

RADYOCUYUZ

Ekim 2008 - Sayı 4

radyocuyuz.com

Aylık Radyo Dergisi

RADYOLAR FEDERASYONDA BULUŞUYOR



08 Sahibini arayan radyolar!

12 Seramik hamurundan radyocular!"

25 Milenyum Gençliğinin Starı: Murat Boz



Michael Kuyucu
Format Radyoculuğu

michael.kuyucu@radyocuyuz.com

Türkiye’de özel radyoculuk ilk yirmi yılını doldurmak üzere, yayına başladıklarında özel radyolar format radyoculuğu ile yayınlarına başladılar. Daha sonra doksanlı yıllarda “lak lak yapan” Dj’ler altın dönemini yaşadı. On yıl kadar bu iş böyle gitti, günümüzde popüler olan tüm radyocular o dönemde markalaştı. İki binli yıllarla beraber işin çehresi değişti ve artık müziğin ön planda olduğu “Format radyoculuğu” kavramı ağır basmaya başladı.

Toplumun değişen ihtiyaçları, iki binli yıllarda yetişen yeni genç kuşak, TV mecrasının baskınlığının artması gibi faktörlerle “Format radyoculuğu” denen kavram Türk radyo sektörünü demine etmeye başladı. Tabii ki bu trend yeni yetişen Dj’lerin popülerlik yolunu kesmeye başladı. Son 4 yılda Türkiye’nin en önemli altı tane radyosunda üst düzey yöneticilik yaptım, iş başvurularında karşıma çıkan tablo hep aynı oldu : “Konuşmak isteyen, star olmak isteyen, radyolarını önemsemeyen bencil Dj’ler” bu arkadaşlar iş başvurusunda bulunurken format radyoculuğunu karalayarak daha ilk dakika golleri yediler. Onların olduğu gibi şu an mikrofonu alan bir çok Dj’in de ortak derdi “Format Dj’liği” trendi ! Bu trendi değiştirmek için adeta savaş veriyorlar. Ama nedense bu değişmiyor, hatta format yayıncılığı her geçen gün popülerliğini daha da artırıyor. Türkiye’de şu an sadece iki tane radyo bu formatın dışında yayın yapıyor. Diğer radyolar genelde format radyoculuğunu deniyor. Bir de format radyoculuğundan çıkmak üzere olanlar var, mesela Süper Fm, bu sene konuşmayı arttırarak 14 yıllık geleneğinden uzaklaşma yolunu deniyor. Kimi radyolar ise format radyoculuğunu Power Türk’ü taklit etmekten ileri gidemiyorlar. İş böyle olunca taklitler asıllarını yaşıyor ve Power Türk Türkiye’nin lider format radyosu olmaya devam ediyor.

Bana sorarsanız format radyoculuğu popülerliğini bütün hızı ile sürdürecektir, Avrupa kıtasında bu iş böyle, son yıllarda bu tezle ilgili Avrupa kıtasında sayısız radyo kanalını inceledim ve orada da karşıma çıkan tablo hep aynı oldu. En çok dinlenen ilk on radyoyu bırakın, ilk yirmi radyo bile format yayıncılığını prensip edinen radyolar. Bu iş böyle devam edecek gibi. Bu konu ile ilgili bende bazen merakla kapılıp ciddi araştırmalar yapıyorum; mesela geçenlerde öğretim görevlisi olduğum üniversitede 60 öğrenciye anket uyguladım. Amacım format radyoculuğunun popülaritesini irdelemektir. Ortaya çıkan tablo beni bile şaşırttı. Öğrencilerin sadece 5 tanesi format radyoculuğunu sevmediğini söyledi! Diğerleri ise bu yayıncılıktan gayet memnundu.

Zaman hızlı değişiyor, insanlar sokakta konuşuyor, televizyonlarda konuşuyor, okullarda konuşuyor. Her yerde konuşuyor... Kısacası her yerde ciddi bir kakofoni var, hani derler ya ağzı olan konuşuyor. Özellikle büyük şehirlerde yaşayanlar bunca kakofoniden kaçarak sessizliğe sığınmak istiyor. Bu bir futbol taktiği gibi, nasıl ki bir dönem 4-4-2 ‘den sonra 3-5-2 popüler olduysa radyoculukta da trend format radyoculuğunun lehine döndü. Bu uzun bir süre daha böyle gidecektir, konjektür ne gösterir bilinmez ama format radyoculuğunun kaderini etkileyen faktörler arasında toplumun ekonomik yapısı başta geliyor. Onu siyasi ve sosyal gelişmeler takip ediyor.

Bu üçgenin istediği ise ortadadır. Türkiye’de radyoların en büyük sıkıntısı olan “rating” araştırmalarının elektronik ve bilimsel yöntemlerle yapılamaması her ne kadar tartışma da madalyonun diğer yüzünü oluştursa da format radyoculuğunun gerek Avrupa kıtasında ki tüm ülkelerde gerekse Türkiye’de altın dönemini yaşadığı gerçeğini değiştirmiyor.