

17th International Symposium **Communication** in the Millennium

November 5-6, 2020



POST CONFERENCE PUBLICATION

ISBN: 978-605-83703-9-5

17th International Symposium

Communication in the Millennium

CIM 2020

Organized by

Association of Turkish and American Communication Scholars

In Cooperation with

University of Texas at Austin (U.S.A.)

Anadolu University (Turkey)

Istanbul University (Turkey)

Hosted by

Anadolu University, Faculty of Communication Sciences

Dates

Nov 5-6, 2020

Location

Online

e- mail:

cimsymposium@gmail.com



The Association of Turkish and American Scholars (ATACS)

The international symposium Communication in the Millennium has been organized since 2003 by scholars in Turkey and the United States, and each year the symposium organizers have noticed increasing interest in this academic event. Because of this interest, the co-founders and the organization committee of this symposium decided to form an association where both countries' scholars are represented.

The mission of the ATACS is to advance the communication profession in both countries through well-grounded academic research and to foster communication academics' cooperation. The Communication in the Millennium is the established ATACS project, but the association will be working on different projects to serve its mission in the near future.

**ISBN
978-605-83703-9-5**

Copyright © 2020

HOW TO CITE PAPERS?

Please use this form:

Skendo, I. (2020). Cultural Trends under the Globalization Process, *Proceedings of the 17th International Symposium Communication in the Millennium*, pp.310–315. Pdf file, E-Book.

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

*The publisher has no responsibility for the content of the papers.
The papers contained in this symposium book have been provided by authors.
Authors are responsible for the contents of their own papers
and they are also responsible for copyrighted
materials in their studies in terms of legal issues.*



e-Book

ISBN

978-605-83703-9-5

CIM 2020

17th International Symposium Communication in the Millennium

The Association of Turkish and American Scholars (ATACS)

Symposium web page:

<https://www.cimsymposium.org>

e-mail:

cimsymposium@gmail.com

Address:

*Anadolu Üniversitesi
İletişim Bilimleri Fakültesi
Yunusemre Kampüsü
26470 Eskişehir, Türkiye*



DİJİTAL DÖNÜŞÜM EKSENİNDE KARASAL ERİŞİMDEN DİJİTALE GEÇİŞ YAPAN RADYO MECRASININ GELECEĞİ VE İNTERNET RADYOCULUĞU

Mihalis KUYUCU
michaelkuyucu@gmail.com

Mihalis (Michael) KUYUCU, Yeditepe Üniversitesi S.B.E. İşletme Yüksek Lisansı eğitimi aldıktan sonra Marmara Üniversitesi S.B.E. Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği Bölümünde Doktora eğitimi aldı. UAK'tan doçentliğini alan Kuyucu, aynı zamanda medya sektöründe radyo&tv programcısı ve çeşitli medya işletmelerinde yönetici olarak çalışmıştır. 1994 yılından beri medya sektöründe faal olarak çalışmalarında bulunan Kuyucu muzikhabercisi.com adlı dijital müzik haber portalının da sahibidir.

Özet: Dijital dönüşümün ilk yılları olan doksanlı yıllar dünyada yeni bir kavramın ortaya çıkmasına neden oldu. Sesin, görüntüden daha küçük data boyutuna sahip olması nedeniyle ses dosyalarının dijital ortamda transferine olanak kılan internet, beraberinde internet radyoculuğu kavramını da ortaya çıkartmıştır. İnternet radyoları dünyada kendisini ilk 1994 yılında göstermiş ve radyo mecrasının erişimine büyük bir etki yapmıştır. O döneme kadar kısa – orta – uzun dalga ve FM bant aracılığı ile yayılan karasal radyo dalgaları ile analog olarak yayın yapan radyolar, yaşanan dijital dönüşümün ilk evrelerinde internet aracılığı ile sesin iletimi sayesinde küresel bir erişime ulaşmıştır. Radyoda yayınlanan sesin , ses dalgaları yerine data olarak internet aracılığı ile kitlelere ulaşması ile birlikte dünyada yeni bir radyo yayın türü ortaya çıkmıştır. İnternet radyoculuğu olarak adlandırılan bu radyo biçimi aynı zamanda dijital radyoculuğunda ilk evresi olmuştur. Bu çalışmada dünyada ve Türkiye’de yaşanan dijital dönüşümün radyo yayıncılığına olan etkileri internet radyoculuğu ve alt türlerinin örneklenmesi özelinde incelenmiş ve dijital dönüşümün geleneksel radyo yayıncılığına nasıl bir etkide bulunduğu betimlenmiştir. Radyo mecrasının dijitalleşme ile olan yakınsaması özelinde yapılan kavramsal ve literatür araştırmasına yazarın sektörel açıdan yaşadığı deneyimler de eklenmiş ve radyonun geleceğine yönelik öngörülerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Radyo, İnternet Radyoculuğu, Dijital Dönüşüm, Yakınsama, Radyonun Geleceği.

Abstract: The nineties, the first years of digital transformation, led to the emergence of a new concept in the world. Due to the fact that the sound has a smaller data size than the image, the internet, which enables the transfer of sound files in a digital environment, has also created the concept of internet radio. Internet radios first showed themselves in the world in 1994 and had a great impact on access to radio media. Until that period, the radios broadcasting analogously with terrestrial radio waves spread via short - medium - long wave and FM band reached a global access thanks to the transmission of sound via the internet in the early stages of the digital transformation. A new type of radio broadcasting has emerged in the world with the access of the sound broadcast on the radio via the internet as data instead of sound waves. This form of radio, called Internet radio, was also the first phase of digital radio broadcasting. In this study, the effects of digital transformation of radio broadcasting experienced in Turkey and in the World, have been addressed based on sampling of internet radio broadcasting and subspecies and how the digital transformation affected the traditional radio broadcasting has been described. The sectoral experiences of the author have been added to the conceptual and literature research conducted specifically for the convergence of the radio medium with digitalization and predictions were given with regard to the future of the radio.

KeyWords: Radio, Radio Broadcasting, Digital Transformation, Convergence, Future of Radio

DİJİTAL DÖNÜŞÜM EKSENİNDE KARASAL ERİŞİMDEN DİJİTALE GEÇİŞ YAPAN RADYO MECRASININ GELECEĞİ VE İNTERNET RADYOCULUĞU

1.GİRİŞ

Küresel dijitalleşme gün geçtikçe hız kazanmakta ve gelişmekte olan ülkelerde internetten faydalananların sayısı önemli artış göstermektedir. Bunun sonucu olarak, geleneksel radyo yayıncılığı internetten en fazla etkilenen platformlardan biri haline gelmiştir. Bu nedenle, radyo yayınları dijital hale gelmiş ve geleneksel radyo istasyonları da internetten yayın yapmaya başlamıştır.



Günümüzün baş döndüren teknolojik gelişmelerinin bir ürünü olarak internet radyoculuğu sayesinde dünya üzerindeki tüm radyo istasyonlarının yayınlarına internet üzerinden erişmek mümkün hale gelmiştir. Dolayısıyla dünya üzerinde kayıtlı tüm müzik eserlerine de internet üzerinden erişmek mümkündür. Bu gelişmeler, internet radyoculuğunun, karasal radyo yayıncılığının bir adım ötesine geçmesini sağlamıştır.

Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte kitle iletişim araçları farklı bir alana evrilmiş ve yeni bir boyut kazanmıştır. Bu süreçte yaşanan değişiklikler yayıncılıkta da farklı bir dönüşüme neden olmuştur. İnternet radyoculuğunun temelleri 1994 yılında atılmıştır. 1994 yılında Starwave şirketinin, yalnızca kendi çalışanlarına yönelik basit bir radyo yazılımı ile başlattığı internet radyoculuğu fikri geliştirilerek bu yayınların yalnızca şirket içi değil, internet bağlantısı olan herkes tarafından dinlenilmesi fikri ile geliştirilmiştir.

Bir anlamda fikir devrimi olan bu uygulama ile internet radyoculuğu büyük bir ivme kazanmıştır. Bu sistemin gelişmesi ile beraber karasal frekansların bir önemi kalmamış ve karasal frekans kullanmadan radyo yayını yapılmaya başlanmıştır. İnternet radyosu aracılığı ile internet üzerinden yayın yapan ilk grup Sky Cries Mary olmuştur. Bu gelişmenin ardından birbiri ardına üniversite radyoları yayın hayatına başlamıştır.

İnternet kullanıcılarının sayısı arttıkça, web üzerinden yayın yapan ve geleneksel medyadan farklı kanallar büyük ilgi görmektedir. Radyo artık geleneksel anlamda radyo olmaktan çıkmış, programların ne olacağını radyo programcılarının değil, dinleyicilerin belirlediği dijital bir araç haline gelmiştir. Daha fazla seçim, daha fazla demokrasi ve daha fazla etkileşim sunan dijital radyo yayınlarının sahip olduğu şu avantajlar özellikle dikkat çekicidir.

Günümüzde internet üzerinden yayın yapmak, radyoculuk için de önemli dönüm noktalarından biri olmuştur. İnternet üzerinden yayın yapan radyolar da gün geçtikçe artmaktadır. İnternet aracılığı ile yayın yapan istasyonlar, ya mevcut olan yayınlarını internette de yayınlamakta ya da sadece internet ortamında yayın yapmaktadırlar. Çalışma kapsamında da internet radyoculuğun ortaya çıkışı, gelişimi, özellikleri ve formatları değerlendirilecektir.

2. İNTERNET RADYOCULUĞUNUN TARİHÇESİ

İnternetin yaygınlık kazanması yeni bir iletişim ortamının doğmasını gündeme getirmiştir. Bununla birlikte teknolojik alanda yaşanan gelişmeler sayesinde medya çalışanları da bu gelişmelere ayak uydurur hale gelmiştir (Gönenç, 2004: 438). Bu kapsamda ortaya çıkan internet radyoculuğu da alternatif yayıncılık içerisinde değerlendirilir hale gelmiştir. Devlet radyoları ve özel radyoların dışında bir tür olarak kabul edilen alternatif radyolar kar amacı gütmemeleri özelinde değerlendirilmektedir.

Web yayıncılığı olarak da adlandırılan yeni multimedya yayınları, 1990 yılının ikinci yarısında öne çıkmıştır. Web yayıncılığı yoluyla ses, video, görüntü ve resimler gibi farklı veriler yayınlanabilir ve bu, radyo ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim cihazlarının yapısında da önemli değişiklikler ortaya çıkarmıştır (Kuyucu, 2014a: 6).

İnternet üzerinden ilk çevrimiçi canlı ses yayını Mart 1992'de ABD'de MBONE Audio Multicast olarak adlandırılan etkinlik ile gerçekleştirilmiştir. Bundan sadece bir yıl sonra ilk internet radyosu yayın hayatına başlamıştır (Wolk, 2016: 33). Carl Malamud tarafından 1993'te başlatılan Internet Talk Show'un internetin gelişimine öncülük ettiği kabul edilmektedir (Soydan, 2016: 346). Bu yayınlarda bilim ve teknoloji alanındaki kamuya açık figürlerin röportajları yer almıştır. 24 saat boyunca yayın yapan ilk radyo operatörü Radyo HK adı ile 1995'te yine ABD'de yayınlanmış, bağımsız müzik dinleyicilerine içerik sağlamaya odaklanmıştır (Wolk, 2016: 33). 1995'te NetRadio.com 1995'te internet aracılığı ile yayın yapan radyoların ilk ağı olmuştur. (Soydan, 2016: 346)

NetRadio.com ortaya çıkması ile herhangi bir harici donanım kullanılmadan sadece çevrimiçi olarak çalışan ilk radyo haline gelmiştir. Bir bakıma, NetRadio.com tamamen internet tabanlı radyo



istasyonları açısından öncü olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca ASCAP'den lisans alan çevrimiçi çalışan ilk radyo istasyonu olmuştur. Modern internet radyo istasyonlarının çoğu da NetRadio.com yolunu takip etmiştir (Kuyucu, 2019: 120-121) 1996'da Londra merkezli Virgin Radio ise Avrupa'nın tüm yayını internet üzerinden yapan ilk radyo olmuştur (Soydan, 2016: 346).

1994 yılında Starwave şirketinin kendi çalışanları için programlanan basit bir radyo yazılımıyla atılan internet radyosunun temelleri, daha sonra bu yayını internet bağlantısı olan her bilgisayara iletmesi ile büyük bir ivme kazanmıştır. Bu sistem sayesinde frekanssız ilk radyo yayını başlatılmış ve *Sky Cries Mary* internet üzerinden ilk grup yayını oluşturulmuştur. Kısa bir süre sonra, üniversite radyoları yayınlarını internet üzerinden sürdürmeye başlamıştır (Kuyucu, 2014a: 4).

Bu süreçte geleneksel radyo istasyonlarının birçoğu programlarını bir ağ üzerinden paralel yayınlamaya başlamıştır. 1998'e gelindiğinde internet üzerinden yayın yapan radyo istasyonu sayısı 1500'e ulaşmıştır. İnternet radyoculuğunda 1997'de MP3 formatının icadı ise önemli bir dönüm noktası olmuştur (Wolk, 2016: 33).

2000'lerin başlarında, birçok dinleyici bilgisayarlarından en sevdikleri radyo istasyonlarına erişebilir hale gelmiştir. Bu başkalaşım internet yayıncılığı gerçeğini ortaya çıkarmış ve radyo yayıncılığı internet sayesinde yeniden popüler hale gelmiştir. Bu da büyük ölçüde internet teknolojisindeki gelişmeler sonucunda ortaya çıkmıştır ve bu kapsamda internet yayıncılığı söz konusu olduğunda iki faaliyetten bahsedilmektedir. Bunlardan ilki, herkesin kendi radyosunu başlatmasına izin veren çevrimiçi yayıncılık, diğeri ise internet üzerinden yayın yapmaya başlayan radyo istasyonlarıdır. Radyo teknolojisinde daha önce olduğu gibi rekabet, internet yayıncılığında da güncel bir konu haline gelmiştir (Kuyucu, 2014a: 4).

Radyo teknolojisinde geçmiş yıllardaki rekabet, internet radyoculuğunda da gündeme gelmiştir. Duraksız medya teknolojisi ilk olarak QuickTime yazılımı ile Apple tarafından tanıtılmıştır. Ancak QuickTime sınırlı bir topluluk dışında çok etki gösterememiştir. Bu teknolojiyi yaygınlaştıran ilk uygulama ise yaratıcı özellikleri ile Real Audio olmuştur. Daha geniş bir kitle tarafından takip edilen Real Audio sesin internet üzerinden duyurulmasını sağlamıştır. Geçen süreçte ise Microsoft Windows Media Player adıyla yeni ürünü ile ilgili ciddi bir pazar araştırması ve tanıtım yaparak kullanımını teşvik etmiştir (Heberlein, 2002: 5-6).

Günümüzde küreselleşmenin yayılması ve evrensel internet erişim çağının başlaması ile birlikte dünya çapında 300 bin internet radyosunun olduğu kabul edilmektedir. Ortalama olarak her 15 dakikada bir radyo internet üzerinden yayına başlamaktadır. Son yıllarda, birçok büyük radyo istasyonu programlarını sadece ağda yayınlamakta ve geleneksel radyo ile rekabet edebilmektedir. Bunun bir örneği de 200'ün üzerinde müzik kanalı, 450 üzerinde klasik ve caz müzik yayını sunan Live 365 istasyonudur (Wolk, 2016: 42).

3. İNTERNET RADYOCULUĞUNUN GENEL ÖZELLİKLERİ

AM, FM karasal yayınlarla ya da kablolu yayın ile ulaşılan geleneksel radyolar dışında internet bağlantısı ile yayın akışı sağlayan radyolar internet radyosu olarak tanımlanmaktadır. Bu yayınlar bazı akış biçimleri kullanarak gerçek zamanlı yayın gerçekleştirilmektedir (Soydan, 2016: 340). Ancak günümüzde internet yayıncılığı söz konusu olduğunda, internet üzerinden yayın yapan istasyonlar dikkate alınmaktadır. İnternet radyosu sayısı arttıkça o ortama olan ilgi daha popüler hale gelmiştir.

İnternet radyosu, web-net-radyo olarak da isimlendirilmektedir. Buna göre internet radyoculuğunda gerçek zamanlı olarak internet üzerinden akışla ses dosyalarının iletimi ve alımı söz konusudur. Bu anlamda internet radyosu, hem internette canlı olarak yayınlanan geleneksel radyo



istasyonları hem de sadece internette faaliyet gösteren internet radyo istasyonları tarafından işletilen çevrimiçi işletmelerdir (Wolk, 2016: 32). Soydan (2016: 346) internet radyoculuğunu geleneksel radyonun gerçeğe yakın bir simülasyonu olarak nitelendirilerek, "internette herhangi bir lokasyonda bulunan bir sunucudan radyo yayınının veya ses dosyalarının aktarımı yoluyla şeklinde kullanıcıya, bilgisayarında bulunan bir program üzerinden veya kullanıcının sahip olduğu bir internet radyo alıcısı tarafından ulaşması işlemi" olarak tanımlamıştır.

Priestman, sayısal iletim teknolojisinin iki yönlü niteliğini vurgulamaktadır. Buna göre ilk nokta radyo yayınlarını ulaştırmada DAB, DRM, Kablo ya da internet gibi hangi tekniğin kullanılacağına karar verilmesidir. İkinci nokta ise kültürel, siyasi ve ekonomik açıdan sosyal yapıya işaret etmektedir. Dolayısıyla bir kavram olarak radyo yayıncılığının kolektif olarak kullanılıp kullanılmayacağı önemlidir. Çünkü her yayın tekniği radyo yayıncılığı açısından kendi yayın kapsamı ile gelmektedir. Bununla birlikte Black, ses sinyallerinin internet üzerinden yayılmasının radyo olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini sorgulamıştır. Menduni ise herkesin yayıncı olabileceğini aynı zamanda radyo istasyonlarının da internet üzerinden zaman ve uzam kısıtlarını kırabileceğini belirtmiştir (Özel, 2014: 177).

İnternetin bir iletim tekniği olarak kullanılmasına dayanan internet üzerinden radyo yayıncılığı aracılığı ile yayınların ulaştırılması ve tüketilmesinde, oldukça esnek modların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durum üretim ve tüketim kalıplarında yeni tip olasılıkları gündeme getirmektedir. İnternet radyosu, dijital radyo, podcast radyo gibi türlü tanımlamalar altında sunulan hizmetlerin verildiği internet bir iletim ortamı olarak düşünüldüğünde, radyo yayıncılığı iki türe ayrılır: Geleneksel (karasal) yayın gerçekleştiren radyo istasyonlarının internet yayınları ve sadece internet üzerinden dinleyicilere ulaşan radyo yayınları. (Özel, 2014: 178).

Günümüzde bireyler internet sayesinde kendi radyo istasyonlarını kendileri kurmaktadır. Böylece kendi programlarının hem üretim aşamasında hem tüketim aşamasında bulunarak pasif konumdan aktif konuma geçmektedirler. Bu durum radyonun, bireye has bir kültürden oluşmasını da ortaya çıkararak radyoyu bireyselleştirmektedir.

İnternet radyoculuğunun en önemli avantajı kuşkusuz dünya çapında mevcut olan kanal çeşitliliğidir. Bu tür kitle iletişim araçlarının en büyük gücü olan İnternet radyosu çeşitliliği, tür sınıflandırmalarının çok ötesine uzanır ve pop, klasik rock veya diğer jenerik müzik türlerine odaklanmadığı için daha fazla insanın zevklerine hitap edebilir. İnternet radyoculuğu ile yeni dalgadan rap müziğe kadar her şeyi dinlenebilir (Kuyucu, 2019: 122).

İnternet radyoculuğunda önemli diğer bir avantaj da dinleyicilerin daha az reklama maruz kalmasıdır. Bir İnternet radyo istasyonunu sürdürmenin maliyeti yüksek olmakla birlikte, karasal bir radyoyu çalıştırmak çok daha pahalıdır. Bu nedenle AM / FM kanalları teknik bakım ve telif ödemek için para kazanmak zorundadır. Bu nedenle genellikle reklam yayınlamak zorundadır. Karasal radyo istasyonlarıyla karşılaştırıldığında, internet tabanlı radyolar reklamlara daha az bağımlıdır (Kuyucu, 2019: 122)

İnternet radyoculuğunda ilk şart internet bağlantısının bulunmasıdır. İnternet aracılığı ile yayın yapan radyoların dinlenmesinin ilk yolu bir bilgisayar ya da mobil cihazdan radyonun web sitesine girerek canlı yayın linkine tıklamaktır. Ayrıca radyo ağları üzerinden bağlanmak da mümkündür. Bu konuda ikinci yol da tabletler ve akıllı cep telefonları aracılığıyla radyonun uygulamasını indirerek radyo yayınlarına ulaşmaktır. Son olarak piyasaya sürülen internet aleti de internet bağlantısına ihtiyaç duymaksızın radyo gibi taşınabilir olmasıdır (Soydan, 2016: 347).

Gelişmiş ülkeler tarafından yeni bir yayın tekniği olarak düşünülmesi gereken internet yayıncılığı, sadece radyo yayınları için değil, televizyon yayıncılığı için de popüler bir teknoloji haline



gelmiştir. Bu teknoloji ile yapılan yayınlarda, yerellik ve bölgecilik yerine küresel yayıncılık kavramı öne çıkmaktadır (Kuyucu, 2014a: 4).

İnternet radyosu, karasal radyo yayıncılığında olduğu gibi program yayını, canlı yayın gibi içerikler üretebilmektedir. Bilgisayarlar, tabletler ve son dönemde kullanımı hızla artan cep telefonlarıyla dinlenebilen internet radyolarında yaşanabilecek en olumsuz olaylar internet bağlantısında yaşanan kesintiler ve ses kalitesinin düşüklüğü gelmektedir. Bu radyo yayınları radyo yayını yapan kişi, kurum ve kuruluşun kendi internet sitesi üzerinden dinlenebildiği gibi Türkiye ve dünyada eşine sıkça rastlanılan çeşitli radyo ağları üzerinden de canlı veya podcast denilen bant kayıtlar şeklinde dinlenebilmektedir (Yazıcı, 2019: 106). Ancak her geçen gün internet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler beraberinde internet hızının da artmasına olanak tanımaktadır. 3G ile mobil ortamda, fiber internet ile sabit ortamlarda internet radyo dinlemek daha da kolaylaşmıştır. Günümüz teknolojik şartlarında kesintisiz ve 44,1 khz yüksek ses kalitesinde internet radyo dinleme olasılığı da ortaya çıkmıştır.

İnternet radyoculuğu ile radyo ağları da gelişmiştir. Dünya üzerindeki tüm geleneksel radyo frekanslarını ve internet yayınlarını bir çatı altında barındıran en önemli platform TuneIn'dir. TuneIn'in, web sitesi olan "tunein.com" web adresinden de çevrimiçi olarak radyolar dinlenebildiği gibi; akıllı cep telefonları başta olmak üzere 200'den fazla cihazdan da dinlenebilmektedir (Soydan, 2016: 347). TuneIn günümüzde internet aracılığı ile radyo dinlemek isteyenlerin başvurduğu en gelişmiş küresel dijital radyo platformudur.

İnternet radyoculuğunda önemli konulardan biri de web üzerinden dinleyicilere ulaşan radyo yayınlarının FM ve AM karasal frekanslar olmaksızın sadece ağ ile sınırlı olmasıdır. Hem geleneksel radyoların internet yayınları hem de web üzerinden yayın yapan bağımsız internet kanallarında genel eğilim; etkileşimli olmayan bir çalma listesinin dinleyicilere ulaştırılmasıdır. (Özel, 2014: 179).

Özel (2014:179) karasal frekansta yayın yapan radyoların web üzerinden yayınları ve sadece internet üzerinden yayın yapan kanallar için geçerli olan dijitalleşmenin beş farklı karakteristiği şöyle aktarmıştır:

- ✓ Yakınsayan görsel işitsel metinler ile basılı metinlerin dijital bir çoklu ortam platformudur.
- ✓ Etkileşimlidir.
- ✓ Küresel bir araçtır.
- ✓ 24 saat erişim olanaklı bir veri tabanından talep halinde ulaşılmaya imkan tanır,
- ✓ Birbirine bağlı ağlardaki sanal çevrim içi topluluk ağıdır.

Öte yandan internet radyoculuğunun sahip olduğu en önemli avantajları ise şöyle sıralanabilir:

- ✓ Geleneksel radyo yayıncılığı için hem teknik hem de yasal düzenlemeler anlamında çizilmiş olan yayın sınırlarının aşılması, yayınların daha fazla dinleyiciye ulaştırılmasının önünün açılması
- ✓ Geleneksel radyo yayın alıcıları dışında bilgisayar, tabletler, akıllı telefonlar gibi farklı platformlardan dinleyiciye ulaşılabilmesi. Böylece erişimin daha da artması ve karasal frekanslarla ulaşılabilen coğrafyaların ötesine geçebilme.
- ✓ Destekleyici ve tamamlayıcı bir unsur olarak görsel malzemelerin kullanılabilmesi Dinleyici ile doğrudan ve daha etkili iletişim. Müzik albümleri, program yapan yapımcılar ve benzeri kişi ve varlıklar ile ilgili görsel paylaşılarak, karasal radyonun "sesi hayale çevirme" özelliğini "ses ile görselliği aynı anda sunması" özelliğine çevirmesi.



- ✓ Dinler kitle profiline daha net belirlenebilmesi Geleneksel yayınların eş zamanlı olarak aktarılmasının yanında dinleyiciye yayın içeriği arşivinin sunulabilmesi Dinleyici ihtiyaçlarına göre içeriğin özelleştirilebilmesi. Karasal yayın yapan radyolarda dinleyici hakkında ki bilgiler sadece anketlerle tahmini olarak belirlenebilirken, internet radyolarında o anda kaç kişinin radyoyu hangi coğrafyalardan dinlediğini görmek mümkündür. Ayrıca istatistiki olarak hangi program ve müzik türünün daha fazla dinlendiğinin net olarak sayılarla ifade edilebilen bir mecra olan internet radyosu, karasal radyolardan daha net ölçülebilen bir mecradır.
- ✓ Radyolar için güçlü ve etkili tanıtım kitlerinin oluşturulabilmesi. İnternet radyonun net ölçülebilmesi özelliği sayesinde demografik kitlelerin tanımlanması da mümkündür. Bu özelliği internet radyolarına reklam veren ajans ve reklam markalarının hedeflediği demografik kitleye direkt ulaşmasında avantaj sağlar. Buda reklam kampanyalarında ve ürün pazarlamasında yeni fırsatların ortaya çıkmasına imkan sunar.

İnternet radyoculuğun yaygınlaşma nedenlerinden biri radyo istasyonları kurmak için gerekli olan maliyet faktörüdür. İnternet, diğer araçlardan çok daha ucuz bir iletişim platformudur. İnternet üzerinden radyo istasyonu kurmak için gerekli tek cihaz bilgisayar ve ağ bağlantısıdır (Kuyucu, 2014a: 6). Çünkü internet radyoculuğu, bilgisayar kullanabilen herkesin basit programlar aracılığıyla şahsi radyosunu kullanabilmesine olanak vermesi ile ön plana çıkmaktadır. Hızlı ve kesintisiz bir internet bağlantısı ile radio stream altyapısı ve radyo yayın içeriği bu iş için yeterlidir. Böylece internet teknolojisi radyo ile buluşmakta ve hem maliyet hem külfet hem de istihdam açısından oldukça düşük değerlerle yayıncılığın önü açılmaktadır (Yazıcı, 2019: 106).

Çevrimiçi yayın yapmanın maliyet açısından pek çok avantajı vardır. Birincisi, internet radyosu kurmak ve yayını sürdürmek geleneksel radyodan daha ucuzdur. Bunun yanı sıra, internet radyosu dinleyicilerine yayınları sırasında ekstra bilgi sunmakta ve böylece dinleyicileri arasındaki iletişimi geleneksel radyoların izleyicilerinden daha aktif hale getirmektedir. Karasal yayın yapan radyoların artık neredeyse tamamı kendi internet siteleriyle paralel aynı anda yayın yapmaktadır. Yayın sırasında dinleyiciler tarafından mesajlar veya istekler alınabilir ve gün içinde diğer programların yayın saatleri gibi hava durumu, trafik bilgileri ve benzeri uygulamalar gibi destekleyici etkileşimli uygulamalar sunmaktadır. Sosyal medya aracılığı iletiler gönderenler anında iletileri radyoya ulaştırırken yine internet radyolarında bir chat penceresi ile o an yayında olan kişi ile canlı çevrim içi sohbet etme fırsatını da yakalamaktadır. Radyo kanalları yayınlarıyla ilgili her türlü veri ve belgeyi dinleyicilerden almaktadır. Karasal frekanslardan yayın yapan geleneksel radyo kanalları reytinglerini, programları ve kanalları hakkında dinleyici geri bildirimini araştırma şirketlerine yaptırdıkları maliyetli anketlerle öğrenmektedir. Ancak, internet radyoları bunu aksine yayın yaptıkları sunuculardan (server) aldıkları dijital raporlarla yüzde sıfır sapma ve sıfır maliyetle anında öğrenebilmektedir.

İnternet yayıncılığı, sadece analog vericiler tarafından ulaşılmayan bölgelere daha hızlı ve daha kolay iletişim olanakları sağlamakla kalmaz, aynı zamanda verici sınırlamasının üstesinden gelecek yayın ağını sınırsız kılar.

İnternet radyosu yayınları, müzik tabanlı yayınlar açısından geleneksel radyolara benzese de; diğer bazı faktörler bu iki ortam arasında bazı farklılıklar ortaya koymaktadır. Buna göre, internet radyosu yayıncılığının ve geleneksel yayıncılığın farklı yönleri alternatif radyolar açısından şu şekilde açıklanabilir (Kuyucu, 2014b: 9-10):

- ✓ *İzleyici Açısından:* Geleneksel radyolar genel bir kitleye hitap ederken, internet radyolarının takipçileri sınırlıdır ve daha odak gruplara hitap eder.



- ✓ *Yönetim Açısından:* Geleneksel radyolar kamu veya özel sektör tarafından kurulurken, internet radyoları genellikle tekel yayınına karşı kurulmuş kar amacı gütmeyen yayınlardır.
- ✓ *İletişim Açısından:* Geleneksel radyolar dikey iletişim sağlarken, dinleyiciler internet radyolarına daha kolay erişilebilir.
- ✓ *İçerik açısından:* Geleneksel radyolar daha geniş kitlelere hitap ederken, internet radyoları farklı etnik kökenlere, mesleğe veya bölgeye hitap edebilir.
- ✓ *Altyapı Açısından:* Geleneksel radyoların kurulması yüksek maliyetler gerektirirken, internet radyoları basit bir yazılım, internet bağlantısı ve mikrofon gerektiren daha az maliyetli yayınlardır.

İnternet radyo istasyonlarının ortaya çıkmasıyla ortaya çıkan en önemli değişiklik, dinleyicilere o anda istediklerini dinleme yeteneği veren seçim gücü olmuştur. Kişiselleştirme internet tabanlı radyo istasyonlarının büyümesine olanak tanımış ve daha etkin radyo ortamı yaratmıştır (Kuyucu, 2019: 118).

Klasik radyo ve internet radyo arasındaki fark sadece teknolojik faktörlerden oluşmamaktadır. Dünyanın birçok ülkesinde internet aracılığı ile yayın yapmak yasalarla düzenlenmemiştir. Her şeyden önce, geleneksel radyoda olduğu gibi lisans başvurusuna da gerek yoktur. İnternet herkes için ortak bir ortamdır ve dünyadaki herkes bunu kullanabilir. Benzer bir konu program içeriğinin düzenlenmesidir. Örneğin, bant reklamın uzunluğu konusunda herhangi bir kısıtlama yoktur (Wolk, 2016: 39). Ancak internet aracılığı ile yayın yapan radyoların sayıca artması ortaya bir denetleme sorununu da çıkartmıştır. Özellikle vergi ve içerik konularının denetlenmesi geleneksel medyada olduğu gibi dijital medyada da önemli bir tartışma konusu olmuştur. Bu nedenle Türkiye’de RTÜK şirketlere bağlı olarak yayın yapan internet radyolarının lisans başvurusunda bulunması için bir yasa çıkartmıştır. Bu yasaya göre şirketlere bağlı yayın yapan bir internet radyosu için on yıllık bir lisanslama süresi ve toplam 10 bin liralık lisans bedeli ödenmesi kanunla koşul olarak tanımlanmıştır. Bu vesile ile RTÜK ticari faaliyetlerde bulunan internet radyolarını kayıt altına alarak onları denetleme imkanı da bulmaktadır.

İnternet radyolarının bağımsız ve özel doğası bu yayınların dar gruplara yönelik yayın yapmasına da olanak tanımaktadır. Örneğin film müziği, dini yayınlar gibi dar alandaki konular internet radyoculuğu ile dinleyicilere ulaşabilmektedir. Özetle, geleneksel radyo istasyonları geniş bir yelpazeye, iyi ses kalitesine sahiptir, ancak test edilmiş ve kanıtlanmış teknoloji ve alıcılara ilişkili marjinal maliyetler için uygun değildir. Ancak internet yayıncılığı sınırsız menzilli bir iletişim şeklidir (Wolk, 2016: 41).

Çeşitlilik Geniş ürün yelpazesi İçerik çeşitliliğinde artış Dinleyicilerin ihtiyaçlarına uygunluk	Daha kısa reklam kuşakları Her saatte 3 veya 4 reklam kuşağı Daha kısa reklam (30 sn.) Dinleyici için daha kısa kesinti, reklam veren için daha fazla etki
Her yerden ulaşım Bağlantının olduğu her yerden ulaşım Cihaz çeşitliliği Bugün radyo dinlenebilen cihaz 10 yıl öncesine göre 3-4 kat fazla	Kişiselleştirme Şarkı atlama Sanatçı atlama Durdurma/yeniden dinleme Sosyal medyada müzik paylaşımı

Günümüzde radyo kanallarının hemen hemen tamamı kendilerine ait veya başka platformlardaki web siteleri ile eşzamanlı yayın yapmaktadır. Programın yayını süresince dinleyicilerden mesaj ya da istek alınabilmekte, gün içerisinde yayınlanacak diğer programların yayın saatleri ve içerik bilgisi, hava durumu, yol bilgisi ve benzeri bilgiler de paylaşılabilmektedir.

İnternet radyoculuğu aracılığı ile karasal vericilerin ulaşamadığı noktalara çok daha hızlı ve sağlıklı ulaşabilme imkânı doğduğu gibi verici sayısındaki sınırlama aşılma ve yayın ağı sınırsız hale gelmektedir. Genel bir değerlendirme ile internet radyoculuğunun gelişmesi radyonun son altın çağı olarak da nitelendirilmektedir. Buna göre internet radyoculuğunun sağladığı özellikleri şu şekilde özetlemek mümkündür (Abhary, 2012: 4):

3. İNTERNET RADYO TÜRLERİ VE YAYIN FORMATLARI

Bugün gelinen noktada radyo yayıncılığı 5 ana kategori içerisinde sürdürülür hale gelmiştir (Abhary, 2012: 27).

Yayın Modeli	Alt Kategori	Tanım
MüzikListesi	OnDemand	Genel şarkı seçimi
Oluşturulan Siteler	Servisler:	Yüksek telif hakkı gideri Ücretsiz modeller Reklam çok az bir kitle tarafından kabul görür Müzik dışı içerik çok az ya da yoktur Dinleyici kendi müziğini kendi seçer, uzmanların bir etkisi olmaz
Radyo	Ana yayıncılar	Karasal yayının dijitale uyarlanması Klasik dinleme deneyimi Araç teybine benzer
	Toplayıcılar:	Ülke veya dünya çapındaki binlerce radyo arasından seçim şansı Klasik dinleme deneyimi Seyahatçiler için ideal bir iletişim Çok seçenek olmasından kaynaklanan seçim problemi
	Kişisel Radyo:	Dinleyici tercihinin göre belirlenen müzik seçimi, Sınırlı müzik dışı içerik Radyo olup olmadığı tartışmalı
	Rich Radyo:	Radyonun müzik küratörlüğü ve aracılık yapan doğal yapısını destekler Birçok müzik türünü barındırarak en geniş dinleyici kitlesini yakalar Zenginleştirilmiş dinleme deneyimi



Jedrzejewski'ye göre, modern bir internet radyosu aşağıdaki hizmetleri sunabilmektedir (Wolk, 2016: 43):

- ✓ Radyo Akışı - FM veya AM yayınının paralel iletimi;
- ✓ Web Yayını - İnternet üzerinden radyo programları akışı
- ✓ İstek Üzerine Radyo- belirli bir zamanda radyo dinlemeye izin veren ayrı programlar veya yazılım paketleri
- ✓ e-Radyo - Radyo ile zenginleştirilmiş - müzik veya diğer programla ilgili ürünleri indirme veya kopyalama seçeneği ile radyo, Web radyo akışı veya katma değerli, örneğin Web sitelerine veya bilgilere bağlantılar içeren akış;
- ✓ i-Radio - dinleyicilerin içerik hakkında karar verdikleri ve kullanımı kolay ara yüzler aracılığıyla program sipariş ettikleri interaktif radyo. Dinleyiciler, bireysel öğelerin kendi radyo programlarını "oluşturabilir" (müzik tarzı, hizmetlerin sayısı ve sıklığı ve süresi, hava durumu, yerel veya genel, radyo sürücüleri, SCN, vb.). Böyle bir "kişisel radyo istasyonu", alıcının ayrı zevklerini yansıtan bir hizmet sunmak da dahil olmak üzere her bir dinleyicinin profili tarafından manuel olarak kontrol edilebilir;
- ✓ Blog – Radyo (wiki-radyo olarak da bilinir), kullanıcının programın kendisini oluşturduğu ve yeni bir topluluk oluşturduğu;
- ✓ Podcasting (Pod Radio)
- ✓ Küng vd. internet radyosunu dört farklı kategoriye ayırmıştır: (Silva vd., 2017)
- ✓ İçeriğin tipik olarak dinleyicinin cihazına gerçek zamanlı olarak iletildiği internet akışı radyosu (bu makalenin odak noktasıdır)
- ✓ İsteğe bağlı ses olarak da bilinen zaman kaydırmalı akış radyosu;
- ✓ Dinleyicilerin içeriği cihazlarına indirdiği zaman kaydırılmış indirilmiş radyo;
- ✓ Kullanıcıların belirli bir içerik türünü seçmesine izin veren karma hizmet.

4. TÜRKİYE'DE İNTERNET RADYOCULUĞU

Türkiye'de internet yayıncılığı dünyadaki gelişmelere paralel bir seyir izlemiştir. İnternet üzerinden ilk radyo yayını 8 Temmuz 1996'da Radyo ODTÜ tarafından gerçekleştirilmiştir. Sadece internet üzerinden yayın yapan ilk radyo istasyonu ise Onur Engin ve İlke Şahin tarafından Nuist adıyla 2004'te yayın yapmaya başlamıştır (Kuyucu, 2014b: 10).

İnternet teknolojilerinin gelişmelerine paralel olarak karasal yayın yapan radyo kanalları önce kurumsal veriler içeren web siteleri kurmuştur. Daha sonra yayınlarını bu internet siteleri üzerinden iletmeye başlamışlardır ve Hem Türkiye'de hem de dünyada radyo kanalları 7/24 yayınlarını doğrudan internet ortamına aktararak çevrimiçi yayın yapmaya başlamıştır (Kuyucu, 2014b: 43).

Radyo kanalları karasal yayınlarını internet üzerinden dinleyicileriyle doğrudan paylaşarak internet radyoculuğunun gelişimine katkıda bulunmuşlardır. Real Audio tarafından başlatılan ilk internet yayınında, daha sonra merkezi Almanya'da bulunan Shoutcast adlı şirketin verdiği hizmet eklenmiştir. Günümüzde hala pek çok radyo kanalı Shoutcast'ın hizmetinden faydalanmaktadır. İnternet üzerinden yayın yapmak popüler hale geldikçe, kurumsal radyo kanalları kendi sunucularını kurarak ve kendi altyapıları ile yayın yapmayı da tercih etmişlerdir. Türkiye'deki radyo kanallarının çevrimiçi yayınları 1000 ile 5000 kullanıcı kapasiteli sunucular üzerinden yürütülmektedir. 5000 dinleyicinin aynı anda erişebildiği yayınlar, karasal radyo yayınlarına bir alternatif haline gelmiştir (Kuyucu, 2014b: 43).



Türkiye’de hem kullanıcı sayısı hem de içerik bakımından son dönemde oldukça rağbet gören internet ortamından yapılan yayınlarla ilgili yasal düzenleme ise 10103 sayılı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun”udur. Bu kanun; 4.5.2007’de kabul edilerek ve 23.5.2007 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Söz konusu yasa ile internet ortamında yapılacak yayınlar, Ulaştırma Bakanlığı’na bağlı Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı’ndan alınacak izinlere tabi tutulmuştur (İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, 2007).

Türkiye birçok ülke uygulaması dışında 21 Mart 2018 tarih ve 6112 sayılı kanun ile yayın hizmetlerinin internette sunumu konusunda yeni düzenlemeleri hayata geçirmiştir. Buna göre internet yayın platformlarına da lisans zorunluluğu getirilmiş, bu konuda lisans konusunu düzenlemek için Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nu görevlendirmiştir. Bu kapsamda hazırlanan “Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik 1 Ağustos 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanmış ve hizmet sağlayıcılara kapsamlı yükümlülükler getirmiştir.

6112 sayılı Kanun’a 21.03.2018 tarihinde yapılan değişiklikle 29/A maddesi eklenmiştir. Buna göre televizyon, radyo ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini internet üzerinden iletmeye tahsis edilmiş internet platformları RTÜK’ten lisans almak zorundadır. Bu yayınları internet ortamından iletme faaliyetini yürüten platform işletmecilerine de yayın iletim yetkisi alma mecburiyeti getirilmiştir. Bu hizmet sağlayıcılar ve platform işletmecileri 2020li yıllarla beraber 5651 sayılı kanun hükümlerine uygun olarak internet ortamında yayın yapabileceklerdir. Bu düzenleme, ifade özgürlüğünün sınırlandırılması başta olmak üzere birçok tartışmayı beraberinde getirmiştir. Bu düzenlemeyle RTÜK, BTK’dan sonra internet rejimi ile ilgili en önemli kurum haline gelmiştir.

5. İNTERNET RADYOCULUĞUNA RADYO DİNLEME ALIŞKANLIKLARI

Tüm dünyada radyo dinleme alışkanlıkları, özellikle radyonun altın çağını da dikkate alırsak toplumların sosyolojik gelişmelerine ve ihtiyaçlarına paralel olarak değişiklik göstermiştir. Özellikle II. Dünya Savaşı sırasında propaganda, enformasyon ihtiyacı gibi nedenlerle artan radyo dinleme alışkanlığı, televizyonun icadı ile beraber düşmeye başlasa da, radyonun yalnızca kulağa hitap eden bir araç olması, teknolojisinin ucuz ve yaygın olması, yayın maliyetinin düşüklüğü gibi özellikleri nedeniyle günümüzde de önemini korumaya devam etmiştir.

Radyo dinleme alışkanlığı ile ilgili önemli gelişmelerden biri de kuşkusuz internet teknolojilerinde yaşanan baş döndürücü gelişmelerdir. İnternetin yaygınlaşması ile birlikte radyo-bilgisayar birlikteliği ortaya çıkmış ve bu ikili için yeni kullanım biçimlerine olanak tanınmıştır. Bu sayede geri bildirim imkânı ortaya çıktığı gibi zaman-mekân bağımsızlığı bireylere kontrolü eline alma ve böylece dinleyici alışkanlıklarının değişmesine yol açmıştır (Kuyucu, 2017: 270). Radyo yayınlarında mobilleşme ile beraber dinleyiciler mobil cihazlarından radyo yayınlarına ulaşmaya başlamış ve radyo yayıncılığı ve internet birbirinden ayrılmaz bir bütün haline gelmiştir. Kısacası internetin radyo dinleme alışkanlıklarını ciddi biçimde değiştirmesi, sadece dinleyici değil katılımcı dinleyici olgusunu ortaya çıkarmış, başka bir ifade ile radyo dinleyicileri mobilleşmiştir.

İnternetin radyo dinleme alışkanlığı üzerindeki etkileri farklı birçok özellik sunan radyo uygulamaları ile de değişime uğramıştır. Dünyada Tune In, iTunes ve Pandora Radio gibi örnekleri bulunan uygulamaların Türkiye’de de popüler hale gelmiş, ayrıca Türk yazılımcılar tarafından geliştirilen radyo uygulamaları da ortaya çıkmıştır. Bunlara örnek olarak hem Android hem de IOS tabanlı geliştirilen Radyo ve Radyo Kulesi adlı uygulamaları gösterebiliriz. Bu uygulamaların yanında



Spotify ve Apple Music 'te dijital müzik servislerinde dinleyicilere sevdikleri şarkılardan oluşan radyo listesi oluşturma imkanı sunmuştur. Apple Music ise 24 saat yayın yapan , Music 1, Music Hits ve Music Country adında üç tane internet radyosu kurmuştur. Bu nedenle özellikle gençlerin radyoyu müzik dinleme aracı olarak konumlandırması ile mobil cihaz uyumlu müzik platformlarının radyo yayıncılığına alternatif platformlar oluşturduğunu da belirtmek gerekir (İnal, 2017: 69).

Dinleyicilerin radyo dinleme alışkanlıklarına yönelik RTÜK (2007)'ün yürüttüğü araştırmada, radyo yayınları büyük ölçüde karasal frekanslardan yayın yapan radyo alıcısından takip edildiği açıklanmıştır. 2007 yılında internetten radyo dinleme oranı yüzde 5-10 düzeyinde olmuştur. Ancak bu oranlar son yıllarda önemli ölçüde artış gösterme eğilimindedir. RTÜK tarafından 2014 yılında açıklanan Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması Türk halkının radyo dinleme konusundaki genel eğilimlerini bir kez daha ortaya koymuştur. Buna göre 21-25 yaş aralığındaki gençler en fazla radyo dinleyen kitle olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca eğitim ve gelir seviyesi arttıkça radyo dinleme oranı da artmaktadır. Radyo en fazla evde ve araçta dinlenirken, mobilden radyo dinleme oranı da artma eğilimindedir. Ayrıca Türkiye'de çok sık radyo dinlediğini belirtenler İç Anadolu bölgesinde yaşamaktadır. (RTÜK, 2014: 29-34).

Nielsen'in 2019 yılında gerçekleştirdiği radyo dinleme alışkanlıkları araştırmasında 12-24 yaş aralığında olan gençlerin yüzde 16'sının internet üzerinden radyo dinlediğini açıklamıştır (Nielsen,2019).

RTÜK'ün 2019 yılında gerçekleştirdiği "Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması" verilerine göre radyo yayınlarının en fazla takip edildiği cihazın yüzde 47,8 cep telefonu olduğu kaydedilmiştir. Cep Telefonunu sırasıyla araç radyosu, televizyon, klasik radyo, bilgisayar ve tabletler takip etmiştir. (RTÜK,2019).

Eken ve Gezmen (2020) üniversite öğrencilerinin yüzde 43,9'unun radyoyu mobil mecralardan ve akıllı telefonlardan internet aracılığı ile dinlemeyi tercih ettiğini tespit etmiştir.

Tüm araştırmalar radyo mecrasının internet ortamında ve mobil araçlar vasıtasıyla dinlenmesinde ciddi artışların olduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Dünyada dijital dönüşüm her geçen gün hız kazanmaktadır. Bu nedenle internetin olanaklarından yararlananların sayısı da artış göstermektedir. Geleneksel radyoculuk da internetin yaygınlaşmasından en fazla etkilenen alanlardan biri olmuştur. Bu sayede radyoculuk da dijitalleşmiş ve geleneksel radyolar da internette yer almak zorunda kalmıştır.

2000'lerin başında birçok dinleyici favori radyo kanallarına bilgisayarlar aracılığıyla ulaşabilir hale gelmiştir. Bu durum internet radyoculuğu gerçeğini ortaya çıkarmıştır. İnternet sayesinde radyoculuk yeniden popüler hale gelmiştir.

İnternet teknolojilerinin yayıncılığa olan etkisinin gelişmesi ile beraber iki türde internet radyoculuğu ortaya çıkmıştır. Bunlardan birincisi herkesin kendi radyosunu kurmasına olanak veren ve sadece internet üzerinden yayın yapan internet radyoları, ikincisi ise mevcut karasal frekanslardan yayın yapan radyo kanallarının internet üzerinden yapılan yayınları olmuştur.

İnternet üzerinden yayın maliyetinin düşük olması ve kapsadığı alan ile internetin yayıncılık hayatına girmesiyle birlikte radyolar da bu sistemi deneme yoluna gitmişlerdir. Frekans yayıncılığı ile geniş dinleyici kitlelerine ulaşmayı hedefleyen radyo yayıncılarının interneti kullanarak hem zaman hem de maliyet açısından avantajlar sağlaması, internet üzerinde yayın yapan radyoların sayısını arttırmıştır.



İnternetin radyoların yayın hayatına girmesiyle birlikte sağladığı kolaylıklar ve getirdiği yeniliklerde internet radyolarının sayıca artmasına neden olmuştur. Radyolar yayın ağı itibarıyla dinlenme oranlarını en yüksek seviyeye getirmeyi planlarken, farklı zevklere hitap eden çok sayıda internet radyosu ile daha geniş kitlelere ulaşmayı da hedeflemektedirler.

Belki karasal vericiler ve uydu yayınları radyo işletmelerinin bu hedeflerine ulaşmalarında yardımcı olmaktadır. Ancak karasal vericilerin yaygınlaştırılması ve uydu yolu ile yayına çıkma hem çok zaman gerektiren hem de oldukça da maliyetli bir yöntemdir. İnternetin yayıncılık hayatına girmesiyle birlikte radyolar internet aracılığı ile kendilerine alternatif bir yayıncılık yolu denemişlerdir. Başlangıçta alternatif bir yayın biçimi gibi görünse de internet aracılığı ile radyo iletimi artık bir mecburiyete dönüşmüştür.

Kuruluş olarak oldukça ucuz bir maliyet gerektiren internet üzerinden yayın hem kapsadığı alan bakımından hem de bu alanın tespiti bakımından önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Dinleyici kitlesinin etkin bir biçimde radyoya geri dönüşümünün tespiti de İnternet yoluyla oldukça kolay bir şekilde sağlanmaktadır. Bu tespiti genelde yayın kuruluşları aracı ar-ge kurumları kullanarak elde ederken bu araştırmalar içinde oldukça yüklü bir meblağ ödemekteydiler. Fakat internet üzerinden de yayın yapan radyolar ve diğer yayın kuruluşları bunun için ek bir ücret ödemedi bu araştırmayı ve sayısal verileri servis sağlayıcıları ya da kendi bilgi işlem merkezleri tarafından gerçekleştirebilmektedirler. İşletmeler ayrıca internet aracılığı ile yapılan yayınlarının ölçülmesinde yüzde 100 doğru veriye de ulaşmaktadırlar.

İnternet aracılığı ile radyo dinleme oranlarında da hem dünyada hem de Türkiye’de çok ciddi artışlar gözlemlenmiştir. 2020 yılına gelindiğinde radyo dinleyicilerinin yaklaşık yüzde 47,8’i radyoyu akıllı telefonları ve internet aracılığı ile dinlemeyi tercih etmektedir. Bu dijital dönüşüm hem radyo işletmelerini hem de medya işletmelerini radyo yayıncılığında internete daha fazla önem vermeleri gerektiğini göstermektedir. Dijital dönüşümün arttığı günümüzde radyo mecrasında internet hem bireysel radyo yayıncılığının önünü açmış, hem radyoda içerik çeşitliliğini arttırmış, hemde radyo sayısında nitel bir artışın yaşanmasına neden olmuştur. Bu hızda artan internetten radyo dinleme eğilimi, gelecekte internet hızının daha da artacağı ve daha da ucuzlayacağı hesaba katılırsa, internetin radyo mecrasını tamamen içine alacağı ve karasal radyo yayıncılığını internet tabanlı radyo yayıncılığına dönüştüreceğini iddia etmek hiçte zor değildir. Bu nedenle medya işletmeleri radyo yayıncılığında internet tabanlı uygulamalara daha fazla önem vermeli ve radyonun gelecekte sadece internet veya dijital ortamlardan dinlenen bir mecra olacağı, karasal frekansların kapanacağı ve internet radyoculuğunun daha da fazla önem kazanacağı ön görüşünü dikkate alarak yatırımlarını şekillendirmelidir.

KAYNAKÇA

- Abhary, Ali A. (2013). “Radio Cafe 2012: Dünyada Dijital Radyo ve Online Audio”, http://static.karnaval.com/downloads/RadioCafe2012GlobalMarket_TR.pdf, (Erişim: 14.07.2020)
- Eken, İ. & Gezmen, B. (2020). Radyo Dinleme Alışkanlıkları Üzerine Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. TRT Akademi Dergisi. Cilt: 05 Sayı:09.
- Gönenç, A. (2004) İletişim teknolojilerinin medya üzerine etkileri. II. Uluslararası İletişim Sempozyumu. 17-19 Mart 2004, İstanbul, Türkiye, ss. 437-448.
- Heberlein, L. A. (2002). *The Rough Guide to Internet Radio*, Penguin Group, London.



- İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, 2007, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5651.pdf> (Erişim: 11.04.2020)
- İnal, U. (2017) Alternatif müzik dinleme platformları karşısında radyonun konumu. *2. uluslararası iletişim bilimi ve medya araştırmaları kongresi bildiriler kitabı*. İstanbul: İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Yayını.
- Kuyucu, M. (2019) Internet radio broadcasting. History differences and advantages in media industry. İçinde *Social Science I*. C. Aslan& Ö.A. Ördem (eds), Ankara: Akademik Kitabevi, ss. 115-132.
- Kuyucu, M. (2017) Yeni medya ve radyonun yakınsaması: Mobil radyo uygulamaları Akustik FM örneği. *Proceedings of INTCESS 2017 4th International Conference on Education and Social Sciences*. 6-8 February 2017- İstanbul, Turkey, 266-284.
- Kuyucu, M. (2014 a) Internet broadcast as alternative medium: A research about internet radio broadcasting in Turkey. *IIB International Refereed Academic Social Sciences Journal*, Vol 5, No 13, pp. 1-22.
- Kuyucu, M. (2014b) The convergence of internet and radio in Turkey in the perspective of distribution and audience. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, Vol. 4, Issue 3, pp. 40-56.
- Nielsen (2019). <https://www.nielsen.com/tr/tr/insights/article/2019/radio-increasing-effectiveness-37-million-people-listen-to-radio/> Erişim Tarihi: 05.09.2020
- RTÜK (2014) Radyo dinleme eğilimleri araştırması 2014. Ankara: RTÜK Yayını.
- RTÜK (2019). Radyo dinleme eğilimleri araştırması 2019. Ankara: RTÜK Yayını
- Silva, G.L.S., Oliviera, L.M., Medeiros, R.R., Goussevskaia, O., Benevenuto, F. (2017) Characterizing internet radio stations at scale. <https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/wi-2017-characterizing.pdf> (Erişim: 22.03.2020)
- Soydan, E. (2016) Radyonun demokratikleştirilmesinde yeni bir olanak: İnternet radyoculuğu. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Sayı 42, ss. 340-352.
- Özel, S. (2014) Yeni medya çağında radyoların dönüşümü. Sayı 22, *Akdeniz İletişim Dergisi*, ss. 168-189.
- Wolk, K. (2016) Building an internet radio system with interdisciplinary factored system for automatic content recommendation. 2016, <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1604/1604.00233.pdf> (Erişim: 30.01.2020).
- Yazıcı, A. (2019) *Türkiye’de radyo dinleme eğilimi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.