

Atıf - Reference: Tanrıöver, Oylum ve Levent Eldeniz (2021) Araçsal rasyonalite çağında alternatif medyanın kamusal alan yaratma işlevi: Açık Radyo örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(12): 56-75.

Araştırma makalesi / Research article

Araçsal rasyonalite çağında alternatif medyanın kamusal alan yaratma işlevi: Açık Radyo örneği*

Oylum Tanrıöver**
Levent Eldeniz***

Öz

Eleştirel aklın yerini araçsal akla bırakması, kültür endüstrisi yoluyla kültürün metalaştırılmasıyla kamusal alanda araçsal rasyonalitenin hakimiyeti başlamıştır. Medya endüstrisinin 20. yüzyılın başlarında hızla, gelişen kapitalist piyasa koşullarına uyum sağlaması ve büyük bir sermaye potansiyeli yaratmasıyla medyadaki eleştirel içerik hızla erimmiştir. Her daim medyada egemen olanın karşıtı, alternatifi var olmuştur ancak günümüz kapitalist piyasa koşullarında bunların varlığını sürdürmesi giderek zorlaşmıştır. Dolayısıyla Jürgen Habermas'ın tanımladığı burjuva kamusal alanının çöküşünden sonra Nancy Fraser'ın ortaya çıkışına işaret ettiği çoklu kamusal alanları birleştirecek, kapsayacak, temsil edecek ve kendilerini temsil etmelerini sağlayacak alternatif medya pratiklerine her zamankinden daha fazla ihtiyaç vardır. Bu bağlamda, alternatif medyanın kamusal alan oluşturma potansiyeli açısından incelenerek, Açık Radyo'nun çeyrek asrı aşan yayın hayatıyla istikrarlı, finansal olarak sürdürülebilir, tutarlı olarak eleştirel içerik üreten, kamusal alan yaratma açısından aktif rol üstlenen bir alternatif medya kuruluşu olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Kamusal alan, demokratik katılım, alternatif medya, eleştirel medya

Consisting of the public sphere as a function of alternative media in the era of instrumental rationality: The example of Açık Radyo

Abstract

The dominance of instrumental rationality in the public sphere has begun with the commodification of culture through the culture industry, while the critical thinking is replaced by the instrumental thinking. As the media industry rapidly adapted to the developing capitalist market conditions at the beginning of the 20th century and created a large capital potential, critical content in the media quickly melted away. There has always been opposite, alternative initiatives to the dominant approach in the media, but it has become increasingly difficult for them to survive in today's capitalist market conditions. Therefore, after the decline of the bourgeois public sphere mentioned by Jurgen Habermas, there is necessity more than ever for alternative media practices that will unite, cover, represent (and enable them to represent themselves) the multiple public spheres that Nancy Fraser pointed out to emerge. In this context, by examining in terms of alternative media's potential to create a public sphere, it has been concluded that Açık Radyo, with its

* Bu çalışma birinci yazarın, ikinci yazarın danışmanlığında Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı bünyesinde hazırladığı doktora tezinden üretilmiştir.

** Arş. Gör., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, oylum.tanriover@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1160-7508

*** Doç. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, leldeniz@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2419-6522

Geliş tarihi - Date of reception: 15.07.2021

Kabul tarihi - Date of acceptance: 29.09.2021

broadcast life exceeding a quarter of a century, is an alternative media organization that is financially sustainable, steady which consistently produces critical content and plays an active role in creating public sphere.

Keywords: Public sphere, democratic participation, alternative media, critical media,

Giriş

Kamusal alan kavramının politik bir forum olarak ele alınıp müzakereye dayalı bir kamusal alanın medya yoluyla nasıl mümkün kılınabileceği tartışılmalıdır. Bu, dijital iletişim teknolojilerinin hayatımıza girerek bize yeni mecralar açmasının ve hem ana akım hem de alternatif medyayı değişime zorlamasının ardından yeniden tartışılması gereken bir konudur. Alternatif medyanın çağımızda kamusal alan oluşturmadaki payı, çatışmaya dayalı (antagonistik) politikalara ve bunların uzantısı olan medya ortamına karşı, tartışmaya ve müzakereye dayalı (agonistik) bir kamusal alanın ve medya ortamının, dolayısıyla çoğulcu bir demokrasinin oluşturulması için oynayabileceği rol incelenmelidir. Habermas,

“Batı tipi toplumlarda ... gönüllü toplumsal birlikler demokratik hukuk devletinin kurumsal çerçevesi içinde oluşur. Ve burada ciddi bir ampirik çaba harcamadan cevaplanamayacak başka bir soru kendini ortaya koyar: Kitle iletişim araçlarının egemenliği altındaki kamusal alan, sivil toplumun taşıyıcılarına, siyasal ve iktisadi istilacıların medyatik iktidarlarıyla ümit verici bir rekabet şansını, yani dışarıdan yönlendirilen değerler, konular ve nedenler yelpazesini etkileyerek değiştirme, yenileyerek kısıtsızlaştırma ve eleştirel süzgeçten geçirme fırsatını tanır mı, ne kadar tanır? (Habermas, 2009: 54)”

sorusuyla ana akım medyanın ve egemen söylemin kamusal alan ve sivil toplum üzerindeki etkisini ya da diğer bir deyişle baskısını işaret etmektedir. Hem siyasi hem de ekonomik egemenlerle doğrudan ilişki içinde bulunan ana akım medya büyük sermaye ile entegre olup ticarileştikçe kendisi bir pazara dönüşmüş, agonistik kamusal alanın bir unsuru olmaktan giderek uzaklaşmıştır. Alternatif medya tam da bu noktada, kamusal alandan dışlanan ve ana akım tarafından kapsanmayan grupların, egemenin söylemini kırma ve kendi söylemlerini yaratıp yayma noktasında işlev görmektedir. Genellikle habercilik üzerinden yorumlanarak ana akımın habercilik kodlarının dışında kalmak ve hak odaklı habercilik yapmak gibi kriterlerle değerlendirilen alternatif medya, ‘temsil’in ötesini de kapsayarak doğrudan bu grupların alanı olma işlevi de görmektedir.

Bu çalışmada alternatif medya kavramı, eleştirel bir kavramsallaştırma çerçevesinde, habercilik ile sınırlı kalmadan ve ana akım medya-alternatif medya dikotomisinin dışına çıkılarak tanımlanmaya çalışılacak; kamusal alan ve alternatif medya kavramlarının kuramsal çerçevesi ışığında, alternatif medyanın kamusal alan oluşturma açısından rolü Açık Radyo özelinde incelenecektir. Bir sermaye odağından bağımsız olarak uzun süredir varlığını sürdürmekte olan bir yapının nasıl geliştirildiği, incelenecek, bir alternatif medya kuruluşu olarak kamusal alan oluşturma açısından önemi tartışılacaktır.

Habermas’ın kamusal alan kavramsallaştırması

Meral Özbek, Habermas’ın kamusal alana yaklaşımını önemli kılanın, kamuoyunun içinde olduğu alan olarak kamusal alanın, eleştirel akıl ve rasyonel rızaya dayalı modern özyönetim ilkesiyle tarihsel bağını yeniden kurması olduğunu söylemektedir. Özbek’e göre Habermas böylece, hukuk devleti ve (müzakereli) demokrasi arasındaki ilişkiyi radikalleştirmiş ve kamusallık (eleştirel/iletişimsel akıl) ilkesinin bugünün koşulları

açısından gerçekleştirilebilirliğini irdelerken, analizini kapitalizmin tarihsel ve bütüncüsel mantığı içinde, çok yönlü bir şekilde kavramsallaştırmıştır. Habermas'ın da kendi projesini “radikal demokrasi” ve “modernlik projesinin demokrasi açısından yeniden kurulması” olarak adlandırdığı bilinmektedir (Özbek, 2010: 24). Habermas'ın kamusal alan kavramsallaştırmasının da müzakereli demokrasinin oluşturulması açısından taşıdığı potansiyelin, henüz tam anlamıyla değerlendirildiği söylenemez.

Geoff Eley, *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*'nde kapsanmayan alanlara dikkat çekmekle birlikte Habermas'ın argümanının tarihsel olarak güvenli ve yaratıcı bir şekilde temellendirildiğini savunmaktadır (Eley, 1992: 289-290). Hem Özbek'in hem de Eley'nin vurguladığı gibi kamusal alan üzerine bir tartışma yürütürken hem öncü olması hem de tarihsel bağlamdan kopmadan titizlikle ortaya konmuş olması açısından Habermas'ın kavramsallaştırmasını temel almak, doğru noktadan başlamak açısından önem taşımaktadır.

Burjuva kamusunu belli bir çağa özgü bir kategori olarak kavrayan ve “Bu kategori Avrupa Ortaçağı'nın son döneminde doğmuş olan ‘burjuva toplumu’nun benzersiz gelişim tarihinden kopartılamaz ve ideal-tipleştirici bir genellemeyle herhangi bir tarihsel durumdaki biçimsel açıdan aynı olan yapılar bütünüyle aktarılamaz.” diyerek gerçek anlamıyla “kamu oyu”ndan ancak geç 17. yüzyıl İngiltere’inde ve 18. yüzyıl Fransa’sında söz edilebileceğini savunan Habermas, genellikle “kamu”yu tarihsel bir kategori olarak almıştır (Habermas, 2009: 10). Habermas'ın da belirttiği gibi *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*'nde tanımladığı şekliyle bir kamuoyu bugün bulunmamaktadır. Ayrıca Oscar Negt ve Alexander Kluge'nin betimlediği şekliyle bir proleter kamusal alanın (1993: 3-8) var olması da mümkün değildir ancak hem onların hem de Nancy Fraser'ın belirttiği şekilde karşıt kamusal alanlardan bahsetmek mümkündür (1990: 58-61). Bugün feministlerin, çevrecilerin, hayvan hakları savunucularının, neo-liberal ekonomi karşıtlarının vb. oluşturduğu farklı kamusal alanlar bulunmaktadır. Bu kamusal alanlar bazen kesişerek, bazen birleşerek (işgal et [occupy] hareketlerinde olduğu gibi) çoğulcu kamusal alanlar oluşturmaktadır. Bu kamusal alanlar ne burjuva kamusal alanı gibi liberal ekonominin sürdürülmesi açısından devlet ve ticari sistem arasındaki regülasyonla ne de Negt ve Kluge'nin sözünü ettiği gibi proleter yaşama dair zorlukların ortadan kaldırılmasıyla ilgili değildir. Birbirlerinden ve yukarıda adı geçen düşünürlerin çizdiklerinden farklı yapısallığa sahip bu kamusal alanların fikirleri, istekleri ve hedefleri farklıdır. Ortak yönleri ise mevcut iktidar yapılarının dezavantajlı her türlü grup üzerindeki tahakkümlerini ortadan kaldırmaktır. Dolayısıyla bugün, tek boyutlu kamusal alanlardan farklı olarak çoğulcu bir kamusal alanın geliştiğini söylemek mümkündür. İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişime paralel olarak bu değişimin şu anda tüm ayrıntılarıyla tanımlanması mümkün görünmemektedir. Bu noktada günümüz araştırmacılarına düşen, bir çağdaş, bir gözlemci olarak gelişmeleri eleştirel düşünce ekseninde analiz etmek ve tartışmaktır.

Habermas, burjuva toplumunda kamunun, kamusal topluluk olarak bir araya gelmiş özel şahıslar biçiminde ortaya çıktığını, bu özel şahısların hükümetin regülasyonlarına tabi olan kamuoyunu sahiplenerek mal dolaşımı ve toplumsal emekle ilgili konularda kamusal erkle hesaplaşmaya başladıklarını söyler. Bu noktada tarihsel olarak daha önce görülmemiş bir araç olan kamusal akıl yürütme ortaya çıkar. Immanuel Kant'ın düşüncesinde bu kamusal akıl, aydınlanmayı geliştirmek için ihtiyaç duyulan özgürlüktür. Ancak bu özgürlük sayesinde aydınlanma mümkün olabilir. James Schmidt, Kant'ın aklın kamusal ve özel kullanımları arasında ayırım yaparak “kamusal” kavramını “bir kişinin okur kitlesinin tümünü muhatap alan bir bilgi emekçisi olarak” yorumladığını

ifade eder. Bu bağlamda “kamusal” kişisel bir sivil görev ya da işle uğraşan kişi anlamındaki “özel”in karşıtıdır. Aklın özel kullanımında kişi pasif olarak hareket eder, çevresi kamusal amaçları savunma amacıyla yapılmış yapay bir sözleşmeyle kuşatılmıştır. “Makinanın bir parçası” olarak işlev gören kişinin bu durumu kesinlikle “tartışmaya kapalıdır”. Bu sistem ancak mevcut andaki şartlar dahilinde bir akıl etkinliğine izin verir. Ancak aklın kamusal kullanımında kişi bütün ulusun, hatta evrensel bir toplumun doğal üyesi olarak hareket eder. Aklın kamusal kullanımı tezahür ettiği bu toplumun önünde sınırsız şekilde gelişip genişleyebilir, zenginleşebilir (Kant’tan aktaran Schmidt, 2000: 29). Elbette Kant’ın buradaki kamusal ve özel ayrımı, bizim bugün anladığımız kamusal alan/özel alan ayrımı anlamına gelmemektedir. Ancak Kant’ın kamusal ve özel kavramları arasındaki kurduğu ayrım Habermas’ın kamusal alan kavramsallaştırmasının temellerinden birini oluşturmuştur. Habermas’ın kavramsallaştırmasının önemi Kant’ın aleniyetini ve Rousseau’nun genel iradesini alıp bunları müzakereci bir temele oturturken burjuva kamusal alanının gelişimini sağlayan tarihsel koşulları analiz etmesi, kavramsallaştırmasını gerçekleştirirken çok disiplinli bir yaklaşım göstermesinden gelmektedir.

Burjuva kamusal alanı 19. yüzyılın ikinci yarısı itibariyle yapısal dönüşüme uğramaya başlamış, kamusal akıl yürütmenin ve müzakerenin alanından çok, özel çıkarların yarıştığı bir alan haline gelmiştir. Bu döneme kadar süregelen edebi ve politik gazetecilikten kitle iletişim araçlarına geçiş başlamış, sermayenin etkisinin ve devlet müdahalesinin artması ile özel ve organize çıkar grupları kamusal alanı ele geçirmeye başlamıştır. Bu süreçte aleniyetin ve kamusal akıl yürütmenin önemli araçlarından biri olan politik gazetecilik ticari basın işletmelerine dönüşmüştür. Kamusal alan rasyonel eleştiri ve tartışma özelliklerini kaybederek kitlesel kültür tüketiminin alanı haline gelmeye başlamıştır. Özel şahıslar da “kültürel akıl üreten kamusal topluluktan kültür tüketicilerine” dönüşmüştür. Habermas bu durumu şöyle ifade eder: “Mal mübadelesi ve toplumsal emek alanlarına egemen olan piyasa yasaları, bir kamusal topluluk teşkil eden özel şahıslara ayrılmış alanı da istila ederse, akıl yürütme faaliyeti tüketim faaliyetine dönüşme eğilimine girer ve kamusal iletişim bağlamı tekbiçimleştirilmiş münferit iktibas edimlerine bölünür (Habermas, 2009: 281).” Bu dönüşüm esnasında kamusal alanın edebi ve politik içerikleri geri plana atılmış; basın, ticarileşerek entelektüel içeriği daha fazla tiraj ve reklam geliri getirecek içeriklerle ikame etmeye başlamıştır. Siyasal gazeteler, edebi dergiler işlevlerini yitirmeye başlamış, tüketim kültürü ve kültür endüstrisi tarafından kontrol edilen, rasyonel tartışmaların ve müzakerelerin işlevini yitirdiği bir alan oluşmuştur. Habermas’a göre okuma derneklerinin yerini alan salonların demode olması, erkek derneklerinin ve topluluklarının dağılması, kulüplerin gözden düşmesi, kısacası “burjuva ahbaplık biçimlerinin” yerini yenilerine bırakması kamusal alanın çözülmesindeki önemli etkenlerden biridir. Bireylerin ahbapça tartışması yerini bağlayıcılıktan, kamusal iletişimin özü olan kurumsallıktan uzak grup faaliyetlerine bırakmıştır ve bu faaliyetler etrafında bir kamusal topluluk oluşmamaktadır. Ayrıca kamusal topluluk kültür tüketmekte fakat bu boş zaman faaliyetleri herhangi bir tartışma ya da müzakere gerektirmeyecek bir toplumsal ortamda sürmektedir (Habermas, 2009: 284).

Modern dünyada kitle iletişim araçlarının şekillendirdiği alan yalnızca görünüşte kamusaldır. Zira eleştiri ve rasyonel tartışma işle ilgili sorunlara ve kişisel geçimsizliklere indirgenmiştir. Özellikle söyleşi adı verilen ve radyolar, yayınevleri, dernekler gibi kuruluşlar tarafından yürütülen etkinlikler ile “tartışma” korunmuş gibi görünse de aslında bir tüketim malına dönüştürülmüştür. Birçok kültürel faaliyetin aksine ücretsiz

olan bu etkinlikler oldukça rağbet görmüştür. Sosyopsikolojik olarak bireyleri rahatlatan fakat aynı ölçüde aleniyet işlevini yitiren bu tarz akıl yürütme faaliyetleri, bir boş zaman piyasası haline gelmeye başlamıştır. Kitle kültürü olarak adlandırılan bu yeni kültür türü, eserlerin meydana getirilmesi, seçilmesi, pazarlanması, sergilenmesi noktasında sürüm stratejisine göre hareket etmiştir. Bu sürüm, esas itibarıyla zedelenmiş olsa da, kamusal topluluğun bir kültür doğrultusunda yetiştirilmesiyle değil, nispeten daha düşük eğitilmiş tüketici gruplarının eğlenme ve rahatlama ihtiyaçlarına uyum sağlayarak artmasıyla devamlılık sağlamıştır. Kültür yapısı itibarıyla bireylerde alışkanlık ve tecrübe sağlarken, kitle kültürünün tüketimi bireyde hiçbir iz bırakmamaktadır. Bu nedenle birikerek çoğalan bir tecrübeden ziyade giderek azalan ve gerileyen bir tecrübeye neden olmaktadır. Kitle kültürüne paralel olarak gelişen kitle basını da kitlelerin kamusal katılım sürecinin, ticari bir müdahale ile işlev değiştirmesine neden olmuştur. Siyasal akıl yürüten basın uzun vadede etkinliğini yitirirken, siyasal karakterini de yitirmiş, gündelik sıradan sorunlara ve magazin haberlerine yer veren basın yükselişe geçmiştir. Radyo, film ve televizyonun gelişimi ile iletişim biçimi değişmiştir. Okuyucunun yazı ile kurduğu mesafeli, özel, okuyan ve okunanın fikir alışverişine dayanan ilişkiyi yeni medyalar yok etmiştir. Habermas'ın iddiasına göre bu medyalar yazılı basının hiç olmadığı kadar nüfuz edicidir. Kamusal topluluğun davranışı bu medyalara karşılık verememesi nedeniyle başka bir yapıya bürünmüştür. Kamusal topluluk burada sunulanlara konuşma ve karşı çıkma şansı bulamaz. Dolayısıyla kamusal topluluk olarak akıl yürütme faaliyeti yerini tüketmeye bırakır (Habermas, 2009: 285-288).

20. yüzyılın başında kitle iletişim araçlarının giderek güç kazanmaya başladığı bir döneme girilmiştir. Edebi kamunun çöktüğü, aklın kamusal kullanımını hedefleyen tahsilliler tabakasının zemininin yıkıldığı, kamusal topluluğun kamusal alıcı konumundaki tüketiciler ile kamusal dışı akıl üreten uzmanların oluşturduğu bir kitleye dönüştüğü bu dönemde, kamusal topluluğa özgü iletişim biçimleri de yıkılmıştır. Habermas, kamusal muhakeme ile bulunan konsensusun yerini basitçe dayatılan uzlaşmaya terk ettiği; bu yolla çıkarılan yasaların genellik özelliğini korusalar da hakikilik özelliği taşımadığı; parlamenter kamunun yıkıldığı; yasanın değişen yapısı itibarıyla aleniyet ilkesinden artık siyasal egemenliğin rasyonelleştirilmesi görevinin beklenmediği bu yeni dönemde medya odaklı kamusal topluluğa, kamusal onay amacıyla ihtiyaç duyulsa da, iktidarın yürütülmesi ve erk dengelerinin kamusal ilkesi aracılığıyla rasyonelleştirilmesinin veya teminat altına alınmasının bu topluluktan talep edilmediğini söylemektedir (Habermas, 2009: 307-308). Kitle iletişim araçları da kamusal akıl yürütme, müzakere ve konsensüse ortam sağlayıp destek vermek yerine toplumsal uzlaşmayı temin etmeye çalışan ve tüketim kültürünü besleyen birer yapıdır. Artık kamusal akıl yürütme, kamusal tartışmalar ve rasyonellik dışarıda bırakılmış, kamuoyunu halkla ilişkiler, kamuoyu araştırmaları ve tanıtım yönlendirmeye başlamıştır. Tabii ki burada sözü edilen kamuoyu, 18. ve 19. yüzyılın özel ile kamusal olanın ayırımına dayanan ve edebiden siyasala evrilen kamuoyundan çok farklıdır. Burada kamusal erkin çeşitli kurumlarının ya da özel çıkar gruplarının çıkarlarına hizmet eden kanaatlerin, kamusal müzakereden geçmeksizin, yönlendirme teknikleriyle topluma edindirilmesi ile oluşan bir kamuoyundan bahsedilebilir. Artık kamusal kendiliğinden olan bir şey değildir, onun da yapılması, yaratılması gerekmektedir (Habermas, 2009: 329-336). Geç kapitalist dönemde kamuoyu kamusal kanaat değildir; kamusal olmayan kanaatlerin toplamıdır. Bu durum, kamuyu oluşturan özel şahısların kamusal müzakere ve karar verme süreçlerinden uzaklaştırılmasına, medya ve halkla ilişkiler yoluyla yönlendirilebilen bir kitle olarak algılanmasına neden olmuştur (Habermas, 2009: 356-

357).

Burjuva kamusunun çöktüğü bu dönemde kamuoyunun dışlandığı, özel çıkarlar etrafında birleşmiş grupların devletle ve birbirleriyle uzlaştığı, esasları ve işlerliği itibariyle çok farklı bir kamusal alanın ortaya çıktığını görmekteyiz. Özel çıkarların hakim olmaya başladığı bu kamusal alanda kamusal çıkarlar göz ardı edilmektedir. Bu noktada bireylerin kanaatlerini kamusal topluluk içerisinde sürdürülen akıl yürütme ve müzakere süreçlerinde ifade ederek, kamusal erkin meşrulaştırılmasını ve rasyonelleştirilmesini garanti altına aldığı yapı zayıflamıştır. Tüm vatandaşların erişimine açık olan, devlet ve sivil toplum arasında bulunan kamusal akıl yürütme, müzakere ve konsensüsün alanı olan kamusal alan temellerinden sarsılmıştır. Ancak Habermas'ın da belirttiği gibi: "Eleştirel bir aleniyetin salt manipülasyon amacıyla düzenlenmiş aleniyetle kavgası sürmektedir; siyasal iktidar icrası ve güçlerin dengelenmesine dönük olarak sosyal devletin gerektirdiği kamusal alanın, salt destek ve alkış temini doğrultusunda imal edilen kamusal alana galebe çalacağı kesin değildir (Habermas, 2009: 383)."

Kamuoyu kavramı da siyasal ve toplumsal iktidarın yürütülüşü bakımından normatif olarak emredilmiş aleniyet bağlamında eleştirel bir merci olarak mı talep edildiğine; yoksa şahıslar, kurumlar, tüketim malları ve programlar açısından gösterisel ve manipülatif olarak yayılmış aleniyet bağlamında bir onay mercii olarak mı kullanıldığına göre farklı anlamlar kazanmaktadır. Bu iki aleniyet biçimi kamuda rekabet ederken, kamuoyu ikisi için de ortak adrestir. Habermas'a göre burada aleniyetin ve kamuoyunun bu iki yönü, norm ve gerçeklik arasındaki ilişki ile kıyaslanamaz. Diğer bir deyişle mevcut tek bir ilke varmış ve onun fiili etkililiği olması gerekenin gerisinde kalmış gibi bir durum söz konusu değildir. Nitekim aleniyetin eleştirel ve manipülatif işlevleri net biçimde birbirinden ayrılmıştır. Dahası, bu işlevler karşıt toplumsal etkilerle bağlantılıdır. Habermas, kamu hukuku ve siyaset biliminin, anayasa normlarının sosyal devlete dayalı kitle demokrasilerindeki anayasa gerçekliğiyle ilişkilerine yönelik tahlillerinde kamuoyuna dayanma zorunluluğunu "kurumsallaştırılmış bir kurgu" olarak nitelendirmektedir. Bununla birlikte, kamuoyunu doğrudan doğruya vatandaşlardan oluşan kamusal topluluğun davranışlarında gerçek bir nicelik olarak teşhis etmek mümkün değildir (Habermas, 2009: 385-387). Habermas'ın *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*'nde ortaya koyduğu kavramsallaştırma, idealize edilmiş bir burjuva kamusal alanın tarihsel dönüşümünü ve çöküşünü anlatmaktadır. Habermas'a göre çöküş, 18. yüzyılın aydınlanmacı ortamındaki eleştirel akıldan 19. yüzyılın ikinci yarısında araçsal akla geçişle olmuştur. Araçsal rasyonalite kamusal alan üzerinde hakimiyet kurmuştur. Kültür endüstrisi yoluyla kültürün metalaştırılması da kamusal alanın bir tüketim alanı haline gelmesine, kamusal alanın araçsal aklın tahakkümü altına girmesine neden olmuştur.

Habermas'ın çağdaşı Richard Sennett de modern dönemde insanın kamusal yaşamdan nasıl uzaklaştığını *Kamusal Alanın Çöküşü* adlı eserinde ele almıştır. Sennett kamusal alandan ziyade kamusal yaşam ve mekan olarak kent üzerine yoğunlaşarak, bireylerin tüketim kültürünün ve modern kent yaşamının artmasına paralel olarak özel alanlarına, mahremiyetlerine, içe kapanmaya yöneldiklerini ifade etmektedir. Kent insanının kamusal yaşamda ve kamusal mekanlar içerisinde kimliğini yaratabilecek olmasına karşın kamusal yaşamın sosyo-kültürel olarak kapalı gruplar halinde örgütlenmesi, özel alanın güvenli yapısına karşın bilinmez, tekinsiz yapısıyla ürkütücü olması, hem bireylerin kamusal yaşama yönelmesine engel olmakta hem de farklı toplumsal grupları birbirinden ayırmaktadır. Diğer yandan kitle iletişim araçları da hem bireyler için (evin mahrem yapısı içerisindeyken) dışarıyı içeriye taşımaları hem de mahremiyeti özendirmeyle nedeniyle fiili teması ve bağ kurmayı geri plana itmiştir.

Bireyler, aileleri ve kendi sosyo-ekonomik çevreleri dışındaki topluluk ve gruplarla, diğer bir deyişle yabancılarla, ötekilerle kamusal alanda daha az bir araya gelmeye başlamış, kamusal alan ıssızlaşmış, dolayısıyla kamusal da azalmıştır. Öteki ile karşılaşmak giderek daha korkutucu bir deneyim olarak görülmeye başlamış, öteki ile tehlikeli kavramları birbirine yakınlaştırmıştır. Gittikçe yalnızlaşan birey aynı ölçüde suskunlaşmıştır da. Modern toplumun yönlendirici ilkeleri olan narsizm ve dışlayıcı cemaat anlayışı nedeniyle bireyler kolektif müzakereyi, kamusal akıl yürütmeyi, ortak hareket etmeyi bırakıp olan biteni sessizce izleyen pasif izleyiciler haline gelmişlerdir. Kendini bir gruba ait hissederek güvende olmaya çalışan modern birey, ötekiyi dışlamaya, içine kapanmaya, mahremiyetini giderek artırmaya başlamıştır. Bu durumun doğal sonucu da kamusal alanın ve toplumsal dayanışmanın zayıflamasıdır. Bu durumun nedenlerinden biri de kitle iletişim araçlarının toplumdaki yaygınlığı ve hakimiyetidir. Evin mahrem alanından çıkmadan dünyada olup bitenden haberdar olmayı sağlayan bu araçlar, edinilen enformasyonun politik bir eyleme dönüşmesini sağlamaz. Hatta bunun önünde bir engeldir. Birey için seyirci olmak, bilgi sahibi olmak yeterlidir. Bilgi sahibi olduğu konu hakkında düşünmek, düşüncesini paylaşmak, ötekilerle müzakere etmek gereği duymamaktadır (Sennett, 2010: 323-357).

Özetle, kitle iletişim araçları karşısında birey ne Richard Sennett'in *Kamusal İnsanın Çöküşü*'nde (Sennett, 2010) savunduğu kadar çaresiz ve pasif ne de başta İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu'ndan gelenlerin savunduğu kadar eleştirel ve seçicidir. Bu noktada daha gerçekçi bir yaklaşım için Habermas ve Frankfurt Okulu'na bakmak gerekir. Bu okuldan gelen düşünürler eleştirel teori çerçevesinde modern kapitalizmin kamusal alanın yapısına zarar verdiğini, burjuvazinin kamusal alan yaratarak iktidarı meşrulaşmaya zorlamasına yardımcı olan basın gibi kurumların aleniyete dönük, eleştirel, özgürleştirici işlevlerini kaybettiğini savunmaktadır. Kültür endüstrisinin kamusal alanın kapladığı yeri işgal ettiği bu çağda, radyo ve televizyonun da denklemin içine girmesiyle kitle iletişim araçlarının egemenliği söz konusu olmuş; sermaye sahipleri bu araçların kendilerini sunabilecekleri avantajları hızla fark ederek yatırım alanlarını medya sahipliğine doğru genişletmişlerdir.

Alternatif medyanın kavramsal temelleri

Alternatif medya kavramı, telaffuz edildiği anda birçok soruyu ve tartışmayı da beraberinde getirmektedir. Medya kuramcıları tarafından birbirinden farklı birçok kavramsallaştırılması yapılmış; bağımsız medya, radikal medya, vatandaş gazeteciliği, yurttaş medyası, sivil toplum medyası, açık yayıncılık, öteki medya gibi pek çok farklı şekilde adlandırılan alternatif medya kavramının, iletişim alanının en tartışmalı kavramlarından biri olduğu söylenebilir. 1980'lere kadar ana akım medya üzerine yoğunlaşan iletişim çalışmaları, alternatif medyayı ancak o dönemden sonra belirgin biçimde kapsamaya başlamış, 2000'li yılların başlarından itibaren de bu alandaki çalışmaların sayısı artmıştır.

Hans Magnus Enzensberger 1976 yılında yazdığı *Raids and Reconstructions: Essays on Politics, Crime and Culture* kitabında, medyanın politik açıdan özgürleştirici bir kullanımını yaratıcılar ve izleyiciler arasında interaktivite, kolektif üretim, insanların günlük hayatına ve sıradan ihtiyaçlarına karşı ilgi özellikleri ile tanımlamıştır (1976: 20-53 aktaran Atton, 2006: 8). Dennis McQuail bunu liberal-çoğulcu ölçeğin uç noktası olarak tanımlamış ancak bu modelin böyle radikal bir yeniden değerlendirmeye dayanıp dayanamayacağından kuşku duymuştur. McQuail'e göre Enzensberger, medya izleyici

ilişkileri açısından, ilişkilerin baskın medya kavramından bir adım daha ileride olan bir versiyonundan söz etmektedir. Küçük ölçekli medya kullananların hakim olduğu ve geniş medya kuruluşlarının, farklılaştırılmamış içeriğin artık bulunmadığı bir versiyondur bu (1987: 88 aktaran Atton, 2006: 8).

Chris Atton, tüm biçimlerde (basılı ve elektronik) ve perspektiflerde alternatif medyanın kapsamının, sayısının ve çeşitliliğinin liberal çoğulculuk sınırlarını zorladığını iddia etmiştir. McQuail çıkar grubu ve alt-kültürün küçük ölçekli yapılanmalarında etkileşim ve iletişim için, iletişim ortamlarının kullanımına dayanan, katılım ve etkileşimin kilit kavramlar olduğu yatay etkileşim kalıplarını destekleyen bir 'demokratik katılımcı' modeli (yine Enzensberger'e dayanarak) bulabileceğimize işaret etmektedir. Atton'a göre bu teori sadece yüzeysel olarak tanımlanmış, Enzensberger de dahil hiçbir kavramsallaştırmada tamamen gelişmemiştir (McQuail, 1987: 88 aktaran Atton, 2006: 8). McQuail'den de baskın medyanın var oluşundan değil, bu tür hakimiyete karşı çıkan medyadan yola çıkarak alternatif ve radikal medya için teori üretmenin belki de daha yararlı olduğuna dair bir uyarı alabileceğimizi öne süren Atton'a göre teori, politik medyayla ve direniş medyasıyla sınırlı kalmayacaktır. Buradaki niyet, sanatsal ve edebi medyaya ve yeni kültürlere de uygulanacak bir model geliştirmektir. Zira Atton'a göre alternatif medyanın tek bir alanında bile tarzlar, katkılar, perspektifler açısından çok heterojenlik vardır. Bu tür bir üretim Foucault'nun "baskılanmış bilginin yeniden ortaya çıkması" (2019: 51, 77, 173) tanımına uymaktadır. Bu "baskılanmış bilgiler" hakkında doğrudan konuşabilen seslerin kapsamı "öteki"nin kendisini temsil ettiği, Spivak'ın "native informant"ının (1999: 112-117) kendi "azımsanamayacak kadar heterojen" sesleriyle konuştuğu bir duruma doğru yönelmektedir. Ancak bu şekilde alternatif ve radikal medya çok sesli olarak değerlendirilebilir; diğer tüm "öteki'lere tam, heterojen ses veren bir 'heterojenik' (çok sesli) metin" olarak düşünülebilir (Atton, 2006: 8). Burada sunulan model, metnin ötesine geçmekte, diğer yandan, iletişim araçlarını sosyal ve maddi olarak üretilmiş şekliyle ele alarak bu medya içinde ve arasında örgütlenme, üretim ve sosyal ilişkiler ilkelerinde heterojenlik, deney ve dönüşüm bulmaktadır.

Michael Albert ise alternatif yayıncılık ve alternatif medya kavramlarındaki "alternatif" kelimesinin ana akımın dışında kalanları tanımlamak için kullanıldığını belirtmektedir. Bu yaklaşıma göre alternatif medyanın içeriği toplumdaki ayrıcalıklı kesimin değil, dezavantajlı grupların tarafında olmalıdır. Alternatif bir medya kuruluşu (mümkün olduğu ölçüde koşullarını göz önüne alarak) kârı maksimize etmeye çalışmaz, gelir elde etmek için reklam verenlere izleyici satmaz (dolayısıyla geniş ve elit olmayan izleyici kitlesi arar), topluluğun hiyerarşik sosyal ilişkilerini yıkmak üzere yapılandırılır. Ayrıca olabildiğince, yapısal olarak derinden, diğer önemli sosyal kurumlardan, özellikle de şirketlerden bağımsızdır; kendisini medyayı ve sosyal aktiviteyi düzenlemenin yeni yollarını oluşturmak için bir projenin parçası olarak görür ve yalnızca kendisini değil, bu yapıları da bir bütün olarak korumayı ve ilerletmeyi taahhüt eder. Diğer yandan alternatif medyanın bu ilerlemeyi sağlaması için hem iyi içerik üretmesi hem de okuyucuların/dinleyicilerin/izleyicilerin bu içeriğe katkıda bulunmalarına, geliştirmelerine, kullanmalarına imkan vermesi gerekir. Dolayısıyla Albert'ın görüşüne göre alternatif medyanın yalnızca dezavantajlı gruplara dair enformasyonu içermesi değil, bizzat bu gruplarla birlikte çalışması ve içeriğin daha geniş kitlelere ulaşması için çalışmalar yapması önemlidir (Albert, 1997).

Marisol Sandoval ve Christian Fuchs, küçük ölçekli katılımcı medyanın kamusal alanın parçalanmasına yol açtığını; profesyonel örgütlenme süreçlerini reddeden katılımcı, ticari olmayan medyanın kamusal görünürlük kazanmak ve güçlü bir karşıt

kamusal alan oluşturmak için gerekli kaynakları sağlayamayacağını iddia etmektedir. Sandoval ve Fuchs'a göre "kamusal görünürlük, kapitalizmin baskıcı karakterine ilişkin farkındalığın arttırılması ve radikal sosyal dönüşümlerin desteklenmesi için zorunludur (2010: 143)." Bu baskı nedeniyle birbiriyle bağlantısız, münferit girişimler Habermas'ın kamusal alanın parçalanması olarak adlandırdığı tehlikeyi de beraberinde getirebilir (Habermas, 2009: 328). Dolayısıyla rizomatik bir yapıyla bu küçük karşıt kamusal alanlar bütünleşik bir karşıt kamusal alan oluşturmalıdır. Ancak bu şekilde toplumsal ölçekte görünür olma ve hegemonik dile etkin bir şekilde karşı durma ihtimalleri söz konusu olabilir. Kendi içinde sınırlı kaynaklarla var olmaya çalışan alternatif medya girişimleri "projelerinin bireyci vazgeçiş alanlarına" dönüşürken, rizomatik bir ağ şeklinde yeni politik bakış açıları ve pratikler geliştirmek için birlikte çalışan alternatif medya yapılarının güçlü bir karşıt kamusal alan oluşturma, politik değişimleri destekleme ihtimali vardır. Dolayısıyla ana akımdan dışlanan grup ve bireylerin erişimine açık, geniş bir karşıt kamusal alan hegemonik yapılara karşı koyma ve politik değişim süreçleri için uygun bir altyapı sağlayabilir. Ancak bu grup ve bireylerin küçük ölçekli, içine kapanık alternatif medya kanalları aracılığıyla toplumsal ölçekte etkili bir hareketin parçası olması değil, yalnızca üreticilerini (oyalayıcı bir biçimde) tatmin ve teselli etmesi mümkündür. Dahası bu tür yapılar kolektif bir toplumsal hareketin oluşmasının da önüne geçmektedir. Zira geniş kitlelere ulaşmayan herhangi bir enformasyon ya da fikir etkili olamaz (Sandoval ve Fuchs, 2010: 143). Ancak Clemencia Rodriguez (2003: 190-191) ve Alfonso Gumucio Dagron (2004: 48) alternatif medya girişimlerinin geniş bir izleyici kitlesine ulaşma amacının bulunmadığını savunmaktadır. Dolayısıyla coğrafi kapsamının ya da ulaştığı kitlenin sınırlı olması alternatif medya için bir ölçüt olarak kabul edilmemektedir. Bu düşünürlere göre, kolektif üretim ve katılımcı bir yapı ile sosyal hareketler ve aktivist gruplar arasındaki iletişimi sağlamak, yerel topluluklar oluşturmak alternatif medyanın temel amacıdır.

Atton ve Hamilton da medya üretimi için gerekli kaynakları elde etmek için gerçekleştirilen mücadele nedeniyle alternatif medyanın baskı altına girebildiğini söylemektedir. Bu noktada ekonomik ve politik bir dilemmaya işaret ederek, herhangi bir eleştirel girişimin çalışabileceği kaynaklara ihtiyaç duyduğunu, fakat söz konusu girişim için hayati önem taşıyan bu kaynakların da bizzat değiştirmeye (aydınlatmaya) çalıştığı toplum içerisinde bulunduğunu belirtmektedirler (Atton ve Hamilton, 2008: 26). Profesyonel bir mali yapılanma ve örgütsel yapının eksikliği bir alternatif medya girişiminin sürekliliğine ve etkinliğine sekte vuran en önemli nedenlerden biri olarak gösterilmektedir. Zira düşük maliyetle, kendi kaynaklarıyla ve alternatif yayın/dağıtım kanallarıyla varlığını sürdürmeye çalışan bu girişimler kapitalist piyasa koşullarında uzun süre varolamazlar ya da geniş kitlelere hitap etmeleri mümkün değildir. Reklam gibi mevcut medya piyasasının en önemli gelir kaynaklarından birini dışarıda bırakmak her ne kadar siyasi tavır olarak alternatif medya ile örtüşse de ekonomik sistemin koşullarıyla örtüşmediği muhakkaktır. Dolayısıyla alternatif medyanın kapitalist sisteminde içinde konumlanarak ona karşı durmak gibi çelişkili görünse de kendi içerisinde tutarlı bir misyonu vardır.

Sandoval ve Fuchs'un eleştirel medya yaklaşımı ise, medya sistemine dair diyalektik bir kavrayıştan kaynaklanmaktadır. Medya aktörleri (medya üreticileri ve tüketicileri) ile medya yapıları (medya kuruluşları, içeriği, teknolojileri ve ekonomik ürün formu) arasındaki diyalektik ilişki varsayımından yola çıkan bu yaklaşım, medya yapılarının medya aktörlerinin eylemlerini mümkün kıldığı ve/veya sınırladığı; medya aktörlerinin de eylemleri ile medya yapılarını şekillendirdiği fikrinden yola çıkar. Söz

konusu diyalektik ilişkiler, belirli bir tarihi dönem veya somut bir durum dahilinde medya sisteminin toplumsal etkilerini oluştururlar. Bu diyalektik anlayışa dayanarak, kapitalist kitle iletişim araçları ile alternatif medyanın ideal tipi karşılaştırılabilir. Alternatif medyanın ideal tipi hem medya aktörleri hem de medya yapıları açısından kapitalist kitle iletişim araçlarından farklılık gösterir. Yapısal açıdan ideal tip alternatif medya ile kapitalist kitle iletişim araçları arasındaki fark, medya ürünlerinin ekonomik biçiminde kendini gösterir. İdeal tip alternatif medyada metalar yerine ticari olmayan medya ürünleri üretilir. Bu tip medyada, medya içeriği ve biçimi de tek tip ideolojik içerik yerine eleştirel içerik ve/veya kompleks formu sağlamaktadır. Aktörler açısından ise ideal tip alternatif medya üreticileri ve tüketicileri arasındaki ayrımı ortadan kaldırarak, tüketicilerin üretim sürecine aktif olarak dahil olmasına olanak sağlar. Üretici haline gelen tüketici, hem mevcut medya içeriğini eleştirel olarak yorumlamak hem de yeni bu nitelikte medya içeriği üretebilmek açısından eleştirel olmak zorundadır (Sandoval ve Fuchs, 2010: 145).

Sandoval ve Fuchs'un burada ortaya koyduğu kapitalist ve ideal tip alternatif medya modeli, medya üreticilerinin öznel bilgisi ve üretim süreci vasıtasıyla medya ürünleri içinde nesnelleşmiş duruma geldiği için diyalektiktir. Üreticilerin öznel bilgisinin nesnel bir yapıya dönüştüğü bu modelde, medya ürünleri yine alım süreci aracılığıyla öznelleştirilirler. Alımlama, diğer bir deyişle anlayarak kabul etme, daha fazla üretimi olanaklı kılarken, aktörün ve yapısal düzeyin birbirinden kopuk bütünlükler oluşturmadığını, aksine birbirlerinin alanına girdiklerini göstermektedir. Bu, kapitalist kitle medyası ile alternatif medya arasındaki katı dikotomiye dair bir karşılaştırmadır. Alternatif medya üretiminin kapitalist toplum şartları altında gerçekleştirilmesi nedeniyle, burada ortaya konan ideal alternatif medya modeli istenilen şekilde ve ölçüde gerçekleştirilemez. Bu tür yapılandırıcı politikaları, katılımcı kolektif örgütlenme pratiklerini sürdürmeye odaklanan, ticari olmayan yapılar, ürünleri için bir izleyici kitlesine ulaşma ya da bir izleyici kitlesi yaratma konusunda çoğu zaman başarısız olmuşlar; yalnızca kamusal görünürlük ve politik etkinlik için faaliyetlerini sürdürmüşlerdir. Sandoval ve Fuchs, finansal kaynakların kapitalist piyasa ekonomisinde medya ürünlerinin üretimi, dağıtımı ve kamusal görünürlük kazanma açısından gerekli olduğunu savunmaktadır. İdeal alternatif medya modelini gerçekleştirmek için ise farklı toplumsal koşulları en baştan varsaymak gerekmektedir. Diğer bir deyişle, bireylerin yalnızca medya ürünlerini tüketmek için değil aynı zamanda üretmek için de yeterli bilgiye, beceriye ve zamana sahip olmaları, ayrıca gerekli teknolojiyi masrafsızca elde etmeleri gerekmektedir. Bu tür koşulların mümkün olmadığı kapitalist piyasa yapısında ideal bir alternatif medya modelinin geniş bir izleyici kitlesine ulaşmasının muhtemelen başarısız olacağını iddia eden Sandoval ve Fuchs'a göre alternatif medyanın, kapitalist kitle iletişim araçları tarafından üretilen ideolojilere "eleştirel bilgiyle etkili bir şekilde" karşı koyması için geniş bir izleyici kitlesine ulaşması gerekmektedir. Sandoval ve Fuchs'a göre politik açıdan ideal alternatif medya modeli kapitalist toplum yapısında çok az etkili olabilir. Bu durumu değiştirmek, toplumsal dönüşümü ve özgürleşmeyi destekleyen alternatif medya stratejilerinin üretilmesi ve geliştirilmesi için ise kapitalist kitle medyası sistemi ile ideal tip alternatif medya arasındaki katı dikotomiye tümüyle sadık kalınması gerektiğini iddia etmektedirler. Ancak tam da bu nedenle bir girişimin alternatif medya olarak tanımlanabilmesi için minimum gereklilikler tanımlanmalıdır. Sandoval ve Fuchs, Herbert Marcuse'nin "müesses kurumlar içinde çalışırken, bu kurumlara karşı çalışma (1972: 55 aktaran Sandoval ve Fuchs: 146)" fikrinden yola çıkarak, alternatif medyanın politik hedeflerini gerçekleştirmek için "belirli ölçülerde"

kapitalist medya tekniklerinden yararlanabileceğini ancak aynı zamanda bu yapıları eleştirebileceğini de savunmaktadırlar (2009: 146).

Alternatif medyayı tanımlamak için asgari gereklilik olarak eleştirel içeriğin kabul edilmesi gerektiğini iddia eden Sandoval ve Fuchs'un bakış açısından yola çıkarak (2009: 146) eleştirel içerik sağlayan alternatif medyanın toplumsal dönüşümleri ilerletmeye destek olma, gerçek anlamda katılımcı bir toplumun oluşturulmasına katkıda bulunma imkanı bulunur. Eleştirel içerik ilerlemeci politik çıkarları ifade etmekte ve toplumsal gelişmenin bastırılmış olanaklarının hayata geçirilmesine dikkat çekmeye çalışmaktadır. Eleştirel teorinin asıl hedefinin "hiçbir sömürü ve baskı içermeyen bir durumu" gerektiren "tüm bireylerin mutluluğu" olduğunu söyleyen Horkheimer'ın (2002: 241 aktaran Sandoval ve Fuchs, 2009: 146) bu görüşünden yola çıkarak Sandoval ve Fuchs da eleştirel medyanın her koşulda ezilen grupların ve sınıfların bakış açısını benimsediğini ifade etmektedirler. Sandoval ve Fuchs'a göre hegemonya ve sömürüye dayalı sistemler belirli sınıfları diğerlerine zarar verme pahasına kayırmaktadır. Eleştirel medyanın toplumu işbirliği ve katılım potansiyelinin gerçekleştirilmesine doğru dönüştüren sosyal mücadelelerin ilerletilmesini amaç edinmesi gerektiğini söyleyen Sandoval ve Fuchs mevcut durumun toplumsal mücadelelerle kökten dönüştürülmesini savunmaktadırlar. Ayrıca katılımın söylemden ya da "birinin sesini yükseltmesinden" ibaret olmadığını, daha çok maddi ve evrensel olduğunu; buna karşılık alternatif medyaya ve topluluk medyasına dair çoğu araştırmada ve uygulamada karşılaşılan felsefi açıdan idealist katılım fikirlerinin, katı bir biçimde söyleme odaklanarak, demokrasinin ekonomik niteliklerini dışarıda bırakan indirgemeci katılım kavramına dayandığını belirtmektedirler:

Katılımcı demokrasinin tesis edilmesi için toplumun bir bütün olarak eleştirilmesi gerekmektedir. Alternatif medyanın, katılımcı demokrasi mücadelelerine geçerli katkılar yapma potansiyeli vardır ki, bu da eleştirel medya olarak hareket etmesi gerektiği anlamına gelir. Bu nedenle kendi alternatif medya yaklaşımımızın temelini, eleştirel medya olarak alternatif medya kavramını yerleştiriyoruz. Kalpsiz bir alternatif medya ruhu, hiçbir zaman insanlığın acılarını hafifletmek için çalışmaz (Sandoval ve Fuchs, 2010: 146).

Sandoval ve Fuchs, alternatif medyadan bahsetmenin asgari gereği olarak yapısal düzeyde eleştirel medya içeriği ve/veya kompleks formun sağlanmasını, aktör düzeyinde ise medya üreticilerinin eleştirel içerik üretmelerini işaret etmektedirler. Dolayısıyla ekonomik ürün biçimi ve üretim süreçleri düzeyinde ise alternatif medyanın mutlaka "alternatif" olmasına gerek yoktur. Bu da ticari ve katılımcı olmayan medyanın da eleştirel medya içeriği ürettiği ve yaydığı sürece alternatif olarak kabul edilebileceği anlamına gelmektedir (Sandoval ve Fuchs, 2010: 147).

Eleştirel politik iktisatçılardan bazıları, medyanın hem ticari hem de eleştirel olmasının çok zor olacağını savunmaktadırlar. Bu düşünürler, ticari finansmanın egemen sınıfa bağımlılık yarattığı, dolayısıyla zorunlu olarak ideolojik içeriğe yönelteceği düşüncesinden yola çıkmaktadırlar. İdeolojik içerik nosyunu, kültürel metaların mübadele değerinin karakterinin alımlamayı ve bu süreç sonucunda ortaya konan düşünceleri standartlaştırması ihtimalinin yüksek olduğuna ve insanların bilinçlerinin egemen çıkarların lehine, bu çıkarlara karşı potansiyel bir direnişi engellemek için araçsallaştırıldığına dikkat çeken birçok eleştirel kuramcı tarafından bu bağlamda kavranmaktadır (Sandoval ve Fuchs, 2009: 301). Ekonomik temelini mutlaka ideolojik içeriği yönlendirdiği deterministik neden-sonuç düzlemindeki altyapı-üstyapı modeli yerine Fuchs, diyalektik bir altyapı-üstyapı modeli önermektedir. Fuchs'un modelinde, söz konusu bu iki düzey birbirine bağımlıdır; karşılıklı olarak birbirlerini üretirler ve

nispeten özerktirler (2010: 62-71). Dolayısıyla alternatif medya eleştirel içerik üretirken aynı zamanda ticari finansmana sahip olabilir. Bu ikisinin çelişki ya da çatışma içinde bulunması gerekmez. Ancak elbette ki bu, alternatif medyanın finansörlerin politik ve ekonomik çıkarları doğrultusunda kullanılma riskini bertaraf etmediği gibi, örgütsel yapı ve içerik açısından bağımsızlığının sürekli tehlike altında olmadığı anlamına da gelmemektedir. Ticari finansman kullanan alternatif medyanın, politik hedeflerini ve alternatif niteliğini kaybetmemesi için en azından içerik düzeyinde, ekonomik altyapısını temsil eden çıkarlara karşı bağımsız kalması gerekmektedir. Ticari finansman alternatif medyanın geniş kesimlere ulaşmak, kamusal görünümünü ve dolayısıyla toplumsal etkisini arttırmak, “marjinalliği alt etmek” için mevcut ekonomik ve toplumsal şartlar altında tek şansıdır. Marcuse’nin işaret ettiği gibi karşıt-kurumlar sol hareketin uzun zamandır hedefidir; fakat kaynak yetersizliği nedeniyle zayıflardır ve kaliteleri düşüktür. Özellikle radikal, özgür medyanın gelişimi için rekabetçi olmaları gerekmektedir.

Aktör düzeyinde de medyanın alternatif olmak adına medya üreticileri ve medya tüketicileri arasındaki ayrımlı ortadan kaldırması gerekmektedir. Aktör düzeyinde, medya üreticilerinin eleştirel medya içeriği üretmeleri, alternatif medya üretiminin asgari gereğini oluşturmaktadır. Alternatif medya, medya üretiminin eleştirel olarak yorumlanıp yorumlanmadığını tayin edemeyeceği için alternatif alımlama alternatif medya tanımına dahil edilememektedir. Eleştirel içeriğin eleştirel olmayan bir tarzda da yorumlanması mümkündür. Özellikle ideolojilerin sürekli olarak yayılmasının eleştirel bilince olumsuz etkisi olduğu kapitalist bir toplumda, eleştirel içeriğini her daim eleştirel biçimde yorumlanacağı öngörülemez (Sandoval ve Fuchs, 2010: 147).

Sandoval ve Fuchs’un alternatif medya anlayışı, baskıcı toplumsal ilişkileri sorgulayan, özgürleştirici toplumsal dönüşüme katkı sağlamayı amaçlayan, bu nedenle eleştirel medya içeriği sağlayan bir medyadır. Bu düşünürlerin alternatif medya anlayışını öncüllerinden ve çağdaşlarından ayıran nokta ise, ana amaç olan dönüştürücü politik mücadeleyi ilerletmek için, ideal tip alternatif medya unsurları kadar kapitalist kitle iletişim araçlarının belirli unsurlarını da içinde barındırabilen, politik olarak etkili bir alternatif medya anlayışını ortaya koymalarıdır. Diğer bir deyişle alternatif medyadan söz edilebilmesi için ana unsur, “özel eleştirel bilinçlerini, dağıtılan ve tüketilebilen nesnel eleştirel medya içeriğine doğru nesnelleştiren eleştirel üreticiler”dir. Dolayısıyla içerik düzeyinde radikal eleştireliliğe sahip ancak gerek üretim süreçleri gerekse ekonomik ürün biçimleri açısından mutlaka alternatif olması gerekmeyen bir eleştirel medya olarak alternatif medya modelini önermektedirler. Önerdikleri model açısından bir diğer önemli unsur ise söz konusu bu eleştirel alternatif medyanın fikirlerini, geniş bir izleyici kitlesine ulaştırmayı başarabilmesidir. Eleştirel içeriğin kamusal görünürlüğe sahip olması alternatif medya açısından başarının ölçütüdür. Marcuse’nin toplumun dönüştürülmesini, mevcut toplumsal ilişkilerin olumsuzluğunun eleştirel politik eylemler ile etkin olarak olumsuzlanmak zorunda olması fikrine (1962: 276 aktaran Sandoval ve Fuchs, 2010: 148) dayanan bu iddiayı eleştirel politik eylemlerin yalnızca bireylerin mevcut kapitalist ilişkilerin dominant doğasının farkına vardıkları ve bunları reddederek karşı koydukları sürece gerçekleşebileceği fikriyle birleştirirler. Zira küçük ölçekli alternatif medya kuruluşları, zaten egemen kapitalist dünyanın doğasını anlayan ve ona karşı durmaya kararlı politik aktivistlerin iletişim ve koordinasyonunu sağlamak adına kullanışlı birer araç olabilirler ancak ana akım medya tarafından desteklenen egemen fikirlere etkin şekilde muhalefet etme ve geniş çaplı politik değişimleri başlatma ve sürdürme açısından etkili olamazlar. Bu mecralardan çıkan seslerin ne kadar yüksek olduğu, hangi genişlikte ve sıklıkta duyulabildiği, daha da önemlisi herhangi bir toplumsal dönüşüme yol açıp

açmadıkları varlıklarını anlamlı şekilde sürdürmeleri için en önemli unsurlardan biridir. Bu mecralardan çıkan sesler herhangi bir aktivist harekete ya da toplumsal değişime yol açmadıklarında ya marjinal etiketiyle ötekileştirilerek geniş kitlelere ulaşması engellenir ya da ana akımın içine çekilerek mevcut sistemin bir parçası haline gelirler.

Rodney Benson'a göre alternatif medya, yalnızca zaten kapitalist sistemin toplumsal koşullarına ve mevcut sistemin hegemonik yapısına karşı harekete geçmeye hazır politik aktivistlerin bir araya gelmesi ve fikirlerini paylaşması için elverişli bir mecra değildir; bunun ötesinde “gerçek anlamda yalnızca cumartesi gecesi için bir film arayan sıradan yurttaşın dünyaya bakışını genişletme potansiyeline de sahiptir (2003: 124).” Dolayısıyla ticari kaygılar gütmeyen ancak mevcut ekonomik ve toplumsal koşulların dayattığı zorlukların da bilincinde olarak eleştirel medya içeriğini merkez alan bir duruş sergilemektedirler. Bu yaklaşım, alternatif medya kuruluşlarının küçük bir azınlığa hitap eden, uzun süre varlığını sürdüremeyen, kamusal alanda bir belirip bir kaybolan yapılar olmasını önlemekte; Habermas'ın sözünü ettiği kamusal alanın parçalanması riskinin yerini bu yapıların rizomatik olarak birbirine bağlanması ile kamusal alanın genişlemesi ihtimalini mümkün kılmaktadır. Fuchs ve Sandoval de makalelerinin sonunda bu noktaya işaret etmişlerdir:

“Alternatif medyayı eleştirel medya olarak uygulamak, egemen fikirleri sorgulamaya ve bastırılmış toplumsal alternatiflerin gerçekleştirilmesine katkıda bulunmaya imkan verir. Bu tür alternatifler, taban hareketi katılımının etkileşimle sınırlanmayıp tüm toplumsal alanı biçimlendirdiği baskısız, gerçekten demokratik bir toplum tasavvuruna dayanırlar (Sandoval ve Fuchs, 2010: 149).”

Eğer alternatif medya aracılığıyla, Habermas'ın kavramsallaştırmaya çalıştığı türden bir kamusal alan yaratma ihtiyacı söz konusuysa, Sandoval ve Fuchs'un da savunduğu üzere bu tür bir girişimin eleştirel bir tavır ve uygulama içinde olması gerekmektedir. Aksi takdirde gerek toplumsal gerekse de küresel ölçekte yerleşmiş egemen fikirleri ve geleneksel değerlere dayalı normatif yaşam biçimlerini sorgulamak, bireylerin kendi kimlikleri, gündelik yaşantıları ve kültürel tercihleri ile bir araya gelerek yarattıkları alt kamusal alanların ve onlar tarafından oluşturulan çok kavşaklı ve çok merkezli küresel kamusal alanın birer alternatif olarak varolabilmesi mümkün değildir. Ana akıma alternatif olmaktan ya da karşı durmaktan öte bir amaç güderek, kendi özgün tavrını, söylemini yaratan ve devinimsel olarak sürekli yenileyen alternatif medya kuruluşlarının oluşturdukları rizomatik yapı eşitler arasında iletişimi mümkün kılmak için gerekli en önemli unsurlardan biridir.

Açık Radyo'nun incelenmesi

Habermas'ın sözünü ettiği sosyal devlet siyasal iktidarın yürütülmesi ve güçlerin dengelenmesine dönük olarak gerektirdiği kamusal alanın, yalnızca destek ve alkışa dönük olarak üretilen kamusal alana üstün gelmesi, diğer bir deyişle eleştirel aleniyet ile salt manipülasyon amacıyla düzenlenmiş aleniyet arasındaki mücadelede ilkinin üstün gelmesinde eleştirel ve demokratik bir medyanın varlığı en önemli unsurlardan biridir. 20. yüzyılın başından itibaren, dünyanın çok çeşitli bölgelerinde korsan radyolardan topluluk radyolarına kadar geniş bir yelpazedeki radyo pratikleri egemen seslere karşı seslerin duyulmasını sağlamıştır. Türkiye'de ise “Kâinatın tüm seslerine, renklerine ve titreşimlerine Açık Radyo” şiarıyla “Çoğulcu demokrasi, hukukun üstünlüğü, temel insan hak ve özgürlükleri dışında, hiçbir ‘ideoloji’ye de bağlı” olmadığını ifade ederek 26 yıldır yayın hayatını sürdüren Açık Radyo, yalnızca ülkedeki değil dünyadaki de en uzun

soluklu bağımsız radyo istasyonlarından biri olma özelliğini göstermektedir. 13 Kasım 1995 tarihinde yayına başlayan Açık Radyo (Açık Kitap, 2010: 22-23), İstanbul ve çevresine yayın yapan bölgesel bir radyo istasyonudur; ancak canlı yayını internet üzerinden dünya çapında takip edilebilir.

Açık Radyo programcıları kimlerdir?

Bugüne kadar Açık Radyo'da 23 ülkeden, yaşları 9 ile 75 arasında değişen, 1250'den fazla kişi 1200'e yakın program yapmıştır. Haftada 7 gün 24 saat yayın yapan Açık Radyo'da şu anda her hafta 212 programcı, 144 ayrı program yapmakta, konuklarla birlikte Açık Radyo her hafta yaklaşık 500 kişiyi ağırlamaktadır. Açık Radyo programcıları (radyonun resmi çalışanları hariç) hiçbir ücret almadan, gönüllü olarak program yapmaktadır. Radyonun programcı kitlesini akademisyenler, mimarlar, edebiyatçılar, sinemacılar, müzisyenler, fotoğrafçılar, öğrenciler gibi pek çok farklı meslek ve alandan gelen kişiler oluşmaktadır ("Açık Radyo'nun Programları ve Programcıları", t.y.).

Program dağılımı ve içerikleri

Açık Radyo, 3 Mayıs 2021 - 31 Ekim 2021 tarihleri arasında 53. yayın dönemini gerçekleştirmektedir. Yılda iki yayın dönemi bulunan radyonun bu yayın dönemindeki programlarının yaklaşık yüzde 55'ini müzik, yüzde 45'ini ise sözel programlar oluşmaktadır. Müzik programları dünyanın farklı bölgelerinden, çok çeşitli türlere ait müzikleri dinleyiciyle buluştururken sözel programlar ise yayın dönemine göre farklılık göstermekle birlikte ekoloji, küresel iklim kriziyle ilgili konular ağırlıkta olmak üzere, sosyoloji, ekonomi, siyaset, felsefe, doğal afetler, hak temelli haber programları, mimari ve dünyanın farklı bölgelerindeki aktivist hareketlerle ilgilidir ("Haftalık Yayın Akışı", t.y.).

Dinleyici kitlesi

Konda araştırma şirketinin 2018 sonunda 3850 katılımcı ile gerçekleştirdiği araştırmaya göre, Açık Radyo dinleyicilerinin yüzde 51'ini kadınlar, yüzde 49'unu ise erkekler, yüzde 17'sini 18-23 yaş arası, yüzde 43'ünü 33-48 yaş arası, yüzde 40'ını ise 49 yaş ve üzeri kişiler oluşturmaktadır. Ankete katılanların yüzde 7'si ilkokul, ortaokul ve lise mezunu, yüzde 54'ü üniversite, yüzde 26'sı yüksek lisans, yüzde 12'si ise doktora mezunudur. Dinleyicilerin yüzde 56'sı 1-2 kişilik hanelerde yaşamakta; bu oranın yüzde 22'si de tek başına yaşamaktadır. Dolayısıyla kentli ve beyaz yakalı bir dinleyici kitlesi bulunmaktadır. Dinleyicilerin yüzde 75'i İstanbul'da, yüzde 8'i yurt dışında, yüzde 17'lik kitlesi ise Ankara, İzmir, Muğla başta olmak üzere diğer illerde yaşamaktadır. Dinleyicilerin yüzde 57'si Açık Radyo'yu her gün, yüzde 28'i haftada birkaç gün dinlediğini söylemektedir. Diğer bir deyişle yüzde 85'i hafta içinde sürekli Açık Radyo dinlemekte ve haber almaktadır. En çok dinlenen program ise 08:00-10:00 saatleri arasında yayınlanan Açık Gazete'dir. Dolayısıyla dinleyicinin Açık Radyo'yu bir haber alma mecrası olarak değerlendirdiği görülmektedir ("KONDA ekibi 'anket'i anlattı: Açık Radyo'nun kendini nasıl tarif ettiği dinleyicisine de geçmiş", 2019).

Dinleyici destek projesi

Alternatif medya kuruluşlarının önündeki en büyük engellerden biri bağımsız kalarak ekonomik süreklilik sağlamaktır. Açık Radyo bu engeli aşmak için 2004 yılının Mart ayında “Açık Radyo dinleyicisini arıyor” sloganıyla “Dinleyici Destek Projesi”ni başlatmıştır. Kurucuların ve programcılarının oluşturduğu bağımsız radyo kolektifi çabasına dinleyicileri de katan bu projede binlerce dinleyicinin her yıl tekrardan maddi ve fikri katılımına ulaşarak “kalıcı ve sürdürülebilir bir mecra” olmak hedefleniyordu. Bu destek projesi kapsamında dinleyiciler, seçtikleri bir ya da birden fazla programın istedikleri bir ya da daha çok saatine sponsor olabilmekteler. Bu kapsamda seçilen program yayınlandığında, destekçisinin adı da programın başında ve sonunda anılmaktadır (“Açık Radyo Dinleyici Destek Projesi”, t.y.). Ayrıca Açık Radyo internet sitesinde isimleri yer almaktadır (“Destekçilerimize Teşekkürler”, 021). Açık Radyo dinleyicilerinin yüzde 48’i program destekçisidir aynı zamanda (“KONDA ekibi 'anket'i anlattı: Açık Radyo’nun kendini nasıl tarif ettiği dinleyicisine de geçmiş”, 2019).

Ekonomik ve örgütsel yapı

Açık Radyo’da şu anda 22 kişi düzenli olarak çalışmaktadır. 2019 yılı bilançosuna göre radyonun giderlerinin yüzde 58’ini personel giderleri, yüzde 7’sini program yapım giderleri, çalınan müzik eserleri için yapılan telif ödemeleri, medya ölçüm bedelleri, yüzde 7,5’ini radyo verici giderleri (verici kira, elektrik, bakım) yaklaşık, yüzde 7’sini hizmet üretim giderleri (ofis kira, elektrik, su) yüzde 8,5’ini RTÜK giderleri, vergi ve harçlar, mali, ve hukuki danışmanlıklar, sigortalar, yüzde 12’sini ise diğer giderler (banka masrafları, komisyonlar, abonelikler, reklam tanıtım giderleri ve genel yönetim giderleri) oluşturmaktadır. Gidelerlerin yarısından fazlası Dinleyici Destek Projesi ile, geri kalan kısmı ise kurumsal destekçiler ve spot reklam gelirlerinden karşılanmaktadır (“Merak Ettikleriniz”, t.y.).

Kanuni zorunluluk gereği anonim bir şirket olarak kurulan Açık Radyo’nun genel müdürü, yayın yönetmeni ve izleyici temsilcisi (“Ekip”, t.y.) bulunsa da tam katılıma olanak sağlayan, yatay bir örgütsel yapılanmaya sahiptir. Herkesin yaklaşık olarak eşit paya sahip olduğu doksan iki ortaklı bir anonim şirket olarak kurulan radyo, kâr amacı gütmeyen, kamu ya da özel hiçbir kuruma bağlı olmayan bağımsız bir kolektiftir (Açık Kitap, 2010: 22-23).

Toplumsal hareketler ve Açık Radyo

Açık Radyo’nun ana odak noktalarını oluşturan küresel iklim değişikliği, iklim kaynaklı göçler, afetler, su kıtlığı, sürdürülebilir ve organik tarım vb. konularda radyoda pek çok program yayınlanmış ve halen yayınlanmakta; programlarda çevre sorunları ile ilgili ulusal ve küresel eylemlere de yer verilmektedir.

Bunun yanı sıra Açık Radyo bu konulara dair girişimlerde de aktif olarak yer almaktadır. Örneğin Aralık 2005’te Kyoto Protokolü’nün imzalanıp onaylanması, bu protokolün de ötesinde önlemlerin alınması amacıyla küresel ölçekte düzenlenen yürüyüş ve mitinglerin İstanbul’daki örgütlenmesinde görev almış; 2009’da Kopenhag’daki BM iklim zirvesini on üç gün boyunca yerinden takip etmiş, yüz bin kişilik yürüyüşün parçası olmuş, birçok programcının da katılımıyla yarısı canlı olmak üzere yaklaşık 17 saat yayın gerçekleştirmiştir.

2011’de Durban’da yapılan iklim zirvesini de izleyerek canlı yayınlarla günü

gününe takip etmiştir. Mart 2013'te Açık Radyo ve İstanbul Politikalar Merkezi ile Sabancı Üniversitesi-Stiftung Mercator Girişimi'nin birlikte düzenlediği "İklim Değişikliği Tehdidine Karşı İstanbul Manifestosu (Gezegen Elden Gidiyor, Buna Razi Gelemeyiz)" başlıklı bir toplantı gerçekleştirilmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde yayınlanan The Nation ve Columbia Journalism Review dergilerinin ortak sponsorluğunda 2019'da gerçekleştirilen "İklim Krizini Ele Almak, Hemen (Covering Climate Now)" projesinin bir parçası olmuştur. 200'ün üzerinde basın kuruluşunun katıldığı proje, gazeteciler ve haber kanalları bir araya getirilerek, medyanın bir bütün olarak iklim krizini ve getirilen çözümleri kamuoyuna duyurmak için daha etkili yollar bulmasını amaçlamaktaydı.

Bunların dışında da Açık Radyo iklim ve çevre konularına dair pek çok toplantı ve organizasyona dahil olmuş, yerinden izlemiş ve yayınlarında yer vermiştir. Dünyanın çeşitli bölgelerindeki savaşları takip etmiş, bu bölgelerden programlar yapmış, ulusal ve uluslararası aktivizm hareketlerine, her alanda hak temelli habercilik yaklaşımı ile, çeşitli haber ve yorum programları ile yer vermiştir.

Doğal afetlerde toplumsal sorumluluk bilinciyle alternatif bir tutum izleyen Açık Radyo, 17 Ağustos 1999 Gölcük depreminde Deprem İletişim Merkezi (ARDİM) olarak faaliyet göstererek 60 gün süreyle tüm formatını değiştirip radyoyu kesintisiz bir "telsiz çevrimi"ne dönüştürmüştü; deprem bölgesinden haberler verip ihtiyaçları duyurmuştur. Aynı yıl başlayan, deprem ve diğer afetlere hazırlık konusunda yayın yapan "Altın Saatler" programı kesintisiz olarak devam etmektedir.

23 Ekim 2011 ve 9 Kasım 2011 Van depremlerinden sonra yaklaşık 6 ay boyunca hafta içi her gün yapılan 131 programla "Van Depremi Günlüğü" tutulmuş, deprem bölgesine dair gözlemler kamuoyu ile paylaşılmıştır.

Açık Radyo 2006 yılında aralarında yazarların, gazetecilerin, medya yöneticilerinin, radyo ve tv yayıncılarının, hukukçuların, iletişimcilerin, felsefecilerin ve basın meslek temsilcilerinin bulunduğu yaklaşık 40 kişi ile medyaya dair pek çok konunun müzakere edildiği "Medya Konuşmaları" projesi kapsamında 38 saatlik bir program dizisi gerçekleştirdi. Bu çalışma etkinlik AC Nielsen araştırma şirketi tarafından "Medya Güven Araştırması" gerçekleştirilerek araştırmanın sonuçları Açık Radyo'da konuya özel yayınlanan iki programda tartışıldı ("Açık Radyo'nun İlgi Alanlarından Bazıları", t.y.).

Tartışma ve sonuç

Bugün, bireyler olarak, dijital iletişim teknolojilerinin ve özellikle sosyal medyanın varlığıyla daha önce hiç olmadığı kadar görüldüğümüzü ve duyulduğumuzu hissediyor ve düşünüyoruz. Görüntümüzü, sesimizi, fikirlerimizi paylaşmakta; hem yerel hem de küresel ölçekte meydana gelen olaylara karşı tepkilerimizi aktarmakta tarihte hiç olmadığı kadar imkan sahibiyiz. Ancak elimizdeki bu imkanlarla sürdürdüğümüzü düşündüğümüz özgürlüğün kamusal bir alan yaratma konusundaki gücü, istikrarı ve tutarlılığı çok sayıda akademisyen ve araştırmacı tarafından ele alınmaktadır. Zira Habermas'ın döneminin basını için söylediği özel şahıslara ayrılmış alanın piyasa yasaları tarafından istila edilmesi, akıl yürütme faaliyetlerinin tüketim faaliyetine dönüşmesi durumu, bugün de geçerliliğini geniş çapta sürdürmektedir. Herkesin sesini duyurmaya çalıştığı dijital kakofoni döneminde, rasyonel tartışmaların ve müzakerelerin sürdürülebileceği bir alana her zamankinden fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Kişilerin kimliği, yaşam tarzı, dünya görüşlerinden kaynaklanan farklı kamusal alanların var olmaya

çalıştığı mikro-kamusal alanlarda ortaya çıkan hareketlerin geniş çaplı ve çoğulcu bir kamusal alan oluşturmak için bir buluşma, tartışma ve müzakere ortamına gereksinimi bulunmaktadır. Kültür tüketimi de dahil olmak üzere her türlü iletişimin, kamusal topluluk tarafından bir boş zaman faaliyeti olarak değil, tartışma ve müzakere gerektirecek bir toplumsal ortamda sürdürülmesi için tutarlılığı ve sürekliliği olan araçlara ve alanlara ihtiyaç vardır. Ana akım medyanın hiçbir zaman böyle bir işlevi olmadığı, sosyal medyanın ise bu işlevi yalnızca anlık olarak yerine getirebildiği ancak sürdürülebilirlik açısından uygun olmadığı düşünüldüğünde, kamusal iletişimin kamusal bir topluluk oluşturması açısından alternatif medyaya duyduğu ihtiyaç açıkça görülmektedir.

Basın kavramının ortaya çıktığı dönemden itibaren, bir sermaye grubu, siyasal bir grup ya da reklamlarla desteklenmeyen kuruluşlar, gönüllü ve/veya amatör çalışanlarla, kısıtlı ekonomik koşullarla varlıklarını uzun süre devam ettirememişlerdir. Ancak finansal açıdan bağımlılık, içerik açısından bağımlılığı da beraberinde getirmiştir. Alternatif medya kuruluşları için bağımsızlıklarını korurken ekonomik olarak sürdürülebilir bir model üretmek her zaman için en önemli zorluklardan biri olmuştur. Sandoval ve Fuchs'un işaret ettiği gibi alternatif medyanın ticari olmayan, eleştirel ve kompleks içerikler üretmesi; bunu yaparken de kapitalist piyasa koşullarında varlığını sürdürmeye devam etmesi gerekmektedir. Üretimi ve dağıtımını sürekli hale getirmek, kamusal görünürlük kazanmak, ana akım medya tarafından üretilen ideolojilere karşı eleştirel içerik üretebilmek için başta gelen unsurlardır. Dolayısıyla kapitalist piyasa koşullarında var olabilmek için finansal sürdürülebilirlik adına gerekli adımları atmak ancak eleştirel içerikten taviz vermemek alternatif medya açısından önemli iki unsurdur.

Bu bağlamda incelendiğinde Açık Radyo, sürdürülebilir finansal kaynaklarla eleştirel içeriğin varlığını birleştirebilmiş uzun soluklu bir alternatif medya kuruluşudur. Bu noktada Atton ve Hamilton'ın alternatif medyanın sürdürülebilirliği adına bir unsur olarak işaret ettiği gibi, değiştirmeye çalıştığı toplumun içerisindeki ekonomik kaynakları eleştirel içeriğini etkilemeden kullanma pratiğini sağlayabilmiştir. Böylece kapitalist piyasa koşullarına uygun olarak reklam ve sponsorluk gelirleri ile sürekliliğini sağlayan radyo, diğer yandan bireysel desteklerle dinleyicisini de bu devamlılığın bir parçası haline getirmiştir. Dinleyicilerinin yaklaşık yarısının destekçi olması bu görüşü desteklemektedir. Ücretsiz olarak ulaşabilecekleri bir hizmet için ücret ödemeyi kabul eden dinleyiciler, kendilerini radyonun pasif alıcıları olarak değil katılımcı bir parçası olarak görmektedirler. Dinleyiciler, üretilen içeriğin bağımsızlığını korumak adına sorumluluk hissetmekte; böylece radyo ile dinleyicisi arasında organik, yatay bir ilişki tesis edilmektedir. Bu noktada, eleştirel içeriğin varlığını sürdürmek üzere kendilerini ortaya koyan bireyler, kamusal alanın yaratılmasında bizzat etkin rol oynamaktadırlar.

Açık Radyo, kâr amacı gütmeyen bağımsız bir kolektif olarak, sürdürülebilir finansal tutumunu iş bölümü ve uzmanlaşmaya dayalı, yatay örgütlenmeye sahip, profesyonel bir idari yapı ile desteklemiştir. Ayrıca kurulduğu günden bu yana toplumun çeşitli etnik, dini, ekonomik kesimlerinden, farklı eğitim düzeylerinden ve geniş bir yaş kitlesinden çok sayıda programcının yer aldığı bir radyo olma özelliğini de sürdürmektedir. Dolayısıyla yalnızca sunduğu içerikler açısından değil, işleyiş biçimi ile de demokratik, eşit ve özgürlükçü bir yapıya sahiptir.

Diğer yandan program önerilerinin internet sitesi üzerinden herkese açık olması ile dinleyicilerin potansiyel medya üreticileri olarak da varlığını görmekte; dolayısıyla üretici ve tüketici arasındaki ayrımın kalktığı bu diyalektik ilişki, içeriği tek tip ideolojik bir yaklaşımdan kurtararak kompleks formlar ve eleştirel içerikler üretilmesinin yolunu

açmaktadır. Hem kendisine ulaşan eleştirel içeriği yorumlamak hem de bu tipte içerik üretmek için, tüketicinin kendisi de eleştirel olmak zorundadır. Diğer bir deyişle araçsal aklı değil eleştirel aklı üstün tutmalı ve kullanmalıdır. Bu da Sandoval ve Fuchs'un kavramsallaştırdığı eleştirel medya olarak alternatif medya nosyonuna denk düşmektedir (Sandoval ve Fuchs, 2010: 148-149). Anaakım medyanın eleştirel içerikten uzak, tek yönlü yapısından ya da sosyal medyanın kakofonik yapısından farklı olarak, sistemli ve düzenli bir biçimde eleştirel içerik üreten bir mecra olan Açık Radyo bu yaklaşımıyla eleştirel aklı beslemekte, çok çeşitli kesimlerden programcılarıyla karşıt kamusal alanların varlığını desteklemekte ve diyaloguna imkan tanımaktadır. Diğer bir deyişle çoklu kamusal alanları birleştiren, kapsayan ve kendilerini temsil etmelerini sağlayan bir alternatif medya pratiğidir.

Dinleyicileri Açık Radyo'yu müzakerenin ve ahbapça tartışmanın alanı olarak görmenin yanı sıra bir haber kaynağı olarak da görmektedirler. En çok dinlenen programın, radyonun yayın akışının eksenini oluşturan iki programdan biri olan Açık Gazete olması bu bakış açısını desteklemektedir. Enformasyonun doğru ve tarafsız bir şekilde aktarılması, kamusal alandaki bilgi kirliliğini önlemek, akılcı tartışmaların kurulmasını sağlamak açısından ana unsurlardan biridir.

Doğal afetlerde ve toplumsal hareketliliklerde yayın akışını günlerce keserek radyoyu enformasyon akışı için bir telsiz haline getirme tavrı; odak noktalarını oluşturan küresel iklim değişikliği ve etkilerine dair etkinliklerde bizzat yer alması, bu etkinlikleri düzenlemesi ve düzenlenmesine destek olması ile müzakereci ve rasyonel aklın kendine yer bulabileceği, eleştirel bir kamusal alanın varlığını da desteklemektedir. Araçsal aklın sonuçlarından biri de bireylerin ya herhangi bir soruna karşı, herhangi bir sebep için harekete geçme motivasyonlarını yitirmeleri ya da yalnızca uzaktan bir imza kampanyasına katılmak, bir bağış yapmak ya da sosyal medya üzerinden yazmak gibi eylemlerle, doğrudan o hareketin içinde yer alarak çözümün bir parçası olmak yerine çözüm üretmeyi başkalarına delege etmeleridir. Ancak eleştirel akıl çözümün bir parçası olmayı da gerektirir. Açık Radyo'nun geniş bir yelpazedeki odak noktalarına dair çözüm üretmek üzere aktif olarak çalışması eleştirel akla katkısının önemli bir kanıtıdır.

İçerik açısından incelendiğinde Açık Radyo'nun ana akım medya tarafından hiç ya da yeterince kapsanmayan konulara, sorunlara ve toplumsal olarak dezavantajlı kesimlere yer verdiği, odağındaki konularda yalnızca haber ve görüş aktarmanın ötesine geçerek aktif olarak toplumsal hareketler ve sivil toplum ekseninde yer aldığı, katılımcı demokrasinin tesisi için çok çeşitli alanlarda eleştirel tavrı ve düşüncüyü desteklediği, rizomatik olarak farklı kamusal alanları bir araya getirme işlevinin olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle yatay bir örgütlenme ile kurumsallığı, piyasa koşulları ile eleştirel medya tavrını birleştirerek dünyada örneği az görülen uzun soluklu bir alternatif medya pratiği yaratmıştır.

Kaynakça

- Açık Radyo Dinleyici Destek Projesi (t.y.) (<https://acikradyo.com.tr/acik-radyo-dinleyici-destek-projesi>, Erişim Tarihi: 29.06.2021)
- Açık Radyo'nun İlgi Alanlarından Bazıları (t.y.) (<https://acikradyo.com.tr/acik-radyonun-ilgi-alanlarindan-bazilari>, Erişim Tarihi: 29.06.2021).
- Açık Radyo'nun Programları ve Programcıları (t.y.) (<https://acikradyo.com.tr/acik-radyonun-programlari-ve-programcileri> 29.06.2021)
- Albert, Michael (1997) What Makes Alternative Media Alternative? *Z Magazine*.

- <https://zcomm.org/zmagazine/what-makes-alternative-media-alternative-by-michael-albert/> (Erişim Tarihi: 15 Haziran 2014)
- Atton, Chris (2006) *Alternative Media*. London: Sage Publications.
- Atton, Chris ve Hamilton, James F. (2008) *Alternative Journalism*. London: Sage Publications.
- Benson, Rodney (2003) Commercialism and Critique: California's Alternative Weeklies. *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, Ed. Nick Couldry - James Curran, ss: 111-127. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Dagron, Alfonso Gumucio (2004) The Long And Winding Road Of Alternative Media. *The Sage Handbook of Media Studies*, Ed. John D. H. Downing - Denis McQuail,- Philip Schlesinger - Ellen Wartella, ss: 41-63. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Destekçilerimize Teşekkürler (2021) (<https://acikradyo.com.tr/destekcilerimiz/bireysel>. Erişim Tarihi: 29.06.2021)
- Ekip (t.y.) (<https://acikradyo.com.tr/ekip>, Erişim Tarihi: 29.06.2021)
- Eley, Geoff (1992) Nations, Publics, and Political Cultures: Placing Habermas the Nineteenth Century. *Habermas and the Public Sphere*, Ed. Craig Calhoun, ss: 289-339. Massachusetts ve Londra: The MIT Press
- Ertekin, Sona ve Madra, Ömer (2010) *Açık Kitap*. İstanbul: Açık Site Sanat Ürünleri.
- Foucault, Michel (2019) *İktidarın Gözü*, Çev. Işık Ergüden - Osman Akınhay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fraser, Nancy (1990) Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, No. 25/26: 56-80
- Fuchs, Christian (2010) Alternative Media as Critical Media. *European J of Social Theory*, Vol. 13, Issue 2: 173-192
- Habermas, Jürgen (2009) *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*, Çev. Tanıl Bora - Mithat Sancar. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Haftalık Yayın Akışı (2021) (<https://acikradyo.com.tr/yayin-akisi>, Erişim Tarihi: 29.06.2021)
- KONDA ekibi 'anket'i anlattı: Açık Radyo'nun kendini nasıl tarif ettiği dinleyicisine de geçmiş (2019) (<https://acikradyo.com.tr/acik-gazete/konda-ekibi-anketi-anlatti-acik-radyonun-kendini-nasil-tarif-ettiği-dinleyicisine-de>, Erişim Tarihi: 29.06.2021)
- Merak Ettikleriniz (t.y.) (<https://acikradyo.com.tr/merak-ettikleriniz>, Erişim Tarihi: 29.06.2021)
- Negt, Oscar ve Kluge, Alexander (1993) *Public Sphere and Experience: Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*, Çev. Peter Labanyi - Jamie Owen Daniel - Assenka Oksiloff. Minneapolis-London: University of Minnesota Press.
- Özbek, Meral (2010) Giriş: Kamusal Alanın Sınırları. *Kamusal Alan*, Ed. Meral Özbek, ss: 19-89. İstanbul: Hil Yayın
- Rodriguez, Clemencia (2003) The Bishop and His Star: Citizens' Communication In Southern Chile, *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, Ed. Nick Couldry ve James Curran, ss: 177-194. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Sandoval, Marisol ve Fuchs, Christian (2010) Towards a critical theory of alternative media. *Telematics and Informatics*, Volume 27, Issue 2: 141-150
- Schmidt, James (2000) Aydınlanma Neydi? Moses Mendelssohn ve Immanuel Kant

- Berlinische Monatsschrift'i Nasıl Yanıtladı?, Çev. Fahrettin Altun. *Toplumbilim*, Aydınlanma Özel Sayısı, Sayı 11: 23-36
- Sennett, Richard (2010) *Kamusal insanın Çöküşü*, Çev. Serpil Durak - Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Spivak, Gayatri Chakravorty (1999) *A Critique of Postcolonial Reason: Toward a History of the Vanishing Present*. Cambridge: Harvard University Press