

# KAHRAMANMARAŞ'TAKİ KÜLTÜREL MÜZİK BEĞENİSİNİN BÖLGE RADYOLARINDAKİ YANSIMALARI\*

Günsu YILMA ŞAKALAR<sup>1</sup>  
Alper ŞAKALAR<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, gsakalar@ksu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6635-5010  
<sup>2</sup>Öğr. Gör. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-0137-9089

\*Bu araştırma, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince desteklenmiştir. Proje Numarası: 2021/2-37M'dir.

Yılma Şakalar, Günsu; Şakalar, Alper. "Kahramanmaraş'taki Kültürel Müzik Beğenisinin Bölge Radyolarındaki Yansımaları". ulakbilge, 76 (2022 Eylül): s. 977-987. doi: 10.7816/ulakbilge-10-76-07

## ÖZ

Günümüzde kitle iletişim araçları haber edinme ve sosyalleşme amacıyla kullanılabilirliği gibi müzik dinlemek için de tercih edilmektedir. Teknolojik gelişmeler vasıtasıyla kitle iletişim araçlarının sayısı artmış ve insanların bu araçlara ulaşımı kolaylaşmıştır. Bu araştırma, Kahramanmaraş bölgesindeki kültürel müzik beğenisinin saptanması ve bu beğenin kitle iletişim araçlarındaki yansıma ve etkilerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Kahramanmaraş yöresinin kültürel müzik beğenisinin hangi türleri üzerinde yoğunlaştığının yanı sıra bu türlerin hangi iletişim araçları vasıtasıyla çoğunlukla dinlendiğinin belirlenmesi kitle iletişim araçlarının kullanım düzeyinin de ortaya çıkarılması açısından önem arz etmektedir. Kitle iletişim araçları içerisinde ise radyonun ergonomik ve ulaşılabilir bir iletişim aracı olması sebebiyle araştırma radyo özelinde ele alınmıştır. Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı bu araştırma, bölge radyolarının gelişimi ve sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Radyoların yayın politikalarını oluşturma ve geliştirmeleri açısından da faydalar sunacağına ve bu bağlamda özgün katkılar sağlayacağına inandığımız bu çalışmada veriler, nicel araştırma yöntemi içerisinde betimleyici ve tanımlayıcı istatistik yoluyla elde edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür, müzik, müzik beğenisi, radyo, kitle iletişim araçları

*Makale Bilgisi:*

Geliş: 19 Mayıs 2022

Düzeltilme: 9 Haziran 2022

Kabul: 16 Temmuz 2022

## Giriş

Kültür tanımını alanyazında birçok araştırma içerisinde görmekteyiz. Kadim geçmişlerin miras olarak ömür boyunca yaşanan çağa insanlık aracılığıyla çeşitli yollar ile (dil, inanç, yazı, sosyal hayatın gerektirdikleri, yerleşim, sanat vb.) adapte edilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması kültür olarak tanımlanabilir. Polat'a (2020, 1763) göre kültür, "toplulukları oluşturan bireyler arasında ihtiyaçlar doğrultusunda belirli bir zaman ve mekânda ortak yaşanmışlık ve çeşitli etkileşimler sonucunda, ortaya çıkan maddi ve manevi ürünler"'dir. Karakoç'a göre (2014,246) ise kültür insanların oluşturduğu tüm değer ve varlığın toplamıdır, toplumun ayırt edici niteliklerinden birisidir ve hayatın her aşamasında tutum ve davranışları biçimlendirmektedir.

Halk kültürü, kaynağı halk olan ve halkın yaşam biçimini yansıtan bir kültürel faaliyet biçimidir (Tellan 2004'ten akt. Coşgun, 2012, 840). Akın'a (2018, 104) göre kültürel bellek; toplumların geçmiş birikimleriyle olan bağlarını sürekli canlı tuttuğu ve bu birikimin kuşaktan kuşağa aktarımını sağlayarak süreklilik haline getirdiği kolektif kimliği oluşturan bir bellek türüdür. Bu bilgilere dayanarak, halk kültürünün kolektif kimlik oluşumunda önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Toplumların yaşam tarzları, kültürü temsil eden alt unsurlarla birlikte geçmiş ile günümüz arasında bir bağ kurmakta, anı ve tecrübelerin unutulmamak adına tekrarlanması, güncellenerek toplumlarca sürdürülebilirliğinin sağlanmasının ortak kimliği yaşatma arzusuyla desteklendiğini söylemek yanlış olmaz.

Günümüzde kendi kültürlerinin dışında popüler kültürün de bir parçası olan insan, bu kültürün sanatsal çıktılarında biri olan müziğe de temas etmektedir. Kitle iletişim araçları popüler kültürü beslemekte, müzik de bu araçlar vasıtasıyla yayılmaktadır. Karakoç (2014,247), kitle iletişim araçlarının birer kültür taşıyıcısı ve oluşturucusu olarak toplumun kültürel yapısının belirlenmesinde yeri doldurulamaz bir rol oynadığından bahsetmiştir.

Paşaoğlu (2009, 144), toplumların tarihi geçmişinden günümüze dek uzanan müzikal-kültürel birikimlerinden müzik kültürü oluşturduğuna değinmiştir. Müzik kültürünün devamını sağlayacak en önemli unsurlardan birisinin müzikal-kültürel birikimlerin gelecek nesillere aktarılması olduğunu ifade eden Paşaoğlu, müzikal-kültürel yapı aktarımının aktarımı gerçekleştiren toplum veya topluluğun kendine has kültürel çevresi ve kültürel kimliği tarafından şekillendiğini anlatmıştır. O'na göre bu aktarım sözlü ve yazılı olarak iki iletim şekli ile mümkün olmaktadır.

Sanatın dallarından biri olan müzik, türü ne olursa olsun dünyanın her yerinde güçlü bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Müziğin iletişim aracı olarak kullanılmasında, kuşkusuz kitle iletişim araçlarından radyo ve televizyonun, kaset ve CD'lerin, konserlerin ve sanal dünya olarak adlandırılan internetin önemli rolü vardır (Kınık, 2011, 140). Ülkemizde de müziğin iletişim aracı olarak kullanıldığı göz önünde bulundurulduğunda, geleneksel unsurları içerisinde barındıran ve işleyen, ayrıca birer kültürel miras niteliği taşıyan geleneksel müziklerimizin kültürel iletişim içerisindeki yeri ve katkısı göz ardı edilemez. Klasik Türk Müziği, Türk Halk Müziği, Tasavvuf Müziği, bu müziklerin alt tür ve biçimleri ve müziklerin beste, icra, yorumlama ve öğretimi özelinde temsilcileriyle birlikte somut olmayan kültürel miras özelliği taşımakta ve geleneksel kültürün sürdürülebilmesinde önemli rol oynamaktadır.

İnsan, anne karnından itibaren duyduğu sesleri, müzikleri kayıt altına almaya, doğduğu yerin, yörenin veya bölgenin müziğini belleğine kodlamaya ve yaşadığı yerlerin müziklerini duyumsamaya müsait bir varlıktır. Kültürün temel parçalarından birisi olarak, sahip olduğu kültürel yapısını diğer yerlere götürebilir veya farklı kültürlere adapte edebilir. Kültürel müzik beğenisi, sahip olunan kültürel yapıya has müziklere duyulan ilgiyi temsil etmektedir. Kentleşmiş toplumların müzikal beğenileri ile kırsal toplumların müzikal beğenileri benzerlik gösterebileceği gibi, müziğin dinamikleri, coğrafi konum ve yaşam koşulları etmenleri açısından bakıldığında farklılıklar da gösterebilmektedir. Müzikal beğenin oluşumunda kitle iletişim araçlarının da rolü gör ardı edilemeyecek öneme sahiptir. Teknolojinin internet ile yeniden boyutlandırıldığı günümüzde, müziğe ulaşmak oldukça kolay bir hal almıştır. Radyolar ve televizyonlar karasal yayınlara ek olarak internet üzerinden de yayınlara gerçekleştirilmekte; internet üzerinden ve dijital uygulamalar vasıtası ile birçok kültürün müziğine rahatlıkla ulaşılabilir. Günümüzde dünyanın neresinde yaşarsa yaşasın insanlar farklı kültürel yapıya sahip toplumların müziklerini dinleyebilmekte, bu müziklerle ilgili bilgi sahibi olabilmekte, benimseyebilmekte ve kendi müzikal kültürüyle harmanlayabilmektedir.

Kahramanmaraş yöresi kendine has kültürel yapısını, geçmişle bağını koparmadan günümüze kadar büyük oranda muhafaza etmeyi başarmıştır. Kültürün aktarılması ve evrilmesinde müzik, sözlü ve sözsüz bir aktarım aracı olarak nesiller boyu farklı kültürlerin birbiri ile etkileşiminde de rol oynamaktadır. Diğer bir deyişle belirli bir kültürün farklı coğrafyalara taşınmasında müzik, bir nevi kültür elçiliği görevi de üstlenmektedir. Kahramanmaraş özelinde, müzik-kültürel belleğin oluşumu noktasında halk ozanlarının ve şairlerin en az yazılı kaynaklar kadar önemli bir yeri olduğu söylenebilir.

Bu araştırmanın amacı, Kahramanmaraş'taki kültürel yapı dahilinde müzikal beğenin kitle iletişim araçlarından biri olan bölge radyoları üzerinde yansımalarının ne yönde olduğunu incelemesidir. İl genelinde, müzik özelinde kitle iletişim araçlarının kullanım düzeylerinin belirlenmesi ve ne tür müziklerin dinlendiğinin incelenmesi, radyonun yeri ve öneminin belirlenmesinin yanı sıra sürdürülebilirliği üzerine yapılacak çalışmalara yol göstermesi açısından önemlidir.

### Yöntem

Kahramanmaraş ili nüfusunun evren, 18 yaş ve üzeri 552 kişinin basit tesadüfi örneklem olarak aldığı araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket uygulaması yapılmıştır. Geniş bir literatür çalışmasından sonra anket soruları hazırlanmış ve katılımcılara dijital ortam üzerinden dağıtılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, nicel araştırma içerisinde betimleyici, tanımlayıcı istatistik yöntemi ile analiz edilmiştir.

### Örneklem

Araştırmaya Kahramanmaraş'ta ikamet eden 18 yaş ve üzeri, 552 kişi katılmıştır. Katılımcıların 362'si Kahramanmaraş doğumludur. Farklı il veya ülkelerde doğup Kahramanmaraş'ta ikamet eden 185 kişinin doğum yerleri sırasıyla; Adana (22), Adıyaman (7), Almanya (5), Ankara (7), Aydın (1), Balıkesir (3), Batman (1), Cibuti (1), Denizli (1), Diyarbakır (6), Edirne (2), Elazığ (2), Gaziantep (23), Hatay (5), Isparta (2), İstanbul (8), İzmir (4), Karabük (2), Karaman (1), Kayseri (3), Kıbrıs (2), Kırıkkale (1), Kırşehir (1), Kilis (2), Kocaeli (2), Konya (1), Kütahya (1), Malatya (10), Mardin (5), Mersin (8), Muş (1), Niğde (1), Ordu (2), Osmaniye (11), Rize (2), Samsun (2), Sivas (4), Şanlıurfa (10), Şırnak (2), Tokat (2), Trabzon (1), Van (3), Yozgat (4), Zonguldak (1)'tir. 5 katılımcı ise doğum yerini belirtmemiştir.

129 katılımcı 0-9 yıl arası, 149 katılımcı 10-19 yıl arası, 130 katılımcı 20-29 yıl arası, 78 katılımcı 30-39 yıl arası ve 41 katılımcı 40-49 yıl arası ve 19 katılımcı ise 50-60 yıl arası boyunca Kahramanmaraş'ta ikamet etmektedir. 6 katılımcı ise doğum yerini belirtmesine rağmen Kahramanmaraş'ta ikamet ettiği süreyi belirtmemiştir.

Katılımcıların 202'si (%36,6) öğrenci, 195'i (%35,3) kamu çalışanı, 80'i (%14,5) özel sektör çalışanı, 33'ü (%6) serbest meslek sahibidir ve 42'si (%7,6) ise herhangi bir mesleğe mensup değildir.

**Tablo 1. Katılımcı Bilgileri (Cinsiyet-Yaş Aralığı-Eğitim Durumu)**

Cinsiyet	f	%	Yaş Aralığı	f	%	Eğitim Durumu							
						İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite	
						f	%	f	%	f	%	f	%
<b>Kadın</b>	308	55,8	18-29	159	29	1	0,1	-	-	56	10	102	18
			30-40	78	14	2	0,1	2	0,1	14	3	60	11
			41-50	47	9	1	0,1	-	-	7	1	39	7
			51 ve üstü	24	4	2	0,1	-	-	1	0,1	21	4
<b>Erkek</b>	244	44,2	18-29	100	18	-	-	2	0,1	40	7	58	11
			30-40	62	11	1	0,1	2	0,1	10	2	49	9
			41-50	51	9	-	-	1	0,1	3	1	47	9
			51 ve üstü	31	6	1	0,1	-	-	1	0,1	29	5
<b>Toplam</b>	<b>552</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>552</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>0,6</b>	<b>7</b>	<b>0,4</b>	<b>132</b>	<b>25</b>	<b>405</b>	<b>74</b>

Tablo 1'de kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla daha fazla olduğu (%11,3) görülmektedir. En çok katılımcının 18-29 yaş aralığında olduğu (259) ve eğitim durumlarının çoğunlukla üniversite öğrencisi ya da mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Ankete en az katılımın ise 51 yaş ve üzeri olduğu ve yine çoğunlukla üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir.

### Bulgular ve Yorumlar

Araştırmada, Kahramanmaraş'ta ikamet eden örneklem grubuna müziği dinlerken ne tür duygular hissetleri, müziği daha çok hangi tür ortamlarda dinlemeyi tercih ettikleri, çoğunlukla dinlenen müzik türleri, bu türleri dinlerken ne tür iletişim araçlarından yararlandıkları, radyo dinleme sıklığı, müzik dinlemek için ayrılan zaman, mekan, radyo dinlerken gerçekleştirilen eylem ve amaçlar, günlük radyo dinleme sıklığı, süresi ve zaman

dilimi, radyoda tercih edilen program türleri, müzikal beğenin radyo dinlemedeki etkisi, yerel radyoların sayısı ve gerçekleştirilen yayınların müzik beğenisine hitap etme durumları ile ilgili anket soruları yöneltilmiştir. Elde edilen dönütler bu kısımda incelenmiş ve yorumlanmıştır.

**Tablo 2. Müzik Dinlerken Hissedilen Duygu**

Hissiyat	<i>f</i>	%
Dinlendiğimi hissedirim	213	38,5
Enerjik hissedirim	140	25,5
Hüzünlenirim	48	8,7
Mutlu olurum	136	24,6
Heyecanlanırım	9	1,6
Sıkılırım	5	0,9
Tedirgin (huzursuz) hissedirim	1	0,2
<b>Toplam</b>	<b>552</b>	<b>100</b>

Tablo 2’de katılımcıların, müzik dinlerken en çok dinlendiklerini hissettiği görülmektedir. En az dönüt ise müzik dinlerken tedirgin (huzursuz) hissedildiği yönünde olmuştur. Dönütlerden; katılımcıların %90’ının müzik dinlerken olumlu duygular hissettiği anlaşılmaktadır.

**Tablo 3. Çoğunlukla Tercih Edilen Müzik Dinleme Ortamı**

Ortam	<i>f</i>	%
Yalnız	328	59,4
Arkadaş ortamı	38	6,9
Kalabalık	18	3,2
Sessiz ortam	90	16,3
Diğer	78	14,2
<b>Toplam</b>	<b>552</b>	<b>100</b>

Tablo 3’te Kahramanmaraş’ta ikamet eden katılımcıların çoğunlukla yalnızken ve sessiz ortamlarda müzik dinlemeyi tercih ettikleri görülmektedir. Kalabalık içerisinde, arkadaş ortamında veya diğer ortamlarda müzik dinleme oranının az olması, müziğin çoğunlukla birlikte zaman geçirmek veya eğlenmek amacıyla dinlenmediğini göstermektedir.

**Tablo 4. Katılımcıların Çoğunlukla Dinlediği Müzik Türleri**

Müzik Türleri	<i>f</i>	%
Türk Halk Müziği	257	18,4
Türk Sanat Müziği	198	14,2
Tasavvuf Müziği	61	4,3
Popüler Müzik	294	21
Rock Müzik	122	8,7
Klasik Batı Müziği	96	6,9
Caz Müzik	62	4,5
Arabesk Müzik	176	12,7
Diğer	130	9,3
<b>Toplam</b>	<b>1396</b>	<b>100</b>

Tablo 4’te katılımcılara çoğunlukla dinledikleri müzik türlerine göre birçok seçeneği birlikte işaretleyebilecekleri soruda 550 katılımcıdan 1396 cevap alınmıştır. Buna göre; katılımcıların %21’i Popüler Müzik, %18,4’ü Türk Halk Müziği, %14,2’sinin ise Türk Sanat Müziği dinlediği görülmektedir. En az dinlenen müzik türlerinin ise Tasavvuf Müziği ve Caz Müziği olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 5. Müzik Dinlerken En Çok Tercih Edilen İletişim Aracı**

İletişim aracı	<i>f</i>	%
Radyo	211	23,2
Televizyon	94	10,4
Cep telefonu	442	48,7
Tablet	25	2,8
Bilgisayar	135	14,9
<b>Toplam</b>	<b>907</b>	<b>100</b>

Tablo 5'te katılımcıların müzik dinlerken en çok hangi araçları tercih ettiği sorusuna birden fazla cevap verdiği görülmektedir. Buna göre; katılımcılar %48,7 oranında cep telefonu, %23,2 oranında radyo ve %14,9 oranında bilgisayar aracılığı ile müzik dinlemeyi tercih etmektedir.

**Tablo 6. Günlük Hayatta Müzik Dinlemek İçin Ayrılan Zaman ile Radyo Dinleme Sıklığı Arasındaki İlişki**

Zaman Sıklığı	Müzik Dinlemek İçin Ayrılan Zaman		Radyo Dinleme Sıklığı	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Her Zaman	187	33,9	113	20,5
Sık Sık	247	44,7	24	4,4
Nadiren	114	20,7	348	63
Hiçbir Zaman	4	0,7	67	12,1
<b>Toplam</b>	<b>552</b>	<b>100</b>	<b>552</b>	<b>100</b>

Tablo 6'da Kahramanmaraş'ta ikamet eden katılımcıların günlük yaşantısında %78,6 oranında sık sık ya da her zaman müzik dinlemek için kendilerine zaman ayırdıkları ve bu müzikleri sadece %24,9 oranında radyodan dinledikleri görülmektedir. Hiç radyo dinlemeyen katılımcıların %12,1 oranında olması, radyonun popüler bir iletişim aracı olduğunun göstergesidir. Radyo dinlemeyen katılımcıların aynı zamanda müzik dinlemek için de kendilerine fazla vakit ayırmadıkları gözlemlenmiş ve bu dinleyicilerin diğer iletişim araçlarında da çoğunlukla sözlü yayınları tercih ettikleri saptanmıştır. Dinleyicilerin nadiren radyo dinleme oranının yüksek olmasından (%63), radyo cihazlarının geçmişe oranla diğer iletişim araçlarına göre daha az tercih edildiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla radyonun popüler bir kitle iletişim aracı olmasına rağmen geçmişe oranla az tercih edildiği görülmektedir.

**Tablo 7. Radyo Dinlenen Yer**

Yer	<i>f</i>	%
Ev	116	21
İş yeri	26	4,7
Araba	341	61,8
Diğer	69	12,5
<b>Toplam</b>	<b>552</b>	<b>100</b>

Tablo 7'de Katılımcıların radyo dinledikleri yerlerin dağılımları görülmektedir. Buna göre; veriler, Kahramanmaraş'ta radyonun en çok (%61,8) araba kullanırken, en az ise iş yerinde (%4,7) dinlendiğini göstermektedir.

**Tablo 8. Radyo Dinlerken Gerçekleştirilen Eylemler**

Eylem	<i>f</i>	%
Çalışırken	68	12,3
Kitap okurken	10	1,8
Seyahat ederken	276	50
Fiziksel aktiviteler yaparken	53	9,6
Uyumaya hazırlanırken	11	2
Dinlenirken	61	11
Diğer	73	13,3
<b>Toplam</b>	<b>552</b>	<b>100</b>

Tablo 8’de katılımcıların yarısını radyoyu en çok seyahat ederken, en azının ise kitap okurken ve uyumaya hazırlanırken dinlediği görülmektedir.

**Tablo 9. Radyo Dinlemedeki Genel Amaçlar**

Amaç	<i>f</i>	%
Boş zaman değerlendirme	153	20,1
Psikolojik rahatlama	192	25,3
Sosyal rahatlama	130	17,1
Biyolojik (bedensel) rahatlama	57	7,5
Kişisel gelişim veya günceli takip etme	123	16,2
Diğer	105	13,8
<b>Toplam</b>	<b>760</b>	<b>100</b>

Tablo 9’da 540 katılımcının yanıtladığı ve birçok seçeneği işaretleyebildiği radyo dinlemedeki genel amaçlar hakkında yöneltilen soruya, 760 yanıt verilmiştir. Dinleyicilerin radyoyu en çok psikolojik rahatlama, sosyal rahatlama ve boş zaman değerlendirme amacıyla tercih ettiği görülmektedir.

**Tablo 10. Günlük Radyo Dinleme Sıklığı**

Sıklık	<i>f</i>	%
1 saatten az	388	70,3
1-3 saat arası	119	21,6
3-5 saat	26	4,7
5 saatten fazla	19	3,4
<b>Toplam</b>	<b>552</b>	<b>100</b>

Tablo 10’da Kahramanmaraş’ta yaşayan katılımcıların %70,3’ünün radyoyu günde 1 saatten az dinlediği, %21,6’sının ise 1-3 saat arası dinlediği görülmektedir. Buna göre; katılımcıların %91,9’unun günde ortalama 1 saate yakın bir zaman diliminde radyo dinlediği söylenebilir.

**Tablo 11. Radyo Dinlenen Zaman Aralığı**

Zaman aralığı	<i>f</i>	%
08:00-10:00 arası	195	22,5
10:00-12:00 arası	74	8,5
12:00-14:00 arası	96	11,1
14:00-16:00 arası	102	11,8
16:00-18:00 arası	142	16,5
18:00-20:00 arası	76	8,8
20:00-22:00 arası	70	8,1
22:00-00:00 arası	72	8,3
Gece yarısından sabaha kadar	38	4,4
<b>Toplam</b>	<b>865</b>	<b>100</b>

Tablo 11’de katılımcıların 519’u radyo dinlediği zaman aralığını belirtmiştir. Birden çok seçeneğin işaretlendiği soruda, toplam 865 yanıt ulaşılmıştır. Buna göre; katılımcıların radyoyu en çok 08:00-10:00 arası ve 16:00-18:00 arasında dinlediği belirlenmiştir. Dinleyicilerin radyoyu en çok arabada ve seyahat ederken dinlediği ve bu saatlerin çalışanlar ve öğrenciler için iş ve okul saatlerine denk geldiği göz önüne alındığında katılımcıların, radyoyu en çok işe-okula giderken veya dönerken dinlediği anlaşılmaktadır.

**Tablo 12. Radyo Dinleme Alışkanlığının Kazanılmasındaki Etken**

Yer	<i>f</i>	%
Aile	165	30
Arkadaş ortamı	26	4,7
Yaşanılan çevre	50	9
Kendi kendine	227	41,1
Diğer	84	15,2
<b>Toplam</b>	<b>552</b>	<b>100</b>

Tablo 12’de katılımcıların radyo dinleme alışkanlığını en çok kendi kendine veya aileden edindiği görülmektedir. Radyo dinleme alışkanlığının en az arkadaş ortamından edinildiği elde edilen veriler arasındadır.

**Tablo 13. Katılımcıların Radyoyu Kullanım Amaçları**

Kullanım amacı	<i>f</i>	%
Müzik dinleme	362	32
Haber alma	260	23
Eğlenme	151	13,3
Bilgi edinme	206	18,1
Zaman geçirme	144	12,6
Diğer	7	1
<b>Toplam</b>	<b>1130</b>	<b>100</b>

Katılımcılara ayrıca “Radyoda çoğunlukla hangi türde yayınları tercih edersiniz?” sorusu yöneltilmiş, 529’u bu soruya cevap vermiştir. 442 kişi (%83,6) müzik yayınlarını, 87 kişi (%16,4) ise sözlü yayınları tercih ettiğini belirtmiştir. Tablo 13’teki katılımcıların tamamının birden çok cevabı işaretleyebildiği radyo dinleme amaçları ile ilgili olarak ise; 362 yanıtın (%32) müzik dinleme amacıyla, 260 yanıtın (%23) ise haber almak amacıyla, 206 yanıtın (%18,1) ise bilgi edinme amacıyla verildiği görülmektedir.

**Tablo 14. Dinleyicinin Müzikal Beğenisinin Radyo Dinleme Alışkanlığı Üzerindeki Etkisi**

Yayınlarmın müzikal beğeniye hitap etmesi	<i>f</i>	%
Kesinlikle etkiler	287	53
Etkiler	191	35,2
Kararsızım	37	6,8
Kısmen etkiler	20	3,7
Kesinlikle etkilemez	7	1,3
<b>Toplam</b>	<b>542</b>	<b>100</b>

Tablo 14’te 552 katılımcıdan 542’sinin müzikal beğeninin radyo dinleme alışkanlığı üzerine etkisi hakkında verdiği yanıtların %88,2’sinin kesinlikle etkilediği ya da etkilediği görülmektedir.

**Tablo 15. Kahramanmaraş’taki Radyoların Sayısının Yeterliliği**

Yeterlilik durumu	<i>f</i>	%
Kesinlikle yeterlidir	42	7,7
Çoğunlukla yeterlidir	78	14,4
Kararsızım	195	35,8
Kısmen yeterlidir	138	25,4
Yetersizdir	91	16,7
<b>Toplam</b>	<b>544</b>	<b>100</b>

Tablo 15'te 552 katılımcıdan toplam 544 kişi Kahramanmaraş'taki radyoların sayısının yeterliliği ile ilgili soruyu yanıtlamıştır. Dinleyicilerin bu konuda çoğunlukla kararsız bir tutum içerisinde olduğu görülmektedir.

**Tablo 16. Yerel Radyolardaki Müzik Yayınlarının Dinleyicinin Müzik Beğenisine Hitap Etme Durumu**

Müzik yayınlarının beğenilmesi	f	%
Beğeniyorum	53	9,7
Çoğunlukla beğeniyorum	144	26,5
Kararsızım	200	36,8
Kısmen beğeniyorum	94	17,3
Beğenmiyorum	53	9,7
<b>Toplam</b>	<b>544</b>	<b>100</b>

Tablo 16'da Kahramanmaraş'taki yerel radyolardaki müzik yayınlarının dinleyicinin müzik beğenisine hitap edip etmediği durumu araştırılmıştır. 544 kişiden alınan dönütlere göre; katılımcıların çoğunlukla kararsız oldukları görülmektedir.

### Sonuç ve Öneriler

Kahramanmaraş'ta ikamet eden farklı yaş, cinsiyet, eğitim ve meslek gruplarına dâhil olan 552 katılımcının müzik dinleme kültürü ve beğenilerinin kitle iletişim araçlarından olan radyo özelinde yapılmış araştırma sonuçlarına göre;

Katılımcıların müzik dinlerken büyük çoğunlukla (%90) hissettikleri duyguların dinlemek, enerjik hissetmek, mutlu olmak ve heyecanlanmak olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla, müzik dinlemenin katılımcıların büyük bir bölümünde olumlu duygular hissettirdiği açıktır. Kahramanmaraş'taki kitle iletişim araçlarının çeşitlendirilmesi ve bu araçlarla müzik yayınlarının yapılmasının sağlanması ve artırılması hedeflenmelidir.

Çoğunlukla yalnızken ve sessiz ortamlarda müzik dinlemeyi tercih eden katılımcıların oranının (%75,7) kalabalık içerisinde, arkadaş ortamında veya diğer ortamlarda müzik dinleme oranından yüksek olması ve bu oranın çoğunlukla 18-29 yaş arası gençlerden oluşması (%47), gençlerin birlikte geçirdiği zamanlarda müzik dinlemeyi özellikle tercih etmedikleri hakkında fikir vermektedir. Bu katılımcıların müziği yalnız ve sessiz ortamlarda dinlemesi müzikal beğeninın tümünden gelim şeklinde değil, tüme varım şeklinde değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

RTÜK tarafından ülke genelinde yürütülen radyo dinleme alışkanlıkları kapsamında, müzik türlerini dinleme sıklığına incelendiğinde, ilk sırada Yerli Pop/Rock müzik (%64,7) dinlendiği tespit edilmiştir. Arabesk müzik ise %55,7 oranıyla ikinci sırada ve %48,1 oranıyla Türk Halk Müziği/Türkü üçüncü sırada yer aldığı görülmüştür (RTÜK, 2019, 16). Kahramanmaraş'taki dinleyicilerin çoğunlukla yerel radyolarda müzikli yayınları tercih ettiği görülmekte ve %53,8 oranında popüler müzik dinlediği göz önünde bulundurulduğunda ise; ülke genelinde yapılan çalışma ile tutarlı olduğu görülmektedir. İl bazında en az klasik batı müziği ve arabesk müziklerin dinlendiği (%19,6), %36,9 oranında ise geleneksel müziklerin (Türk Halk Müziği, Türk Sanat Müziği, Tasavvuf Müziği) dinlendiği göz önüne alındığında; yerel radyoların bu beğenilere göre müzik yayınlarını ve yayın akışlarını düzenlemeleri gerekmektedir. Bu durum, yerel radyoların sürdürülebilirliği için özellikle değerlendirilmelidir.

Kahramanmaraş'ta ikamet eden katılımcılarda müzik dinlerken en çok tercih edilen iletişim araçları arasında; cep telefonu (%48,7), radyo (%23,2) ve bilgisayarın (%14,9) olduğu saptanmıştır. Cep telefonlarının günümüzde ileri teknoloji işletim sistemleriyle donatılmış ve ergonomik cihazlar olması, müziğe ulaşmayı kolaylaştırmakta ve farklı platformlarda yüksek kalitede müzik dinlemeyi mümkün kılmaktadır. Televizyon ve radyo gibi iletişim araçlarına da cep telefonu uygulamaları sayesinde ulaşılabilmesi sebebiyle, cep telefonları gibi kendi işletim sistemi olan ergonomik cihazlar bu olanaklarıyla iletişim amacının yanı sıra müzik dinlemek amacıyla da en çok kullanılan araçlar olarak günümüzde yerini almaktadır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun 2019 yılında ülke çapında radyo dinleme eğilimleri üzerine yapmış olduğu araştırmada katılımcıların radyo yayınlarını en çok cep telefonu (%47,8) ve ardından araç radyosuyla (%42,7) dinlemeyi tercih ettikleri saptanmıştır (RTÜK, 2019, 12). Türkiye genelinde yapılan araştırma sonuçlarından da yola çıkarak, yerel radyolara cep telefonlarından da ulaşabilmek için bu cihazlar la uyumlu yazılım uygulamalarının geliştirilmesi sağlanmalıdır keza radyolar belirli türlerde yayın yapmasına karşın tesadüfi müziklerin dinlenilmesini sağlayan yayın araçları olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca, cep telefonundan sonra radyonun müzik dinleme aracı olarak tercih edilmesi, Kahramanmaraş'ta radyo



dinlemeye verilen önemin bir göstergesi olarak sayılabilir. Çeşitli yollarla radyo yayınlarına ulaşımın (cep telefonu uygulamaları, internet, FM) geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Sık sık ya da her zaman müzik dinlemek için kendilerine zaman ayıran katılımcıların sadece %24,9'unun müzikleri radyodan dinlemeyi tercih ettiği saptanmıştır. Kahramanmaraş'ta hiç radyo dinlemeyen katılımcıların az olduğu (%12,1), bu katılımcıların aynı zamanda müzik dinlemek için kendilerine fazla vakit ayırmadığı ve diğer iletişim araçlarında da çoğunlukla sözlü yayınları tercih ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların sık sık ya da her zaman müzik dinlemesine rağmen radyoyu tercih etmemesi, radyoya alternatif olarak değerlendirilebilecek iletişim araçlarının birçok içeriği radyoya ek olarak sunabilmesinden kaynaklanmaktadır. Nadiren müzik dinleyen katılımcıların, radyo dinleme sıklığının fazla olması, bu kişilerin radyoyu çoğunlukla müzik dinlemek için tercih etmediği ve farklı amaçlar için (haber almak, gündemi takip etme, sohbetleri dinleme vb.) kullandığı da ayrıca elde edilen sonuçlar arasındadır. Yerel radyoların dinleyicilere yönelik araştırmalar yapması, onların beğenileri ve tercihleri doğrultusunda yayın politikalarını geliştirmeleri dinlenebilirlik düzeylerini arttıracaktır.

Radyonun en çok psikolojik ve sosyal rahatlama amacıyla dinlenilmesi sözlü yayınların dinleyiciler üzerinde bu konuda olumlu etkileri olduğu, müzikli yayınların ise dinleyicilerin beğenilerine hitap ettiği sonucunu doğurmaktadır. Ayrıca, katılımcıların büyük bir kısmı da boş zamanlarını değerlendirmek için yine radyoyu tercih etmektedir. Kahramanmaraş'ta yaşayan kişilerin büyük bir bölümü (%91,9) günde 1 saate yakın radyo dinlemektedir. RTÜK tarafından yapılan araştırmada, ülke genelinde radyonun günde ortalama 1 saat 43 dakika dinlendiği, her iki kişiden birinin ise yaklaşık 1 saat radyo dinlediği belirlenmiştir (RTÜK, 2019, 14). Arabada radyo dinleme oranının yüksekliği göz önünde bulundurulduğunda, katılımcıların çoğunun araç ile bir yerden bir yere giderken radyo dinlediği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Kahramanmaraş'ta en çok arabada (%61,8), en az ise (%4,7) iş yerinde radyo dinlendiği saptanmıştır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun 2019 yılında ülke çapında radyo dinleme eğilimleri üzerine yapmış olduğu araştırmada; otomobil sahibi olan katılımcıların radyoyu dinlediği cihazlara bakıldığında da radyonun en çok araç radyosunda dinlendiği görülmüştür (RTÜK, 2019, 12). Kahramanmaraş'ta ise en çok arabada en az ise iş yerlerinde dinlenmesi, radyonun çalışırken motivasyon, haber alma ya da eğlence aracı olarak tercih edilmediğini göstermektedir. Katılımcıların radyoyu en çok 08:00-10:00 arası ve 16:00-18:00 arası dinlediği belirlenmiştir. RTÜK'ün ülke genelinde yapmış olduğu araştırmada ise; en çok hafta içi 09:00-12:00 ve 12:00-15:00 saatleri arasında radyo dinlendiği görülmüştür (RTÜK, 2019, 14). Ülke genelinin aksine il bazında öğle saatlerinde radyo dinleme sıklığının farklılık gösterdiği görülmektedir. Dinleyicilerin radyoyu en çok arabada ve seyahat ederken dinlediği ve bu saatlerin çalışanlar ve öğrenciler için iş ve okul saatlerine denk geldiği göz önüne alındığında, radyonun en çok işe - okula giderken veya dönerken dinlendiği anlaşılmaktadır. Katılımcıların seyahat ederken en çok radyoyu tercih etmelerinin sebeplerinden bir tanesinin radyodaki müzikal yayınların belirli formatlar çerçevesinde seçilmiş ve bağlantılı olması, sözlü yayınların ise görsel unsurlar içermemesi ve dinleyiciye rastgele sunulması sebebiyle olduğu söylenebilir. Katılımcıların dinlenirken ve çalışırken radyoyu sıklıkla tercih etmemesi, bu tür yayınlara çok ilgi duymadığı sonucunu doğurmaktadır.

Kendi kendine radyo dinleme alışkanlığı edinen katılımcıların fazlalığı göz önünde bulundurulduğunda radyo programlarının düzenli olarak takip edildiği dolayısıyla yerel radyolarda yapılan yayınların dinleyicilerin beğenisine hitap ettiği söylenebilir. Aile ortamından radyo dinleme alışkanlığı edinen katılımcıların sayısının da fazla olması, Kahramanmaraş'ta geçmişten günümüze aile içerisinde radyo dinleme durumunun var olduğu hakkında bilgi vermektedir.

Katılımcıların büyük bölümünün (%83,6) radyoda müzik yayınlarını az bir bölümünün (%16,4) ise sözlü yayınları tercih ettiği elde edilen sonuçlar arasındadır. Elde edilen veriler ışığında, Kahramanmaraş'ta radyo en çok müzik dinlemek amacıyla (%32), haber almak amacıyla (%23) ve bilgi edinmek amacıyla (%18,1) tercih edilmektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun 2019 yılında ülke çapında radyo dinleme eğilimleri üzerine yapmış olduğu araştırmada; katılımcıların radyo dinleme amaçlarının çoğunlukla müzik dinlemek (%64,9), haber almak (%29,1), güncel konular hakkında bilgi almak için bilgi edinmek (%9,6) olduğu belirtilmiştir (RTÜK, 2019, 18, 70-73). Bu sonuçlar doğrultusunda, haber ve bilgi içerikli yayınların çeşitlendirilmesi ve tercih edilen saat aralıklarında dinleyiciye sunulması, radyoların daha sık dinlenebilmelerini sağlayacağını söylemek mümkündür. Müzikli yayınların sözlü yayınlara oranla daha fazla tercih edildiği göz önüne alındığında ise; yerel radyolarda yapılan müzik yayınlarının içeriklerinin dinleyicilerin beğenilerine göre hazırlanması gerektiği araştırma sonucunda anlaşılmıştır.

Dinleyicilerin, Kahramanmaraş'taki radyoların sayısının yeterliliği ile ilgili çoğunlukla tamamen yeterli veya yetersiz olarak yanıt vermemesi, Kahramanmaraş'taki radyo sayısının yeterliliği hakkında kesin olarak bilgi sahibi olmadıklarını göstermektedir. Yerel radyoların tanıtımlarının yeterli düzeyde olmaması da

bir diğer neden olarak gösterilebilir. Buna göre; çeşitli medya araçları ile yerel radyoların tanıtımları düzenli olarak yapılmalıdır. Ayrıca, yerel radyoların dinleyicilerin müzikal beğenilerine yönelik araştırmalar yaparak kendilerini sürekli olarak güncel tutmaları, radyo yayınlarının sürdürülebilirliği açısından önem teşkil etmektedir.

### Kaynaklar

- Akın, B. (2018). Kültürel bellek ve müzik. *Eurasian Journal of Music and Dance*, Cilt, 13. 101-117.
- Coşgun, M. (2012). Popüler kültür ve tüketim toplumu. *Batman University Journal of Life Sciences*, Volume 1, Number 1: 837-850.
- Karakoç, E. (2014). Medya aracılığıyla popüler kültürün aktarılmasında toplumsal değişkenlerin rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt/Volume :2, Sayı/Number:3: 245-269.
- Kınık, M. (2011). Bir iletişim aracı olarak türk halk müziği ve türküler. *Erciyes İletişim Dergisi*, Cilt, 2. Sayı, 1. sf. 140.
- Paşaoğlu, S. (2009). Müzik kültüründe sözlü ve yazılı aktarım. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık 2009 Cilt 11 Sayı 2 (143-159).
- Polat, S. (2020). Kültürün dinamik öğeleri olarak sanat ve müzik. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9 (2): 1757-1771.
- T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. (2019). *Radyo dinleme eğilimleri araştırması*. T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı. <https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Birimler/KAMUOYU/radyo-dinleme-egilimleri-arastirmasi2020basilmis-versiyon.pdf>
- Tellan, Bülent. (2004). Üretim ve tüketim süreci açısından popüler kültür ve medya ilişkisi: Kurtlar Vadisi. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim*, 5(57).

# CULTURAL MUSIC PREFERENCES IN KAHRAMANMARAŞ AND IT'S REFLECTIONS ON REGIONAL RADIOS \*

Yılma Şakalar, Günsu, Alper Şakalar

\* This research was supported by Kahramanmaraş Sütçü İmam University Scientific Research Projects Coordination Unit. Project Number: 2021/2-37M.

## ABSTRACT

Today, mass media can be used for news and socialization as well as for listening to music. Through technological advances, the number of mass media has increased and people's access to these tools has become easier. This research was carried out to determine the cultural music taste in Kahramanmaraş region and to determine the reflection and effects of this taste in mass media. It is important to determine on which genres the cultural music taste of Kahramanmaraş region is concentrated on, as well as through which communication tools these genres are mostly listened to, in terms of revealing the level of use of mass media. Among the mass media, the research is focused on radio, since the radio is an ergonomic and accessible communication tool. This research, which uses a quantitative research method, is important for the development and sustainability of regional radios. In this research, which we believe will provide benefits in terms of creating and developing broadcasting policies of radios and will provide original contributions in this context, the data were obtained through descriptive and descriptive statistics within the quantitative research method..

**Keywords:** Culture, music, musical preferences, radio, mass media