

Panoptik Yaklaşım Işığında Alternatif Medya ve Değişken Özellikleri*

Alternative Media and Its Variable Characteristics in the Context of Panoptic Approach

Halil SAÇ  Nurcan TÖRENLİ 

Derleme Review Article

Başvuru Received: 22.09.2023 ■ Kabul Accepted: 11.11.2023

ÖZ

Alternatif medya, son yıllarda akademik ilgiyi üzerine çeken ve bu sayede önemli bir yazınsal birikime ulaşan bir çalışma konusu olmakla birlikte, bir paradoksu da içinde barındırmaktadır: İlgili yazında ne tür faaliyetlerin alternatif medya kapsamında olduğu muğlaklığının bugüne kadar giderilememiş olması. Üstelik bu kısıtlılığı aşmak adına oluşturulan alternatif medya tipolojilerindeki yaklaşımlar bile birbirini dışlayıcı özellikler sunabilmekte ve muğlaklığı derinleştirebilmektedir. Bu çalışmada söz konusu muğlaklığa ve nasıl aşılabileceğine odaklanılmaktadır. Akabinde Bailey, Cammaerts ve Carpentier sundukları 'panoptik yaklaşım'da farklı yaklaşımların birleştirilmesinin işlevsel olabileceğini ifade etmektedir. Ancak panoptik yaklaşım potansiyel alternatif medya özelliklerini sıralı ve sistematik bir liste halinde sunmamaktadır. Bu çalışmada da panoptik yaklaşımdan hareketle, farklı tipolojilerindeki yaklaşımlarda ve literatürdeki diğer çalışmalarda değinilen özellikler Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri isimli listede toplanmıştır. Listenin medya faaliyetlerinin alternatif medya olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceğinde fonksiyonel bir 'turnusol kâğıdı' olması beklenmektedir. Medya faaliyetleri, listedeki özelliklerin birkaçına değişken kombinasyonlar halinde sahip olup bu eksenle alternatif medya olarak adlandırılabilir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Medya, Panoptik Yaklaşım, Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri, Çatı Terim, Alternatif Medya Tipolojileri.

ABSTRACT

Although alternative media is a subject of study that has attracted academic attention in recent years and has thus reached a significant literary accumulation, it also contains a paradox: The fact that ambiguity of what kinds of activities fall within the scope of alternative media in the relevant literature has not been resolved to date. Moreover, even in alternative media typologies created to overcome this ambiguity, the approaches adopted can exhibit mutually exclusive characteristics, and this situation deepens the ambiguity instead of eliminating it. In this study, it's focused on this ambiguity and how it can be overcome. Bailey, Cammaerts, and Carpentier offer their "panoptic approach", combining various approaches to determine alternative media activities. Although the panoptic approach provides a holistic understanding, it is thought to be deprived of an ordered and systematic list of potential alternative media characteristics. Based on the panoptic approach, this study has assembled the characteristics mentioned in different alternative media approaches and studies into a list called "Variable Characteristics of Alternative Media". The list is expected to serve as a functional 'litmus paper' as to which media activities can and cannot be characterized as alternative media-specific and why. Media activities may have several of the characteristics in the list in varying combinations and thus be labeled as alternative media.

Keywords: Alternative Media, Panoptic Approach, Variable Characteristics of Alternative Media, Roof Term, Alternative Media Typologies.

* Bu çalışma, sorumlu yazarın 2022 yılında Prof. Dr. Nurcan TÖRENLİ danışmanlığında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda tamamladığı "Alternatif Medyanın Değişen Anlamı ve Rolü: YouTube'daki Gazetecilik Pratikleri Üzerine Bir Analiz" başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir.



Giriş

Geçtiğimiz yüzyılın son çeyreğinden itibaren pek çok yazar alternatif medyayı çeşitli özellikler ekseninde tanımlamaya ve açıklamaya çalışmıştır. Farklı örneklem ve medya pratikleri ekseninde ortaya konulan eserler, alternatif medyanın ne olduğuna ve hangi özellikleri bünyesinde bulundurduğuna yönelik hatırı sayılır bir çeşitlilik yaratmıştır (Bailey vd., 2015: 224; Waltz, 2005: 2). Ancak bu durum, yazarlar arasında bir uzlaşımın oluşmasını da engellemiştir.

Literatürdeki çalışmaların çeşitliliği bazı yazarları alternatif medyaya yönelik çeşitli yaklaşımları birtakım tipolojiler altında sınıflandırmaya yöneltmiştir. Fuchs ile Sandoval (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010; Fuchs, 2010), Giddens'in toplumsal teorilere yönelik öznel yaklaşımlar ve nesnel yaklaşımlar şeklindeki ayrımından hareketle üçlü bir tipoloji (öznel yaklaşımlar, nesnel yaklaşımlar, diyalektik yaklaşım) geliştirmiştir (Sandoval, 2009: 3). İkili tipolojilerindeki öznel ile nesnel yaklaşımların kendi içindeki ikiliği aşmak adına üçüncü bir yol olarak "alternatif medyaya yönelik diyalektik yaklaşım"ı ortaya koymuştur (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010; Fuchs, 2010).

Bailey ve diğerleri ise (2007/2015), Laclau ve Mouffe'un (1985) siyasal kimlik kuramındaki "ilişkiselci yaklaşımlar" ve "özcü yaklaşımlar" şeklindeki ayrımından yola çıkarak kendi içinde dört kategoriye barındıran "çoklu kuramsal yaklaşımlar"ı geliştirmişlerdir: Topluluğa hizmet medyası yaklaşımı, anaakıma alternatif olarak alternatif medya yaklaşımı, sivil toplumun parçası olarak alternatif medya yaklaşımı, rizomatik medya yaklaşımı. Dörtlü tipolojide yer alan her bir yaklaşım, kendine has tekil özelliklere ve sınırlara sahiptir. Öte yandan her biri alternatif medyaya yönelik spesifik özellikleri ön plana çıkarmaktadır. Bu sebeple Bailey ve diğerleri bu yaklaşımları "mono-kuramsal yaklaşımlar" olarak nitelendirmektedir (2015: 28). Onlara göre mono-kuramsal yaklaşımların dar perspektiflerinden kurtulmak ve alternatif medya ekosistemindeki çeşitliliği kavrayabilmek için bu dört mono-kuramsal yaklaşım tek vücut halinde

kullanılmalıdır. Böylelikle Bailey ve diğerleri dört tekil yaklaşımın birlikteliğine vurgu yapan "panoptik yaklaşım"ı geliştirmiştir (2015: 224-225).

Bailey ve diğerlerinin panoptik yaklaşımı, her geçen gün yeni gazetecilik pratiklerinin ortaya çıktığı yeni medya dünyasında, bir şeyin alternatif medya kapsamında ele alınıp alınamayacağı ikilemine karşı geliştirilen kullanışlı bir reçete olabilir. Ancak Bailey ve diğerlerinin panoptik yaklaşımda potansiyel alternatif medya özelliklerini sıralı bir liste halinde ortaya koymaması yaklaşımın işlevselliğine sekte vurmaktadır.

Bailey ve diğerlerinin (2007/2015) dörtlü tipolojisindeki yaklaşımlar gibi Sandoval ile Fuchs'un üçlü tipolojisindekiler (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010; Fuchs, 2010) de bu çalışmada mono-kuramsal yaklaşımlar olarak kabul edilmiştir. Bu minvalde "panoptik yaklaşım"dan hareketle, mono-kuramsal yaklaşımlardaki ve literatürdeki çeşitli tekil özellikler 'Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri' başlıklı listede toplanmıştır. Böylelikle panoptik yaklaşımın ışığında hangi gazetecilik faaliyetinin alternatif, hangisinin olmadığına yönelik bir turnusol kâğıdı ortaya konmaya çalışılmıştır. Herhangi bir alternatif medya faaliyetinin bahsi geçen listede yer alan bütün özellikleri taşıması pek olası değildir. Farklı alternatif medya faaliyetleri, listedeki birkaç farklı özelliğe sahip olabilir ve bu sebeple 'alternatif' olarak nitelendirilebilir. Değininmesi gereken bir diğer nokta ise Alternatif Medyanın Değişken Özellikler Listesi'nin geçerliliğidir. Liste, bu çalışmanın kendisinden türetildiği tezde belirli bir örneklem üzerinde sınanmaya çalışılmış ve tutarlı sonuçlar elde edilmiştir. Dolayısıyla listenin fonksiyonel olduğu ifade edilebilir.

Çalışmanın devamında ilk olarak panoptik yaklaşımın -ve beraberinde Değişken Özellikler Listesi'nin- konumlanma noktasına uygun olarak alternatif medyanın pek çok terimle ve karakteristikle ilişkilendirilmesinin somutlaştırılması adına alternatif medyanın özünde bir 'çatı terim' olma hali ele alınmıştır. Daha sonra alternatif medya ile ilgili tipolojiler ve bu

tipolojilerin içerdiği yaklaşımlar ortaya konmuştur. Akabinde Bailey ve diğerlerinin bütünlleştirici panoptik yaklaşımına yer verilmiş ve devamında literatürdeki çeşitli mono-kuramsal yaklaşımlardan ve çalışmalardan hareketle oluşturulan Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri Listesi sunulmuş ve açıklanmıştır.

'Çatı Terim' Olarak Alternatif Medya

Kitle medyası (egemen medya, anaakım medya), pazar ve siyaset ile ilişkide olan (Taş, 2010: 30) ve kendisine önceden tayin edilen sınırlar içerisinde hareket eden medyadır. Özü itibariyle kâr maksimizasyonu sağlamak adına mümkün mertebe geniş kitlelere ulaşmaya çalışır ve bağlamsal olarak siyasal ve iktisadi öznelere diyaloglar temin eder. Her ne kadar liberal kuram bu tür medya faaliyetlerine kamunun yararı için büyük roller tayin etse de varlıkları itibariyle medya ekosisteminde bir biçimde birtakım eksikliklere/yetersizliklere sebep olurlar. Nitekim bu eksiklikler/yetersizlikler, alternatif medya pratiklerinin var oluşu gerekesidir.

Alternatif medyanın farklı kitlelerin/grupların ihtiyaçlarına farklı pratiklerle yanıt vermesi ve her bir pratiğin alternatif medyanın tarihsel serüveni içerisinde farklı yazarlarca değişik noktalara odaklanılarak okunması, alternatif meydanın kesin sınırlar ekseninde tanımlanmasını zorlaştırmaktır. Bailey ve diğerlerinin (2007/2015) ve Sandoval ile Fuchs'un (Sandoval, 2009, Sandoval ile Fuchs, 2010) tipolojilerini oluştururken yararlandıkları farklı yazarların farklı tutumları, neyin alternatif medya olduğunu konusunda çeşitli güçlüklerin yaşandığını somutlaştırmaktadır. Bu güçlük, aynı zamanda alternatif medyanın çeşitliliğe dayalı kimliğini de pekiştirmektedir.

Nihayetinde egemen gazetecilik anlayışının dışına çıkan pek çok faaliyet farklı terimlerle isimlendirilebilmekte ve/veya alternatif medya ile ilişkilendirilebilmektedir. Dolayısıyla alternatif medyaya bakışımızın hareket noktası, onun bir 'çatı terim' olduğu üzerine kurulmalıdır. Couldry ve Dreher'in (2007) *topluluk medyası*, Rodriguez

ve El Gazi'nin (2007) *özerk medyası* veya *yurttaş medyası*, Waltz'ın (2005) *aktivist medyası*, Atkinson'un (2004) *taktik medyası*, Pierce'in (2002) *katılımcı medyası*, Downing'in (1984/2001) *radikal -alternatif- medyası* (akt. Kenix, 2011: 18), Traber'in (1985) *taban örgütlenmesi medyası* (akt. Atton, 2002: 16), Dargon'un (2004) *üçüncü medyası* (akt. Demirtaş, 2017: 100), *otonom medya* (Langlois & Dubois, 2015; Schmidt, 2015), Alankuş'un (2008) *başka medyası* (akt. Taylan, 2012: 13-14) gibi pek çok terim alanyazında dolaşımındadır. Ancak 'alternatif medya', belirtilen terimlere nazaran daha kapsamlı ve akılda kalıcıdır (Demirtaş, 2017: 114). Bu sebeple Atton'ın deyimiyle farklı pratikleri ve kanalları kapsayan bir "şemsiye" kavram olarak nitelendirilebilir (2002: 9-10). Ancak 'çatı terim' ifadesi, alternatif medyanın çeşitliliği için daha uygun bir niteleyici olabilir.

Literatürde alternatif medyayla ilişkilendirilen terimlerde veya yapılan pek çok araştırmada alternatif medyanın pek çok özelliği zikredilmektedir. Gerek Bailey ve diğerlerinin sunduğu dörtlü tipoloji (Bailey vd., 2007/2015) gerek Sandoval ile Fuchs'un üçlü tipolojisi (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010; Fuchs, 2010) alternatif medyanın sınırlarına/çeşitliliğine yönelik karmaşayı aşmaya yönelik adımlar olsa da bu çalışmada hala belirli ölçütleri olmazsa olmaz kabul eden birer "mono-kuramsal yaklaşım" (2015: 28) olarak görülmekte ve panoptik yaklaşımın geniş sınırlarına sığınılmaktadır. Nitekim panoptik yaklaşım, alternatif medyanın 'çatı terim' karakterini vurgulayabilecek en birleştirici perspektif olabilir.

Bu çalışmada alternatif medyanın çatı terim niteliğini yansıttığı kabul edilen panoptik yaklaşım, sadece Bailey ve diğerlerinin dörtlü tipolojisindekileri (2007/2015) değil, aynı zamanda Sandoval ile Fuchs'un üçlü tipolojisindeki (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010; Fuchs, 2010) yaklaşımları da kapsayan bir terim olarak konumlandırılmaktadır. Akabinde panoptik yaklaşımın anlamlandırılması için bir sonraki ana başlıkta her iki tipolojideki yaklaşımlar açıklanmaktadır.

Alternatif Medya Tipolojileri

Alternatif medya çalışmalarına yönelik iki sınıflandırma ön plana çıkmaktadır: Sandoval ile Fuchs'un üçlü sınıflandırması (Sandoval, 2009; Fuchs, 2010; Sandoval & Fuchs, 2010) ve Bailey, Cammaerts ve Carpentier'in dördümlü sınıflandırması. Bailey ve diğerleri dördümlü kategorizasyonlarını birleştiren, daha kapsamlı bir çatıya sahip beşinci bir yaklaşım olarak "panoptik yaklaşım"ı ortaya koymaktadır (Bailey vd., 2007/2015). Takip eden alt başlıklarda söz konusu sınıflandırmalar açıklanmıştır.

Öznel-nesnel toplum kuramı çerçevesinde alternatif medya

Sandoval ile Fuchs'un alternatif medya çalışmalarını sınıflandırdığı tipoloji, Giddens'in *Toplumun Kuruluşu: Yapılaşma Kuramının Ana Hatları* (1984) kitabında yer alan topluma ilişkin "nesnel yaklaşımlar" (yapısalcılar) ve "öznel yaklaşımlar" (yorumsamacılar) ayrımında temellenmektedir. Buradaki temel ayrım, özneye odaklanan öznel yaklaşımlar ile yapıya odaklanan nesnel yaklaşımlar arasındadır. Giddens'ta özne düşünme fiilini gerçekleştiren insanı, nesne ise toplumsal yeniden üretimi içeren toplumsal yapıları nitelemektedir (akt. Taylan, 2012: 30-33).

Medyada özne, üreticiler ve tüketiciler olarak iki kümeye ayrılabilir. Nesne olarak değerlendirilen medya yapıları ise organize edilmiş kurumlar ve bu kurumun ortaya koyduğu ürünler ve içeriklerdir (Sandoval, 2009: 9). Nitekim bu tipolojinin temel ayrım noktası da alternatif medyanın öznelere mi yoksa yapılara mı odaklanması gerektiği üzerinden kurulmaktadır. Yani alternatif medyanın temel fonksiyonunun alternatif medyayı "katılımcı medya" olarak gören öznel yaklaşımlardaki gibi medya üretim sürecinin sıradan bireylerin katılımına açılması mı yoksa alternatif medyayı eleştirel medya olarak gören nesnel yaklaşımlardaki gibi geniş kesimlere eleştirel içerik sağlanması mı olduğu ikilemi ele alınmaktadır (Sandoval, 2009).

Öznel yaklaşımlar temelinde katılımcı medya

Öznel yaklaşımlar, alternatif medyayı "katılımcı medya" olmakla bağdaştırırlar (Sandoval &

Fuchs, 2010; Sandoval, 2009). Bailey ve diğerleri, Wasko ve Mosco'nun 'medya içinde katılım' ve 'medya aracılığıyla demokratikleşme' ayrımından hareketle, sıradan tüketici konumundaki yurttaşların medyanın üretim ve karar alma sürecine doğrudan dahil olmasını "mikro katılım"; temsil aracılığıyla kitlelerin kamusal varlığının görünür kılınması ise "makro katılım" olarak adlandırmaktadır (2015: 36-37). Her iki form her ne kadar birbirleriyle ilişki içinde olsa da öznel yaklaşımlarda mikro düzeydeki doğrudan katılımın ağır bastığı ifade edilebilir.

Sandoval öznel yaklaşımı ele alırken Coyer (2007), Dargon (2004), Couldry (2003), Rodriguez (2003), Enzensberger (1970), Benjamin (1934), Brecht (1932) gibi isimlerden söz etmekte ve yine 'topluluk medyası' çalışmalarını da zikretmektedir. Brecht'in (1932) radyonun tek yönlü değil çift yönlü bir 'iletişim' aracı olarak kullanımına, Benjamin'in (1934) basın demokratik bir araç haline gelmesi için okuyucularını yazarlar haline getirmesine, Enzensberger'in (1970) iletici-alıcı ayrımının ortadan kalkmasına değinmektedir (akt. Sandoval, 2009).

Öznel yaklaşımlar bünyesinde değerlendirilen Couldry (2003) kitle/anaakım medyasının tekelleşmiş dikey organizasyon yapısının tüketicileri üretimin dışında bırakarak onları tepeden etkileme noktasında "sembolik güç" elde ettiğine değinmektedir. Medya erişiminin kitlelere açılmasının, yani medyada tüketen birey ile üreten birey ayrımında gedikler açmanın konsantre olmuş medya gücüne meydan okuma fiili olduğuna dikkat çekmektedir (akt. Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010: 142).

C. Atton açısından da organizasyon ve üretim süreçlerine katılmak özgürleştirici potansiyelin dışavurumu açısından kilit bir noktada durmaktadır. O, katılımcılığa değinirken McQuail'in Enzensberger'den yararlanarak oluşturduğu "demokratik-katılımcı medya" modeli, Traber'in "taban medyası örgütlenmesi" (*grassroot media*) terimi gibi unsurlara da dikkat çeker (Atton 2002: 8-17; akt. Atton, 2014: 23-37). Nitekim onun için

üretim sürecinde katılımcılık, anti-kapitalist ve anti-yönetimsel organizasyon kilit unsurlardır (Atton, 2002'den akt. Sandoval, 2009: 5-6).

A.G.Dargon (2004) katılımcılığı alternatif medyanın merkezi olarak görür ve katılım özelliğine sahip türden bir medyanın temsil edilmeyenleri temsil edip toplumsal değişime katkı sunacağına değinir (akt. Sandoval, 2009: 5). "Yurttaş medyası" terimi ile C. Rodriguez de normalde üretim sürecinde yer almayan bireylerin ancak katılım yoluyla aktif yurttaşlara dönüşebileceğine değinir (Rodriguez, 2003: 190, Sandoval, 2009: 5; Sandoval & Fuchs, 2010: 142).

J. Drew, *A History of Contemporary Democratic Media* (2013) kitabında "katılımcı iletişimin ve medyanın son birkaç on yılda değişen doğasını araştırmaktadır". Her ne kadar merkezleşmiş iktidar odaklı medya ona meydan okuyanları tecrit etme fiilini sürdürse de son birkaç on yılda onlara muhalefet eden bağımsız ve otonom medya gibi alternatifler aktif hale gelmiştir. Bu minvalde o, taban medyası gibi öznelerin sivil toplumun gövdesinde uygulanmasına dikkat çekmektedir (2013: 5). Nitekim Drew'in (2013) de en genel kapsamı ile elektronik iletişim araçlarının zemin sağladığı kendin yap medyasına (*do it yourself media*) ve bu ekseninde gelişen yerel alternatif uygulamalara odaklandığı ifade edilebilir.

Öznel yaklaşımlarda "topluluk medyası" çalışmalarının özel bir yeresahip olduğu söylenebilir. Topluluk medyası, belirli bir topluluğun üyelerinin medyanın üretim ve yönetim gibi üst organizasyon unsurlarına katılımına dikkat çeker. Bu tür medya faaliyetlerinde katılım ve etkileşim gibi unsurların varlığı vurgulanabilir (Lewis, 1976; Jankowski, 2003; KEA, 2007; Coyer, 2007; Peisslas ve Tremetzberger, 2008'den akt. Sandoval, 2009: 5).

Sandoval ile Fuch, öznel yaklaşımların önemini göz ardı etmemektedir. Ancak onlara göre bu yaklaşımlar 3 açıdan çeşitli sorunlar taşımaktadır: (a) Küçük ölçekli katılımcı medyalar, geniş kitlelere ulaşan bir karşı-kamusal alan kurulmasını zorlaştırmaktadır (Sandoval & Fuchs, 2010: 143).

Comedia'nın tabiriyle "alternatif getto" içerisine sıkışılmaktadır (Comedia, 1984: 101'den akt. Sandoval, 2009: 6). (b) İkinci olarak, katılımcılık, baskıcı politik ve kâr amaçlarının bir aracı olarak kullanılabilir. (c) Katılımcılığı alternatif medya için temel kıstas kabul etmek, eleştirel içerik üreten ancak profesyonel organizasyon biçimleri kullanarak geniş kitlelere ulaşan medyaları dışlamak ve alternatifliği sınırlandırmak anlamına gelmektedir (2010: 144-145).

Nesnel yaklaşımlar temelinde eleştirel medya

Nesnel yaklaşımlar "eleştirel içerik" merkezlidir ve eleştirel içerik medya yapısındaki sürekliliğin bir sonucu olarak düşünülür (Sandoval, 2009: 8). Sandoval'a (2009) göre eleştirel içerik üretimi bir medyanın özgürleştirici (ve beraberinde alternatif) olup olmadığı noktasında öznel yaklaşımların bulunduğu katılımcılığa kıyasla daha objektif bir kriterdir. Keza katılımcı üretim süreci baskıcı -yahut gerici- amaçlarla kullanılabilir.

"Eleştiri, çağdaş toplumun eşitsiz, baskın ve katılımcı olmayan karakterine işaret etmenin bir yoludur" (Sandoval & Fuchs, 2010: 146). Bu bağlamda Sandoval nesnel yaklaşımların özünü oluşturan eleştirel medya içeriğini -Marx'tan da yararlanarak- şu ifadelerle tanımlamaktadır: "... her türlü baskı ve tahakkümü eleştiren ve toplumsal mücadelelerle erişilebilecek makul ve kendi kaderini tayin eden bir toplum tasavvuru sürdüren içerik" (Sandoval, 2009: 12). Fuchs, eleştirel içeriğin kapsamını sadece altyapı bağlamında iktisadi tahakkümün (sermaye iktidarının) eleştirilmesine endekslemez. Ona göre -üstyapı içerisinde konumlandırabileceğimiz- etnisite, cinsiyet gibi noktalardan gerçekleştirilen tahakkümlere karşı içerikler üretmek de eleştirel içerik bağlamında okunabilir (Fuchs, 2010: 179). Nitekim Marx (1979) da iktisadi olmayan ve üstyapıda yer alan tahakküm biçimlerinin de bir biçimde iktisadi (altyapıdaki) tahakkümde temellendiğini belirtmektedir.

J. Downing, T. O'Sullivan ve G. Meikle gibi yazarlar eleştirel içerik eksenli perspektife sahip oldukları için nesnel yaklaşımlar bağlamında değerlendirilmektedir (Sandoval, 2009:

8-9). Downing ve diğerleri, radikal medya açıklamalarında egemen ideolojik atmosfere karşı çıkış minvalindeki karşı-hegemonik olmayı ön plana çıkarır (2001: 15). Nitekim esas olan egemen ideolojinin göz ardı ettiği konuları aktarmak, baskıyı eleştirmek, yalanları bertaraf etmek ve gerçekleri gün ışığına çıkarmaktır (2001: v-16). Bu bir anlamda egemen enformasyonun tam karşısına oturtulan *karşı-enformasyon modelidir* (Baldelli, 1977; Herman, 1992; Jensen, 1997'den akt. Downing vd., 2001: 16). Ki söz konusu çerçeve doğrudan eleştirel içerikle ilintilidir. Keza Downing, karşı-hegemonik unsurların, profesyonel organizasyon yapılarının içerisinden de çıkabileceğini belirtir ve ona göre "radikal medyanın mutlaka katılımcı olması gerekmez" (Downing vd., 2001'den akt. Sandoval, 2009).

Eleştirel içerik noktasına Sandoval'ın dikkat çektiği bir diğer isim T. O'Sullivan'dır. *Key Concept in Communication and Cultural Studies* eserinde O'Sullivan, J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery ve J. Fiske alternatif medyayı şu şekilde tanımlamaktadır:

Alternatif medya * Toplumda değişimi veya en azından geleneksel değerlerin eleştirel bir yeniden değerlendirilmesi anlamında yerleşmiş ve kurumsallaşmış politikaları alenen reddeden ya da karşı çıkan kitle iletişim biçimleri (O'Sullivan vd., 1994: 10).

The Future Active: Media Activism and Internet kitabında aktivizm ve toplumsal dönüşüm bakımından giderek kilit bir araç haline gelen interneti ve internet ortamında var olan çeşitli bağımsız medya, aktivist-taktik medya faaliyetlerini ele alan G. Meikle (2002: 1-6); çatışmayı değil müzakereyi/tartışmayı teşvik eden, okuyucuları (topluluk üyelerini) kendilerini ilgilendiren haber konularının bir parçası haline getirmeye ve yazarlarının bu eksenindeki -sivil-söylemini güçlendiren ve göstermelik objektifliğin ötesine geçen içerikler üzerinde durmaktadır (Meikle, 2002: 100'den akt. Sandoval, 2009: 9).

Sandoval ile Fuchs'un diyalektik yaklaşımı

Giddens'in (1984) yapılaşma teorisinde yorumsamacı yaklaşımlar ile yapısalci-işlevselci yaklaşımların ikiliğini aşmaya çalışması gibi (Taylan, 2012: 32), Sandoval ile Fuchs (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010; Fuch, 2010) da alternatif medyaya yönelik öznel yaklaşımlar ile nesnel yaklaşımlar arasındaki ayrımı aşmaya ve diyalektik bir bütünlük sağlamaya çalışmaktadır (Sandoval, 2009: 9; Sandoval & Fuchs, 2010: 145).

Medya yapısı (içerik, organizasyon, teknoloji) ile medya aktörleri (üreticiler ve tüketiciler) arasında diyalektik bir bağ mevcuttur. Medya yapısı, medya aktörlerinin hareket sınırlarını belirler. Medya aktörlerinin fiilleri ise medya yapısı üzerinde biçimlendirici rol oynayabilir (Sandoval, 2009: 9; Sandoval & Fuchs, 2010: 145). Bu, yukarıda yer verilen her iki yaklaşımın füzyonu anlamına gelmektedir.

Kaynaştırmaya/bütünleştirmeye dayalı diyalektik yaklaşım, Sandoval'de "ideal-tipik bir alternatif medya modeli" (2009: 9), Sandoval ve Fuchs'ta ise "ideal alternatif medya modeli" (2010: 145) olarak zikredilmektedir. Nitekim alternatif medyanın egemen/anaakım medyalarından hem medya yapısı (nesnel yaklaşımların öncelediği) hem de aktörler (öznel yaklaşımların öncelediği) bakımından çeşitli açılardan farklılaşabildiği ileri sürülmektedir (Sandoval, 2009; Sandoval ve Fuchs, 2010).

Egemen/anaakım medya hem kâr güdülü hem de ideolojik niteliklidir. Bu minvalde alternatif medya, "medya yapısı" bakımından kâr eksensiz olmamalı ve ideolojiyi olumsuzlayan türden eleştirel içerik üretmelidir. Öte yandan egemen medya, sıradan insanların medya katılımına imkân vermez. Alternatif medya ise medya özneleri açısından sıradan insanların katılımına olanak verebilir ve üre-tüketiciler (prosumer)' (Toffler, 1980'e atıfla) yaratabilir (Sandoval, 2009: 10; Sandoval & Fuchs, 2010: 145).

1 Toffler, insanlığın üç ayrı -değişim- dalgası geçirdiğini belirtir. Birinci Dalga M. Ö. 8000'lerden 1650-1750'li yıllara uzanan, İkinci Dalga birincinin bitiminden başlayıp 1950'li yıllara kadar gelen, Üçüncü Dalga ise -ABD için- 1955'te başlayan süreçtir (1981: 33-34). Ona göre bu süreçlerde iki farklı sektör mevcuttur: (1) Bireylerin herhangi bir ücret söz konusu olmadan kendileri için üretim yaptıkları A sektörü ve (2) piyasa için mal/hizmet üretimi gerçekleştirdikleri B

Tablo 1
Alternatif Medyanın Karakteristikleri

		Kapitalist Kitle Medyası	İdeal Alternatif Medya
Medya Yapısı	Medya Ürününün İktisadi Formu	Meta olarak medya ürünü	Ticari olmayan medya ürünü
	İçerik	İdeolojik içerik ve tek tipleştirilmiş/standartlaştırılmış içerik biçimi	Eleştirel içerik ve/veya kompleks içerik biçimi
Medya Aktörleri	Tüketici	Çok sayıda tüketici	Eleştirel tüketici
	Üretici	Az sayıda üretici	Eleştirel üretici Eleştirel üretici (eleştirel üreten tüketici)



Alternatif medya ölçütü olamaz



Alternatif medya için 'potansiyel' ölçüt (zaruri değil)



Alternatif medya için 'zaruri/gerekli' ölçüt

Kaynak: Sandoval & Fuchs, 2010: 147; Sandoval, 2009: 11.

Tablo-1'de de görülebileceği üzere Sandoval ile Fuchs, medya yapısının unsuru olan *eleştirel içeriği* ve medya aktörünün unsuru olan *eleştirel üreticiyi* alternatif medyanın zaruri kıstası olarak kabul etmektedir. Öte yandan katılımcı üretim süreci, ticari nitelikli ürün formu gibi bazı potansiyel/olası ölçütlere (Tablo-1'deki gri renkli ölçütler) de yer vermektedirler. Egemen ideolojiyi üreten türden içerikler ortaya koyan medyalar ise kati biçimde alternatif medya dışında bırakılmaktadır (Sandoval & Fuchs, 2010: 146-147; Sandoval, 2009: 11-12).

Katılımcı ve kolektif üretim gerçekleştiren -ve bunu alternatifliğin esas kriteri gören- medyalar, geniş kitlelere erişmede sorunlar yaşayabilir. Bu, alternatif medyanın politik ereklerine ulaşmasını -yer yer- sekteye uğratabilir. Akabinde eleştirel içeriği önceleyip eleştirel farkındalığı yaymak kilit bir noktada durmaktadır. Keza dönüşümle getirilecek yeni bir toplum ancak geniş kitlelere

o toplumun fikirlerini ulaştırmayla olanaklı olabilir (Sandoval & Fuchs, 2010: 146; Sandoval, 2009: 10-11). Diyalektik yaklaşıma göre alternatif medya geniş kitlelere eleştirel içeriklerin ulaştırılmasında ise kapitalist gelir modelleri (meta formunda ürün gibi) kullanılabilir. Böylelikle eleştirel medya üretimi sürekli hale getirilebilir, toplum içindeki görünürlük arttırılarak marjinalite aşılabilir ve eleştirel karşı-kamusal alanlar temin edilebilir. Sandoval'a göre ticari yöntemler kullanmak içerik üzerinde olumsuz etkilerde bulunabilir (2009:12-13). "Ama aynı zamanda, marjinaliteğin dışına çıkmak ve politik bakımdan etkili olmak için genellikle tek şanstır" (2009: 12). Sandoval aynı anda hem ticari mekanizmalar kullanılıp hem de eleştirel içerik üretilebileceği savını desteklemek için *Le Monde Diplomatique*, *Adbusters*, *Mother Jones*, *QNews* gibi çeşitli yayınları örnek göstermektedir (2009: 13).

sektörü. Birinci ve üçüncü dalgalarda, A sektörü, yani üre-tüketiciler ağırlıktadır. Toffler'a göre nasıl ki Birinci Dalga'da tarla gibi yerlerde kendi tüketeceği ürünler için emek harcayanlar ağırlıktaysa, Üçüncü Dalga'da da kendi benzinini doldurmak veya evinde tadilat yapmak gibi fiilleri gerçekleştiren üre-tüketiciler ağırlıktadır (1981: 329-345).

Alternatif medya açısından bakıldığında ise sıradan bireylerin medya üretim (veya yönetim) süreçlerine dahil olması, üre-tüketici sıfatı elde etmeleri anlamına gelmektedir. Nitekim katılımcı medya süreçlerinde üretim (veya yönetim) tümüyle medya profesyonellerinin eline bırakılmamakta, bireyler sonradan kendileri tüketecekleri içerikleri kendileri üretmektedir.

Özcü ve ilişkiseli teori çerçevesinde alternatif medya

Laclau ve Mouffe, *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics* (Hegemonya ve Sosyalist Strateji: Radikal Demokratik Bir Politikaya Doğru) kitabında siyasal kimlik teorisini ortaya koymakta ve özcü yaklaşımlara yönelik eleştiri olarak “tüm farklılıkları kapsayacak, bütünü sabitleyecek tek bir prensip yoktur” ifadelerine yer vermektedir (Laclau ve Mouffe, 1985’ten akt. Bailey vd., 2007: 5). Bu ifade, Bailey ve diğerlerinin alternatif medyaya yönelik geliştirdiği *çoklu kuramsal yaklaşımların* temelini oluşturmaktadır. Özcü yaklaşımlar kimlikleri durağan ve müstakil görürken, ilişkiseli yaklaşımlar akışkan ve birini etkileyen ve böylelikle gerçek özün varlığını yansıtan unsurlar olarak görür. Bailey ve diğerleri, çoklu kuramsal yaklaşımlarda ilişkiseli bir tavır sergiler ancak alternatif medya çalışmalarındaki önemi sebebi ile özcü yaklaşımlara da yer verir (2007:5; 2015:28-29) Tablo-2’de görüleceği üzere, Bailey ve diğerleri, alternatif medya yaklaşımlarını sadece özcü ve ilişkiseli olarak değil, aynı zamanda medya merkezli ve toplum merkezli olarak da ayırtılmakta ve böylelikle çoklu teorik yaklaşımlara daha geniş bir perspektif kazandırmaktadır.

Topluluğa hizmet medyası

Topluluğa hizmet medyası (topluluk medyası/ *community media*)², odağına spesifik bir topluluğu alır. Topluluk, etnik ve coğrafi temele dayalı ‘geleneksel topluluk’ olabilir. Öte yandan topluluk terimi, geleneksel topluluğun ilk kez yeniden kavramsallaştırılmasında ele alınan Clark’ın (1973)

“ortak ilgi topluluğu”, Wenger’in (1998) “uygulama topluluğu” ve Castells’in (1996) “sanal topluluğu” olarak da okunabilir. Yahut topluluğun ikinci kez kavramsallaştırılması ekseninde değerlendirilen Fish ve Lindlof’un (1980) “yorumlayıcı topluluk”, Cohen’in (1985) “anlam topluluğu” ve Anderson’ın “hayali topluluk” terimlerini de karşılayabilir (Bailey vd., 2015: 32-36). Topluluk medyasının özü itibarıyla ortak bir nokta ekseninde bir araya gelen belirli bir kitlenin enformasyonel ihtiyaçlarına yanıt veren ve temsil eksikliğini gideren medyadır. Çoğunlukla ticari ereği yoktur ve hitap ettiği kesimin medya süreçlerine katılımına imkân verir (Rennie, 2006: 3).

Nitekim bu yaklaşımda “katılım” ve “erişim” kilit terimlerdir. Erişim, topluluğun enformasyona ulaşabilmesi olarak özetlenebilir (Berrigan, 1979’dan akt. Bailey vd., 2007: 11-12). Ancak erişimi salt medya organizasyonuna veya içeriklerine ulaşabilmek olarak tanımlamak, bizi sınırlandırılmış bir çerçeveye hapseder. Bu sebeple erişim terimi, bireylerin -kendi topluluk- medyalarına geribildirimler verebilmesi de dahil edilerek genişletilebilir. Katılım ise karar mekanizmalarına (yapısal katılım) ve içerik üretimine (içeriğe katılım) dahil olma şeklindeki “mikro katılım” ya da ilgili kesimin medyada görünür kılınması ve kamusal tartışmalara dahil olması şeklindeki “makro katılım” olarak belirebilmektedir (2015: 36-37). Öte yandan bir medyada nihai kararın ortaya konmasında tüm aktörler eşit söz hakkına sahipse “tam katılım”, çok sayıda aktör birbirini etkileme olanağına sahipse ancak nihai karar az sayıda spesifik özne tarafından veriliyorsa “kısmi katılım” mevcuttur (Pateman, 1970: 70-71’den akt. Bailey vd., 2015: 41).

Tablo 2

Alternatif Medyaya Yönelik Dört Kuramsal Yaklaşımın Konumu

	Medya Merkezli	Toplum Merkezli
Özcü (Topluluk Medyasının Özerk Kimliği)	1.Yaklaşım: Topluluğa hizmet medyası	3. Yaklaşım: Sivil toplumun parçası olarak alternatif medya
İlişkiseli (Topluluk Medyasının Diğer Kimliklerle İlişisine Göre Kimliği)	2. Yaklaşım: Anaakım medyaya alternatif olarak alternatif medya	4. Yaklaşım: Rizom (köksap) olarak alternatif medya

Kaynak: Bailey vd., 2007: 7; Bailey vd., 2015: 31.

2 Topluluk medyası, Avrupa’da “yerel medya”, üçüncü dünyada ise “katılımcı medya” şeklinde de isimlendirilebilmektedir (Rennie, 2006: 3).

Anaakıma alternatif olarak alternatif medya

Bu yaklaşımda alternatif medya ile anaakım arasında bir ayrıma gidilir. Alternatif medyayı anaakımın medya ekosisteminde yarattığı boşlukları gideren, onu tamamlayan veya ona yönelik karşı-hegemonik bir kritik sunan bir olgu olarak konumlandırır (Bailey vd., 2015: 43). Anaakıma karşı alternatif medya devlet ve piyasa ilişkilerinden zincirlerini koparmış, hiyerarşik olmayan veya yatay organizasyon yapısı içeren, başat olmayan temsil ve söylemler sunan, dezavantajlı gruplara yönelik olabilen medyadır (2015: 48-50).

Medyanın sistemsel olarak egemen öznelerle ilişki ağları içerisinde dolaşımı, temsil ve söylemlerin de bu ekseninde şekillenmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla “bu süreçte anaakım medya, ‘gerçeğin’ inşa edilmiş ve tercih edilen bir yönünü üretmek ideolojik” hale gelmekte ve söylem, temsil ve dil buna aracı olmaktadır (Bailey vd., 2015: 45). Bu yüzden alternatif medya için önemli olan unsur hâkim söylem ve temsilleri yeniden üretmemek veya karşı söylemler-temsiller sunmaktır. Nihayetinde temsil ve söylem, anlam bakımından bir karşı-mücadele veya karşı-hegemonya alanına dönüşebilmektedir (Bailey vd., 2015: 43-48).

Sermaye kökenli bir medya kuruluşuna dayanmayan ve böylelikle piyasadan ve politik aktörlerden bağımsızlaşan her gazetecilik faaliyeti, anaakımın haber ve söylem egemenliğinde gedikler açar. Dünya Ticaret Örgütü’nün 1999’daki Seattle zirvesi esnasında ortaya çıkan neoliberalizm karşıtı gösterilerde aktif rol oynayan Bağımsız Medya Merkezi (*Independent Media Center*) (Taylan, 2012: 110-111) kilit bir örnek olarak konumlandırılabilir. Benzer bir biçimde yakın geçmişte nasıl blog merkezli gazetecilik faaliyetleri anaakımın imparatorluğunu zedelediye (Bailey vd., 2015: 122), bugün de YouTube ve Twitter gibi platformlardaki alternatif medya faaliyetleri aynı işlevi görmektedir. Bu minvalde gerçekleştirilen gazetecilik, egemen politika özneleriyle temas sağlamamakta ve kullanıcılarını siyasal konularda

büyük ölçüde manipüle etmemektedir. Dolayısıyla bireylerin politik konularda daha doğru çıkarımlar yapmasına ve yer yer kitlesel kazanımlar için çaba harcamasına önyak olabilmektedir.

Bu yaklaşım, içeriğin yanı sıra organizasyonel ayrışmayı da önemli görür. Akabinde piyasa ve devletle ana bağlara sahip olmayan bir medya, yatay veya hiyerarşik olmayan organizasyon yapısına da sahip olabilir ve bu bağımsızlığını/özerkliğini pekiştirebilir. Bu durum hem kurum içi eşitlikçi üretim sürecine hem de kurum dışından bireylerin katılımına önyak olabilir (Bailey vd., 2007: 18-20).

Sivil toplumun parçası olarak alternatif medya

Sivil toplum, genellikle ‘piyasa’ ve ‘devlet’ olgularıyla birlikte ele alınır. Bu noktada sivil toplumun devletten ve piyasadan (sermaye ilişkilerinden) özerk olup olmadığına yönelik çeşitli bakış açıları sunulur. Hegel’den yararlanan ama aynı zamanda onun sivil toplum kavrayışının bazı yönlerini reddeden Marx’ta sivil toplum, doğrudan burjuva sınıf tarafından örgütlenen ve yönlendirilen bir olgudur (akt. Bailey vd., 2007: 21). Bu tür bir kavrayış, sivil topluma diğer unsurlarla ilişkisi bağlamında bağımsızlık/özerklik tanımaz. Gramsci, hegemonyanın sivil toplum içerisindeki üretimini-yeniden üretimini kabul eder ancak onun piyasa ve devletten analitik olarak ayrışmasının/özerkleşmesinin ona hegemonyayı eleştirebilecek, onunla mücadele edilebilecek bir alan açtığını savunur (2007: 21).

Devletten ve piyasa ilişkilerinden azade medya faaliyetleri, daha kolay bir biçimde sivil toplum bağlamında ele alınabilir (Bailey vd., 2015: 51). Sivil toplumun bir parçası olarak alternatif medya, devlet ile piyasa arasında bir yerde ve toplumsal hareketlerin içerisinde konumlanabilir (2015: 227). Bu minvaldeki bir alternatif medya, mikro katılım ve/veya makro katılım³ ile medyanın demokratikleşmesine katkı sunabilir. Böylelikle kamusal alanda temsil ve tartışmalara katılım düzeyi arttırılabilir. Demokratik pratiklerin

3 Makro katılım ve mikro katılıma, “Öznel Yaklaşımlar Temelinde Katılımcı Medya” ve “Topluluğa Hizmet Medyası” başlıklarında değinilmiştir.

pekişmesinde fonksiyonel olabilecek sivil toplum eksenli alternatif medya faaliyetleri, reklam gibi gelir kalemlerini reddettikleri için mali sorunlarla yüzleşebilirler. Otoriter hükümetler tarafından baskıya maruz kalabilirler (2015: 66).

Köksap (rizom) olarak alternatif medya

Rizomatik alternatif medya yaklaşımı, Deleuze ve Guattari'nin⁴ rizom benzetmesi üzerine kurulmuş, sivil toplum ilişkilendirmesinden ve alternatif medya yaklaşımlarının eleştirilerinden yararlanmıştı. Bu yaklaşımdaki alternatif medya 3 işlevle ön plana çıkmaktadır. İlk işlev, sivil toplum içerisinde yer alan organizasyonları/faaliyetleri/hareketleri (öğrenci, işçi, kadın vb.) bir kavşak noktasında kesiştirmesidir. Yerel ölçekte diyaloglar temin edebildiği gibi, bunu uluslararası düzeyde de gerçekleştirebilirler. Öte yandan (ikinci işlevi) belirsiz ve öngörülemez niteliktedirler. "... gerektiğinde ortaya çıkarlar ve sessizce yok olurlar ya da başka bir medya etkinliğine dönüşürler." Son olarak ise alternatif medya, devlet ve piyasadan bütünüyle azade değildir. Mevcudiyetini devam ettirmek adına, kendi özünü yitirmeden piyasa ve/veya devlet unsurlarıyla yer yer temaslar sağlayabilir. Dolayısıyla salt karşı-hegemonik değil, "trans-hegemonik" niteliktedir (Bailey vd., 2015: 60-64).

Toplumsal hareketleri bir araya getirerek heterojen yapılar oluşturabilen, bu heterojenliği belirli bir olay-olgu üzerinden kurup daha sonra farklı bir konuda yine farklı hareketlerin işbirliğine vesile olan -ki böylelikle karşı-hegemonik olma unsurları taşıyan- ama zaman zaman varlığını devam ettirmek veya yasal zemine oturtmak için piyasa veya devlet bileşenleriyle ilişkiler kuran bir medya söz konusudur.

Panoptik Yaklaşım ve Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri

Bailey ve diğerlerine göre kendi tipolojilerinde yer alan dört yaklaşımın her biri kendilerine has özelliklere odaklanan ve diğer yaklaşımların özelliklerini dışlayabilen mono-kuramsal yaklaşımlardır. Bu sınırlılığı aşmak adına yazarlar dört yaklaşımın dâbiraradakullanılması gerektiğine değinmektedir (2015: 28) ve nihayetinde panoptik⁵ yaklaşımı ortaya koymaktadırlar.

Bu kitabın temel argümanı bu alternatif medya dünyalarının karmaşıklığına erişebilmek için, bu dört yaklaşımın birleştirilmesi gerektiğidir. (...) Farklı yaklaşımların birleştirilmesi bu fenomenin, mikro analiz düzeyinde alternatif medya insiyatiflerinin çokluğunu ve çeşitliliğini dikkate alan, değişkenliği kadar kimliklerini yapılandıran ve tanımlayan kavramları kabullenen panoptik bir temsiline önünü açar (Bailey vd., 2015: 225).

Bailey, Cammaerts ve Carpentier, füzyon esasına dayalı bu yaklaşımı *Alternatif Medyayı Anlamak (Understanding Alternative Media)* kitabının sonuç kısmında *Alternatif Medyaya Panoptik Yaklaşım* alt başlığında detaylandırmakta ve farklı medya pratiklerinin farklı alternatif medya özelliklerine sahip olabileceğine, birini reddetmek yerine çeşitlilik ekseninde özelliklerin harmanlanabileceğine değinmektedir (2015: 230). Nitekim kitapta *Radio Favela* analiz edilirken 4 yaklaşım bir arada kullanılmaktadır (2015: 70-84). Panoptik yaklaşımın bütünleştirici ve çeşitlilikçi anlayışı, alternatif medyanın çatı bir terim olarak nitelendirilmesi açısından kilit bir role sahiptir.

Alternatif medyanın değişken özellikleri:

Çeşitlilik bileşenlerinin füzyonu

Bailey ve diğerleri panoptik yaklaşım için doğrudan bir alternatif medya özellikleri listesi sunmamaktadır. Bu durum neyin, hangi faaliyetin alternatif medya olduğunu tespit etmede panoptik

4 İkili, *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia* (1987) eserinde bitki bilimine ait arbolik ve rizomik terimlerinden yararlanmıştı. Arbolik yapılar hiyerarşik olan yapıları tasavvur eder (Woods ve diğerleri, 2013: 435-436). İkiliye göre arbolik yapılar devletin benimsediği yapılardır (Bailey ve diğerleri, 2015: 60). Rizomatik yapılar ise yatay doğrultuda geniş bir alana yayılmış, belirli noktalarda kesişen yapılardır (Deleuze ve Guattari, 1987: 6-19).

5 "Panoptik" terimi, J. Bentham'ın bir görevlinin tek bir noktadan bütün mahkumları görebildiği/gözetleyebildiği "panoptikon" (*panopticon*) hapisane projesine dayanmaktadır. M. Foucault, daha sonra Bentham'ın görüşlerinden yararlanarak gözetime dayalı toplumu (*surveillance society*) açıklamak için "panoptisizm" (*panopticism*) terimini ortaya koymuştur (Brunon-Ernst, 2012: 1-3; Foucault, 1995).

yaklaşımın gücünü zayıflatabilmektedir. Panoptik yaklaşımın işlevselliğinin artırılması için hem Bailey ve diğerlerinin dört yaklaşımı (2007/2015) hem Sandoval ile Fuchs'un üç yaklaşımı (Sandoval, 2009; Sandoval ile Fuchs, 2010; Fuchs, 2010) hem de literatürdeki çeşitli yazarların açıklamalarında değinilen alternatif medya özellikleri, 'Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri' isimli listede (Tablo 3) birleştirilmeye çalışılmıştır. Tablo 3'te yer alan özelliklerin açıklamaları aşağıda verilmiştir. Böylelikle Türkiye bağlamında bir medya faaliyetinin alternatif medya şeklinde tanımlanıp tanımlamayacağını, şayet tanımlanacaksa hangi özelliğe dayandırılacağı noktasında işlevsel bir araç oluşturulmaya çalışılmıştır.

Panoptik yaklaşım çeşitliliğe dayanan bir anlayış benimsediği için bu özelliklerin tümünün bir arada herhangi bir medya pratiğinde olması beklenemez. Ancak farklı medya/gazetecilik pratikleri, Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri Listesi'ndeki farklı özelliklere çeşitli kombinasyonlar halinde sahip olabilir.

Eleştirel içerik üretmek

Sandoval, eleştirel içeriği Marksist gelenekten beslenerek şu ifadelerle tanımlamaktadır: "... her türlü baskı ve tahakkümü eleştiren ve toplumsal mücadelelerle erişilebilecek ... makul ve kendi kaderini tayin eden bir toplum tasavvuru sürdüren içerik ..." (2009: 12). Bir anlamda bu tanımlamanın sermaye-emek çelişmesine, yani Marx'ın "altyapı" dediği şeye (Marx, 1979), vurgu yaptığı söylenebilir. Ancak Fuchs, ırk ve cinsiyet bakımından uygulanan tahakkümlerin de eleştirinin nesnesi olabileceğine dikkat çekmektedir (2010: 181).

Fuchs'un perspektifi, eleştiriyi sadece iktisadi olan altyapıya yönelik değil aynı zaman siyasal ve kültürel olanı içeren üstyapıya çeker. "Böyle bir anlatımda iktisadi olmayan tüm tahakkümler iktisadi tahakküme dayanır ve ona eklenir" (Marx, 1979). Waltz'ın Kuzey Kore gibi diktatörlüğün hâkim olduğu bir ülkede CNN'in bile alternatif medya olarak okunabileceği söylemi (2005: 2) Fuchs'un bakış açısını destekler niteliktedir. Bu eksende baskının egemen olduğu bir bağlamda

Tablo 3

Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri

Sıra No	Alternatif Medya Özelliği	Özelliğe Değinen Çeşitli Yaklaşımlar ve/veya Yazarlar
1	Eleştirel içerik üretmek	Nesnel Yaklaşımlar, Diyalektik Yaklaşım (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010; Fuchs, 2010), Anaakıma Alternatif Olarak Alternatif Medya Yaklaşımı, Sivil Toplumun Parçası Olarak Alternatif Medya Yaklaşımı, Rizomatik Medya Yaklaşımı (Bailey vd., 2007/2015), Downing (1984), Downing vd. (2001), Atkinson (2006), Lievrouw (2011/2015), Holt vd. (2019), Rauch (2021)
2	Alternatif kamusal alanlar yaratmak	Anaakıma Alternatif Olarak Alternatif Medya Yaklaşımı, Sivil Toplum Medyası Yaklaşımı, Topluluğa Hizmet Medyası Yaklaşımı (Bailey vd., 2007/2015), Page ve Tannenbaum (1996), Sandoval (2009), Fuchs (2010), Atton (2002), Meikle (2002), Downey ve Fenton (2003), Owens ve Palmer (2003), Downing (2003), Thörn (2007), Rauch (2007), Stein (2009), Milioni (2009), Fuchs (2010), Poell ve Borra (2011), Moyo (2011), Harcup (2011), Holt vd. (2019)
3	Toplumsal hareketlerin içerisinde konumlanmak	Sivil Toplum Yaklaşımı, Rizomatik Yaklaşım (Bailey vd., 2007/2015), Öznel Yaklaşımlar (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010; Fuchs, 2010), Armstrong (1981), Downing (1984; 2003), Downing vd. (2001), Meikle (2002), Downey ve Fenton (2003), Owens ve Palmer (2003), Waltz (2005), Langlois ve Dubois (2005/2015), Pickard (2006), Thörn (2007), Stein (2009), Lievrouw (2011/2016), Poell ve Borra (2011), Rohlinger vd. (2012), Harlow ve Salaverria (2016), Chan (2017),
4	Farklı hareketlerden-mücadelelerden gelen insanları bir araya getiren bir kavşak noktası ve/veya mobilize eden bir katalizör olmak	Rizomatik Yaklaşım (Bailey vd., 2007/2015), Pickard (2006), Milioni (2009), Stein (2009), Uzelman (2015)
5	Büyük ölçekli bir medya sermayesinin veya devletin güdümünde bulunmamak	Anaakıma Alternatif Olarak Alternatif Medya Yaklaşımı, Sivil Toplumun Parçası Olarak Alternatif Medya Yaklaşımı (Bailey vd., 2007/2015), Duncombe (1996; 1997), Albert (1997), Couldry ve Curran (2003), Langlois ve Dubois (2005/2015), Waltz (2005), Beers (2006), Atkinson (2006), Rauch (2007), Atton ve Hamilton (2008), Harlow ve Salaverria (2016)

6	Reklam, sponsorluk gibi gelir biçimleri kullanmamak	Anaakıma Alternatif Olarak Alternatif Medya Yaklaşımı, Sivil Toplumun Parçası Olarak Alternatif Medya Yaklaşımı (Bailey vd., 2007/2015), Öznel Yaklaşımlar (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010; Fuchs, 2010), Albert (1997), Atton (2002), Atton ve Hamilton (2008)
7	Trans-hegemonik olmak	Rizomatik Yaklaşım (Bailey vd., 2007/2015), Diyalektik Yaklaşım (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010), Pimlott (2004/2014), Kim ve Hamilton (2006), Kenix (2011), Rauch (2021),
8	Yatay veya tümüyle hiyerarşik olmayan (hibrit) organizasyon yapısına sahip olmak	Anaakıma Alternatif Olarak Alternatif Medya Yaklaşımı (Bailey vd., 2007/2015), Öznel Yaklaşımlar (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010), Atton (2002), Langlois ve Dubois (2005/2015), Pickard (2006), Rauch (2007), Atton ve Hamilton (2008), Holt vd. (2019)
9	Medya üretim süreçlerine katılım	Topluluğa Hizmet Medyası Yaklaşımı, Sivil Toplum Yaklaşımı (Bailey vd., 2007/2015), Öznel Yaklaşımlar (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010), Duncombe (1996; 1997), Couldry (2003), Rodriguez (2003), Waltz (2005), Langlois ve Dubois (2005/2015), Pickard (2006), Kim ve Hamilton (2006), Lievrouw (2011/2016), Poell ve Borra (2011), Holt vd. (2019), Moyo (2011), Harcup (2011), Sweet vd. (2013)
10	Spesifik bir topluluğa hizmet etmek	Topluluğa Hizmet Medyası Yaklaşımı (Bailey vd., 2007/2017), Couldry ve Dreher (2007), Sweet vd. (2013)

siyasal bakımdan muhalefet eden muhalif içerik, eleştirel içerik kapsamında okunabilir. Öte yandan gerek işçi hareketi gerek yeni toplumsal hareketlerin içerikleri yine eleştirel içerik bağlamında değerlendirilebilir.

Nihayetinde eleştirel içerik; gerici rejimlerde sessizliği bozan, safsatalara karşı çıkan, “karşı-enformasyon modeli”⁶ veya karşı-hegemoniklik bağlamında yer alan (Downing vd., 2017: 46), iktidara ve kurumlarına meydan okuyan (Atkinson, 2006’dan akt. Kenix, 2009: 813), herhangi bir şekilde karşı-hegemoniklik temin eden (Holt vd., 2019: 864-865) içerik olarak görülebilir.

Tıpkı Sandoval ile Fuchs gibi (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010) gibi Rauch da varlığını sürdürmek için piyasa ve politika özneleriyle diyalog kuran çeşitli alternatif medyaların gerçekleştirdiği eleştirel içerik üretimini, anaakım medyadan ayrılan bir yön olarak görür (2021: 151).

Alternatif kamusal alanlar yaratmak

Habermas’a göre bireyler toplum içerisinde etkileşimde bulunarak çeşitli “kaanatlar” edinirler. Bu kanaatler, “kamusal tartışma ve eleştirinin filtresinden geçirilir” ve bu süreç sonunda kamuoyu oluşur (akt. Özbek, 2004: 42). Nihayetinde bireylerin belirli konularda enformasyon temin etmesi, bunları kendi zihninde değerlendirerek kanaatler oluşturmak ve bunları yine iletişim

eylemiyle başkalarıyla müzakere ederek konsensüs oluşturması süreci, kamusal alanın süreci olarak okunabilir. Dolayısıyla bu süreçte sıralı iki önemli fiilin varlığından söz edilebilir: Enformasyon temini ve kritik etme süreci.

Gerek ideolojik gerek tecimsel ereklere bulunan (Erdoğan, 2002: 3-4) anaakım medyanın sistemin gücünü sekteye uğrattığı her türlü enformasyonu temin etmekten uzak durduğu, temsil sorunları yarattığı ve böylelikle çeşitli kesimlerin eleştirel tartışma/kritik sürecini de etkilediği, akabinde kendini var etmede boşluklar yarattığı ifade edilebilir. Bu sınırlılığı aşmak, çeşitli alternatif medya faaliyetlerinin işlevi olabilir. Dolayısıyla sistem içerisinde anaakımın büyük çoğunluğunun herhangi bir biçimde ihmal ettiği sınıf, cinsiyet, düşünce sistemi, inanç, ırk gibi noktalarda söylemler temin eden ve böylelikle demokratik/rasyonel tartışmaya zemin hazırlayan, bir anlamda farklı kesimlerin hem dışa karşı görünürlüğüne katkı sağlayan hem de kendi içlerinde bilinç ve varlık seviyesini yükselten alternatif medya pratikleri, alternatif kamusal alan yaratılmasına katkı sağlamış olur.

Arato ve Cohen (1992) de toplumsal hareketlerin kamusal alan oluşturabileceğine dikkat çeker. Bu noktada Negt ve Kluge’nin (1972; 1993) işçi hareketleri için ileri sürdüğü “proleter kamusal alan”, proleter kamusal alanın diğer toplumsal

6 Baldelli, 1997; Herman, 1992 ve Jensen, 1997’ye atıfla (Downing ve diğerleri, 2001: 46).

hareketlerin yaratabildiği kamusal alanları da kapsayan “karşı kamusal alan” terimleri ön plana çıkar (akt. Downing vd., 2017: 58-61). Söylem ve temsil eksikliği giderilmesi hususunda, enformasyon temin edecek (ve böylelikle sistem içerisinde yadsınan rasyonel tartışmalara katkı sunacak) alternatif medya faaliyetlerinin varlığına Bailey ve diğerleri (2007/2015), Atton (2002), Couldry ve Dreher (2007), Milioni (2009), Stein (2009), Sandoval (2009), Fuchs (2010), Harcup (2011) gibi pek çok yazar da değinmektedir.

Toplumsal hareketlerin içerisinde konumlanmak

Alternatif medyayı toplumsal hareketlerin megafonu olarak aksettiren D. Armstrong’un *A Trumpet to Arms: Alternative Media in America* (1981) kitabından bu yana (akt. Atkinson, 2015: 41-42) pek çok yazar alternatif medyayı eski veya yeni toplumsal hareketlerle organik bağları bulunan pratikler olarak ele almıştır. Dolayısıyla alternatif medya işçi, öğrenci, çevre hareketleri gibi oluşumların ya da spesifik bir ilerici kuruluşun doğrudan parçası olabilir. Bu tür oluşumların sesini duyurabilir, kitleleri saflara davet edebilir ve mobilize etme gayesi güdebilir.

Downing’in (1984) radikal medyası, Waltz’ın (2005) aktivist medyası, Langlois ve Dubois’in (2015) değindiği “otonom medya” gibi terimler veya Bailey ve diğerleri (2007/2015), Stein (2009), Pickard (2006) gibi Tablo 3’te değinilen pek çok yazar alternatif medyanın toplumsal hareketlerle organik bağlara sahip olmasına değinmektedir.

Toplumsal hareketler sadece fiziksel mekânlarda var olan ve kendisinin uzantısı olarak medyayı kullanan odaklar olmayabilir. Siber alanlarda faaliyet gösteren toplumsal hareketlerin medya kullanımları da bu kapsam da okunabilir. Akabinde McCaughey ve Ayers tarafından derlenen *Cyberactivism* (siberaktivizm) (2003) çevrimiçi aktivist faaliyetleri konu almakta, Vegh (2003), Elin (2003) ve Salter (2003) gibi yazarlar bu minvaldeki faaliyetlere açıklık getirmektedir.

Farklı hareketlerden-mücadelelerden gelen insanları bir araya getiren bir kavşak noktası ve/veya mobilize eden bir katalizör olmak

Bu özelliğin temelini Bailey ve diğerlerinin rizomatik medya modelindeki açıklamalar oluşturmaktadır. Akabinde alternatif medya işçi, feminist, öğrenci gibi farklı mücadele odaklarını bir araya getirebilmektedir (Bailey vd., 2015: 61-65). Nihayetinde bu işlev aslında sivil toplumun farklı aktörleri arasında ilişki kurma anlamına gelen “mezomobilizasyon” faaliyetidir (Gerhards ve Rucht, 1992’den akt. Bailey vd., 2015: 245).

Otonom medyaya dair açıklamalarda bulunan Uzelman da çeşitli toplumsal hareketlerin tıpkı bir bambu bahçesinde olduğu gibi yatay düzlemde birbirleriyle ilişkide olduğunu ve medya aktivistlerinin bunları mobilize etme noktasında işlev görebileceğine dikkat çekmektedir (2015: 19). Bu tür yanal bağlantılar ve etkileşimler sağlama, koordinasyon ile topyekûn hareket etme işlevi Stein (2009: 754) ve Milioni’nin (2009: 427) de üzerinde durduğu noktalarıdır.

Birbirinden bağımsız mücadele grupları için eklem noktası olmak ve onları mobilize etmek, doğrudan toplumsal hareketlere ilişkin bir özelliktir. Ancak bir önceki ‘toplumsal hareketlerin içerisinde konumlanmak’ özelliği bir alternatif medya faaliyetinin doğrudan spesifik bir mücadele veya bir kuruluş ekseninde kullanımına vurgu yaparken, kavşak noktası oluşturma ve mobilize etme özelliği mücadeleler arası ağlar kurulmasına ve bunların harekete geçirilmesine odaklanmaktadır.

Büyük ölçekli medya sermayesinin veya devletin güdümünde bulunmamak

Bailey ve diğerleri ‘anaakım medyaya alternatif olarak alternatif medya’ yaklaşımında piyasa ilişkilerinden ve devletten bağımsız olmayı kilit bir kıstas olarak sunarlar (2015: 48). Nitekim “bağımsız medya” teriminin de özünde bu yatmaktadır (Deane, 2016: 4). Bu tür alternatif medya pratikleri çoğunlukla reklam veya resmî ilan almamak, kâr ereğini öncelememek gibi özelliklerle bağdaştırılmaktadır. Ancak bu başlıkta değinilen

alternatif medya özelliği, sadece tekelleşmiş (veya tekelleşme eğilimi gösteren) şirketlerin güdümünde olmamayı ve devletlerle (veya onlarla ilişkili belediyeler gibi kurumlarla) herhangi bir çıkar ilişkisi üzerinden temasta bulunmamayı, yönetsel ve içerik konusunda bağımsızlığı nitelemektedir.

Akabinde bu özelliğe sahip olan alternatif medya faaliyetleri varlığını sürdürmek için piyasayla ilişkilendirilen reklam, sponsorluk gibi gelir şekilleri kullanabilirler. Sandoval ile Fuchs, reklam gibi gelir biçimleriyle elini kuvvetlendiren alternatif medya faaliyetlerinin toplumu dönüştürme potansiyeline katkıda bulunan eleştirel içerikleri daha fazla insana ulaştırma olanağı elde edeceğine değinmektedir (Sandoval ile Fuchs, 2010: 146-147; Fuchs, 2010: 183; Sandoval, 2009: 11-12). Dolayısıyla bu özellik, literatürdeki genel eğilimin aksine bir sonraki özellik olan 'reklam ve sponsorluk gibi gelir biçimleri kullanmamak' özelliğinden ayrı olarak konumlandırılmıştır. Yani bir medya büyük ölçekli medya olmayabilir veya devlet (veya onunla ilişki odaklarla) temasta olmayabilir ama aynı zamanda reklam yahut sponsorluk gibi gelir biçimleri de kullanabilir.

Reklam ve sponsorluk gibi gelir biçimleri kullanmamak

Pek çok yazar alternatif medyayı reklam, sponsorluk gibi gelir biçimlerinden azade olmakla bağdaştırmaktadır (Bailey vd., 2015: 48; Curran ve Seaton, 2010: 12; Atton ve Hamilton, 2008: 2; Albert, 1997). Reklam ve sponsorluk gibi kalemleri başat gelir kaynağı yapmak tecimsel çıkarları önceler ve içerik bağımsızlığının sınırlandırılması riskini beraberinde getirir (Herman ve Chomsky, 1994'den akt. Atton, 2002: 37). Dolayısıyla bu tür bir zincirden kendini kurtaran alternatif medyalar, içeriklerinde daha bağımsız ve eleştirel olabilirler. Bu özelliğin, tümüyle sisteme karşı çıkış tutumuna sahip olan toplumsal hareket medyalarında bulunması daha olasıdır.

Trans-hegemonik olmak

Anaakım medya gerek içerik gerek yönetsel/yapısal bakımdan tümüyle sistemin içerisinde konumlanmıştır. Akabinde -anaakım- medya

hegemonik, yani sistemdeki tabi kılma ilişkilerini yeniden üreten (Çoban, 2011), buna katkı sunan medya türü olarak görülebilir. Tümüyle sistemle uyumlu yapılara ve içeriklere ev sahipliği yapar. Öte yandan Downing ve diğerleri, radikal alternatif medya açıklamalarında hegemonik olana meydan okuyan karşı-hegemonik medyalara dikkat çeker (2017: 46).

Bailey ve diğerleri, "rizomatik medya" yaklaşımında alternatif medyanın tümüyle karşı-hegemonik olarak görülmesini eleştirmektedir. Onlara göre "Alternatif medya piyasa ve/veya devletin tamamen dışında hareket etmez". Mevcudiyetini sürdürmek için piyasa ve/veya devlet ile bağlantılar sağlayabilir. Nihayetinde bütünüyle karşı-hegemonik olmaktan çıkabilir ve "trans-hegemonik" hale gelebilir (2015: 62-63). Akabinde bazı açılardan hegemonik olanı reddedici ve çatışmacı bazı açılardan ise rıza gösterici ve uzlaşmacı bir yapıya bürünebilir (2015: 230). Bu perspektif, "diyalektik yaklaşım"da (Sandoval, 2009; Sandoval ile Fuchs, 2010; Fuchs, 2010) sunulan açıklamalarla örtüşen yönere sahiptir. Nihayetinde diyalektik yaklaşım, eleştirel içerik üreten (karşı-hegemonik olan) ama aynı zamanda varlığını sürdürmek için reklam gibi gelir yolları (hegemonik olanla tutarlı gelir biçimi) kullanan medya faaliyetlerini alternatif olarak görmektedir (Sandoval & Fuchs, 2010: 146-147; Sandoval, 2009: 11). Kenix'in alternatif medya ve anaakım medya ile özdeşleştirilen çeşitli özelliklerin günümüzde birbiri yerine kullanılabilmesine yönelik açıklamasının (2011: 2) veya Rauch'un toplumsal değişime omuz veren ve daha az tecimsel gayeler güden medyaların da piyasa minvalli fiillerde bulunabileceğine yönelik görüşlerinin (2021: 150-151) yukarıdaki açıklamalarla aynı ekseni paylaştığı belirtilebilir.

Yukarıdaki açıklamalardan hareketle bu çalışmada "trans-hegemonik" olmak, bir yandan karşı-hegemonik yönere sahip olan (eleştirel içerik üretimi gerçekleştirmek, alternatif kamusal alanlar yaratmak, toplumsal hareketlerin içerisinde konumlanmak, farklı mücadeleler için birleştirici ve/veya katalizör olmak gibi özelliklerden en az birini taşıyan) ama aynı zamanda mevcudiyetini

sürdürmek gayesiyle hegemonik temaslar sağlayan (reklam ve sponsorluk gibi yollara başvuran ve/veya sistemin bürokratik aktörleriyle vergi vb. noktalarda uzlaşılar sağlan) alternatif medya faaliyetlerini tanımlamak için kullanılmıştır.

Büyük Britanya Komünist Partisi yayını *Marxism Today* trans-hegemonik alternatif medyaya örnek gösterilebilir. Bu yayın reklam almakta, *The Guardian* ile temaslar sağlayabilmekte ve anaakımla özdeşleşen dağıtım biçimleri kullanmaktadır (Pimlott, 2004/2014). Bu açılarından hegemonik sistemle uzlaşa yönlerine sahiptir. Öte yandan varoluşu itibarıyla sol eksenli siyasal bir oluşumun parçasıdır ve içerik olarak Marksizm yanlıdır, ki bunlar da karşı-hegemonik yönleridir. Bu sebeple *Marxism Today* trans-hegemonik bir alternatif medya olarak görülebilir. Kim ve Hamilton'ın (2006) incelediği *OhmyNews* de hem alternatif medyaya özgü bir yöntem olan sıradan insanları üretim sürecine katmakta ama aynı zamanda da reklam almak gibi fiillerle ile gelir elde etmektedir. Dolayısıyla medya yapısı bakımından görece hegemonik alışılmış pratiklere ters düşmekte ama aynı zamanda da onunla özdeşleşen gelir biçimleri kullanmaktadır.

Yatay veya tümüyle hiyerarşik olmayan (hibrit) organizasyon yapısına sahip olmak

Anaakım medya genel yayın yönetmeninden muhabire uzanan hiyerarşik örgütlenme biçimini benimsemiştir. Üst kademelerden aşağıya indikçe karar mekanizmalarında söz hakkı sınırlandırılmaktadır. Öte yandan Holt ve diğerleri (2019: 864), Rauch (2007), Pickard (2006) gibi pek çok yazar yatay (hiyerarşik olmayan) organizasyon yapısına değinmektedir. Anaakım medyanın alışlagelmiş profesyonel hiyerarşik işleyiş kalıplarını reddeden (veya esneten) yatay organizasyon yapısı, izleyicilerin katılımını ve erişimini kolaylaştıran çoğulcu bir atmosfer oluşturulmasına katkı sunabilir (Bailey vd., 2015: 48-50). Yatay organizasyon biçimi, emek sürecini yürüten bütün öznelerin/bileşenlerin eşit söz hakkına sahip olduğu bir yapıyı tasvir eder. Bu, medya içi üretim ve yönetim süreçlerinin yanı sıra izleyicilerin/tüketicilerin bu süreçlere erişim

ve müdahalesinde çeşitli esneklikler yaratabilir ve kolektif faaliyeti arttırabilir.

Alternatif medya faaliyetlerinde dikey olmayan organizasyon yapısı kullanılması, Comedia'ya göre alternatif medyayı dar "alternatif gettosuna" hapseden yönlerden biridir. Bu kapandan kurtulmanın yolu geleneksel yönetimde (ve beraberinde finansal getiri gibi noktalarda) anaakımın stratejilerine yaklaşmaktır (Comedia, 1984'ten akt. Atton, 2002: 33-37). Bu, alternatif medyanın organizasyon yapısını tümüyle yatay olmaktan da çıkarabilir. Akabinde alternatif medya faaliyetleri, hibrit (bazı noktalarda dikey, bazı noktalarda yatay) organizasyon yapısına sahip olabilir. Yönetim ve üretimde tümüyle kolektif hareket edilebilir. Ama aynı zamanda nihai bir karar verici kişi veya grup olabilir. Bu tür bir alternatif medya faaliyetinin hibrit organizasyon yapısına sahip olduğu söylenebilir.

Medya üretim süreçlerine katılım

Katılımcı olmak, alanyazındaki çalışmalarda sıkça değinilen bir alternatif medya özelliğidir (Holt vd., 2019; Schmidt, 2015; Drew, 2013; Sweet vd., 2013; Harcup, 2011; Poell & Borra, 2011; Moyo, 2011; Lievrouw, 2011/2016; Kim & Hamilton, 2006; Pickard, 2006; Langlois & Dubois, 2005/2015; Waltz, 2005; Couldry, 2003; Rodriguez, 2003; Atton, 2002; O'Sullivan vd., 1994). Sandoval ile Fuchs (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010) öznel yaklaşımlarda, Bailey ve diğerleri (2007/2015) topluluğa hizmet medyası ile sivil toplum medyası yaklaşımlarında bu özelliğe kilit bir önem atfetmektedir.

Alternatif medyada katılım, sıradan bireylerin içerik üretimine katılımı ya da yönetsel/yapısal katılım (karar alma süreçlerine katılım) şeklinde gerçekleşebilir (Bailey vd., 2015: 37). Bu noktada yönetim süreçlerine katılım ikiye ayrılabilir: "Tam katılım" ve "kısmi katılım". Tam katılım, her bireyin karar alma mekanizmasında eşit düzeyde söz hakkına sahip olmasıdır. Kısmi katılım ise bireylerin/ tarafların karar alma sürecinde müzakere yoluyla birbirini etkileyebildiği ancak nihai kararın spesifik bir kişiye/kesime ait olduğu katılım biçimidir (Pateman, 1970'ten akt. Bailey vd., 2015: 41).

Akabinde medya profesyoneli olmayanların içerik üretimine veya karar alma mekanizmalarına müdahil oluşu medya üretim süreçlerine katılım kapsamında değerlendirilebilir. Ancak bu noktada sıradan bireylerin 'katılımı' ile 'erişimi' arasında bir ayırım yapılması yerinde olabilir. Yukarıdaki katılım açıklamalarının haricinde, erişim bireylerin enformasyon temin edebilmesinin (Berrigan, 1979'dan akt. Bailey vd., 2007: 11-12) yanı sıra medya yapılarına geribildirimler verebilmesi olarak nitelendirilebilir. Günümüzde erişim olgusu, YouTube gibi platformlarda eşzamanlı olarak gerçekleştirilen gazetecilik pratiklerinde kullanıcıların içerik üreticisine ulaşarak içeriği zenginleştirme veya değiştirme olanağı sağladığı için önem arz etmektedir. Örneğin gazeteciler YouTube'da yaptıkları canlı yayınlarda o an sundukları haberle ilgili daha fazla enformasyon temin etmek amacıyla izleyicilere/kullanıcılara soru sorabilmekte, izleyiciler/kullanıcılar "canlı sohbet" özelliğini kullanarak geribildirimde bulunabilmektedir. Değinen geribildirim biçimi büyükölçüde erişim kapsamında değerlendirilebilir ancak gazetecinin içeriğini zenginleştiren veya yanlışlarını düzelten türden geribildirimler, medya içeriğine (sürecine) etki etmesi sebebiyle katılım olarak da görülebilir. Bu noktada değinilmesi gerek bir diğer husus katılımcılık/erişim ile kitlesel fonlama⁷ arasındaki ilişkidir. Bireyler YouTube'da "katıl" butonu⁸ aracılığıyla kitle fonlamasının bir parçası olabilmekte ve gazetecinin canlı yayınlarındaki "canlı sohbet" özelliğinde yorumlarını ön plana çıkarmak gibi ayrıcalıklara sahip olabilmektedir. Dolayısıyla gazeteciyle erişim/katılım noktasında temasa daha açık bir konuma yükselbilmekte, alternatif seslerin çeşitlenmesine katkı sağlayabilmektedirler.

Spesifik bir topluluğa hizmet etmek

Alternatif medya, belirli bir topluluğa yönelik yayın yapabilir (Bailey vd., 2015: 187). Bu noktada topluluk olma durumu etnisite, coğrafya, ortak ilgi, belirli bir alana yönelik uygulama, çevrim içi gibi spesifik bir ortak nokta üzerinden gerçekleştirilebilir (2015: 36).

Alternatif medya, -topluluk medyası açıklamalarında değinildiği üzere- spesifik bir topluluğun ilgilendiği konuları ele alan, temsil eden sorunlarını dile getiren ve çözümler arayan türden bir medya olabilir (Deane, 2007: 210). Doğrudan belirli bir kesime odaklanmak, o kesimin tüm sorun ve ilgi noktalarını çepeçevre bilmeye, o topluluğun hafızasının kaydedilerek bir nevi arşivinin oluşturulmasına ve gelecek nesillerinin geçmişlerini ve ortak kodlarını öğrenmesine olanak verebilir. Bilhassa Batı kültürünün dolaylı yollardan yoğun biçimde dayatıldığı günümüzde, Türkiye'deki belirli toplulukların bu türden alternatif medya faaliyetlerine sahip olması kilit bir noktada durmaktadır.

Sonuç Yerine

Alternatif medyanın tarihsel serüveni içerisinde pek çok yazarın farklı örnekler üzerinden anlamlandırma çalışmaları sürdürmüş ve bunu yaparken belirli özelliklere yoğunlaşmıştır. Nihayetinde alanyazında alternatif medyaya atfedilen ve birbirini dışlayabilen pek çok özellik belirlemiştir. Bilhassa yeni medya ve bileşenlerinin etkisiyle oldukça çoğulcu ve karmaşık bir yapıya bürünen medya ekosistemi de göz önünde bulundurulduğunda, bir gazetecilik pratiğinin alternatif medya kapsamında değerlendirilip değerlendirilemeyeceği konusunda çeşitli muğlaklıklar yaşandığından söz edilebilir.

Her ne kadar Sandoval ile Fuchs (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuch, 2010; Fuchs, 2010) ve de Bailey, Cammaerts ve Carpentier (2007/2015) bu muğlaklığı aşmak adına tipolojiler geliştirmiş olsalar da bu tipolojilerde yer alan yaklaşımlar hâlâ spesifik özellikleri merkezine alan "mono-kuramsal yaklaşımlar" (Bailey vd., 2015: 28) kümesi içerisinde görülebilir. Bailey ve diğerleri mono-kuramsal yaklaşımların dayattığı spesifik özelliklerin kısıtlılıklarından kurtulmak için kendi tipolojilerinde sundukları dört yaklaşımın füzyonuna dayalı "panoptik yaklaşım"ı geliştirmiştir. Panoptik yaklaşım alternatif medyayı

7 Kitlesel fonlama (*crowdfunding*), bireylerin ürün, faaliyet yahut toplumsal süreçleri küçük meblağlar yoluyla fonlamasıdır (Öztürk, 2022: 160).

8 Bkz. <https://support.google.com/youtube/answer/6304294>

belirli özelliklere hapsedip diğer özellikleri dışlayan bakış açılarını reddetmekte, farklı yaklaşımlarda sunulan özelliklerin bir bütün olarak kullanımını işlevsel bulmakta ve farklı medya faaliyetlerinin birbirinden farklı alternatif medya özelliklerine sahip olabileceğine dikkat çekmektedir (2015: 225-230).

Yazarların panoptik yaklaşımı açıklarken alternatif medya faaliyetlerinin sahip olabileceği potansiyel ve değişken özellikleri sıralı biçimde sunmaması, yaklaşımın analizlerdeki/tespitlerdeki kullanımını olumsuz yönde etkileyebilir. Bu kısıtlılığı aşmak, alternatif medyanın potansiyel ve değişken özelliklerini bir yerde toplamakla mümkün olabilir. Nihayetinde bu çalışmanın dayandığı tez, bu gayeye de hizmet etmiştir. Panoptik yaklaşımdan hareketle Sandoval ile Fuchs'un üç yaklaşımında (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuch, 2010; Fuchs, 2010), Bailey ve diğerlerinin dört yaklaşımında (2007/2015) ve literatürdeki çeşitli çalışmalarda değinilen alternatif medya özellikleri, Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri isimli listede derlenmiştir. Listede yer alan 10 özellik, Türkiye'deki herhangi bir medya faaliyetinin alternatif medya kapsamında değerlendirilemeyeceği noktasında fonksiyonel olabilir.

Farklı gazetecilik faaliyetleri, Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri listesindeki farklı özellikleri değişken kombinasyonlar halinde bünyesinde bulundurabilir. Dolayısıyla 10 özelliğin tümünün bir medya faaliyetinde bulunması gerekmez. Farklı alternatif medya faaliyetleri farklı sayıda özelliğe sahip olabilir. Kimi eleştirel içerik üretimi gerçekleştiren ve katılımcı üretim süreci yürüten, kimi ise reklam ve sponsorluk gibi gelir biçimleri kullanmayan, alternatif kamusal alanlar yaratan ve yatay organizasyon yapısına sahip olan türden medya olabilir. Dolayısıyla söz konusu listede yer alan değişken özellikler, günümüz kompleks medya atmosferinde alternatif medyaya geniş bir perspektiften bakılmasını ve onun çoğulluğa ve çeşitliliğe sahip türden bir 'çatı terim' olması durumu pekiştirebilir.

Hangi özelliğe sahip olursa olsun, alternatif medya; yasal, etik, ahlaki ve insani değerlerle uyumlu bir biçimde işleyen ve bu ekseninde insanların enfomasyona dayalı ihtiyaçlarına yanıt veren pratikler olarak görülmelidir. Eleştirel içerik üretimi gerçekleştirmek, toplumsal hareketlerin içerisinde konumlanmak gibi özelliklere sahip olan ama aynı zamanda bireylere ve topluma zarar veren türden medya faaliyetleri alternatif medya bağlamında değil, aşırılıkçı yönlerde sahip olan medya ekseninde okunabilir. Alternatif medyanın temel işlevi, önceki kısımda değinilen değişken özelliklerle bağlamında, anaakım medyanın -çoğunlukla ülke bazındaki- medya ekosisteminde yarattığı boşlukları doldurmak ve toplumsal yarar ekseninde işlev görmektir.

Öte yandan alternatif medyanın toplumsal yarara odaklı temel işlevi ve rolü noktasında bir paradoksun varlığına da dikkat çekmek gerekir. Nitekim yeni medya, gazetecilik faaliyetleri açısından geleneksel medyaya kıyasla kuruluş ve işletme maliyetlerinin görece düşüklüğü ile öne çıkan ve böylece toplumun haber alma ihtiyacını kaynak çeşitliliği ile karşılayacağı beklenen bir medyaydı. Dolayısıyla daha başlangıçtan itibaren hem anaakım medya faaliyetleri hem de alternatif medya faaliyetleri açısından çok daha uygun bir seçenek oluşturuyordu. Dolayısıyla haber çeşitliliği ve derinliği anlamında toplumsal talebi karşılamaktan uzaklaşan geleneksel medya karşısında kamusal yarara odaklı bir gazetecilik iddiasıyla yola çıkan yeni medya güçlü bir alternatif konumuna geldi. Ancak, Habermas'ın kamusal alan tezinin çöküşüne neden olan piyasa ekonomisinin gerçekleri, burada da su yüzüne çıkmakta gecikmedi. Tam rekabet koşullarında piyasaya giren aktör sayısı çoğalınca, deyim yerindeyse bir 'doğal ayıklanma' süreci işlemeye başladı. Sonuçta da yeni kamusal alan tezinin zemini oluşturan yeni medyanın sahip olduğu avantajların tüm aktörlerin piyasada var olmasına yetecek gelir kaynağı bolluğuna izin vermediği ortaya çıktı. Başka bir ifadeyle, piyasada var olabilmek için kamusal yararın teminini amaçlayan gazetecilik anlayışı sönmeye yüz tuttu.

Alternatif Medyanın Değişken Özellikleri, bu çalışmanın dayandığı *Alternatif Medyanın Değişen Anlamı ve Rolü: YouTube'daki Gazetecilik Pratikleri Üzerine Bir Analiz* başlıklı tez çalışmasında (Saç, 2022) örneklem olarak seçilen Türkiye'deki farklı alternatif medya faaliyetleri üzerinde sınanmıştır. Ancak söz konusu değişken özellikler listesi, gelecek çalışmalarda daha kapsamlı örneklem üzerinde sınanabilir ve yeni özellikler eklenerek ve/veya var olan özelliklerin kapsamı genişleterek geliştirilebilir. Öte yandan yukarıda sunulan alternatif medyanın paradoksal biçimde kamusal hizmeti mi öncelediği yoksa dijital kapitalizm koşullarında daha da ağırlaşan rekabet düzenine mi ayak uydurmaya çalıştığı üzerine araştırmalar yürütülebilir. Böylelikle söz konusu paradoksun daha da yoğunlaştığı dijital ortamda, reklam ve sponsorluk gibi gelir biçimlerinin kamusal yararı nasıl ve ne biçimlerde maskeleyişine ilişkin yeni tartışmalar gündeme gelebilecektir.

Kaynaklar

- Albert, M. (1997, October). *What makes alternative media alternative?* Z Magazine http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors3/alberttext.html
- Armstrong, D. (1981). *A trumper to arms: Alternative media in America*. South End Press.
- Atkinson, J. (2006). Analyzing resistance narratives at the North American Anarchist Gathering. *Journal of Communication Inquiry*, 30(3), 251–272. <https://doi.org/10.1177/0196859906287892>
- Atkinson, J. D. (2015). *Alternatif medya ve direniş siyaseti: Bir iletişim perspektifi*. (G. Önem ve A. Akdeniz, Çev.). Kafka Yayınları.
- Atton, C. & Hamilton, J. F. (2008). *Alternative Journalism*. Sage Publications.
- Atton, C. (2002). *Alternative media*. Sage Publications.
- Atton, C. (2014). Alternatif medyaya bakış: Kuram ve metodoloji. B. Yanıkaya ve B. Çoban (Ed.), *Kendi Medyanı Yarat, Cilt 1* içinde (ss. 21-62).

İstanbul: Kalkedon Yayınları.

- Bailey, O. G., Cammaerts, B., & Carpentier, N. (2007). *Understanding alternative media*. Open University Press.
- Bailey, O. G., Cammaerts, B., & Carpentier, N. (2015). *Alternatif medyayı anlamak*. (Ç. Öztürk, Çev.). Kafka Epsilon Yayıncılık.
- Beers, D. (2006). The public sphere and online, independent journalism. *Canadian Journal of Education/Revue canadienne de l'éducation*, 109-130. <https://doi.org/10.2307/20054149>
- Benjamin, W. (1934/2005). The author as producer. *Selected Writings*, 2, 1931-1934.
- Brecht, B. (1932/2000). The radio as a communication apparatus. In M. Silberman (Ed.), *Bertolt Brecht on film and radio* (pp. 41-46). Meuthen.
- Brunon-Ernst, M. A. (2013). Introduction. In M. A. Brunon-Ernst (Ed.), *Beyond Foucault: New perspectives on Bentham's Panopticon*. Ashgate.
- Chan, M. (2017). Media use and the social identity model of collective action: Examining the roles of online alternative news and social media news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(3), 663-681. <https://doi.org/10.1177/1077699016638837>
- Couldry, N. (2003). 'Beyond the hall of mirrors? Some theoretical reflections on the global contestation of media power.' In N. Couldry and J. Curran (Eds.), *Contesting media power: Alternative media in a networked world* (pp. 39–54). Rowman and Littlefield.
- Couldry, N., & Curran, J. (2003). The paradox of media power. In N. Couldry and J. Curran (Eds.), *Contesting media power: Alternative media in a networked world* (pp. 3-15). Rowman and Littlefield.

- Couldry, N., & Dreher, T. (2007). Globalization and the public sphere: Exploring the space of community media in Sydney. *Global Media and Communication*, 3(1), 79-100. <https://doi.org/10.1177/1742766507074360>
- Coyer, K. (2007). Mysteries of the black box unbound: An alternative history of radio. In K. Coyer, T. Dowmunt and A. Fountain (Eds.), *The alternative media handbook* (pp. 15-28). Routledge.
- Curran, J., & Seaton, J. (2010). *Power without responsibility: The press and broadcasting in Britain* (7th ed.). Routledge.
- Çoban, S. (2011). *Hegemonya aracı ve ideolojik aygıt olarak medya*. [Doktora Tezi] Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Deane, J. (2007). Alternative media in development. In Coyer, K., Dowmunt, T., & Fountain, A. (Eds.), *The alternative media handbook* (pp. 206-212). Routledge.
- Deane, J. (2016). *The role of independent media in curbing corruption in fragile settings*. BBC Media Action. Retrieved 1 April 2021 from <http://downloads.bbc.co.uk/mediaaction/policybriefing/curbing-corruption-in-fragile-settings-report.pdf>
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1987). *A thousand plateaus: Capitalism and schizophrenia*. (B. Massumi Translation and Foreword). University of Minnesota Press.
- Demirtaş, O. (2017). *Başlangıçtan günümüze Türk basınında alternatiflik arayışları ve alternatif medya olgusu*. Cinius Yayınları.
- Downey, J., & Fenton, N. (2003). New media, counter publicity and the public sphere. *New Media & Society*, 5(2), 185-202. <https://doi.org/10.1177/1461444803005002003>
- Downing, J. (1984). *Radical media: The political experience of alternative communication*. South End Press.
- Downing, J. D. (2003). Audiences and readers of alternative media: The absent lure of the virtually unknown. *Media, Culture & Society*, 25(5), 625-645. <https://doi.org/10.1177/01634437030255004>
- Downing, J. D., Ford, T. V., Gil, G., & Stein, L. (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*. Sage.
- Downing, J. D., Ford, T. V., Gil, G., & Stein, L. (2017). *Radikal medya: İsyancıların iletişimi ve toplumsal hareketler*. (Ü. Doğanay, O. Taş & İ. Ö. Taştan, Çev.). Ankara: İmge.
- Drew, J. (2013). *A social history of contemporary democratic media*. Routledge.
- Duncombe, S. R. (1996). 'Notes from underground: Zines and the politics of underground culture'. In S. Berman ve J. Danky (Ed.), *Alternative Library Literature:1994-1995* (pp. 312-319). McFarland.
- Duncombe, S. R. (1997) *Notes from underground: Zines and the politics of alternative culture*. Verso.
- Elin, L. (2003). The radicalization of Zeke Spier: How the Internet contributes to civic engagement and new forms of social capital. In M. McCaughey, & M. D. Ayers (Eds.), *Cyberactivism* (pp. 97-114). Routledge.
- Enzensberger, H. M. (1970/1979). Bir kitle iletişim araçları teorisinin oluşturucu öğeleri. Ünsal Oskay (Çev.). *Birikim*. Sayı: 58-59.
- Erdoğan, İ. (2002). Tekelleşme, medya ve medya pratikleri. *Toplum ve Hekim*, 17(6), 417-424. Erişim adresi: <http://irfanerdogan.com/makaleler/medyamedicine.pdf>
- Foucault, M. (1995). *Discipline and punish: The birth of the prison* (Translated by A. Sheridan). Vintage Books.

- Fuchs, C. (2010). Alternative media as critical media. *European Journal of Social Theory*, 13(2), 173-192. <https://doi.org/10.1177/1368431010362294>
- Harcup, T. (2011). Alternative journalism as active citizenship. *Journalism*, 12(1), 15-31. <https://doi.org/10.1177/1464884910385191>
- Harlow, S. & Salaverría, R. (2016). Regenerating journalism: Exploring the “alternativeness” and “digital-ness” of online-native media in Latin America. *Digital journalism*, 4(8), 1001-1019. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1135752>
- Holt, K., Ustad Figenschou, T., & Frischlich, L. (2019). Key dimensions of alternative news media. *Digital Journalism*, 7(7), 860-869. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1625715>
- Kenix, L. J. (2009). Blogs as alternative. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 790-822. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01471.x>
- Kenix, L. J. (2011). *Alternative and mainstream media: The converging spectrum*. Bloomsbury.
- Kim, E. G., & Hamilton, J. W. (2006). Capitulation to capital? OhmyNews as alternative media. *Media, Culture & Society*, 28(4), 541-560. <https://doi.org/10.1177/0163443706065028>
- Langlois, A. & Dubois, F. (2015). *Otonom medya: Direnişi ve muhalefeti canlandırma*. (Gülüm Şener, Çev.). Kafka Epsilon Yayıncılık.
- Langlois, A. Dubois, F. (Eds.). (2005). *Autonomous media: Activating resistance and dissent*. Cumulus Press.
- Lievrouw, L. (2011). *Alternative and activist new media*. Polity.
- Lievrouw, L. (2016). *Alternatif ve aktivist yeni medya*. (İ. S. Temizalp, Çev.). Kafka Yayınları.
- Marx, K. (1979). *Ekonomi politiğin eleştirisine katkı*. (S. Belli, Çev.) Sol Yayınları.
- McCaughey, M., & Ayers, M. D. (Eds.). (2003). *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*. Routledge.
- Meikle, G. (2002). *Future active: Media activism and the Internet*. Routledge.
- Milioni, D. L. (2009). Probing the online counterpublic sphere: The case of Indymedia Athens. *Media, Culture & Society*, 31(3), 409-431. <https://doi.org/10.1177/0163443709102714>
- Moyo, L. (2011). Blogging down a dictatorship: Human rights, citizen journalists and the right to communicate in Zimbabwe. *Journalism*, 12(6), 745-760. <https://doi.org/10.1177/1464884911405469>
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (1994). *Key concepts in communication and cultural studies*. Routledge.
- Owens, L., & Palmer, L. K. (2003). Making the news: Anarchist counter-public relations on the World Wide Web. *Critical Studies in Media Communication*, 20(4), 335-361. <https://doi.org/10.1080/0739318032000142007>
- Özbek, M. (2004). Giriş: Kamusal alanın sınırları. M. Özbek (Ed.) *Kamusal alan içinde* (ss. 19-90). Hil Yayın.
- Öztürk, Ş. (2020). *Dijital kültürde alternatif medyanın haber üretim süreci ve gazetecilik alanının dönüşmesi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Page, B. I., & Tannenbaum, J. (1996). Populistic deliberation and talk radio. *Journal of Communication*, 46(2), 33-54. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01473.x>

- Pickard, V. W. (2006). Assessing the radical democracy of Indymedia: Discursive, technical, and institutional constructions. *Critical Studies in Media Communication*, 23(01), 19-38. <https://doi.org/10.1080/07393180600570691>
- Pimlott, H. F. (2004). From the Margins to the Mainstream: The Promotion and Distribution of Marxism Today. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 5(2), 203-226. <https://doi.org/10.1177/1464884904520>
- Pimlott, H. F. (2014). Sınırlardan anaakıma: Marxism Today'in Tanıtım ve Dağıtımını. B. Yanıkkaya ve B. Çoban (Ed.), *Kendi Medyanı Yarat, Cilt 2* içinde (ss. 101-132). Kalkedon Yayınları.
- Poell, T., & Borra, E. (2012). Twitter, YouTube, and Flickr as platforms of alternative journalism: The social media account of the 2010 Toronto G20 protests. *Journalism*, 13(6), 695-713. <https://doi.org/10.1177/1464884911431533>
- Rauch, J. (2007). Activists as interpretive communities: Rituals of consumption and interaction in an alternative media audience. *Media, Culture & Society*, 29(6), 994-1013. <https://doi.org/10.1177/0163443707084345>
- Rauch, J. (2021). *Resisting the news: Engaged audiences, alternative media, and popular critique of journalism*. Routledge.
- Rennie, E. (2006). *Community media: A global introduction*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Rodriguez, C. (2003). 'The bishop and his star: Citizens Communication in Southern Chile.' In N. Couldry and J. Curran (Eds.), *Contesting media power: Alternative media in a networked world* (pp. 177-194). Rowman and Littlefield Publishers.
- Rohlinger, D. A., Kail, B., Taylor, M., & Conn, S. (2012). Outside the Mainstream: Social Movement Organization Media Coverage in Mainstream and Partisan News Outlets. *Research in Social Movements, Conflicts and Change*, Vol. 33, 51-80. [https://doi.org/10.1108/S0163-786X\(2012\)0000033006](https://doi.org/10.1108/S0163-786X(2012)0000033006)
- Saç, H. (2022). *Alternatif medyanın değişen anlamı ve rolü: YouTube'daki gazetecilik pratikleri üzerine bir analiz* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Salter, L. (2003). Democracy, newsocial movements, and the Internet: A Habermasian analysis. In M. McCaughey, & M. D. Ayers (Eds.), *Cyberactivism* (pp. 117-144). Routledge.
- Sandoval, M. & Fuchs, C. (2010). Towards a critical theory of alternative media. *Telematics and Informatics*, 27(2), 141-150. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2009.06.011>
- Sandoval, M. (2009). A critical contribution to the foundations of alternative media studies. *Kurgu*, 22(1), 1-18.
- Schmidt, A. (2015). Bağımsız habercilik: Uluslararası dayanışmanın inşası için bir araç. Andrea Langlois & Frederic Dubois (Der.), *Otonom medya: Direnişi ve muhalefeti canlandırmak içinde*. (Gülüm Şener, Çev.). Kafka Epsilon Yayıncılık: 78-91.
- Stein, L. (2009). Social movement web use in theory and practice: A content analysis of US movement websites. *New Media & Society*, 11(5), (5), 749-771. <https://doi.org/10.1177/14614448091053>
- Sweet, M., Pearson, L., & Dudgeon, P. (2013). @ IndigenousX: A case study of community-led innovation in digital media. *Media International Australia*, 149(1), 104-111.
- Taş, O. (2010). Gazeteciliğin doğuşu: Eleştirel bir tarih yazımına doğru. *Mülkiye*, 34(269), 29-66.
- Taylan, A. (2012). *Alternatif medya ve Bianet örneği: Türkiye'de alternatif medyaya dair etnografik çalışma*. [Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Toffler, A. (1980). *The third wave: The classic study of tomorrow*. Bantam Books.

Toffler, A. (1981). *Üçüncü dalga*. Altın Kitaplar Yayınevi.

Thörn, H. (2007). Social movements, the media and the emergence of a global public sphere: From anti-apartheid to global justice. *Current Sociology*, 55(6), 896-918.

Uzelman, S. (2015). Bambu bahçesinde yoğun emek: Medya aktivistleri ve yoğun emek. Andrea Langlois & Frederic Dubois (Der), *Otonom medya: Direnişi ve muhalefeti canlandırma* içinde (s. 19-34). (Gülüm Şener, Çev.). Kafka Epsilon Yayıncılık.

Vegh, S. (2003). Classifying forms of online activism: The case of cyberprotests against the World Bank. In M. McCaughey, & M. D. Ayers (Eds.), *Cyberactivism* (pp. 71-95). Routledge.

Waltz, M. (2005). *Alternative and activist media*. Edinburgh University Press.

Woods, M., Anderson, J., Guilbert, & Watkin: (2013). Rhizomic radicalism and arborescent advocacy: A Deleuzo-Guattarian reading of rural protest. *Environment and Planning D: Society and Space*, 31(3), 434-450.

Extended Abstract

During its historical evolution, mainstream media has generated a variety of shortcomings within the media environment. Eventually, the primary objective of mainstream media, connected to both the market and politics (Taş, 2010: 30), is to generate profit rather than serve the interests and needs of the general public. Different alternative media activities that attempt to overcome the deficiencies of mainstream media have been added to the relevant literature by focusing on their different characteristics. Even a plethora of terms associated with alternative media have surfaced in scholarly writings: Couldry and Dreher's (2007) *community media*, Rodriguez and

El Gazi's (2007) *autonomous media or citizen's media*, Waltz's (2005) *activist media*, Atkinson's (2004) *tactical media*, Pierce's (2002) *participatory media*, Downing's (1984/2001) *radical media* (cited in Kenix, 2011: 18), Traber's (1985) *grassroots media* (cited in Atton, 2002: 16), Dargon's (2004) *third media* (cited in Demirtaş, 2017: 100), *autonomous media* (Langlois & Dubois, 2015; Schmidt, 2015). The variety of characteristics and terms leads to ambiguity regarding what can be categorized as alternative media. Ultimately, there is no consensus within the literature regarding the definition and characteristics of alternative media (Waltz, 2005: 2; Bailey et al., 2015: 224).

The diversity of studies in the literature has led some authors to categorize various studies on alternative media under a number of approaches. Based on Giddens' distinction between subjective and objective approaches to social theories, Fuchs and Sandoval developed a typology containing three approaches: subjective approaches, objective approaches, and dialectical approach (Sandoval, 2009; Sandoval & Fuchs, 2010; Fuchs, 2010). Also based on Laclau and Mouffe's (1985) distinction between "relationist approaches" and "essentialist approaches" in political identity theory, Bailey et al. (2007) present "multiple-theoretical approaches", which include four categories: serving the community media, an alternative to mainstream, part of civil society, and rhizome. Bailey et al., label their approaches as "mono-theoretical approaches" because each of them focuses on its own certain characteristics (2007: 5). In addition to the approaches of Bailey et al., the approaches in Sandoval and Fuchs' typology may also be accepted as mono-theoretical approaches. All mono-theoretical approaches confine alternative media to sharp boundaries. Therefore, they do not produce a permanent solution to the ambiguity of what constitutes alternative media in today's media ecosystem.

To go beyond the limits of mono-theoretical approaches and entirely grasp the diversity of alternative media theory, Bailey et al. suggest employing these four individual theoretical

approaches collectively. Consequently, Bailey et al. have formulated the “panoptic approach,” highlighting the integration of these four mono-theoretical approaches as a cohesive whole (2007: 149-154). At first glance, the panoptic approach seems to be effective against the ambiguity of whether an activity can be labeled as alternative media in the new media ecosystem, in which new journalistic practices are emerging every day. As it offers an integrative and comprehensive perspective rather than an exclusionary one. However, the panoptic approach is thought to be deprived of an ordered and systematic list of potential alternative media characteristics, which can be used to determine what activities are alternative media.

Based on the panoptic approach, this study has assembled the characteristics mentioned in different alternative media approaches (Bailey et al., 2007; Sandoval, 2009; Fuchs, 2010; Sandoval & Fuchs, 2010) and studies into a list called “Variable Characteristics of Alternative Media”. Thus, it has been tried to create a functional tool to determine whether a media activity can and cannot be defined as alternative media and how. The List of Variable Characteristics of Alternative Media contains 10 basic characteristics that respond to the deficiencies created by the mainstream media: (1) producing critical content, (2) forming alternative public spheres, (3) positioning within social movements, (4) being a crossroads for people from different social movements and/or mobilizing them, (5) not being under the control of a large-scale media capital or the state, (6) not using income sources such as advertising and sponsorship, (7) being trans-hegemonic, (8) having a horizontal or not entirely hierarchical (hybrid) organizational structure, (9) enabling participatory media production, (10) serving a community. Alternative media activities cannot be expected to have all of these characteristics at the same time. Different alternative media activities may possess various combinations of the characteristics listed above, and they can be classified as alternative media accordingly.

Seen as a litmus paper, this list is expected to increase the functionality of the panoptic approach and serve scholars who study alternative media. Eventually, the media ecosystem gets more complex because of the new media, which makes it more difficult to distinguish what activities are alternative media. In addition, a paradox appears here: As is well known, new media is a medium through which journalistic activities can be carried out at a lower cost compared to traditional media. Both mainstream media activities and alternative media activities use new media intensively. This situation diversifies new media activities and drives this ecosystem into full competition. Therefore, the real dilemma here is whether the alternative media’s aim in addressing the deficiencies created by the mainstream media is to keep up with full competition in the media ecosystem or to actually address the informational needs of the public.

Yazar Bilgileri

Author details

- 1- (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Arş. Gör., Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi, halilssaac@gmail.com
 2- Prof. Dr., Prof. Dr., Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, nurcantoreni@gmail.com

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. *None*

Katkı Oranı

Author Contribution Percentage

Birinci yazar % <i>First Author %</i>	50
İkinci yazar % <i>Second Author %</i>	50

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. *None*

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Saç, H. & Törenli, N. (2023). Panoptik yaklaşım ışığında alternatif medya ve değişken özellikleri. *Yeni Medya*, (15), 259-281, <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1364918>