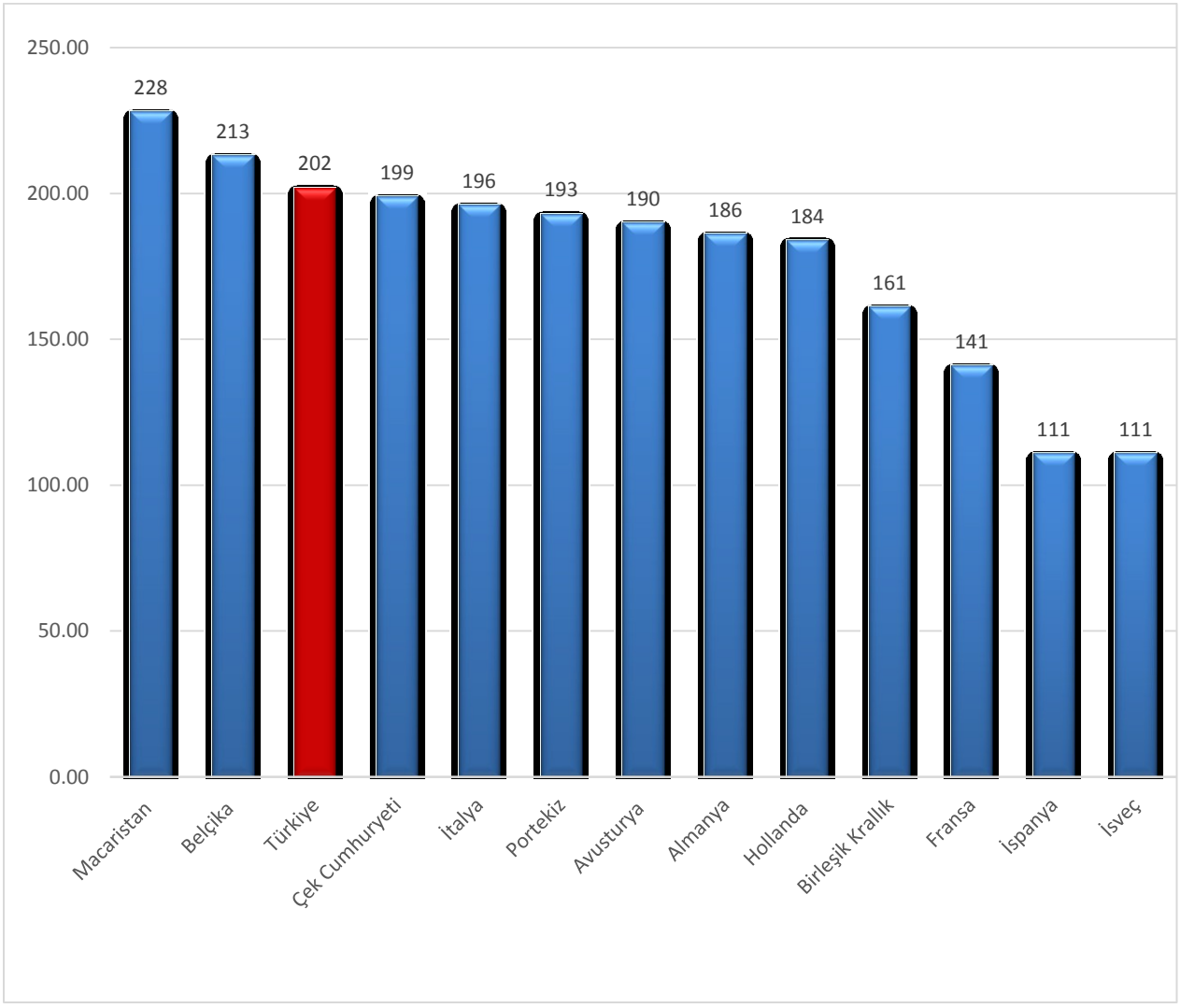
| | ORTALAMA SAAT / DAKİKA | STANDART SAPMA |
|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | |
| 1.000 TL ve altı | 2 sa 31 dk | 2,421 |
| 1.001 – 2.000 TL | 2 sa 43 dk | 2,370 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 2 sa 44 dk | 2,244 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 2 sa 55 dk | 2,306 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 3 sa 13 dk | 2,830 |
| 5.001 TL ve üstü | 2 sa 46 dk | 2,128 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım** | | |
| Marmara | 2 sa 53 dk | 2,349 |
| Ege | 2 sa 46 dk | 2,707 |
| Akdeniz | 2 sa 2 dk | 1,481 |
| İç Anadolu | 2 sa 45 dk | 2,500 |
| Karadeniz | 2 sa 16 dk | 1,478 |
| Doğu Anadolu | 2 sa 42 dk | 2,607 |
| Güneydoğu Anadolu | 2 sa 50 dk | 2,544 |

"Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi" cinsiyet değişkeni açısından incelendiğinde, p değeri 0,00< 0,05 olarak hesaplanmıştır. Verilen cevaplara göre bu sonuç, % 95 güvenilirlikle hafta sonu radyo dinleme süresi açısından cinsiyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğunu ifade etmektedir. Yapılan t-testi sonucunda erkeklerin hafta sonu kadınlara göre daha fazla radyo dinledikleri tespit edilmiştir.

"Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi" meslek değişkeni açısından incelendiğinde p değeri 0,00< 0,05 olarak hesaplanmıştır. Verilen cevaplara göre bu sonuç, % 95 güvenilirlikle meslek grupları arasında en az birinin istatistiksel olarak farklı olduğu anlamına gelmektedir. Uygulanan varyans analizi sonucunda öncelikle farklılığın olup olmadığı araştırılmış ve daha sonra, varsa farklılığın hangi kategoriler arasında olduğunu belirlemek için Tamhane's T2 testi kullanılarak çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Yapılan Tamhane's T2 testi sonucunda 1. grup (ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) ile 2. grup (esnaf, sanatkâr, işçi, memur) arasında hafta sonu günlük ortalama radyo dinleme süresi bakımından anlamlı bir fark olduğu, 2. gruptakilerin 1. gruptakilere göre hafta sonu günlük ortalama radyo dinleme süresinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

"Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi" coğrafi bölge değişkeni açısından incelendiğinde p değeri 0,00< 0,05 olarak hesaplanmıştır. Verilen cevaplara göre bu sonuç, % 95 güvenilirlikle coğrafi bölgeler arasında en az birinin istatistiksel olarak farklı olduğu anlamına gelmektedir. Uygulanan varyans analizi sonucunda öncelikle farklılığın olup olmadığı araştırılmış ve daha sonra, varsa farklılığın hangi kategoriler arasında olduğunu belirlemek için Tamhane's T2 testi kullanılarak çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Yapılan Tamhane's T2 testi sonucunda Akdeniz Bölgesinin, Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgeleri dışında diğer tüm bölgelerden radyo dinleme süresi bakımından farklı olduğu gözlenmiştir. Akdeniz Bölgesinin söz konusu iki bölge hariç diğer tüm bölgelerden daha az radyo dinlediği tespit edilmiştir.

## Günlük ortalama radyo dinleme süresinin ülkelere göre dağılımı

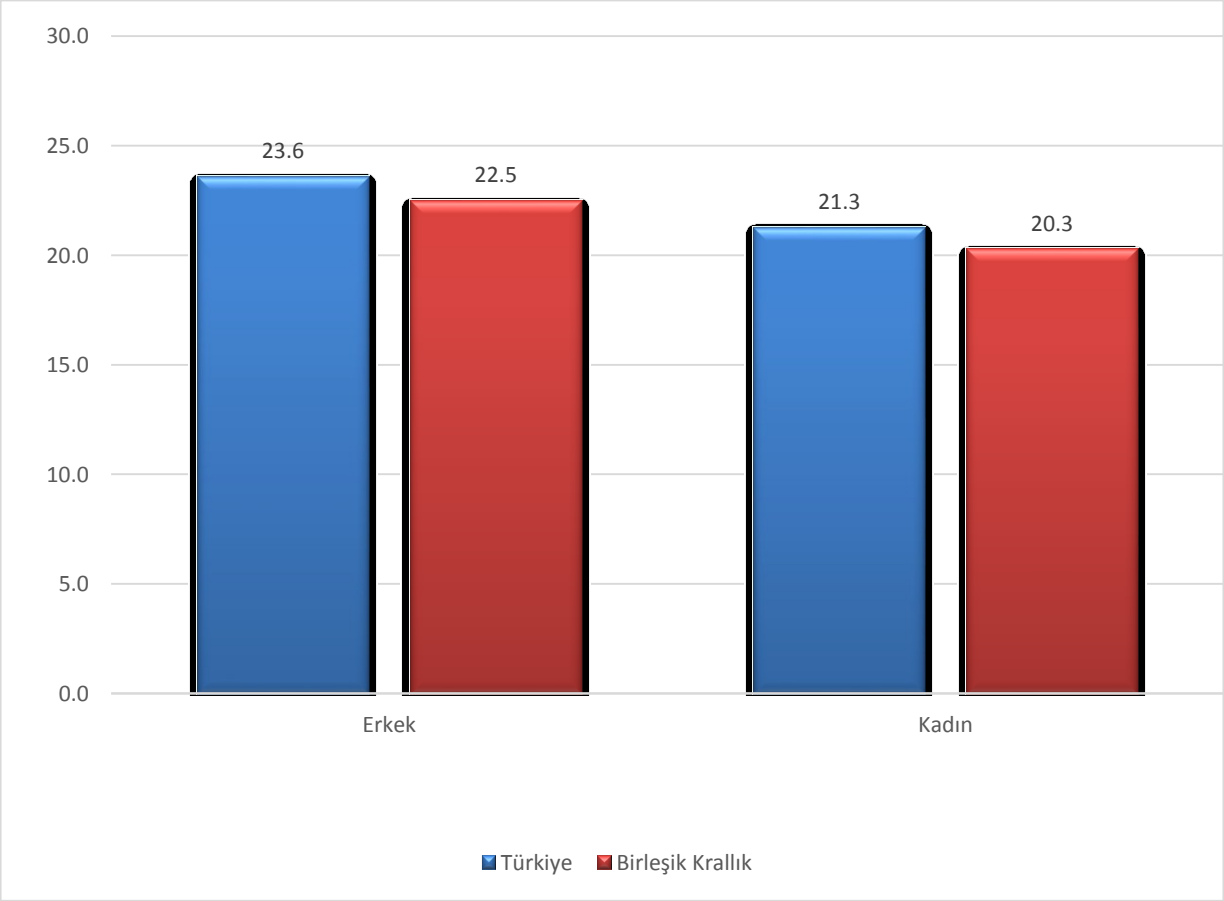



Kaynak: EBU üye ülke verileri.

Avrupa ülkeleri kapsamında 2013 yılına ilişkin günlük ortalama radyo dinleme süreleri dikkate alındığında; Türkiye'nin, günlük ortalama 228 dakika radyo dinleyen Macaristan ve 213 dakika dinleyen Belçika'dan sonra 202 dakika dinleme ile üçüncü sırada olduğu tespit edilmiştir.

**Cinsiyet bakımından haftalık ortalama radyo dinleme süreleri (saat)**

**Türkiye - Birleşik Krallık Kıyaslaması**

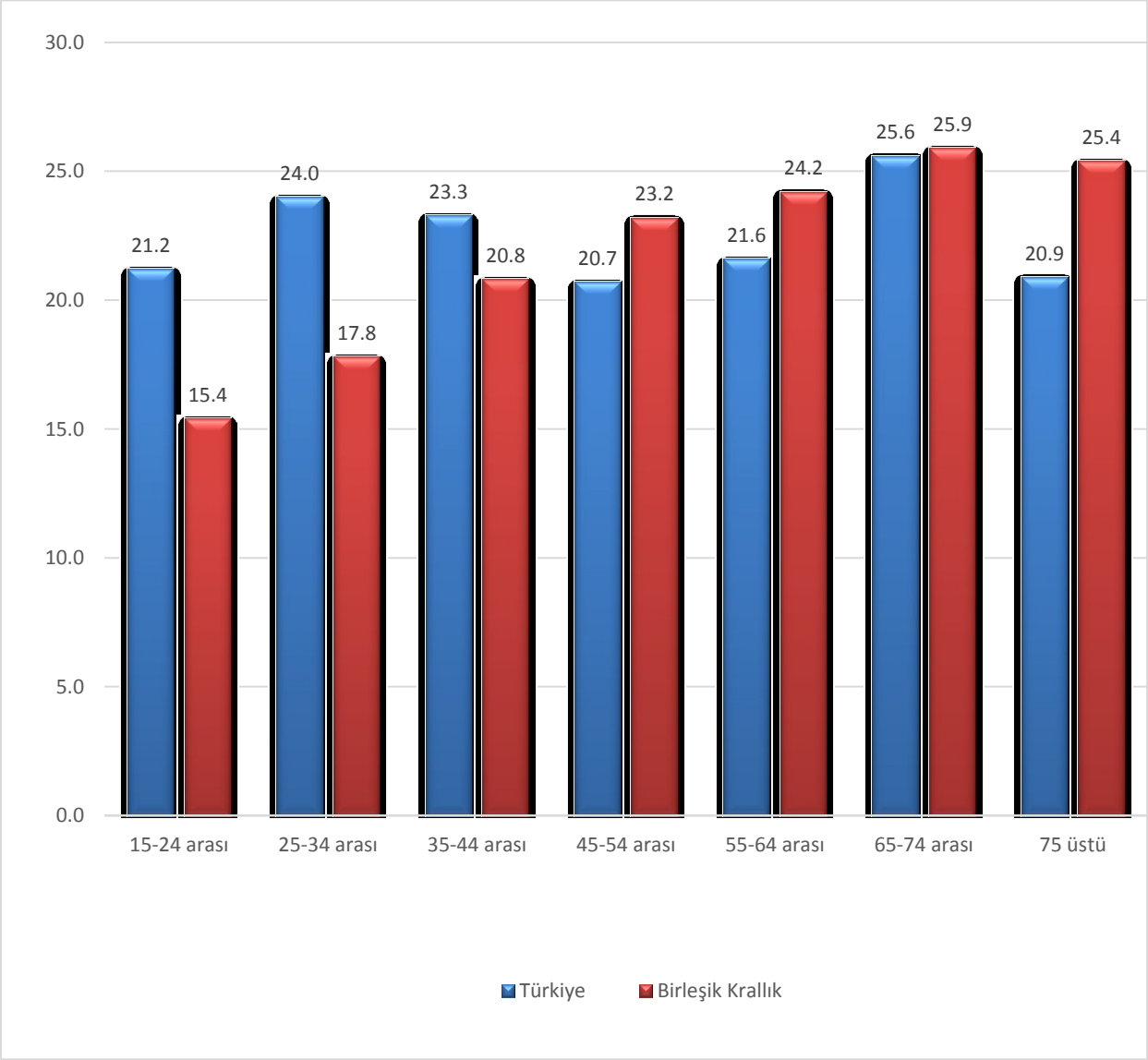



Ofcom tarafından yapılan araştırma sonuçları neticesinde 2014 yılının birinci çeyreğinde cinsiyet bakımından haftalık ortalama radyo dinleme süreleri incelendiğinde Birleşik Krallık 'ta erkeklerin kadınlara göre daha fazla radyo dinledikleri tespit edilmiştir. Bu bakımdan Birleşik Krallık, Türkiye örneği ile benzerlik göstermektedir.[14]

[14] Ofcom, TheCommunications Market 2014, s.236

**Yaş grupları bakımından haftalık ortalama radyo dinleme süreleri (saat)**

**Türkiye - Birleşik Krallık Kıyaslaması**




Ofcom tarafından yapılan araştırma sonuçları neticesinde 2014 yılının birinci çeyreğinde yaş grupları bakımından haftalık ortalama radyo dinleme süreleri incelendiğinde; Türkiye'de genç yaş gruplarında radyo dinleme süreleri Birleşik Krallıktakilere nazaran daha fazla iken orta ve ileri yaş gruplarında ise Birleşik Krallık'ta radyo dinleme süresinin Türkiye'ye göre daha fazla olduğu görülmektedir.[15]

[15] Ofcom, The Communications Market 2014, s.236

# DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

# HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU
# RADYO DİNLEME SAAT DİLİMLERİ

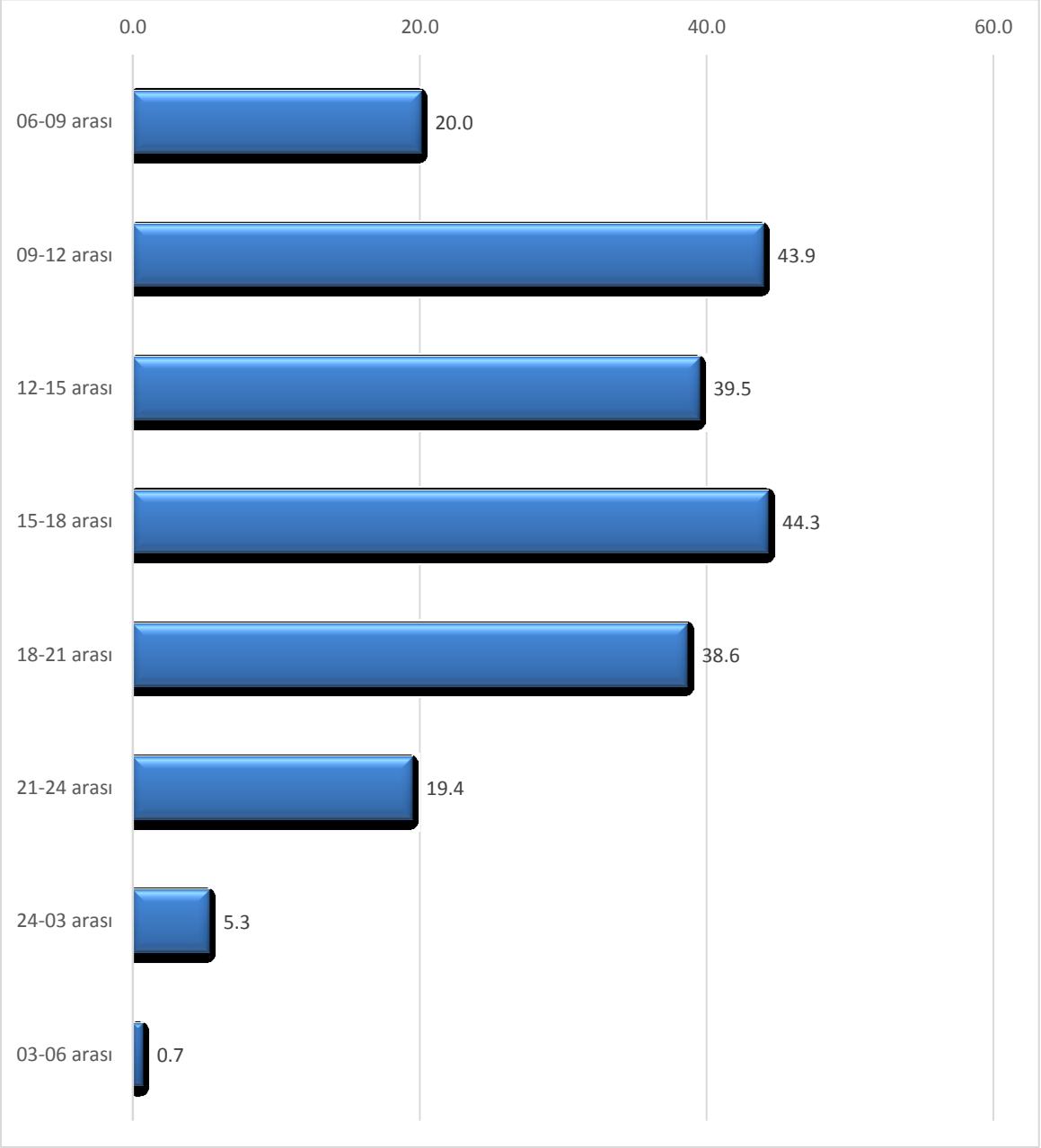
Bu bölümde radyo dinleme saatleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Görüşülen kişilere "Hafta içi / sonu, en çok hangi saat aralıklarında radyo dinlersiniz?" şeklinde iki soru yöneltilmiştir. Cevaplar "1 – 06-09 arası", "2 – 09-12 arası", "3 – 12-15 arası", "4 – 15-18 arası", "5 – 18-21 arası", "6 – 21-24 arası", "7 – 24-03 arası" ve "8 – 03-06 arası" şeklinde alınmıştır.

Aşağıda bu sorulara verilen cevapların frekans dağılımları ile bağımsız değişkenlere ilişkin çapraz tablolar incelenmektedir.

- ✓ **Hafta içi en çok radyo dinleme 09-12 ve 15-18 saat dilimleri arasındadır.**
- ✓ **Hafta sonu radyo dinlemenin yoğunlaştığı zaman aralığı 15-18 saatleri arasındadır.**
- ✓ **Genç kuşak radyoyu gece dinlemektedir.**

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

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir




Hafta içi radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılımın incelenmesi neticesinde, katılımcıların en çok %44,3 ile 15 – 18 saatleri arasında radyo dinlediği, daha sonra sırasıyla 09 - 12 saatleri arasında %43,9, 12 – 15 saatleri arasında %39,5 ve 18 – 21 saatleri arasında %38,6 oranında dinleme olduğu tespit edilmiştir.

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

**2009 - 2014 Kıyas**




| | 06-09 arası | 09-12 arası | 12-15 arası | 15-18 arası | 18-21 arası | 21-24 arası | 24-03 arası | 03-06 arası |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2014 | 20.0 | 43.9 | 39.5 | 44.3 | 38.6 | 19.4 | 5.3 | 0.7 |
| 2009 | 12.5 | 41.5 | 39.4 | 31.6 | 26.5 | 18.2 | 4.3 | 0.7 |

2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmaları"nın incelenmesi sonucunda hafta içi radyo dinlenen saat dilimlerine ilişkin dağılımın incelenmesi neticesinde 06-09 saatleri arası, 15-18 saatleri arası ve 18-21 saatleri arası radyo dinlemede artış kaydedilmişken diğer saat dilimleri bakımından anlamlı bir değişiklik olmadığı tespit edilmiştir.

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

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | 06-09 arası | 09-12 arası | 12-15 arası | 15-18 arası | 18-21 arası | 21-24 arası | 24-03 arası | 03-06 arası |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Kadın | 16,1 | 44,2 | 40,1 | 43,1 | 33,5 | 18,2 | 4,7 | 0,4 |
| Erkek | 24,0 | 43,7 | 38,8 | 45,5 | 43,8 | 20,7 | 5,9 | 1,0 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 13,2 | 29,7 | 29,8 | 34,6 | 33,6 | 28,0 | 9,1 | 1,8 |
| 21-25 yaş arası | 15,2 | 35,1 | 36,0 | 35,7 | 35,8 | 27,7 | 6,7 | 0,9 |
| 26-30 yaş arası | 17,7 | 41,2 | 43,6 | 48,4 | 40,1 | 17,9 | 5,5 | 0,0 |
| 31-35 yaş arası | 23,7 | 48,4 | 47,0 | 48,2 | 37,2 | 13,8 | 4,7 | 0,8 |
| 36-40 yaş arası | 26,7 | 48,1 | 42,2 | 48,4 | 38,4 | 18,6 | 4,4 | 0,4 |
| 41-50 yaş arası | 21,1 | 51,1 | 41,4 | 48,5 | 38,0 | 15,3 | 3,4 | 0,5 |
| 51-60 yaş arası | 17,7 | 49,6 | 40,8 | 47,2 | 41,6 | 18,8 | 4,5 | 0,8 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 27,3 | 47,3 | 37,0 | 43,0 | 44,8 | 15,1 | 4,3 | 0,0 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 19,5 | 48,1 | 41,3 | 47,8 | 39,6 | 17,1 | 4,9 | 0,2 |
| Orta eğitim düzeyi | 19,1 | 42,9 | 40,1 | 42,7 | 37,9 | 21,0 | 5,9 | 1,0 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 24,6 | 37,7 | 33,0 | 41,3 | 39,0 | 19,5 | 4,2 | 0,7 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 14,7 | 41,4 | 36,0 | 40,7 | 32,7 | 18,0 | 5,6 | 0,5 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 26,7 | 47,8 | 44,5 | 48,5 | 46,6 | 21,4 | 5,2 | 0,9 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 29,0 | 41,9 | 38,3 | 52,2 | 43,0 | 19,8 | 1,8 | 0,8 |
| **ORTALAMA** | **20,0** | **43,9** | **39,5** | **44,3** | **38,6** | **19,4** | **5,3** | **0,7** |

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

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | 06-09 arası | 09-12 arası | 12-15 arası | 15-18 arası | 18-21 arası | 21-24 arası | 24-03 arası | 03-06 arası |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 18,9 | 45,2 | 31,6 | 36,0 | 31,1 | 13,3 | 5,1 | 0,8 |
| 1.001 – 2.000 TL | 19,5 | 42,8 | 40,4 | 44,4 | 39,5 | 19,1 | 4,8 | 0,7 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 19,2 | 43,5 | 41,8 | 49,0 | 40,8 | 24,7 | 6,1 | 0,8 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 22,0 | 49,8 | 49,3 | 53,6 | 41,7 | 24,3 | 7,9 | 0,0 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 15,0 | 41,7 | 34,3 | 46,2 | 42,1 | 23,5 | 7,0 | 0,8 |
| 5.001 TL ve üstü | 32,2 | 49,3 | 49,2 | 44,0 | 47,7 | 21,8 | 2,8 | 0,8 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Marmara | 17,8 | 40,5 | 45,0 | 55,8 | 47,6 | 26,3 | 7,9 | 0,5 |
| Ege | 24,9 | 45,4 | 36,0 | 41,5 | 29,1 | 16,6 | 4,0 | 0,7 |
| Akdeniz | 18,8 | 42,8 | 30,6 | 22,3 | 25,6 | 9,8 | 2,9 | 0,8 |
| İç Anadolu | 27,0 | 48,4 | 36,8 | 40,5 | 34,6 | 11,9 | 2,1 | 0,8 |
| Karadeniz | 16,7 | 50,2 | 38,4 | 30,3 | 51,4 | 18,2 | 4,2 | 0,7 |
| Doğu Anadolu | 10,8 | 36,2 | 29,3 | 45,0 | 33,6 | 30,4 | 6,1 | 0,0 |
| Güneydoğu Anadolu | 14,1 | 51,6 | 42,6 | 36,7 | 26,2 | 13,7 | 5,5 | 1,2 |
| **ORTALAMA** | **20,0** | **43,9** | **39,5** | **44,3** | **38,6** | **19,4** | **5,3** | **0,7** |

## Hafta içi, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım

Demografik ve Sosyoekonomik Değişkenlere Göre Anlamlılık Düzeyleri

| | | Cinsiyet | Yaş grubu | Eğitim | Meslek | Gelir dağılımı | Coğrafi bölge |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **06-09 arası** | Cramer's V / Phi | **0,096** | **0,118** | 0,048 | **0,149** | **0,068** | **0,113** |
| | p | **0,000** | **0,000** | 0,054 | **0,000** | **0,044** | **0,000** |
| **09-12 arası** | Cramer's V / Phi | 0,005 | **0,152** | **0,072** | **0,059** | 0,046 | **0,083** |
| | p | 0,797 | **0,000** | **0,001** | **0,012** | 0,374 | **0,008** |
| **12-15 arası** | Cramer's V / Phi | 0,014 | **0,103** | **0,056** | **0,081** | **0,106** | **0,105** |
| | p | 0,489 | **0,000** | **0,017** | **0,000** | **0,000** | **0,000** |
| **15-18 arası** | Cramer's V / Phi | 0,023 | **0,115** | **0,056** | **0,080** | **0,101** | **0,220** |
| | p | 0,256 | **0,000** | **0,019** | **0,000** | **0,000** | **0,000** |
| **18-21 arası** | Cramer's V / Phi | **0,104** | 0,067 | 0,020 | **0,136** | **0,086** | **0,181** |
| | p | **0,000** | 0,118 | 0,602 | **0,000** | **0,002** | **0,000** |
| **21-24 arası** | Cramer's V / Phi | 0,031 | **0,128** | 0,043 | 0,039 | **0,099** | **0,172** |
| | p | 0,118 | **0,000** | 0,099 | 0,149 | **0,000** | **0,000** |
| **24-03 arası** | Cramer's V / Phi | 0,026 | **0,079** | 0,027 | 0,030 | 0,043 | **0,105** |
| | p | 0,182 | **0,028** | 0,386 | 0,320 | 0,456 | **0,000** |
| **03-06 arası** | Cramer's V / Phi | **0,040** | 0,065 | 0,040 | 0,025 | 0,028 | 0,034 |
| | p | **0,045** | 0,149 | 0,133 | 0,457 | 0,862 | 0,822 |

Hafta içi radyo dinlenen saat dilimleri ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; cinsiyet bakımından, 06-09 arası, 18-21 arası ve 03-06 saatleri arası anlamlı farklılıklar olduğu ve bu dilimlerde erkeklerin kadınlardan daha fazla radyo dinlediği tespit edilmiştir.

Yaş grupları ile hafta içi radyo dinlenen saat dilimleri arasındaki ilişki incelendiğinde18-21 saatleri arası ve 03-06 saatleri arası hariç olmak üzere tüm saat dilimlerinde yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar vardır. Sabah ve öğlen saatlerinde orta ve ileri yaş grubundakilerin genç kuşağa oranla daha fazla radyo dinlediği, gece saatlerinde ise genç kuşağın diğer yaş gruplarına oranla daha fazla radyo dinlediği tespit edilmiştir.

Eğitim düzeyleri ile hafta içi radyo dinlenen saat dilimleri arasındaki ilişki incelenmesi neticesinde, 09-12 saatleri arası, 12-15 saatleri arası ve 15-18 saatleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda belirtilen saat dilimlerinde düşük eğitim grubunda yer alanların yüksek eğitim grubundakilere oranla daha fazla radyo dinledikleri görülmektedir.

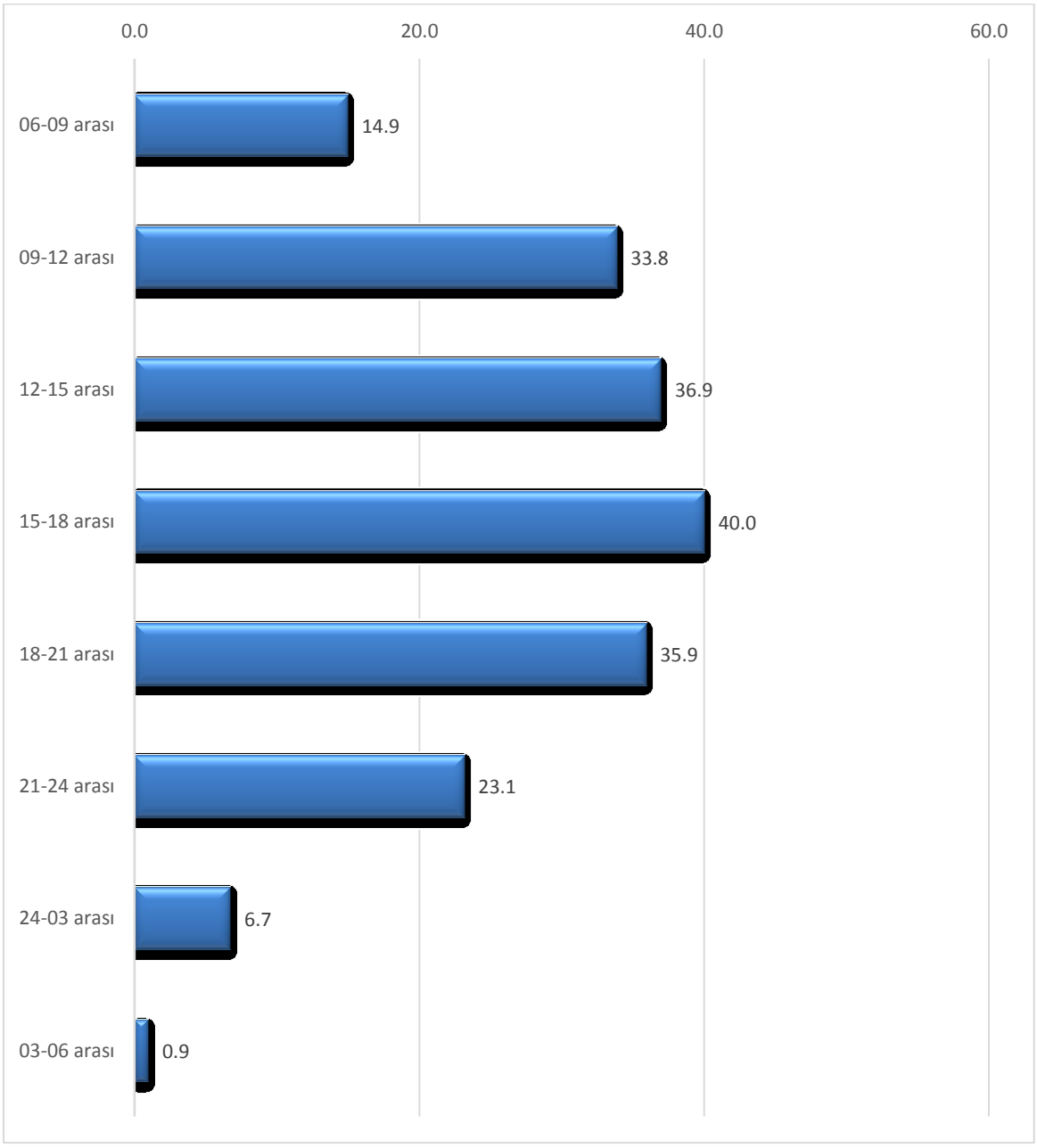
Meslek grupları ile hafta içi radyo dinlenen saat dilimleri arasındaki ilişki incelenmesi neticesinde, 06-09 saatleri, 09-12 saatleri arası, 12-15 saatleri arası, 15-18 saatleri arası ve 18-21 saatleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda anılan saat dilimlerinde ikinci ve üçüncü meslek grubunda olanların birinci meslek grubundakilere oranla daha fazla radyo dinledikleri görülmektedir.

Gelir düzeyleri ile hafta içi radyo dinlenen saat dilimleri arasındaki ilişki incelenmesi neticesinde, 06-09 saatleri arası, 12-15 saatleri arası, 15-18 saatleri arası, 18-21 saatleri arası ve 21-24 saatleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Coğrafi bölgeler ile hafta içi radyo dinlenen saat dilimleri arasındaki ilişki incelenmesi neticesinde, 03-06 saatleri arası hariç tüm saat dilimlerinde anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

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

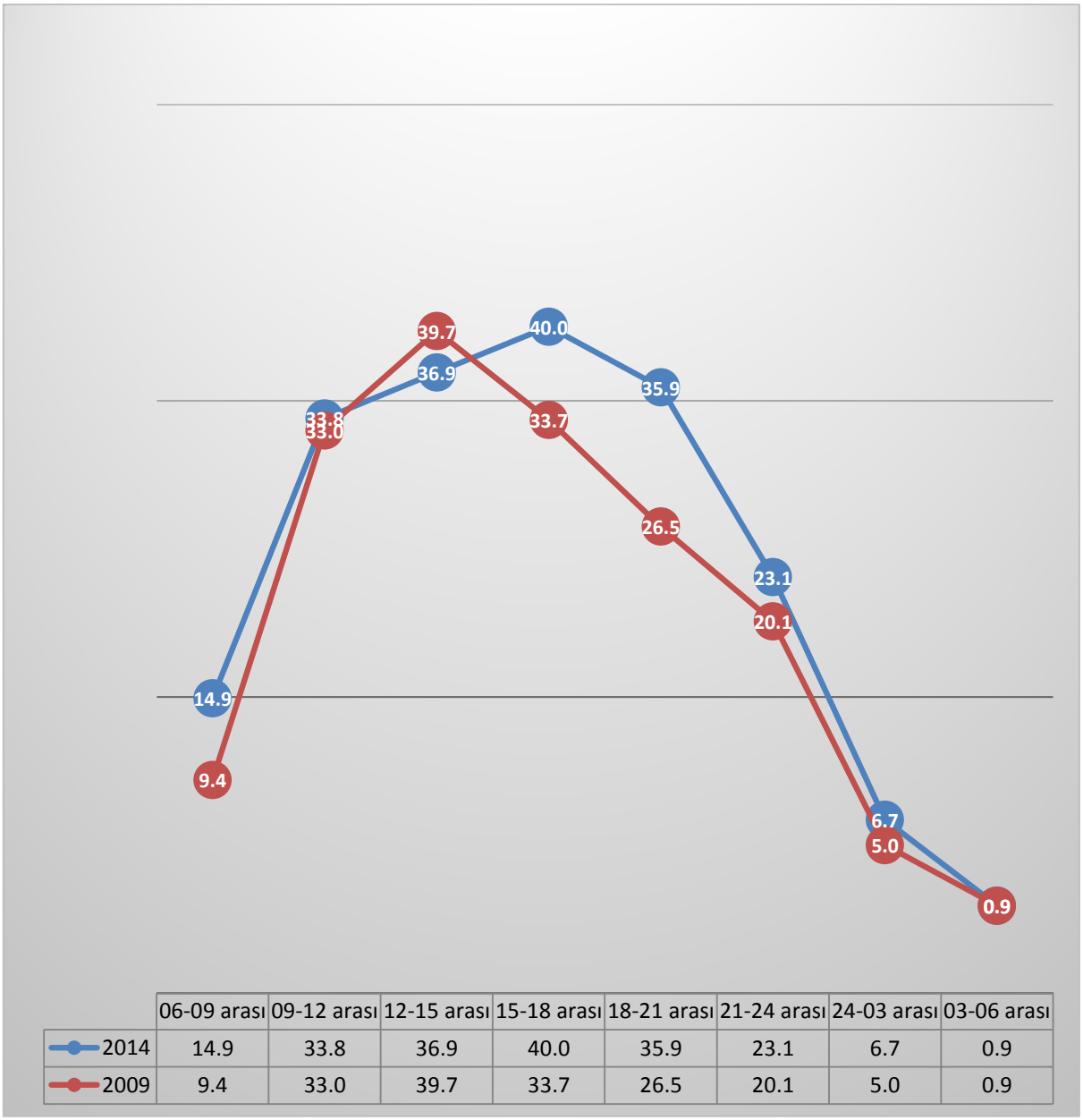
Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir




Hafta sonu radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılımın incelenmesi neticesinde, katılımcıların en çok %40 ile 15 – 18 saatleri arasında radyo dinlediği, daha sonra sırasıyla 12 – 15 saatleri arasında %36,9, 18-21 saatleri arasında %35,9 ve 09 – 12 saatleri arasında %33,8 oranında dinleme olduğu tespit edilmiştir.

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

**2009 – 2014 Kıyas**




| | 06-09 arası | 09-12 arası | 12-15 arası | 15-18 arası | 18-21 arası | 21-24 arası | 24-03 arası | 03-06 arası |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2014 | 14.9 | 33.8 | 36.9 | 40.0 | 35.9 | 23.1 | 6.7 | 0.9 |
| 2009 | 9.4 | 33.0 | 39.7 | 33.7 | 26.5 | 20.1 | 5.0 | 0.9 |

2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmaları" nın incelenmesi sonucunda hafta sonu radyo dinlenen saat dilimlerine ilişkin dağılımın incelenmesi neticesinde 06-09 saatleri arası, 15-18 saatleri arası, 18-21 saatleri arası ve 21-24 saatleri arası radyo dinlemede artış, 12-15 saatleri arasında radyo dinlemede azalış kaydedilmişken diğer saat dilimleri bakımından anlamlı bir değişiklik olmadığı tespit edilmiştir.

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

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | 06-09 arası | 09-12 arası | 12-15 arası | 15-18 arası | 18-21 arası | 21-24 arası | 24-03 arası | 03-06 arası |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Kadın | 12,8 | 35,0 | 37,2 | 38,3 | 31,9 | 20,0 | 5,1 | 0,3 |
| Erkek | 17,1 | 32,7 | 36,6 | 41,7 | 40,0 | 26,3 | 8,4 | 1,6 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 8,5 | 19,1 | 26,0 | 31,4 | 28,8 | 35,2 | 12,4 | 2,2 |
| 21-25 yaş arası | 8,3 | 28,7 | 32,7 | 35,7 | 33,1 | 30,4 | 8,8 | 1,4 |
| 26-30 yaş arası | 11,7 | 34,7 | 40,1 | 44,0 | 39,6 | 19,4 | 6,7 | 0,7 |
| 31-35 yaş arası | 16,3 | 38,5 | 44,4 | 44,0 | 32,4 | 17,9 | 7,1 | 0,9 |
| 36-40 yaş arası | 17,4 | 38,6 | 39,1 | 41,2 | 37,4 | 21,1 | 5,4 | 0,9 |
| 41-50 yaş arası | 17,1 | 38,0 | 38,7 | 43,1 | 35,1 | 18,7 | 4,6 | 0,5 |
| 51-60 yaş arası | 15,2 | 38,7 | 42,6 | 44,0 | 38,5 | 21,3 | 5,5 | 0,9 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 25,1 | 35,9 | 34,0 | 37,1 | 42,9 | 19,9 | 3,2 | 0,0 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 17,3 | 38,3 | 38,3 | 41,6 | 40,4 | 21,5 | 5,4 | 0,4 |
| Orta eğitim düzeyi | 13,7 | 32,2 | 37,1 | 39,4 | 33,5 | 24,8 | 7,6 | 1,2 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 13,6 | 29,2 | 33,3 | 38,1 | 33,7 | 21,1 | 6,6 | 1,4 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 11,8 | 32,2 | 33,0 | 36,8 | 32,1 | 23,0 | 6,5 | 0,7 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 19,3 | 36,3 | 43,1 | 44,2 | 41,3 | 23,4 | 7,2 | 1,3 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 16,9 | 32,5 | 32,1 | 44,1 | 36,8 | 22,8 | 4,9 | 0,9 |
| **ORTALAMA** | **14,9** | **33,8** | **36,9** | **40,0** | **35,9** | **23,1** | **6,7** | **0,9** |

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

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | 06-09 arası | 09-12 arası | 12-15 arası | 15-18 arası | 18-21 arası | 21-24 arası | 24-03 arası | 03-06 arası |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 14,7 | 27,8 | 33,7 | 34,4 | 31,3 | 21,5 | 6,1 | 0,8 |
| 1.001 – 2.000 TL | 16,0 | 36,7 | 39,3 | 39,4 | 35,6 | 21,9 | 6,3 | 0,9 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 13,0 | 36,6 | 37,1 | 43,9 | 36,3 | 26,8 | 7,0 | 1,3 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 15,8 | 35,8 | 40,3 | 44,4 | 37,7 | 23,9 | 10,1 | 1,2 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 11,5 | 29,8 | 21,3 | 41,5 | 37,9 | 26,9 | 7,3 | 0,9 |
| 5.001 TL ve üstü | 15,2 | 22,9 | 37,6 | 43,3 | 54,2 | 30,6 | 7,2 | 0,8 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Marmara | 12,6 | 34,3 | 39,2 | 47,4 | 44,3 | 28,6 | 10,1 | 0,9 |
| Ege | 19,1 | 42,9 | 33,9 | 37,5 | 29,5 | 20,3 | 5,5 | 0,6 |
| Akdeniz | 16,3 | 29,5 | 30,9 | 27,4 | 23,7 | 7,9 | 2,3 | 1,3 |
| İç Anadolu | 19,0 | 29,3 | 33,4 | 35,9 | 28,5 | 22,0 | 2,7 | 1,0 |
| Karadeniz | 15,1 | 41,3 | 43,9 | 30,8 | 41,5 | 22,5 | 7,5 | 0,9 |
| Doğu Anadolu | 7,5 | 23,5 | 38,6 | 37,8 | 37,6 | 33,3 | 10,1 | 0,8 |
| Güneydoğu Anadolu | 10,5 | 34,3 | 45,5 | 43,6 | 36,0 | 18,3 | 5,0 | 1,4 |
| **ORTALAMA** | **14,9** | **33,8** | **36,9** | **40,0** | **35,9** | **23,1** | **6,7** | **0,9** |

## Hafta sonu, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım

Demografik ve Sosyoekonomik Değişkenlere Göre Anlamlılık Düzeyleri

| | | Cinsiyet | Yaş grubu | Eğitim | Meslek | Gelir dağılımı | Coğrafi bölge |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **06-09 arası** | Cramer's V / Phi | **0,052** | **0,137** | 0,042 | **0,090** | 0,035 | **0,098** |
| | p | **0,009** | **0,000** | 0,110 | **0,000** | 0,695 | **0,000** |
| **09-12 arası** | Cramer's V / Phi | 0,027 | **0,128** | **0,062** | 0,029 | **0,093** | **0,085** |
| | p | 0,181 | **0,000** | **0,008** | 0,340 | **0,001** | **0,005** |
| **12-15 arası** | Cramer's V / Phi | 0,011 | **0,100** | 0,032 | **0,084** | **0,079** | 0,061 |
| | p | 0,583 | **0,001** | 0,269 | **0,000** | **0,008** | 0,156 |
| **15-18 arası** | Cramer's V / Phi | 0,026 | **0,078** | 0,021 | **0,060** | **0,085** | **0,120** |
| | p | 0,185 | **0,031** | 0,558 | **0,010** | **0,003** | **0,000** |
| **18-21 arası** | Cramer's V / Phi | **0,072** | **0,088** | **0,056** | **0,075** | **0,103** | **0,130** |
| | p | **0,000** | **0,006** | **0,018** | **0,001** | **0,000** | **0,000** |
| **21-24 arası** | Cramer's V / Phi | **0,064** | **0,135** | 0,045 | 0,003 | **0,069** | **0,147** |
| | p | **0,001** | **0,000** | 0,076 | 0,989 | **0,035** | **0,000** |
| **24-03 arası** | Cramer's V / Phi | **0,060** | **0,105** | 0,040 | 0,019 | 0,041 | **0,120** |
| | p | **0,003** | **0,000** | 0,133 | 0,640 | 0,516 | **0,000** |
| **03-06 arası** | Cramer's V / Phi | **0,059** | 0,061 | 0,042 | 0,029 | 0,023 | 0,022 |
| | p | **0,003** | 0,219 | 0,106 | 0,352 | 0,934 | 0,975 |

Hafta sonu radyo dinlenen saat dilimleri ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle;

Cinsiyet bakımından, 06-09 saatleri arası, 18-21 saatleri arası, 21-24 saatleri arası, 24-03 saatleri arası ve 03-06 saatleri arası anlamlı farklılıklar olduğu ve bu dilimlerde erkeklerin kadınlardan daha fazla radyo dinlediği tespit edilmiştir.

Yaş grupları ile hafta sonu radyo dinlenen saat dilimleri arasındaki ilişki incelendiğinde, 03-06 saatleri arası hariç olmak üzere tüm saat dilimlerinde yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar vardır. Sabah ve öğlen saatlerinde orta ve ileri yaş grubundakilerin genç kuşağa oranla daha fazla radyo dinlediği, gece saatlerinde ise genç kuşağın diğer yaş gruplarına oranla daha fazla radyo dinlediği tespit edilmiştir.

Eğitim düzeyleri ile hafta sonu radyo dinlenen saat dilimleri arasındaki ilişki incelenmesi neticesinde, 09-12 saatleri arası ve 18-21 saatleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda belirtilen saat dilimlerinde düşük eğitim grubunda yer alanların yüksek eğitim grubundakilere oranla daha fazla radyo dinledikleri görülmektedir.

Meslek grupları ile hafta sonu radyo dinlenen saat dilimleri arasındaki ilişki incelenmesi neticesinde, 06-09 saatleri arası, 12-15 saatleri arası, 15-18 saatleri arası ve 18-21 saatleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda anılan saat dilimlerinde "ikinci ve üçüncü meslek gruplarında olanların birinci meslek grubundakilere oranla daha fazla radyo dinledikleri görülmektedir.

Gelir düzeyleri ile hafta sonu radyo dinlenen saat dilimleri arasındaki ilişki incelenmesi neticesinde, 09-12 saatleri arası, 12-15 saatleri arası, 15-18 saatleri arası, 18-21 saatleri arası ve 21-24 saatleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Coğrafi bölgeler ile hafta sonu radyo dinlenen saat dilimleri arasındaki ilişki incelenmesi neticesinde, 12-15 ve 03-06 saatleri arası hariç tüm saat dilimlerinde anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

# BEŞİNCİ BÖLÜM

# RADYO KANALLARINI TERCİH DÜZEYİ VE RADYO KANALLARININ TÜRKÇE KULLANIMI

Bu bölümde radyo kanallarının tercih düzeyi ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Görüşülen kişilere "aklınıza gelen ilk radyo kanalı", "en çok dinlediğiniz üç radyo kanalı", "ilk tercih edilen radyo kanalının beğenilme nedeni" ve "Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı"na ilişkin sorular yöneltilmiştir.

Aşağıda bu sorulara verilen cevapların frekans dağılımları ile bağımsız değişkenlere ilişkin çapraz tablolar incelenmektedir.

- ✓ **Araştırmaya katılanların aklına gelen ilk beş radyo sırasıyla TRT*, Kral FM, Power Türk FM, Süper FM ve JoyTürk FM'dir. (* TRT'nin tüm radyo kanalları TRT başlığı altında değerlendirilmiştir)**
- ✓ **Araştırmaya katılanların en çok dinlediklerini belirttikleri ilk beş radyo sırasıyla TRT*, Kral FM, Power Türk FM, Süper FM, Slow Türk FM ve JoyTürk FM'dir.** (*TRT'nin tüm radyo kanalları TRT başlığı altında değerlendirilmiştir)
- ✓ **Araştırma sonuçlarımıza benzer şekilde OFCOM'un Birleşik Krallık'ta yaptığı araştırmada da bir kamu yayıncısı olan BBC radyo (tüm kanalları beraber) ülkenin en çok dinlenen radyosu olarak açıklanmıştır.**
- ✓ **Ulusal kanallar %64'lük oranla yayın türüne göre en çok tercih edilen radyo kanallarıdır.**
- ✓ **Radyo kanallarının beğenilme nedenleri arasında "müzik çeşitleri" ile "program ve yayın akışları" ön plana çıkmaktadır.**
- ✓ **Beğendiği radyoyu net dinleyemediğini söyleyenlerin oranı en fazla Akdeniz Bölgesinde ortaya çıkmıştır.**
- ✓ **Türkçe'yi en iyi kullanan radyo kanalı TRT radyolarıdır.**

## Aklınıza gelen ilk radyo kanalı hangisidir? (%)

| | % |
|---|---|
| TRT* | 19,2 |
| KRAL FM | 13,0 |
| POWER TÜRK | 4,9 |
| SÜPER FM | 3,8 |
| JOYTÜRK FM | 2,3 |
| BEST FM | 2,2 |
| SLOW TÜRK | 2,1 |
| RADYO FENOMEN | 2,1 |
| RADYO SEYMEN | 1,9 |
| SHOW RADYO | 1,6 |
| METRO FM | 1,5 |
| ALEM FM | 1,4 |
| NUMBER ONE | 1,3 |
| KRAL POP | 1,2 |
| İMBAT FM | 1,2 |
| YÖN RADYO | 1,1 |
| POWER FM | 1,0 |
| RADYO 7 | 1,0 |
| CEM RADYO | 1,0 |
| RADYO EKİN | 1,0 |
| PARK FM | 0,9 |
| LALEGÜL FM | 0,8 |
| KARADENİZ FM | 0,8 |
| RADYO D | 0,8 |
| DOLUNAY FM | 0,8 |
| POLİS RADYOSU | 0,7 |
| AKRA FM | 0,7 |
| RADYO AKTİF | 0,7 |
| RADYO VİVA | 0,6 |
| RADYO ALATURKA | 0,6 |
| NTV RADYO | 0,6 |
| İSTANBUL FM MARMARA | 0,6 |
| MORAL FM | 0,6 |
| RADYO 2000 | 0,6 |
| ÖZGÜR RADYO | 0,6 |
| Diğer ulusal kanallar | 2,5 |
| Diğer bölgesel ve yerel kanallar | 22,1 |
| **TOPLAM** | **100,0** |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

"Aklınıza gelen ilk radyo kanalı hangisidir?" sorusuna bakıldığında %19,2 ile TRT kanalları ilk sırada gelmektedir. Ardından %13,0 ile KRAL FM, %4,9 ile POWER TÜRK, %3,8 ile SÜPER FM gelmektedir.

## Aklınıza gelen ilk radyo kanalı hangisidir? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | TRT* | KRAL FM | POWER TÜRK | SÜPER FM | JOYTÜRK FM | Diğer ulusal kanallar | Diğer bölgesel ve yerel kanallar | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Kadın | 18,8 | 12,6 | 6,3 | 3,8 | 2,8 | 22,3 | 33,5 | **100,0** |
| Erkek | 19,6 | 13,5 | 3,5 | 3,8 | 1,9 | 21,4 | 36,2 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 5,3 | 15,0 | 11,9 | 4,2 | 4,2 | 28,6 | 30,8 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 8,6 | 14,7 | 10,0 | 6,1 | 3,9 | 26,2 | 30,5 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 8,5 | 12,9 | 5,8 | 6,1 | 3,7 | 29,3 | 33,7 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 11,1 | 14,6 | 4,7 | 3,6 | 3,6 | 26,1 | 36,4 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 15,4 | 15,8 | 4,0 | 3,3 | 2,9 | 22,4 | 36,0 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 20,9 | 13,1 | 2,1 | 4,9 | 1,4 | 21,4 | 36,2 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 33,1 | 10,6 | 1,4 | 1,9 | 0,0 | 12,5 | 40,4 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 47,3 | 7,7 | 0,0 | 0,7 | 0,0 | 10,7 | 33,7 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 26,0 | 13,6 | 1,1 | 1,5 | 0,3 | 15,2 | 42,2 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 14,2 | 13,5 | 7,0 | 4,8 | 2,9 | 24,5 | 33,0 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 20,4 | 9,8 | 6,6 | 5,6 | 5,0 | 28,3 | 24,3 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 22,6 | 12,3 | 5,2 | 3,4 | 1,7 | 20,7 | 34,2 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 15,3 | 14,8 | 4,2 | 4,1 | 2,7 | 23,1 | 35,8 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 10,4 | 6,3 | 8,3 | 7,3 | 7,3 | 26,0 | 34,4 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **19,2** | **13,0** | **4,9** | **3,8** | **2,3** | **21,8** | **34,9** | **100,0** |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

## Aklınıza gelen ilk radyo kanalı hangisidir? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | TRT* | KRAL FM | POWER TÜRK | SÜPER FM | JOYTÜRK FM | Diğer ulusal kanallar | Diğer bölgesel ve yerel kanallar | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 23,1 | 14,1 | 3,8 | 0,8 | 0,6 | 15,8 | 41,9 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 18,8 | 13,7 | 5,0 | 3,7 | 2,2 | 22,7 | 33,9 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 18,0 | 11,6 | 6,7 | 6,5 | 2,7 | 26,1 | 28,5 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 17,2 | 12,3 | 6,1 | 3,1 | 4,9 | 23,3 | 33,1 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 10,9 | 12,0 | 2,2 | 8,7 | 5,4 | 19,6 | 41,3 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 22,4 | 6,1 | 3,1 | 6,1 | 4,1 | 21,4 | 36,7 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Marmara | 12,8 | 10,4 | 5,1 | 6,2 | 3,4 | 24,5 | 37,7 | **100,0** |
| Ege | 22,9 | 16,5 | 8,7 | 1,2 | 0,9 | 18,6 | 31,3 | **100,0** |
| Akdeniz | 18,2 | 20,4 | 4,0 | 4,7 | 1,5 | 22,2 | 29,1 | **100,0** |
| İç Anadolu | 28,5 | 10,8 | 3,7 | 1,5 | 2,7 | 21,2 | 31,6 | **100,0** |
| Karadeniz | 24,4 | 16,0 | 0,6 | 3,8 | 1,9 | 15,4 | 37,8 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 28,0 | 14,0 | 5,6 | 1,9 | 1,9 | 13,1 | 35,5 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 15,6 | 13,5 | 5,0 | 0,7 | 0,0 | 24,8 | 40,4 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **19,2** | **13,0** | **4,9** | **3,8** | **2,3** | **21,8** | **34,9** | **100,0** |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

Aklınıza gelen ilk radyo kanalı hangisidir?" sorusunun demografik ve sosyoekonomik değişkenler açısından incelenmesi neticesinde; cinsiyet bakımından POWER TÜRK cevabı için kadınların erkeklere göre ön planda olduğu görülmektedir. Yaş grubu ilerledikçe TRT kanalları, genç ve orta yaş gruplarında KRAL FM, genç yaş gruplarında POWER TÜRK ve SÜPER FM öne çıkmaktadır. Eğitim düzeyine bakıldığında TRT kanalları için bir anlam farkı olmadığı, KRAL FM'in düşük ve orta düzey eğitim gruplarında öne çıkarken, POWER TÜRK ve SÜPER FM'in ise eğitim düzeyi arttıkça öne çıktığı görülmektedir. Birinci meslek grubundakiler için TRT kanalları ve KRAL FM, üçüncü meslek grubundakiler için ise POWER TÜRK ve SÜPER FM akla gelen ilk radyo kanallarıdır.

## En çok dinlenen üç radyo kanalının sıralaması (%)

### I. TERCİH

| | % |
|---|---|
| TRT* | 18,2 |
| KRAL FM | 12,8 |
| POWER TÜRK | 4,9 |
| SÜPER FM | 4,2 |
| JOYTÜRK FM | 2,3 |
| BEST FM | 2,2 |
| RADYO SEYMEN | 2,1 |
| RADYO FENOMEN | 2,1 |
| SLOW TÜRK | 2,0 |
| METRO FM | 1,9 |
| SHOW RADYO | 1,5 |
| ALEM FM | 1,5 |
| NUMBER ONE | 1,4 |
| KRAL POP | 1,2 |
| CEM RADYO | 1,2 |
| RADYO EKİN | 1,1 |
| İMBAT FM | 1,0 |
| RADYO 7 | 1,0 |
| RADYO D | 1,0 |
| POWER FM | 1,0 |
| KARADENİZ FM | 0,9 |
| PARK FM | 0,9 |
| YÖN RADYO | 0,8 |
| LALEGÜL FM | 0,8 |
| DOLUNAY FM | 0,8 |
| ÖZGÜR RADYO | 0,7 |
| RADYO 2000 | 0,7 |
| İSTANBUL FM MARMARA | 0,7 |
| SEMERKAND RADYO | 0,6 |
| RADYO VİVA | 0,6 |
| AKRA FM | 0,6 |
| RADYO AKTİF | 0,6 |
| MORAL FM | 0,6 |
| NTV RADYO | 0,6 |
| Diğer ulusal kanallar | 2,9 |
| Diğer bölgesel ve yerel kanallar | 22,4 |
| **TOPLAM** | **100,0** |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

## En çok dinlenen üç radyo kanalının sıralaması (%)

### II. TERCİH

| | % |
|---|---|
| KRAL FM | 12,1 |
| TRT* | 8,4 |
| POWER TÜRK | 5,5 |
| JOYTÜRK FM | 3,7 |
| SÜPER FM | 3,1 |
| SLOW TÜRK | 3,0 |
| BEST FM | 2,9 |
| RADYO SEYMEN | 2,3 |
| NUMBER ONE | 2,2 |
| SHOW RADYO | 2,2 |
| METRO FM | 2,1 |
| POWER FM | 2,1 |
| RADYO D | 1,6 |
| RADYO FENOMEN | 1,6 |
| ALEM FM | 1,4 |
| KRAL POP | 1,4 |
| POLİS RADYOSU | 1,3 |
| YÖN RADYO | 1,3 |
| RADYO ALATURKA | 1,2 |
| BAYRAM FM | 1,2 |
| PARK FM | 1,1 |
| RADYO EKİN | 1,0 |
| NTV RADYO | 0,9 |
| CEM RADYO | 0,9 |
| İMBAT FM | 0,8 |
| GEBZE FM | 0,8 |
| RADYO 2000 | 0,8 |
| RADYO VİVA | 0,8 |
| LALEGÜL FM | 0,8 |
| RADYO 7 | 0,7 |
| İSTANBUL FM MARMARA | 0,7 |
| NUMBER 1 TÜRK FM | 0,7 |
| KARADENİZ FM | 0,7 |
| ÖZGÜR RADYO | 0,7 |
| RADYO BANKO | 0,6 |
| MEGA SİTE | 0,6 |
| Diğer ulusal kanallar | 3,7 |
| Diğer bölgesel ve yerel kanallar | 23,3 |
| **TOPLAM** | **100,0** |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

## En çok dinlenen üç radyo kanalının sıralaması (%)
### III. TERCİH

| | % |
|---|---|
| TRT* | 10,0 |
| KRAL FM | 8,3 |
| POWER TÜRK | 6,5 |
| SLOW TÜRK | 3,9 |
| SÜPER FM | 3,8 |
| BEST FM | 3,6 |
| NUMBER ONE | 3,2 |
| METRO FM | 3,0 |
| JOYTÜRK FM | 2,6 |
| ALEM FM | 2,3 |
| SHOW RADYO | 2,0 |
| RADYO SEYMEN | 2,0 |
| POWER FM | 1,8 |
| RADYO EKİN | 1,7 |
| PARK FM | 1,6 |
| YÖN RADYO | 1,6 |
| CEM RADYO | 1,5 |
| POLİS RADYOSU | 1,4 |
| RADYO VİVA | 1,4 |
| RADYO FENOMEN | 1,4 |
| NTV RADYO | 1,1 |
| RADYO D | 1,1 |
| RADYO ALATURKA | 1,0 |
| RADYO 7 | 0,9 |
| KRAL POP | 0,9 |
| İSTANBUL FM MARMARA | 0,9 |
| LALEGÜL FM | 0,7 |
| BAYRAM FM | 0,7 |
| RADYO 2000 | 0,7 |
| KARADENİZ FM | 0,6 |
| NUMBER 1 TÜRK FM | 0,6 |
| İMBAT FM | 0,6 |
| AŞK FM | 0,6 |
| BURÇ FM | 0,5 |
| MORAL FM | 0,5 |
| DOLUNAY FM | 0,5 |
| GÖZYAŞI FM | 0,5 |
| Diğer ulusal kanallar | 3,1 |
| Diğer bölgesel ve yerel kanallar | 21,1 |
| **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.

| | % |
|---|---|
| TRT* | 32,0 |
| KRAL FM | 28,6 |
| POWER TÜRK | 14,0 |
| SÜPER FM | 9,3 |
| SLOW TÜRK | 7,2 |
| JOYTÜRK FM | 7,2 |
| BEST FM | 7,0 |
| METRO FM | 5,7 |
| NUMBER ONE | 5,4 |
| RADYO SEYMEN | 5,3 |
| SHOW RADYO | 4,7 |
| RADYO FENOMEN | 4,4 |
| ALEM FM | 4,2 |
| POWER FM | 3,9 |
| RADYO D | 3,1 |
| RADYO EKİN | 3,1 |
| KRAL POP | 3,0 |
| YÖN RADYO | 3,0 |
| PARK FM | 2,9 |
| CEM RADYO | 2,9 |
| POLİS RADYOSU | 2,6 |
| RADYO VİVA | 2,3 |
| RADYO 7 | 2,2 |
| RADYO ALATURKA | 2,2 |
| İMBAT FM | 2,1 |
| NTV RADYO | 2,1 |
| BAYRAM FM | 2,0 |
| LALEGÜL FM | 1,9 |
| KARADENİZ FM | 1,9 |
| İSTANBUL FM MARMARA | 1,8 |
| RADYO 2000 | 1,8 |
| ÖZGÜR RADYO | 1,5 |
| DOLUNAY FM | 1,5 |
| GEBZE FM | 1,5 |
| NUMBER 1 TÜRK FM | 1,4 |
| SEMERKAND RADYO | 1,3 |
| AKRA FM | 1,2 |
| AŞK FM | 1,2 |
| Diğer ulusal kanallar | 8,2 |
| Diğer bölgesel ve yerel kanallar | 56,3 |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

En çok dinlenen üç radyo kanalının sıralamasına bakıldığında TRT kanalları %32,0 ile ön plana çıkmaktadır. Ardından %28,6 ile KRAL FM, %14,0 ile POWER TÜRK, %9,3 ile SÜPER FM, %7,2 ile SLOW TÜRK ve JOYTÜRK FM gelmektedir.

Ofcom tarafından gerçekleştirilmiş olan **"The Communications Market 2014"** Araştırmasının 3. Bölümünde yer alan "Radio and Audio" kısmında; Birleşik Krallık'ta 2014 yılının ilk çeyreğine ilişkin radyo dinleme süreleri incelenmiş; Birleşik Krallık örneğinde olduğu gibi (BBC'nin toplam dinlenme oranı % 54,9) Türkiye'de de kamu yayıncısı olan TRT'nin toplam radyo dinleme süresi bakımından ilk sırada yer aldığı tespit edilmiştir.[16]

[16] Ofcom, The Communications Market 2014, s.222

## En çok dinlenen radyo kanalları (%)

Yukarıda belirtilen üçlü sıralamanın ortalamasıdır.
Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | TRT* | KRAL FM | POWER TÜRK | SÜPER FM | SLOW TÜRK | JOYTÜRK FM | BEST FM | Diğer ulusal kanallar | Diğer bölgesel ve yerel kanallar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | | | | | |
| Kadın | 29,4 | 29,2 | 16,5 | 10,2 | 9,7 | 7,8 | 6,7 | 55,0 | 87,2 |
| Erkek | 34,5 | 28,1 | 11,4 | 8,5 | 4,8 | 6,5 | 7,3 | 56,3 | 94,4 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 14,5 | 30,8 | 31,8 | 10,4 | 10,9 | 12,4 | 6,8 | 76,9 | 68,8 |
| 21-25 yaş arası | 16,8 | 34,1 | 28,8 | 14,4 | 13,0 | 14,0 | 9,0 | 63,6 | 76,1 |
| 26-30 yaş arası | 19,1 | 31,7 | 17,8 | 12,3 | 11,1 | 10,7 | 11,7 | 64,5 | 87,4 |
| 31-35 yaş arası | 23,5 | 33,2 | 11,7 | 12,9 | 10,2 | 9,0 | 9,4 | 61,8 | 93,2 |
| 36-40 yaş arası | 24,5 | 35,9 | 11,5 | 11,2 | 7,1 | 7,5 | 7,3 | 55,1 | 96,9 |
| 41-50 yaş arası | 37,7 | 29,0 | 8,0 | 8,1 | 5,0 | 4,6 | 6,2 | 52,7 | 99,7 |
| 51-60 yaş arası | 51,2 | 19,7 | 2,7 | 5,4 | 1,6 | 1,3 | 4,2 | 38,1 | 113,3 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 62,7 | 17,8 | 1,2 | 2,4 | 1,2 | 0,0 | 3,0 | 34,5 | 87,1 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 41,8 | 27,4 | 3,8 | 4,8 | 3,2 | 2,1 | 2,6 | 41,7 | 103,9 |
| Orta eğitim düzeyi | 25,5 | 30,7 | 18,5 | 11,8 | 8,8 | 9,0 | 9,3 | 60,8 | 86,5 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 31,1 | 24,6 | 22,5 | 11,5 | 11,3 | 12,9 | 9,4 | 70,5 | 74,7 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 35,5 | 27,3 | 13,8 | 9,0 | 6,6 | 6,1 | 6,0 | 54,0 | 85,3 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 27,7 | 31,5 | 13,4 | 9,4 | 7,8 | 7,7 | 8,1 | 57,2 | 98,1 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 25,2 | 18,6 | 22,7 | 13,8 | 10,0 | 17,2 | 9,9 | 64,4 | 95,4 |
| **ORTALAMA** | **32,0** | **28,6** | **14,0** | **9,3** | **7,2** | **7,2** | **7,0** | **55,6** | **90,8** |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

## En çok dinlenen radyo kanalları (%)

Yukarıda belirtilen üçlü sıralamanın ortalamasıdır.
Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

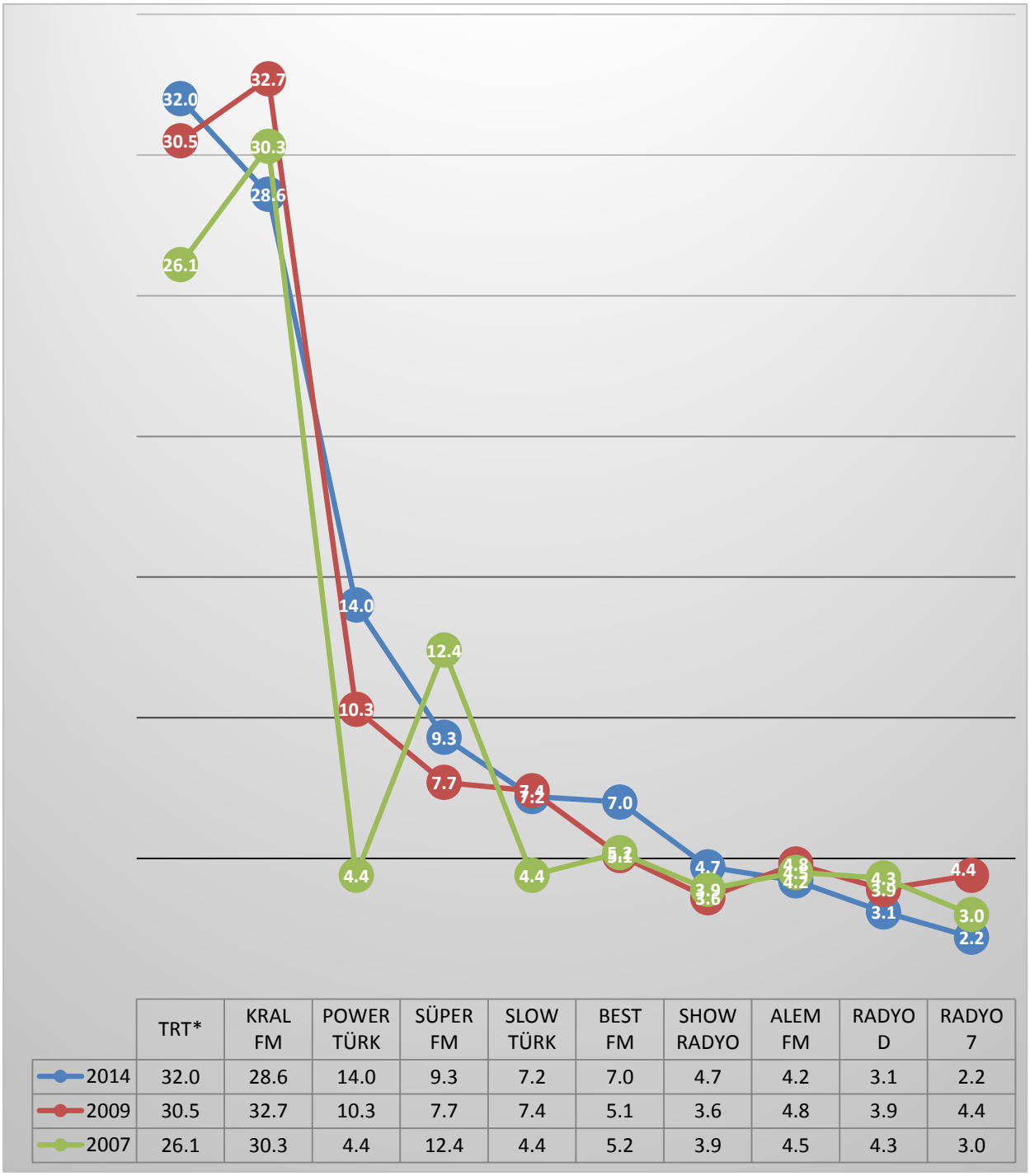
| | TRT* | KRAL FM | POWER TÜRK | SÜPER FM | SLOW TÜRK | JOYTÜRK FM | BEST FM | Diğer ulusal kanallar | Diğer bölgesel ve yerel kanallar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 35,7 | 28,9 | 8,6 | 3,2 | 5,1 | 1,3 | 4,2 | 46,7 | 94,8 |
| 1.001 – 2.000 TL | 32,3 | 29,3 | 13,2 | 9,9 | 6,9 | 6,5 | 7,7 | 53,3 | 90,7 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 30,9 | 26,9 | 20,3 | 14,4 | 9,9 | 9,7 | 8,4 | 67,4 | 80,7 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 23,0 | 29,8 | 21,1 | 6,0 | 5,3 | 12,5 | 7,0 | 71,3 | 96,9 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 29,5 | 32,3 | 16,7 | 14,0 | 14,7 | 16,9 | 12,2 | 55,2 | 99,9 |
| 5.001 TL ve üstü | 30,9 | 21,8 | 13,8 | 9,8 | 9,8 | 11,6 | 4,7 | 46,6 | 107,1 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım** | | | | | | | | | |
| Marmara | 22,0 | 22,4 | 14,5 | 13,1 | 6,7 | 11,3 | 9,3 | 59,8 | 104,0 |
| Ege | 36,5 | 30,5 | 23,1 | 5,3 | 6,5 | 2,2 | 5,1 | 45,5 | 65,4 |
| Akdeniz | 32,6 | 42,5 | 13,3 | 13,2 | 7,6 | 6,9 | 9,9 | 47,9 | 64,2 |
| İç Anadolu | 43,0 | 30,6 | 11,5 | 3,7 | 8,7 | 5,9 | 3,8 | 57,6 | 94,1 |
| Karadeniz | 44,0 | 30,7 | 8,0 | 11,3 | 5,3 | 3,7 | 1,1 | 63,7 | 93,6 |
| Doğu Anadolu | 52,0 | 39,9 | 7,1 | 4,1 | 3,4 | 4,1 | 4,4 | 42,4 | 103,4 |
| Güneydoğu Anadolu | 28,0 | 26,1 | 8,8 | 4,4 | 12,3 | 0,0 | 8,6 | 59,6 | 83,1 |
| **ORTALAMA** | **32,0** | **28,6** | **14,0** | **9,3** | **7,2** | **7,2** | **7,0** | **55,6** | **90,8** |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

En çok dinlenen radyo kanallarının incelenmesi neticesinde; TRT için erkekler, ileri yaş grupları, birinci meslek grubu, alt ve orta gelir grupları öne çıkmaktadır. KRAL FM için genç ve orta yaş grupları, düşük ve orta düzey eğitimliler, birinci ve ikinci meslek grupları dikkat çekmektedir. POWER TÜRK için kadınlar, genç yaş grupları, yüksek eğitim düzeyleri ve yüksek gelir grupları öne çıkmaktadır.

## En çok dinlenen radyo kanalları (%)

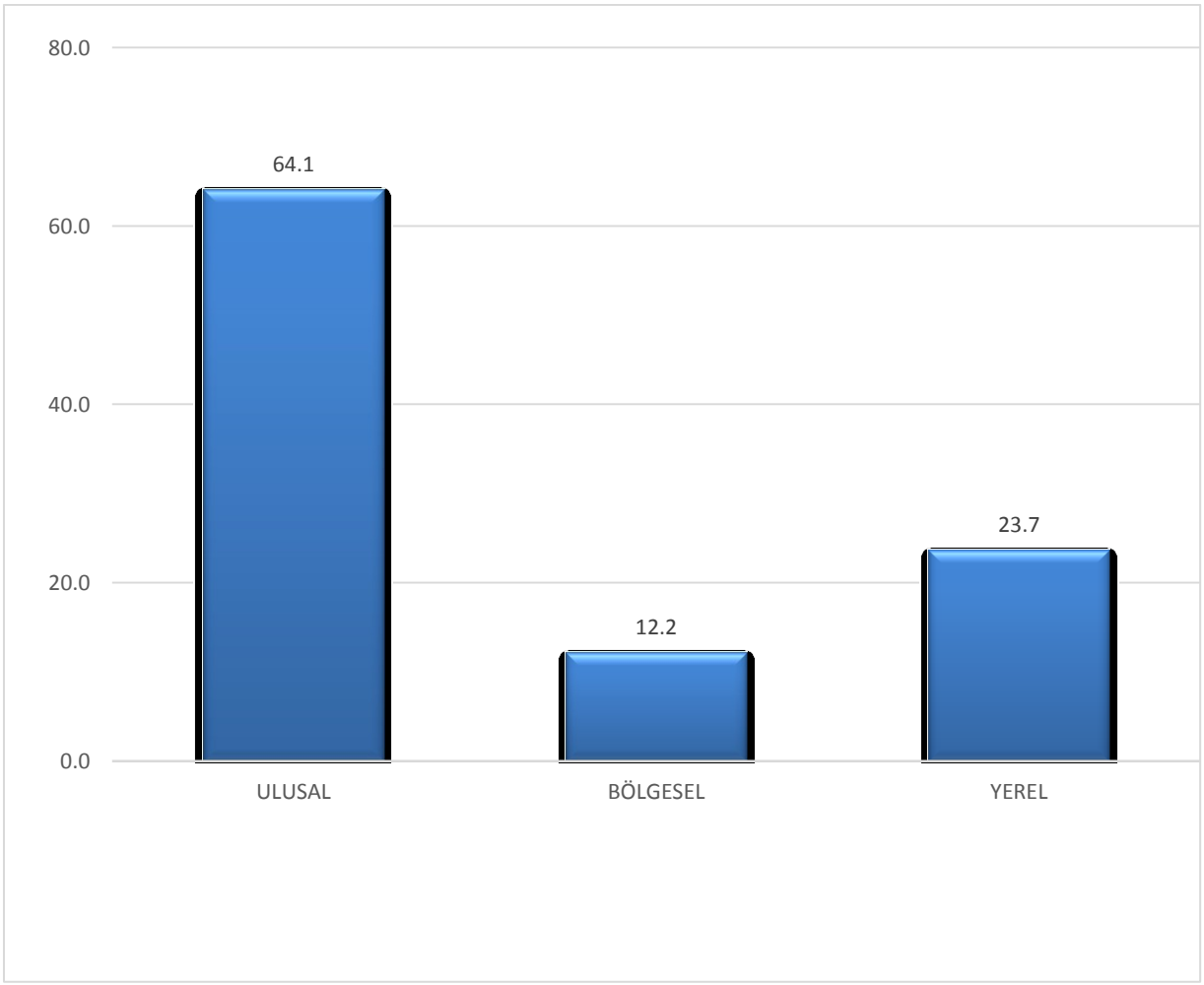
**2007 - 2009 – 2014 Kıyas**




| | TRT* | KRAL FM | POWER TÜRK | SÜPER FM | SLOW TÜRK | BEST FM | SHOW RADYO | ALEM FM | RADYO D | RADYO 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2014 | 32.0 | 28.6 | 14.0 | 9.3 | 7.2 | 7.0 | 4.7 | 4.2 | 3.1 | 2.2 |
| 2009 | 30.5 | 32.7 | 10.3 | 7.7 | 7.4 | 5.1 | 3.6 | 4.8 | 3.9 | 4.4 |
| 2007 | 26.1 | 30.3 | 4.4 | 12.4 | 4.4 | 5.2 | 3.9 | 4.5 | 4.3 | 3.0 |

2007 - 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmalarının" sonucunda en çok dinlenen radyo kanalları incelendiğinde, TRT radyoları ve POWER TÜRK radyosunda anlamlı bir yükseliş, KRAL FM'de ise bir miktar azalış olduğu gözlemlenmiştir.

**Radyoların yayın ortamına göre dağılımı (%)**




En çok tercih edilen radyo kanallarının türlerine bakıldığında ulusal kanallar %64,1', bölgesel kanallar %12,2', yerel kanallar ise %23,7'dir.

## Radyoların yayın ortamına göre dağılımı (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | ULUSAL | BÖLGESEL | YEREL | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 65,6 | 11,7 | 22,8 | **100,0** |
| Erkek | 62,7 | 12,8 | 24,5 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | |
| 15-20 yaş arası | 73.90 | 11.40 | 14.70 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 71.90 | 11.20 | 16.90 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 67.20 | 11.20 | 21.60 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 65.00 | 10.60 | 24.40 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 62.30 | 10.70 | 27.00 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 60.50 | 13.60 | 25.90 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 52.60 | 15.70 | 31.70 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 59.00 | 12.30 | 28.80 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 55,4 | 13,5 | 31,1 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 67,0 | 12,0 | 21,1 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 72,2 | 10,5 | 17,3 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 65,2 | 11,6 | 23,1 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 62,5 | 12,8 | 24,6 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 65,6 | 14,0 | 20,4 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **64,1** | **12,2** | **23,7** | **100,0** |

## Radyoların yayın ortamına göre dağılımı (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | ULUSAL | BÖLGESEL | YEREL | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 58,9 | 9,8 | 31,4 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 63,9 | 11,9 | 24,2 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 69,9 | 13,2 | 16,9 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 64,5 | 16,2 | 19,3 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 65,7 | 14,1 | 20,1 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 58,6 | 13,3 | 28,1 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım** | | | | |
| Marmara | 60,5 | 17,9 | 21,6 | **100,0** |
| Ege | 70,3 | 15,1 | 14,6 | **100,0** |
| Akdeniz | 73,5 | 3,4 | 23,1 | **100,0** |
| İç Anadolu | 64,0 | 8,8 | 27,2 | **100,0** |
| Karadeniz | 64,8 | 9,0 | 26,2 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 60,4 | 0,0 | 39,6 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 64,3 | 2,4 | 33,3 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **64,1** | **12,2** | **23,7** | **100,0** |

En çok dinlenen radyo kanallarının yayın ortamlarına göre incelenmesi neticesinde; genç yaş gruplarında ulusal kanallar daha çok dinlenirken, yaş grubu arttıkça bölgesel ve yerel kanalların daha çok dinlendiği görülmüştür. Eğitim düzeyi açısından bakıldığında, eğitim düzeyi arttıkça ulusal kanalların daha çok dinlendiği yerel kanalların ise daha az dinlendiği tespit edilmiştir.

## Radyoların yayın ortamına göre dağılımı (%)

İllere göre dağılım

| İLLER | ULUSAL | BÖLGESEL | YEREL | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| Adana | 57,4 | 3,5 | 39,1 | **100,0** |
| Ağrı | 63,8 | 0,0 | 36,2 | **100,0** |
| Ankara | 64,1 | 11,1 | 24,8 | **100,0** |
| Antalya | **88,8** | 4,1 | 7,1 | **100,0** |
| Aydın | 82,4 | 16,7 | 0,9 | **100,0** |
| Balıkesir | 74,3 | 3,6 | 22,1 | **100,0** |
| Bursa | 49,4 | 11,5 | 39,1 | **100,0** |
| Erzurum | 82,0 | 0,0 | 18,0 | **100,0** |
| Gaziantep | 72,0 | 1,0 | 27,0 | **100,0** |
| Hatay | 72,3 | 2,5 | 25,2 | **100,0** |
| İstanbul | 59,5 | 21,4 | 19,1 | **100,0** |
| İzmir | 69,9 | 14,5 | 15,6 | **100,0** |
| Kastamonu | 62,4 | 0,0 | 37,6 | **100,0** |
| Kayseri | 58,5 | 4,2 | 37,3 | **100,0** |
| Kırıkkale | 61,9 | 1,6 | 36,5 | **100,0** |
| Kocaeli | 68,3 | 8,8 | 22,9 | **100,0** |
| Konya | 69,6 | 6,0 | 24,4 | **100,0** |
| Malatya | 45,0 | 0,0 | **55,0** | **100,0** |
| Manisa | 61,9 | 16,0 | 22,2 | **100,0** |
| Mardin | 48,4 | 8,2 | 43,4 | **100,0** |
| Samsun | 71,1 | 7,4 | 21,6 | **100,0** |
| Tekirdağ | 70,9 | 12,8 | 16,3 | **100,0** |
| Trabzon | 68,0 | 7,6 | 24,4 | **100,0** |
| Şanlıurfa | 55,1 | 2,7 | 42,2 | **100,0** |
| Van | 56,2 | 0,0 | 43,8 | **100,0** |
| Zonguldak | 52,9 | **22,9** | 24,2 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **64,1** | **12,2** | **23,7** | **100,0** |

Radyoların yayın ortamlarının illere göre dağılımının incelenmesi neticesinde, ulusal radyoların en çok Antalya, Aydın, Erzurum, Balıkesir, Hatay; bölgesel radyoların en çok Zonguldak, İstanbul, Aydın, Manisa, İzmir; yerel radyoların ise en çok Malatya, Van, Mardin, Şanlıurfa ve Bursa illerinde dinlenildiği görülmektedir.

## İllere Göre En Çok Dinlenen İlk Beş Radyo Kanalı

| İLLER | RADYO KANALLARI | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Adana | KRAL FM (R1) | ADANA FM (R3) | LOKUM FM (R3) | TRT (R1) | BEST FM (R1) |
| | 17.20% | 7.10% | 6.00% | 5.50% | 4.90% |
| Ankara | TRT (R1) | KRAL FM (R1) | PARK FM (R3) | SLOW TÜRK (R1) | POWER TÜRK (R1) |
| | 16.00% | 10.10% | 8.30% | 4.30% | 4.30% |
| Antalya | KRAL FM (R1) | TRT (R1) | SÜPER FM (R1) | POWER TÜRK (R1) | JOYTÜRK FM (R1) |
| | 18.60% | 14.50% | 9.50% | 7.20% | 6.60% |
| Balıkesir | KRAL FM (R1) | RADYO VENÜS FM (R3) | TRT (R1) | POWER TÜRK (R1) | BEST FM (R1) |
| | 10.10% | 9.50% | 9.30% | 8.50% | 8.20% |
| Bursa | KRAL FM (R1) | OLAY RD (R3) | POWER TÜRK (R1) | SÜPER FM (R1) | TRT (R1) |
| | 7.10% | 6.70% | 6.50% | 5.60% | 5.30% |
| Gaziantep | KRAL FM (R1) | TRT (R1) | SLOW TÜRK (R1) | RD ŞİRİNNAR (R3) | RADYO SEYMEN (R1) |
| | 11.70% | 11.60% | 8.00% | 6.80% | 6.10% |
| Hatay | TRT (R1) | KRAL FM (R1) | POWER TÜRK (R1) | SHOW RADYO (R1) | DOST FM (R3) |
| | 21.80% | 17.60% | 6.00% | 5.20% | 5.20% |
| İstanbul | TRT (R1) | KRAL FM (R1) | JOYTÜRK FM (R1) | POWER TÜRK (R1) | SÜPER FM (R1) |
| | 8.40% | 8.40% | 5.50% | 4.80% | 4.50% |
| İzmir | TRT (R1) | KRAL FM (R1) | POWER TÜRK (R1) | İMBAT FM (R2) | NUMBER ONE (R1) |
| | 14.40% | 14.30% | 11.00% | 7.30% | 4.60% |
| Kayseri | KRAL FM (R1) | TRT (R1) | ARİFAN RADYO (R3) | CAN RADYO (R3) | GÖZDE FM (R3) |
| | 17.90% | 10.40% | 5.10% | 4.80% | 3,80% |
| Kocaeli | TRT (R1) | POWER TÜRK (R1) | KRAL FM (R1) | GEBZE FM (R3) | NUMBER ONE (R1) |
| | 11.80% | 10.20% | 8.90% | 6.30% | 4.90% |
| Konya | TRT (R1) | KRAL FM (R1) | GÖZYAŞI FM (R3) | POWER TÜRK (R1) | RADYO SEYMEN (R1) |
| | 22.40% | 12.90% | 8.80% | 6.10% | 5.20% |
| Manisa | TRT (R1) | KRAL FM (R1) | SOMA FM (R3) | İMBAT FM (R2) | BEST FM (R1) |
| | 23.60% | 13.10% | 10.60% | 7.60% | 6.40% |

İllere göre en çok dinlenen ilk beş radyo kanalları incelenmiş, araştırmada örneklemi 30 ve üzeri olan iller analize dahil edilmiştir. Bu kapsamda incelenen iller bazında ilk sırayı TRT kanalları ve Kral FM'in aldığı gözlenmiştir.

Sıralamaya giren yerel ve bölgesel kanallara bakıldığında en çok; Adana'da Adana FM ve Lokum FM, Ankara'da Park FM, Balıkesir'de Radyo Venüs FM, Bursa'da Olay Radyo, Gaziantep'te RD Şirinnar, Hatay'da Dost FM, İzmir'de İmbat FM, Kayseri'de Arifan Radyo, Can Radyo, Kocaeli'de Gebze FM, Konya'da Gözyaşı FM, Manisa'da Soma FM ve İmbat FM dinlendiği görülmüştür.

## Tercih ettiğiniz radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir (%)

**TRT***

*Cevap veren kişi sayısı (N)=391*

| | % |
|---|---|
| Program akışı ve yayınları güzel | 24,6 |
| Beğendiğim müzikler çalıyor | 19,4 |
| Haberleri hoşuma gidiyor | 8,0 |
| Alışkanlık olduğu için | 6,9 |
| Seviyeli, dürüst | 5,3 |
| Çok iyi kaliteli kanal olduğu için | 5,3 |
| Dinlendirici, sevdiğim için | 4,1 |
| Devletin radyosu | 3,8 |
| Bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor, seviyorum | 3,7 |
| Net çektiği için | 2,7 |
| Her türlü yayın yapıyorlar | 2,4 |
| Spor haberleri için | 2,3 |
| Türkçeyi iyi kullanıyorlar | 1,9 |
| Tarafsız olması | 1,6 |
| Yöresel yayınlarda yaptığı için | 1,5 |
| Haber konusunda güvenilir | 1,1 |
| Sunucularını beğeniyorum | 0,6 |
| Reklam az olduğu için | 0,5 |
| Dini programları, müzikleri | 0,4 |
| Kültürel ve eğitici yayın yapıyorlar | 0,2 |
| Kürtçe yayın için | 0,2 |
| Sohbetleri güzel | 0,2 |
| **TOPLAM** | **100,0** |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*

TRT kanallarının tercih edilme nedenlerine bakıldığında, program akışı ve yayınların güzel olduğu, müziklerin ve haberlerin beğenildiği ilk sıralarda görülmektedir.

## Tercih ettiğiniz radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir (%)

**KRAL FM***

*Cevap veren kişi sayısı (N)=376*

| | % |
|---|---|
| Beğendiğim müzikler çalıyor | 50,1 |
| Program akışı ve yayınları güzel | 19,1 |
| Bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor | 10,0 |
| Dinlendirici, sevdiğim için | 4,1 |
| Her türlü yayın yapıyorlar | 3,3 |
| Çok iyi kaliteli kanal olduğu için | 2,6 |
| Sunucularını beğeniyorum | 1,9 |
| Reklam az olduğu için | 1,5 |
| Alışkanlık olduğu için | 1,3 |
| Haberleri hoşuma gidiyor | 1,0 |
| Türkçeyi iyi kullanıyorlar | 0,8 |
| Net çektiği için | 0,5 |
| Kültürel ve eğitici yayın yapıyorlar | 0,3 |
| Müziğe daha çok yer veriyor | 0,3 |
| Diğer | 0,3 |
| Fikir belirtmeyen | 3,1 |
| **TOPLAM** | **100,0** |

**KRAL FM ve KRAL POP kanallarını kapsamaktadır.*

Kral FM kanalının tercih edilme nedenlerine bakıldığında, tercih sebebi olarak beğenilen müzik türlerinin çalınıyor olmasının ilk sırada olduğu görülmektedir. Kral FM'in tercih edilme sebepleri arasında program akışı ve yayınların güzel olduğu ve kişilere hitap ettiği tespit edilmiştir.

**Tercih ettiğiniz radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir (%)**

**POWER TÜRK FM**

*Cevap veren kişi sayısı (N)=144*

| | % |
|---|---|
| Beğendiğim müzikler çalıyor | 45,3 |
| Program akışı ve yayınları güzel | 28,7 |
| Bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor | 6,1 |
| Her türlü yayın yapıyorlar | 3,6 |
| Reklam az olduğu için | 2,8 |
| Alışkanlık olduğu için | 2,1 |
| Dinlendirici, sevdiğim için | 1,8 |
| Sunucularını beğeniyorum | 1,4 |
| Çok iyi kaliteli kanal olduğu için | 1,3 |
| Tarafsız olması | 0,8 |
| Kültürel ve eğitici yayın yapıyorlar | 0,8 |
| Türkçeyi iyi kullanıyorlar | 0,6 |
| Net çektiği için | 0,6 |
| Diğer | 0,6 |
| Fikir belirtmeyen | 3,5 |
| **TOPLAM** | **100,0** |

Power Türk FM kanalının tercih edilme nedenlerine bakıldığında, Kral FM'e benzer şekilde beğenilen müzik türlerinin çalındığı, program akışı ve yayınlarının güzel olduğu ve kişilere hitap ettiği görülmektedir.

## Tercih ettiğiniz radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir (%)

### SÜPER FM

*Cevap veren kişi sayısı (N)=112*

| | % |
|---|---|
| Beğendiğim müzikler çalıyor | 54,7 |
| Program akışı ve yayınları güzel | 15,9 |
| Net çektiği için | 5,3 |
| Alışkanlık olduğu için | 5,1 |
| Bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor | 4,9 |
| Çok iyi kaliteli kanal olduğu için | 3,8 |
| Sunucularını beğeniyorum | 2,3 |
| Her türlü yayın yapıyorlar | 1,0 |
| Sohbetleri güzel | 0,9 |
| Diğer | 1,6 |
| Fikir belirtmeyen | 4,4 |
| **TOPLAM** | **100,0** |

Dördüncü sırada yer alan Süper FM kanalının tercih edilme nedenlerine bakıldığında, beğenilen müzik türlerinin çalındığı, program akışı ve yayınlarının güzel olduğu ve net olarak çektiği için tercih edildiği görülmektedir.

**Tercih ettiğiniz radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir (%)**

**DİĞER ULUSAL KANALLAR**

*Cevap veren kişi sayısı (N)=644*

| | % |
|---|---|
| Beğendiğim müzikler çalıyor | 38,6 |
| Program akışı ve yayınları güzel | 21,8 |
| Bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor | 6,7 |
| Dini programları, müzikleri | 4,2 |
| Çok iyi kaliteli kanal olduğu için | 3,7 |
| Yöresel yayınlarda yaptığı için | 3,3 |
| Sunucularını beğeniyorum | 2,8 |
| Haberleri hoşuma gidiyor | 2,8 |
| Dinlendirici, sevdiğim için | 2,6 |
| Reklam az olduğu için | 1,6 |
| Her türlü yayın yapıyorlar | 1,6 |
| Seviyeli, dürüst | 1,5 |
| Alışkanlık olduğu için | 1,2 |
| Sohbetleri güzel | 0,8 |
| Spor haberleri için | 0,6 |
| Haber konusunda güvenilir | 0,6 |
| Tarafsız olması | 0,5 |
| Diğer | 1,0 |
| Fikir belirtmeyen | 3,9 |
| **TOPLAM** | **100,0** |

Diğer ulusal kanalların tercih edilme nedenlerine bakıldığında, beğenilen müzik türlerinin çalındığı, program akışı ve yayınlarının güzel olduğu ve kişilere hitap ettiği tespit edilmiştir.

## Tercih ettiğiniz radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir (%)

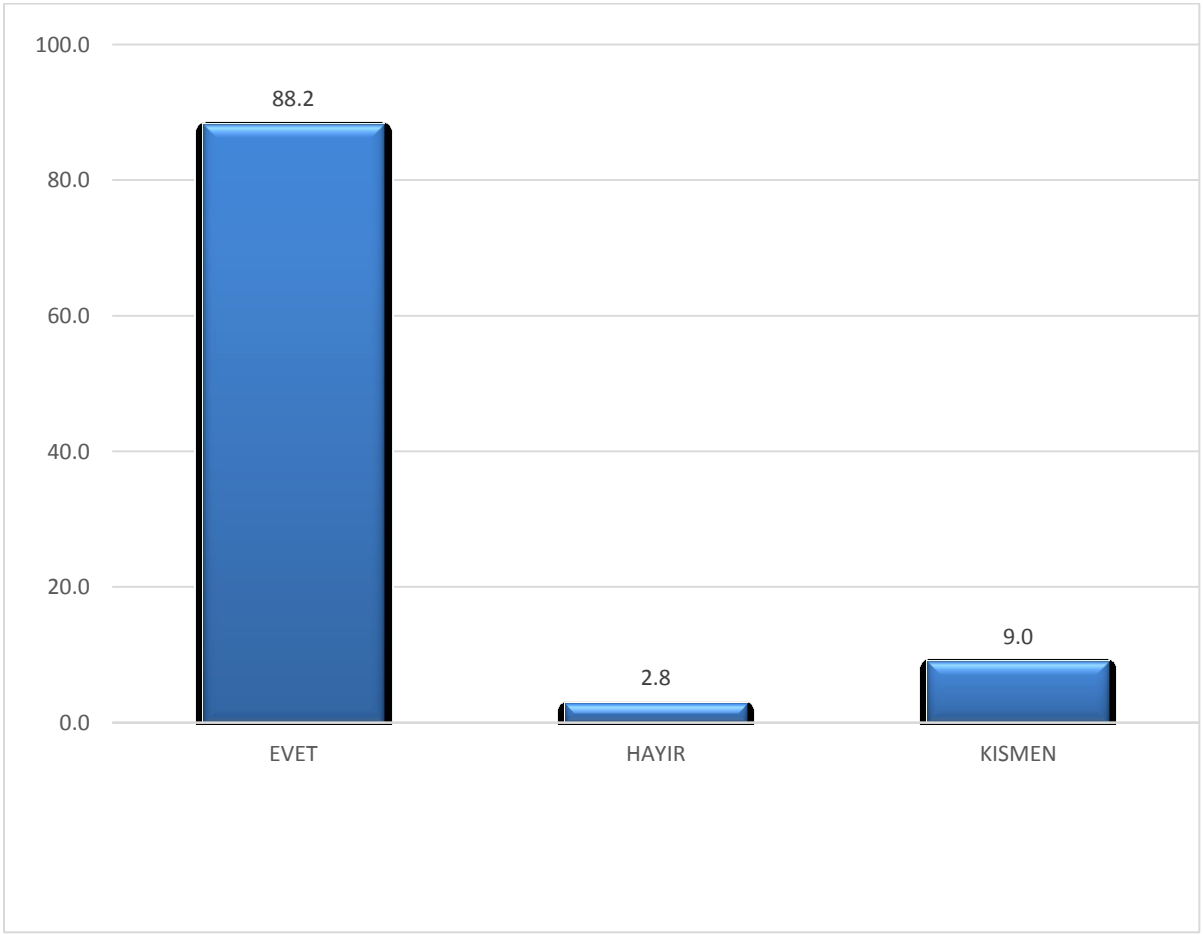
### DİĞER BÖLGESEL VE YEREL KANALLAR

*Cevap veren kişi sayısı (N)=878*

| | % |
|---|---|
| Beğendiğim müzikler çalıyor | 34,0 |
| Program akışı ve yayınları güzel | 17,0 |
| Yöresel yayınlarda yaptığı için | 9,4 |
| Bana hitap ediyor, hoşuma gidiyor | 8,9 |
| Dini programları, müzikleri | 7,3 |
| Çok iyi kaliteli kanal olduğu için | 2,6 |
| Haberleri hoşuma gidiyor | 2,6 |
| Dinlendirici, sevdiğim için | 2,4 |
| Net çektiği için | 2,3 |
| Alışkanlık olduğu için | 2,2 |
| Her türlü yayın yapıyorlar | 1,9 |
| Sohbetleri güzel | 1,4 |
| Reklam az olduğu için | 1,1 |
| Sunucularını beğeniyorum | 1,0 |
| Seviyeli, dürüst | 0,6 |
| Kültürel ve eğitici yayın yapıyorlar | 0,6 |
| Spor haberleri için | 0,5 |
| Kürtçe yayın için | 0,5 |
| Tarafsız olması | 0,4 |
| Diğer | 0,7 |
| Fikir belirtmeyen | 2,8 |
| **TOPLAM** | **100,0** |

Diğer bölgesel ve yerel kanalların tercih edilme nedenlerine bakıldığında, beğenilen müzik türlerinin çalındığı, program akışı ve yayınlarının güzel olduğu ve bu kanallarda yöresel yayın yapıldığı için tercih edildikleri görülmektedir.

**Bu radyo kanallarını, net bir şekilde dinleyebiliyor musunuz? (%)**




Tercih edilen radyo kanallarının net bir şekilde dinlediğini belirtenler %88,2, kısmen dinlediğini belirtenler %9,0'dır. Net bir şekilde dinleyemediğini belirtenler ise %2,8'dir.

## Bu radyo kanallarını, net bir şekilde dinleyebiliyor musunuz? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | EVET | HAYIR | KISMEN | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 88,5 | 2,7 | 8,8 | **100,0** |
| Erkek | 88,0 | 2,9 | 9,1 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | |
| 15-20 yaş arası | 87,3 | 2,2 | 10,5 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 86,4 | 2,9 | 10,8 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 87,8 | 2,4 | 9,9 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 89,3 | 3,2 | 7,5 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 91,5 | 2,2 | 6,3 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 87,6 | 3,5 | 8,9 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 90,0 | 2,8 | 7,2 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 86,3 | 3,0 | 10,7 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 88,6 | 2,4 | 9,0 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 87,3 | 3,0 | 9,6 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 90,2 | 3,2 | 6,6 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 87,6 | 2,9 | 9,5 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 88,9 | 2,7 | 8,3 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 88,7 | 2,1 | 9,3 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **88,2** | **2,8** | **9,0** | **100,0** |

## Bu radyo kanallarını, net bir şekilde dinleyebiliyor musunuz? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | EVET | HAYIR | KISMEN | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 90,4 | 1,7 | 7,9 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 87,7 | 3,5 | 8,9 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 87,8 | 2,0 | 10,2 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 82,3 | 3,7 | 14,0 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 91,4 | 4,3 | 4,3 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 89,8 | 4,1 | 6,1 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[17] | | | | |
| Marmara | 90,8 | 1,4 | 7,8 | **100,0** |
| Ege | 92,2 | 1,4 | 6,4 | **100,0** |
| Akdeniz | 79,2 | 7,7 | 13,1 | **100,0** |
| İç Anadolu | 85,8 | 4,6 | 9,6 | **100,0** |
| Karadeniz | 87,2 | 3,8 | 9,0 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 80,4 | 0,9 | 18,7 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 92,2 | 1,4 | 6,4 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **88,2** | **2,8** | **9,0** | **100,0** |

Radyo kanallarının net dinlenme durumu ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; radyo kanallarının net dinlenme durumu ile yalnızca coğrafi bölge değişkeni arasında anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Bu kapsamda diğer bölgelere göre Akdeniz Bölgesinde yaşayan radyo dinleyicilerinin radyo kanallarını daha az net dinlediği görülmektedir. Akdeniz Bölgesine ilişkin bu tespitin, Adana ile Hatay yöresindeki radyo kuruluşlarının sayıca fazla olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Yine söz konusu yörede, komşu ülkelerin radyo kuruluşlarından kaynaklanan enterferanslar da radyo yayınlarının net dinleme oranını düşürmektedir.

[17] Cramer's V=0,163 p=0,000

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

| | % |
|---|---|
| TRT* | 46,6 |
| KRAL** | 12,1 |
| POWER TÜRK | 3,4 |
| SÜPER FM | 3,0 |
| BEST FM | 1,9 |
| SLOW TÜRK | 1,4 |
| JOYTÜRK FM | 1,4 |
| Show Radyo | 1,1 |
| RADYO 7 | 1,1 |
| RADYO EKİN | 0,9 |
| ALEM FM | 0,9 |
| SEMERKAND RADYO | 0,8 |
| NTV RADYO | 0,8 |
| ÖZGÜR RADYO | 0,8 |
| Radyo Seymen | 0,8 |
| POWER FM | 0,7 |
| RADYO AKTİF | 0,7 |
| CEM RADYO | 0,7 |
| AKRA FM | 0,7 |
| RADYO ALATURKA | 0,7 |
| YÖN RADYO | 0,7 |
| LALEGÜL FM | 0,7 |
| METRO FM | 0,6 |
| RADYO D | 0,6 |
| NUMBER ONE | 0,5 |
| RADYO FENOMEN | 0,5 |
| Diğer ulusal kanallar | 3,0 |
| Diğer bölgesel ve yerel kanallar | 13,2 |
| **TOPLAM** | **100,0** |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*
***KRAL FM ve KRAL POP kanallarını kapsamaktadır.*

Sizce, Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı hangisidir?" sorusu için %46,6 ile TRT kanalları cevabı ilk sırada yer almaktadır. KRAL FM ve KRAL POP grubu ise %12,1 ile ikinci sıradadır. Bu kanalları %3,4 ile POWER TÜRK, %3,0 ile SÜPER FM takip etmektedir.

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

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | TRT* | KRAL** | POWER TÜRK | SÜPER FM | BEST FM | Diğer ulusal kanallar | Diğer bölgesel ve yerel kanallar | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | | | | |
| Kadın | 45,0 | 13,3 | 4,1 | 3,0 | 2,0 | 13,7 | 18,8 | **100,0** |
| Erkek | 48,0 | 10,9 | 2,6 | 3,0 | 1,9 | 14,5 | 19,0 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[18] | | | | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 28,5 | 18,3 | 9,2 | 4,6 | 3,5 | 21,1 | 14,8 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 38,4 | 13,9 | 6,9 | 6,0 | 0,9 | 15,7 | 18,1 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 32,6 | 17,2 | 5,0 | 3,6 | 2,7 | 20,4 | 18,6 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 39,4 | 17,0 | 1,4 | 4,1 | 1,8 | 15,1 | 21,1 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 41,9 | 14,6 | 4,5 | 1,5 | 3,5 | 10,6 | 23,2 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 50,5 | 11,2 | 0,9 | 2,7 | 1,5 | 14,8 | 18,4 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 60,9 | 5,2 | 0,0 | 1,0 | 1,0 | 8,0 | 23,9 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 76,2 | 0,9 | 0,0 | 0,9 | 0,0 | 7,7 | 14,5 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[19] | | | | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 54,0 | 10,1 | 0,9 | 0,1 | 0,6 | 11,2 | 23,1 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 41,0 | 15,3 | 4,4 | 4,3 | 2,8 | 14,5 | 17,9 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 48,6 | 5,8 | 5,5 | 5,1 | 1,9 | 19,6 | 13,5 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım**[20] | | | | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 50,4 | 11,3 | 3,5 | 2,6 | 1,3 | 12,9 | 18,0 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 42,0 | 13,9 | 2,6 | 3,1 | 2,6 | 15,8 | 20,0 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 40,0 | 4,0 | 8,0 | 8,0 | 2,7 | 17,3 | 20,0 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **46,6** | **12,1** | **3,4** | **3,0** | **1,9** | **14,2** | **18,9** | **100,0** |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*
***KRAL FM ve KRAL POP kanallarını kapsamaktadır.*

[18] Cramer's V=0,157 p=0,000
[19] Cramer's V=0,171 p=0,000
[20] Cramer's V=0,095 p=0,000

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

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | TRT* | KRAL** | POWER TÜRK | SÜPER FM | BEST FM | Diğer ulusal kanallar | Diğer bölgesel ve yerel kanallar | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım[21]** | | | | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 45,3 | 12,6 | 2,3 | 0,5 | 0,0 | 12,6 | 26,6 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 47,7 | 12,3 | 3,6 | 3,1 | 2,8 | 13,3 | 17,2 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 47,6 | 9,2 | 4,3 | 5,2 | 1,7 | 17,2 | 14,9 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 47,7 | 18,5 | 2,3 | 1,5 | 2,3 | 11,5 | 16,2 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 45,5 | 7,6 | 3,0 | 6,1 | 3,0 | 13,6 | 21,2 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 45,0 | 8,3 | 1,7 | 8,3 | 1,7 | 13,3 | 21,7 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım[22]** | | | | | | | | |
| Marmara | 39,1 | 10,0 | 2,9 | 3,9 | 3,0 | 16,4 | 24,7 | **100,0** |
| Ege | 54,0 | 11,7 | 6,0 | 1,9 | 1,1 | 12,5 | 12,8 | **100,0** |
| Akdeniz | 41,5 | 18,9 | 4,2 | 6,1 | 3,3 | 16,0 | 9,9 | **100,0** |
| İç Anadolu | 60,0 | 9,1 | 2,3 | 1,0 | 0,5 | 12,4 | 14,7 | **100,0** |
| Karadeniz | 50,4 | 15,6 | 2,8 | 2,8 | 0,0 | 7,8 | 20,6 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 59,4 | 12,9 | 3,0 | 1,0 | 0,0 | 5,0 | 18,8 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 24,5 | 19,8 | 3,8 | 2,8 | 2,8 | 22,6 | 23,6 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **46,6** | **12,1** | **3,4** | **3,0** | **1,9** | **14,2** | **18,9** | **100,0** |

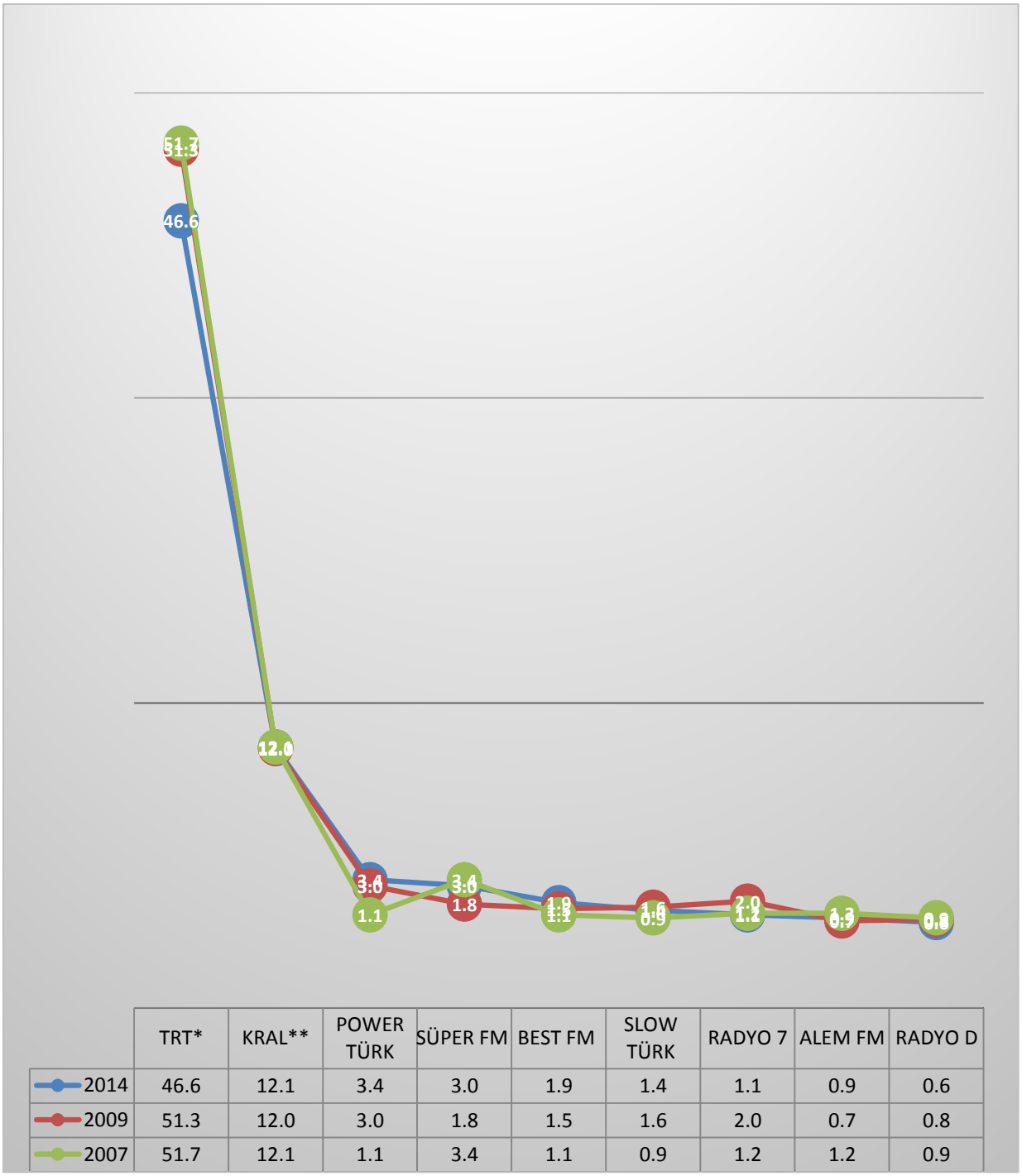
**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*
***KRAL FM ve KRAL POP kanallarını kapsamaktadır.*

Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi sonucunda, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı ile yaş grupları, eğitim düzeyi, meslek grubu, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

[21] Cramer's V=0,085 p=0,000
[22] Cramer's V=0,115 p=0,000

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

**2007 – 2009 - 2014 Kıyas**




| | TRT* | KRAL** | POWER TÜRK | SÜPER FM | BEST FM | SLOW TÜRK | RADYO 7 | ALEM FM | RADYO D |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2014 | 46.6 | 12.1 | 3.4 | 3.0 | 1.9 | 1.4 | 1.1 | 0.9 | 0.6 |
| 2009 | 51.3 | 12.0 | 3.0 | 1.8 | 1.5 | 1.6 | 2.0 | 0.7 | 0.8 |
| 2007 | 51.7 | 12.1 | 1.1 | 3.4 | 1.1 | 0.9 | 1.2 | 1.2 | 0.9 |

**TRT'nin tüm kanallarını kapsamaktadır.*
***KRAL FM ve KRAL POP kanallarını kapsamaktadır.*

2007 - 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmalarının" incelenmesi sonucunda Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalları incelendiğinde TRT radyolarında oransal olarak bir miktar azalış olduğu gözlemlenmiştir.

# ALTINCI BÖLÜM

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

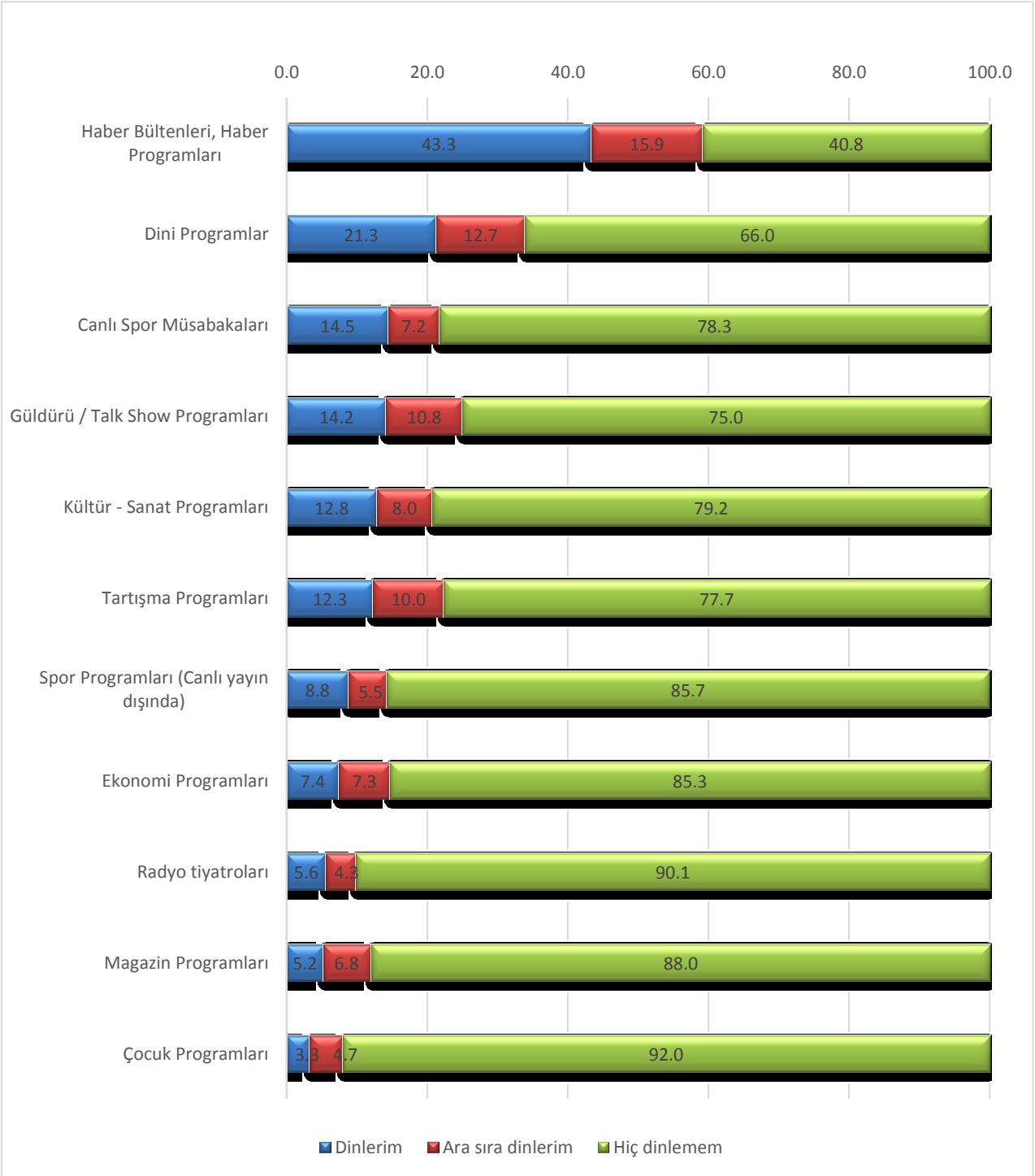
Bu bölümde radyo kanallarında yer alan program ve müzik türlerinin dinlenme düzeyi ile tercih edildikleri radyo kanallarına ilişkin bilgiler yer almaktadır. Program ve müzik türlerinin dinlenme düzeyi ile tercih edilen radyo kanallarına ilişkin frekanslar verilmiştir. Ayrıca müzik türlerinde tercih edilen radyo kanalları ile bağımsız değişkenlere ilişkin çapraz tablolara yer verilmiştir.

Görüşülen kişilerden her bir program ve müzik türünü hangi ölçüde dinlediklerini belirtmeleri istenmiş ve cevaplar "Dinlerim", "Ara sıra dinlerim" ve "Hiç dinlemem" şeklinde alınmıştır.

Bunun yanı sıra, ilgili program türünü dinlediğini veya bazen dinlediğini belirten kişilere bu program türünü en çok hangi radyo kanalından dinlediği sorulmuş ve cevaplar açık uçlu olarak alınmıştır.

- ✓ **En çok dinlenilen radyo programı "Haber Bültenleri, Haber Programları"dır.**
- ✓ **Canlı Spor Müsabakaları en çok TRT radyoları ve NTV Spor Radyo'dan dinlenmektedir.**
- ✓ **Güldürü / Talk Show ve Magazin programları en çok TRT radyoları ve Kral FM'den dinlenmektedir.**
- ✓ **En çok dinlenilen müzik türleri sırasıyla Türk Halk Müziği, Türk Pop Müziği ve Türk Sanat Müziğidir.**
- ✓ **Arabesk Kral FM'den, Türk Halk ve Sanat Müziği TRT radyolarından, Yabancı Müzik ise Metro FM ve Number One FM'den, Türk Pop Müziği Kral Pop radyodan dinlenmektedir.**
- ✓ **Arabesk/Taverna Müziği dinleme oranı düşerken, Türk Pop Müziği Türkçe Rock Müziği ve Yabancı Müzik dinleme oranı yükselmektedir.**

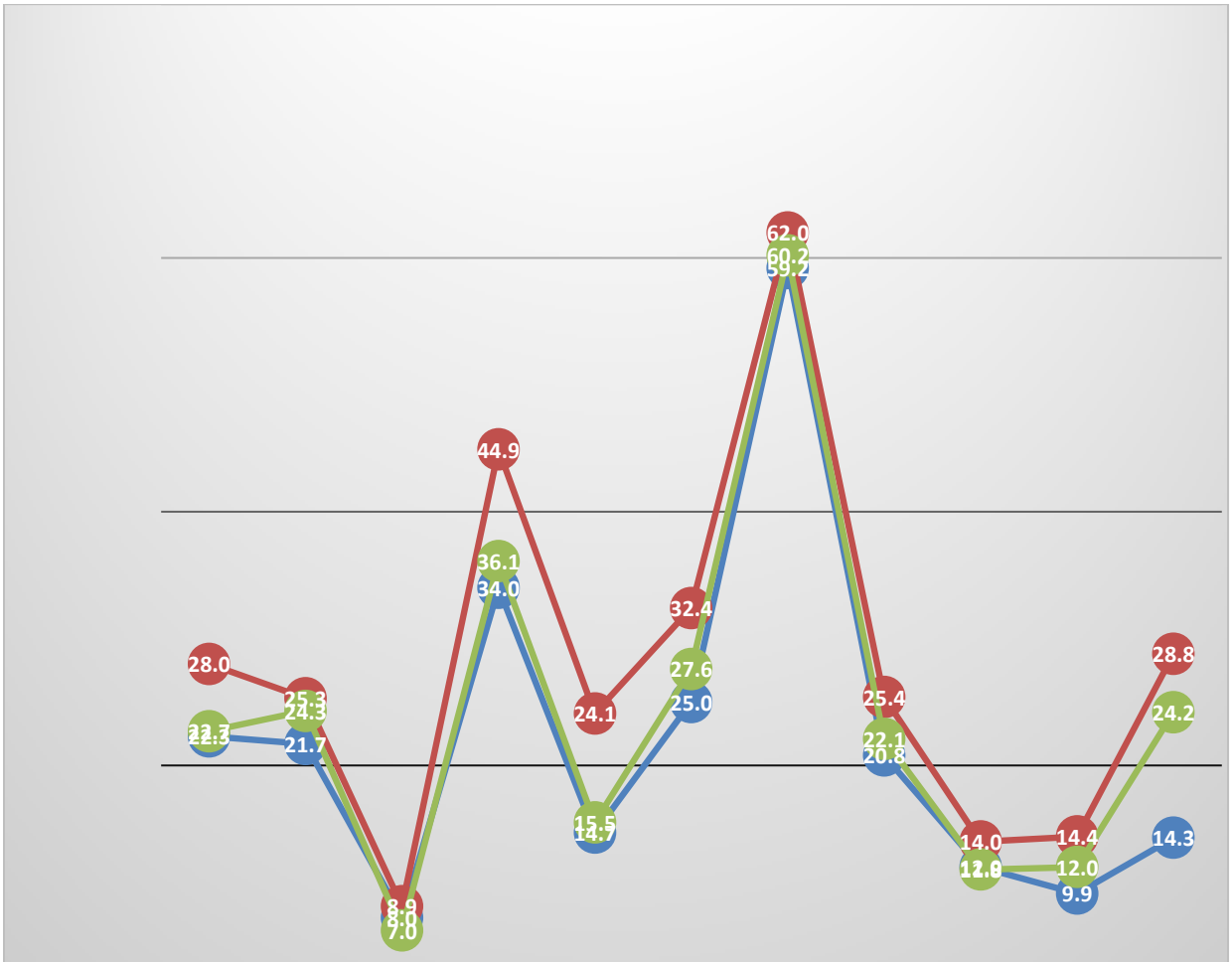
## Program türlerini dinleme sıklığı (%)




En çok dinlenen program türleri sırasıyla haber bültenleri, haber programları (%43,3), dini programlar (%21,3), canlı spor müsabakaları (%14,5), güldürü / talk show programları (%14,2), kültür – sanat programları (%12,8), tartışma programları (%12,3), canlı yayın dışında spor programları (%8,8), ekonomi programları (%7,4), radyo tiyatroları (%5,6), magazin programları (%5,2) ve çocuk programları (%3,3) gelmektedir.

## Program türlerini dinleme sıklığı (%)

**2007 - 2009 – 2014 Kıyas**



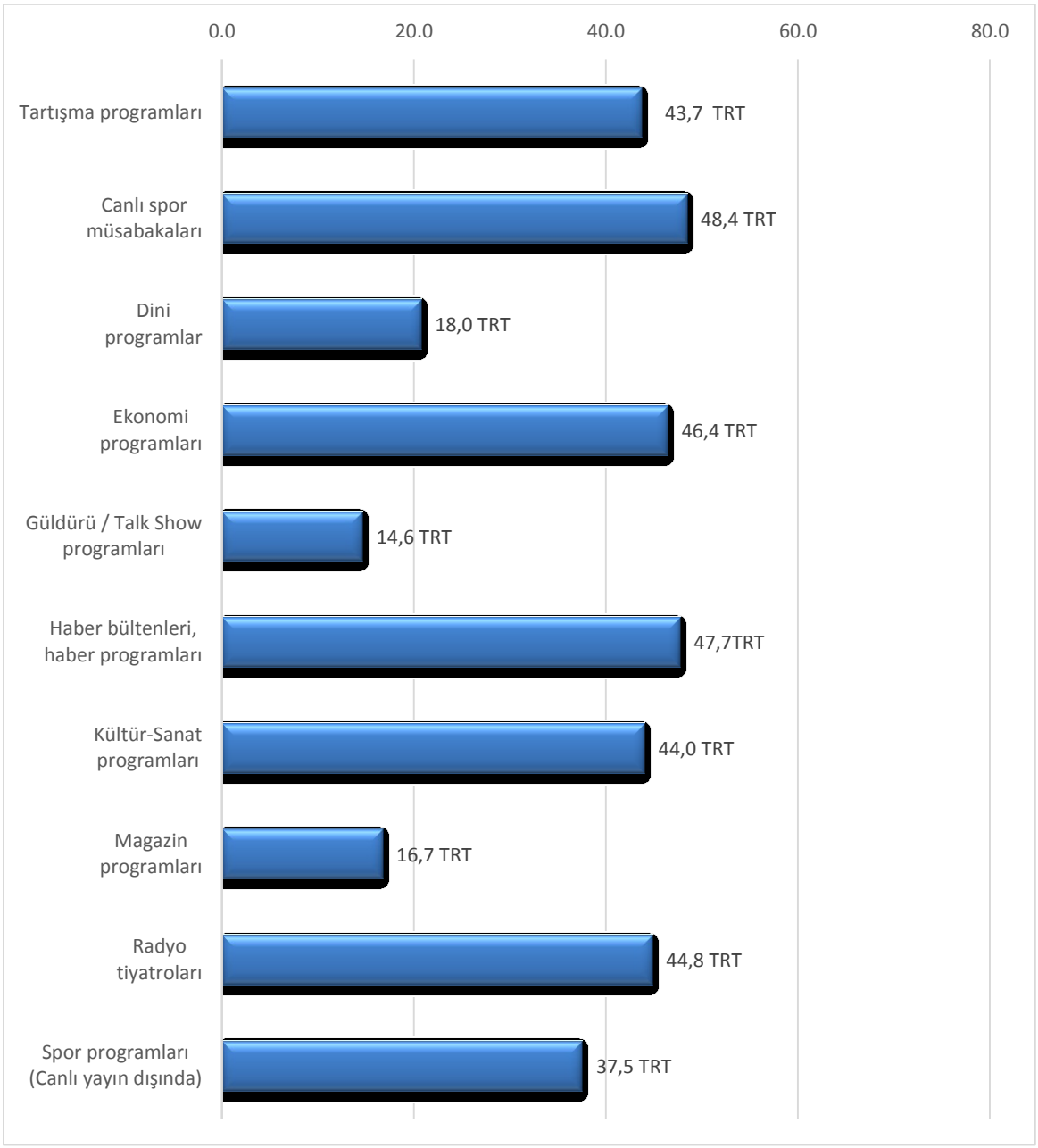

| | Tartışma Programları | Canlı Spor Müsabakaları | Çocuk Programları | Dini Programlar | Ekonomi Programları | Güldürü / Talk Show Programları | Haber Programları | Kültür - Sanat Programları | Magazin Programları | Radyo tiyatroları | Spor Programları (Canlı yayın dışında) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2014 | 22.3 | 21.7 | 8.0 | 34.0 | 14.7 | 25.0 | 59.2 | 20.8 | 12.0 | 9.9 | 14.3 |
| 2009 | 28.0 | 25.3 | 8.9 | 44.9 | 24.1 | 32.4 | 62.0 | 25.4 | 14.0 | 14.4 | 28.8 |
| 2007 | 22.7 | 24.3 | 7.0 | 36.1 | 15.5 | 27.6 | 60.2 | 22.1 | 11.8 | 12.0 | 24.2 |

**İlgili program türlerinin dinlenme sıklığı, "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlerin toplamıdır.*

2007-2009-2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmalarının" incelenmesi sonucunda, program türlerinin dinlenme sıklığında artış görülmemişken; tartışma programları, canlı spor müsabakaları, kültür sanat programları ve spor programlarının dinlenme sıklığında azalış tespit edilmiştir.

## Program türlerinin en çok dinlenildiği kanallar (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.




Program türlerinin en çok dinlenildiği kanallara bakıldığında; program türlerinin tamamında TRT kanallarının birinci sırada dinlendiği tespit edilmiştir.

## Program türlerinin en çok dinlenildiği kanallar (%)

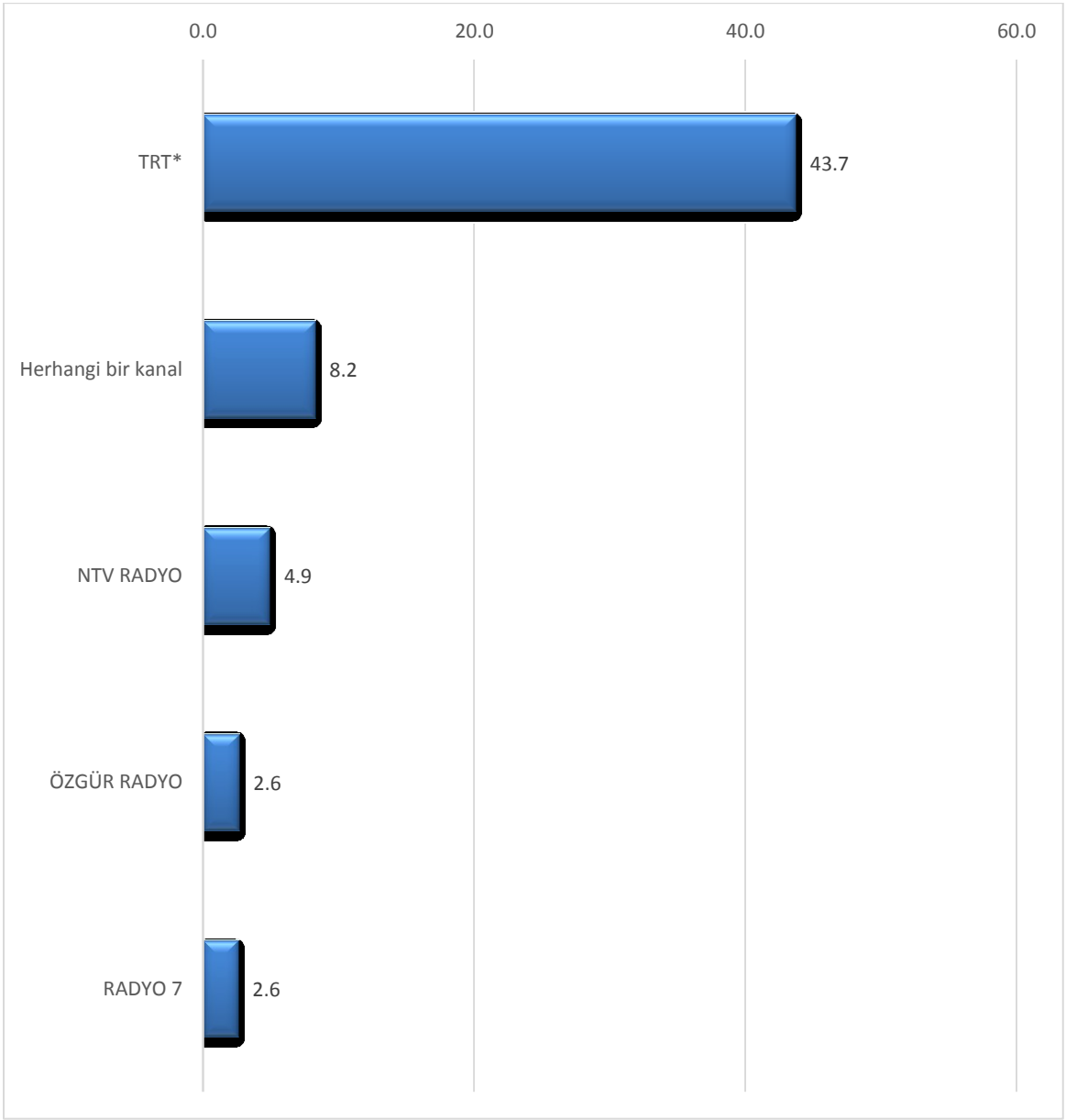
**2007– 2009 –2014 Kıyas**

| | 2007 | 2009 | 2014 |
|---|---|---|---|
| **Tartışma Programları** | 36,0 TRT | 52,4 TRT | 43,7 TRT |
| **Canlı Spor Müsabakaları** | 40,0 TRT | 46,0 TRT | 48,4 TRT |
| **Dini Programlar** | 12,1 TRT | 24,4 TRT | 18,0 TRT |
| **Ekonomi Programları** | 38,9 TRT | 54,6 TRT | 46,4 TRT |
| **Güldürü / Talk Show Programları** | 13,4 TRT | 20,2 TRT | 14,6 TRT |
| **Haber Bültenleri, Haber Programları** | 34,6 TRT | 45,3 TRT | 47,7 TRT |
| **Kültür - Sanat Programları** | 37,8 TRT | 54,1 TRT | 44,0 TRT |
| **Magazin Programları** | 18,5 KRAL FM | 21,7 TRT | 16,7 TRT |
| **Radyo tiyatroları** | 58,7 TRT | 71,8 TRT | 44,8 TRT |
| **Spor Programları (Canlı yayın dışında)** | 35,8 TRT | 41,6 TRT | 37,5 TRT |

2007 - 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmalarının" incelenmesi sonucunda; en çok dinlenilen radyo kanallarında değişim gözlenmediği ve TRT kanallarının tüm program türlerinde en çok dinlenen kanal olmaya devam ettiği tespit edilmiştir.

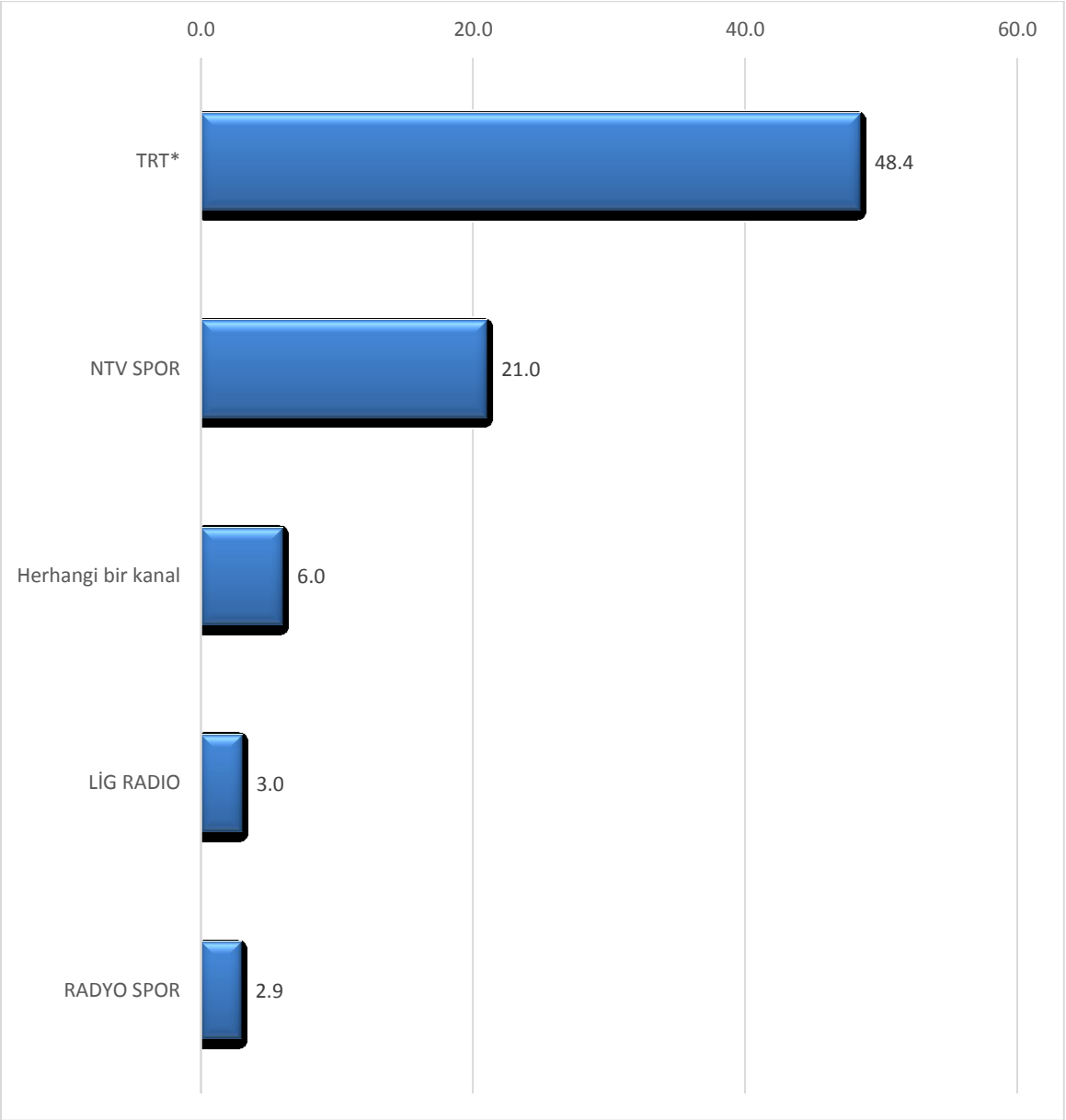
## Tartışma programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=537



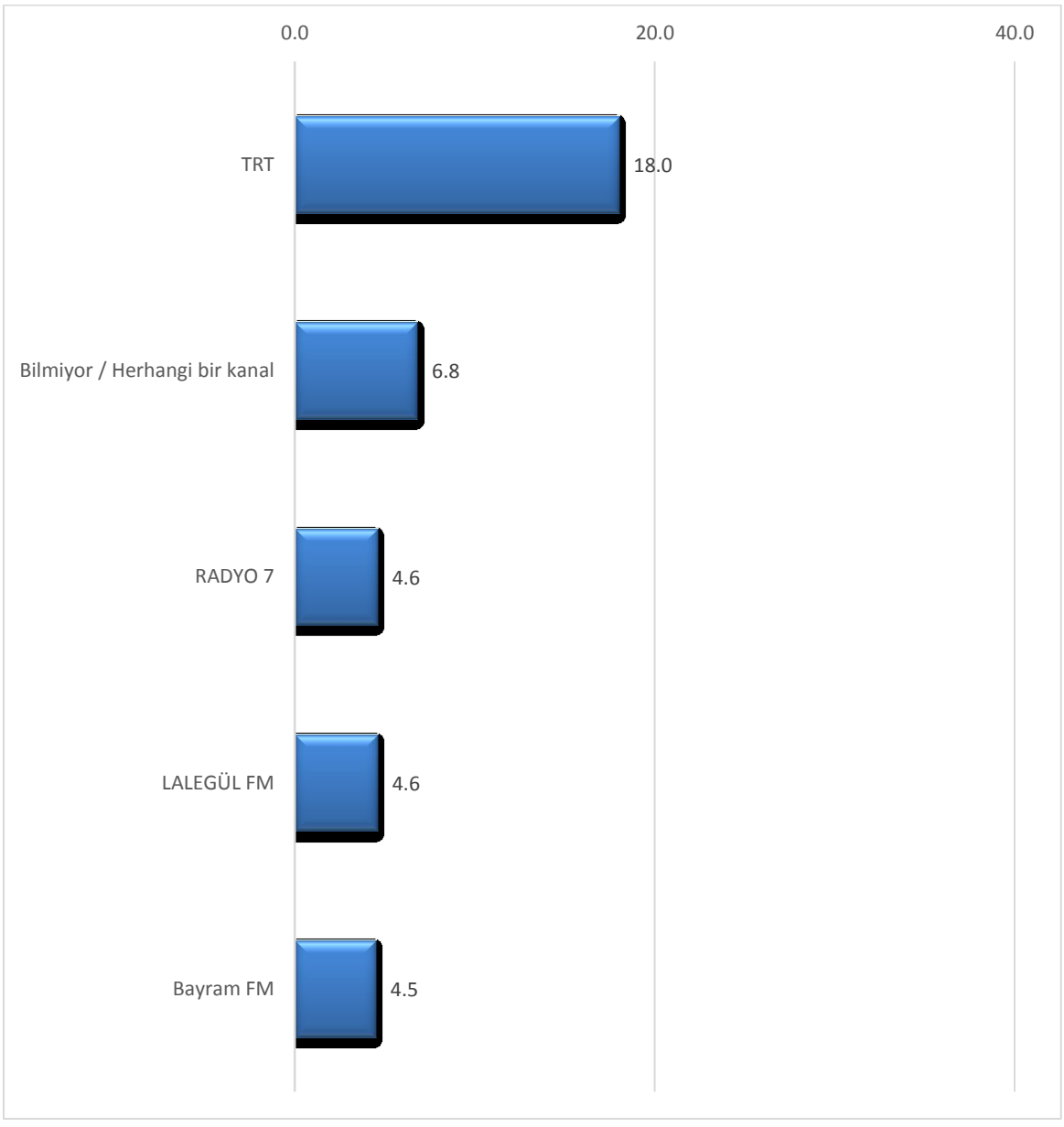
## Canlı spor müsabakaları programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=560



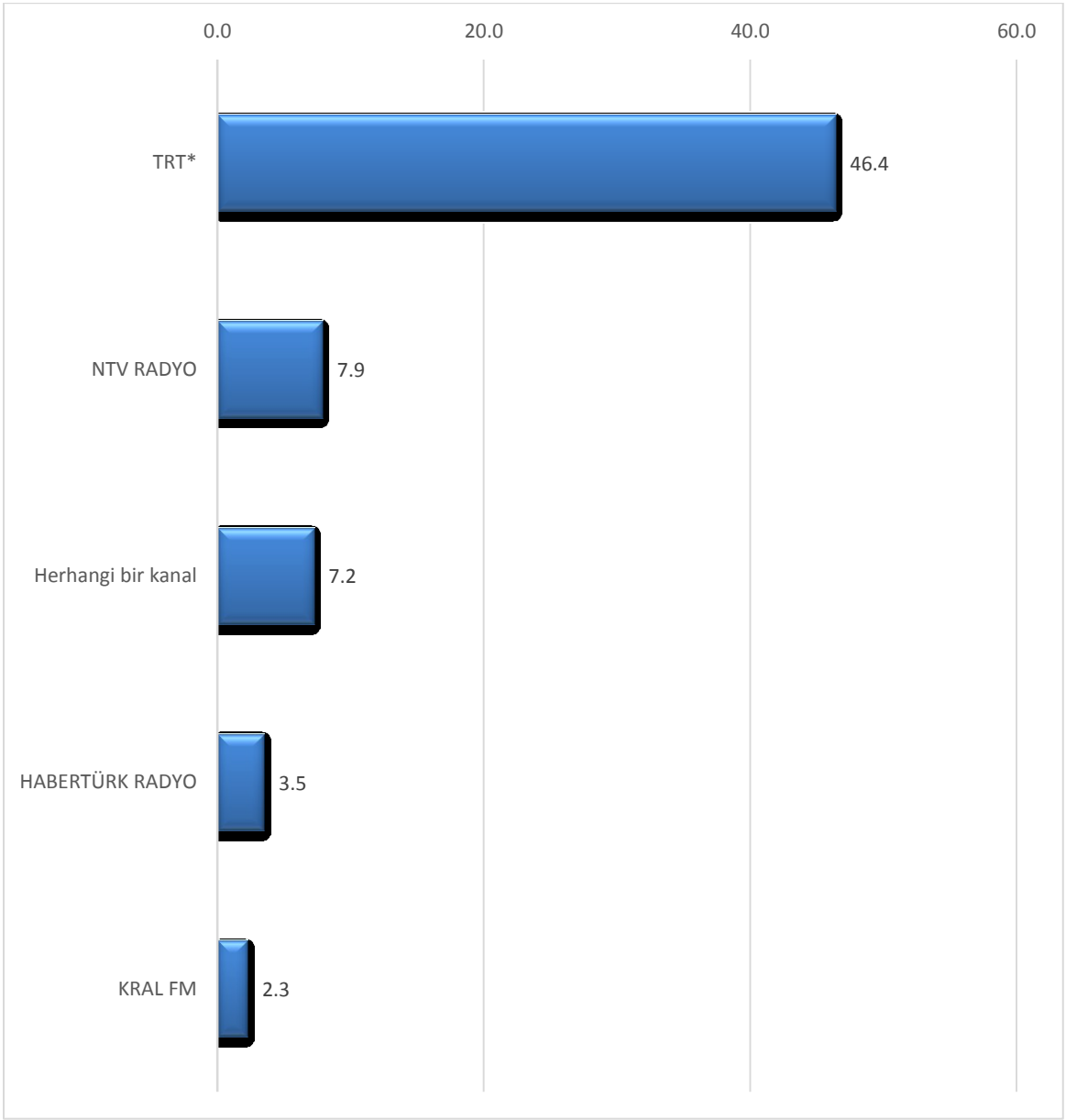
## Dini programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=820



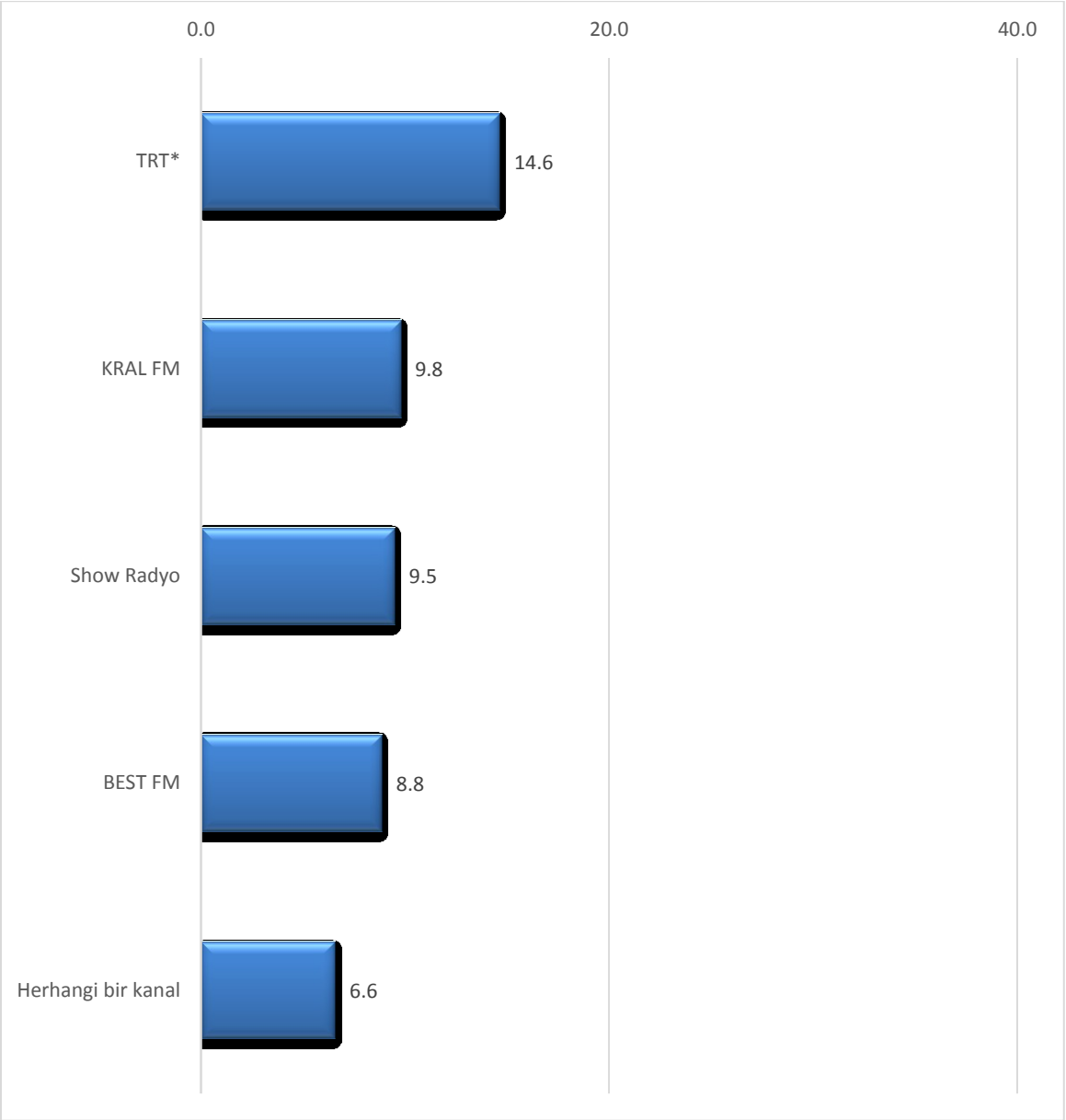
## Ekonomi programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=354



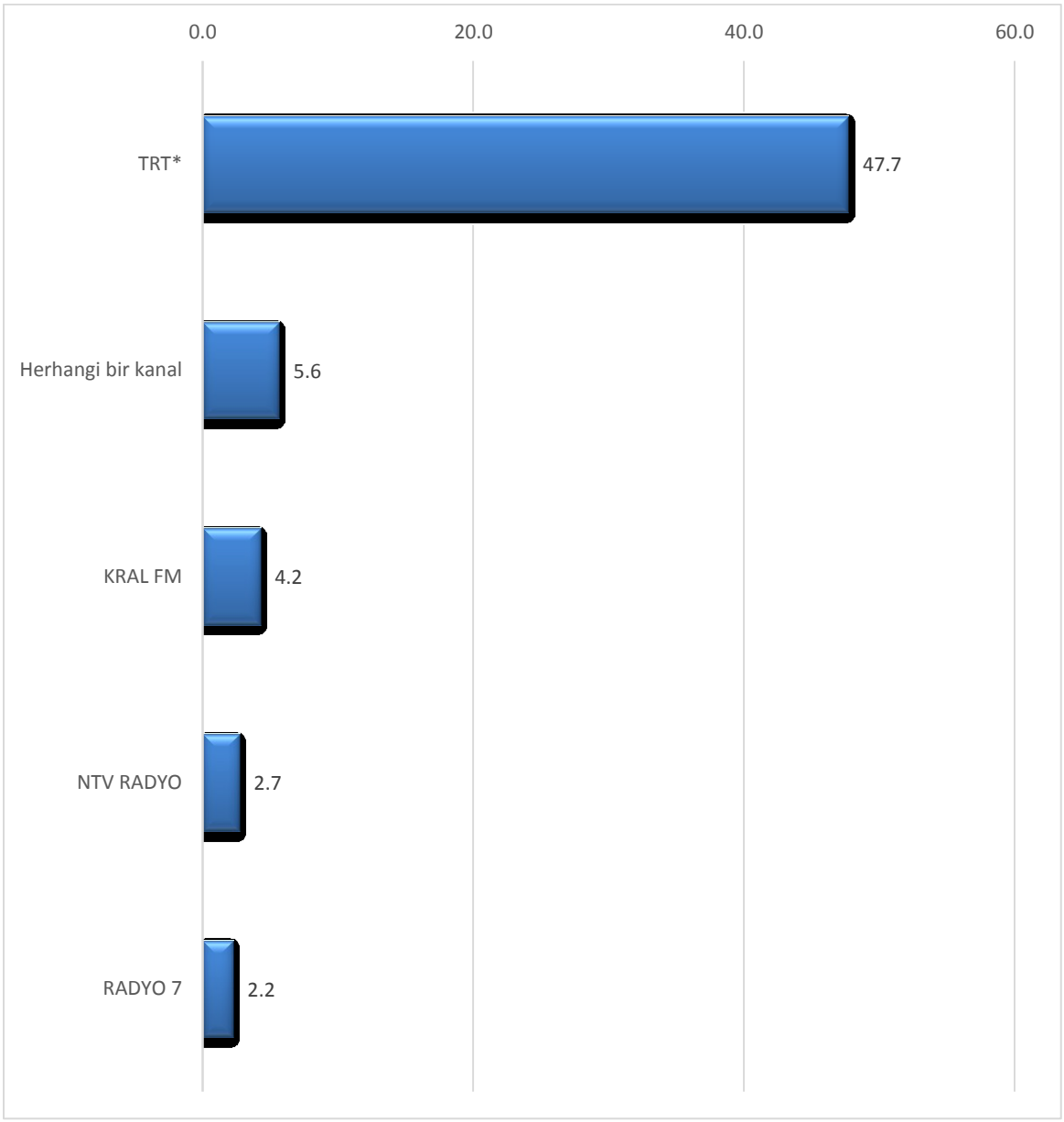
## Güldürü / Talk show programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=667



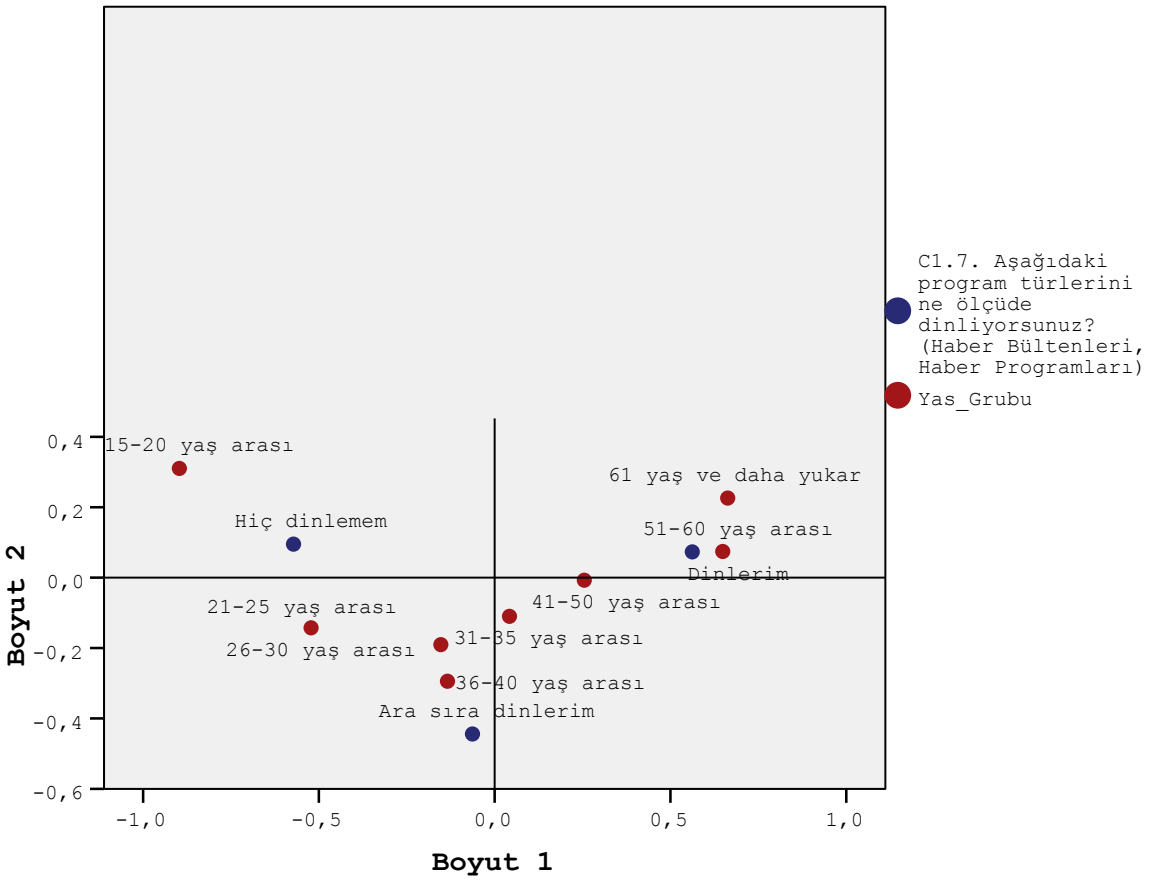
## Haber bültenleri, haber programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=1.452



## Program türlerini dinleme sıklığı (%)

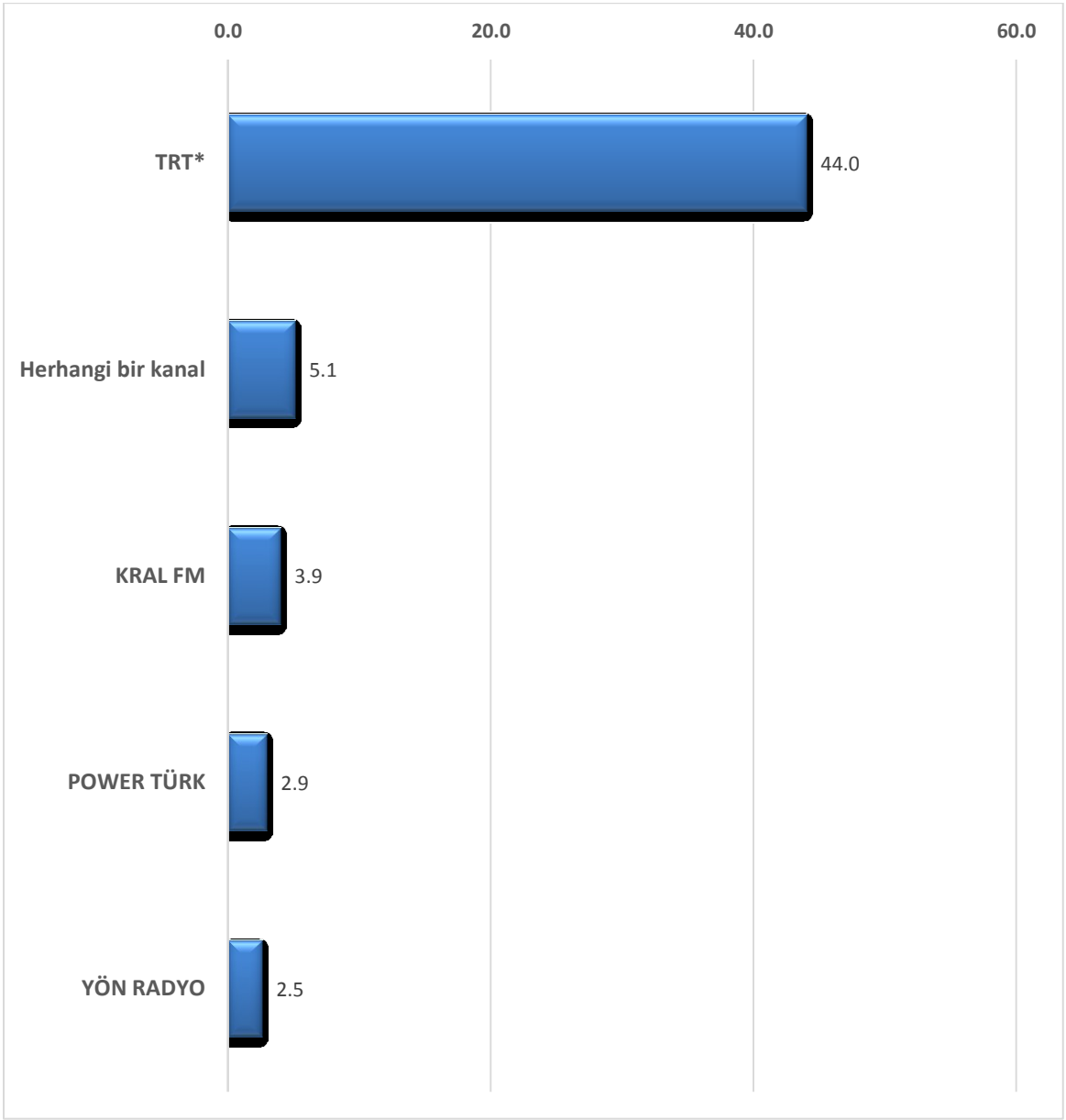
Haber Bültenleri/Haber Programları ile yaş grubu değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda haber bültenleri / haber programları program türü ile en yüksek ilişkinin yaş grubu değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer yaş gruplarına göre 15-20 yaş grubunun haber bültenleri / haber programlarını hiç dinlemediği, 26-30, 31-35 ile 36-40 yaş gruplarının haber bültenleri / haber programlarını ara sıra dinlediği ve 51-60 ile 61 üstü yaş gruplarının ise haber bültenleri / haber programlarını dinlediği ifade edilebilir. Bu kapsamda yaş arttıkça haber bültenleri / haber programlarını radyodan dinleme sıklığı artmaktadır.

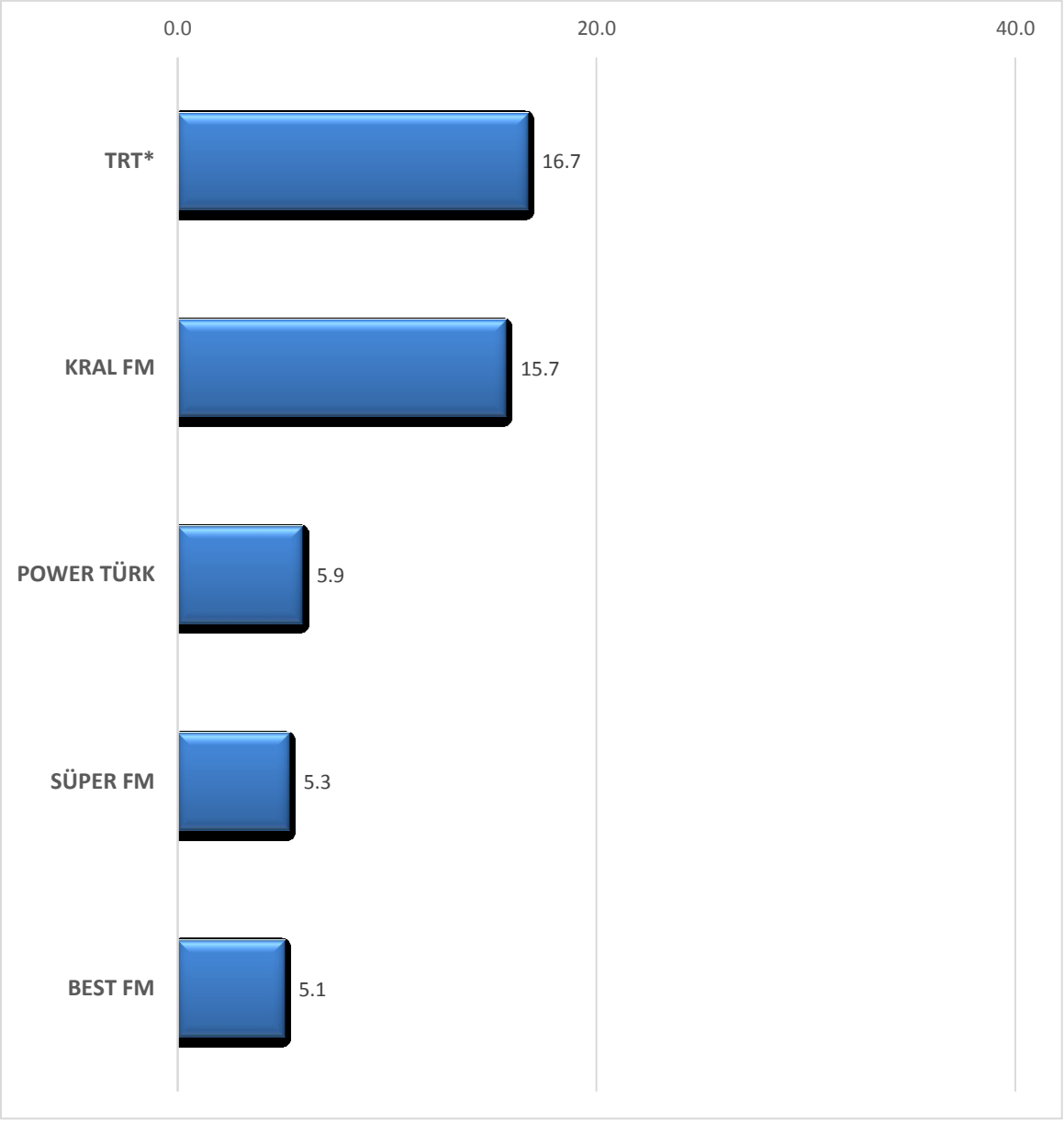
## Kültür-sanat programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=522



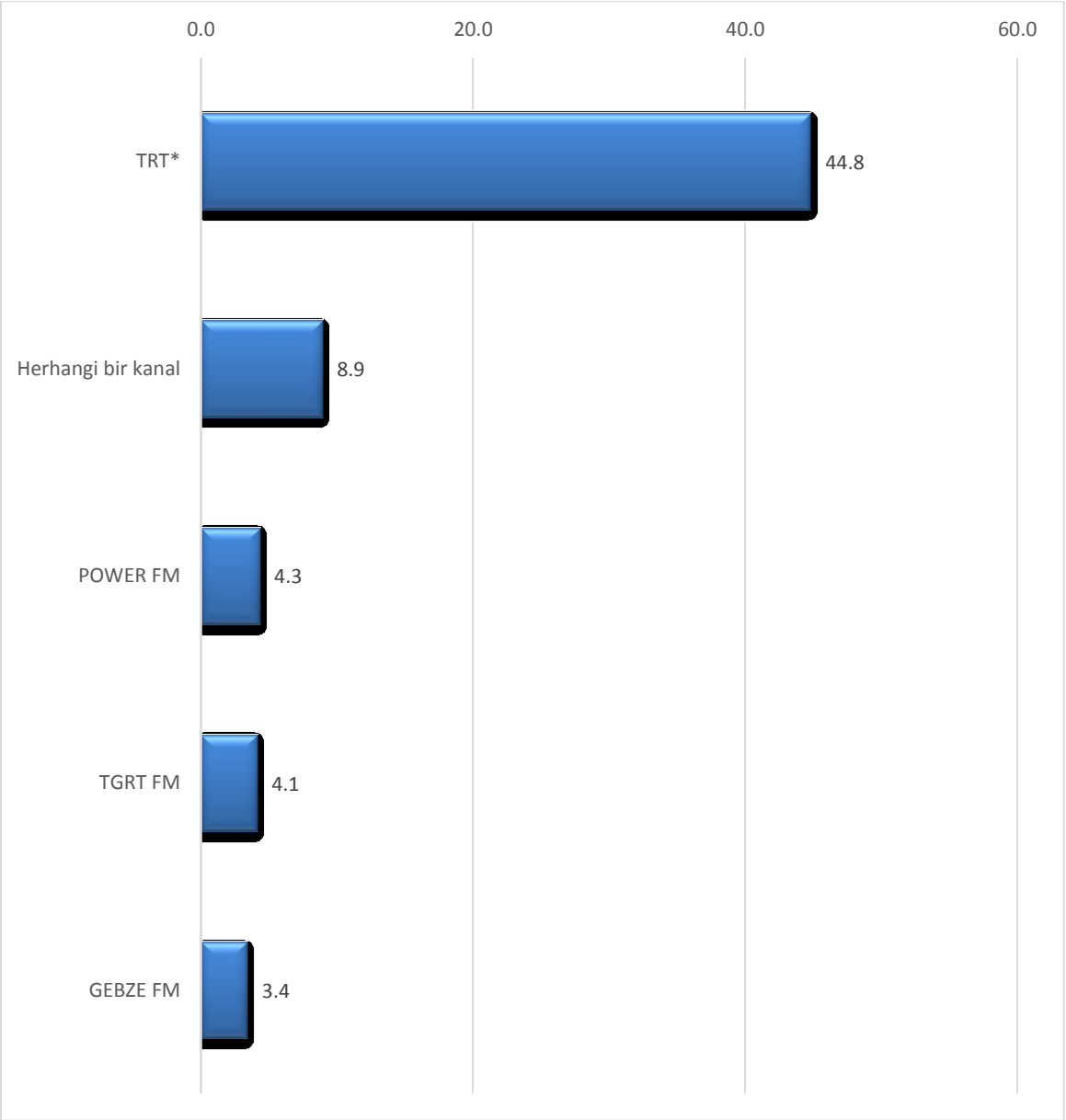
## Magazin programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=315



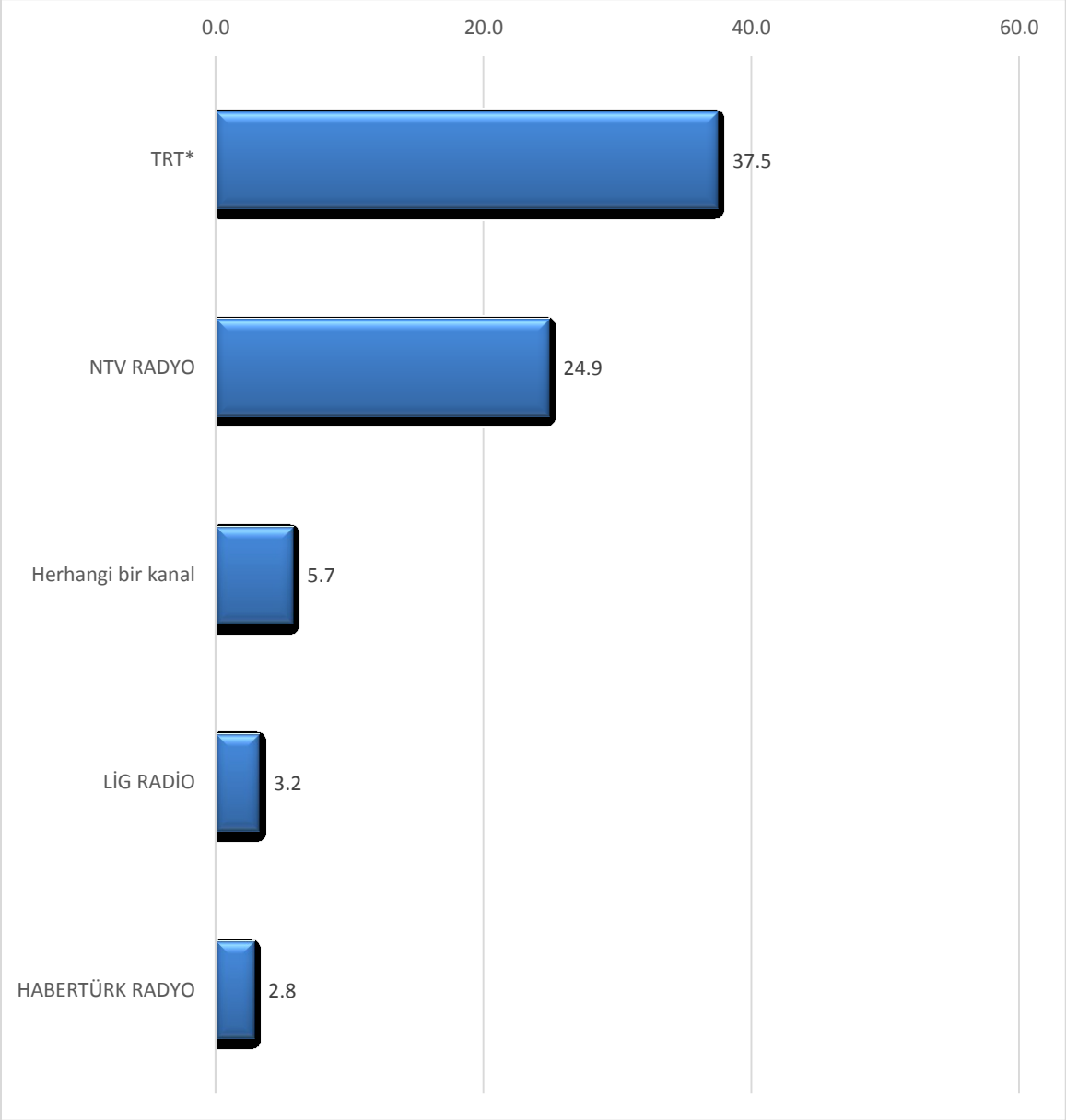
## Radyo tiyatroları programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=236



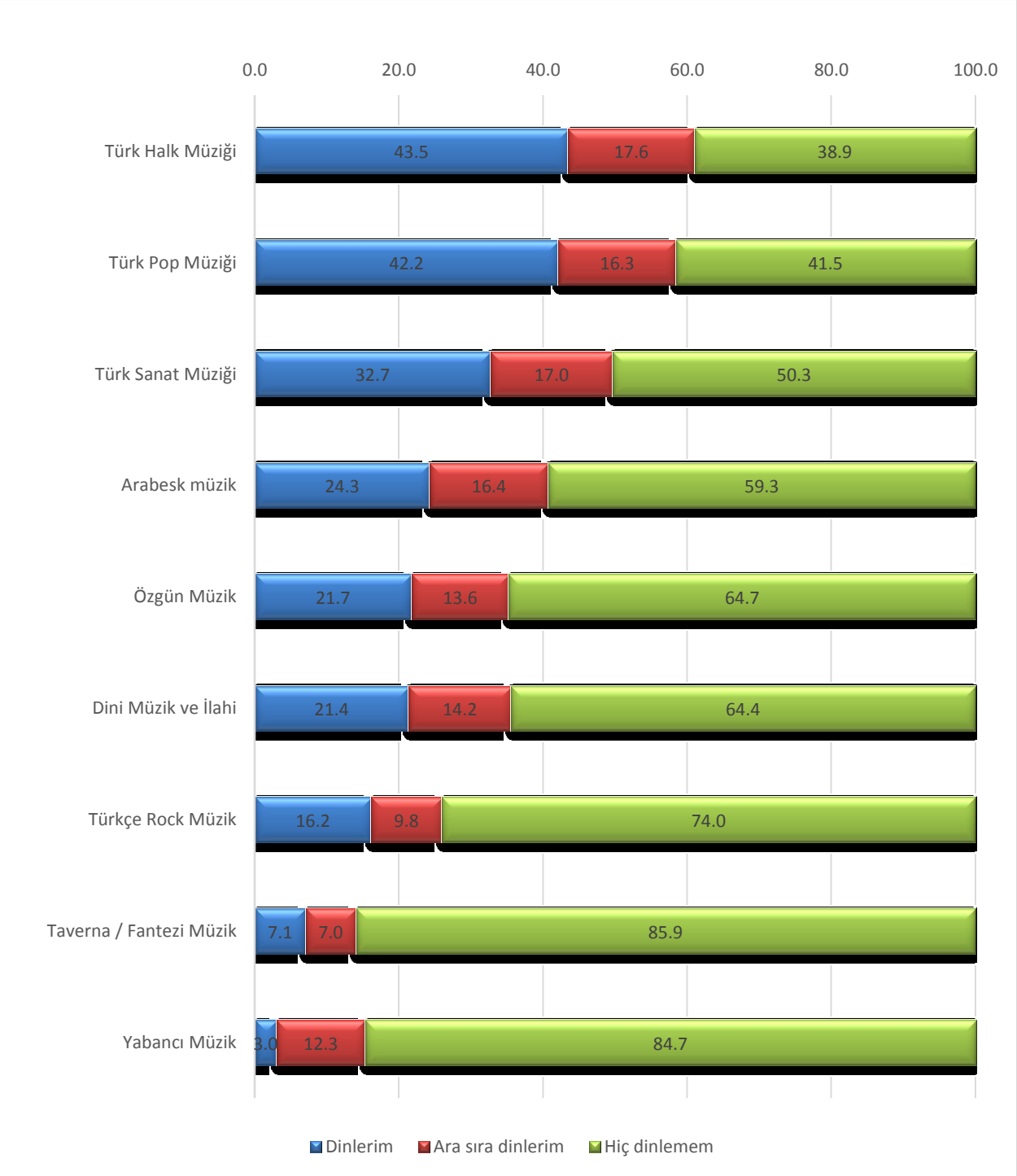
## Spor programları(canlı yayın dışında) dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Bir program türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=376



## Müzik türlerini dinleme sıklığı (%)

Radyodan müzik dinlediğini belirtenlere sorulmuştur.
**N=2.510**




En çok dinlenen müzik türleri sırasıyla Türk Halk Müziği (%43,5), Türk Pop Müziği (%42,2), Türk Sanat Müziği (%32,7), Arabesk Müzik (%24,3), Özgün Müzik (%21,7), Dini Müzik ve İlahi (%21,4), Türkçe Rock Müzik (%16,2)'tir.

## Müzik türlerini dinleme sıklığı (%)

**2007 – 2009 – 2014 Kıyas**



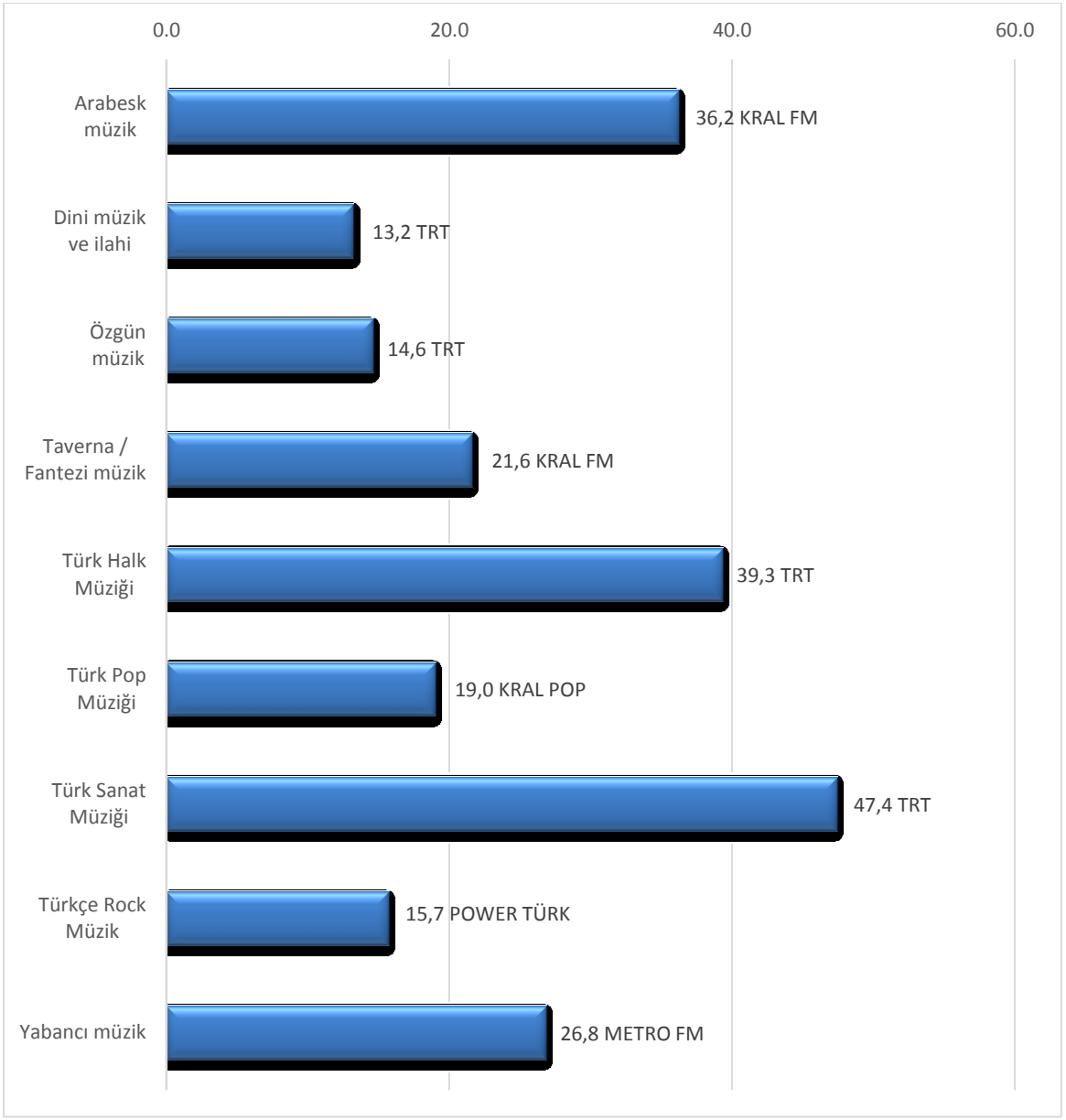

| | Arabesk müzik | Dini müzik ve ilahi | Özgün müzik | Taverna / Fantezi müzik | Türk Halk Müziği | Türk Pop Müziği | Türk Sanat Müziği | Türkçe Rock Müzik | Yabancı Müzik |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2014 | 40.7 | 35.6 | 35.3 | 14.1 | 61.1 | 58.5 | 49.7 | 26.0 | 15.3 |
| 2009 | 44.8 | 35.8 | 35.0 | 14.5 | 61.6 | 50.9 | 49.7 | 17.8 | 7.3 |
| 2007 | 44.1 | 34.9 | 41.2 | 18.4 | 61.8 | 54.5 | 47.8 | 22.0 | 6.9 |

**İlgili müzik türlerinin dinlenme sıklığı, "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlerin toplamıdır.*

2007 - 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmalarının" incelenmesi sonucunda; Türk Pop Müziği, Türkçe Rock Müzik ve Yabancı Müzik türlerinin dinlenme sıklığında artış görülmüşken, Arabesk Müzik, Özgün Müzik ve Taverna / Fantezi Müzik türlerinin dinlenme sıklığında azalış tespit edilmiştir.

## Müzik türlerinin en çok dinlenildiği kanallar (%)

Radyodan müzik dinlediğini belirtenlere sorulmuştur.
Bir müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.




Müzik türlerinin en çok dinlenildiği kanallara bakıldığında; Dini Müzik ve İlahi, Özgün Müzik, Türk Halk Müziği ve Türk Sanat Müziği en çok TRT kanallarında dinlenilmektedir. Arabesk Müzik ve Taverna / Fantezi Müzik en çok KRAL FM kanalında, Türk Pop Müziği en çok KRAL POP kanalında, Türkçe Rock Müzik en çok Power Türk kanalında ve yabancı müzik en çok METRO FM'de dinlenmektedir.

## Müzik türlerinin en çok dinlenildiği kanallar (%)

**2007 – 2009 – 2014 Kıyas**

| | 2007 | 2009 | 2014 |
|---|---|---|---|
| **Arabesk müzik** | 51,4<br>KRAL FM | 50,5<br>KRAL FM | 36, 2<br>KRAL FM |
| **Dini müzik ve ilahi** | 9,9<br>TRT | 17,7<br>TRT | 13,2<br>TRT |
| **Özgün müzik** | 19,5<br>KRAL FM | 19,5<br>KRAL FM | 14,6<br>TRT |
| **Taverna / Fantezi müzik** | 39,7<br>KRAL FM | 37,8<br>KRAL FM | 21,6<br>KRAL FM |
| **Türk Halk Müziği** | 29,5<br>TRT | 41,3<br>TRT | 39,3<br>TRT |
| **Türk Pop Müziği** | 16,2<br>SÜPER FM | 19,4<br>KRAL FM | 19,0<br>KRAL POP |
| **Türk Sanat Müziği** | 41,6<br>TRT | 48,3<br>TRT | 47,7<br>TRT |
| **Türkçe Rock Müzik** | 11,3<br>SÜPER FM | 16,6<br>POWER TÜRK | 14,7<br>POWER TÜRK |
| **Yabancı Müzik** | 19,9<br>POWER FM | 24,0<br>POWER FM | 26,8<br>METRO FM |

2007 - 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmalarının" incelenmesi sonucunda; Özgün Müzik, Türk Pop Müziği ve Yabancı Müzik türlerinde en çok dinlenilen radyo kanallarında değişim gözlenmişken diğer müzik türlerinde herhangi bir değişim tespit edilmemiştir.

## Arabesk müzik dinleyenlerin dağılımı (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım[23]** | | | | |
| Kadın | 64.0 | 16.7 | 19.3 | **100,0** |
| Erkek | 54.4 | 16.2 | 29.4 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım[24]** | | | | |
| 15-20 yaş arası | 65.6 | 13.7 | 20.7 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 54.9 | 21.3 | 23.8 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 48.1 | 20.5 | 31.4 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 46.6 | 16.9 | 36.5 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 52.4 | 18.6 | 29.0 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 54.7 | 17.5 | 27.7 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 71.2 | 14.7 | 14.1 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 76.6 | 9.3 | 14.1 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım[25]** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 59.6 | 13.6 | 26.9 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 56.9 | 17.4 | 25.7 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 66.6 | 20.1 | 13.4 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım[26]** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 65.1 | 15.4 | 19.5 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 50.6 | 18.3 | 31.1 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 65.6 | 12.5 | 21.9 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **59.3** | **16.4** | **24.3** | **100,0** |

[23] Cramer's V=0,120 p=0,000
[24] Cramer's V=0,153 p=0,000
[25] Cramer's V=0,083 p=0,000
[26] Cramer's V=0,107 p=0,000

## Arabesk müzik dinleyenlerin dağılımı (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım[27]** | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 53.8 | 15.1 | 31.1 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 57.8 | 15.9 | 26.4 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 64.0 | 19.2 | 16.7 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 67.1 | 12.2 | 20.7 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 58.1 | 26.9 | 15.1 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 77.6 | 9.2 | 13.3 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım[28]** | | | | |
| Marmara | 63.4 | 17.3 | 19.3 | **100,0** |
| Ege | 53.9 | 16.6 | 29.4 | **100,0** |
| Akdeniz | 48.0 | 12.5 | 39.5 | **100,0** |
| İç Anadolu | 64.8 | 14.9 | 20.3 | **100,0** |
| Karadeniz | 36.9 | 23.4 | 39.7 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 64.5 | 20.6 | 15.0 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 62.7 | 12.7 | 24.6 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **59.3** | **16.4** | **24.3** | **100,0** |

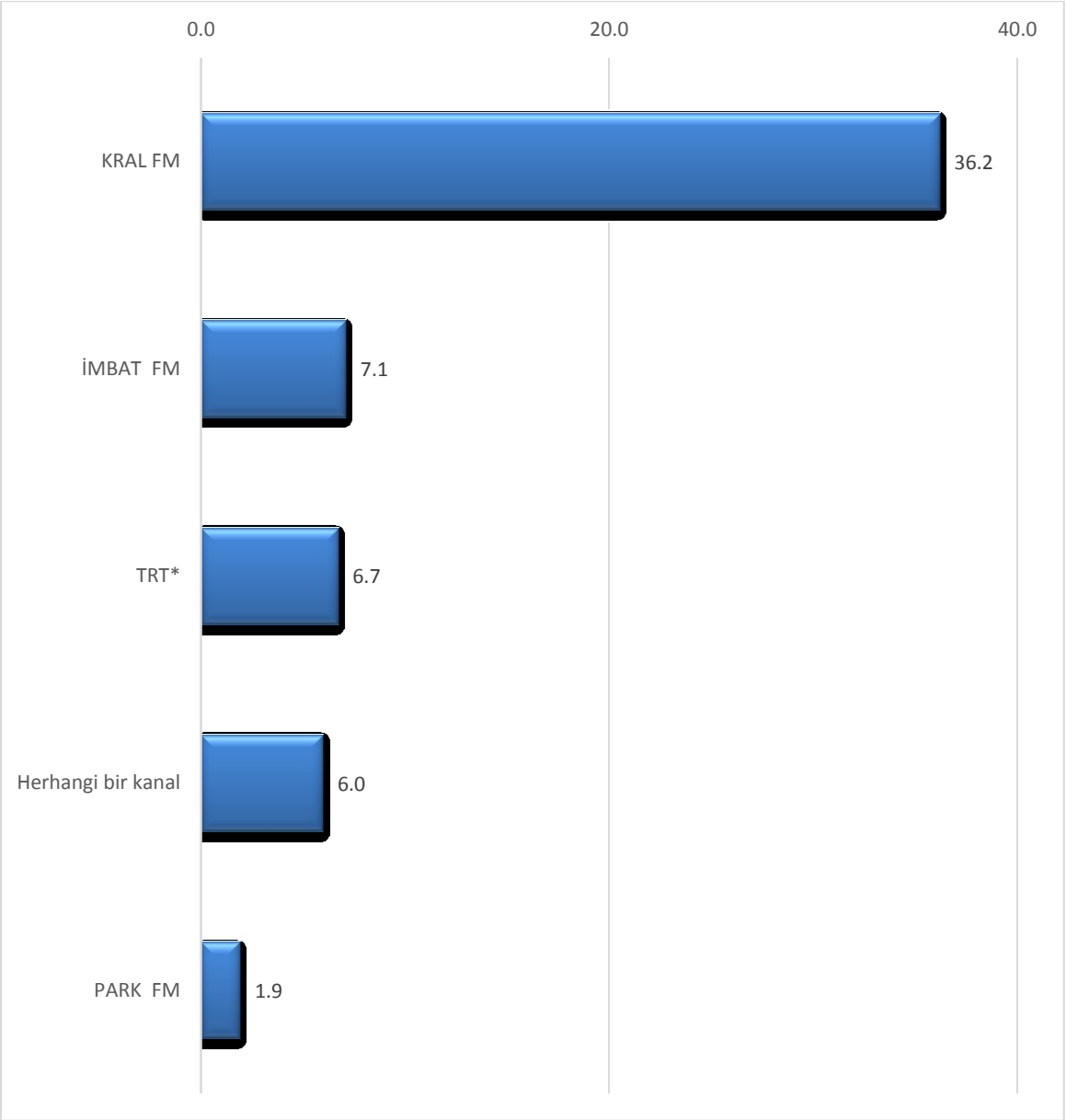
Arabesk müzik dinleyenlerin dinleme sıklığı ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; dinleme sıklığı ile cinsiyet, yaş grupları, eğitim düzeyleri, meslek grupları, gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analiz kapsamında; erkeklerin kadınlara, orta yaş grubundakilerin diğer yaş gruplarındakilere, düşük ve orta eğitimlilerin yüksek eğitimlilere, ikinci meslek grubundakilerin diğer meslek gruplarına, düşük gelir düzeyindekilerin diğer gelir düzeylerine, Karadeniz ve Akdeniz Bölgelerinde yaşayanların da diğer bölgelere göre daha sık arabesk müzik dinlediği tespit edilmiştir.

[27] Cramer's V=0,108 p=0,000
[28] Cramer's V=0,139 p=0,000

## Arabesk müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan arabesk müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=1.056



## Arabesk müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan arabesk müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır. N=1.056
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | KRAL FM | İMBAT FM | TRT | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | PARK FM |
|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | |
| Kadın | 38,7 | 7,4 | 5,2 | 5,7 | 1,5 |
| Erkek | 33,1 | 6,6 | 7,6 | 6,1 | 2,3 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[29] | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 30,8 | 7,7 | 1,5 | 6,2 | 3,1 |
| 21-25 yaş arası | 32,1 | 8,2 | 3,0 | 3,7 | 1,5 |
| 26-30 yaş arası | 34,4 | 8,3 | 4,5 | 5,1 | 2,5 |
| 31-35 yaş arası | 38,7 | 8,0 | 3,6 | 4,4 | 2,2 |
| 36-40 yaş arası | 45,0 | 6,2 | 6,2 | 3,1 | 0,8 |
| 41-50 yaş arası | 35,4 | 7,9 | 5,8 | 7,4 | 2,1 |
| 51-60 yaş arası | 37,4 | 3,0 | 13,1 | 9,1 | 2,0 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 25,7 | 2,9 | 25,7 | 10,0 | 0, |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 34,6 | 7,3 | 7,9 | 5,9 | 2,0 |
| Orta eğitim düzeyi | 35,3 | 7,1 | 6,5 | 5,4 | 2,2 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 40,6 | 6,3 | 3,1 | 7,0 | 0,8 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 34,7 | 6,3 | 10,1 | 5,8 | 1,4 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 36,2 | 8,0 | 3,6 | 6,0 | 2,2 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 41,2 | 2,9 | 0,0 | 5,9 | 2,9 |
| **ORTALAMA** | **35,6** | **7,00** | **6,6** | **5,9** | **1,8** |

[29] Cramer's V=0,387 p=0,001

## Arabesk müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan arabesk müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=1.056
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | KRAL FM | İMBAT FM | TRT | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | PARK FM |
|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[30] | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 22,6 | 13,3 | 9,7 | 5,2 | 2,8 |
| 1.001 – 2.000 TL | 37,2 | 6,6 | 6,2 | 6,0 | 1,2 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 44,5 | 2,4 | 5,5 | 9,1 | 1,8 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 42,9 | 0,0 | 3,6 | 0,0 | 0,0 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 55,0 | 0,0 | 5,0 | 0,0 | 5,0 |
| 5.001 TL ve üstü | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 8,3 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[31] | | | | | |
| Marmara | 49,3 | 0,3 | 3,9 | 7,6 | 0,5 |
| Ege | 18,8 | 44,4 | 4,4 | 3,8 | 0,0 |
| Akdeniz | 46,2 | 0,0 | 8,3 | 6,9 | 0,7 |
| İç Anadolu | 22,2 | 0,0 | 11,4 | 6,0 | 9,6 |
| Karadeniz | 28,6 | 0,0 | 7,7 | 5,5 | 1,1 |
| Doğu Anadolu | 12,5 | 0,0 | 15,0 | 5,0 | 0,0 |
| Güneydoğu Anadolu | 29,6 | 0,0 | 3,7 | 0,0 | 0,0 |
| **ORTALAMA** | **35,5** | **6,9** | **6,6** | **6,0** | **1,9** |

[30] Cramer's V=0,416 p=0,000
[31] Cramer's V=0,653 p=0,000

Arabesk müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; radyo kanalı ile yaş grupları, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Kral FM'in orta yaş gruplarında, orta ve üst gelir grupları ile Marmara ve Akdeniz Bölgelerinde daha fazla tercih edildiği; İmbat FM'in genç ve orta yaş gruplarında, düşük gelir gruplarında ve Ege Bölgesinde tercih edildiği; TRT kanallarının ileri yaş gruplarında, alt gelir grupları ve Doğu Anadolu ve İç Anadolu Bölgelerinde; Park FM 'in üst gelir grubundaki kişiler ve İç Anadolu Bölgesindekiler tarafından daha fazla tercih edildiği görülmektedir.

## Dini müzik / ilahi dinleyenlerin dağılımı (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım[32]** | | | | |
| Kadın | 60.0 | 14.4 | 25.6 | **100,0** |
| Erkek | 68.8 | 14.1 | 17.1 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım[33]** | | | | |
| 15-20 yaş arası | 78.2 | 13.1 | 8.7 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 72.6 | 14.1 | 13.4 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 69.4 | 13.9 | 16.7 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 61.4 | 15.7 | 22.9 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 56.3 | 16.3 | 27.4 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 63.4 | 12.5 | 24.1 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 55.9 | 14.7 | 29.4 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 56.4 | 14.5 | 29.1 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım[34]** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 51.9 | 12.5 | 35.6 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 69.8 | 15.7 | 14.4 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 74.3 | 13.4 | 12.3 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım[35]** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 59.3 | 14.4 | 26.3 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 70.2 | 14.3 | 15.5 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 78.9 | 10.5 | 10.5 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **64.4** | **14.2** | **21.3** | **100,0** |

[32] Cramer's V=0,106 p=0,000
[33] Cramer's V=0,134 p=0,000
[34] Cramer's V=0,179 p=0,000
[35] Cramer's V=0,102 p=0,000

## Dini müzik / ilahi dinleyenlerin dağılımı (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[36] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 54.1 | 13.2 | 32.8 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 61.9 | 16.6 | 21.5 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 73.7 | 12.9 | 13.4 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 73.2 | 6.7 | 20.1 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 80.4 | 7.6 | 12.0 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 78.6 | 13.3 | 8.2 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[37] | | | | |
| Marmara | 69.8 | 12.8 | 17.4 | **100,0** |
| Ege | 74.0 | 7.3 | 18.7 | **100,0** |
| Akdeniz | 67.9 | 12.2 | 19.9 | **100,0** |
| İç Anadolu | 64.0 | 11.9 | 24.1 | **100,0** |
| Karadeniz | 41.5 | 31.0 | 27.5 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 48.6 | 28.0 | 23.4 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 30.5 | 27.0 | 42.6 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **64.4** | **14.2** | **21.3** | **100,0** |

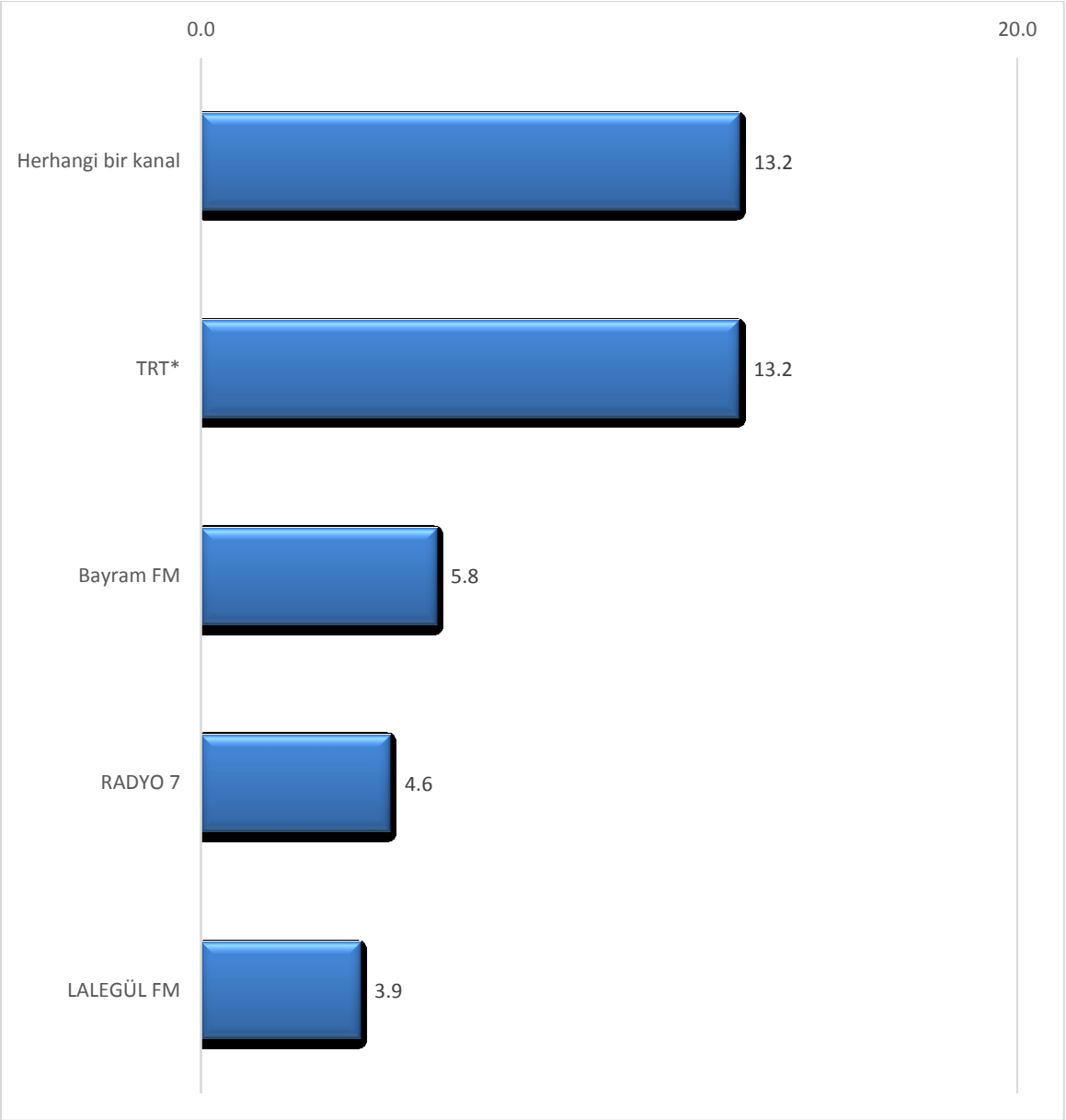
Dini müzik / ilahi dinleyenlerin dinleme sıklığı ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; dinleme sıklığı ile cinsiyet, yaş grupları, eğitim düzeyleri, meslek grupları, gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analiz kapsamında; kadınların erkeklere, ileri yaş grubundakilerin diğer yaş gruplarındakilere, düşük eğitimlilerin orta ve yüksek eğitimlilere, birinci meslek grubundakilerin diğer meslek gruplarındakilere, düşük gelir düzeyindekilerin diğer gelir düzeylerindekilere, Güneydoğu Anadolu Bölgesindekilerin de diğer bölgelerdekilere göre daha sık dini müzik / ilahi dinlediği tespit edilmiştir.

[36] Cramer's V=0,140 p=0,000
[37] Cramer's V=0,183 p=0,000

## Dini müzik ve ilahi dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan dini müzik ve ilahi türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=859



## Dini müzik ve ilahi dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan dini müzik ve ilahi türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır. N=859
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | TRT | BAYRAM FM | RADYO 7 | LALEGÜL FM |
|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | |
| Kadın | 11,8 | 10,4 | 6,5 | 3,7 | 4,9 |
| Erkek | 14,6 | 16,1 | 4,8 | 5,5 | 2,5 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[38] | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 19,0 | 7,1 | 2,4 | 1,2 | 6,0 |
| 21-25 yaş arası | 9,8 | 14,6 | 4,9 | 4,9 | 1,2 |
| 26-30 yaş arası | 9,6 | 3,2 | 6,4 | 6,4 | 2,1 |
| 31-35 yaş arası | 11,1 | 12,1 | 2,0 | 3,0 | 7,1 |
| 36-40 yaş arası | 10,0 | 10,8 | 12,5 | 2,5 | 3,3 |
| 41-50 yaş arası | 12,3 | 14,9 | 4,5 | 9,7 | 4,5 |
| 51-60 yaş arası | 14,7 | 19,3 | 2,0 | 5,3 | 1,3 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 14,7 | 16,3 | 10,1 | 1,6 | 5,4 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 9,8 | 12,2 | 6,7 | 4,8 | 4,3 |
| Orta eğitim düzeyi | 15,3 | 12,3 | 5,1 | 4,3 | 4,1 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 16,3 | 18,4 | 3,1 | 5,1 | 1,0 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 10,9 | 14,3 | 6,4 | 3,8 | 4,5 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 16,5 | 10,7 | 4,2 | 6,1 | 2,9 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 18,2 | 9,1 | 9,1 | 0,0 | 0,0 |
| **ORTALAMA** | **13,2** | **13,2** | **5,8** | **4,6** | **3,9** |

[38] Cramer's V=0,418 p=0,000

## Dini müzik ve ilahi dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan dini müzik ve ilahi türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=859
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | TRT | BAYRAM FM | RADYO 7 | LALEGÜL FM |
|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[39] | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 15,7 | 15,7 | 3,7 | 4,5 | 0,8 |
| 1.001 – 2.000 TL | 12,1 | 12,3 | 6,2 | 5,5 | 5,0 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 15,0 | 13,3 | 5,8 | 3,3 | 3,3 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 10,6 | 10,6 | 4,3 | 2,1 | 6,4 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 0,0 | 5,0 | 25,0 | 0,0 | 10,0 |
| 5.001 TL ve üstü | 13,6 | 0,0 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[40] | | | | | |
| Marmara | 12,6 | 7,6 | 9,1 | 3,2 | 9,8 |
| Ege | 26,4 | 17,6 | 5,5 | 3,3 | 1,1 |
| Akdeniz | 21,3 | 6,7 | 11,2 | 1,1 | 0,0 |
| İç Anadolu | 10,5 | 21,5 | 1,7 | 5,8 | 0,6 |
| Karadeniz | 14,0 | 14,0 | 3,5 | 16,3 | 0,0 |
| Doğu Anadolu | 3,5 | 28,1 | 0,0 | 1,8 | 0,0 |
| Güneydoğu Anadolu | 3,9 | 6,8 | 1,9 | 2,9 | 1,9 |
| **ORTALAMA** | **13,2** | **13,2** | **5,8** | **4,6** | **3,9** |

[39] Cramer's V=0,445 p=0,000
[40] Cramer's V=0,620 p=0,000

Dini müzik ve ilahi dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; radyo kanalı ile yaş grupları, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Dini müzik ve ilahi dinleyenler tarafından en çok tercih edilen radyo kanalının bilinmediği veya herhangi kanal olduğu ifade edilmiştir. Gelir düzeyi arttıkça ikinci sırada yer alan TRT kanallarının dinlenme oranının düştüğü ve Doğu Anadolu Bölgesinde daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Lalegül FM'in daha çok üst gelir grubundaki kişiler tarafından, Bayram FM'in ise 4.001-5.000 TL gelir grubundakiler tarafından tercih edildiği tespit edilmiştir.

## Özgün müzik dinleyenlerin dağılımı (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 65.2 | 14.2 | 20.5 | **100,0** |
| Erkek | 64.2 | 12.9 | 23.0 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[41] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 73.2 | 12.0 | 14.8 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 63.7 | 17.3 | 19.1 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 55.1 | 15.3 | 29.6 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 55.4 | 19.3 | 25.3 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 59.5 | 15.6 | 24.9 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 62.6 | 13.0 | 24.3 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 67.7 | 9.5 | 22.8 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 76.6 | 9.3 | 14.1 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[42] | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 70.9 | 9.2 | 19.9 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 63.2 | 16.2 | 20.6 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 55.3 | 14.7 | 29.9 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım**[43] | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 69.3 | 12.2 | 18.6 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 58.7 | 15.6 | 25.7 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 62.1 | 12.6 | 25.3 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **64.7** | **13.6** | **21.7** | **100,0** |

[41] Cramer's V=0,116 p=0,000
[42] Cramer's V=0,093 p=0,000
[43] Cramer's V=0,077 p=0,000

## Özgün müzik dinleyenlerin dağılımı (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım[44]** | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 74.1 | 8.7 | 17.2 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 63.4 | 14.9 | 21.7 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 63.4 | 15.1 | 21.4 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 66.5 | 14.6 | 18.9 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 55.4 | 12.0 | 32.6 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 45.9 | 9.2 | 44.9 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım[45]** | | | | |
| Marmara | 64.0 | 14.9 | 21.1 | **100,0** |
| Ege | 72.0 | 9.9 | 18.1 | **100,0** |
| Akdeniz | 55.7 | 10.3 | 33.9 | **100,0** |
| İç Anadolu | 70.6 | 10.9 | 18.6 | **100,0** |
| Karadeniz | 62.4 | 25.5 | 12.1 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 59.8 | 19.6 | 20.6 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 56.7 | 10.6 | 32.6 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **64.7** | **13.6** | **21.7** | **100,0** |

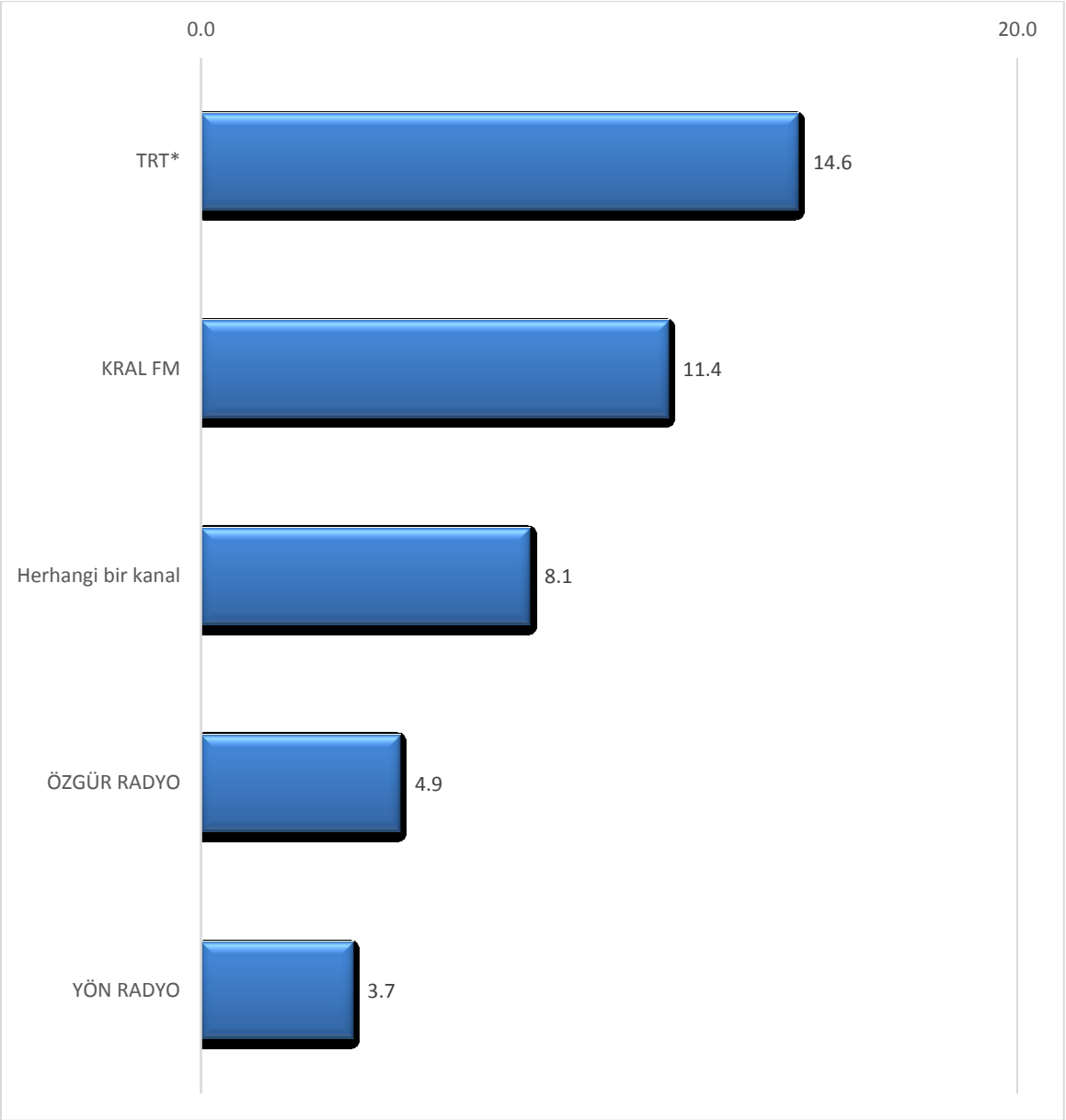
Özgün müzik dinleyenlerin dinleme sıklığı ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; dinleme sıklığı ile yaş grupları, eğitim düzeyleri, meslek grupları, gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analiz kapsamında; orta yaş grubundakilerin diğer yaş gruplarındakilere, yüksek eğitimlilerin düşük ve orta eğitimlilere, ikinci ve üçüncü meslek grubunda olanların birinci meslek gurubundakilere, yüksek gelir düzeyindekilerin diğer gelir düzeylerine, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yaşayanların da diğer bölgelerdekilere göre daha sık özgün müzik dinlediği tespit edilmiştir.

[44] Cramer's V=0,112 p=0,000
[45] Cramer's V=0,123 p=0,000

## Özgün müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan özgün müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=899



## Özgün müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan özgün müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır. N=899
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | TRT | KRAL FM | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | ÖZGÜR RADYO | YÖN RADYO |
|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | |
| Kadın | 16,6 | 13,2 | 8,1 | 4,0 | 4,0 |
| Erkek | 12,3 | 9,2 | 7,9 | 5,5 | 3,3 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[46] | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 6,7 | 14,4 | 12,5 | 1,0 | 0,0 |
| 21-25 yaş arası | 8,2 | 8,2 | 5,5 | 3,6 | 1,8 |
| 26-30 yaş arası | 8,0 | 10,2 | 8,0 | 10,2 | 2,2 |
| 31-35 yaş arası | 10,5 | 16,7 | 8,8 | 5,3 | 1,8 |
| 36-40 yaş arası | 19,8 | 13,5 | 8,1 | 4,5 | 3,6 |
| 41-50 yaş arası | 13,5 | 7,7 | 6,5 | 5,8 | 6,5 |
| 51-60 yaş arası | 28,8 | 9,0 | 4,5 | 3,6 | 9,9 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 22,5 | 9,9 | 9,9 | 0,0 | 2,8 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[47] | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 18,4 | 8,2 | 5,1 | 3,1 | 2,7 |
| Orta eğitim düzeyi | 12,1 | 12,5 | 9,5 | 5,1 | 3,8 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 15,2 | 12,3 | 7,6 | 7,0 | 4,7 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 17,4 | 11,2 | 8,2 | 3,0 | 2,7 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 11,1 | 11,4 | 8,3 | 6,4 | 4,7 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 15,8 | 10,5 | 2,6 | 7,9 | 2,6 |
| **ORTALAMA** | **14,6** | **11,4** | **8,1** | **4,9** | **3,7** |

[46] Cramer's V=0,405 p=0,003
[47] Cramer's V=0,439 p=0,001

## Özgün müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan özgün müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=899
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | TRT | KRAL FM | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | ÖZGÜR RADYO | YÖN RADYO |
|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[48] | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 14,5 | 13,0 | 6,5 | 0,7 | 0,0 |
| 1.001 – 2.000 TL | 15,4 | 10,6 | 8,3 | 4,7 | 4,7 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 16,0 | 7,4 | 9,8 | 6,7 | 4,3 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 1,7 | 22,4 | 6,9 | 10,3 | 0,0 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 15,9 | 11,4 | 4,5 | 9,1 | 4,5 |
| 5.001 TL ve üstü | 12,7 | 12,7 | 3,6 | 3,6 | 1,8 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[49] | | | | | |
| Marmara | 8,0 | 7,2 | 8,5 | 8,5 | 8,5 |
| Ege | 14,4 | 10,3 | 11,3 | 0,0 | 0,0 |
| Akdeniz | 27,0 | 13,1 | 8,2 | 0,0 | 0,0 |
| İç Anadolu | 10,6 | 17,0 | 8,5 | 7,8 | 0,0 |
| Karadeniz | 18,2 | 27,3 | 7,3 | 0,0 | 0,0 |
| Doğu Anadolu | 38,6 | 4,5 | 2,3 | 0,0 | 0,0 |
| Güneydoğu Anadolu | 17,5 | 12,7 | 1,6 | 0,0 | 1,6 |
| **ORTALAMA** | **14,6** | **11,4** | **8,1** | **4,9** | **3,7** |

[48] Cramer's V=0,442 p=0,000
[49] Cramer's V=0,593 p=0,000

Özgün müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; radyo kanalı ile yaş grupları, eğitim düzeyleri, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Birinci sırada yer alan TRT kanallarının, ileri yaş gruplarında, düşük ve yüksek eğitim grupları ile Doğu Anadolu ve Akdeniz Bölgelerinde daha fazla tercih edildiği, Kral FM'in genç ve orta yaş gruplarında, orta ve yüksek eğitim gruplarında, orta gelir grubunda ve Karadeniz Bölgesinde daha fazla tercih edildiği ifade edilebilir. Özgür Radyo'nun ise eğitim düzeyi arttıkça daha fazla dinlendiği, orta gelir grubu ile Marmara ve İç Anadolu Bölgelerinde daha fazla tercih edildiği tespit edilmiştir.

## Taverna / fantezi müzik dinleyenlerin dağılımı (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 85,4 | 7,9 | 6,8 | **100,0** |
| Erkek | 86,4 | 6,2 | 7,4 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | |
| 15-20 yaş arası | 87,5 | 6,4 | 6,1 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 90,6 | 5,4 | 4,0 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 84,0 | 7,8 | 8,2 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 81,1 | 7,6 | 11,2 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 84,0 | 8,9 | 7,1 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 83,2 | 8,8 | 8,1 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 87,0 | 6,9 | 6,1 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 89,3 | 4,5 | 6,2 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 87,7 | 5,8 | 6,5 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 84,6 | 7,7 | 7,7 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 86,1 | 7,8 | 6,2 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 87,0 | 6,8 | 6,2 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 84,5 | 7,6 | 7,9 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 84,4 | 5,2 | 10,4 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **85,9** | **7,0** | **7,1** | **100,0** |

## Taverna / fantezi müzik dinleyenlerin dağılımı (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 87,2 | 5,2 | 7,5 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 86,3 | 7,4 | 6,3 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 84,9 | 7,2 | 7,9 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 86,5 | 5,5 | 8,0 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 78,5 | 14,0 | 7,5 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 89,8 | 6,1 | 4,1 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[50] | | | | |
| Marmara | 84,7 | 8,1 | 7,2 | **100,0** |
| Ege | 93,3 | 3,2 | 3,5 | **100,0** |
| Akdeniz | 87,5 | 3,0 | 9,6 | **100,0** |
| İç Anadolu | 86,4 | 4,3 | 9,4 | **100,0** |
| Karadeniz | 69,7 | 21,1 | 9,2 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 80,6 | 18,5 | 0,9 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 90,1 | 3,5 | 6,3 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **85,9** | **7,0** | **7,1** | **100,0** |

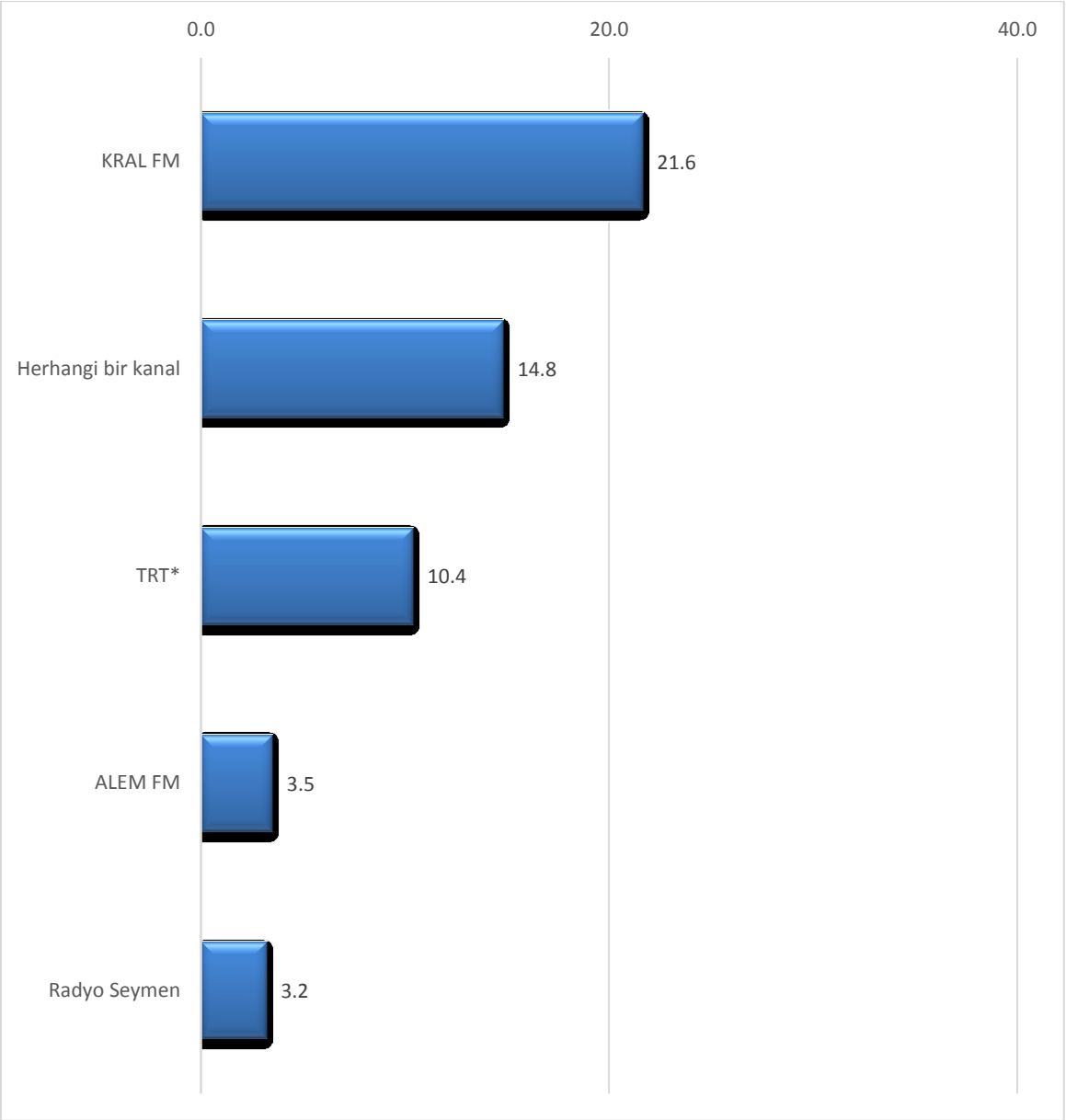
Taverna / fantezi müzik dinleyenlerin dinleme sıklığı ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analiz kapsamında; Karadeniz Bölgesinde yaşayanların diğer bölgelere göre daha sık taverna / fantezi müziği dinlediği tespit edilmiştir.

[50] Cramer's V=0,147 p=0,000

## Taverna / Fantezi müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan taverna / fantezi müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=359



## Taverna / Fantezi müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan taverna / fantezi müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=359
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | KRAL FM | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | TRT | ALEM FM | RADYO SEYMEN |
|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | |
| Kadın | 22,2 | 14,3 | 11,1 | 1,6 | 1,1 |
| Erkek | 20,0 | 14,9 | 9,1 | 5,7 | 5,1 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 16,7 | 18,8 | 4,2 | 4,2 | 0,0 |
| 21-25 yaş arası | 17,2 | 13,8 | 10,3 | 0,0 | 3,4 |
| 26-30 yaş arası | 24,0 | 8,0 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| 31-35 yaş arası | 20,8 | 12,5 | 6,3 | 8,3 | 2,1 |
| 36-40 yaş arası | 27,3 | 13,6 | 11,4 | 2,3 | 6,8 |
| 41-50 yaş arası | 25,4 | 16,9 | 12,7 | 4,2 | 2,8 |
| 51-60 yaş arası | 15,9 | 13,6 | 27,3 | 0,0 | 4,5 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 12,1 | 21,2 | 6,1 | 6,1 | 6,1 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 19,6 | 14,0 | 15,9 | 1,9 | 4,7 |
| Orta eğitim düzeyi | 23,2 | 16,7 | 8,4 | 3,4 | 3,0 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 16,7 | 7,4 | 5,6 | 7,4 | 1,9 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 21,3 | 12,2 | 12,8 | 2,1 | 2,7 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 20,0 | 18,1 | 7,5 | 4,4 | 4,4 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 33,3 | 6,7 | 0,0 | 13,3 | 0,0 |
| **ORTALAMA** | **21,6** | **14,8** | **10,4** | **3,5** | **3,2** |

## Taverna / Fantezi müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan taverna / fantezi müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=359
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | KRAL FM | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | TRT | ALEM FM | RADYO SEYMEN |
|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[51] | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 23,9 | 14,9 | 16,4 | 3,0 | 4,5 |
| 1.001 – 2.000 TL | 20,5 | 14,9 | 9,3 | 0,6 | 4,3 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 20,0 | 14,3 | 11,4 | 7,1 | 0,0 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 20,8 | 12,5 | 0,0 | 8,3 | 4,2 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 22,7 | 9,1 | 4,5 | 9,1 | 0,0 |
| 5.001 TL ve üstü | 40,0 | 10,0 | 0,0 | 10,0 | 0,0 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[52] | | | | | |
| Marmara | 17,4 | 18,0 | 6,2 | 4,3 | 2,5 |
| Ege | 29,2 | 20,8 | 4,2 | 4,2 | 8,3 |
| Akdeniz | 22,9 | 14,3 | 8,6 | 0,0 | 2,9 |
| İç Anadolu | 19,7 | 10,6 | 12,1 | 1,5 | 1,5 |
| Karadeniz | 38,6 | 9,1 | 11,4 | 0,0 | 9,1 |
| Doğu Anadolu | 10,0 | 10,0 | 45,0 | 5,0 | 0,0 |
| Güneydoğu Anadolu | 7,1 | 0,0 | 7,1 | 21,4 | 0,0 |
| **ORTALAMA** | **21,6** | **14,8** | **10,4** | **3,5** | **3,2** |

[51] Cramer's V=0,499 p=0,010
[52] Cramer's V=0,557 p=0,000

Taverna/fantazi müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; radyo kanalı ile gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Birinci sırada yer alan Kral FM'in, yüksek gelir grupları ile Karadeniz ve Ege Bölgelerinde daha fazla tercih edildiği, TRT kanallarının düşük ve orta gelir grupları ile Doğu Anadolu Bölgesinde, Alem FM'in orta ve üst gelir grupları ile Güneydoğu Anadolu Bölgesinde, Radyo Seymen'in ise düşük ve orta gelir grupları ile Karadeniz ve Ege Bölgelerinde daha fazla tercih edildiği tespit edilmiştir.

## Türk halk müziği dinleyenlerin dağılımı (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 39.2 | 19.0 | 41.8 | **100,0** |
| Erkek | 38.6 | 16.3 | 45.1 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[53] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 71.2 | 14.0 | 14.8 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 54.7 | 23.0 | 22.3 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 48.8 | 16.7 | 34.5 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 36.5 | 23.7 | 39.8 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 36.4 | 19.7 | 43.9 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 24.6 | 16.5 | 58.9 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 22.4 | 18.1 | 59.5 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 19.0 | 12.4 | 68.6 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[54] | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 30.5 | 15.4 | 54.1 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 45.2 | 18.0 | 36.9 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 36.9 | 21.9 | 41.2 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 39.7 | 18.1 | 42.2 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 37.6 | 17.2 | 45.2 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 39.6 | 16.7 | 43.8 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **38.9** | **17.7** | **43.4** | **100,0** |

[53] Cramer's V=0,284 p=0,000
[54] Cramer's V=0,119 p=0,000

## Türk halk müziği dinleyenlerin dağılımı (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[55] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 39.1 | 15.1 | 45.8 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 39.3 | 18.2 | 42.5 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 35.4 | 20.3 | 44.2 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 40.2 | 10.4 | 49.4 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 34.4 | 20.4 | 45.2 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 50.0 | 17.3 | 32.7 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[56] | | | | |
| Marmara | 34.3 | 18.6 | 47.1 | **100,0** |
| Ege | 47.8 | 14.0 | 38.2 | **100,0** |
| Akdeniz | 49.6 | 10.7 | 39.6 | **100,0** |
| İç Anadolu | 33.0 | 15.1 | 51.9 | **100,0** |
| Karadeniz | 30.5 | 31.2 | 38.3 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 38.3 | 34.6 | 27.1 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 58.9 | 14.9 | 26.2 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **38.9** | **17.7** | **43.4** | **100,0** |

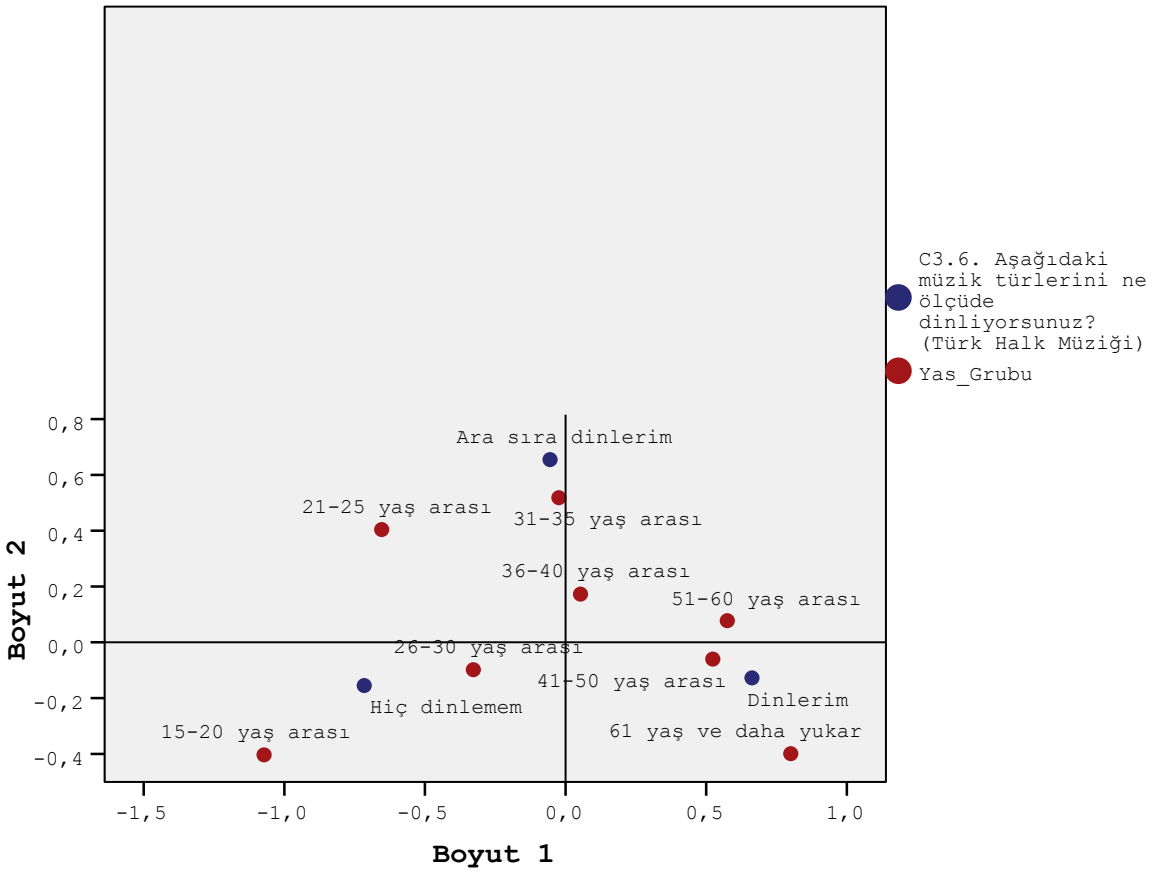
Türk halk müziği dinleyenlerin dinleme sıklığı ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; dinleme sıklığı ile yaş grupları, eğitim, gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analiz kapsamında; düşük eğitimlilerin orta ve yüksek eğitimlilere, düşük ve orta gelir düzeyindekilerin yüksek gelir düzeyindekilere, İç Anadolu ve Marmara Bölgelerinde yaşayanların da diğer bölgelere göre daha sık Türk halk müziği dinlediği tespit edilmiştir.

[55] Cramer's V=0,063 p=0,036
[56] Cramer's V=0,153 p=0,000

## Müzik türlerini dinleme sıklığı (%)

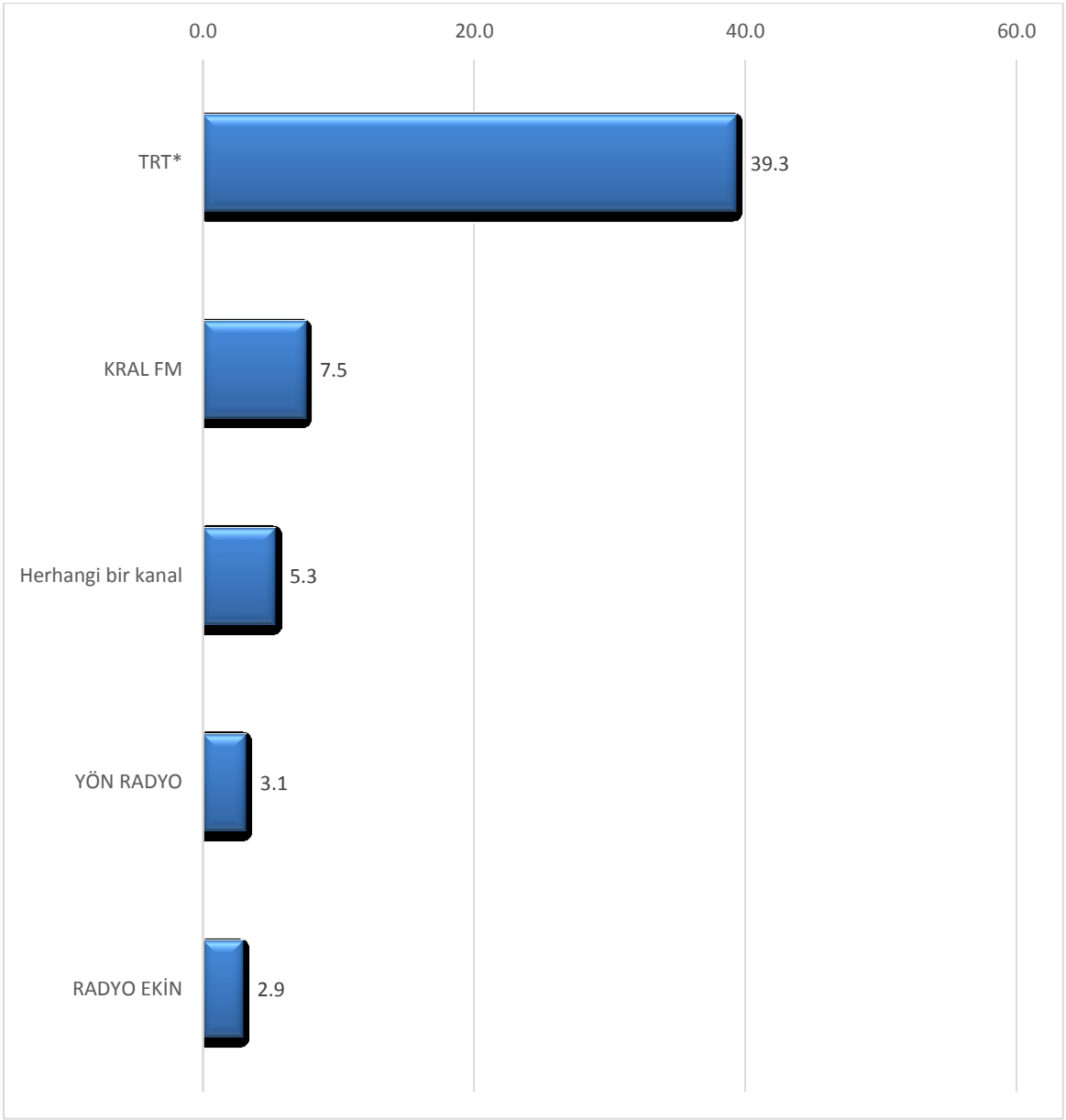
Türk halk müziği ile yaş grubu değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda Türk halk müziği dinleme sıklığı ile en yüksek ilişkinin yaş grubu değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer yaş gruplarına göre 15-20 ile 26-30 yaş gruplarındaki radyo dinleyicilerinin Türk halk müziğini hiç dinlemedikleri, 31-35 ile 36-40 yaş gruplarındaki radyo dinleyicilerinin Türk halk müziğini ara sıra dinledikleri ve 41-50 ile 61 üstü yaş gruplarındaki radyo dinleyicilerinin ise Türk halk müziğini dinledikleri ifade edilebilir. Bu kapsamda gençlerin daha az Türk halk müziği dinlediği, yaş arttıkça Türk halk müziğini radyodan dinleme sıklığının arttığı söylenebilir.

## Türk Halk Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Halk Müziği türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=1.459



## Türk Halk Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Halk Müziği türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır. N=1.459
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | TRT | KRAL FM | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | YÖN RADYO | RADYO EKİN |
|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | |
| Kadın | 36,4 | 7,1 | 5,4 | 3,1 | 2,8 |
| Erkek | 41,3 | 7,7 | 5,2 | 3,0 | 2,8 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[57] | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 32,4 | 9,0 | 10,8 | 0,0 | 2,7 |
| 21-25 yaş arası | 36,4 | 6,1 | 6,8 | 0,8 | 1,5 |
| 26-30 yaş arası | 31,2 | 5,7 | 5,7 | 2,5 | 1,9 |
| 31-35 yaş arası | 33,7 | 9,8 | 4,9 | 4,9 | 1,8 |
| 36-40 yaş arası | 28,7 | 11,5 | 2,3 | 2,9 | 2,3 |
| 41-50 yaş arası | 36,4 | 7,0 | 4,1 | 5,4 | 4,1 |
| 51-60 yaş arası | 48,7 | 4,5 | 4,9 | 3,7 | 4,5 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 50,0 | 7,6 | 5,9 | 1,7 | 2,1 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[58] | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 39,6 | 7,3 | 4,3 | 2,2 | 4,5 |
| Orta eğitim düzeyi | 36,2 | 7,8 | 6,7 | 3,6 | 2,1 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 45,4 | 6,7 | 3,4 | 3,8 | 0,8 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 42,5 | 7,3 | 5,9 | 1,9 | 2,5 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 34,9 | 7,4 | 5,0 | 3,6 | 3,5 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 33,9 | 10,2 | 0,0 | 15,3 | 3,4 |
| **ORTALAMA** | **39,3** | **7,5** | **5,3** | **3,1** | **2,9** |

[57] Cramer's V=0,345 p=0,000
[58] Cramer's V=0,351 p=0,002

## Türk Halk Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Halk Müziği türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=1.459
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | TRT | KRAL FM | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | YÖN RADYO | RADYO EKİN |
|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[59] | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 41,7 | 10,3 | 5,6 | 0,9 | 0,3 |
| 1.001 – 2.000 TL | 41,2 | 6,6 | 5,7 | 2,2 | 2,6 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 37,4 | 7,3 | 5,5 | 5,5 | 5,5 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 30,7 | 8,9 | 2,0 | 7,9 | 4,0 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 33,3 | 6,3 | 0,0 | 3,2 | 4,8 |
| 5.001 TL ve üstü | 29,4 | 2,0 | 5,9 | 2,0 | 7,8 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[60] | | | | | |
| Marmara | 22,9 | 5,7 | 5,7 | 6,9 | 6,5 |
| Ege | 56,0 | 8,8 | 6,0 | 0,0 | 0,0 |
| Akdeniz | 55,1 | 8,7 | 8,0 | 0,0 | 0,0 |
| İç Anadolu | 51,3 | 8,5 | 3,5 | 0,0 | 0,3 |
| Karadeniz | 44,6 | 14,9 | 4,0 | 0,0 | 0,0 |
| Doğu Anadolu | 53,7 | 7,5 | 4,5 | 0,0 | 0,0 |
| Güneydoğu Anadolu | 40,0 | 3,3 | 3,3 | 1,7 | 0,0 |
| **ORTALAMA** | **39,3** | **7,5** | **5,3** | **3,1** | **2,9** |

[59] Cramer's V=0,351 p=0,000
[60] Cramer's V=0,517 p=0,000

Türk halk müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; radyo kanalı ile yaş grupları, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Birinci sırada yer alan TRT radyolarının ileri yaş gruplarında, yüksek eğitim düzeyinde, düşük gelir grubunda daha fazla tercih edildiği, Kral FM'in orta yaş grubunda ve Karadeniz Bölgesinde daha fazla tercih edildiği tespit edilmiştir.

## Türk pop müziği dinleyenlerin dağılımı (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım[61]** | | | | |
| Kadın | 35.2 | 17.4 | 47.3 | **100,0** |
| Erkek | 47.8 | 15.3 | 37.0 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım[62]** | | | | |
| 15-20 yaş arası | 14.2 | 14.8 | 71.0 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 20.2 | 16.2 | 63.5 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 25.9 | 15.7 | 58.4 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 30.1 | 21.3 | 48.6 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 40.9 | 18.2 | 40.9 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 52.0 | 19.4 | 28.6 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 65.4 | 15.0 | 19.6 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 77.9 | 10.4 | 11.8 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım[63]** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 64.5 | 13.5 | 22.0 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 30.1 | 17.5 | 52.4 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 27.1 | 19.0 | 53.9 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım[64]** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 43.5 | 15.4 | 41.2 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 39.7 | 17.9 | 42.4 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 31.3 | 14.6 | 54.2 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **41.5** | **16.4** | **42.2** | **100,0** |

[61] Cramer's V=0,129 p=0,000
[62] Cramer's V=0,325 p=0,000
[63] Cramer's V=0,246 p=0,000
[64] Cramer's V=0,046 p=0,031

## Türk pop müziği dinleyenlerin dağılımı (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım[65]** | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 52.2 | 12.8 | 35.0 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 42.2 | 16.7 | 41.1 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 33.5 | 16.5 | 50.0 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 37.8 | 18.9 | 43.3 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 21.5 | 18.3 | 60.2 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 44.4 | 21.2 | 34.3 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım[66]** | | | | |
| Marmara | 35.9 | 19.9 | 44.1 | **100,0** |
| Ege | 31.4 | 12.5 | 56.1 | **100,0** |
| Akdeniz | 46.1 | 5.2 | 48.7 | **100,0** |
| İç Anadolu | 48.1 | 13.6 | 38.3 | **100,0** |
| Karadeniz | 44.0 | 24.8 | 31.2 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 51.9 | 28.7 | 19.4 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 65.2 | 12.1 | 22.7 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **41.5** | **16.4** | **42.2** | **100,0** |

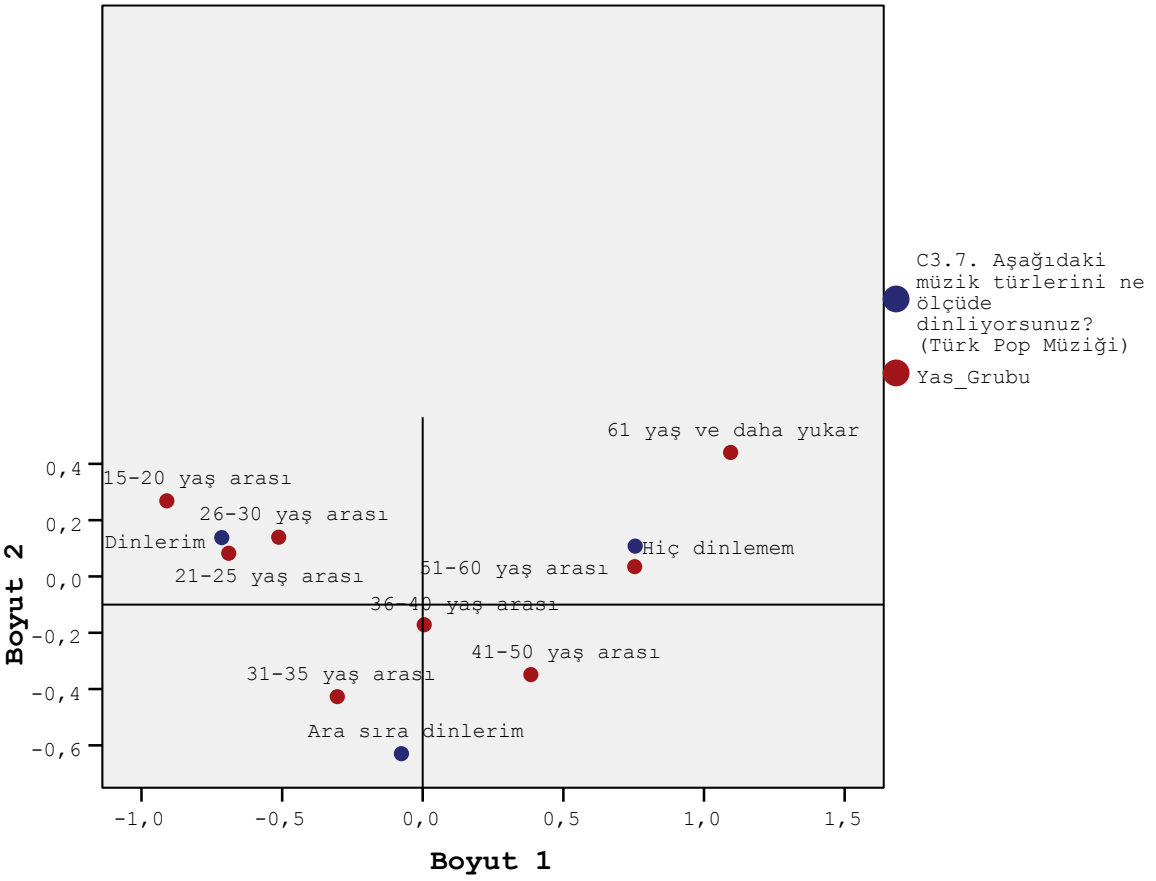
Türk pop müziği dinleyenlerin dinleme sıklığı ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; dinleme sıklığı ile cinsiyet, yaş grupları, eğitim düzeyleri, meslek grupları, gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analiz kapsamında; kadınların erkeklere, orta ve yüksek eğitimlilerin düşük eğitimlilere, üçüncü meslek grubundakilerin diğer meslek gruplarındakilere, orta ve yüksek gelir düzeyindekilerin düşük gelir düzeyindekilere, Ege Bölgesinde yaşayanların da diğer bölgelere göre daha sık Türk pop müziği dinlediği tespit edilmiştir.

[65] Cramer's V=0,110 p=0,000
[66] Cramer's V=0,172 p=0,000

## Müzik türlerini dinleme sıklığı (%)

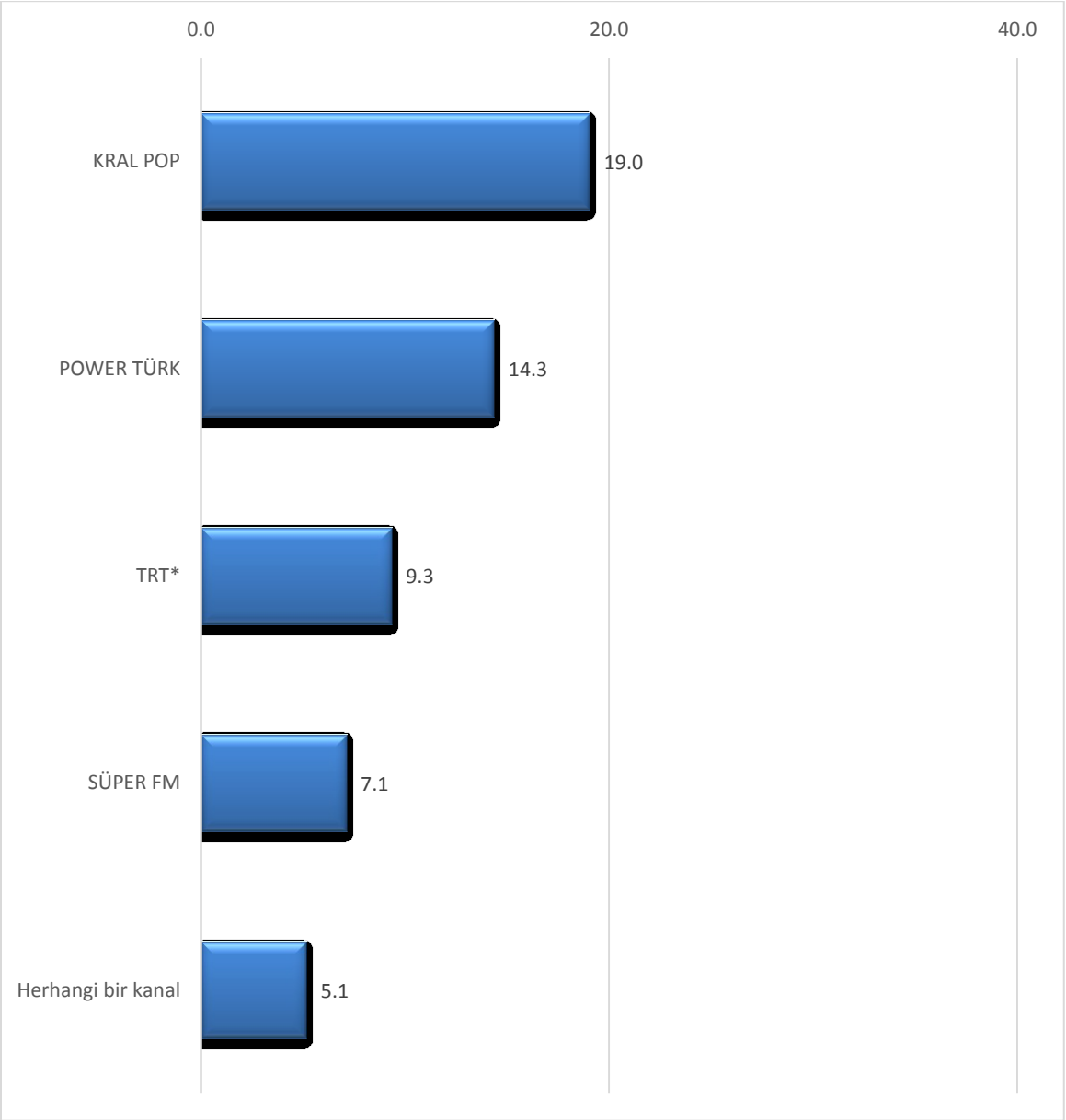
Türk pop müziği ile yaş grubu değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda Türk pop müziği dinleme sıklığı ile en yüksek ilişkinin yaş grubu değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer yaş gruplarına göre 51-60 ile 61 ve üstü yaş gruplarındaki radyo dinleyicilerinin Türk pop müziğini hiç dinlemedikleri, 31-35 ile 36-40 yaş gruplarındaki radyo dinleyicilerinin Türk pop müziğini ara sıra dinledikleri ve 15-20, 21-25 ile 26-30 yaş gruplarındaki radyo dinleyicilerinin ise Türk pop müziğini dinledikleri ifade edilebilir. Bu kapsamda gençlerin daha fazla Türk pop müziği dinlediği, yaş arttıkça Türk pop müziğini radyodan dinleme sıklığının azaldığı söylenebilir.

## Türk Pop Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Pop Müziği türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=1.574



## Türk Pop Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Pop Müziği türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır. N=1.574
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | KRAL POP | POWER TÜRK | TRT | SÜPER FM | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL |
|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | |
| Kadın | 19,5 | 15,1 | 8,9 | 6,5 | 5,90 |
| Erkek | 18,3 | 13,3 | 9,6 | 7,8 | 4,0 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[67] | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 19,2 | 20,4 | 1,9 | 5,8 | 4,5 |
| 21-25 yaş arası | 18,4 | 20,2 | 4,8 | 9,6 | 4,4 |
| 26-30 yaş arası | 14,0 | 15,3 | 7,7 | 8,6 | 3,2 |
| 31-35 yaş arası | 22,6 | 9,6 | 6,8 | 9,6 | 4,0 |
| 36-40 yaş arası | 25,5 | 13,0 | 9,3 | 8,7 | 1,9 |
| 41-50 yaş arası | 15,8 | 10,4 | 15,8 | 5,9 | 8,9 |
| 51-60 yaş arası | 17,6 | 3,4 | 25,2 | 1,7 | 7,6 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 19,4 | 6,0 | 17,9 | 0,0 | 13,4 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[68] | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 23,2 | 8,7 | 15,5 | 3,5 | 6,1 |
| Orta eğitim düzeyi | 18,6 | 15,1 | 7,3 | 7,9 | 5,0 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 14,4 | 17,7 | 8,3 | 7,9 | 4,3 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım**[69] | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 19,3 | 14,4 | 10,7 | 6,4 | 5,0 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 19,2 | 13,7 | 8,3 | 7,5 | 5,7 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 9,0 | 16,4 | 1,5 | 10,4 | 1,5 |
| **ORTALAMA** | **19** | **14,3** | **9,3** | **7,1** | **5,1** |

[67] Cramer's V=0,327 p=0,000
[68] Cramer's V=0,334 p=0,000
[69] Cramer's V=0,315 p=0,007

## Türk Pop Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Pop Müziği türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=1.574
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | KRAL POP | POWER TÜRK | TRT | SÜPER FM | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL |
|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[70] | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 21,7 | 13,7 | 13,7 | 1,6 | 5,2 |
| 1.001 – 2.000 TL | 22,0 | 14,8 | 10,3 | 8,0 | 5,3 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 13,0 | 16,7 | 7,0 | 8,7 | 5,3 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 20,8 | 10,4 | 2,8 | 5,7 | 2,8 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 8,1 | 13,5 | 8,1 | 10,8 | 2,7 |
| 5.001 TL ve üstü | 8,9 | 8,9 | 1,8 | 8,9 | 8,9 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[71] | | | | | |
| Marmara | 10,5 | 13,4 | 4,1 | 11,6 | 5,6 |
| Ege | 22,1 | 21,3 | 12,8 | 3,0 | 2,1 |
| Akdeniz | 25,7 | 12,8 | 14,9 | 4,7 | 11,5 |
| İç Anadolu | 27,9 | 12,6 | 13,4 | 3,2 | 3,2 |
| Karadeniz | 43,8 | 6,3 | 10,0 | 3,8 | 3,8 |
| Doğu Anadolu | 16,7 | 11,1 | 25,9 | 1,9 | 5,6 |
| Güneydoğu Anadolu | 11,8 | 21,6 | 5,9 | 3,9 | 5,9 |
| **ORTALAMA** | **19** | **14,3** | **9,3** | **7,1** | **5,1** |

[70] Cramer's V=0,358 p=0,000
[71] Cramer's V=0,398 p=0,000

Türk pop müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; radyo kanalı ile yaş grupları, eğitim düzeyi, meslek grubu, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Birinci sırada yer alan Kral Pop'un, orta yaş grubunda, birinci meslek grubunda, düşük ve orta gelir grupları ile Karadeniz Bölgesinde daha fazla tercih edildiği ayrıca eğitim düzeyi arttıkça Kral Pop'un dinlenme düzeyinin düştüğü belirlenmiştir. PowerTürk'ün genç yaş grubunda, üçüncü meslek grubundakiler ile Ege ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde daha fazla tercih edildiği ayrıca eğitim düzeyi arttıkça PowerTürk'ün dinlenme düzeyinin de arttığı tespit edilmiştir. TRT kanallarının ileri yaş grubunda, düşük eğitim düzeyinde, birinci meslek grubunda, düşük gelir grubu ile Doğu Anadolu Bölgesinde; Süper FM'in ise genç ve orta yaş grubunda, orta ve yüksek eğitim düzeyinde, üçüncü meslek grubunda, orta ve yüksek gelir grupları ile Marmara Bölgesinde daha fazla tercih edildiği tespit edilmiştir.

## Türk sanat müziği dinleyenlerin dağılımı (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 51.7 | 16.7 | 31.6 | **100,0** |
| Erkek | 49.0 | 17.2 | 33.8 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[72] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 76.0 | 13.4 | 10.6 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 67.1 | 18.4 | 14.4 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 62.2 | 16.0 | 21.8 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 49.6 | 22.6 | 27.8 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 48.3 | 17.5 | 34.2 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 39.3 | 18.0 | 42.7 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 34.5 | 15.5 | 50.0 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 28.3 | 15.9 | 55.9 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[73] | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 47.0 | 14.5 | 38.5 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 54.8 | 18.2 | 27.0 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 42.8 | 18.4 | 38.8 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım**[74] | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 52.3 | 16.7 | 31.0 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 48.9 | 17.0 | 34.1 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 37.5 | 18.8 | 43.8 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **50.3** | **16.9** | **32.7** | **100,0** |

[72] Cramer's V=0,253 p=0,000
[73] Cramer's V=0,092 p=0,000
[74] Cramer's V=0,045 p=0,035

## Türk sanat müziği dinleyenlerin dağılımı (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 51.6 | 14.1 | 34.2 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 51.5 | 17.7 | 30.7 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 44.1 | 19.0 | 36.9 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 53.3 | 16.4 | 30.3 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 48.4 | 15.1 | 36.6 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 54.1 | 15.3 | 30.6 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[75] | | | | |
| Marmara | 48.0 | 19.0 | 33.0 | **100,0** |
| Ege | 46.4 | 15.2 | 38.5 | **100,0** |
| Akdeniz | 58.7 | 10.0 | 31.4 | **100,0** |
| İç Anadolu | 45.0 | 14.5 | 40.5 | **100,0** |
| Karadeniz | 49.3 | 26.8 | 23.9 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 61.7 | 25.2 | 13.1 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 71.6 | 12.1 | 16.3 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **50.3** | **16.9** | **32.7** | **100,0** |

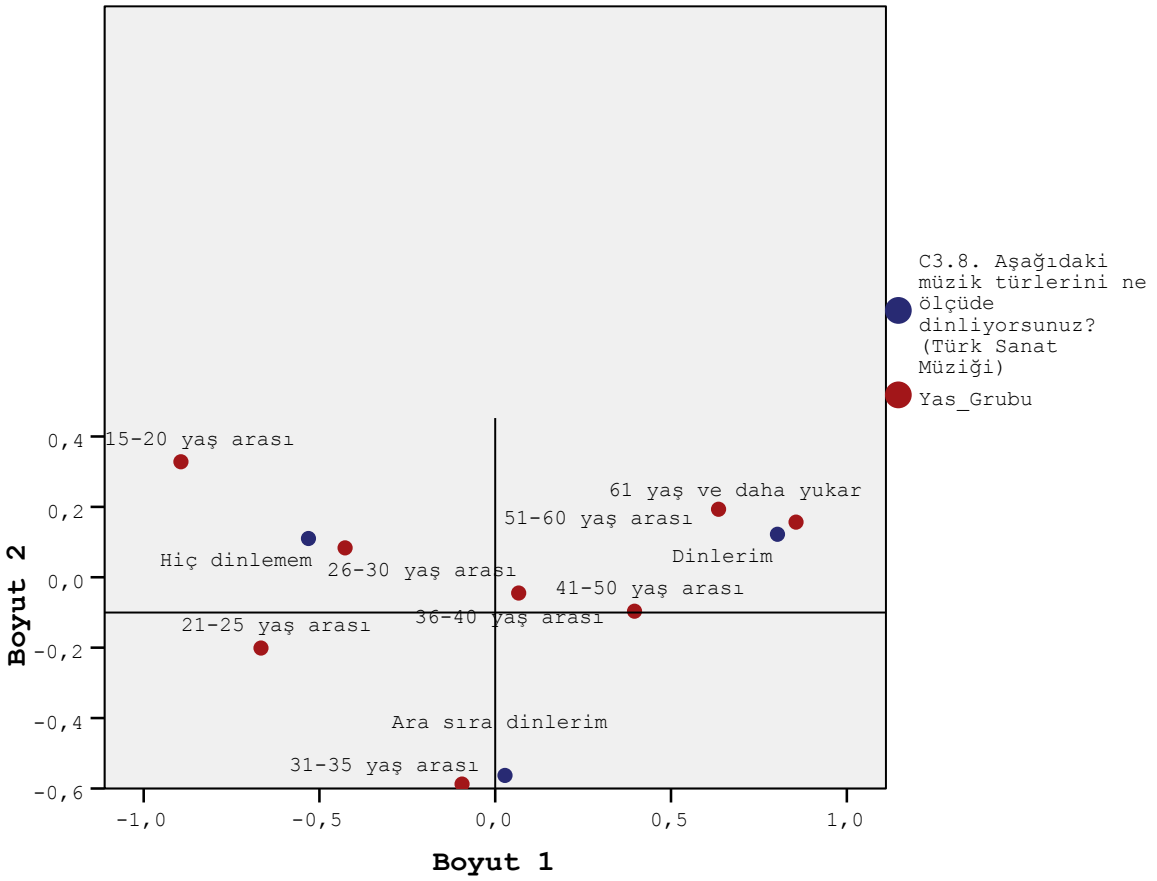
Türk sanat müziği dinleyenlerin dinleme sıklığı ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; dinleme sıklığı ile yaş grupları, eğitim düzeyleri, meslek grupları ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analiz kapsamında; düşük ve yüksek düzey eğitimlilerin orta düzey eğitimlilere, üçüncü meslek grubundakilerin diğer meslek grubundakilere göre daha sık Türk sanat müziği dinlediği, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yaşayanların da diğer bölgelere göre daha az Türk Sanat Müziği dinlediği tespit edilmiştir.

[75] Cramer's V=0,135 p=0,000

## Müzik türlerini dinleme sıklığı (%)

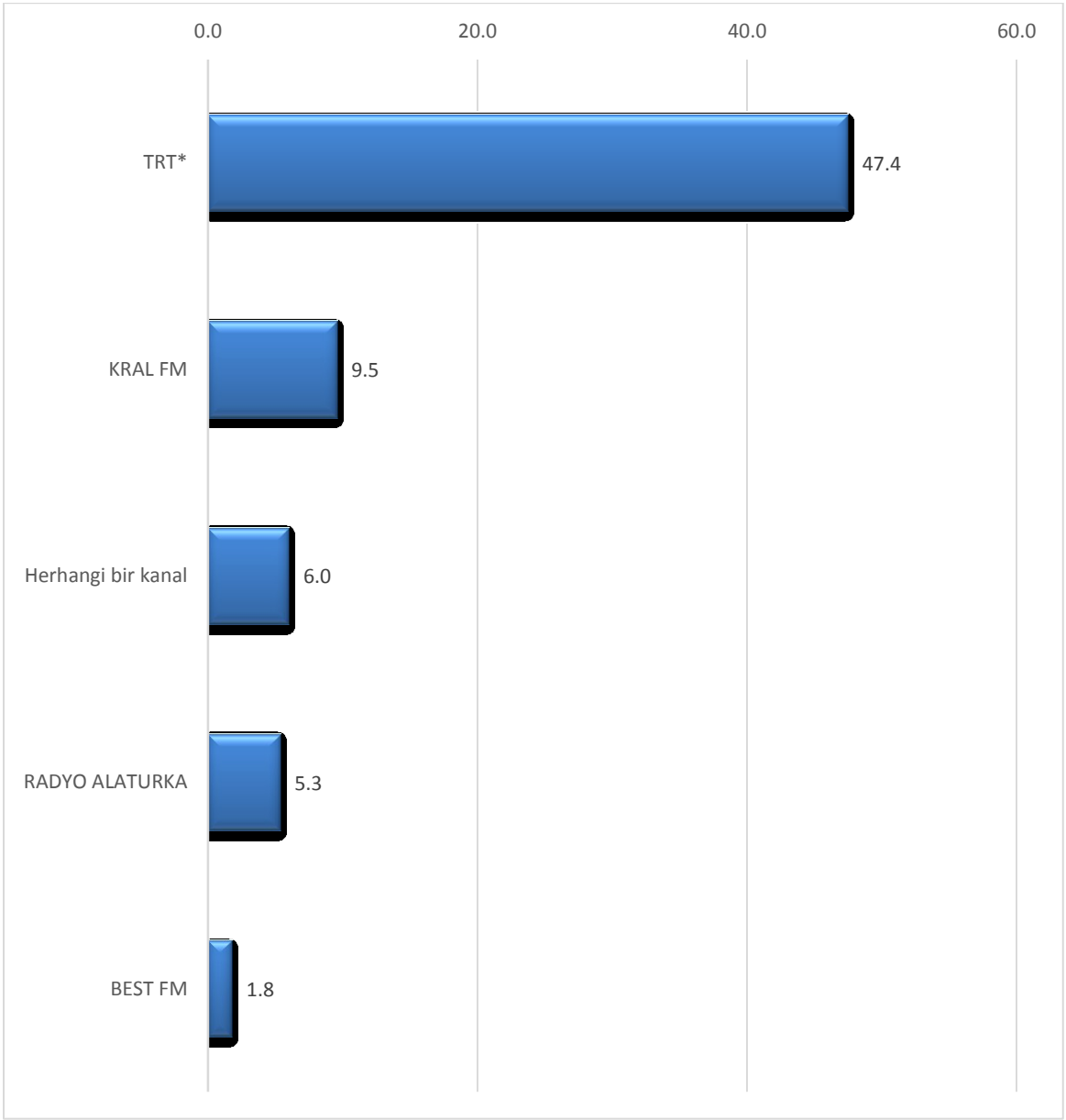
Türk sanat müziği ile yaş grubu değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda Türk sanat müziği dinleme sıklığı ile en yüksek ilişkinin yaş grubu değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer yaş gruplarına göre 15-20 ile 26-30 yaş gruplarındaki radyo dinleyicilerinin Türk sanat müziğini hiç dinlemedikleri, 31-35 yaş grubundaki radyo dinleyicilerinin Türk sanat müziğini ara sıra dinlediği ve 36-40, 41-50, 51-60 ile 61 üstü yaş gruplarındaki radyo dinleyicilerinin ise Türk sanat müziğini dinledikleri ifade edilebilir. Bu kapsamda Türk halk müziğine benzer şekilde, gençlerin daha az Türk sanat müziği dinlediği, yaş arttıkça Türk sanat müziğini radyodan dinleme sıklığının arttığı söylenebilir.

## Türk Sanat Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Sanat Müziği türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=1.172



## Türk Sanat Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Sanat Müziği türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır. N=1.172
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | TRT | KRAL FM | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | RADYO ALATURKA | BEST FM |
|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | |
| Kadın | 44,5 | 8,7 | 7,2 | 5,6 | 1,3 |
| Erkek | 49,6 | 10,3 | 4,8 | 5,0 | 2,0 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[76] | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 25,8 | 14,6 | 14,6 | 1,1 | 2,2 |
| 21-25 yaş arası | 42,9 | 7,1 | 8,2 | 1,0 | 1,0 |
| 26-30 yaş arası | 40,9 | 8,7 | 7,0 | 3,5 | 2,6 |
| 31-35 yaş arası | 38,0 | 9,3 | 5,4 | 5,4 | 4,7 |
| 36-40 yaş arası | 41,1 | 13,5 | 5,0 | 4,3 | 2,8 |
| 41-50 yaş arası | 43,9 | 11,0 | 5,9 | 4,7 | 2,7 |
| 51-60 yaş arası | 60,0 | 8,0 | 3,1 | 6,2 | 0,0 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 58,5 | 5,7 | 5,2 | 9,9 | 0,0 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[77] | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 52,0 | 9,6 | 3,7 | 5,2 | 0,4 |
| Orta eğitim düzeyi | 40,7 | 10,0 | 7,9 | 5,3 | 2,8 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 53,2 | 7,8 | 5,0 | 5,0 | 1,8 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 50,6 | 8,5 | 5,8 | 4,9 | 0,6 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 42,2 | 10,9 | 6,5 | 6,1 | 3,1 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 50,8 | 8,2 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| **ORTALAMA** | **47,4** | **9,5** | **6** | **5,3** | **1,8** |

[76] Cramer's V=0,338 p=0,000
[77] Cramer's V=0,324 p=0,023

## Türk Sanat Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Sanat Müziği türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=1.172
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | TRT | KRAL FM | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | RADYO ALATURKA | BEST FM |
|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[78] | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 46,9 | 14,6 | 5,9 | 1,2 | 1,6 |
| 1.001 – 2.000 TL | 50,4 | 8,3 | 6,0 | 3,8 | 1,6 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 41,0 | 6,4 | 7,2 | 12,9 | 2,4 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 41,0 | 15,4 | 3,8 | 7,7 | 1,3 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 55,1 | 10,2 | 2,0 | 0,0 | 2,0 |
| 5.001 TL ve üstü | 48,9 | 4,3 | 6,4 | 0,0 | 4,3 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[79] | | | | | |
| Marmara | 29,3 | 7,4 | 6,7 | 12,2 | 2,6 |
| Ege | 60,8 | 10,2 | 3,8 | 0,0 | 0,0 |
| Akdeniz | 58,8 | 7,9 | 14,9 | 0,0 | 0,9 |
| İç Anadolu | 64,9 | 13,7 | 3,1 | 0,0 | 0,4 |
| Karadeniz | 48,6 | 12,2 | 4,1 | 0,0 | 2,7 |
| Doğu Anadolu | 69,8 | 4,7 | 4,7 | 0,0 | 0,0 |
| Güneydoğu Anadolu | 41,5 | 7,3 | 4,9 | 0,0 | 12,2 |
| **ORTALAMA** | **47,4** | **9,5** | **6** | **5,3** | **1,8** |

[78] Cramer's V=0,353 p=0,000
[79] Cramer's V=0,431 p=0,000

Türk Sanat Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; radyo kanalı ile yaş grupları, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Birinci sırada yer alan, TRT kanallarının ileri yaş grubu ile Doğu ve İç Anadolu Bölgelerinde, Radyo Alaturka'nın orta ve ileri yaş gruplarında, orta gelir grubu ile Marmara Bölgesinde daha fazla tercih edildiği tespit edilmiştir.

## Türkçe Rock Müzik dinleyenlerin dağılımı (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 73.1 | 9.7 | 17.2 | **100,0** |
| Erkek | 75.0 | 9.9 | 15.1 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[80] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 49.2 | 13.4 | 37.4 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 61.4 | 14.4 | 24.2 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 62.8 | 14.7 | 22.5 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 73.9 | 11.2 | 14.9 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 75.5 | 7.1 | 17.5 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 84.6 | 6.6 | 8.8 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 89.9 | 6.1 | 4.0 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 92.7 | 6.2 | 1.0 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[81] | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 89.2 | 5.7 | 5.1 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 67.9 | 10.9 | 21.2 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 59.8 | 15.5 | 24.7 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım**[82] | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 76.2 | 8.4 | 15.5 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 72.5 | 11.4 | 16.1 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 59.4 | 13.5 | 27.1 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **74.1** | **9.8** | **16.2** | **100,0** |

[80] Cramer's V=0,250 p=0,000
[81] Cramer's V=0,187 p=0,000
[82] Cramer's V=0,061 p=0,001

## Türkçe Rock Müzik dinleyenlerin dağılımı (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[83] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 82.6 | 6.4 | 11.0 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 75.7 | 10.1 | 14.2 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 66.1 | 11.1 | 22.9 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 72.0 | 10.4 | 17.7 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 62.4 | 12.9 | 24.7 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 70.4 | 12.2 | 17.3 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[84] | | | | |
| Marmara | 68.2 | 12.2 | 19.6 | **100,0** |
| Ege | 69.1 | 11.4 | 19.5 | **100,0** |
| Akdeniz | 77.9 | 3.3 | 18.8 | **100,0** |
| İç Anadolu | 83.0 | 6.4 | 10.6 | **100,0** |
| Karadeniz | 75.9 | 14.9 | 9.2 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 85.0 | 8.4 | 6.5 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 80.9 | 7.8 | 11.3 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **74.1** | **9.8** | **16.2** | **100,0** |

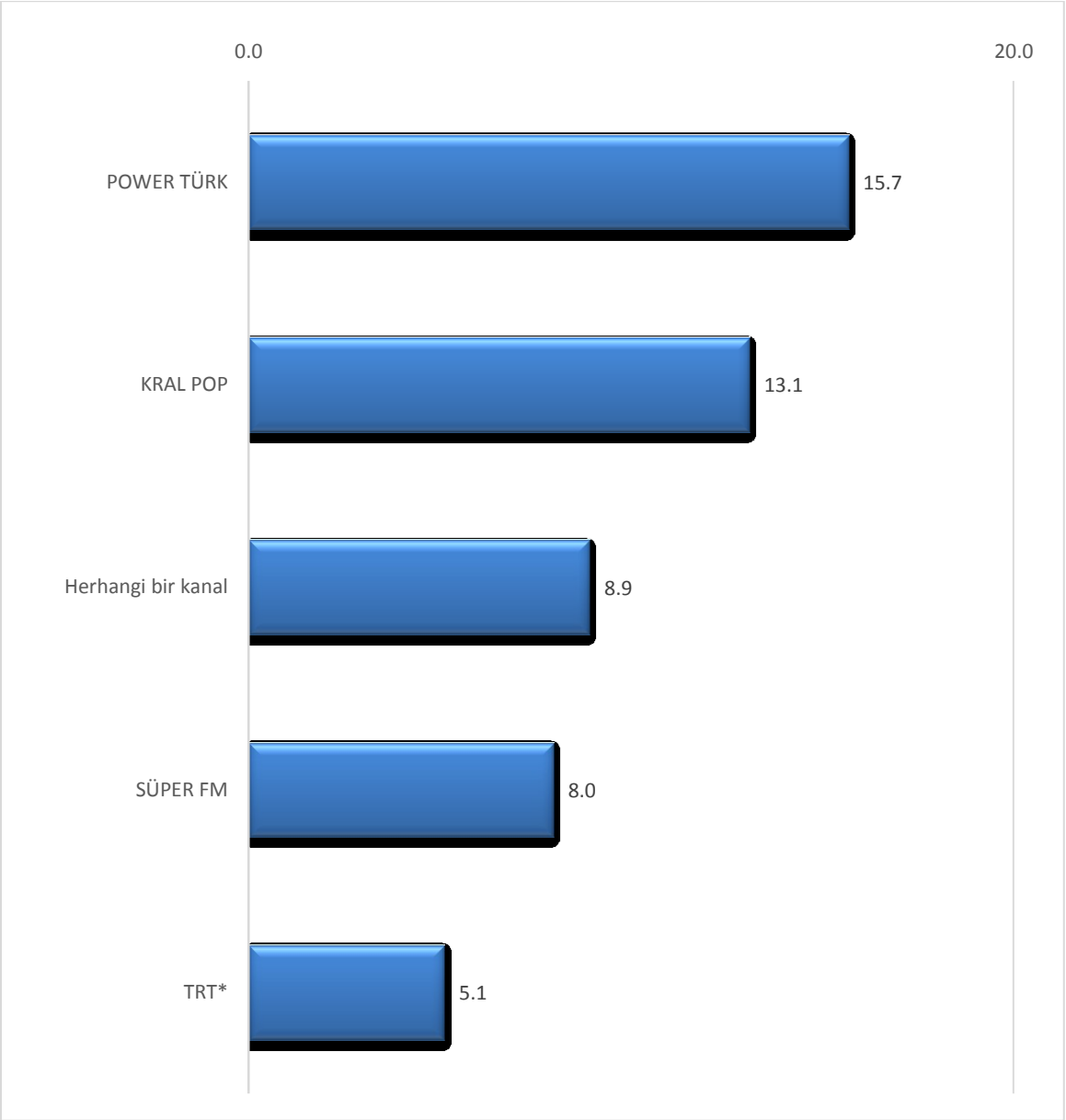
Türkçe Rock Müziği dinleyenlerin dinleme sıklığı ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; dinleme sıklığı ile yaş grupları, eğitim düzeyleri, meslek grupları, gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analiz kapsamında; genç yaş grubundakilerin diğer yaş gruplarındakilere, orta ve yüksek eğitimlilerin düşük eğitimlilere, üçüncü meslek grubundakilerin diğer meslek gruplarına, orta ve yüksek gelir düzeyindekilerin düşük gelir düzeyindekilere, Marmara ve Ege Bölgelerinde yaşayanların da diğer bölgelere göre daha sık Türkçe rock müziği dinlediği tespit edilmiştir.

[83] Cramer's V=0,099 p=0,000
[84] Cramer's V=0,122 p=0,000

## Türkçe Rock Müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Rock Müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=718



## Türkçe Rock Müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Rock Müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır. N=718
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | POWER TÜRK | KRAL POP | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | SÜPER FM | TRT |
|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | |
| Kadın | 15,9 | 12,1 | 8,8 | 8,0 | 4,1 |
| Erkek | 15,1 | 13,9 | 8,8 | 7,6 | 6,0 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[85] | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 19,1 | 12,8 | 8,5 | 5,9 | 1,1 |
| 21-25 yaş arası | 18,9 | 8,1 | 9,0 | 9,0 | 3,6 |
| 26-30 yaş arası | 11,5 | 8,8 | 5,3 | 8,0 | 6,2 |
| 31-35 yaş arası | 14,9 | 13,4 | 9,0 | 11,9 | 3,0 |
| 36-40 yaş arası | 16,4 | 16,4 | 13,4 | 7,5 | 4,5 |
| 41-50 yaş arası | 14,1 | 17,2 | 9,4 | 10,9 | 7,8 |
| 51-60 yaş arası | 3,0 | 9,1 | 15,2 | 3,0 | 27,3 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 0,0 | 39,1 | 8,70 | 0,0 | 0,0 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[86] | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 9,5 | 21,1 | 7,4 | 7,4 | 8,4 |
| Orta eğitim düzeyi | 15,9 | 12,7 | 9,9 | 8,4 | 4,1 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 17,6 | 7,8 | 6,5 | 5,9 | 5,9 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 15,5 | 12,9 | 8,2 | 7,6 | 6,5 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 15,9 | 13,8 | 10,6 | 7,8 | 3,5 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 10,0 | 5,0 | 2,5 | 7,5 | 5,0 |
| **ORTALAMA** | **15,7** | **13,1** | **8,9** | **8,0** | **5,1** |

[85] Cramer's V=0,386 p=0,000
[86] Cramer's V=0,396 p=0,003

## Türkçe Rock Müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Türk Rock Müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=718
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | POWER TÜRK | KRAL POP | BİLMİYOR / HERHANGİ BİR KANAL | SÜPER FM | TRT |
|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 15,2 | 22,8 | 7,6 | 3,3 | 6,5 |
| 1.001 – 2.000 TL | 16,3 | 11,3 | 8,9 | 8,5 | 4,3 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 15,7 | 5,9 | 12,4 | 9,2 | 5,2 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 20,0 | 26,0 | 6,0 | 2,0 | 4,0 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 8,3 | 11,1 | 2,8 | 13,9 | 5,6 |
| 5.001 TL ve üstü | 6,5 | 12,9 | 6,5 | 12,9 | 6,5 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[87] | | | | | |
| Marmara | 13,9 | 7,9 | 7,9 | 13,6 | 2,7 |
| Ege | 22,0 | 12,8 | 6,4 | 0,9 | 5,5 |
| Akdeniz | 17,7 | 14,5 | 19,4 | 4,8 | 8,1 |
| İç Anadolu | 18,8 | 27,5 | 10,0 | 1,3 | 8,8 |
| Karadeniz | 5,7 | 20,0 | 2,9 | 2,9 | 5,7 |
| Doğu Anadolu | 0,0 | 5,9 | 17,6 | 5,9 | 23,5 |
| Güneydoğu Anadolu | 13,3 | 23,3 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| **ORTALAMA** | **15,7** | **13,1** | **8,9** | **8,0** | **5,1** |

[87] Cramer's V=0,446 p=0,000

Türkçe Rock Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; radyo kanalı ile yaş grupları, eğitim düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Birinci sırada yer alan Powertürk'ün, genç yaş grubunda, düşük ve orta gelir düzeyi ile Ege Bölgesinde daha fazla tercih edildiği ayrıca eğitim düzeyi arttıkça PowerTürk'ün dinlenme oranının arttığı ifade edilebilir. Kral Pop'un İç Anadolu Bölgesinde daha fazla tercih edildiği ayrıca eğitim düzeyi arttıkça Kral Pop'un dinlenme oranının azaldığı belirlenmiştir. Süper FM'in ise genç ve orta yaş grubunda, düşük ve orta eğitim düzeyi ile Marmara Bölgesinde daha fazla dinlendiği tespit edilmiştir.

## Yabancı müzik dinleyenlerin dağılımı (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım[88]** | | | | |
| Kadın | 86.8 | 10.5 | 2.7 | **100,0** |
| Erkek | 82.6 | 14.0 | 3.5 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım[89]** | | | | |
| 15-20 yaş arası | 64.9 | 26.2 | 8.8 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 75.7 | 21.1 | 3.2 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 78.2 | 16.0 | 5.8 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 83.8 | 13.4 | 2.8 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 86.8 | 11.0 | 2.2 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 91.8 | 6.3 | 1.9 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 94.7 | 5.3 | 0,0 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 100.0 | 0,0 | 0,0 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım[90]** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 94.4 | 5.1 | 0.5 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 80.5 | 15.0 | 4.5 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 76.5 | 19.3 | 4.2 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım[91]** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 86.4 | 10.8 | 2.8 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 83.2 | 14.0 | 2.8 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 75.5 | 15.3 | 9.2 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **84.7** | **12.2** | **3.1** | **100,0** |

[88] Cramer's V=0,059 p=0,012
[89] Cramer's V=0,221 p=0,000
[90] Cramer's V=0,144 p=0,000
[91] Cramer's V=0,063 p=0,001

## Yabancı müzik dinleyenlerin dağılımı (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | HİÇ DİNLEMEM | ARA SIRA DİNLERİM | DİNLERİM | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım[92]** | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 92.1 | 6.8 | 1.1 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 86.1 | 11.4 | 2.5 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 78.9 | 17.1 | 4.0 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 78.7 | 16.5 | 4.9 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 71.7 | 20.7 | 7.6 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 81.6 | 14.3 | 4.1 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım[93]** | | | | |
| Marmara | 79.8 | 15.6 | 4.5 | **100,0** |
| Ege | 85.0 | 13.0 | 2.0 | **100,0** |
| Akdeniz | 90.9 | 6.9 | 2.2 | **100,0** |
| İç Anadolu | 85.2 | 12.1 | 2.7 | **100,0** |
| Karadeniz | 95.5 | 4.5 | 0,0 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 88.8 | 10.3 | 0.9 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 91.5 | 6.4 | 2.1 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **84.7** | **12.2** | **3.1** | **100,0** |

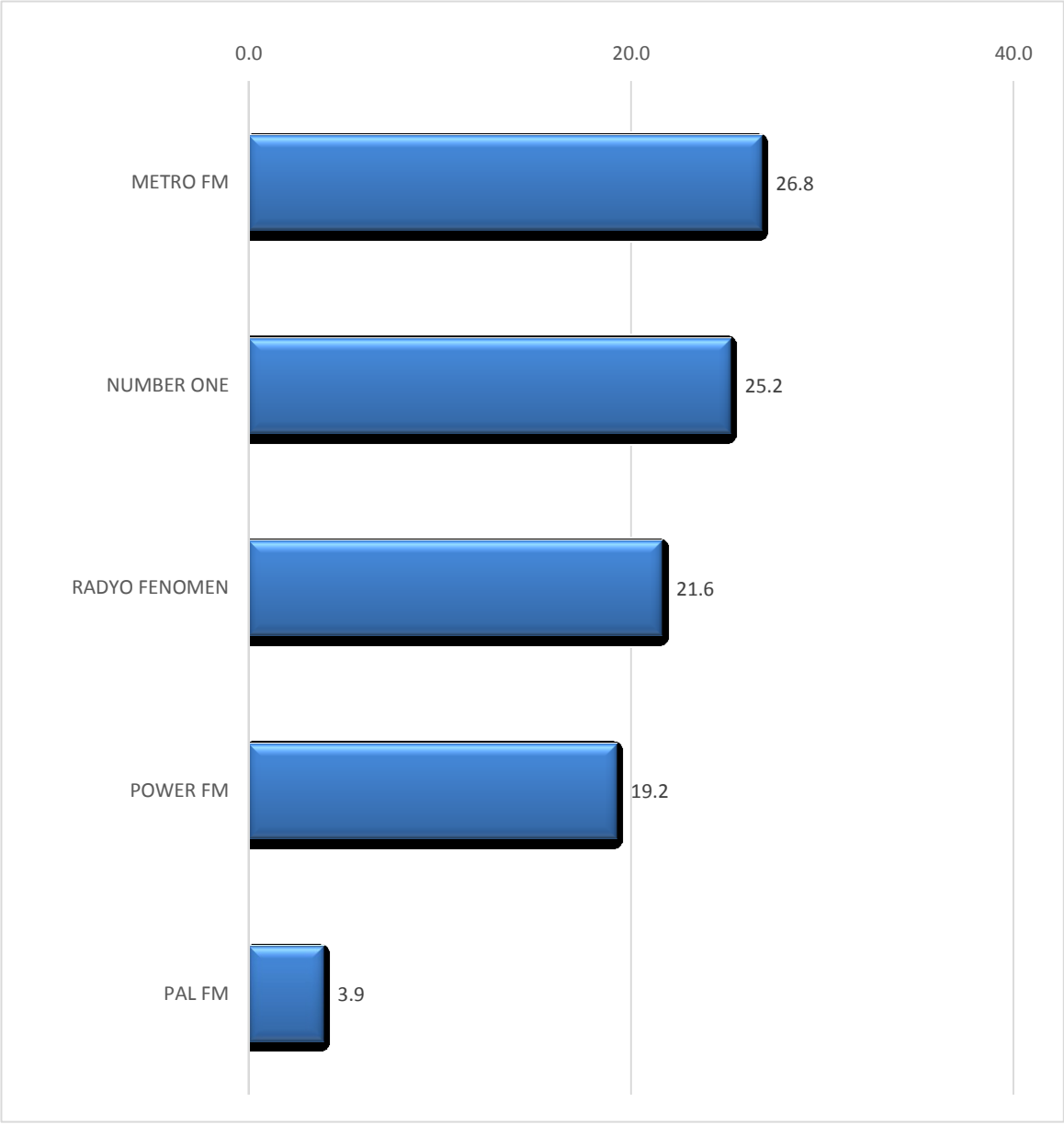
Yabancı müzik dinleyenlerin dinleme sıklığı ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; dinleme sıklığı ile cinsiyet, yaş grupları, eğitim düzeyleri, meslek grupları, gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analiz kapsamında; erkeklerin kadınlara göre, genç yaş grubundakilerin diğer yaş gruplarındakilere, orta ve yüksek eğitimlilerin düşük eğitimlilere, üçüncü meslek grubundakilerin diğer meslek gruplarına, orta ve yüksek gelir düzeyindekilerin düşük gelir düzeyindekilere, Marmara Bölgesinde yaşayanların da diğer bölgelere göre daha sık Yabancı Müzik dinlediği tespit edilmiştir.

[92] Cramer's V=0,107 p=0,000
[93] Cramer's V=0,101 p=0,000

## Yabancı Müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Yabancı Müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=445



## Yabancı Müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Yabancı Müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır. N=441
Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | METRO FM | NUMBER ONE | RADYO FENOMEN | POWER FM | PAL FM |
|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım[94]** | | | | | |
| Kadın | 22,4 | 31,8 | 20,0 | 21,8 | 1,8 |
| Erkek | 30,3 | 19,9 | 23,1 | 17,2 | 5,4 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım[95]** | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 16,7 | 38,9 | 20,6 | 14,3 | 4,0 |
| 21-25 yaş arası | 25,4 | 19,4 | 29,9 | 16,4 | 6,0 |
| 26-30 yaş arası | 27,7 | 15,4 | 24,6 | 24,6 | 3,1 |
| 31-35 yaş arası | 21,4 | 28,6 | 16,7 | 28,6 | 2,4 |
| 36-40 yaş arası | 37,8 | 18,9 | 21,6 | 18,9 | 2,7 |
| 41-50 yaş arası | 47,1 | 17,6 | 11,8 | 20,6 | 2,9 |
| 51-60 yaş arası | 47,4 | 5,3 | 15,8 | 21,1 | 10,5 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 41,7 | 18,8 | 8,3 | 27,1 | 4,2 |
| Orta eğitim düzeyi | 25,0 | 27,8 | 21,8 | 18,7 | 3,2 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 23,6 | 21,3 | 28,1 | 16,9 | 5,6 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım[96]** | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 25,8 | 33,0 | 18,0 | 16,5 | 3,1 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 27,2 | 17,3 | 23,7 | 24,3 | 4,6 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 30,4 | 21,7 | 34,8 | 4,3 | 4,3 |
| **ORTALAMA** | **26,8** | **25,2** | **21,6** | **19,2** | **3,9** |

[94] Cramer's V=0,185 p=0,020
[95] Cramer's V=0,161 p=0,010
[96] Cramer's V=0,156 p=0,040

## Yabancı Müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%)

Radyodan Yabancı Müzik türünü "dinlerim" ve "ara sıra dinlerim" diyenlere sorulmuştur.
İlk beş kanal alınmıştır.
N=441
Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | METRO FM | NUMBER ONE | RADYO FENOMEN | POWER FM | PAL FM |
|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[97] | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 19,0 | 40,5 | 4,8 | 33,3 | 2,4 |
| 1.001 – 2.000 TL | 27,5 | 23,1 | 24,4 | 18,1 | 3,1 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 29,5 | 24,2 | 14,7 | 22,1 | 5,3 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 26,5 | 11,8 | 29,4 | 17,6 | 11,8 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 15,4 | 34,6 | 42,3 | 7,7 | 0,0 |
| 5.001 TL ve üstü | 31,6 | 26,3 | 31,6 | 0,0 | 0,0 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[98] | | | | | |
| Marmara | 26,1 | 22,3 | 16,1 | 24,2 | 5,2 |
| Ege | 7,7 | 46,2 | 36,5 | 9,6 | 0,0 |
| Akdeniz | 29,2 | 20,8 | 25,0 | 20,8 | 4,2 |
| İç Anadolu | 23,6 | 25,0 | 33,3 | 13,9 | 4,2 |
| Karadeniz | 71,4 | 0,0 | 0,0 | 28,6 | 0,0 |
| Doğu Anadolu | 83,3 | 16,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Güneydoğu Anadolu | 54,5 | 27,3 | 9,1 | 9,1 | 0,0 |
| **ORTALAMA** | **26,8** | **25,2** | **21,6** | **19,2** | **3,9** |

[97] Cramer's V=0,161 p=0,003
[98] Cramer's V=0,209 p=0,000

Yabancı müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikte; radyo kanalı ile cinsiyet, yaş grupları, meslek grubu, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Birinci sırada yer alan Metro FM'in erkeklerde, ileri yaş grubunda, düşük eğitim düzeyi ile Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgelerinde; Number One FM'in, kadınlarda, birinci meslek grubu ile Ege Bölgesinde; Radyo Fenomen'in genç ve orta yaş grubunda, üçüncü meslek grubunda, yüksek gelir düzeyi ile Ege ve İç Anadolu Bölgelerinde; Power FM'in orta yaş grubunda, ikinci meslek grubunda, düşük eğitim düzeyi ile Karadeniz ve Marmara Bölgelerinde; Pal FM'in ise erkeklerde ve orta gelir grubunda daha fazla tercih edildiği tespit edilmiştir.

# YEDİNCİ BÖLÜM

# RADYO İLE İLGİLİ KANAATLER VE RADYO REKLAMLARI

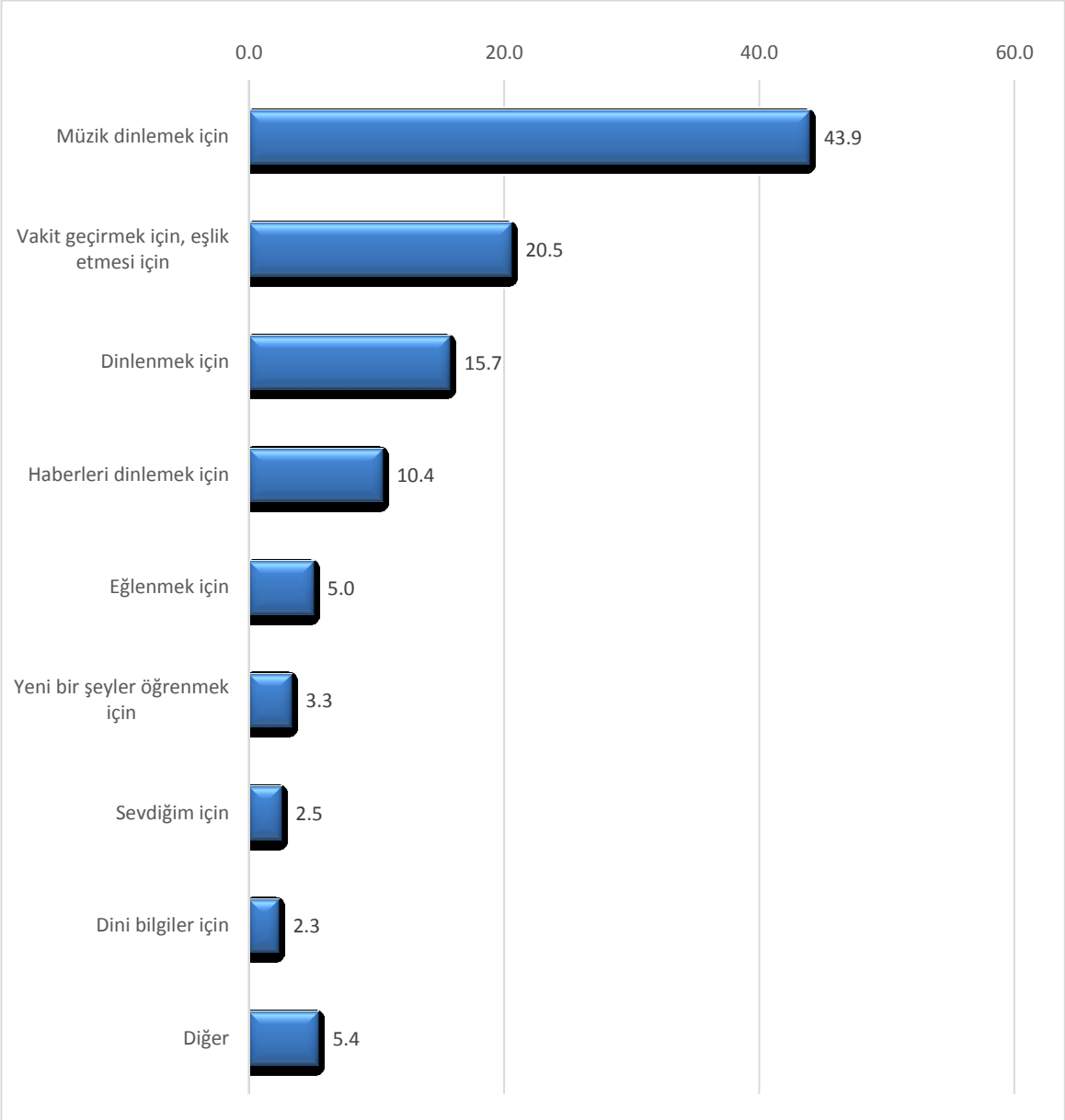
Bu bölümde görüşülen kişilerin "radyo dinlemekteki öncelikli amaçları", "radyo yayınlarında daha fazla yer verilmesini istedikleri konular", "radyo yayınlarında rahatsız oldukları konular", "radyoda reklamlar çıktığındaki davranışların" ve "radyoya yönelik kanaatleri" yer almaktadır.

Bu bölümde ayrıca, bu sorulara verilen cevapların frekans dağılımları ile bağımsız değişkenlere ilişkin çapraz tablolara yer verilmiştir.

- ✓ **Radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracıdır.**
- ✓ **Radyo en çok müzik dinlemek için açılıyor.**
- ✓ **Müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir.**
- ✓ **Radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir.**
- ✓ **Radyolarda çocuk ve kadın programlarına daha fazla yer verilmesi isteniyor.**
- ✓ **Dinleyiciler radyolardan daha fazla ve daha yeni müzik bekliyor.**
- ✓ **Radyo yayınlarından rahatsızlık yaklaşık 2,5 kat artmıştır.**
- ✓ **Rahatsız olunan konuların başında reklamlar gelmektedir. Dinleyiciler en çok reklamların sıklığından, tele-alışveriş programlarından ve reklam süresinden şikâyetçidir.**
- ✓ **Reklamları duyduğunda dinlemeye devam edenlerin oranı 2009 yılına göre %50 azalmıştır.**

## Radyo dinlemekteki öncelikli amacınız nedir? (%)

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir.

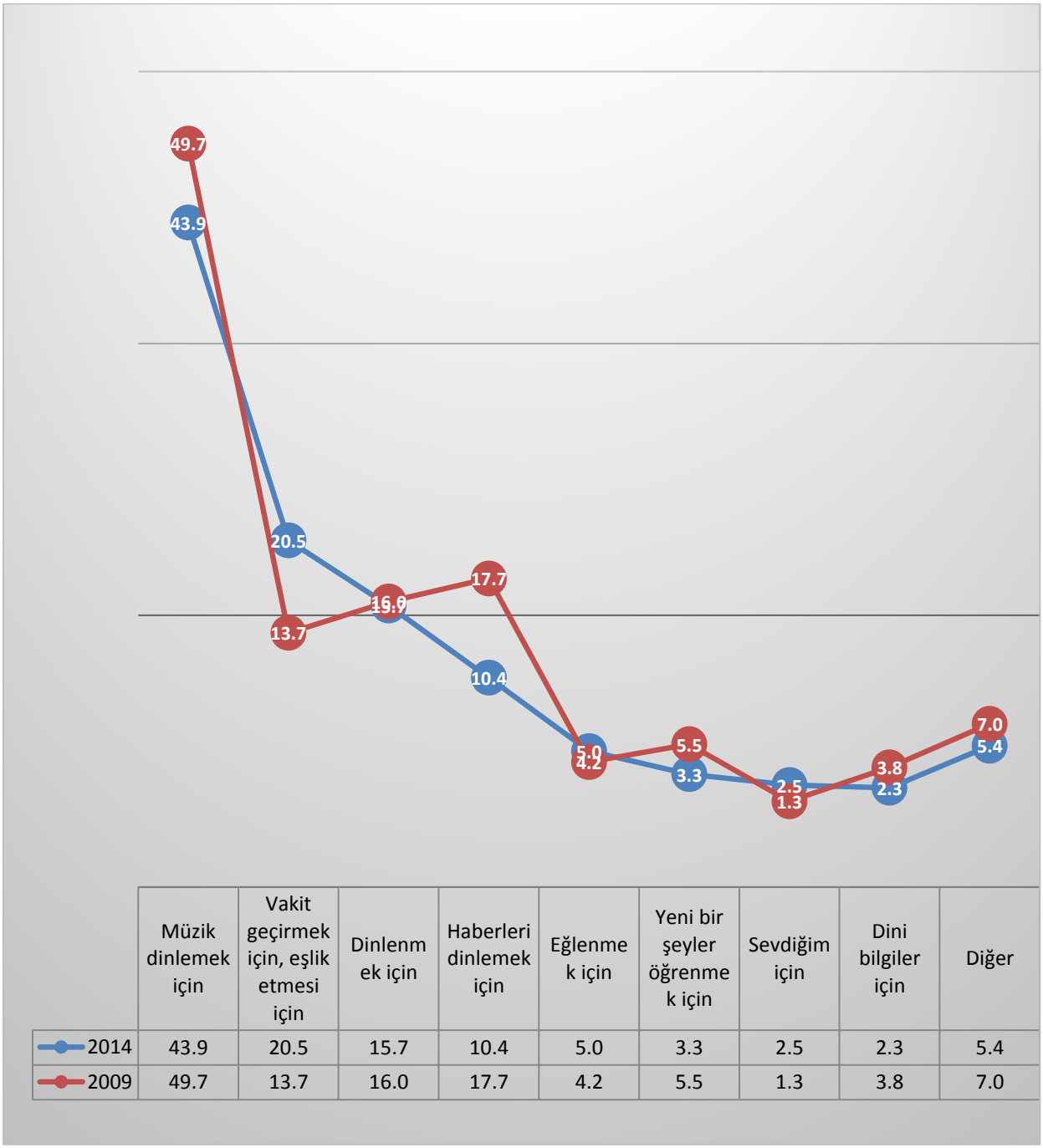



"Radyo dinlemekteki öncelikli amacınız nedir?" sorusuna verilen cevaplara bakıldığında %43,9 ile "müzik dinlemek" amacı ilk sırada yer almaktadır. Ardından sırayla %20,5 ile "vakit geçirmek", %15,7 ile "dinlenmek" ve %10,4 ile "haberleri dinlemek" cevapları gelmektedir.

## Radyo dinlemekteki öncelikli amacınız nedir? (%)

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir.

**2009 – 2014 Kıyas**




| | Müzik dinlemek için | Vakit geçirmek için, eşlik etmesi için | Dinlenmek için | Haberleri dinlemek için | Eğlenmek için | Yeni bir şeyler öğrenmek için | Sevdiğim için | Dini bilgiler için | Diğer |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2014 | 43.9 | 20.5 | 15.7 | 10.4 | 5.0 | 3.3 | 2.5 | 2.3 | 5.4 |
| 2009 | 49.7 | 13.7 | 16.0 | 17.7 | 4.2 | 5.5 | 1.3 | 3.8 | 7.0 |

2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmaları" nın incelenmesi sonucunda radyo dinlemekteki amaçlar karşılaştırıldığında müzik ve haber dinlemek amacıyla radyo dinlemede azalış gözlemlenirken, vakit geçirmek amacıyla dinlemede artış tespit edilmiştir.

**Radyo yayınlarında, daha fazla yer verilmesini istediğiniz konular nelerdir? (%)**

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir.

| | % |
|---|---|
| Daha fazla müzik, yeni müzikler | 26,2 |
| Haber | 13,8 |
| Toplumsal konular, güncel konular | 13,0 |
| Eğitimle alakalı | 10,7 |
| Dini yayınlar, ilahiler | 10,0 |
| Çocuk psikolojisi, aile gelişimi, gençlere yönelik programlar | 8,0 |
| Kültür-sanat-bilim, genel kültür programları | 7,9 |
| Reklamlar az olsun | 6,8 |
| Sağlık | 5,6 |
| Spor | 4,8 |
| Kadın sorunları | 3,7 |
| Eğlence konuları, programları | 2,5 |
| Siyaset | 2,4 |
| Satış programları azaltılsın | 2,2 |
| Söyleşi-sohbet | 2,2 |
| Radyo tiyatrosu | 2,1 |
| Yarışma | 1,7 |
| Ahlaka uygun yayınlar olsun | 1,4 |
| Pratik bilgiler, faydalı bilgiler | 1,4 |
| Radyo yayınlarının az konuşması, müziği kesmesinler | 1,2 |
| Duyurular | 1,1 |
| Türkçe daha iyi kullanılmalı | 1,0 |
| Tarafsız olması | 0,9 |
| Magazin | 0,9 |
| Farklı dil ve lehçede yayınlar | 0,8 |
| Trafik yayını | 0,7 |
| Sigara, alkol, uyuşturucu hakkında bilgilendirmesi | 0,7 |
| Yerel programlar, yöresel konular | 0,7 |
| Diğer | 2,9 |

"Radyo yayınlarında, daha fazla yer verilmesini istediğiniz konular nelerdir?" sorusuna verilen cevaplara bakıldığında katılımcıların dörtte birinden fazlasının yeni ve daha fazla müzik istediği, daha sonra sırasıyla; haber, güncel konular, eğitimle alakalı konular ve dini yayınlar/ilahiler talep ettiği tespit edilmiştir.

## Radyo yayınlarında, daha fazla yer verilmesini istediğiniz konular nelerdir? (%)

Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir.

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Daha fazla müzik, yeni müzikler | Haber | Toplumsal konular, güncel konular | Eğitimle alakalı | Dini yayınlar, ilahiler | Diğer |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | | |
| Kadın | 24,0 | 10,1 | 12,6 | 10,5 | 12,4 | 66,8 |
| Erkek | 28,3 | 17,5 | 13,4 | 10,9 | 7,7 | 60,2 |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 34,8 | 6,6 | 15,1 | 9,2 | 3,5 | 62,1 |
| 21-25 yaş arası | 31,0 | 14,3 | 11,9 | 8,2 | 2,3 | 70,3 |
| 26-30 yaş arası | 32,4 | 13,4 | 14,1 | 8,7 | 6,0 | 65,9 |
| 31-35 yaş arası | 25,0 | 11,9 | 8,5 | 11,3 | 6,9 | 74,4 |
| 36-40 yaş arası | 19,1 | 14,9 | 14,3 | 13,6 | 9,7 | 73,4 |
| 41-50 yaş arası | 22,2 | 12,9 | 13,0 | 12,7 | 14,1 | 61,8 |
| 51-60 yaş arası | 21,2 | 15,7 | 12,3 | 12,3 | 11,4 | 64,1 |
| 61 yaş ve daha yukarı | 26,7 | 18,5 | 14,3 | 8,8 | 18,6 | 46,5 |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 21,9 | 15,8 | 12,0 | 10,5 | 18,5 | 57,5 |
| Orta eğitim düzeyi | 29,6 | 12,2 | 13,0 | 10,2 | 6,0 | 62,7 |
| Yüksek eğitim düzeyi | 25,0 | 14,2 | 15,2 | 12,7 | 3,1 | 80,7 |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 25,0 | 11,5 | 13,1 | 11,6 | 13,3 | 62,5 |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 27,7 | 17,4 | 12,6 | 9,4 | 5,9 | 64,4 |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 27,0 | 10,3 | 16,9 | 11,0 | 1,7 | 71,1 |
| **ORTALAMA** | **26,2** | **13,8** | **13,0** | **10,7** | **10,0** | **63,5** |

## Radyo yayınlarında, daha fazla yer verilmesini istediğiniz konular nelerdir? (%)

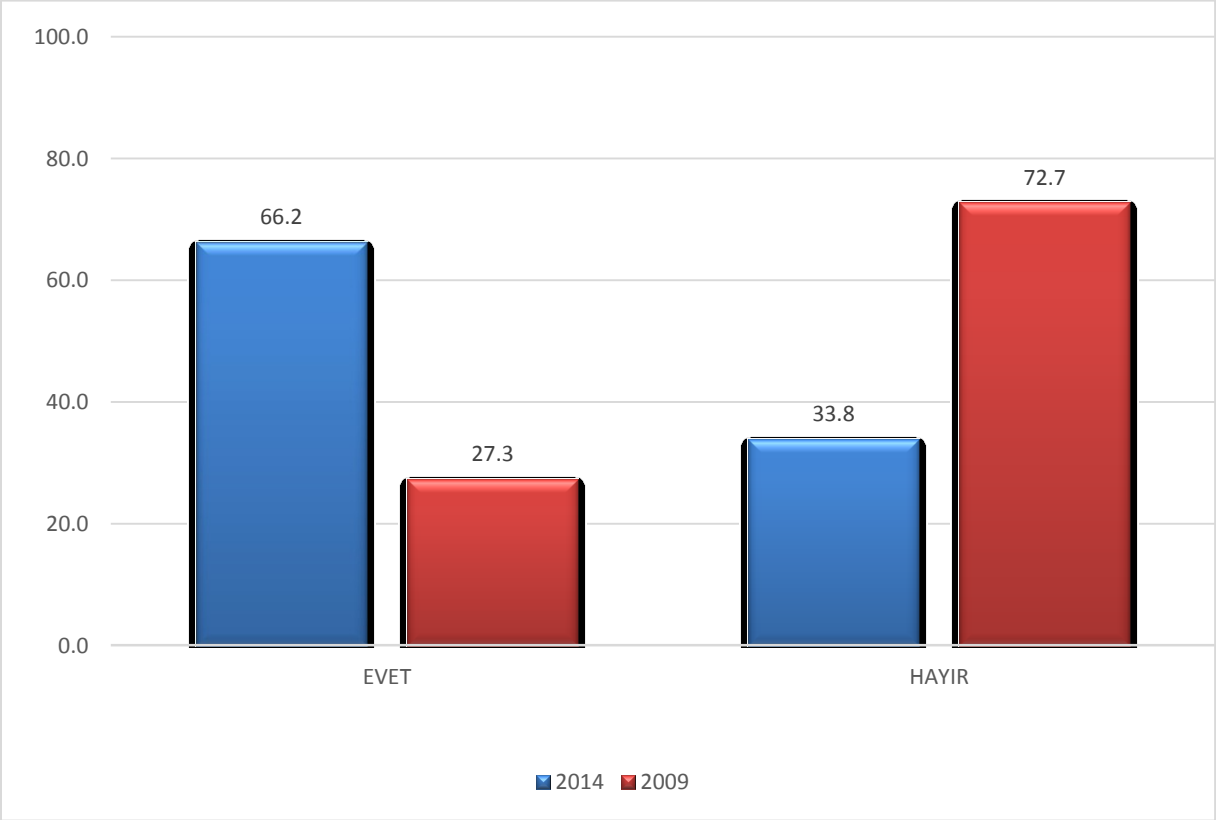
Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir.

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Daha fazla müzik, yeni müzikler | Haber | Toplumsal konular, güncel konular | Eğitimle alakalı | Dini yayınlar, ilahiler | Diğer |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 25,9 | 20,2 | 15,4 | 11,8 | 11,3 | 59,1 |
| 1.001 – 2.000 TL | 24,3 | 12,4 | 10,8 | 10,6 | 11,8 | 66,4 |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 27,8 | 14,6 | 16,6 | 7,2 | 6,7 | 62,5 |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 33,0 | 6,4 | 7,9 | 9,3 | 6,7 | 54,2 |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 41,3 | 4,9 | 8,8 | 10,7 | 7,2 | 67,5 |
| 5.001 TL ve üstü | 28,1 | 18,5 | 16,9 | 24,6 | 1,3 | 51,1 |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım** | | | | | | |
| Marmara | 31,3 | 7,9 | 10,8 | 7,3 | 7,9 | 59,0 |
| Ege | 20,4 | 13,5 | 12,3 | 11,7 | 6,7 | 64,3 |
| Akdeniz | 20,3 | 13,8 | 14,2 | 14,5 | 9,6 | 60,7 |
| İç Anadolu | 29,5 | 17,7 | 11,8 | 16,8 | 13,1 | 63,7 |
| Karadeniz | 22,5 | 22,1 | 9,3 | 5,4 | 7,7 | 77,2 |
| Doğu Anadolu | 21,4 | 20,7 | 19,4 | 8,3 | 17,4 | 62,5 |
| Güneydoğu Anadolu | 17,0 | 22,5 | 29,5 | 12,0 | 19,0 | 78,6 |
| **ORTALAMA** | **26,2** | **13,8** | **13,0** | **10,7** | **10,0** | **63,5** |

Erkeklerde haberler, kadınlarda ise dini yayınlar, ilahiler radyolarda daha fazla yer verilmesi istenen konular olarak dikkat çekmektedir. Yaş grubu ilerledikçe dini yayınlara yönelik istek artarken, genç yaş gruplarında ise müzik yayın istekleri ön plana çıkmaktadır. Eğitim düzeyi arttıkça toplumsal konular ve eğitimle alakalı yayınlara olan istek artmaktadır.

**Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır? (%)**




2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmaları" nın karşılaştırılması sonucunda rahatsız olduğunu söyleyenlerin oranında anlamlı bir artış olduğu tespit edilmiştir.

## Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | EVET | HAYIR | TOPLAM |
|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | |
| Kadın | 65,4 | 34,6 | **100,0** |
| Erkek | 67,0 | 33,0 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[99] | | | |
| 15-20 yaş arası | 65,4 | 34,6 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 68,2 | 31,8 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 67,7 | 32,3 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 75,8 | 24,2 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 73,9 | 26,1 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 66,4 | 33,6 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 63,3 | 36,7 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 52,0 | 48,0 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[100] | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 60,7 | 39,3 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 67,8 | 32,2 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 73,5 | 26,5 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım**[101] | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 61,2 | 38,8 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 73,1 | 26,9 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 67,0 | 33,0 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **66,2** | **33,8** | **100,0** |

[99] Cramer's V=0,136 p=0,000
[100] Cramer's V=0,094 p=0,000
[101] Cramer's V=0,122 p=0,000

## Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | EVET | HAYIR | TOPLAM |
|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım[102]** | | | |
| 1.000 TL ve altı | 56,5 | 43,5 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 67,9 | 32,1 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 69,1 | 30,9 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 70,7 | 29,3 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 77,2 | 22,8 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 61,6 | 38,4 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım[103]** | | | |
| Marmara | 62,7 | 37,3 | **100,0** |
| Ege | 76,7 | 23,3 | **100,0** |
| Akdeniz | 77,7 | 22,3 | **100,0** |
| İç Anadolu | 66,6 | 33,4 | **100,0** |
| Karadeniz | 62,2 | 37,8 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 49,5 | 50,5 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 59,6 | 40,4 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **66,2** | **33,8** | **100,0** |

Radyo yayınlarından rahatsız olma durumu ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; rahatsız olma ile yaş grupları, eğitim düzeyi, meslek grubu, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Radyo yayınlarından rahatsız olduğunuz konular var mıdır? sorusuna evet cevabını verenlerin oranı %66,2'dir. Yapılan analiz neticesinde eğitim ve gelir düzeyi arttıkça radyo yayınlarından rahatsız olanların oranının arttığı; yaş grubu bakımından en yüksek evet cevabının orta yaş grubunda olanlar, bölgeler bazında ise Akdeniz ve Ege Bölgelerinde yaşayanlar tarafından verildiği tespit edilmiştir.

[102] Cramer's V=0,115 p=0,000
[103] Cramer's V=0,149 p=0,000

## Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular nelerdir? (%)

"Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır?" sorusuna "evet" diyenlere sorulmuştur.
Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir.

| | % |
|---|---|
| Reklamların sık olması | 69,1 |
| Doğrudan satış (tele-alışveriş) reklamları (Cinsel ürünler, bal, cep telefonu vb.) | 56,5 |
| Reklamların uzun olması | 53,1 |
| Argo konuşmalar | 30,8 |
| DJ'lerin uzun konuşmaları | 20,4 |
| Türkçenin doğru kullanılmaması | 18,2 |
| Radyoların taraflı ve siyasi olmaları | 0,6 |
| Diğer | 0,7 |

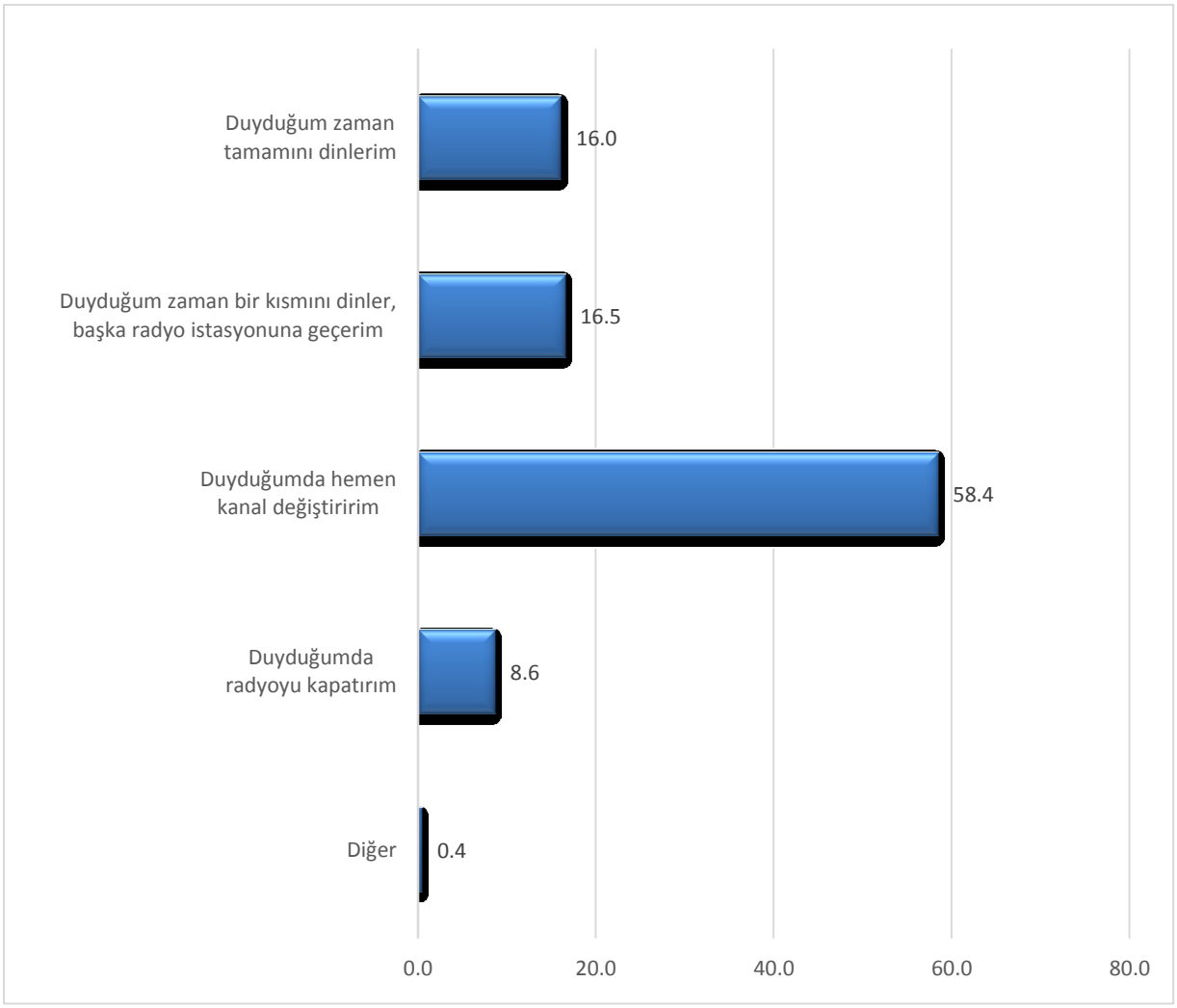
Radyo yayınlarında rahatsız olunan konulara bakıldığında katılımcıların en çok reklamların sık ve uzun olması ile doğrudan satış (tele-alışveriş) reklamlarından rahatsız olduğu tespit edilmiş olup; daha sonra sırasıyla; argo konuşmalar, DJ'lerin uzun konuşmaları, Türkçenin doğru kullanılmaması ile radyoların taraflı ve siyasi olmaları gelmektedir.

RTÜK İletişim Merkezi yoluyla RTÜK'e ulaşan vatandaş bildirimleri incelendiğinde Haziran - Kasım 2014 döneminde en çok bildirim gelen program türlerinin sırasıyla %38 ile tele-alışveriş ve %20 ile reklam kuşakları olduğu görülmüştür. Bu program türlerine gelen bildirimler incelendiğinde; araştırma bulgularına benzer şekilde bildirimde bulunanların reklamların sık ve uzun olmasından rahatsız olduğu, tele-alışveriş programlarına ilişkin olarak da özellikle cep telefonu satışı ile insanların kandırılmasından ve aldatılmasından şikayetçi oldukları belirlenmiştir.

Avrupa Komisyonu tarafından 2013 yılı Ağustos ayında yapılan "Media Use in the European Union" araştırması kapsamında; Türkiye'de 2013 yılında 2012 yılına kıyasla radyoya güven endeksinin 10 puan düştüğü, Türkiye'nin 2013 yılında diğer AB ülkelerine kıyasla radyoya güven açısından en son sırada yer aldığı tespit edilmiştir.[104]

[104] European Commission, Media Use in the European Union Report, Satandart Barometer 80 Autumn 2013, s.23

## Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız? (%)




"Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız?" sorusuna ilişkin olarak katılımcıların yaklaşık %65'inin radyoda reklamlar çıktığında ya hemen kanal değiştirdiği ya da radyoyu kapattığı yani reklamları hiç dinlemediği, yaklaşık % 35'inin ise reklamların tamamını veya bir kısmını dinlediği tespit edilmiştir.

## Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız? (%)

**2007 – 2009 - 2014 Kıyas**

| | 2007 | 2009 | 2014 |
|---|---|---|---|
| Duyduğum zaman tamamını dinlerim | 27,9 | 31,2 | 16,0 |
| Duyduğum zaman bir kısmını dinler, başka radyo istasyonuna geçerim | 32,9 | 17,0 | 16,5 |
| Duyduğumda hemen kanal değiştiririm | 29,8 | 42,6 | 58,4 |
| Duyduğumda radyoyu kapatırım | 9,7 | 8,3 | 8,6 |
| Diğer | 0,0 | 0,9 | 0,4 |

2007 - 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "radyo dinleme eğilimleri araştırmalarının" incelenmesi sonucunda radyoda reklam çıktığında kanal değiştirmenin arttığı, reklamların tamamını veya bir kısmını dinlemenin azaldığı görülmüştür.

Radyo yayınlarında en çok rahatsız olunan konular reklamların sık olması ve doğrudan satış (tele-alışveriş) reklamlarına yönelik olması yıllar itibariyle dinleyenlerin radyo reklamlarını duyduğunda hemen kanal değiştirmesi oranını da arttırmış ve reklamlara yönelik tutumda farklılaşmaya yol açmıştır.

## Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Duyduğum zaman tamamını dinlerim | Duyduğum zaman bir kısmını dinler, başka radyo istasyonuna geçerim | Duyduğumda hemen kanal değiştiririm | Duyduğumda radyoyu kapatırım | Diğer | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | | | |
| Kadın | 16,3 | 15,8 | 59,4 | 8,0 | 0,5 | **100,0** |
| Erkek | 15,8 | 17,1 | 57,5 | 9,3 | 0,3 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[105] | | | | | | |
| 15-20 yaş arası | 10,3 | 14,4 | 66,9 | 8,1 | 0,3 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 10,7 | 15,4 | 65,4 | 8,2 | 0,4 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 13,6 | 17,0 | 58,2 | 10,9 | 0,3 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 11,9 | 13,8 | 67,2 | 6,3 | 0,8 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 14,7 | 16,2 | 57,0 | 11,4 | 0,7 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 17,8 | 18,3 | 57,3 | 6,3 | 0,2 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 19,2 | 16,7 | 55,2 | 8,6 | 0,3 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 29,0 | 19,0 | 41,3 | 10,0 | 0,7 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[106] | | | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 20,8 | 14,7 | 53,5 | 10,3 | 0,7 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 13,7 | 17,3 | 61,3 | 7,3 | 0,4 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 13,0 | 17,7 | 60,1 | 9,3 | 0,0 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım**[107] | | | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 18,2 | 16,3 | 57,1 | 8,1 | 0,4 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 12,8 | 16,9 | 61,1 | 8,6 | 0,6 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 17,5 | 15,5 | 49,5 | 17,5 | 0,0 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **16,0** | **16,5** | **58,4** | **8,6** | **0,4** | **100,0** |

[105] Cramer's V=0,096 p=0,000
[106] Cramer's V=0,119 p=0,000
[107] Cramer's V=0,070 p=0,002

## Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Duyduğum zaman tamamını dinlerim | Duyduğum zaman bir kısmını dinler, başka radyo istasyonuna geçerim | Duyduğumda hemen kanal değiştiririm | Duyduğumda radyoyu kapatırım | Diğer | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[108] | | | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 21,1 | 18,0 | 49,1 | 11,3 | 0,6 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 15,5 | 14,6 | 61,2 | 8,3 | 0,4 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 14,9 | 20,0 | 56,7 | 8,0 | 0,4 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 7,9 | 20,1 | 65,9 | 6,1 | 0,0 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 10,8 | 7,5 | 76,3 | 4,3 | 1,1 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 18,4 | 10,2 | 64,3 | 7,1 | 0,0 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[109] | | | | | | |
| Marmara | 17,0 | 20,1 | 56,4 | 6,3 | 0,2 | **100,0** |
| Ege | 23,7 | 15,0 | 51,4 | 9,2 | 0,6 | **100,0** |
| Akdeniz | 14,9 | 5,5 | 70,9 | 8,0 | 0,7 | **100,0** |
| İç Anadolu | 13,8 | 20,0 | 54,7 | 11,1 | 0,4 | **100,0** |
| Karadeniz | 7,1 | 13,5 | 62,2 | 15,4 | 1,9 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 8,4 | 17,8 | 67,3 | 6,5 | 0,0 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 15,7 | 4,3 | 67,9 | 11,4 | 0,7 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **16,0** | **16,5** | **58,4** | **8,6** | **0,4** | **100,0** |

[108] Cramer's V=0,078 p=0,000
[109] Cramer's V=0,108 p=0,000

Dinleyenlerin radyoda reklam çıktığındaki davranışları ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; davranış ile yaş grupları, meslek grubu, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

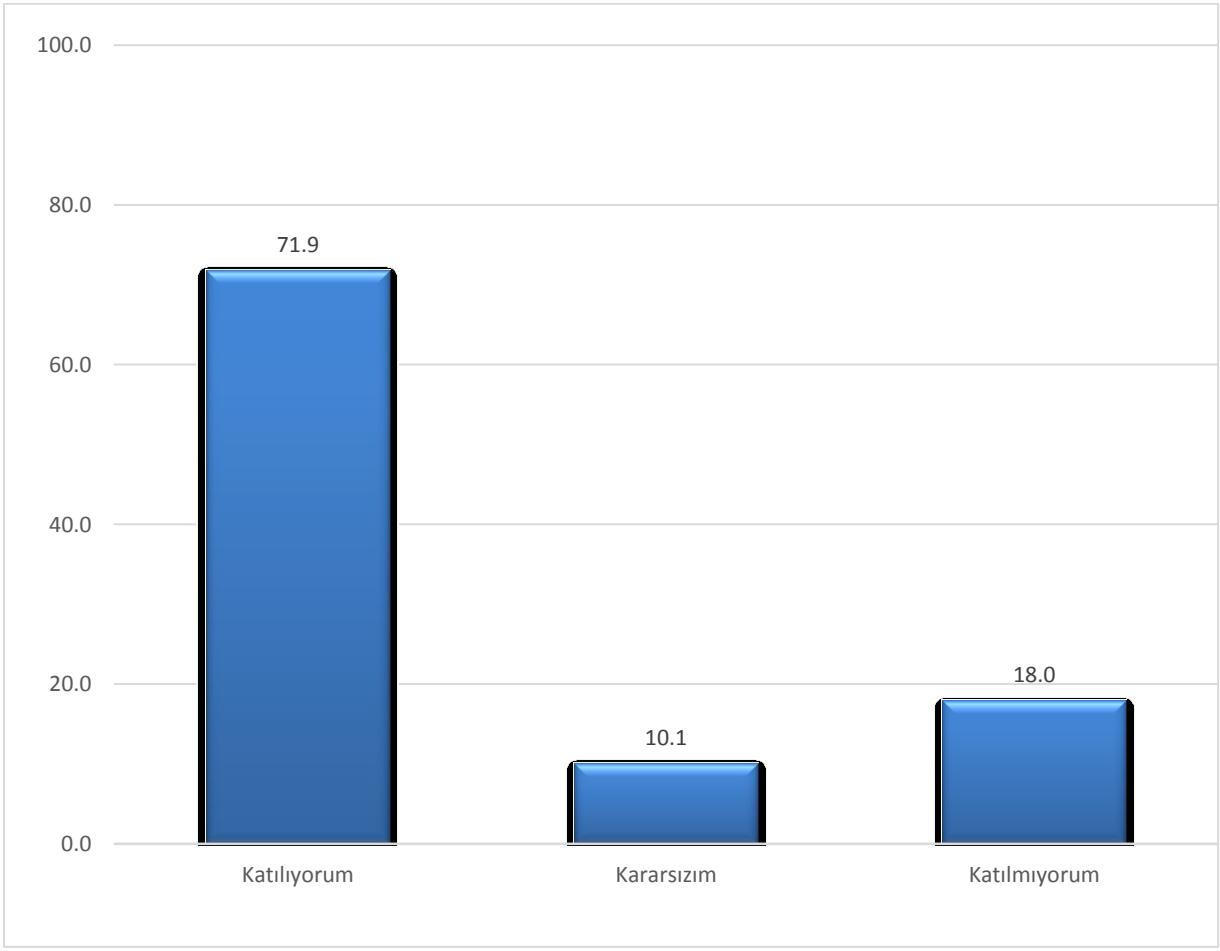
Reklamları "duyduğumda tamamını dinlerim" cevabını verenlerin daha çok ileri yaş grubunda ve birinci ve üçüncü meslek grubundaki kişiler olduğu; "duyduğumda bir kısmını dinler, başka radyo istasyonuna geçerim" cevabını verenlerin daha çok düşük ve orta gelir grubundaki kişiler olduğu; "duyduğumda hemen kanal değiştiririm" cevabını verenlerin daha çok genç ile orta yaş grubunda ve birinci ve ikinci meslek grubundaki kişiler olduğu tespit edilmiştir.

**Radyo programlarına yönelik olarak aşağıdaki ifadelerle ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum |
|---|---|---|---|
| Radyodaki reklâmlar sık yayınlanıyor | 85,0 | 8,8 | 6,2 |
| Radyodaki reklâmlar uzun süreli yayınlanıyor | 82,4 | 9,0 | 8,6 |
| Radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracıdır | 71,9 | 10,1 | 18,0 |
| Müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir | 70,1 | 13,1 | 16,8 |
| Radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir | 53,9 | 30,1 | 16,0 |
| Radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşılabilir | 51,2 | 25,9 | 22,9 |
| Radyo programlarında Türkçe düzgün kullanılıyor, dili geliştiriyor | 41,3 | 34,6 | 24,1 |
| Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısı arttırılmalıdır | 38,8 | 31,8 | 29,4 |
| Radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor | 18,1 | 32,2 | 49,7 |
| Radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor | 15,8 | 34,5 | 49,7 |

Radyo programlarına yönelik olarak kanaatlerin incelenmesi neticesinde; katılımcıların reklamların sık ve uzun süreli yayınlandığına ilişkin kanaatleri, radyoyu bir müzik dinleme aracı olarak görmelerinin önüne geçmiştir. Radyo yayınlarının televizyon yayınlarından daha düzeyli olduğuna katılım yaklaşık % 50 seviyelerindedir. Ayrıca katılımcıların yaklaşık %50'si, radyo yayınlarında kadın ve çocuklara yönelik programlara yeterince yer verilmediğini ifade etmiştir.

**"Radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracıdır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**



## "Radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracıdır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 72,2 | 9,8 | 17,9 | **100,0** |
| Erkek | 71,5 | 10,4 | 18,1 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[110] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 62,9 | 13,3 | 23,8 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 72,1 | 12,1 | 15,7 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 71,5 | 11,2 | 17,3 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 70,6 | 9,1 | 20,2 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 68,0 | 9,9 | 22,1 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 71,8 | 8,5 | 19,7 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 75,6 | 9,4 | 15,0 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 83,0 | 7,7 | 9,3 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[111] | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 77,3 | 8,9 | 13,9 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 70,5 | 10,3 | 19,2 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 64,0 | 12,4 | 23,5 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 73,6 | 10,0 | 16,4 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 70,1 | 9,9 | 20,1 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 66,0 | 13,4 | 20,6 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **71,9** | **10,1** | **18,0** | **100,0** |

[110] Cramer's V=0,094 p=0,000
[111] Cramer's V=0,072 p=0,000

## "Radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracıdır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[112] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 74,8 | 9,4 | 15,8 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 71,5 | 10,0 | 18,5 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 68,4 | 12,7 | 18,9 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 81,7 | 4,9 | 13,4 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 77,4 | 14,0 | 8,6 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 74,5 | 8,2 | 17,3 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[113] | | | | |
| Marmara | 67,5 | 10,9 | 21,6 | **100,0** |
| Ege | 85,5 | 5,8 | 8,7 | **100,0** |
| Akdeniz | 77,1 | 9,1 | 13,8 | **100,0** |
| İç Anadolu | 73,7 | 7,7 | 18,6 | **100,0** |
| Karadeniz | 54,2 | 24,5 | 21,3 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 68,2 | 10,3 | 21,5 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 77,1 | 9,3 | 13,6 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **71,9** | **10,1** | **18,0** | **100,0** |

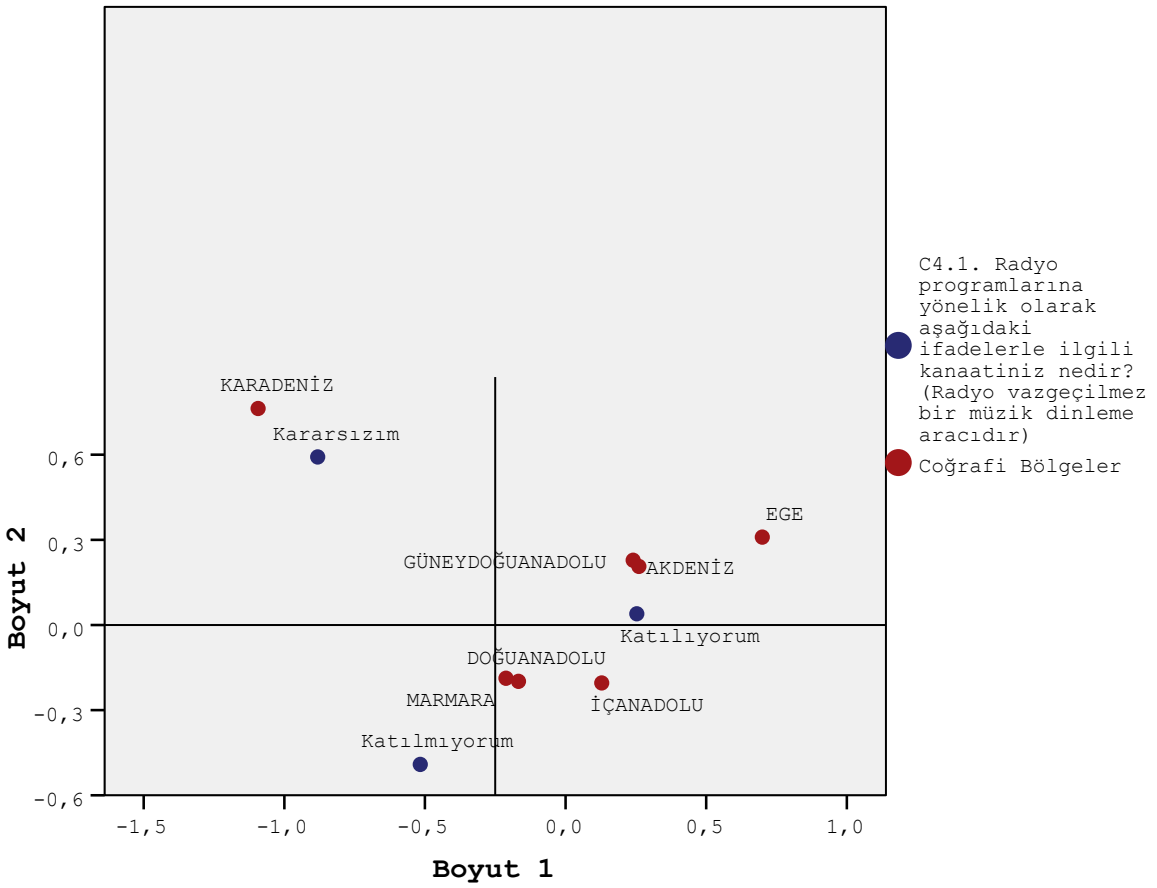
"Radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracıdır" ifadesi ile ilgili kanaatler ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; kanaatler ile yaş grupları, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

"Radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracıdır" ifadesine katılımcıların %71,9'u katıldığını belirtmiştir. Yaş grubu arttıkça ve eğitim düzeyi azaldıkça "radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracıdır" ifadesine katılımın arttığı tespit edilmiştir.

[112] Cramer's V=0,065 p=0,020
[113] Cramer's V=0,135 p=0,000

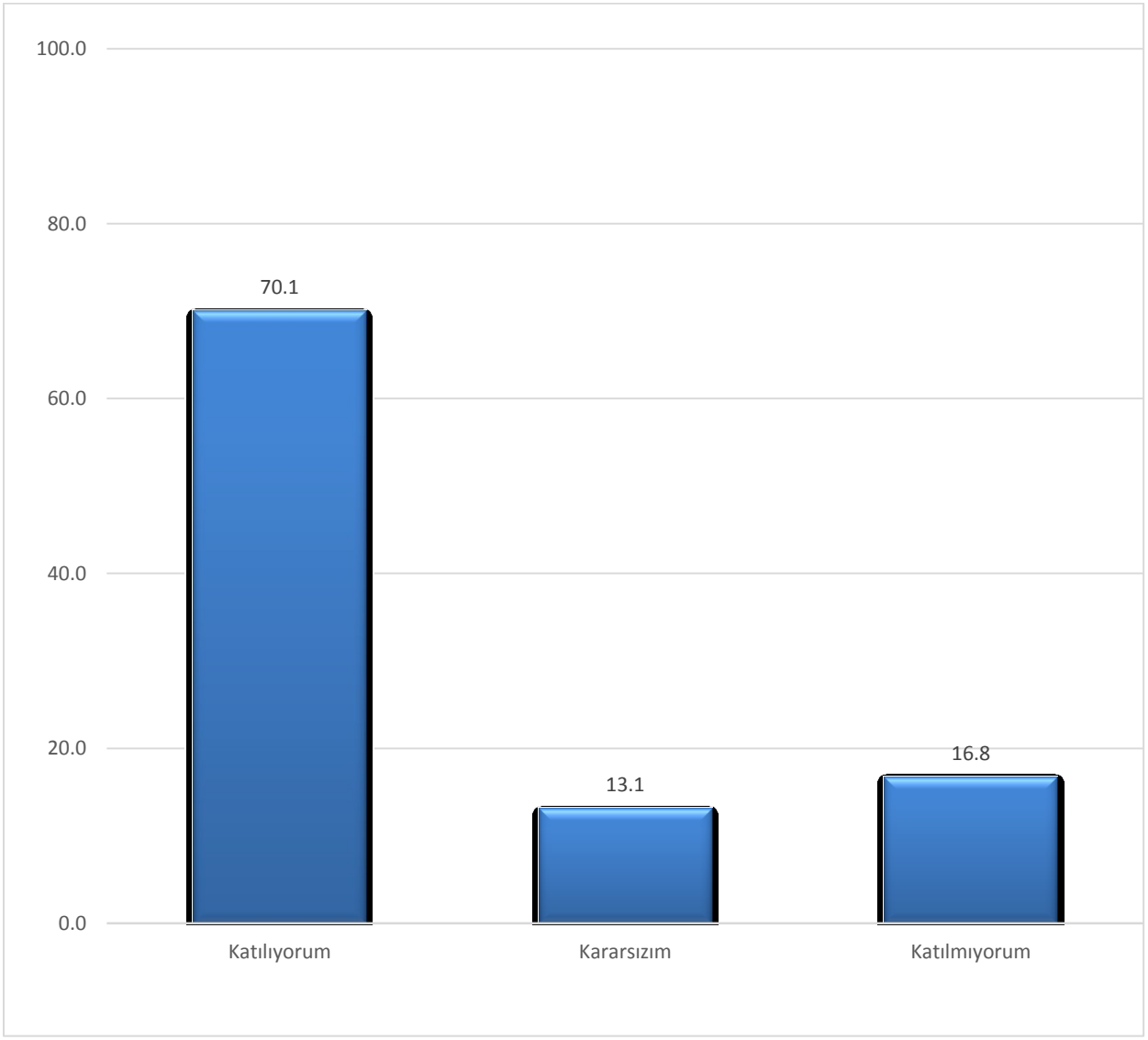
**"Radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracıdır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda "radyo vazgeçilmez bir müzik dinleme aracıdır" ifadesi ile ilgili kanaatler ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre Ege, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin daha fazla "radyonun vazgeçilmez bir müzik dinleme aracı" olduğunu düşündüğü, Karadeniz Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin ise bu kanaat cümlesine ilişkin olarak kararsız olduğu görülmektedir.

**"Müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**



## "Müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 69,5 | 13,0 | 17,5 | **100,0** |
| Erkek | 70,7 | 13,3 | 16,0 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[114] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 63,2 | 17,5 | 19,4 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 70,7 | 16,1 | 13,2 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 71,5 | 11,9 | 16,6 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 71,0 | 12,3 | 16,7 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 70,2 | 9,2 | 20,6 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 72,8 | 9,6 | 17,6 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 69,2 | 11,7 | 19,2 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 72,3 | 17,7 | 10,0 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 70,6 | 13,4 | 16,0 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 70,7 | 12,3 | 17,0 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 67,0 | 15,3 | 17,7 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 70,3 | 13,4 | 16,3 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 69,3 | 13,2 | 17,5 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 75,3 | 9,3 | 15,5 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **70,1** | **13,1** | **16,8** | **100,0** |

[114] Cramer's V=0,087 p=0,000

## "Müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[115] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 63,5 | 14,7 | 21,8 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 71,8 | 12,5 | 15,7 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 71,3 | 14,4 | 14,2 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 80,0 | 9,7 | 10,3 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 81,7 | 10,8 | 7,5 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 66,3 | 12,2 | 21,4 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[116] | | | | |
| Marmara | 66,6 | 11,8 | 21,6 | **100,0** |
| Ege | 80,3 | 15,9 | 3,8 | **100,0** |
| Akdeniz | 79,9 | 8,8 | 11,3 | **100,0** |
| İç Anadolu | 73,1 | 12,5 | 14,4 | **100,0** |
| Karadeniz | 62,2 | 16,7 | 21,2 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 64,5 | 21,5 | 14,0 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 54,3 | 17,1 | 28,6 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **70,1** | **13,1** | **16,8** | **100,0** |

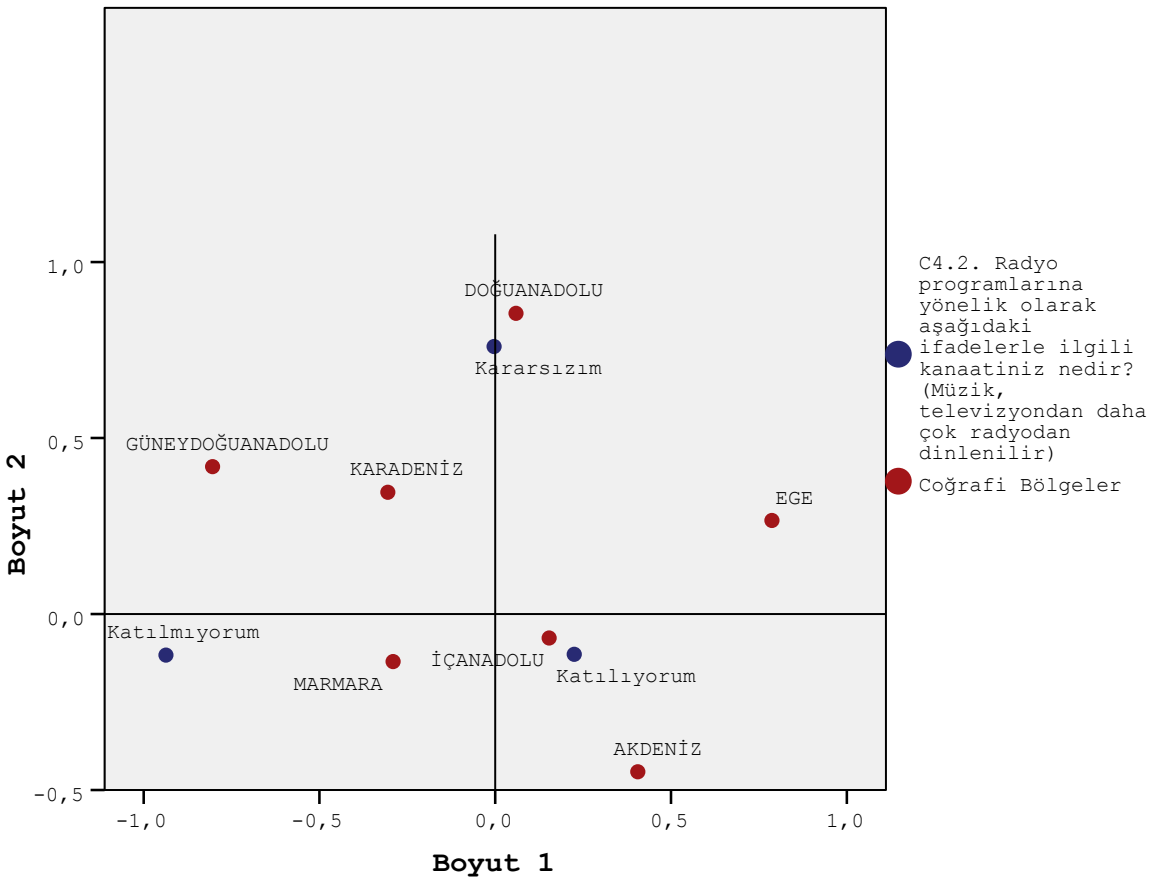
"Müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir" ifadesi ile ilgili kanaatler ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; kanaatler ile yaş grubu, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

"Müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir" ifadesine katılımcıların %70,1'i katıldığını belirtmiştir. Yaş grubu arttıkça ifadeye katılımın yükseldiği tespit edilmiştir.

[115] Cramer's V=0,081 p=0,000
[116] Cramer's V=0,143 p=0,000

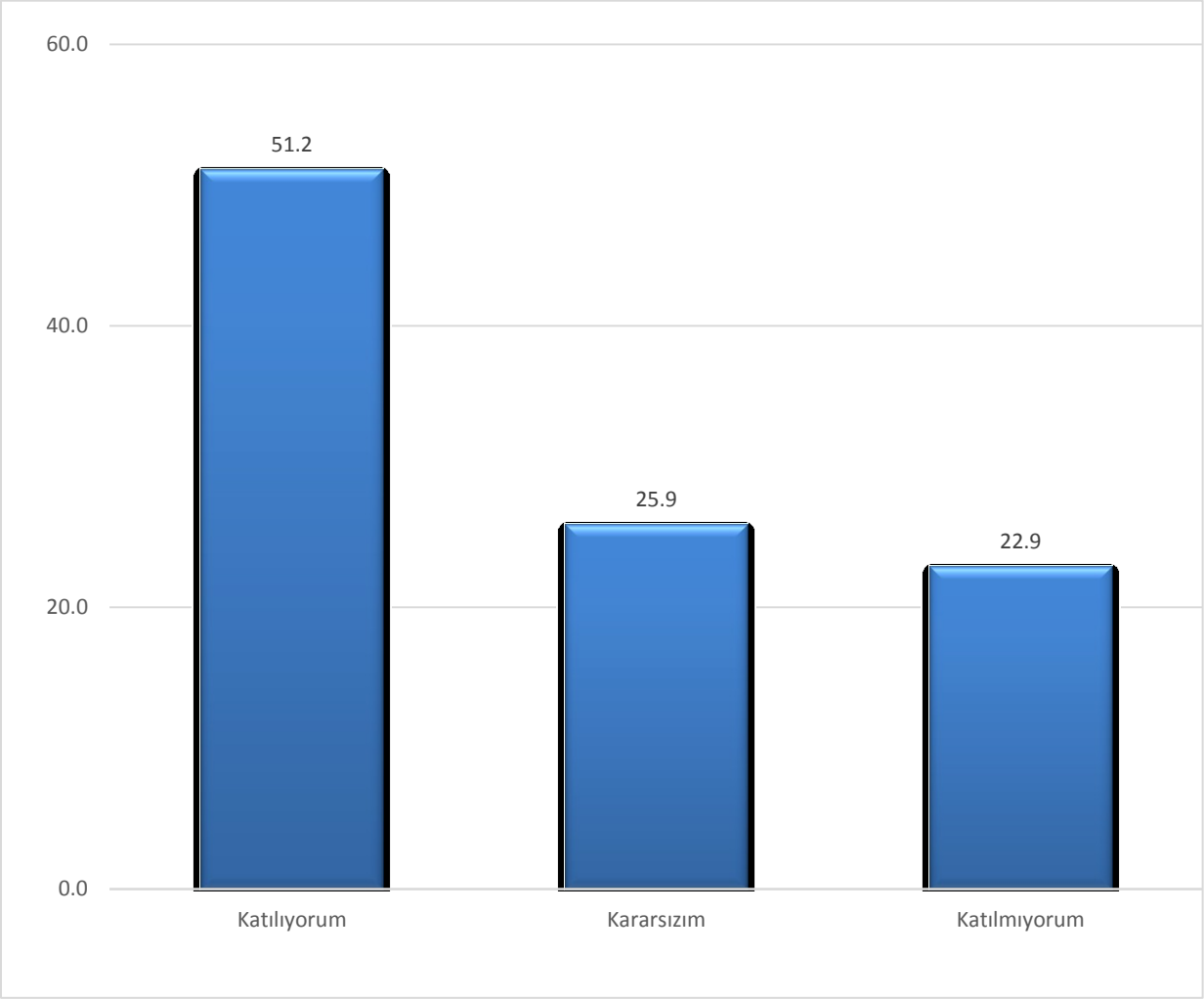
**"Müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda "müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir" ifadesi ile ilgili kanaatler ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre İç Anadolu ve Akdeniz Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir" ifadesine daha çok, Marmara Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin "müzik, televizyondan daha çok radyodan dinlenilir" ifadesine daha az katıldığı ve Doğu Anadolu Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin ise bu kanaat cümlesine ilişkin olarak kararsız olduğu belirlenmiştir.

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



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

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 50,1 | 27,1 | 22,8 | **100,0** |
| Erkek | 52,2 | 24,8 | 23,0 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[117] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 42,4 | 32,4 | 25,2 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 46,1 | 31,8 | 22,1 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 49,3 | 27,2 | 23,5 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 48,4 | 25,0 | 26,6 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 53,9 | 22,9 | 23,2 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 52,9 | 22,7 | 24,4 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 58,3 | 23,3 | 18,3 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 56,7 | 22,7 | 20,7 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[118] | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 55,2 | 25,2 | 19,5 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 49,1 | 27,9 | 23,0 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 48,8 | 20,8 | 30,3 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 51,5 | 27,0 | 21,5 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 50,2 | 25,2 | 24,6 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 55,7 | 18,6 | 25,8 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **51,2** | **25,9** | **22,9** | **100,0** |

[117] Cramer's V=0,083 p=0,002
[118] Cramer's V=0,068 p=0,000

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

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım** | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 52,9 | 23,7 | 23,4 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 53,3 | 25,2 | 21,5 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 46,7 | 30,4 | 22,9 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 54,3 | 20,7 | 25,0 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 47,3 | 30,1 | 22,6 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 41,8 | 30,6 | 27,6 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[119] | | | | |
| Marmara | 47,3 | 27,0 | 25,7 | **100,0** |
| Ege | 40,2 | 44,2 | 15,6 | **100,0** |
| Akdeniz | 55,5 | 16,1 | 28,5 | **100,0** |
| İç Anadolu | 60,8 | 16,7 | 22,5 | **100,0** |
| Karadeniz | 71,8 | 13,5 | 14,7 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 54,2 | 29,9 | 15,9 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 40,4 | 34,8 | 24,8 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **51,2** | **25,9** | **22,9** | **100,0** |

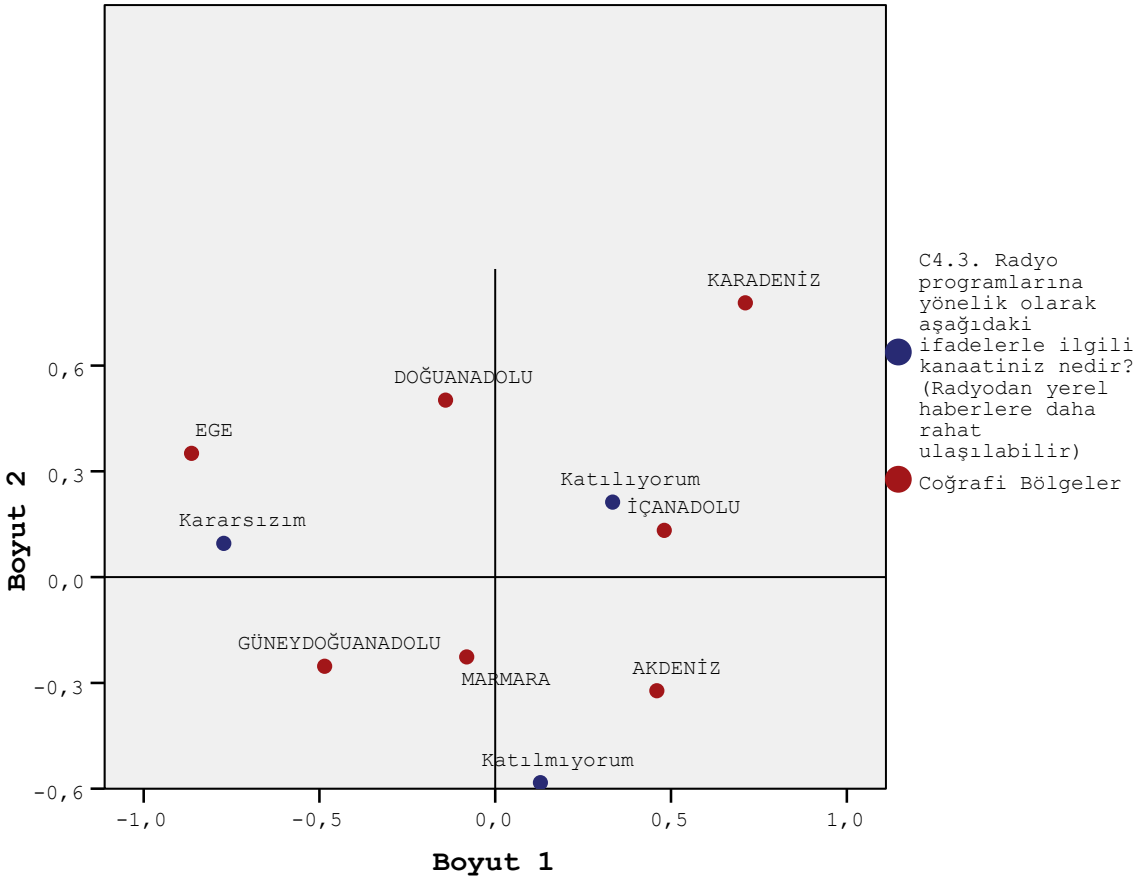
"Radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşılabilir" ifadesi ile ilgili kanaatler ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; kanaatler ile yaş grubu, eğitim düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

"Radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşılabilir" ifadesine katılımcıların %51,2'si katıldığını belirtmiştir. Yaş arttıkça ifadeye katılım oranının arttığı bununla birlikte eğitim arttıkça ifadeye katılım oranının azaldığı tespit edilmiştir.

[119] Cramer's V=0,169 p=0,000

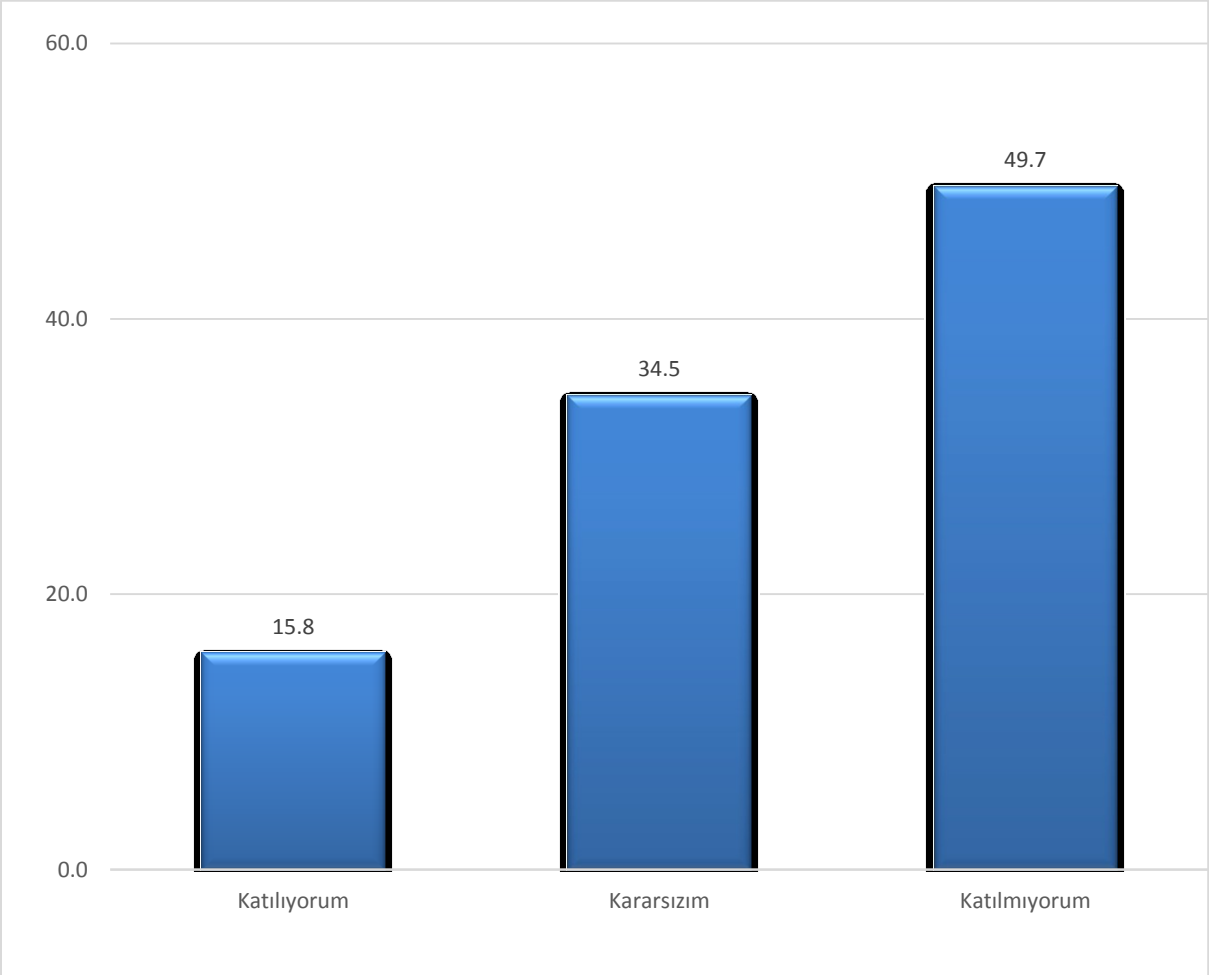
**"Radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşılabilir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda "radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşılabilir" ifadesi ile ilgili kanaatler ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre İç Anadolu ve Karadeniz Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşılabilir" ifadesine daha çok, Marmara ve Akdeniz Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin "radyodan yerel haberlere daha rahat ulaşılabilir" ifadesine daha az katıldığı ve Ege Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin ise bu kanaat cümlesine ilişkin olarak kararsız olduğu belirlenmiştir.

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




Katılımcılar radyolarda çocuk programlarına yeterince yer verilmediğini bir anlamda bu tarz programlara ihtiyaç duyulduğunu belirtmişlerdir.

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

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 15,6 | 33,0 | 51,3 | **100,0** |
| Erkek | 15,9 | 36,1 | 48,0 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[120] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 16,3 | 33,5 | 50,1 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 13,9 | 38,2 | 47,9 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 16,0 | 28,2 | 55,8 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 16,2 | 32,0 | 51,8 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 16,9 | 26,8 | 56,3 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 16,7 | 36,2 | 47,2 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 15,8 | 33,6 | 50,6 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 13,7 | 46,7 | 39,7 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 17,2 | 33,1 | 49,7 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 15,1 | 35,9 | 49,0 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 14,8 | 33,2 | 52,0 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 15,5 | 35,3 | 49,2 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 16,6 | 33,5 | 49,9 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 11,3 | 35,1 | 53,6 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **15,8** | **34,5** | **49,7** | **100,0** |

[120] Cramer's V=0,085 p=0,001

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

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[121] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 16,8 | 30,5 | 52,7 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 16,0 | 31,9 | 52,1 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 10,2 | 42,7 | 47,1 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 20,9 | 36,8 | 42,3 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 17,2 | 44,1 | 38,7 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 24,2 | 41,4 | 34,3 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[122] | | | | |
| Marmara | 14,9 | 36,0 | 49,1 | **100,0** |
| Ege | 11,6 | 28,3 | 60,1 | **100,0** |
| Akdeniz | 10,6 | 33,2 | 56,2 | **100,0** |
| İç Anadolu | 20,5 | 33,0 | 46,6 | **100,0** |
| Karadeniz | 11,6 | 37,4 | 51,0 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 29,9 | 46,7 | 23,4 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 20,6 | 35,5 | 44,0 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **15,8** | **34,5** | **49,7** | **100,0** |

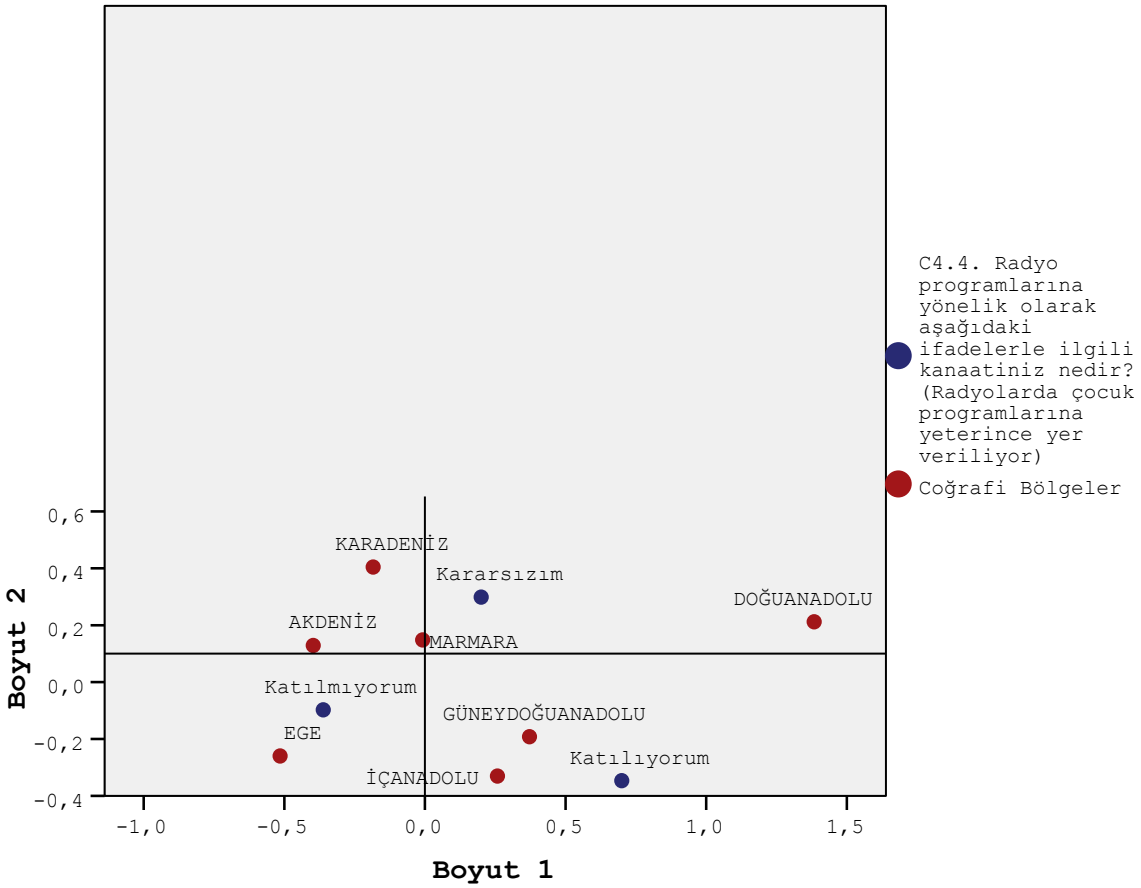
"Radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatler ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; kanaatler ile yaş grubu, gelir düzeyi, coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

"Radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor" ifadesine katılımcıların %15,8'i katıldığını belirtmiştir. Gelir düzeyi arttıkça katılıyorum cevabının arttığı tespit edilmiştir.

[121] Cramer's V=0,096 p=0,000
[122] Cramer's V=0,117 p=0,000

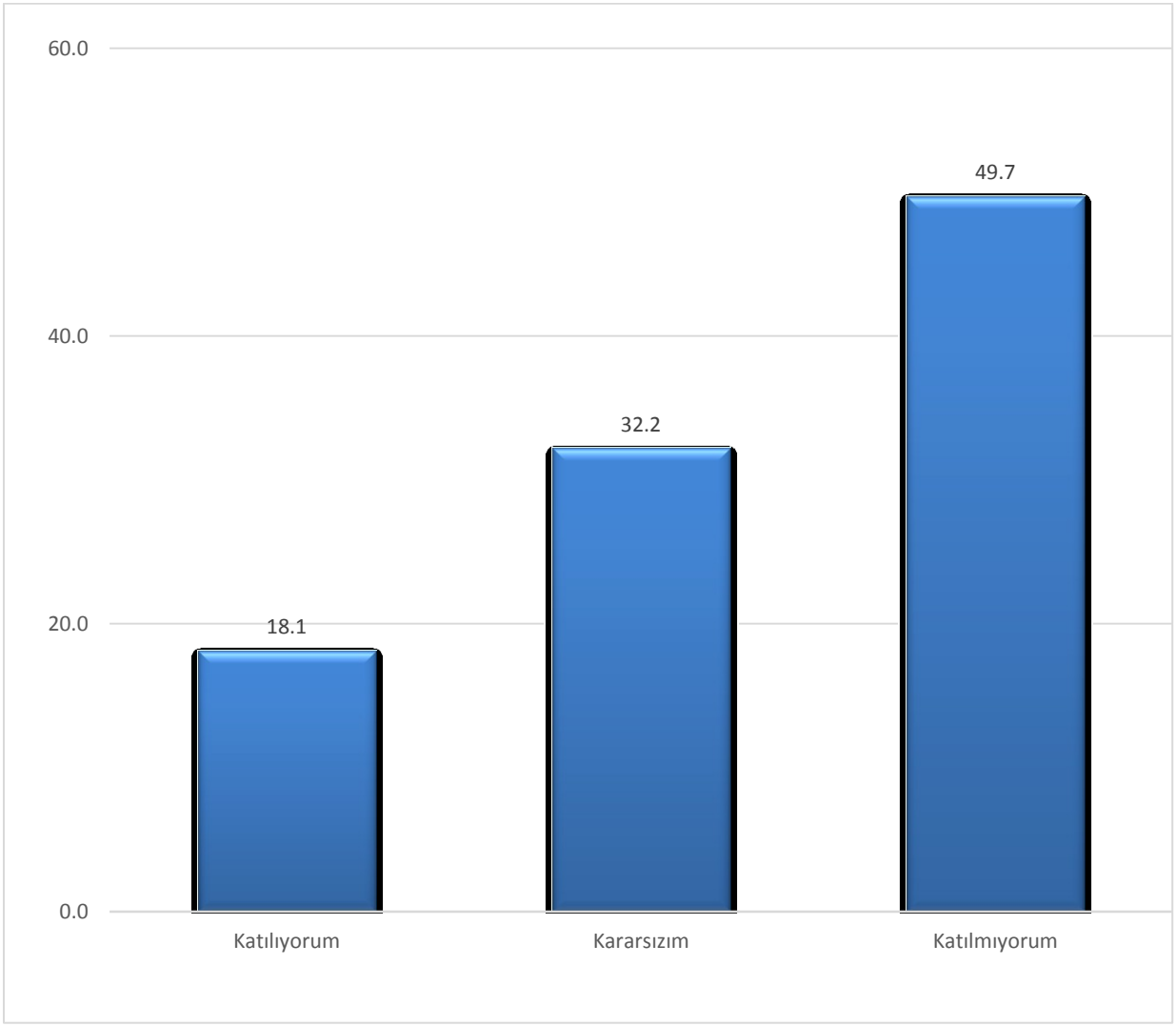
**"Radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda "radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatler ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor" kanaatine daha çok, Ege Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin "radyolarda çocuk programlarına yeterince yer veriliyor" kanaatine daha az ve Doğu Anadolu ile Marmara Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin ise bu kanaat cümlesine ilişkin olarak kararsız olduğu belirlenmiştir.

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



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

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım**[123] | | | | |
| Kadın | 16,8 | 29,5 | 53,7 | **100,0** |
| Erkek | 19,4 | 34,7 | 45,8 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[124] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 14,7 | 34,3 | 51,0 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 16,4 | 36,1 | 47,5 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 16,7 | 31,3 | 52,0 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 18,2 | 28,5 | 53,4 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 19,1 | 24,6 | 56,3 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 22,0 | 32,8 | 45,2 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 18,9 | 28,9 | 52,2 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 18,3 | 39,2 | 42,5 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 18,7 | 30,5 | 50,7 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 17,7 | 33,0 | 49,3 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 18,2 | 33,0 | 48,8 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 17,9 | 32,0 | 50,1 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 18,8 | 32,5 | 48,7 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 14,4 | 30,9 | 54,6 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **18,1** | **32,2** | **49,7** | **100,0** |

[123] Cramer's V=0,079 p=0,000
[124] Cramer's V=0,076 p=0,008

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

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[125] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 18,6 | 30,1 | 51,2 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 17,4 | 29,6 | 53,0 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 12,9 | 41,3 | 45,8 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 27,4 | 32,9 | 39,6 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 18,5 | 34,8 | 46,7 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 32,7 | 31,6 | 35,7 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[126] | | | | |
| Marmara | 18,1 | 31,4 | 50,4 | **100,0** |
| Ege | 8,4 | 27,2 | 64,5 | **100,0** |
| Akdeniz | 13,9 | 27,0 | 59,1 | **100,0** |
| İç Anadolu | 25,2 | 33,5 | 41,3 | **100,0** |
| Karadeniz | 11,6 | 40,6 | 47,7 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 32,7 | 39,3 | 28,0 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 22,0 | 39,7 | 38,3 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **18,1** | **32,2** | **49,7** | **100,0** |

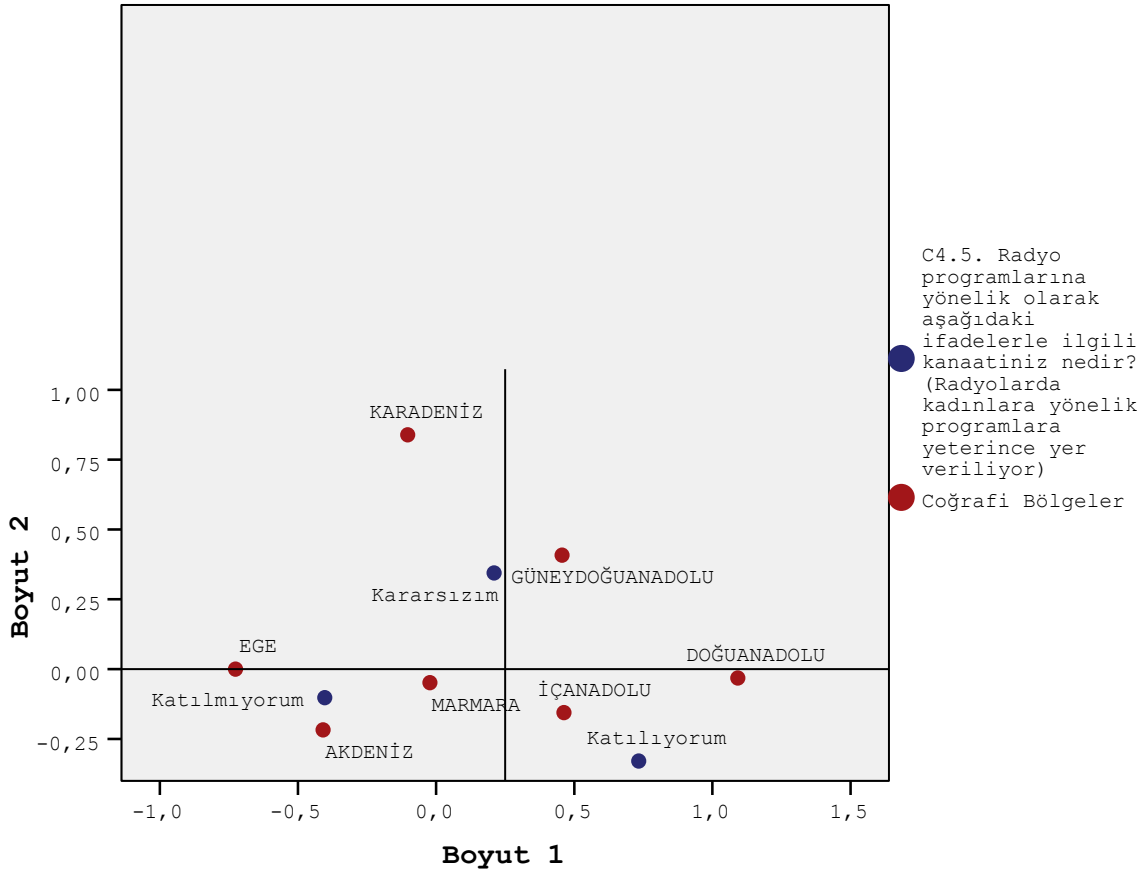
"Radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatler ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; kanaatler ile cinsiyet, yaş grubu, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

"Radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor" ifadesine katılımcıların %18,1'i katıldığını belirtmiştir. Erkeklerin kadınlara oranla ifadeye daha çok katıldıkları aynı şekilde yaş grubu arttıkça ifadeye katılım oranının arttığı tespit edilmiştir.

[125] Cramer's V=0,103 p=0,000
[126] Cramer's V=0,144 p=0,000

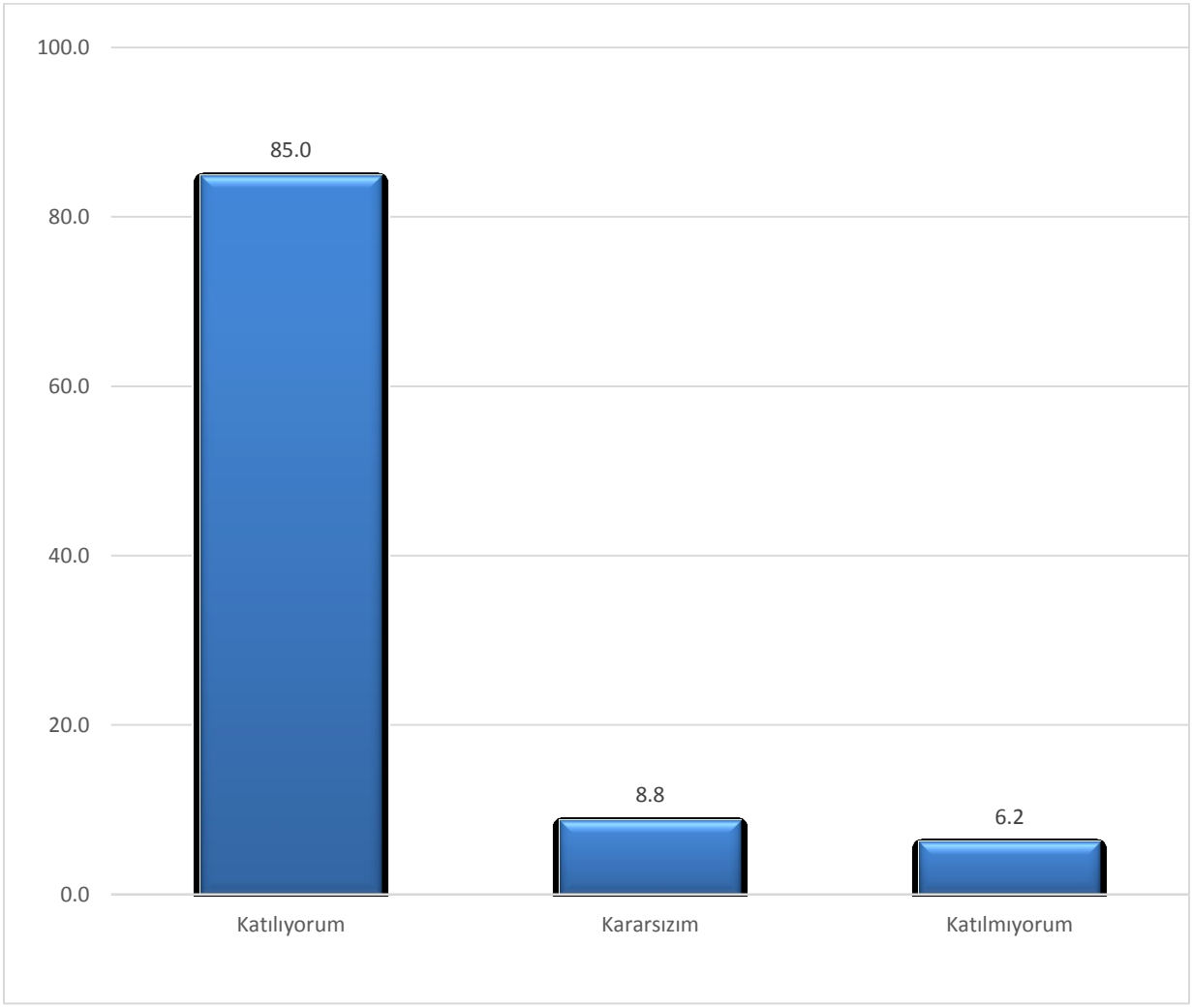
**"Radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda "radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor" ifadesi ile ilgili kanaatler ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre İç Anadolu ile Doğu Anadolu Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor" ifadesine daha çok, Ege, Marmara ve Akdeniz Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "radyolarda kadınlara yönelik programlara yeterince yer veriliyor" ifadesine daha az katıldığı ve Karadeniz Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin ise bu kanaat cümlesine ilişkin olarak kararsız olduğu belirlenmiştir.

**"Radyodaki reklâmlar sık yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**



## "Radyodaki reklâmlar sık yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 85,8 | 8,4 | 5,8 | **100,0** |
| Erkek | 84,2 | 9,1 | 6,7 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | |
| 15-20 yaş arası | 84,4 | 10,8 | 4,7 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 84,3 | 7,5 | 8,2 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 85,1 | 8,5 | 6,4 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 87,7 | 8,3 | 4,0 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 87,9 | 5,9 | 6,3 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 82,9 | 10,1 | 7,0 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 87,2 | 7,2 | 5,6 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 81,7 | 10,7 | 7,7 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 83,2 | 8,9 | 8,0 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 85,5 | 8,9 | 5,5 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 87,3 | 8,2 | 4,5 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 85,1 | 8,5 | 6,3 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 84,5 | 9,1 | 6,4 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 86,6 | 9,3 | 4,1 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **85,0** | **8,8** | **6,2** | **100,0** |

## "Radyodaki reklâmlar sık yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[127] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 82,5 | 9,8 | 7,7 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 85,1 | 8,6 | 6,3 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 87,5 | 8,9 | 3,6 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 90,9 | 7,3 | 1,8 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 89,2 | 5,4 | 5,4 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 78,6 | 9,2 | 12,2 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[128] | | | | |
| Marmara | 83,0 | 10,5 | 6,5 | **100,0** |
| Ege | 90,2 | 4,9 | 4,9 | **100,0** |
| Akdeniz | 90,9 | 5,1 | 4,0 | **100,0** |
| İç Anadolu | 91,3 | 5,4 | 3,3 | **100,0** |
| Karadeniz | 76,9 | 16,0 | 7,1 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 69,2 | 17,8 | 13,1 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 74,3 | 10,0 | 15,7 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **85,0** | **8,8** | **6,2** | **100,0** |

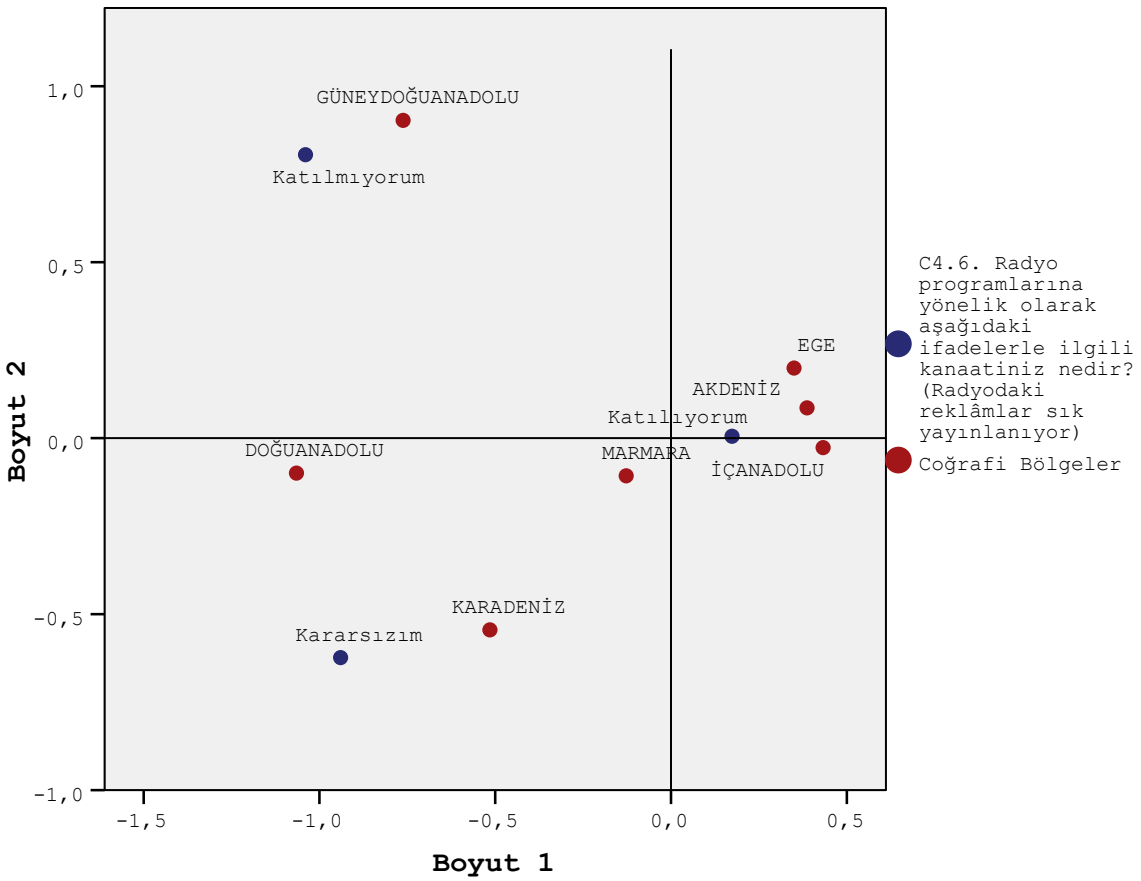
"Radyodaki reklâmlar sık yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatler ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; kanaatler ile gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

"Radyodaki reklâmlar sık yayınlanıyor" ifadesine katılımcıların %85'i katıldığını belirtmiştir. En yüksek katılımın, orta gelir düzeyinde yer alan dinleyicilerden geldiği tespit edilmiştir.

[127] Cramer's V=0,068 p=0,012
[128] Cramer's V=0,132 p=0,000

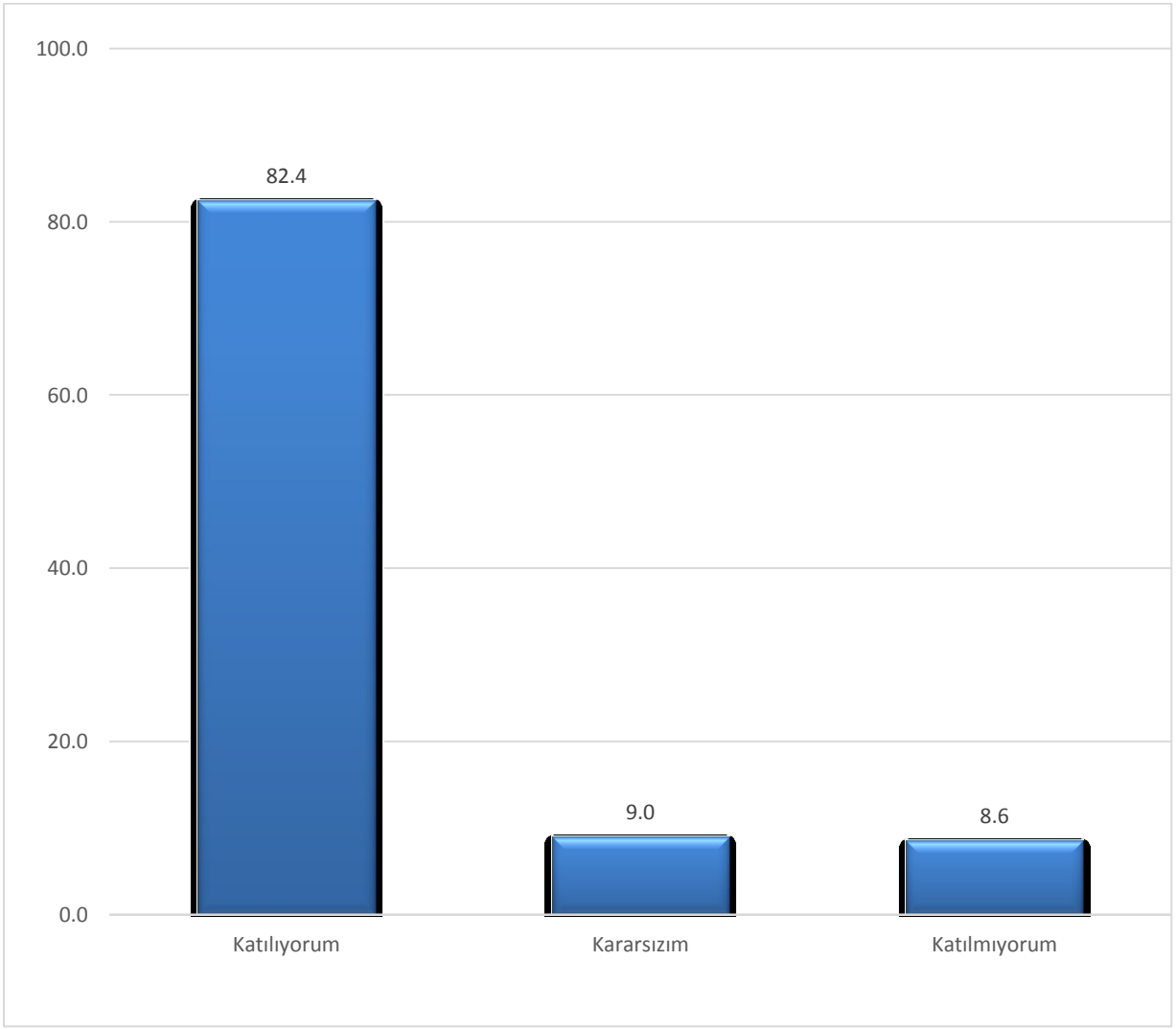
**"Radyodaki reklâmlar sık yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda "radyodaki reklâmlar sık yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatler ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre İç Anadolu, Ege ve Akdeniz Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "radyodaki reklâmlar sık yayınlanıyor" ifadesine daha çok, Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin "radyodaki reklâmlar sık yayınlanıyor" ifadesine daha az katıldığı ve Doğu Anadolu, Marmara ile Karadeniz Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin ise bu kanaat cümlesine ilişkin olarak kararsız olduğu belirlenmiştir.

**"Radyodaki reklâmlar uzun süreli yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**



## "Radyodaki reklâmlar uzun süreli yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 82,8 | 9,7 | 7,5 | **100,0** |
| Erkek | 82,1 | 8,2 | 9,7 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | |
| 15-20 yaş arası | 82,5 | 10,0 | 7,5 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 83,2 | 8,2 | 8,6 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 83,3 | 8,8 | 7,8 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 85,4 | 6,7 | 7,9 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 84,9 | 7,0 | 8,1 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 79,9 | 9,4 | 10,8 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 85,2 | 8,9 | 5,8 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 76,6 | 11,7 | 11,7 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım** | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 80,8 | 9,2 | 10,0 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 83,3 | 9,1 | 7,6 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 83,3 | 8,2 | 8,5 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 82,1 | 9,6 | 8,3 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 82,6 | 7,9 | 9,5 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 85,6 | 11,3 | 3,1 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **82,4** | **9,0** | **8,6** | **100,0** |

## "Radyodaki reklâmlar uzun süreli yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[129] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 80,6 | 10,0 | 9,4 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 83,2 | 7,2 | 9,6 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 82,2 | 13,3 | 4,4 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 94,5 | 4,3 | 1,2 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 87,2 | 7,4 | 5,3 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 76,5 | 10,2 | 13,3 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[130] | | | | |
| Marmara | 78,1 | 12,6 | 9,3 | **100,0** |
| Ege | 88,5 | 5,8 | 5,8 | **100,0** |
| Akdeniz | 88,7 | 2,9 | 8,4 | **100,0** |
| İç Anadolu | 87,7 | 7,1 | 5,2 | **100,0** |
| Karadeniz | 79,5 | 10,9 | 9,6 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 84,1 | 7,5 | 8,4 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 71,6 | 8,5 | 19,9 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **82,4** | **9,0** | **8,6** | **100,0** |

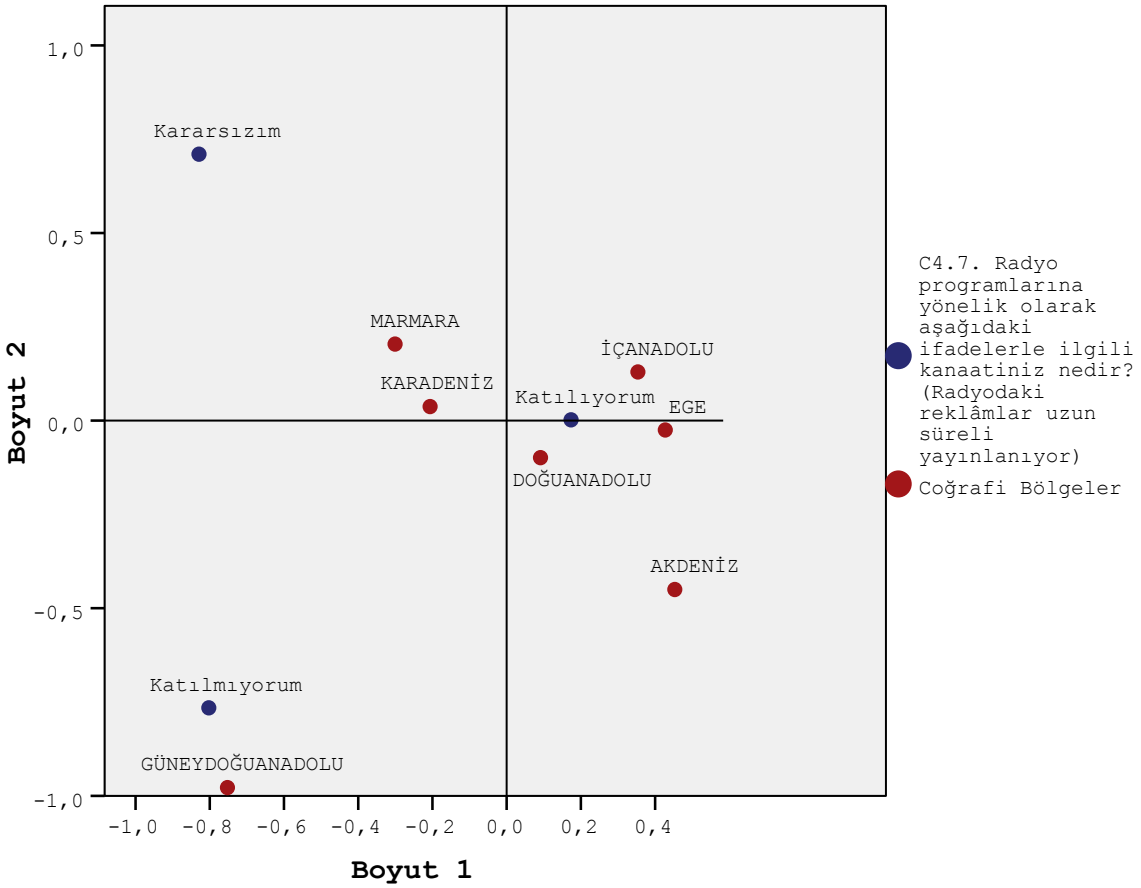
"Radyodaki reklâmlar uzun süreli yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatler ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler sarasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; kanaatler ile gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

"Radyodaki reklâmlar uzun süreli yayınlanıyor" ifadesine katılımcıların %82,4'ü katıldığını belirtmiştir. İfadeye katılıyorum cevabının en çok orta gelir düzeyinde yer alan dinleyicilerden geldiği tespit edilmiştir.

[129] Cramer's V=0,098 p=0,000
[130] Cramer's V=0,120 p=0,000

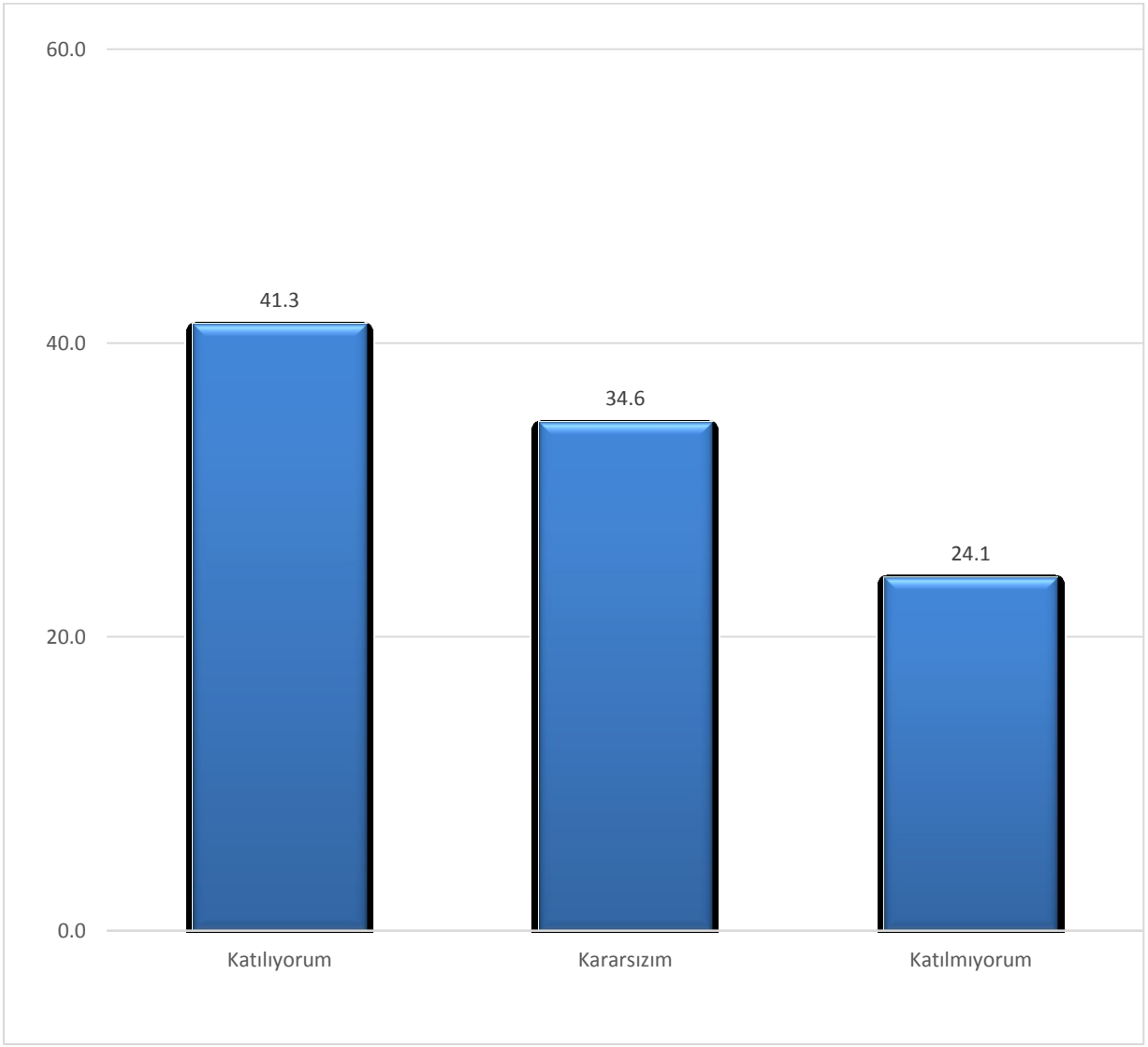
**"Radyodaki reklâmlar uzun süreli yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda "radyodaki reklâmlar uzun süreli yayınlanıyor" ifadesi ile ilgili kanaatler ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre İç Anadolu, Ege, Akdeniz ve Doğu Anadolu Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "radyodaki reklâmlar uzun süreli yayınlanıyor" ifadesine daha çok, Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin "radyodaki reklâmlar uzun süreli yayınlanıyor" ifadesine daha az katıldığı ve Marmara ile Karadeniz Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin ise bu kanaat cümlesine ilişkin olarak kararsız olduğu belirlenmiştir.

**"Radyo programlarında Türkçe düzgün kullanılıyor, dili geliştiriyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**



## "Radyo programlarında Türkçe düzgün kullanılıyor, dili geliştiriyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım**[131] | | | | |
| Kadın | 41,1 | 36,8 | 22,2 | **100,0** |
| Erkek | 41,5 | 32,5 | 26,0 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[132] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 37,7 | 42,1 | 20,2 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 36,7 | 41,3 | 22,1 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 34,7 | 40,1 | 25,2 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 35,2 | 31,2 | 33,6 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 38,6 | 33,1 | 28,3 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 45,5 | 31,9 | 22,5 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 45,6 | 31,9 | 22,5 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 52,7 | 25,7 | 21,7 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[133] | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 49,7 | 29,4 | 20,9 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 38,1 | 38,6 | 23,3 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 32,2 | 33,5 | 34,3 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım**[134] | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 45,2 | 33,6 | 21,2 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 36,1 | 36,8 | 27,0 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 37,1 | 27,8 | 35,1 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **41,3** | **34,6** | **24,1** | **100,0** |

[131] Cramer's V=0,053 p=0,027
[132] Cramer's V=0,107 p=0,000
[133] Cramer's V=0,108 p=0,000
[134] Cramer's V=0,075 p=0,000

## "Radyo programlarında Türkçe düzgün kullanılıyor, dili geliştiriyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[135] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 47,8 | 34,5 | 17,7 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 40,9 | 34,7 | 24,4 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 35,1 | 38,9 | 26,0 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 36,6 | 32,9 | 30,5 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 42,4 | 31,5 | 26,1 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 50,0 | 24,5 | 25,5 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[136] | | | | |
| Marmara | 34,8 | 38,1 | 27,1 | **100,0** |
| Ege | 37,9 | 53,2 | 9,0 | **100,0** |
| Akdeniz | 55,1 | 25,9 | 19,0 | **100,0** |
| İç Anadolu | 44,9 | 21,1 | 34,0 | **100,0** |
| Karadeniz | 28,4 | 42,6 | 29,0 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 50,5 | 32,7 | 16,8 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 66,0 | 19,1 | 14,9 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **41,3** | **34,6** | **24,1** | **100,0** |

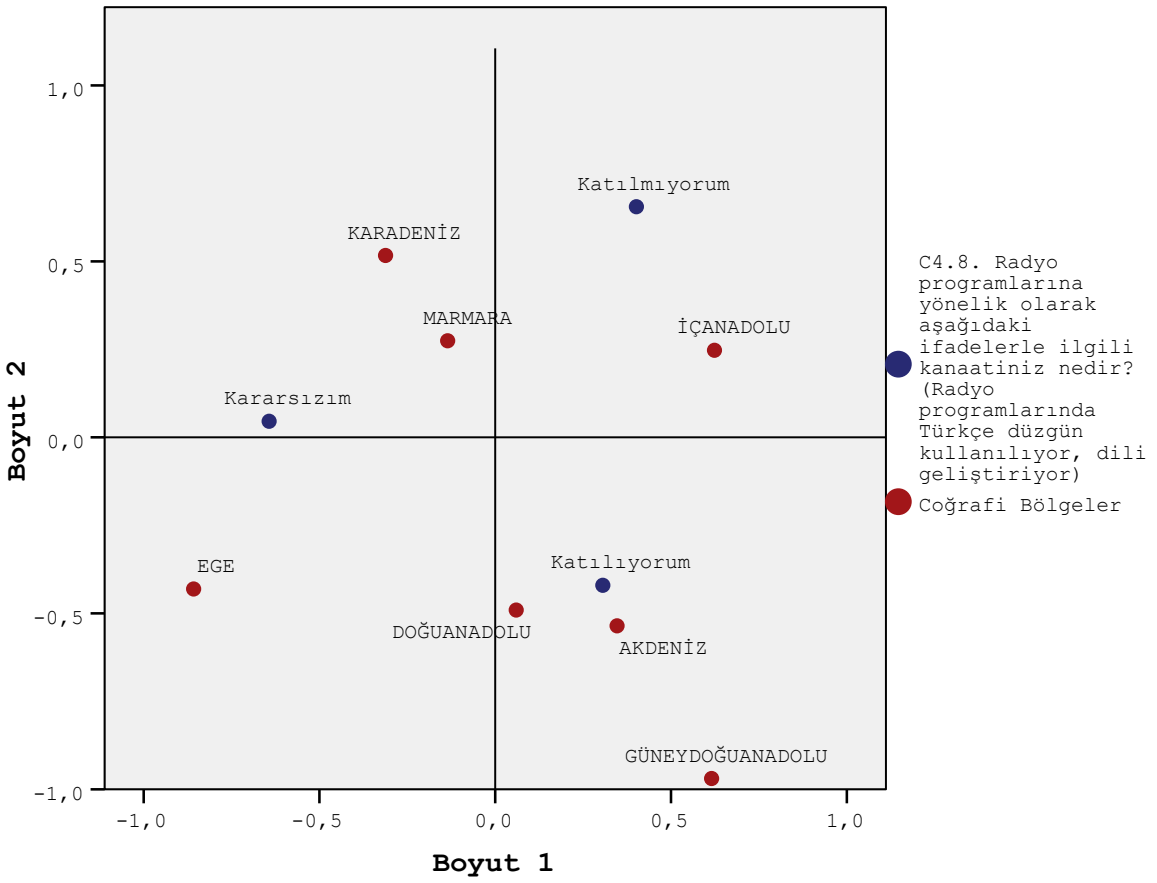
"Radyo programlarında Türkçe düzgün kullanılıyor, dili geliştiriyor" ifadesi ile ilgili kanaatler ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; kanaatler ile cinsiyet, yaş grupları, eğitim düzeyleri, meslek grupları, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

"Radyo programlarında Türkçe düzgün kullanılıyor, dili geliştiriyor" ifadesine katılımcıların %41,3'ü katıldığını belirtmiştir. Eğitim düzeyi azaldıkça ifadeye katılımın arttığı, ileri yaş gruplarında katılıyorum ifadesinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

[135] Cramer's V=0,079 p=0,001
[136] Cramer's V=0,201 p=0,000

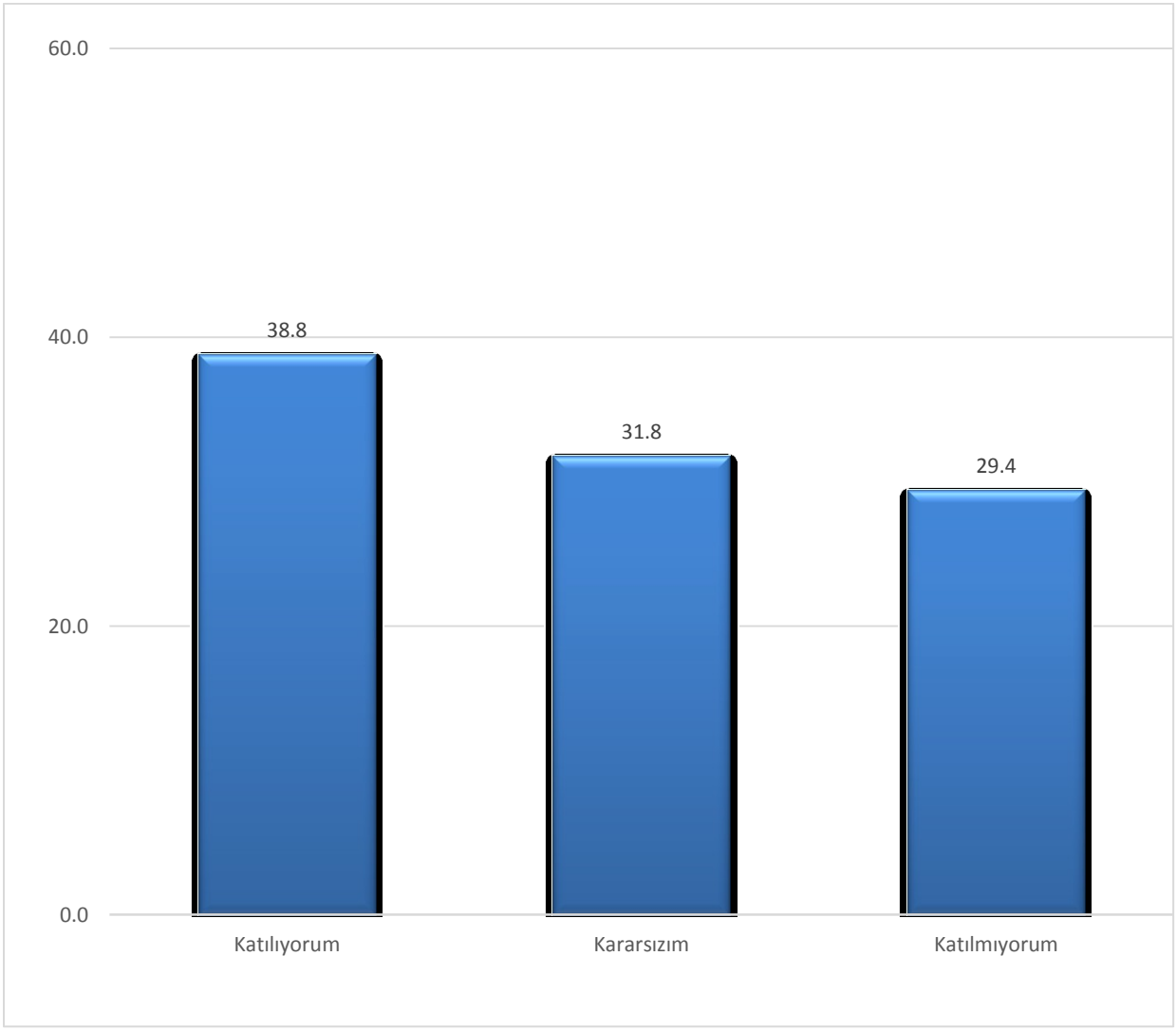
**"Radyo programlarında Türkçe düzgün kullanılıyor, dili geliştiriyor" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda "radyo programlarında Türkçe düzgün kullanılıyor, dili geliştiriyor" ifadesi ile ilgili kanaatler ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre Güneydoğu Anadolu, Akdeniz ve Doğu Anadolu Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "radyo programlarında Türkçe düzgün kullanılıyor, dili geliştiriyor" ifadesine daha çok, İç Anadolu Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin "radyo programlarında Türkçe düzgün kullanılıyor, dili geliştiriyor" ifadesine daha az katıldığı ve Ege, Marmara ile Karadeniz Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin ise bu kanaat cümlesine ilişkin olarak kararsız olduğu belirlenmiştir.

**"Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısı arttırılmalıdır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**



## "Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısı arttırılmalıdır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 36,8 | 32,1 | 31,1 | **100,0** |
| Erkek | 40,8 | 31,5 | 27,7 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım** | | | | |
| 15-20 yaş arası | 38,2 | 34,3 | 27,4 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 35,5 | 39,4 | 25,1 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 41,7 | 29,8 | 28,5 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 41,1 | 28,9 | 30,0 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 35,7 | 31,6 | 32,7 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 38,7 | 32,6 | 28,6 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 37,6 | 29,8 | 32,6 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 42,3 | 27,3 | 30,3 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[137] | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 42,8 | 30,2 | 27,0 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 35,9 | 33,6 | 30,5 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 39,4 | 29,4 | 31,2 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 38,8 | 32,1 | 29,0 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 38,5 | 31,8 | 29,7 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 41,7 | 27,1 | 31,3 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **38,8** | **31,8** | **29,4** | **100,0** |

[137] Cramer's V=0,048 p=0,019

## "Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısı arttırılmalıdır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[138] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 36,3 | 31,6 | 32,0 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 41,1 | 29,9 | 29,0 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 35,4 | 37,9 | 26,7 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 34,1 | 28,0 | 37,8 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 37,6 | 36,6 | 25,8 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 45,9 | 32,7 | 21,4 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[139] | | | | |
| Marmara | 40,8 | 27,2 | 31,9 | **100,0** |
| Ege | 31,2 | 47,7 | 21,1 | **100,0** |
| Akdeniz | 37,2 | 29,2 | 33,6 | **100,0** |
| İç Anadolu | 40,0 | 29,4 | 30,6 | **100,0** |
| Karadeniz | 25,2 | 43,9 | 31,0 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 51,9 | 27,8 | 20,4 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 46,1 | 29,8 | 24,1 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **38,8** | **31,8** | **29,4** | **100,0** |

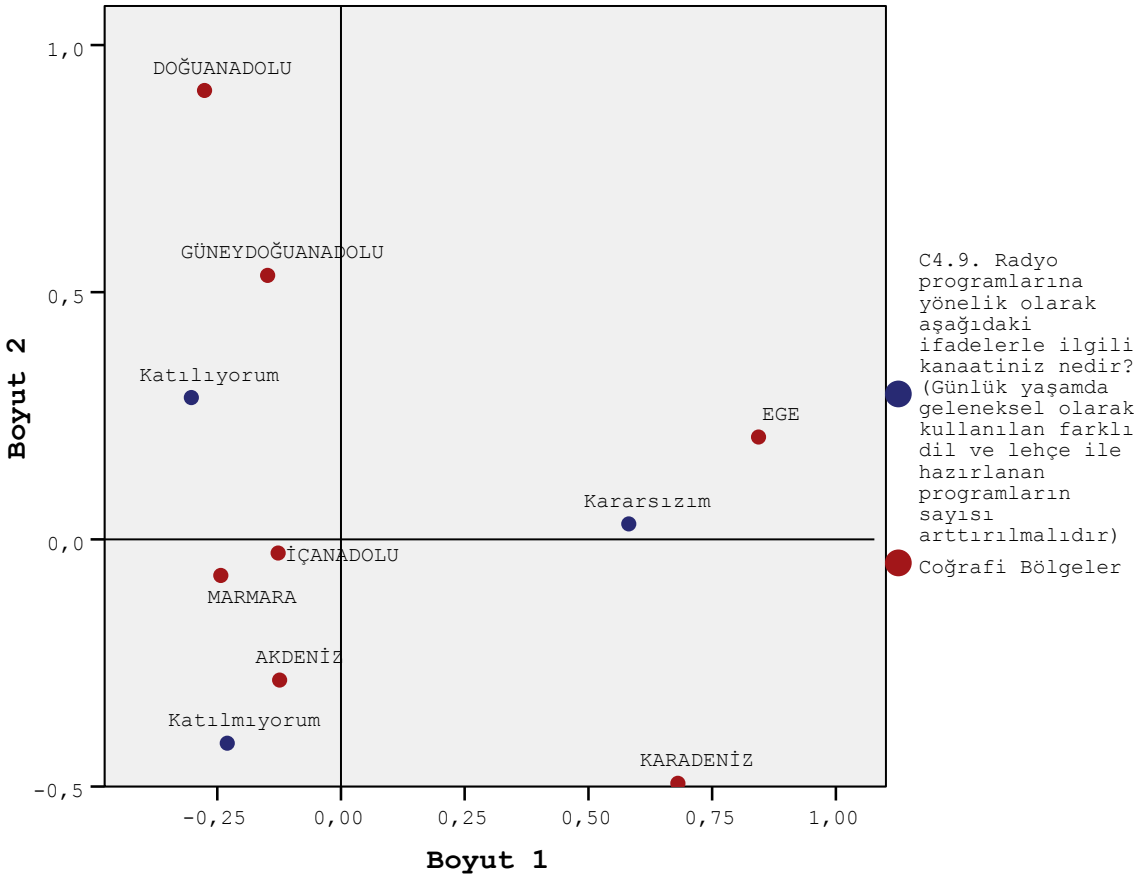
"Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısı arttırılmalıdır" ifadesi ile ilgili kanaatler ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; kanaatler ile eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

"Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısı arttırılmalıdır" ifadesine katılımcıların %38,8'i katıldığını belirtmiştir.

[138] Cramer's V=0,068 p=0,012
[139] Cramer's V=0,126 p=0,000

**"Günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısı arttırılmalıdır" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

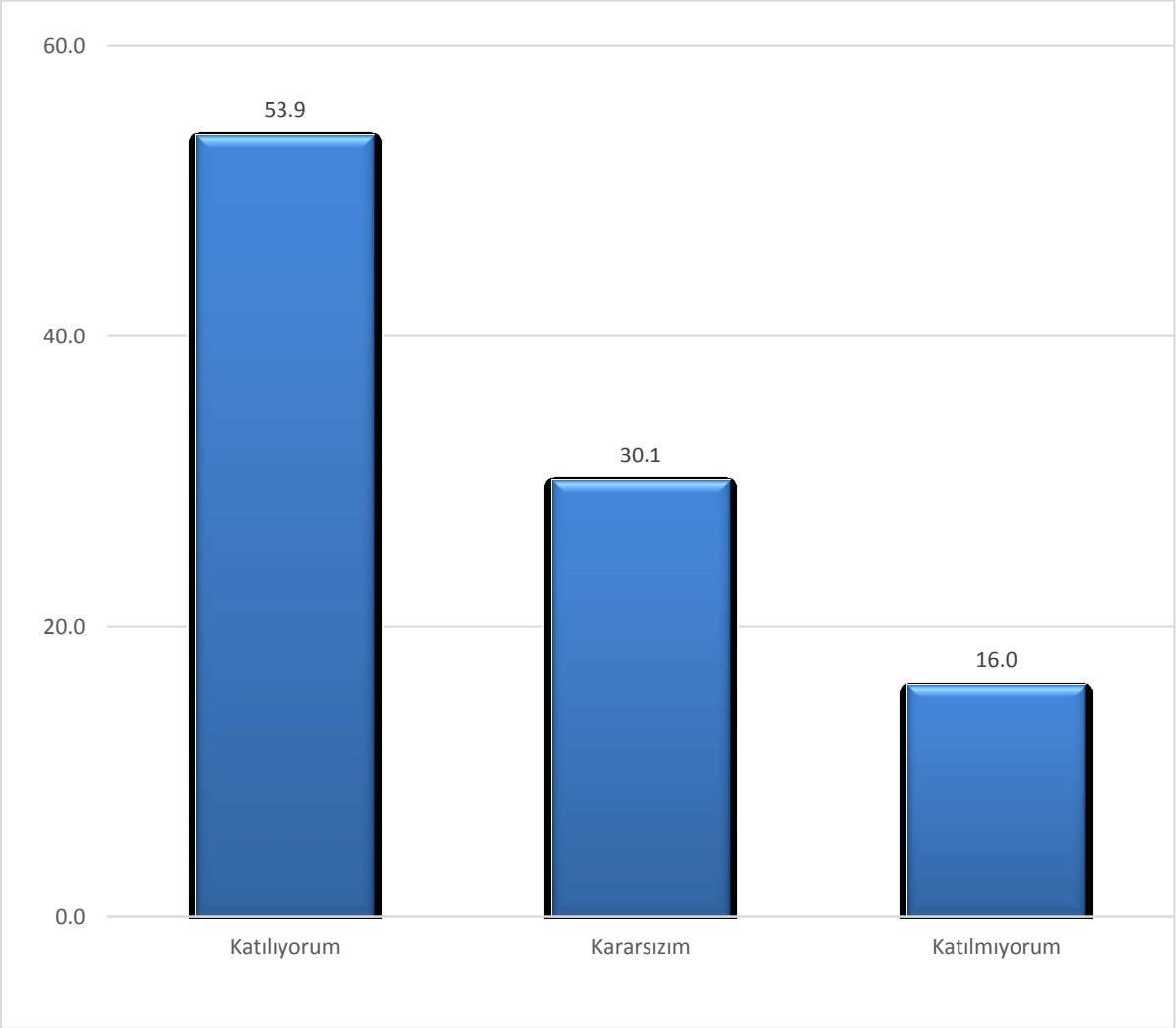
Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda "günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısı arttırılmalıdır" ifadesi ile ilgili kanaatler ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısı arttırılmalıdır" ifadesine daha çok, İç Anadolu, Marmara ve Akdeniz Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "günlük yaşamda geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve lehçe ile hazırlanan programların sayısı arttırılmalıdır" ifadesine daha az katıldığı ve Ege

Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin ise bu kanaat cümlesine ilişkin olarak kararsız olduğu belirlenmiştir.

**"Radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**




Araştırmaya katılanların yarıdan fazlası radyo programlarının televizyon programlarına göre daha düzeyli olduğunu düşünmektedir.

## "Radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarına göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyete Göre Dağılım** | | | | |
| Kadın | 53,7 | 30,6 | 15,7 | **100,0** |
| Erkek | 54,0 | 29,8 | 16,3 | **100,0** |
| **Yaş Gruplarına Göre Dağılım**[140] | | | | |
| 15-20 yaş arası | 46,5 | 32,1 | 21,3 | **100,0** |
| 21-25 yaş arası | 48,6 | 35,7 | 15,7 | **100,0** |
| 26-30 yaş arası | 52,0 | 32,0 | 16,0 | **100,0** |
| 31-35 yaş arası | 56,3 | 27,0 | 16,7 | **100,0** |
| 36-40 yaş arası | 50,7 | 33,8 | 15,4 | **100,0** |
| 41-50 yaş arası | 58,7 | 26,8 | 14,6 | **100,0** |
| 51-60 yaş arası | 54,4 | 28,9 | 16,7 | **100,0** |
| 61 yaş ve daha yukarı | 62,7 | 26,7 | 10,7 | **100,0** |
| **Eğitim Düzeyine Göre Dağılım**[141] | | | | |
| Düşük eğitim düzeyi | 61,5 | 27,6 | 10,9 | **100,0** |
| Orta eğitim düzeyi | 49,7 | 32,5 | 17,8 | **100,0** |
| Yüksek eğitim düzeyi | 50,3 | 28,3 | 21,4 | **100,0** |
| **Meslek Grubuna Göre Dağılım** | | | | |
| Birinci Grup Meslekler(Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli vb.) | 55,2 | 30,1 | 14,6 | **100,0** |
| İkinci Grup Meslekler (Esnaf, sanatkâr, işçi, memur) | 52,2 | 30,1 | 17,7 | **100,0** |
| Üçüncü Grup Meslekler (Mesleki prestiji yüksek olanlar) | 52,1 | 30,2 | 17,7 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **53,9** | **30,1** | **16,0** | **100,0** |

[140] Cramer's V=0,081 p=0,002
[141] Cramer's V=0,092 p=0,000

## "Radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)

Gelir düzeylerine ve coğrafi bölgelere göre dağılım

| | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|
| **Gelir Düzeylerine Göre Dağılım**[142] | | | | |
| 1.000 TL ve altı | 55,1 | 28,9 | 16,0 | **100,0** |
| 1.001 – 2.000 TL | 55,6 | 29,1 | 15,3 | **100,0** |
| 2.001 – 3.000 TL arası | 46,2 | 34,7 | 19,1 | **100,0** |
| 3.001 – 4.000 TL arası | 57,9 | 29,9 | 12,2 | **100,0** |
| 4.001 – 5.000 TL arası | 65,6 | 24,7 | 9,7 | **100,0** |
| 5.001 TL ve üstü | 51,5 | 34,3 | 14,1 | **100,0** |
| **Coğrafi Bölgelere Göre Dağılım**[143] | | | | |
| Marmara | 46,4 | 34,5 | 19,1 | **100,0** |
| Ege | 58,7 | 35,3 | 6,1 | **100,0** |
| Akdeniz | 54,0 | 17,5 | 28,5 | **100,0** |
| İç Anadolu | 68,1 | 20,5 | 11,5 | **100,0** |
| Karadeniz | 44,9 | 42,3 | 12,8 | **100,0** |
| Doğu Anadolu | 57,0 | 29,0 | 14,0 | **100,0** |
| Güneydoğu Anadolu | 56,0 | 30,5 | 13,5 | **100,0** |
| **ORTALAMA** | **53,9** | **30,1** | **16,0** | **100,0** |

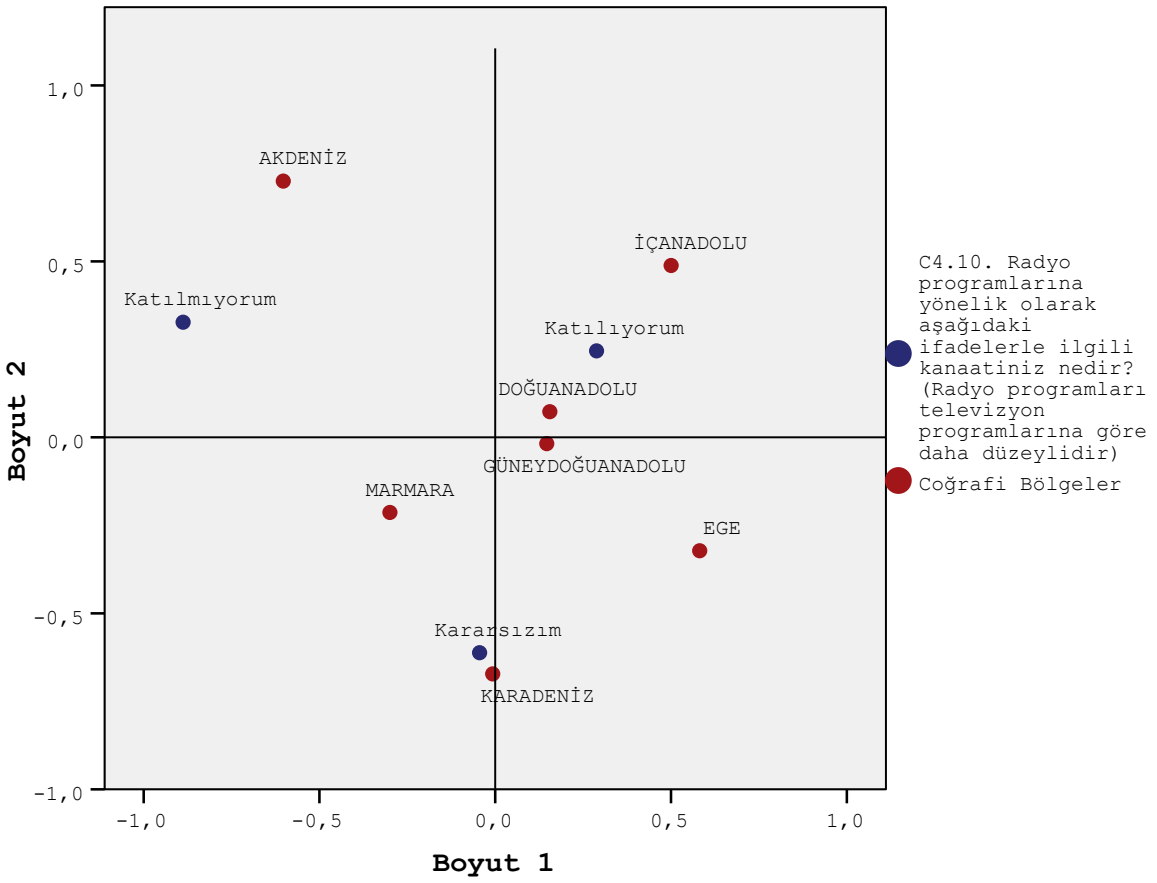
"Radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir" ifadesi ile ilgili kanaatler ile demografik ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla yapılan ki-kare analizi çerçevesinde, istatistiksel olarak %95 güvenilirlikle; kanaatler ile yaş grupları, eğitim düzeyleri, gelir düzeyleri ve coğrafi bölgeler arası anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

"Radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir" ifadesine katılımcıların %53,9'u katıldığını belirtmiştir. Yaş arttıkça ve eğitim düzeyi azaldıkça ifadeye katılımın arttığı tespit edilmiştir.

[142] Cramer's V=0,065 p=0,022
[143] Cramer's V=0,167 p=0,000

**"Radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir" ifadesi ile ilgili kanaatiniz nedir? (%)**

Coğrafi bölge değişkenine ilişkin uygunluk analizi




Ki-kare analizi sonucunda "radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir" ifadesi ile ilgili kanaatler ile en yüksek ilişkinin coğrafi bölge değişkeni arasında olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, uygunluk analizi yardımıyla incelendiğinde; diğer bölgelere göre İç Anadolu, Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgelerindeki radyo dinleyicilerinin "radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir" ifadesine daha çok, Akdeniz Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin "radyo programları televizyon programlarına göre daha düzeylidir" ifadesine daha az katıldığı ve Karadeniz Bölgesindeki radyo dinleyicilerinin ise bu kanaat cümlesine ilişkin olarak kararsız olduğu belirlenmiştir.

# SEKİZİNCİ BÖLÜM

# RTÜK

Bu bölümde görüşülen kişilere "radyo yayınlarına yönelik olarak RTÜK'ten beklentiler" ve "RTÜK İLETİŞİM MERKEZİ'ne şikayet ve/veya önerilerin iletilmesi" ile ilgili sorular sorulmuştur.

Bu sorulara verilen cevapların frekans dağılımları incelenmiştir.

- ✓ **Radyo yayınlarına dair RTÜK'ten beklentiler sırasıyla;**
  - **Radyolarda reklamların azaltılması,**
  - **Doğrudan satış (tele-alışveriş) reklamlarının kaldırılması ve denetlenmesi,**
  - **DJ'lerin fazla ve argo konuşmalarının denetlenmesi,**
  - **Müziklerin artırılması ve çeşitli olması,**
  - **Eğitici programlara yer verilmesi,**
  - **Türkçeye bağlı kalınması ve Türkçenin doğru kullanılması,**
  - **RTÜK'ün tarafsız olması,**
  - **Çocuk ve gençlerin gelişimi için yayınlar olması.**

## Radyo yayınlarına yönelik olarak RTÜK'ten beklentileriniz nelerdir? (%)

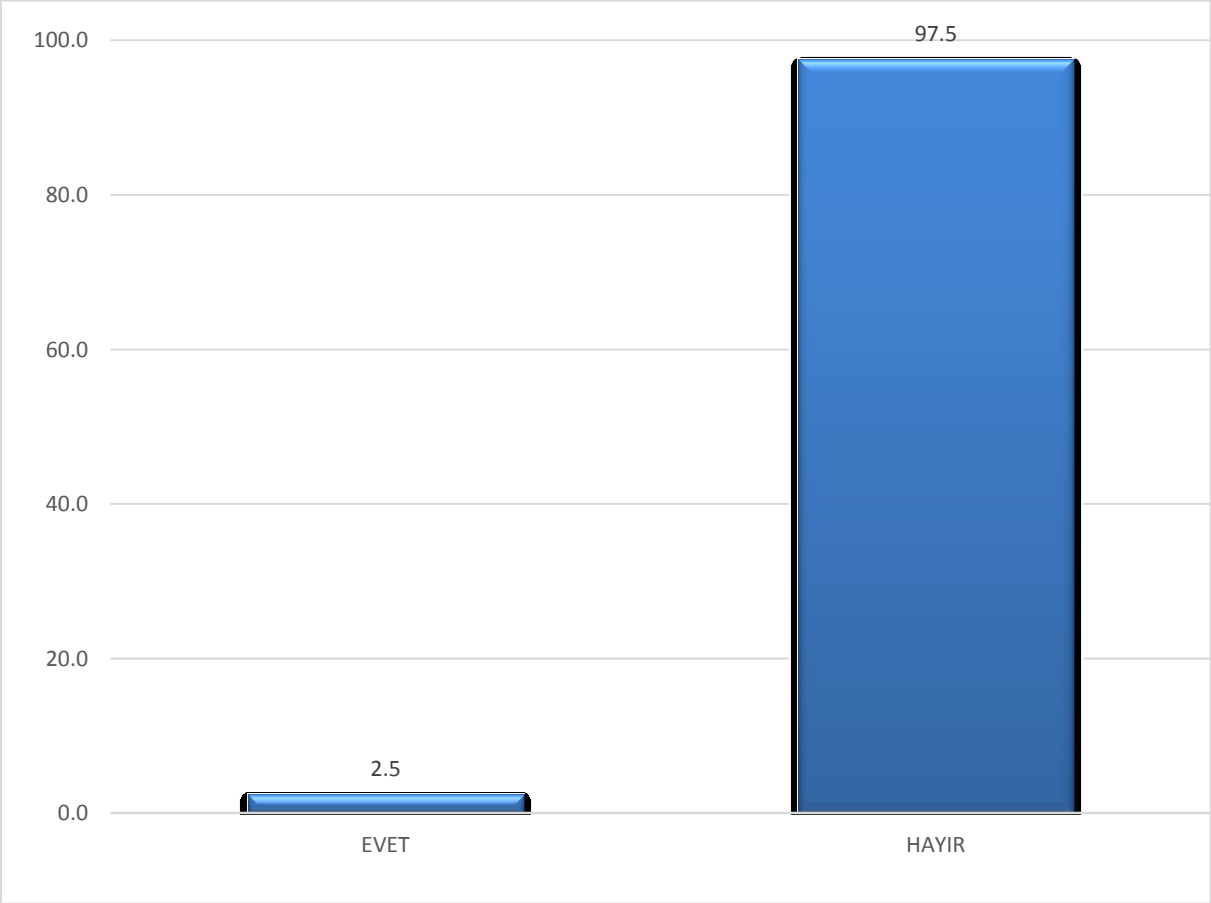
Birden fazla cevap alındığından toplam %100'ü geçmektedir.

| | % |
|---|---|
| Radyolarda reklamları azaltsınlar | 31,3 |
| Doğrudan satış (tele-alışveriş) reklamları kaldırılsın, denetlensin | 22,8 |
| Djlerin argo ve çok konuşmaması ve denetlenmesi | 15,2 |
| Müzikler artırılsın, çeşitli olsun | 7,2 |
| Eğitici programlara yer verilsin | 6,1 |
| Türkçeye bağlı kalınsın, Türkçeyi doğru kullansınlar | 5,7 |
| RTÜK tarafsız olsun | 5,6 |
| Çocuk ve gençlerin gelişimi için yayınlar olsun | 4,8 |
| Daha düzeyli ve kaliteli olsunlar | 4,6 |
| RTÜK serbest bırakabilir | 4,4 |
| Kapsama alanı genişletilmeli, daha iyi çekmeli, yayın frekansları iyileştirilmeli | 3,5 |
| Radyolar denetlensin | 3,2 |
| Aileye ve kadına yönelik programlar yapılsın | 2,9 |
| Dini yayınlar olsun | 2,8 |
| Haberlerin doğru ve tarafsız verilmesi sağlansın | 2,3 |
| Kanallar seviyeli olsun | 2,2 |
| Reklamları denetlesinler | 1,8 |
| Bütün dil ve lehçelere eşit yer verilsin | 1,7 |
| Yayınlarda gündemi ve halkı daha iyi takip etsin | 1,5 |
| Yayınlarda ülkenin değer yargıları gözetilmeli | 1,4 |
| Siyasi, taraflı yayın yapılmasın | 1,1 |
| Haber programları artsın | 1,1 |
| Kültür-sanat programları artırılsın | 1,1 |
| RTÜK dinleyiciyi daha iyi anlayabilmeli | 0,8 |
| Radyoculuğu geliştirsinler | 0,6 |
| Spor programları artsın | 0,6 |
| Her kesime hitap eden yayınlar olsun | 0,6 |
| Yöresel programlar artsın | 0,5 |
| Radyo tiyatroları, arkası yarın programları yapılsın | 0,5 |
| Sosyal olaylara ağırlık verilsin | 0,5 |
| RTÜK daha iyi çalışsın, görevini yapsın | 0,5 |
| Sağlığa yönelik yayın yapılsın | 0,5 |
| Diğer | 5,1 |

"Radyo yayınlarına yönelik olarak RTÜK'ten beklentileriniz nelerdir?" sorusuna bakıldığında radyolarda reklamların azaltılması, doğrudan satış (tele-alışveriş) reklamlarının kaldırılması, Djlerin argo ve çok konuşmaması ve denetlenmesi, müzik çeşitlerinin artırılması, eğitici programlara yer verilmesi, RTÜK'ün tarafsız olması ilk sıralardadır.

Radyo yayınlarında rahatsız olunan konulara paralel olarak RTÜK'ten beklentilerin de ilk iki sırasında reklamlar ve doğrudan satış (tele-alışveriş) reklamları yer almaktadır.

**RTÜK İLETİŞİM MERKEZİ'ne şikayet ve/veya önerilerinizi hiç ilettiniz mi? (%)**




**RTÜK İLETİŞİM MERKEZİ'ne şikayet ve/veya önerilerinizi hiç ilettiniz mi? (%)**

**2007– 2009 –2014 Kıyas**

| | EVET | HAYIR |
|---|---|---|
| 2014 | 2,5 | 97,5 |
| 2009 | 16,7 | 83,3 |
| 2007 | 2,7 | 97,3 |

RTÜK İLETİŞİM MERKEZİ'ne şikayet ve/veya önerilerini ilettiğini belirtenler %2,5 olduğu bu sonuçla dinleyicilerin RTÜK iletişim merkezini çok kullanmadıkları tespit edilmiştir.

# DOKUZUNCU BÖLÜM

# SONUÇ

## SONUÇ

"Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması – 2014"ün- en çarpıcı sonucu, dinleyicilerin radyo yayınlarından kaynaklı olarak rahatsızlık duyduğu konularda ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda radyo dinleyicilerinin yaklaşık %66' sı radyo yayınlarından dolayı rahatsızlık duyduğunu ifade etmektedir. Bu oran 2009 yılında ise yalnızca %27 olarak gerçekleşmiştir. Yani radyo yayınlarından dolayı rahatsızlık duyan radyo dinleyicilerinin oranı zaman içerisinde yaklaşık iki buçuk kat artış göstermiştir. Bu ciddi artışın nedenini anlamak amacıyla radyo yayınlarında rahatsız olunan konular incelendiğinde, katılımcıların en çok reklamların sık ve uzun olması ile doğrudan satış reklamlarından rahatsız olduğu tespit edilmiştir. Benzer olarak "Radyo yayınlarına yönelik olarak RTÜK'ten beklentileriniz nelerdir?" sorusuna bakıldığında ilk iki sırada radyolarda reklamların azaltılması ve doğrudan satış reklamlarının kaldırılmasının yer aldığı görülmektedir. Söz konusu iki soruda yer alan doğrudan satış reklamları ile araştırmaya katılanların tele-alışveriş program türünü ifade etmeye çalıştıkları değerlendirilmektedir.

RTÜK İletişim Merkezi yoluyla RTÜK'e ulaşan vatandaş bildirimleri incelendiğinde Haziran - Kasım 2014 döneminde en çok bildirim gelen program türlerinin sırasıyla %38 ile tele-alışveriş ve %20 ile reklam kuşakları olduğu görülmüştür. Bu program türlerine gelen bildirimler incelendiğinde; araştırma bulgularına benzer şekilde bildirimde bulunanların reklamların sık ve uzun olmasından rahatsız olduğu, tele-alışveriş programlarına ilişkin olarak da özellikle cep telefonu satışı ile insanların kandırılmasından ve aldatılmasından şikayetçi oldukları belirlenmiştir.

2007 - 2009 – 2014 yıllarında gerçekleştirilmiş olan "Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırmaları" nın incelenmesi sonucunda radyoda reklam çıktığında kanal değiştirmenin arttığı, reklamların tamamını veya bir kısmını dinlemenin azaldığı görülmüştür. Yıllar içerisinde reklamları dinlememe yönünde değişen radyo dinleme eğiliminin radyo yayınlarında en çok rahatsız olunan ilk üç konu olan "reklamların sık olması", "reklamların uzun olması" ve "doğrudan satış reklamlarından (tele-alışveriş)" kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Bu noktaya kadar anlatılanlar ile bağlantılı olarak Avrupa Komisyonu tarafından 2013 yılı Ağustos ayında yapılan "Media Use in the European Union" araştırması kapsamında; Türkiye'de 2013 yılında 2012 yılına kıyasla radyoya güven

endeksinin 10 puan düştüğü, Türkiye'nin 2013 yılında diğer AB ülkelerine kıyasla radyoya güven açısından en son sırada yer aldığı tespit edilmiştir.[144]

Bu kapsamda reklamların sık ve uzun olması ile tele-alışveriş programlarında radyo dinleyicilerinin özellikle cep telefonu satışı hususunda yanıltılmasının radyo dinleyicilerini fazlasıyla rahatsız ettiği ve bu rahatsızlığın dinleyicinin radyoya olan güvenini sarstığı değerlendirilmektedir.

Dinleyicilerin radyoya ilişkin söz konusu rahatsızlıklarının bir başka sonucu olarak da radyo dinleme sürelerinin sürekli düşüş halinde olması ifade edilebilir. 2007 yılından bu yana gerçekleştirilen "radyo dinleme eğilimleri araştırmaları" incelendiğinde gerek hafta içinde ve gerek hafta sonunda günlük ortalama radyo dinleme sürelerinin sürekli düşüş eğilimi içerisinde olduğu görülmektedir.

Bununla birlikte, EBU (European Broadcasting Union) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre radyo dinleme süresi bakımından Türkiye halen 13 Avrupa ülkesi arasında 3. sırada yer almaktadır. Ayrıca, Ofcom tarafından yapılan araştırma sonuçları neticesinde 2014 yılının birinci çeyreğinde yaş grupları bakımından haftalık ortalama radyo dinleme süreleri incelendiğinde; Türkiye'de genç yaş gruplarında radyo dinleme sürelerinin Birleşik Krallıktakilere nazaran daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmadaki bir başka çarpıcı sonuç da TRT radyolarının başarısıdır. TRT radyoları;

- ilk akla gelen radyo kanalı,
- en çok dinlenen radyo kanalı,
- Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı ve
- tüm program türlerine göre dinlenme düzeyi en yüksek radyo kanalı olma özelliklerini taşımaktadır.

Bu hususla bağlantılı olarak TRT radyolarının beğenilme nedenlerine bakıldığında; "program akışı ve yayınlarının güzel olması", "beğenilen müziklerin çalması" ve "haberlerinin beğenilmesi" ifadelerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Diğer radyolardan farklı olarak "program akışı ve yayınlarının güzel olması" TRT' nin en beğenilen özelliğidir. Diğer radyo kanallarının en beğenilen özelliği ise "beğenilen

[144] European Commission, Media Use in the European Union Report, Satandart Barometer 80 Autumn 2013, s.23

müziklerin çalmasıdır." Birleşik Krallık'ta 2014 yılının ilk çeyreğine ilişkin radyo dinleme süreleri incelenmiş ve TRT örneğine benzer şekilde kamu yayıncısı olan BBC'nin de birinci sırada olduğu tespit edilmiştir.

Radyo kanallarının beğenilme nedenleri arasında ilk sıralarda yer alan "müzik", araştırmanın diğer birçok bölümünde de önemli sonuçların dayanağı olarak ortaya çıkmaktadır. Radyo dinlemekteki öncelikli amacın sorgulanması neticesinde dinleyicilere göre "müziğin" radyo dinlemekteki en öncelikli amaç olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, "radyonun vazgeçilmez bir müzik dinleme aracı olduğu" ve "müziğin, televizyondan daha çok radyodan dinlendiği" araştırmanın çarpıcı sonuçları arasında yer almaktadır.

# GRAFİKLER LİSTESİ

Ne sıklıkla radyo dinlersiniz? (%) ..... 31
Radyo yayınlarını hangi ortam aracılığıyla dinlersiniz? (%) ..... 35
Radyo yayınlarını en çok nerede dinlersiniz? (%) ..... 41
Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (%) ..... 51
Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat) ..... 53
Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (%) ..... 57
Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat) ..... 58
Hafta içi, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım (%) ..... 69
Hafta sonu, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım (%) ..... 75
En çok dinlenen radyo kanalları (%) ..... 95
Radyoların yayın ortamına göre dağılımı (%) ..... 96
Radyoların yayın ortamına göre dağılımı (%) ..... 97
Radyoların yayın ortamına göre dağılımı (%) ..... 98
Radyoların yayın ortamına göre dağılımı (%) ..... 99
Bu radyo kanallarını, net bir şekilde dinleyebiliyor musunuz? (%) ..... 108
Sizce, Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı hangisidir? (%) ..... 114
Program türlerini dinleme sıklığı (%) ..... 119
Program türlerinin en çok dinlenildiği kanallar (%) ..... 121
Tartışma programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ..... 123
Canlı spor müsabakaları programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ..... 124
Dini programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ..... 125
Ekonomi programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ..... 126
Güldürü / Talk show programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ..... 127
Haber bültenleri, haber programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ..... 128
Program türlerini dinleme sıklığı (%) ..... 129
Kültür-sanat programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ..... 130
Magazin programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ..... 131
Radyo tiyatroları programları dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ..... 132

Spor programları(canlı yayın dışında) dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....133
Müzik türlerini dinleme sıklığı (%) ....134
Müzik türlerinin en çok dinlenildiği kanallar (%) ....136
Arabesk müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....140
Dini müzik ve ilahi dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....146
Özgün müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....152
Taverna / Fantezi müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....158
Müzik türlerini dinleme sıklığı (%) ....164
Türk Halk Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....165
Müzik türlerini dinleme sıklığı (%) ....171
Türk Pop Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....172
Müzik türlerini dinleme sıklığı (%) ....178
Türk Sanat Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....179
Türkçe Rock Müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....185
Yabancı Müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....191
Radyo dinlemekteki öncelikli amacınız nedir? (%) ....199
Radyo dinlemekteki öncelikli amacınız nedir? (%) ....200
Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır? (%) ....204
Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız? (%) ....209
RTÜK İLETİŞİM MERKEZİ'ne şikayet ve/veya önerilerinizi hiç ilettiniz mi? (%) ....263

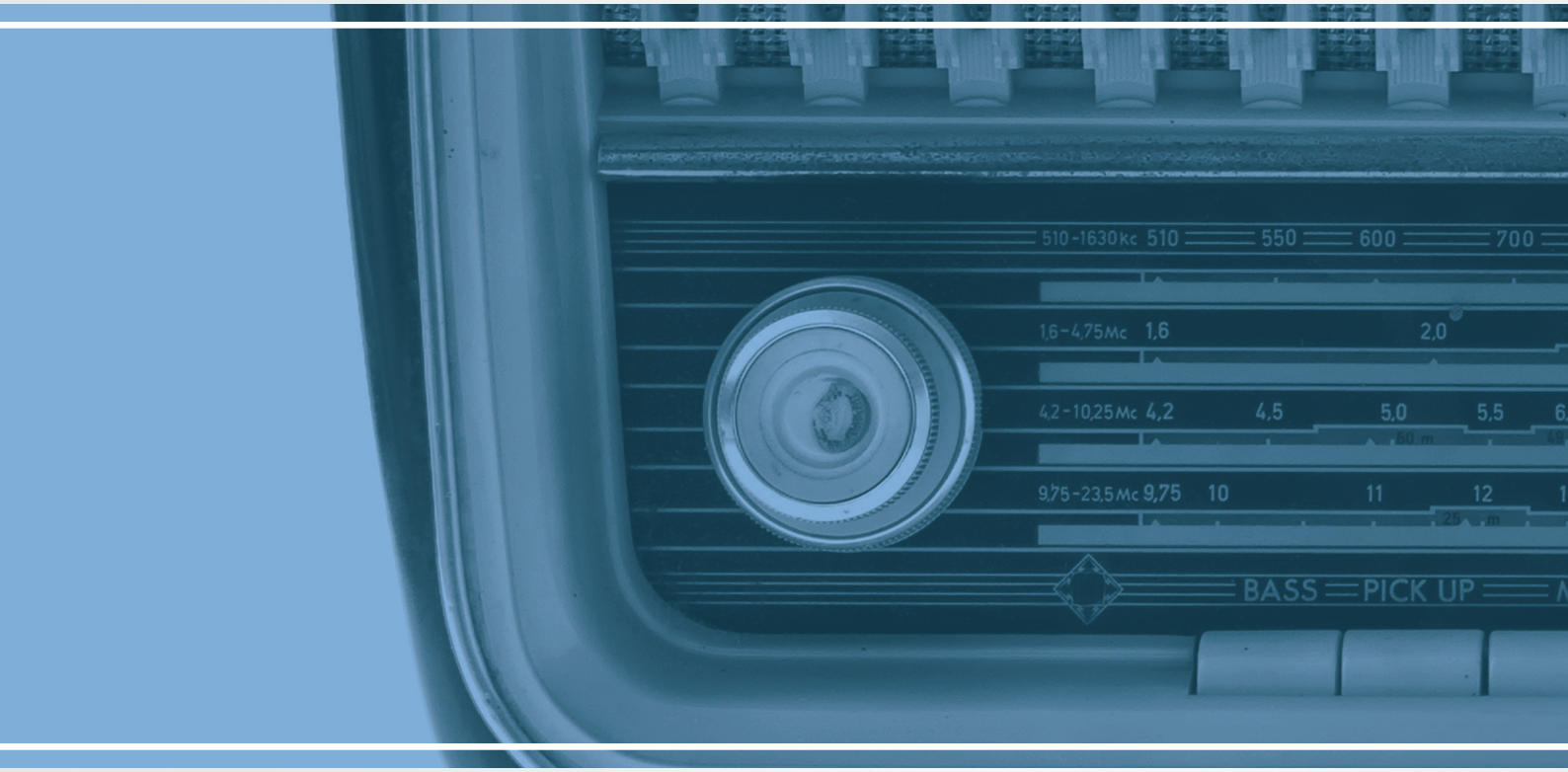
# TABLOLAR LİSTESİ

Örneklemin illere göre dağılımı ....23
Örneklemin NUTS-1 düzeyine göre dağılımı ....24
Örneklemin coğrafi bölgeler düzeyine göre dağılımı ....24
Örneklemin cinsiyet, yaş grupları ve medeni durumlarına göre dağılımı ....25
Örneklemin meslek gruplarına göre dağılımı ....26
Örneklemin gelir gruplarına göre dağılımı ....26
Ne sıklıkla radyo dinlersiniz? (%) ....32
Radyo yayınlarını hangi ortam aracılığıyla dinlersiniz? (%) ....37
Radyo yayınlarını en çok nerede dinlersiniz? (%) ....43
Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat) (%) ....53
Hafta içi, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat) ....54
Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat) ....58
Hafta sonu, günlük ortalama radyo dinleme süresi (Saat) ....59
Hafta içi, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım (%) ....71
Hafta sonu, radyo dinlenen saat dilimlerine göre dağılım (%) ....77
Aklınıza gelen ilk radyo kanalı hangisidir? (%) ....85
En çok dinlenen üç radyo kanalının sıralaması (%) ....88
En çok dinlenen radyo kanalları (%) ....91
İllere Göre En Çok Dinlenen İlk Beş Radyo Kanalı ....100
Tercih ettiğiniz radyo kanalını beğenme nedeniniz nedir (%) ....102
Bu radyo kanallarını, net bir şekilde dinleyebiliyor musunuz? (%) ....109
Sizce, Türkçeyi en iyi kullanan radyo kanalı hangisidir? (%) ....111
Program türlerinin en çok dinlenildiği kanallar (%) ....122
Müzik türlerinin en çok dinlenildiği kanallar (%) ....137
Arabesk müzik dinleyenlerin dağılım (%) ....138
Arabesk müzik dinleyenlerin dağılım (%) ....139
Arabesk müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....141
Dini müzik / ilahi dinleyenlerin dağılım (%) ....144
Dini müzik / ilahi dinleyenlerin dağılım (%) ....145
Dini müzik ve ilahi dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ....147
Özgün müzik dinleyenlerin dağılım (%) ....150

Özgün müzik dinleyenlerin dağılım (%) .....151
Özgün müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) .....153
Taverna / fantezi müzik dinleyenlerin dağılımı (%) .....156
Taverna / fantezi müzik dinleyenlerin dağılımı (%) .....157
Taverna / Fantezi müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) .....159
Türk halk müziği dinleyenlerin dağılım (%) .....162
Türk halk müziği dinleyenlerin dağılım (%) .....163
Türk Halk Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) .....166
Türk pop müziği dinleyenlerin dağılım (%) .....169
Türk pop müziği dinleyenlerin dağılım (%) .....170
Türk Pop Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) .....173
Türk sanat müziği dinleyenlerin dağılım (%) .....176
Türk sanat müziği dinleyenlerin dağılım (%) .....177
Türk Sanat Müziği dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) .....180
Türkçe Rock Müzik dinleyenlerin dağılım (%) .....183
Türkçe Rock Müzik dinleyenlerin dağılım (%) .....184
Türkçe Rock Müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) ..186
Yabancı müzik dinleyenlerin dağılım (%) .....189
Yabancı müzik dinleyenlerin dağılım (%) .....190
Yabancı Müzik dinleyenlerin tercih ettiği radyo kanalına göre dağılım (%) .....192
Radyo yayınlarında, daha fazla yer verilmesini istediğiniz konular nelerdir? (%) ..201
Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular var mıdır? (%) .....205
Radyo yayınlarında rahatsız olduğunuz konular nelerdir? (%) .....207
Radyoda reklamlar çıktığında nasıl davranırsınız? (%) .....210
Radyo programlarına yönelik olarak aşağıdaki ifadelerle ilgili kanaatiniz nedir? (%) .....214
Radyo yayınlarına yönelik olarak RTÜK'ten beklentileriniz nelerdir? (%) .....261

**KAMUOYU, YAYIN ARAŞTIRMALARI VE ÖLÇME DAİRESİ BAŞKANLIĞI**

ARAŞTIRMA, İBBS-2 DÜZEYİNDE 26 İL VE 104 İLÇE MERKEZİNDE GERÇEKLEŞTİRİLMİŞTİR. +15 YAŞ DÜZEYİNDE 2545 KİŞİ TARAFINDAN OLUŞTURULMUŞTUR. ARAŞTIRMAYA KATILANLARIN %49.6'SI KADIN, %50.4'Ü ERKEKTİR.




# RADYO DİNLEME EĞİLİMLERİ ARAŞTIRMASI **2014**

20.yıl