

Dukul A. (2024). Dijital kamusal alan ve çoğulculuk ilişkisinin analizi: Açık radyo örneği,

Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi, 6(1), 131-175.

DİJİTAL KAMUSAL ALAN VE ÇOĞULCULUK İLİŞKİSİNİN ANALİZİ: AÇIK RADYO ÖRNEĞİ

Analysis Of The Relationship the Digital Public Sphere and Pluralism: The Case of Açık Radyo

Aysun DUKUL^a

Doi: 10.53281/kritik.1452292

^aDoktora Programı, Marmara Üniversitesi, Medya Ekonomisi ve Basın İşletmeciliği, aysun.dukul@marmara.edu.tr, 0000-0003-1470-6795

MAKALE BİLGİLERİ

Makale:

Gönderim Tarihi : 13.03.2024

Ön Değerlendirme : 16.03.2024

Kabul Tarihi : 27.06.2024

Anahtar Kelimeler:

Alternatif Medya, Topluluk Yayıncılığı, Çoğulculuk, İlişkisel Emek, Dijital Kamusal Analiz.

Key Words:

Alternative Media, Community Broadcasting, Pluralism, Relational Labor, Digital Public Analysis.

ÖZET

Çağdaş medya ekosistemindeki yeni güç hiyerarşileri ve yoğunlaşma biçimleri, çoğulculuk tartışmalarına medya ekonomisi ve teknoloji boyutunu katmıştır. İçerik ve seslerdeki aşırı bolluk, alternatif medyanın bir alt grubu olan topluluk yayıncılığının kamusal görünürliğini olumsuz etkilemekte, iletişimsel gücün dağılımında eşitsizliklere neden olmaktadır. Medya işletmelerinin ekonomik yapısı, nasıl gelir elde ettiği ve nereye kullandığı medyanın demokratik çoğulculuğa katkısı açısından önemlidir. Dünyada topluluk radyoculuğu kendini finanse edebilmek için topluluk katılımını tüm değer zincirlerinde etkin şekilde kullanmalıdır. 28 yıldır topluluk yayıncılığını kitlesel fonlama ile sürdüren Açık Radyo'nun Türkiye şartlarından yola çıkılarak ele alınması bu nedenle önemlidir. Araştırmada bir sosyal gerçeklik olan Açık Radyo'yu ekonomi-politik çerçevede anlamlandırmak ve medyanın demokratik çoğulculuğuna etkilerini çözümlmek amaçlanmıştır. Çalışma amacı kapsamında radyonun örgütsel yapısı; bağımsızlığında merkezi rol oynayan gelir ve iş modeli, çoklu platformlarda gerçekleşen ilişkisel emek süreci, çoğulcu demokrasi ve kar amacı gütmeyen yayıncılığa katkıları açısından incelenmiştir. Örnek olay Açık Radyo'nun örgütsel yapısı ve dijital medyadaki konumu, kamusal görünürlük ve fonlamaya etkileri doküman analizi yöntemiyle ele alınmıştır. Yeni teknolojik eşik bekçileri olan algoritmalar ve yapay zeka (AI) uygulamaları, alternatif medyanın kendini görünür kılmamasını zorlaştırdığından iletişimsel gücün dağılımını da kapsamı gereken çoğulculuk ve dijital kamusal görünürlük ilişkisi ilişkisel emek teorisiyle değerlendirilmiştir. Çalışmada çoğulculuğa etkisi ve ekonomik sürdürülebilirlik temalarında Açık Radyo'yu özgün kılan bulgulara ve Barabasi'nin ölçekten bağımsız ağ kuramını doğrulayan sonuçlara ulaşılmıştır.

ABSTRACT

The new power hierarchies and forms of concentration in the contemporary media ecosystem have introduced discussions on pluralism, incorporating the dimensions of media economy and technology. The abundance of content and voices negatively impacts the public visibility of community broadcasting, a subset of alternative media, leading to inequalities in the distribution of communicative power. The economic structure of media enterprises, how they generate and allocate revenue, is crucial for understanding their contribution to democratic pluralism. To sustain itself, community radio, as a subset of alternative media, must effectively utilize community participation across all value chains. Therefore, examining Open Radio, which has sustained community broadcasting through crowdfunding for 28 years, in the context of Turkey is significant. This research aims to contextualize Open Radio as a social reality within the economic-political framework, analyzing its impact on democratic pluralism in the media. Within the scope of the study, the organizational structure of the radio is examined in terms of its role in independence, revenue, and business models, the relational labor process occurring across multiple platforms, and its contributions to pluralistic democracy and non-profit broadcasting. The case study of Open Radio's organizational structure and its position in digital media, its effects on public visibility and funding, is approached through document analysis. The role of algorithms and artificial intelligence (AI) applications, which serve as new technological gatekeepers, in complicating the visibility of alternative media is evaluated in the context of the relationship between pluralism and digital public visibility, considering the distribution of communicative power through relational labor theory. The study reveals unique findings that distinguish Open Radio in terms of its impact on pluralism and economic sustainability themes, confirming results consistent with Barabasi's scale-independent network theory.

GİRİŞ

Medya çoğulculuğu ve çeşitliliğine ilişkin tartışmalar, içerik ve iletişim bolluğuna rağmen sürmektedir. Medya ekonomisinde içerik üretimini etkileyen ve kontrol eden birçok yapısal unsur bulunmaktadır. Devletin ekonomik, siyasi ve sosyal politikalarının doğrudan etkilerinin (Bilgili, 2005:105) yanı sıra medya işletmelerinin ekonomik yapısının nasıl oluştuğu, süreçlerin nasıl işlediği, yönetimi ve finans yapısı, kendini nasıl fonladığı, gelirini nereye kullandığı medyanın demokratik işlevini sergileyebilmesi ve demokratik çoğulculuğa katkısı açısından önemlidir (Erdoğan 1997: 268). Ürünün değişim değeri, maliyeti ve tüketim davranışları ise piyasanın görünmez kontrol noktalarında gerçekleşir. İletişim kanallarının ve seslerin çoğaldığı medya manzarasını karakterize eden "bolluk çağı" (Schwartz, 2007) ve "iletişim bolluğu"nda (Keane, 2013), oluşan "aşırı doygunluk" (Gitlin, 2003) veya "kültürel kaos" (McNair, 2006) alternatif sesleri duymayı giderek zorlaştırmaktadır. Web topolojisine göre internette yüksek derecede bir dengesizlik ve eşitsizlik vardır (Barabasi, 2010: 78).⁷ Dijital platformların alternatif sesleri marjinalleştiren doğası ve yeni teknolojik eşik bekçileri olan algoritmalar ve yapay zeka (AI) uygulamaları, alternatif medyanın kendini görünür kılmasını zorlaştırmaktadır. İletişimsel gücün dağıtımındaki eşitsizlikler, bir alternatif olan topluluk yayıncılığı için sorun olmaya devam etmektedir. Topluluk yayıncılığının kamusal dijital varlığını zenginleştirmesi kendini daha görünür kılmasıyla mümkün olabilir.

Topluluk radyoları işletme amacı ve işleyiş süreçlerindeki birçok faktörle ana akım medya örgütlenmelerinden farklılaşır. İletişim bilimlerinin etki kuramlarındaki en genel haliyle tüketici edilgen birey, topluluk yayıncılığında katılımcı özne kabul edilir. Kamusal duyarlılığı gelişmiş özne, çoğulcu bir yapıda topluluk yararına üretir ve ürettiğini gönüllü paylaşır. Topluluk yayıncılığı ürettiği ürün ve toplumsallaşma süreciyle farklı bir modeldir. Çünkü üretim ve ürünün çoğunlukla demokratik katılımcı bir süreçle oluşturulması hedefi, önceliğin karlılık olmayışı, etki ve geribildirim topluluk üyelerince açık ve denetlenebilir iletişim süreçlerinde gerçekleşmesi, demokratik toplumsallaşmaya olanak sağlamaktadır. İçerik üretimi ve örgütsel yapı, kapitalist ekonomik sistemin içindedir ancak karlılık amacı gütmeyen bir iş modeli ile hareket etmektedir.

⁷ Barabasi, web ortamındaki dengesizlik bulgusunu şu şekilde ifade eder: "Notre Dame Üniversitesi'nde ürettiği web incelemesi, 325.000 sayfanın incelenmesiyle elde edebileceğimiz potansiyele sahiptir. 42 sayfalık küçük bir grup, binlerce başka sayfa tarafından referans alınmış ve bu sayfalardan gelen bağlantı olasılıkları binlerceydi. Daha sonraki ölçümlerimiz, 203 milyon web sayfasını içeren daha geniş bir örnekleme üzerinde yapıldı ve daha çarpıcı sonuçlar ortaya koydu: Belgelerin yüzde 90'ını oluşturan büyük çoğunluğa yönelen bağlantı sayısı on ya da daha az iken, birkaç sayfaya bir milyona yakın başka sayfadan referans yapılmıştı."

Alternatif yayıncılık anlayışı, demokratik bir yapılanmada olması gereken unsurları içerdiğinde medyanın çoğunlukçu yapısına meydan okunmaktadır. Açık Radyo, katılımcı bir iletişim modeli ve örgütlenme yapılanmasında içeriğin üretimi ve yeniden üretimi için gerekli mali desteği topluluk dayanışması ile gerçekleştirmektedir. Dinleyicilerin kitlesel olarak fonladığı Açık Radyo'nun yayın politikası geçen 28 yılda temsil, katılım, çoğulculuk, sivil toplum, denge, denetim, şeffaflık, hesap verilebilirlik unsurlarına sahip görünmektedir. Çoğulcu bir kamusal alan olarak toplumsal, siyasal, ekonomik sorunlara duyarlı yayınlar yapmaktadır. Açık Radyo, ulusal literatürde alternatif medyanın iklim adaleti mücadelesindeki rolü (Gündoğdu, 2021), içeriklerinin kamusal eğitimdeki önemi (Tufan, 2014), yurttaş gazeteciliği ve bilgi edinme hakkı (Selvitopu, 2019), alternatif medya ve kamusal alan oluşturma ((Birsen, 2011; Tanrıöver, 2021), toplumsal hareketler (Baldini, 2017) küreselleşme, teknoloji ve yavaş medya kapsamında ele alınmıştır (Oğur, 2020). Ancak alternatif medya, dijitalleşme sürecinde sürdürülebilir iş modeli oluşturmakta güçlük çekmektedir (Bıçakçıoğlu, 2018). Tüm bu arka planla Açık Radyo'nun çoğulculuğa katkısı ve finansmanın niteliği ve etkileri bağlamında önce alternatif yayıncılık ve topluluk yayıncılığının kuramsal çerçevesi çizilecektir. Ardından Açık Radyo'yu özgün ve başarılı kılan özelliklerini saptamak için örgütsel ve organizasyonel yapısal özellikleri incelenecektir. Analizde katılımın dijital medya bağlamı kamusal görünürlük açısından ilişkisel emek teorisiyle ele alınacaktır. Elde edilen veriler ve bulgular çoğulculuk ve ekonomik politik bağımsızlık temalarında sorgulanacaktır.

1. Alternatif Medya Finansmanı ve Çoğulculuk İlişkisi

Medya çoğulculuğu ve çeşitliliği, kamusal alana erişimi olan seslerin çoğullaşmasına rağmen medya politikası ve demokrasi tartışmalarında hala çok önemli bir konudur. Bolluk çağında teknoloji ve sosyo-kültürel değişimlerin gerçek bir çoğulculuğu sağladığı konusunda derin şüpheler vardır (Karppinen, 2009: 131-136.). Gerçek bir medya çoğulculuğu için sadece medya sahipliği ve tüketici seçiminin çeşitliliği yeterli değildir. Çoğulculuk kamusal alandaki iletişimsel gücün dağılımını da kapsmalıdır. Medyanın ihtiyaç duyduğu yapısal çoğulculuk, medya pazar yapısı, medya kuruluşlarının bağımsızlığı ve finansal modları, medya kullanım kültürü gibi birçok boyutu içerir. Gerçek bir çoğulculuk, yapısal boyutların yanı sıra hem dış medya çoğulculuğu (medya kuruluşlarının ve sahiplik yapılarının çeşitliliği) hem de iç medya çoğulculuğu (içerik ve bakış açısı çeşitliliği) şartlarını gerektirir (Klimkiewicz, 2011:15-30). Bu şartlar, temsili güçlü bir çeşitlilik ve demokratik bir medya ortamı sağlamayı hedefler. Alternatif medya, yapısal çoğulculuğa ulaşma şartlarını zorlayarak, dezavantajlı gruplara ve topluluklara yönelik, devletten ve piyasadan bağımsız, karşı-hegemonik, demokratikleşme ve

çoğulculuk çerçevesinde erişim ve katılımı amaçlayan hiyerarşik olmayan yapılar olarak ortaya çıkmıştır (Bailey vd., 2015: 48).

Alternatif medya, ana akım medyanın dışında veya karşısında konumlanan bir medya türüdür. Yatay örgütsel yapı, katılımcılık ve kolektif örgütlenme ön planda tutulur. Kar amaçlı olmayan fonlama yöntemleri tercih edilir. Alternatif medya, kamusal alan ve sivil toplum teorilerinin idealize edilmiş bir şeklidir. İletişimsel eylem ve müzakereye vurgu yapılıır. Medya üretiminin geniş kitlelerin erişimine açılması özgürleştirici, ilerletici ve çoğulculuğu teşvik edici olarak görülür (Couldry ve Curran, 2003). Bertolt Brecht (1979), Walter Benjamin ve Hans Magnus Enzensberger (2002) gibi teorisyenler, medya ürünlerini tüketirken aynı zamanda üretici özne olma fikrini savunurlar. Bu şekilde ana akım medyanın rıza üretme çabalarına eleştirel bir duruş sergilenir.

Alternatif medya, etkin yurttaş katılımıyla şekillenen bir medya türüdür (Rodriguez, 2003). Mevcut toplumsal gerçekliği aşan ve katılımcı örgütlenme ile sosyal ilişkileri yansıtan bir yapı tasavvur edilir (Atton, 2002). Katılım odaklı yaklaşımlar, üretim ve karar verme süreçlerinde katılımı vurgulayarak katılımın merkeze alındığı örgütlenmeyi savunur (Carpentier, 2015). Katılımcılıkta sosyal değişim, kültürel gelişme ve demokratikleşmenin toplumsal boyutu önemlidir (Servaes, 2007). Fuchs ve Sandoval ise kapitalist medya endüstrisinde dağınık, parçalı toplulukların katılımcı modellerinin marjinalleşmesi durumunda kamusal alana etkisinin azalacağına dikkat çekmektedir (Fuchs ve Sandoval, 2010). Habermas'ın dikkat çektiği kamusal alanın parçalanması (Habermas, 2003) topluluk yayıncılığında güçlü bir kamusal görünürlük için önemli bir sorundur. Alternatif medyaya sorunun çözümü için karşı kamusal alan oluşturmaları önerilmiştir (Downing, 2001:9-11).

Yapıların ve sistemlerin belirleyiciliği, alternatif medyanın sermayeden ve piyasa kurallarından bağımsız bir şekilde hareket etme yeteneğini azaltır. Piyasa giriş maliyetlerinin yüksekliği küçük medya işletmelerinin rekabet etmesini zorlaştırarak alternatif medyanın çeşitliliğini sınırlamaktadır. Ölçek ekonomisinin dijitalleşmeyle işlememesi, büyük ölçekte üretim yaparak maliyetleri düşürme avantajından yararlanılmasını engellemektedir. Küçük medya işletmelerinin kapsam ekonomisini uygulayamaması ise sürdürülebilir finansman zorluklarıyla sonuçlanmaktadır. Bu bağlamda alternatif medyanın daha küçük bir kitleye hitap etmesi gelir potansiyelini sınırlar. Sonuç olarak, alternatif medya yapısal ekonomik zorluklarla karşılaşmaktadır. Ancak, dijitalleşme ve teknolojik ilerlemelerle birlikte alternatif medyanın normatif hedeflerini gerçekleştirmedeki zorluklarının bazıları aşılmaya başlamıştır.

Azınlıkta kalan siyasi görüşler, dezavantajlı gruplar, niş kültürler ve etnik toplulukların medyada temsil ve katılımı, çoğulcu demokrasi anlayışının olduğu siyasi kültürlerde görülür. Katılımcı alternatif yayıncılık, sembolik gücün tek elde toplanmasına karşı bir duruş olarak görülür ve farklı topluluklar arasında çokseseliliği sağlar. Ancak, küçük toplulukların temsili sivil toplumu çok parçalı hale getirdiğinde egemen medya söylemine karşı etkileri belirsizleşir. Eleştirel ekonomi politik yaklaşımda etki; medyada duyurulan sesin çokluğuna bağlı değildir. Etki süreci büyük ölçüde sermaye yapısı güçlü küresel şirketlere bağlıdır. Kullanıcıların ürettiği içeriklerin küresel veri ve medya şirketleri tarafından gözetleme kapitalizmine dönüştürülmesi, kullanıcıların yaratıcılığının ve üretim katkısının ücretsiz meta olarak kullanılması sadece şirketlerin büyümesini desteklemektedir (Zubof, 2021). Medyada çoğulculuk, kamusal görünürlük, toplumsal sorunların çözümünde ve demokratik değişimler talebinde çok seslilik ve çok renklilik için alternatif medyanın etkili ve sürdürülebilir finansmanı konusu dijital teknolojilerle dönüşen yayıncılıkta gelişen yeni iş ve gelir modelleri üzerinde durmayı gerektirmiştir

Dijital medya endüstrisinde üretici-tüketici-kullanıcı arasındaki akışkanlık, bireylerin kamusal görünürlüğünü ve etkisini artırdığı anlamına gelmemektedir. Çünkü çok parçalı dijital medya ağları ve kutuplaşan siyasi iklim, sesleri ve görüşleri yankı odalarına hapsedmektedir. Veriye dönüşen iletişim mesajları ise reklam ve bireysel tüketim için araçsallaştırılarak toplumsalın gözden kaçmasına neden olmaktadır. Alternatif medyanın kendi kendini finanse etme zorunluluğu, egemen piyasa şartlarında erişim ve ulaşımdaki eşitsizlikler, kamusal görünürlük sorunları kapitalist piyasa becerilerini kullanmayı zorunlu kılar. Eleştirel yaklaşıma göre ontolojik mücadelede kamusal alanda görünür olmak, birlikte hareket etmeyi gerektirir. Toplumsal hareketler bağlamında da toplumsal dönüşüm ve değişim için kitlelere erişilmeli, katılım özendirilmelidir. Kamusal görünürlüğün derecesi hala politik ve finansal güç ilişkileri tarafından belirlenmekteyken önemli olan alternatif yayıncılığın eleştirel söylemle sesini kitlelere duyurmasıdır. Öte yandan katılımcı medyanın üretim pratiklerinin alternatif olduğu, politik ve ideolojik amaçlar için baskıcı olabileceğine ya da ticari amaç için kullanılabilmesine de dikkat çekilmektedir. Bu duruma ABD'deki aşırı sağcı alternatif medya yayıncılığı (Viguerie ve Franke 2004), radikal Hristiyan ve Müslüman örgütler ve aşırı sağ-post faşist hareketin yaygın kullanımı örnek gösterilmektedir (Cammaerts, 2007:137). Tüm bu örneklerde katılımın tek başına olumlanması demokrasi adına mümkün değildir (Atton, 2008: 217).

Medyanın kamu gözcülüğü misyonu finansal bağımsızlık gerektirmektedir. Burada kamu yararına hizmet eden yayıncılığın nasıl finanse edileceği sorunu ortaya çıkmaktadır. Gelir

modeli, finansal gelir sağlamak amaçlı bir plan çerçevesidir. Gelir için hangi kaynağa odaklanılacağı, sunulan değer, değerın fiyatlandırması ve değeri kimin karşılayacağı gibi faktörler bu planın içinde belirlenir (Ojala 2016:451-476; Lingardt vd., 2009). İşletme modelleme çalışmalarında merkezi rol oynayan gelir modeli, iş modellerini ve finansal sürdürülebilirliği yakından etkiler (Osterwalder ve Tucci, 2005; Morris vd. 2005; Teece, 2010; Zott ve Amit, 2010; Osterwalder ve Pigneur, Y. 2010). Öyle ki gelir modeli, kar odaklı olmayan kuruluşlar için dahi maliyetlerin karşılanması ve sosyal-kültürel hedeflerin sürdürülmesi açısından halen önemlidir (Li,2020).

Geleneksel gelir modelleri, alternatif yayıncılık için yeterli bir seçenek değildir (Alexander vd., 2003; Albarran, 2010; Croteau ve Hoynes, 2018). Dijital teknolojilerdeki dönüşümün ürünü olan uygulama ve platformlarda, yeni dijital ödeme şekilleri benimsenerek farklı finansal stratejiler geliştirilmeye başlanmıştır (Kraus vd. 2022; Sjödin vd. 2022). Toplulukların haber, bilgi ve kültürel ihtiyaçlarını merkeze alan ve insanları katılıma ve çözümler geliştirmeye teşvik eden farklı finansman uygulamaları bulunmaktadır. Kitle fonlaması, alternatif yayıncılık projelerinin geliştirilmesi ve kaynak yaratılmasında kullanılan bir fonlama türüdür.⁸ Bilinen ilk örnek 1800'li yıllarda ABD'nin Özgürlük Heykeli'nin yapımı için Pulitzer tarafından The New York World gazetesinde başlatılan kampanyada 5 ayda 160.000 dolar bağış toplanmasıdır. Osmanlı'da ilk kitle fonlaması ise gazete üzerinden değil bir gazete yatırımı için gerçekleşmiştir. 19. yüzyılda siyasi mizah gazetecisi Teodor Kasap, Çingiraklı Tatar dergisine matbaa yatırımı için okurlardan 400 lira toplamıştır (journocom.tr).⁹

Kitle fonlaması ile alternatif medya projelerinin sınırlarını ve potansiyellerini belirleyen yapısal eşitsizlikler aşılabilmektedir. Ülkemizde de önceleri ana akım medyada bilinirlik kazanan Cüneyt Özdemir, Fatih Portakal Nevşin Mengü, Özlem Zengin, Ruşen Çakır, Ünsal Ünlü gibi gazeteciler kültürel ve sosyal sermayelerini çoklu medya platformlarında ekonomik sermayeye dönüştürmektedir. Platform ekonomisinde küresel tekeller oluşturan çevrimiçi kitlesel fonlama şirketlerinin verdikleri altyapı hizmeti karşılığı fonlama gelirinden kesinti yapması ise topluluk yayıncılığında bu modelin uzun ve istikrarlı bir yöntem olacağı savını tartışma konusu yapar. Öte yandan kültürel içerik üretiminde topluluğa yatırım yapıldığında toplulukların da yayıncılara yatırım yaptığını savunan görüşler bulunmaktadır.

⁸ Platform ekonomisinde aracılı ve aracısız, çevrimiçi ya da doğrudan gerçekleşen dijital kitlesel fonlama pazarının ise 2027 yılında 25,93 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (reportlinker.com).

⁹ Volkan Kahyalar.(2023, 19 Mart). "Gazeteci Teodor Kasap'ın inanılmaz ama gerçek hikâyesi", <https://journocom.tr/teodor-kasap-diyojen>

Kitlesel fonlama tarihsel patronaj modellerinden farklıdır ve bağımsızlık için daha elverişlidir. Kitlesel fonlamada sıklıkla kullanılan bir emek türü olarak ilişkisel emek dijital platformlarda üretici ve kullanıcılar arasında daha zengin ve özel kamusal iletişimi mümkün kılar. İlişkisel emek aynı zamanda sosyal ve kültürel sermayenin ekonomik sermayeye dönüşümünde ve topluluk ruhunu, bağımlı güçlendirmede bir süreçtir. Üreticiler açısından ilişkisel emeğin özünde uzun vadeli finansal destek hedefi bulunmaktadır (Baym, 2018; Craig ve Cunningham, 2019; Bonifacio, 2020; Hair vd. 2022). Tüm finansal işlemlerin sosyal anlam taşıdığını savunan görüşe göre alternatif yayıncılığının kalıcılığı ve kitlesel fonlamanın başarısı dijital çoklu ortamda verilen ilişkisel emekle ilişkilidir. Bu haliyle dijital fonlamanın başarısı, dijital medyada kurulan bağlara, içerik üretimine katılımı artıran ilişkiye bağlı gözükmektedir.

Kitle fonlaması potansiyeline rağmen, kar amacı gütmeyen medya yapıları çoğulculuk adına kamu politikalarıyla sistemik olarak desteklenmelidir. Medya yapılarına finansal destek hükümetler tarafından çoğunlukla vergi indirimleri, devlet reklamları ve diğer dolaylı destekler yoluyla gerçekleşir. Hollanda'da yerel radyo satış noktaları küçük bir vergi yoluyla toplanan fonları alırken, Fransız topluluk radyosu satış noktaları, ticari medyanın reklam gelirleri üzerinden özel bir vergi ile finanse edilmektedir. Finlandiya modelinde bireysel gelirin belirli bir yüzdesi kamu ücreti olarak alınmaktadır (Weichert ve Kolo, 2013:225-230). Burada vurgulanan nokta toplumsal çıkarlar için bağımsız içerik üretilecekse süreklilikte en çok kamu politikası önlemlerinin işe yarayacağıdır.

Yeni finansman modellerinde fon kaynaklarını ve bunların dağılımını kamu politikalarıyla sağlamak, özel sektörden bağışçılara yönelmek veya küçük bağışlar şeklinde “sivil topluma” dönmek gibi yöntemler kullanılmaktadır (Weichert ve Kolo, 2013). Ayrıca finansal zorunlulukları karşılamada bir diğer olgu kamu yararına çalışan medyayı fonlayan dünya çapındaki vakıflardır. Vakıflar topluluk yayıncılığında yerel seslerin ulusal ya da uluslararası etkinliği için eylem önerilerinde bulunurken aradıkları aslında alternatif “başka” bir medyadır. Çoğulculuk burada farklı bakış açıları ve farklı insanların kendilerinden farklı toplulukları ve insanları anlamalarına yardımcı olmaktır (mediainpactfunders.org.). Öte yandan medyadaki finansal krizi sivil toplum perspektifiyle ele alan Anker Brink Lund, hayır kurumları ve zengin vakıfların medya sübvansiyonlarına şüpheyle yaklaşmaktadır (Lund 2015:214). Vakıfların fonlama kararlarında sadece kamusal yararlılığı değil, kendi amaçlarına da katkı sağlama eğiliminde olabilecekleri ileri sürülmektedir. Vakıf fonlamasının reklam verenlerin etkisiyle paralel olabileceği vurgulanarak, koşulsuz fonların uzun vadeli bir çözüm olmayabileceği belirtilmiştir (mediainpact.issueab.org). Sonuç olarak alternatif yayıncılığın

gücü, piyasa ve siyasi güçlerden bağımsız bir yapıda üretilen içeriklerle toplulukların sorunları kamusal alana taşıyışıdır. Çözümdeki etkinliği de medyadaki finansal gücü ve kamusal alanda etkinliğiyle orantılıdır.

2. Topluluk Radyoları ve Katılımcı İletişim

Topluluk radyosu, kar amacı gütmeyen topluluk için, topluluk çıkarları ve beklentilerine ilişkin ve topluluk tarafından yayıncılık yönetiminin sergilendiği alternatif bir radyoculuk türüdür. Topluluk üyesi olan dinleyiciler ve yapımcılar üretimin içeriğinde aktif katılım sergilemektedir. Katılımcı iletişimle dinleyiciler program üretimi, yönetim, finansman ve sahiplikte çeşitli seviyelerde rol almaktadır (Girard, 2001: 13). Kamu hizmeti işlevi sergileyen topluluk radyoları bir tür alternatif kamu yayıncılığı yapmaktadır. Bununla birlikte toplumun bütününe değil, bir topluluğa hizmet etmektedir (Fraser ve Estrada, 2001: 3). Bu şekilde toplulukların düşünceleri, tercihleri, görüşleri ve çıkarları yayınlara yansıtılırken sosyo-kültürel ihtiyaçları karşılanmış olur (Wedel, 1991: 44).

Dijitalleşme ile birlikte internet üzerinde topluluk radyoculuğu eğilimi artmaktadır. Kültürel çeşitliliğin garantisi olarak görülen yerel dillere duyarlılık (Güney, 2009:92) örneğin bir internet topluluk radyosu olan Nor Radyo'nun yayın politikasıdır. Bu kapsamda organizasyon ve örgütlenmesi birçok siyasi, toplumsal ve kültürel hareketten gelen gönüllüler, birçok azınlık dilinde yayın yapmaktadır. Program yapımcıları, MSN, Skype, Twitter, Facebook gibi platformlar aracılığıyla izleyicilerle katılımı önceleyen bir etkileşime girmektedir (Algül, 2013).

Topluluk radyoları aynı zamanda katılımcı demokrasiyi teşvik eden radyolardır (Güney, 2009:84). Ticari kaygılar daha az, katılımcılık daha güçlüdür. Türkiye'de bu özelliklere sahip radyo sayısı oldukça azdır (Yavuz, 2008:18-19). Bunun nedeni topluluk radyolarının ülkelere özgü demokrasi kültürlerine göre farklı şekillenmesidir. Türkiye'de medya-demokrasi ilişkisinde sosyo-kültürel yapısal etmenlere bağlı olarak sivil toplum katılımı zayıf kalmaktadır. Çünkü demokratik katılım, katılımın kilit unsur olduğu demokrasi teorilerinden çıkmaktadır. Ancak katılımcı demokrasilerde katılımcı ve toplum kontrollü bir medya yapısı oluşabilir. Öte yandan dünyanın çeşitli ülkelerinde farklı çıkar gruplarının kendilerini ifade etmelerine olanak sağlayan birçok topluluk radyosu bulunmaktadır. Dünyadaki başlıca örneklerinden bazıları şunlardır: İtalya'da Radio Popolare (1976) ve Radio Onda Rossa (1977), Belçika'da Radio Centraal (1980), Avustralya'da Radio Skid Row (1983), İspanya'da Radio Vallekas (1986),

Almanya’da Radio Z (1987), Nepal’de Radio Sagarmatha (1997), Avusturya’da Radio Orange 94.0 (1998), İngiltere’de Resonance 104.4 FM (1998), Ürdün’de Radio Al Balad (2000), Meksika’da Radio Zapatista (2003).

Topluluk radyoları, dünyanın farklı bölgelerinde, farklı amaç ve hedeflerle, farklı yayıncılık anlayışıyla hareket ettiğinden gelir kaynakları, teknik özellikleri, yönetim ve organizasyonları da kendine özgü nitelikler taşımaktadır. Tüm bu farklılıklar topluluk radyolarının kategorik olarak farklı isimlerle ele alınmasına neden olmaktadır. Örneğin; Avrupa’da topluluk radyoları sıklıkla ‘özgür’ ya da ‘derneksel’ terimleriyle ifade edilmektedir (Jankowski, 2002:6). Toplumsal yerellik örnekleri olarak “mahalle, yakın radyo, komşu, dernek radyosu” gibi adlarla da bilinmektedir (Alankuş, 2000). Ancak yönetim organizasyonu ve örgütsel yapıdaki tüm farklılıklara rağmen süreçte belirleyici olan topluluk üyelerinin aktif katılımıdır (Güney, 2009:128-129). Dünyada topluluk radyolarının küçük topluluklara hitap etmesi ya da yerel özellikler göstermesi yerel ticari radyoculuk örnekleriyle karıştırılmasına neden olduğundan (Algan, 2005: 75-92.) Dünya Topluluk Radyosu Yayıncıları Birliği (AMARC) bazı kriterler belirlemiştir. Topluluk radyosu finansal değil, toplumsal kazanç ve topluluk yararına yayın yapmalı, hitap ettiği topluluğun sahipliğinde ve hesap verebilir bir konumda olmalı, ayrıca yayın içeriği ve yayın yönetimine topluluğu dahil etmelidir (AMARC, 2007:63).¹⁰

Topluluk radyolarında birçok ilke ve işlevde ortaklaşan özelliklerin başında hiç kuşkusuz yayıncılık motivasyonu gelmektedir. Geleneksel radyoculuğa göre küçük ölçekli topluluk radyoları katılımcılık, gönüllülük, topluluk içindeki yakınlıklar gibi motivasyonlarla hareket etmektedir. Güney’e göre (2009) topluluk radyolarının temel amacı topluluk üyelerinin haber ve enformasyon ihtiyaçlarını karşılayarak kamusal iletişim alanına dahil etmek ve dezavantajlı toplulukları desteklemektir. Öncelik kâr elde etme motivasyonu olmasa da (Hendy, 2000:16) topluluk radyoları bağışlar, hibeler, üyelik ücretleri, sponsorluk ve reklam dahil olmak üzere çeşitli kaynaklardan gelen mali desteğe ihtiyaç duymaktadır.

1980’lerin başında topluluk radyoları, birçok gelişmekte olan ülkede siyasi çatışmalar ve yayın üzerindeki devlet tekelleri nedeniyle zorluklarla karşılaşmıştır. Bugün de topluluk radyo mevzuatı, her ülkede farklıdır. Bazı ülkelerin destekleyici düzenlemeleri bulunurken,

¹⁰ AMARC, Dünyada tüm kıtalardan 150 ülkede yaklaşık 4.000 üyesi ve ortağıyla topluluk radyo hareketine hizmet eden uluslararası bir sivil toplum kuruluşudur. Amacı, dayanışma ve uluslararası işbirliği ilkeleri ile topluluk ve katılımcı radyoculuğun gelişimine destek olmak ve katkıda bulunmaktır.

diğerlerinin mevzuatı uygun değildir ya da topluluk radyolarına karşı kısıtlayıcı politikalar uygulamaktadır (Unesco.org). Türkiye’de radyo-televizyon yasasına göre tüm radyo ve televizyonların anonim şirket olmak zorunluluğu vardır. Türkiye’de topluluk radyoculuğu, TRT ile ticari amaçlı radyolar arasına sıkışmıştır. 1994 yılında çıkarılan 3984 Sayılı “Radyo ve Televizyon Kuruluşlarının Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun” 6112 sayılı Kanun ile yürürlükten kaldırılrsa da 5. Maddedeki “siyasi partiler, dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, vakıflar, mahalli idareler özel radyo ve televizyon kuruluşu kuramaz ve bunlara ortak olamazlar” ifadesi sabit kalmıştır.¹¹ Türkiye’de topluluk radyoculuğunun önündeki en önemli engellerden biri bu yasadır. Türkiye’de yasal sınırlar topluluk radyolarının ticarileşme kısılcacında dar bir alanda hareket etmesine neden olmaktadır (Timisi, 2006, 76). Oysa reklam gelirleri ve ticari çıkar ilişkileri zamanla topluluk radyolarının temel ilkelerine zarar verici boyutlara ulaşabilir (Güney, 2009:132-133).

UNESCO, topluluk radyolarının işlevlerini belirlerken kamunun iletişim süreçlerine ilişkin karar alma mekanizmalarına katılması ve iletişim politikalarının biçimlenmesine dâhil edilmelerinin önemini altını çizmektedir. UNESCO ölçütleriyle bakıldığında katılımcı iletişimle seslerin ve görüşlerin çeşitliliği, açık bir diyalog ile farklı seslerin duyulması önemli olmaktadır (Güney, 2009, 25-26). Bu bağlamda demokratik süreçlere katılımı güçlendiren topluluk radyoları ticari ve ulusal yayıncılığı tamamlayarak yayın ve bilgi kaynaklarının dengelenmesine yardımcı olur. Topluluk radyoları katılımın bir iletişim modeli olarak hayata geçirildiği katılımcı iletişimle radyo yayıncılığıyla ilgili benzersiz iç görüler sunar (Unesco.org).

3. Topluluk Yayıncılığı ve Topluluk Radyolarının Çoğulculuk Olanakları

Ortak kültürel, toplumsal ve siyasi çıkarlara sahip insan gruplarının oluşturduğu topluluk (Tabing, 2002: 11) haberlerini ve bilgi ihtiyaçlarını merkeze alan topluluk yayıncılığı, alternatif yayıncılığın bir alt modeli olarak kabul edilmektedir. Katılımcı iş birlik modeliyle farklılaşan topluluk yayıncılığı, benzer ilgi alanlarına, toplumsal duyarlılıklara, sosyo kültürel özelliklere sahip toplulukların paylaşımlarına dayanan yayıncılık modelidir. Yayıncılık geleneksel veya internet tabanlı platformlarda gerçekleşebilir. İçerikler gönüllü topluluk üyeleri tarafından oluşturulur ve yönetilir. Toplumsal değişim için yerleşik ve kurumsallaşmış siyasete muhalif alternatif medyayı (Mutlu, 1995: 35) tercih eden topluluk üyeleri kitle beğenilerine göre hareket etmemektedir. Ana akım medya içeriğiyle ilgili derin bir memnuniyetsizlik

¹¹ <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6112.pdf>

duygusu hakimdir. Bu izlekte, kâr amacı gütmeyen topluluk modeli, içerik kalitesine odaklanarak uzun yıllar sürdürülebilirlik sağlama potansiyeline sahiptir.

Dijitalleşme ve yeni medya ile sosyal ve kültürel etkileşimleri artan katılımcı üyeler aktif iletişimle kendi bilgi ve uzmanlıklarını paylaşarak nitelikli içerikler oluşturabilir. Topluluk yayıncılığında aynı zamanda ana akımdan farklı konular ve bakış açılarıyla çeşitlilik sağlar. Demokratik mekanizmalarla birleştiğinde, topluluk yayıncılığı demokratik kültürün inşasında ve toplumsal farkındalığın geliştirilmesinde önemli bir rol oynar. Bunun yanı sıra sivil toplumu piyasa ve devletten ayıran yaklaşımla (Gramsci, 1971) karşı hegemon alanlar (Bailey vd., 2015: 55) yaratıldığında sivil toplum ile güçlü bağlar kurulmaktadır. Bu bağlamda alternatif politik ve sosyo-kültürel düşünme ve eylemleri "...topluluk için, topluluk tarafından gerçekleştirerek sessizlerin sesi olmaktadır (Jallov, 2012: 16-18; Carpentier, 2011).

Katılımın merkezi değerinde olduğu (Bosch, 2003) topluluk radyoları, dijitalleşme ile birlikte yerel ve ulusal sınırlarını genişletmektedir. Zaman ve mekan kısıtlamaları ortadan kalkmış, ortak kamusal çıkarlar, coğrafyadan bağımsızlaşmıştır. Toplumsal ve siyasi sorunlarda ortak bir yaklaşıma sahip üyeler, dijital yayıncılık seçenekleriyle toplumsal hareketlere öncülük edebilirler. Örneğin; çevre ve iklim konularında duyarlı bir topluluk, işbirlikçi bir modelle etkinlikler düzenleyebilir ve paylaşımlarda bulunarak toplumsal farkındalığı artırabilir. Dijital medyanın etkin kullanımıyla toplumsal değişim talepleri için kamuoyu oluşturabilir. Sosyal ve kültürel sermayesi geniş topluluklar, üyelerin topluluk bilincinin niteliğine göre değişen bir etki alanı oluşturmaktadır.

Topluluk yayıncılığında katılım, organizasyona dahil olarak içerik üretimine katkıda bulunmayı ve geri bildirimde bulunmayı içerir. Geri bildirim süreçlerinde radyo dinlemek ve tartışmak için bir araya gelen dinleme kulüpleri, dijital ve sosyal medya platformlarında yayımlar önerilmektedir (Jallov, 2012). Geri bildirimler, sosyal medyada filtre baloncuğunda sadece benzer sesleri duymayı engelleyebilir. Bununla birlikte topluluk üyelerinin toplumsal iletişiminin kendi içinde sınırlı kalmasına da neden olabilir. Büyük ölçüde topluluğun finansal gücüne, erişimine ve dijital okuryazarlığına dayanan katılımın sosyal medyada dışlayıcı hale gelmesi kamusal alanın çelişkileri olarak görülmektedir (Myres vd.,2012). Son tahlilde yine de topluluk tabanının katılıma ve çözüm üretmeye dahil edilmesi topluluk yayıncılığının finansal ve içeriksel yeterliliğini güçlendirecektir.

Medyada rekabet ve çoğulculuk için ülkeler kendi yasal düzenlemelerini belirler. Medya düzenlemeleri genellikle kaynaklar, üretici sayısı ve nüfus yapısının oranıyla ilgilendir. Çoğulculuğun çeşitlilikle birlikte ele alındığı yaklaşıma göre, yurttaşların geniş kapsamlı kaynaklara, yönelimlere ve bilginin çeşitliliğine erişimi önemlidir (McQuail, 2015). Iosifidis (2010:19) ülkelerin özgün şartlarındaki denetimin ekonomik ve etki kriterleriyle birlikte farklı disiplinlerin katkısıyla farklı kriterler eklenerek geliştirilmesini ideal bulmaktadır (Sözeri, 2022). Türkiye’de diğer sektörlerden farklı ölçütlerle araştırılması gereken medya tekelleşmesinin görünürlüğünü tespit etmek ise güçtür. Sonuç olarak, topluluk radyoculuğu kapsayıcılığı ve demokratikliği ölçüsünde alternatif görüşlere, düşüncelere, içeriklere ve haberlere yer verir. Katılımın kilit bir unsur olduğu topluluk radyoları, yayın içeriğinde temsil çeşitliliğiyle çoğulculuğu sağlayabilir.

4. Araştırmanın Amaç ve Yöntemi

Araştırmanın amacı topluluk radyoculuğu bağlamında Türkiye’de bir model oluşturan alternatif medya yapılanmalarından Açık Radyo’nun örgütsel ve kurumsal yapısını, hedef kitlesini, gelir modellerini, alternatif içeriklerini, dinleyici profilini inceleyerek ana akım yayıncılıktan farklılaşmasını ve demokratik çoğulculuğa katkısını sorgulamaktır. Diğer bir amaç da dijital medya olanaklarını kullanıp kullanmadığını ortaya koyarak dijital kamusal görünürlüğünü, iş ve gelir modelinin ekonomi-politik bağımsızlık ve sürdürülebilirlikteki etkilerini keşfetmektir. Araştırma sonucunda Açık Radyo’nun dijital medyadaki kamusal görünürlüğünü ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu nedenle Açık Radyo’nun yapısal özellikleriyle dijital teknolojilerle dönüşen yayıncılıkta gelişen yeni iş ve gelir modelleri üzerinde durularak iletişimsel eşitlik kamusal görünürlük kavramları sorgulanmıştır. Literatür taramasında medya ve demokrasi ilişkisi çoğulculuk olgusu temel alınarak alternatif medya yapılanmaları, topluluk yayıncılığı, topluluk radyoculuğu ve katılımcı iletişim hakkında genel kavramsal bir çerçeve çizilmiştir. Bu kapsamda Açık Radyo’nun örgütsel ve organizasyonel yapısal özellikleri, iş ve gelir modeli, yayın içeriği ve politikası, hedef kitlesi, toplumsal hareket ve sorunları ele alışı, alternatif kamusal yayıncılığa katkıları dijital medyadaki varlığı ile birlikte incelenmiştir.

Araştırmada sosyal bir durumu, olayı, rolü, grubu veya etkileşimi anlama yöntemi olan sosyal bilimlerin nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır (Creswell, 2021) Nitel araştırmaların özelliklerinden birisi de keşfedici olmalarıdır (Neuman, 2012: 228). Amaçlarına göre keşfedici araştırmalar araştırmacının ilgilenilen konuyla ilgili mevcut bilgileri keşfetmesini sağlayarak

daha derinlemesine bir inceleme için bir zemin hazırlar (Earl, 2004: 88). Araştırma stratejisinde keşfedici araştırma türü seçilerek, bir sosyal gerçeklik olan topluluk radyoculuğunu ekonomi-politik çerçevede anlamlandırmak ve daha sonra yapılacak çalışmalara zemin hazırlamak amaçlanmıştır.

Araştırma evreni alternatif medyanın bir alt kolu olan topluluk radyoculuğu iken evrenin özelliklerini en iyi şekilde temsil eden (Lin, 1976: 145) Açık Radyo, araştırma problemine uygun olarak amaçsal örnekleme ile seçilmiştir (Büyüköztürk vd. 2008). Çalışmanın tekli durum araştırma deseni, topluluk radyoculuğunda farklı bir iş ve gelir modeli kullanan Açık Radyo'dur. Durum araştırması (case study) genellikle bir konuyu örneklendirmek için tek bir durumun seçilmesi ve ardından araştırmacının bu durumun ortamına dair detaylı bir betimleme sunması nedeniyle tercih edilmiştir (Creswell,2013:102). Durum araştırması, vaka çalışması olarak da adlandırılan örnek olay incelemesi, bir sosyal olgunun kendi bağlamı içinde, çeşitli veri toplama teknikleriyle bilgi toplanarak ampirik olarak incelenmesidir (Robson ve McCartan, 2016). Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımı ile örnek olay incelemesi tekniği kullanılmıştır. Örnek olay Açık Radyo üzerinden topluluk radyoculuğunda dijital kamusal alan çoğulculuk ilişkisi ele alınmıştır. Bir ya da birkaç olayın yoğun bir şekilde incelenmesini içeren örnek olay incelemesi sürecinde nicel ve nitel veri toplama teknikleri kullanılabilir ama derinlemesine inceleme yapmayı içerdiği için genellikle nitel veri toplama tekniklerinden yararlanır (Walliman, 2006:45-46).

Araştırmada durum çalışmasındaki veri kaynaklarından belgeler, arşiv kayıtları ve doküman incelemesi yapılmıştır. Doküman incelemesi, araştırma konusu hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin çözümlenmesidir. Gözlem veya görüşmenin mümkün olmadığı araştırmalarda tek başına veri toplamak amacıyla, diğer veri toplama yöntemleriyle birlikte kullanıldığında ise verilerin çeşitlendirilmesini sağlamak ve araştırmanın geçerliğini artırmak amacıyla kullanılan bir tekniktir (Yıldırım ve Şimşek, 2005:188-189). Bu yöntem, bir araştırma konusuyla ilgili bilgiler içeren çeşitli basılı ve elektronik malzemelerin sistemli bir şekilde incelenmesini içerir (Wach, 2013). Araştırma konusuyla ilgili diğer bireyler veya kurumlar tarafından üretilen çeşitli yazılar, belgeler ve eserler de kullanılır. Örneğin, internet aracılığıyla sağlanan elektronik belgeler ve bilgiler, araştırmacılar için temel bir kaynak haline gelmiştir. Elektronik postalar, e-posta listeleri, çevrimiçi sohbet odaları, bloglar, web siteleri, sosyal medya platformları ve diğer etkileşimli teknolojiler aracılığıyla iletişim araçları, bu kaynaklara örnek olarak gösterilebilir. (Seyidoğlu, 2016).

Belgelerin analizi, yalnızca yazılı metinleri değil, grafiksel öğeleri de içerebilir; haritalar, şemalar, grafikler, hatta fotoğraflar gibi çeşitli kaynakları kapsar (Sak vd. 2021:231). Araştırmacının müdahalesi olmadan kaydedilmiş veya hazırlanmış belgeler, metinler ve görseller olabilir (Bowen, 2009; Merriam, 2009). Araştırmacının müdahalesinin olmaması, bazı veri türleri için geçerlidir ve bu tür veriler, müdahalesiz veri toplama yöntemleri çerçevesinde ele alınır (Hatch, 2002). Bu tür veriler arasında internet arama motorları ve web sayfaları da bulunur; dolayısıyla, toplanan veriler mevcut metinlerden oluşur (Dolan, 2009: 185-208; Merriam, 2009). Bu, birincil kaynakları (orijinal belgeler) veya ikincil kaynakları (birincil kaynakların yorumları veya analizleri) içerebilir. Bu yöntemi kullanan araştırmacılar, analize sistematik bir yaklaşım benimsemeli ve bulgularının güvenilirliğini ve geçerliliğini sağlamak için kaynakları eleştirel bir şekilde değerlendirmelidirler (Wach, 2013; Yıldırım ve Şimşek, 2013). İnternette elde edilen veriler genellikle farklı veri toplama tekniklerine dayanır. Örneğin, web sitesi analizi veya sosyal medya analizi gibi teknikler kullanılabilir. Ancak internet kaynaklarında kaynak güvenilirliği, veri doğruluğu, önyargı ve tarafsızlık internet kaynaklarından elde edilen verilerin doğruluğu sorgulanmalıdır (Erkuş, 2009; Kurbanoglu, 2002). Bilgilerin ne kadar güncel olduğu, kaynağın objektifliği ve doğruluğu gibi faktörler, verilerin değerlendirilmesinde önemlidir. Bu kapsamda araştırmada çeşitli basılı dokümanın yanı sıra veri madenciliği yapan, web site trafik ve analizinde hizmet veren bir bilgi teknoloji şirketi Simiarleweb sitesi üyeliği ile elde edilen verilerden de faydalanılmıştır. Bu şekilde radyonun Aralık 2022- Şubat 2023 tarihlerinde 3 aylık web site trafiği ve yönlendirmeleri, 1 Mart-23 Temmuz 2023 tarihleri aralığında da sosyal medyadaki dijital görünürlüğü incelenmiştir.

Araştırmada bazı durumlarda nitel ve nicel araştırma yöntemlerini birleştirerek araştırmanın doğasına en uygun olan yöntem ve yönelimi bulmak önemlidir. Çalışma kapsamında müdahalesiz veri toplama yöntemleri bağlamında doğrudan internet kaynakları ve veri madenciliği analiz sitelerinden alınarak incelenen dokümanlar nicel verilerle kategorize edilerek ilişkilendirilmiştir. İlişkilendirilen konular bağlamında nitel olarak analiz edilmiştir. Nitel veri çözümlemesi betimleme, sınıflandırma ve veri parçalarını aralarındaki ilişkiler üzerinden birleştirme sürecini içerir (Denzin, 1978:33'ten aktaran Dey, 2003: 31). Ancak bütün bu aşamalar, yorumlamanın mümkün olmasını sağlama amacına yöneliktir. Betimsel çözümlemede araştırmacı gerçekte meydana gelen bir eylemi ifade etmekle kalmaz, bu eylemin içinde gerçekleştiği bağlam hakkında, eylemde bulunanın niyeti hakkında, bu eylemi

örgütleyen anlamlar hakkında ve eylemden sonra neler olduğu hakkında ayrıntılı bilgi verdiğinde yoğun betimleme (thick description) yapmaktadır (Dey, 2003:32).

Radyonun kamusal dijital varlığının analizinde iktisadi sosyolojinin ilişkisel emek teorisi temel alınmıştır. Araştırmada medya, demokrasi, çoğulculuk ilişkisinin dijital medyada verilen ilişkisel emekle birlikte ele alınması Açık Radyo'nun topluluk yayıncılığındaki konumunu belirlemek açısından önemlidir. İlişkisel emek bir iktisadi sosyoloji teorisidir. Teori günümüzde kurulan sosyal ağların ekonomik faaliyetlerdeki yapısal etkisini merkeze almaktadır. İnsanların çoklu sosyal bağlarını birbirlerinden farklılaştırarak ve ekonomik faaliyetlerle sürdürerek bağlantılı yaşamlar yaratmalarındaki içeriği müzakere etme olanağı vermektedir (Zelizer, 2005, s. 32). Kısacası bağlantılı yaşamlar, insanların dahil olduğu ilişkisel emek sayesinde mümkündür. Günümüzde dijital medya, içerik üreticilerinin bu bağlamda ilişkisel emekle ekonomik faydalar sağladığı aynı zamanda özel ve kamusal iletişimlerin kurulduğu bir alandır. Literatür taramasında bir içerik üreticisi olarak topluluk üyeleriyle ekonomik ve sosyal bağları kuran Açık Radyo'nun dijital kamusal görünürlük ve çoğulculuk ilişkisini sorgulayan bir çalışmaya rastlanmamıştır.

5. Açık Radyo'nun Yapısal Analizi ve Bulgular

Medya yönetiminde yapısal teorilerden yapısal koşulluk analizi organizasyonların yapılarını ve performanslarını birçok unsurla ilişkilendirerek inceler¹². Bir medya örgütünün yapısının analizi; iç yapısını, organizasyon şeklini, örgütlenme şemasını, içerik üretim, yayın ve dağıtım sürecini, izlediği politikayı, kullandığı stratejileri, amaçları ve hedeflerini çözümleyerek ideolojik, politik ve sosyal faktörleri tarafından nasıl etkilendiğini ve nasıl etkilediğini anlamlandırmayı gerektirir.¹³ Katılım odaklı yayıncılık anlayışında topluluk

¹² Medya yönetimi araştırmaları içinde yapısal teorilerden yapısal koşulluk teorisi organizasyonların yapılarını ve performanslarını analiz etmeye odaklanan bir yaklaşımdır. Bu teori, organizasyon yapılarının belirli koşullara uygun olarak evrileceğini ve bu yapıların verimliliği artırmak veya finansal performansı optimize etmek için tasarlanacağını öne sürer. Her şirketin benzersiz özellikleri ve gereksinimleri olduğundan, tek bir organizasyonel yapı tüm şirketler için uygun değildir. Organizasyon yapıları, yetki, raporlama, karar alma ve iletişim gibi unsurları içerir. Temel koşulluk faktörleri arasında organizasyon ölçeği ve görev belirsizliği bulunmaktadır. Teori, küçük organizasyonların basit ve merkezi yapılarla, büyük organizasyonların ise daha merkezi olmayan yapılarla daha iyi performans göstereceğini iddia eder. Bu teori, organizasyon yapıları ile ekonomik performans arasındaki ilişkiyi vurgular ve insan kararlarının optimal olmayan yapıları düzeltmeye yönleneceğini öne sürer. Bu yaklaşım karmaşık yapıları ve performans farklılıkları olan medya kuruluşlarını incelemek için elverişli bir teoridir (Mierzejewska, 2011:13-30).

¹³ Genel olarak örgüt yapısı; organizasyonda dışarıdan gözlemlenebilen örgütsel çerçeve ve kurumsal bileşenlere bakıldığında anlaşılması zor, soyut ve iç içe geçmiş ilişkilerden oluşan bir eylemsel yapıya sahiptir (Aldemir,

üyeleri tüm değer zincirlerinde yer aldığından kullanıcıların profiline niteliği ve beklentileri topluluk medyasında özellikle üzerinde durulması gereken bir faktördür. Toplumsal değişim ve dönüşüm, kültürel çeşitlilik ve çoğulculuk adına kamusal gücünü sergileyebilmesi yapının etkisi, gücü ve bağımsızlığına bağlıdır. Bu bağlamda medya örgütünün toplumdaki rolü, etkileri ve yönetim pratikleri incelenmelidir. Yapının eleştirel çözümlenmesi, demokratik işlevselliğinin ve kitlelere erişimde kamusal görünürlüğünün artırılmasını sağlayarak çoğulculuğu destekleyecektir.

5.1. Örgütsel Yapı

Örgütsel yapı, bir organizasyonun belirli bir amaca ulaşmak için insan kaynakları, maddi kaynaklar, iş süreçleri, iletişim sistemleri ve karar mekanizmalarını nasıl yönlendirdiğini ifade eder. 1995 yılında kurulan Açık Radyo örgütsel yapı olarak bir topluluk radyosudur. Kurucuları ve insan kaynakları arasında sivil toplum kuruluşları, akademisyenler, gazeteciler, sanatçılar, dinleyiciler yer almaktadır. İş süreçlerinde kâr amacı gütmeyen topluluk iş birliği modeli ile hareket etmektedir. Bağımsız ve alternatif medya örgütlenmeleri arasında yer alan radyo, Toplum Radyoları Derneği'nin (TRD) üyesidir ve Anafor Yayıncılık A.Ş. bünyesinde faaliyet göstermektedir. Doksan iki ortaklı bir anonim şirket tarafından kurulan radyo, genel kurul kararıyla şirketin ana sözleşmesine kâr amacı gütmeyeceği maddesini eklemiştir.

Kontrol ve katılımın dengede olduğu, dinleyicilerin çokluğu, çeşitliliği ve heterojenliğinin kabul edildiği maksimize katılımı (Carpentier, 2015) bilgi ve uzmanlığın aktif gücü, otoritenin gücünden daha anlamlıdır. Topluluk aktif karar alma sürecinde işletmenin yönetim politikalarına katılma ya da katılmama konusunda bir müzakere sürecinde görüş bildirme hakkına sahiptir (Atılğan, 1998). Bu bağlamda Açık Radyo'da kararlar, genel kurul, yönetim kurulu ve yayın süreçleri kurulu gibi farklı organlar tarafından oy birliği ile alınmakta ve her yapının eşit oy hakkı bulunmaktadır. Radyo'nun örgütlenmesindeki katılımcı ve demokratik yapı, radyonun toplumsal faydayı artırma amacına uygun bir şekilde hareket etmesini sağlar. Bu bağlamda iş ve iletişim süreçlerinde katılımın tüm süreç ve unsurlarını etkin şekilde kullanan radyo, genel müdür, yayın yönetmeni, izleyici temsilcisi ve 45 kişilik ekiple katılımcı ve yatay iş modeli geliştirmiştir. 28 yılda 347 kişi ekipte aktif görev almıştır (acikradyo.com.tr). Geri bildirimlerin alınabildiği izleyici temsilcisinin bulunması, gerekli

1985: 57-58; Lorsch, 1970; Price, 1972; Çiçek, 2018). Örgüt içindeki yapısal düzenlemelerin belirlediği fonksiyonel birimler, hiyerarşik düzeyler; sosyal ilişkileri, iletişimi, karar alma süreçlerini, iş akışını, yetki-sorumluluk dağılımını ve örgüt kültürü vb. unsurları etkiler (Koçel, 1998:176).

niteliklere sahip dinleyicilerin başvuru ile yayın yapabilme olanağı, topluluk üyelerinin konu ve görüş sunabilmesi, katılımı ve katkıları artırarak iş birliği ve motivasyonu desteklemiştir.

Radyonun işletme organizasyonunda, stratejik planlama, bütçe yönetimi ve programcı seçimi gibi faaliyetler yönetim kurulu tarafından gerçekleştirilir. Demokratik kontrol ve denetim unsurları, topluluğun beklentilerini karşılayarak karar sistemini demokratikleştirmektedir. Topluluğun gönüllü üyeleri, tedarikten pazarlamaya, satıştan dağıtıma kadar iş modelinin tüm aşamalarında görev alarak topluluk iş birliğini oluşturur. Bu iş süreci ana akım piyasa davranışından farklıdır. Sonuç olarak, demokratik ve paylaşımcı bir medya örgütlenmesinde yayın çeşitliliği, farklı içerikler ve grupların temsil edilmesi, iş birliği ve katılım prensipleri üzerine kurulur. Örgütsel yapı ve şemanın demokratik unsurları ön plana çıkarması içerik, yayın politikası ve hedef kitleyi etkilemesi bakımından önemliyken, gelir modeli yapının işleyişinin sürdürülebilirliği başta olmak üzere organizasyonun operasyonel tüm bileşenlerini etkilemektedir.

5.2. Gelir ve İş Modeli

Medya örgütlerinin ekonomik yapılanması ve gelir modeli incelenmediğinde, içeriğin ve ürünün amaçlarını ve etkilerini anlamak zorlaşır. Çünkü finansman biçimleri, medya örgütünün bir sistem içinde yerine getirdiği işlevlerle yakından ilişkilidir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı insanların medya ürünlerini seçim ve kullanım sürecini birtakım fayda ve çıkarılara bağlamaktadır. Topluluk yayıncılığı ise yatırımcı, reklamcı, müşteri, kullanıcı fayda ve çıkarından bağımsız, ekonomik davranışların beklenti ve müdahalelerinden uzaktır.

Medyada sahiplik ve mülkiyet yapısı, tekelleşme, endüstrileşme ve ticarileşme ile ilişkilendirilen editöryal bağımsızlık (Duran, 1999: 92, Telwa ve Githiora, 2015: 1028, Majid vd.1991, Maheshwari, 2015, Moholi 2015, Karppinen ve Moe, 2016: 107) için gelir modeli önemli bir faktördür (Picard, 2005; Pickard, 2019, Benson, 2004; Rashidian vd., 2020). Bununla birlikte topluluk yayıncılığında gelir modeli sadece kaliteli içerik üretmeye yetecek bir fonlamayı amaçlamamalıdır. Finansal bağımsızlık kamusal görünürlük ve toplumsal hareketler bağlamında da önemlidir. Çünkü iletişim alanında fark edilebilirlik, toplumsal değişim ve dönüşümlerdeki demokrasi talepleri, kitlelere sesin duyurulmasındaki etkinliğe bağlıdır. Bunun için profesyonel organizasyon şeması ve bilinirliğe olan ihtiyaç ise kurumsallığı gerektirmektedir.

Eleştirel ekonomi-politik bakış açısıyla eleştirel içerik üretiminin ticari finansmanında fonlayana bağımlılık unsuruna dikkat çekilir (Garnham, 2006; Knoche, 2003; Smythe, 1981). Oysa diyalektik bir altyapı-üstyapı modeline göre karşılıklı etkileşim ve belirlenim ticari fonlama ile eleştirel içeriğin çatışmasını gerektirmez (Fuchs, 2008: 62–71). İçeriğin bağımsızlığından ödün vermeden ekonomik üretim ve fonlanma süreçleri farklı gelir modelleriyle çeşitlendirilebilir. Açık Radyo hibrit gelir modellerini bir arada kullanarak bunu büyük ölçüde gerçekleştirmiş görünmektedir.

Açık Radyo'nun iş modelinin özgünlüğü gelir modelinde reklam, dinleyici desteği, sponsor destekleri gibi çoklu seçenekleri kullanmasıdır. Radyonun taşıyıcı gelir modeli dinleyici desteğidir. Sınıfsal ayrımlara dayanan belli tercihlerin, beğenilerin ve ihtiyaçların (Bourdieu, 1994) karşılandığı yayınların sürdürülmesi için finansal destek veren dinleyiciler, radyo gelirinin yüzde 40'ını karşılamaktadır. Diğer gelirler ise kurumsal sponsorluklar, spot reklam gelirleridir. Öte yandan radyoda sabit maliyet gideri olarak görülen programcı gideri (Picard, 2007) bulunmamaktadır. 2022 yılı bilançosuna göre giderlerin %59'unu personel giderleri (22 kişi), teknik ve dijital giderler ve kira %16'sını, program yapım giderleri, telif ödemeleri ve medya ölçüm bedelleri %4'ünü; RTÜK giderleri, vergi ve harçlar, mali ve hukuki danışmanlıklar, sigortalar %5'ini, diğer genel yönetim giderleri de %16'sını oluşturmaktadır (acikradyo.com.tr). Açık Radyo'nun ekonomik politik bağımsızlık ve istikrar bağlamında şüpheyle yaklaşılan hayırsever vakıf fonlama (mediaimpact.issuelab.org) bağlantısı bulunmamaktadır. Biri kurumsal, diğerleri program 8 marka ve şirketten oluşan sponsor ağı bulunmaktadır.¹⁴

Katılımcı iletişimi etkin olarak kullanan Açık Radyo, 2004 yılında "Dinleyici Destek Projesi" adı altında başlayan bir inisiyatif ile dinleyicilerinden maddi destek toplamaya başlamıştır. 9 gün ve 99 saat süren radyo şenliklerinde canlı destek hattı ile kitle finansmanı sağlanmaktadır. Bu projede dinleyiciler, seçtikleri programlara istedikleri bir zamanda destek sağlayabilmektedir. Destek sağlayan dinleyicilerin adları istedikleri takdirde destekledikleri programların başında ve sonunda anılarak teşekkür edilmektedir. 2014 yılında destekçi sayısını 3 bin 685'e ulaştığı belirtilerek teşekkür edilmiştir. Gelenekselleşen şenliklerde oyunların sahnelendiği sohbetlerin gerçekleştiği özel yayınlar yapılmaktadır. Yayınlar sanat, kültür, edebiyat, müzik, sinema, tiyatro, akademi, mizah ve medya dünyasından birçok kişi destek

¹⁴ Açık Radyo sitesinde sadece 2022 yılı bilançosuna ulaşılabilmiş, araştırma süresince ulaşılan radyo yetkililerinden geçmiş yıllara ait bilanço, finansal durum, kitle fonlamasının yıllar içindeki trendi ile ilgili bilgi alınamamıştır.

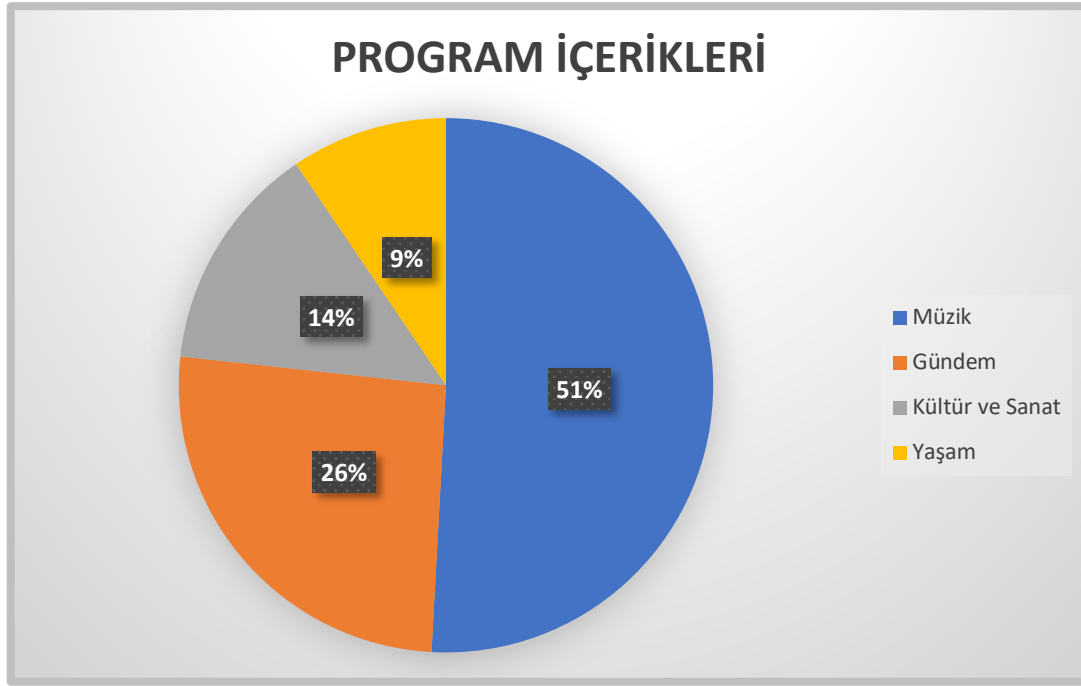
vermektedir. Her yıl düzenlenen özel yayınlarda dinleyiciler, kurucu ortaklar, programcılar ve aile üyeleri bir araya gelerek topluluk ruhunu ve katılımını pekiştirmiştir. Örneğin, 2012 yılında "radyoda kuşaklararası muhabbet" temel eksenlerden birini oluşturmuş, dört kuşak aynı programda yer almıştır. 2017'den itibaren farklı temalarla düzenlenen yayın şölenleri çeşitli etkinliklerle zenginleştirilmiştir. 2020 yılında, Covid-19 pandemisi nedeniyle destek yayını, çağrı kapsamında sınırlı tutulmuştur. Son olarak 2023 yılında ise seçimler nedeniyle ilk kez 3 Haziran'da başlayan destek şöleninin teması ise dünyada ve ülkede iklim demokrasi ve barış krizlerine karşı birlikte omuz omuza yeni "Cesur Yeni Dünya"dır.

Kullandığı gelir modellerinin yanı sıra Açık Radyo, destekçi sayısını aylık modele çevirecek kitlesel fonlama modelleri kullanma, radyo logolu ürünlerin e-ticaret yoluyla satışını yapma, arşivlere ulaşımı ücretlendirme, diğer medya işletmeleriyle iş ortaklığı yapma, hibe kaynaklarına başvurma yöntemleriyle de finansal destek alabilir. Bu sayede kurumsal güç ve kamusal görünürlük artırılarak toplumsal değişim ve hareketlerde çoğulcu demokrasiye katkı sağlayacak mali güce ulaşılabilir.

Finansal bağımlılık, alternatif medyanın hem örgütsel düzeyde hem de içerik düzeyinde bağımsızlığını kaybetmesine neden olabilecek bir faktördür. Bu durum, medya üretimine ve örgütlenmeye erişimde sınırlamalara yol açabileceği gibi eleştirel içeriğin azalması ve standartlaşmanın ortaya çıkması gibi içerik düzeyinde etkiler de doğurabilir (Dunaway, 1998). Dolayısıyla, alternatif medya için ekonomik altyapıyı temsil eden çıkarlardan en azından içerik düzeyinde bağımsız kalması, politik hedeflerini sürdürmesi ve alternatifliğini koruması önemlidir. Marcuse'un ifade ettiği gibi, "müesses kurumlar içinde çalışırken onlara karşı çalışmak" zorlu olsa da alternatif medyanın toplumsal etkisini ve kapsayıcılığını artırmak, marjinalliği aşmak için genellikle tek şanstır. Bu bağlamda Açık Radyo'nun gelir ve iş modelinin piyasa dinamiklerinden özgürleştiği ve özgünleştiği görülmektedir. Klasik medya endüstrisi iş ve gelir modellerindeki rekabet olgusundan uzaklaşarak Chomsky ve Herman'ın mülkiyet yapısı ile ilgili haber filtreleme aşamasından da bağımsızlaşmıştır. Bu izlekte radyonun söylem, mesaj ve haberde öncelik ve amacı, kamu yararı olmaktadır.

5.3. Yayın İçeriği ve Politikası

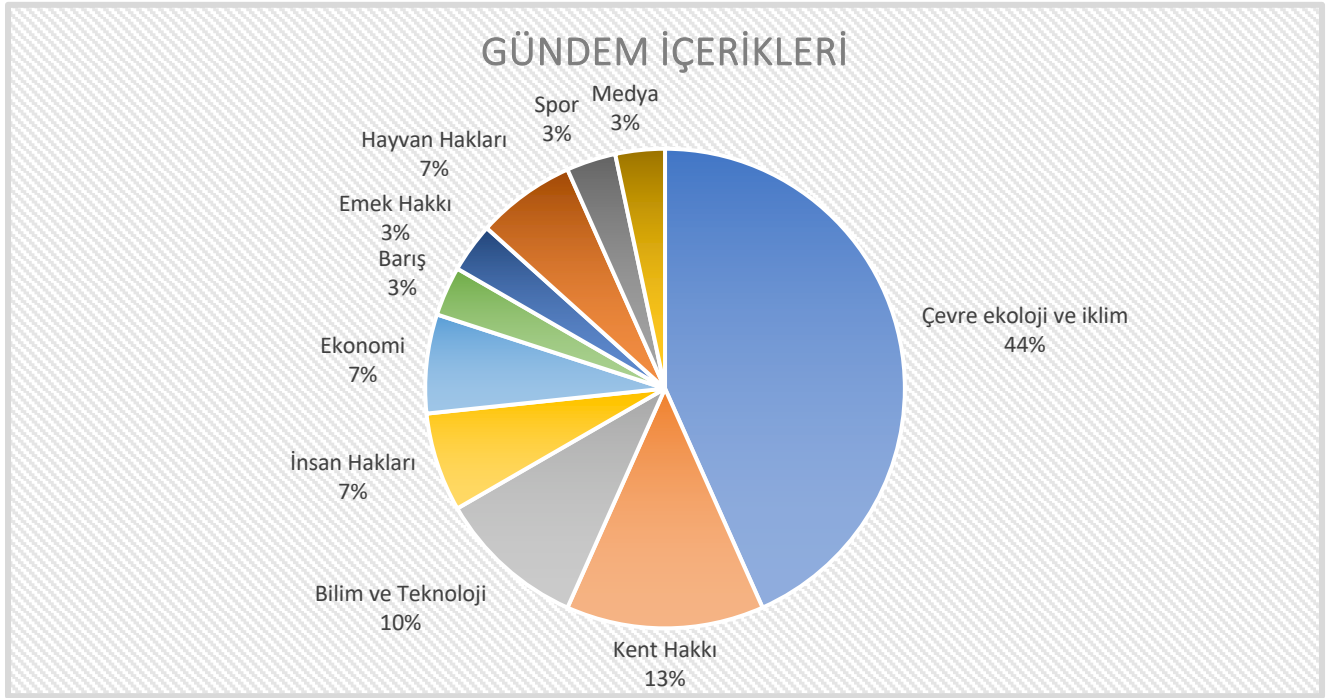
Alternatif medyanın temel motivasyonu, sosyal değişimi desteklemek, dezavantajlı grupların sesini duyurmak ve kamusal seçeneklerini sunmaktır (Streitmatter, 2001; Kessler, 1984; Hamilton, 2000). Ekonomik rekabet olmadığında içeriğin niteliğini belirlemede topluluğun tercihleri ve beğenileri ön plandadır. Standartlaştırılmış tüketim içeriği yerine farklılaşan ve sofistike kültürel üretimlere odaklanılmaktadır. Gönüllü katılım ve çalışan sahipliği, yüksek kaliteli içerik üretme ve topluluğa hizmet etme potansiyeline sahiptir. Açık Radyo'da içerik önerileri radyonun yayın politikası süzgecinden geçtikten sonra kabul edilmektedir. 7 gün 24 saat ve her hafta 213 programcı, 147 ayrı program yapmaktadır. Katılımcı iş birliği gereği bugüne kadar gönüllü bin 294 kişi, bin 185 farklı program yapmıştır. Programcılarının demografik ve sosyolojik çeşitliliği çoğulcu perspektifteki içeriklere de yansımıştır. İçerik çeşitliliği açısından çok zengin olan radyonun özel ilgi alanı gezegenin geleceği ve küresel iklim krizidir (acikradyo.com.tr).



Şekil. 1. Radyo İçerikleri Türü

Açık Radyo, toplumsal sorunlar ve kültür-sanat alanında üretim yapan alternatif bir medya örgütlenmesidir. Habercilik ve müzik yayıncılığında hiyerarşik yapıdan farklı olarak, nitelikli ve çoğulcu bir katılıma olanak sunar. Çevre, eğitim, sağlık, kültür, akademik konulardaki toplumsal sorunlara öncelik vermektedir. Radyonun programları 6 ayda bir değişmektedir. Bir yayın döneminde en fazla 10 program değişmektedir. Yayın Kurulu 6 ayda bir toplanarak gelen program önerileri yetkinliğe bakılarak değerlendirilir. Açık Radyo'nun

programları gündem, müzik, yaşam ve kültür sanat başlıklarında değerlendirilmektedir. 57. Yayın döneminde müzik bölümünde 59 program; gündem bölümünde 30; kültür ve sanatta 16; yaşam kategorisinde 11 program bulunmaktadır. Programların bazıları 15 günde bir yayınlanmaktadır. Müzik programları dünya ve yerel kültürel çeşitliliği yansıtmaktadır. Müzik kategorisinde biri tekrar 9 programla caz müzik başta gelmektedir. Seçilen diğer müzik programları çoğunlukla popüler olanın ötesinde klasik, blues alternatif, deneysel ve folklorik müzik türlerinde eserlerdir. Her gün 10 dakika kitap okuması yapılmaktadır, bu çalışmanın hazırlandığı süreçte Victor Hugo'nun Sefiller kitabı okunmaktadır. Kültür ve Sanat kategorisinde 4 edebiyat, 1 sahne performansları 2 sinema video ve fotoğraf, 2 tasarım, 1 plastik sanat, 1 mimarlık, 1 mizah içerikli program vardır. Yaşam kategorisinde 3 tarih, 3 gezi, 2 felsefe, 2 sağlık, çevresel ve ekoloji konulu sohbet programları bulunmaktadır. Açık Radyo'nun kendi sınıflamasında sözel kategorisinde Ufuk Turu adlı bir program gözükse de bazı müzik programları hariç programların çoğunda sözel iletişim hakimdir.



Şekil 2: Gündem Programlarının İçerik Türleri

Gündem içinde yer alan Açık Gazete, Açık Dergi, Açık Bilinç, Açık Mimarlık Açık Yeşil, Yeşil Havadis programlarında dünya ve ülke gündemindeki haberler ve gelişmeler değerlendirilmektedir. Açık Gazete ve Açık Dergi biri tekrar olmak üzere günde 6 saatle en uzun süreli yayınlardır. Her gün farklı programcılar farklı konularda program yapmaktadır. Gündem başlığında çevre, ekoloji ve gelecek, insan, kadın, emek, kent ve hayvan hakları, demokrasi, medya, ekonomi, bilim ve teknoloji, spor konulu 30 program bulunmaktadır.

Gündem içinde 13 programla en çok çevre ekoloji ve iklim teması göze çarpmıştır ve gündem yayınları içerisinde yüzde 44 ile en yüksek orana sahiptir. Ardından yüzde 13 ile kent hakkı, yüzde 10 ile bilim ve teknoloji gelmektedir. İklim krizine ilişkin tutarlı yaklaşımı kendisini yaygın medyanın baskın habercilik kodlarının dışında konumlandırmasıyla ilişkilidir (Köse, 2007: 251-252). Bu şekilde özel radyoculuk alanındaki sivil toplum görünümüne katkıda bulunmuştur (Köse, 2007).

Radyonun en çok dinlenen programı olan Açık Gazete, toplumsal katılım ve demokratik yayıncılık anlayışıyla farklı meslek gruplarından gönüllülerin desteğiyle yayınlanmaktadır. Bu yapı, içeriğin muhalifliğini sağlayarak katılımcılığa ve demokratik ilişkilere olanak tanır. Ana akım medyada yer almayan ekonomi, iktisat, bilim felsefesi, medya, fotoğraf, sağlık, spor gibi konularda uzman akademisyenler, bilim insanları, gazeteciler, yazarlar ve sanatçılar program yapmaktadır. Bu programlarda, mülkiyet, kar, reklam verenler, yaptırım ve tepki kurumlarından özgürleşmiş bir ortamda görüşler ve değerlendirmeler paylaşılır. Açık Radyo, siyasal, ekonomik ve sembolik seçkinlerin kontrolündeki haberlere halkın perspektifinden bakmayı gerektiren sivil bir inisiyatifi temel almaktadır.

Açık Gazete, aynı zamanda toplumsal bir sorgulama zeminidir. Bu program, topluluk yayıncılığındaki güçlü "bekçi köpek" tezini desteklemektedir. Bağımsız bir yayıncılık anlayışı ile hegemonik siyasete, önceliklere ve perspektiflere alternatif bir bakış açısı sunmaktadır (Downing, 2001). Toplumsal sorun ve olayların iletişimsel eylemlerde güçlü bir şekilde vurgulanması radyonun eleştirel medya içeriğinin kamusal görünürlüğünü sağlamadaki becerisini artırmaktadır. Bu şekilde toplumsal değişim için önce mevcut toplumsal ilişkilerdeki baskın düzenin olumsuzluğunun farkına varılması ardından eleştirel ve etkin bir şekilde düzenin olumsuzlanması gerekliliğine katkıda bulunmaktadır (Marcuse, 1968: 276).

Açık Radyo'yu ve içeriklerini özgün kılan aynı zamanda kalıcılığıdır. Öyle ki "Açık Radyo Kitaplığı" ile uzun soluklu programlardan bazıları kitaplaştırarak basılı bir arşiv oluşturulmuştur. Basılı 20 kitap Açık Radyo'nun yayın politikasını özetleyen ve radyo kuruluşuna bir arşiv sunmayı hedefleyen önemli eserlerdir. Açık Radyo, yayınlarının kitaplaştırılması aynı zamanda dinleyicilere kalıcı bilgi sunma çabasıdır.¹⁵ Kitapların

¹⁵ Konularının uzmanı birçok isme ait yayınlardan derlenen kitaplar arasında bulunan "Müzik Pazarı, Didik Didik Freud, Dünya Hali, Bu Şehir-i İstanbul Ki, Açık Yeşil 1 ve Açık Yeşil 2, Açık Radyo Konuşuyor: İlk Yirmi Yıl, Kentin Tozu: Kent Üzerine Konuşmalar, Biz Yaşarken, Bilim Kazanı, Caz Etraflı Konuşmalar, Testi Kırılmadan- İş Sağlığında ve Güvenliğinde Önleyici Yaklaşım, Yazı Kalır, 100. Doğum Yılında Cemal Reşit Rey" başlıkları radyo içeriklerini ve gündemini yansıtmaktadır.

içeriklerinde Türkiye ve dünya çapında ekoloji mücadelesi, iklim bilimi, kent hakkı, bilim, sanat, müzik ve sosyal politika gibi çeşitli konuların bulunması Açık Radyo'nun, popüler dinletiler yerine kalıcı, özgün bilgi ve konulara odaklanarak farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Topluluk yayıncılığında yerel kodlar önemli olmakla birlikte Açık Radyo, hem yerleşme hem küreselleşme eğilimini içinde barındıran alternatif yayıncılığa (Alankuş, 2000: 322) uymaktadır. Gezegenin geleceği ve iklim krizinden mesleki ve yerel kültürleri ilgilendiren sorunlara kadar geniş bir içerik yelpazesini toplumsal iletişimin konusu haline getirmektedir. İçerik çeşitliliğinde yine topluluk yayıncılığının merkez kavramı olan katılım unsurunun payı bulunmaktadır. Ülke ve dünya sorunlarına ilişkin haberler yayın içeriğinde geniş yer tutmaktadır. Örneğin; 1999 depreminde kurulan ARDİM (Açık Radyo Deprem İletişim Merkezi) ile 2 ay süresince radyo bir telsiz alıcı-verici cihazına dönüştürülmüştür. Bilgilendirme ve yardımlaşma amaçlı özel bir yayın formatı uygulanmıştır. Yine 6 Şubat 2023'te Maraş merkezli büyük depremde özel yayınlarla kamusal aydınlatma ve bilgilendirme işlevi yerine getirilmiştir. Radyonun özel olarak önem verdiği bir konu da toplumları ve ulusları etkileyen dünya savaşlarıdır. Toplumsal faydaya ve kamusal aydınlatmaya dönük yayıncılık formatının olağanüstü durumlarda esnek olduğu görülmüştür. Açık Radyo yayıncılık formatı Servaes'in devlet medyası-özel ticari yayıncılık arasındaki üçüncü bir sesin katılımcı iletişim tanımına uymaktadır.

Topluluğa ait olmak, güçlü bir editöryal bağımsızlık sağlar ve üyeleri için gerçekten önemli olan içeriği paylaşmasını sağlar. İçeriklerin üretiminden tüketime tüm değer zincirlerini sahiplenen topluluk üyeleri hem katılım hem de temsil kavramıyla içeriğin demokratik kontrol ve denetimini gerçekleştirmiş olmaktadır. Katılım ve sahiplenme (Jalov, 2012) içerik hakkında endişelerle ilgili geri bildirimde bulunma yeteneğini de geliştirmiştir. Açık Radyo yayınları, Yayın Yönetmeni Ömer Madra'nın da vurguladığı üzere eleştirel düşünceye sahip üyeler tarafından hataların da düzeltildiği bir yayıncılıktır (Madra, 2020).

5.4. Hedef Kitle ve Dinleyici Profili

Topluluk radyoları Becht'in dinleyicileri aktif ve etkin katılımcılara dönüştürebilecek "Radyo Teorisi" tezini büyük ölçüde gerçekleştirmiştir (Brecht, 1979: 24). Topluluk üyeleri dinleyici, üretici ve fonlayıcı rolleri arasında geçişkenlik olasılığını kendi seçimleriyle hayata geçirebilmektedir. Geçişkenlik topluluk radyoculuğunun yapısal özelliklerine ve örgütsel yapıdaki etkileşim ve erişilebilirliğin yüksek olmasıyla ilişkilidir. Seçimlere göre farklılaşan

roller, içeriğin üretim sürecinin maliyeti sorununu çözerken, karşılıklı tartışma ortamı ve çok seslilik, demokratik bir toplum için önemli bir fırsattır. Açık Radyo, topluluğun kültürel ve sosyal gereksinimlerini iş birliği modeliyle karşılayarak dinleyici-üretici-fonlayıcı profilini stabilize edebilmiştir. Ana akım kitle iletişim araçlarının temel mantığındaki pasif tüketici, üretimden dağıtımına etkin rol alan özneye yükselmiştir. Topluluğun etkileşiminin yüksek olması radyonun kendi iç denetimini de sağlamaktadır. Yayın Yönetmeni Ömer Madra, radyonun dinleyici profilini hataya olanak vermeyen eleştirel düşünceye yatkın bir grup olarak değerlendirmiştir (Madra, 2020).

Sivil toplumun kendi kendini örgütlemesi ve yenilemesi (Keane, 1994: 51-53), politik kimliklerin çokluğu (Laclau ve Mouffe 2014), sivil toplum yaklaşımı ile alternatif medya yaklaşımını birleştirerek heterojenlik ve bağlantıda köprü işlevi gören rizom yaklaşımı (Deleuze ve Guattari, 2014:7) gibi tüm farklı yaklaşımlar toplumsallaşma sürecindeki bireyin örgütlenmesine vurgu yapmaktadır. Açık Radyo dinleyicileri bu bağlamda toplumsal bilinci yüksek bireylerin gönüllü örgütlenme ve iş modelini desteklediği heterojen bir yapıda diğer sivil toplum örgütleriyle işbirliğine yatkın bir gruptur.

Açık Radyo dinleyicilerinin yüzde 54'ü üniversite, yüzde 26'sı yüksek lisans, yüzde 12'si doktora mezunu iken yüzde 74'ü İstanbul'da, yüzde 7.6'sı yurt dışında, yüzde 3.6'sı Ankara'da, yüzde 3.3'ü İzmir'de, yüzde 2.3'ü ise Muğla'da yaşamaktadır. Mesleki olarak yüzde 9'un akademisyen, yüzde 6'sının sanatçı, yüzde 2'si STK çalışanı olması, son 3 ayda kültür ve spor etkinliğine katılanların oranının yüzde 95 çıkması Türkiye standartlarında yüksek bir eğitim ve kültürel seviyeye işaret etmektedir. Radyoyu hemen hemen her gün dinleyen yüzde 57 iken, dinleyicilerin yüzde 48'i ise aynı zamanda program destekçisi olduğunu belirtmiştir. Müzik tercihlerinin yüzde 66'sı caz ve klasik müzik türleridir. Yayınları her gün dinleyen kadın dinleyiciler erkek dinleyicilerden daha sadık bir profil çizmektedir. Çoğunlukla düzenli takip edilen bir program bulunmaktadır. Televizyon haberlerini takip etmeyen dinleyicilerin yüzde 57'si, en çok Açık Gazete haber programını dinlemektedir. Radyoyu 'Dünya ve Türkiye gündemine açık' olarak niteleyen dinleyicilerin Türkiye ortalaması olan %6'ya göre yalnız yaşama oranı yüzde 22, 1-2 kişilik hane sayısı ise yüzde 46'dır. Yüzde 53,9'u sırasıyla en çok Kadıköy, Beşiktaş, Üsküdar ve Şişli'de yaşamaktadır (acikradyo.com.tr)¹⁶. Bu veriler ışığında dinleyici profilinin yüksek eğitilmiş, kentli, gelir seviyesi yüksek ilçelerde yaşayan, yurtdışı dinleyici sayısı küresel vatandaş olma yolunda, farklı müzik tercihleri olan ana akım

¹⁶ Araştırma Konda Araştırma tarafından 2019 yılında yapılmıştır.

haberciliğe kuşkulu yaklaşan, toplumsal ve küresel hassasiyeti yüksek sadık bir dinleyici grup olduğu söylenebilir.

Dinleyici olduktan sonra program yapan gönüllü programcı oranı yüzde 99'la topluluk iş birliği ve katılımın dinleyiciler arasındaki yüksekliğini kanıtlamaktadır. Radyoya ekonomik bağımsızlık getiren iş birliği, dinleyicilerin maddi destekte bulunduğu programlarla artmaktadır. Topluluk üyeleri sosyal ve kültürel sermaye ihtiyaçlarını ürettikleri içeriklerle karşılamaktadır. İçerik üretimi ve fonlamaya katılımı topluluk ruhu sorumlulukla beslenmektedir. Medyanın yapısal çoğulculuğunda önemli bir boyut olan medya kullanım kültürü bağlamında radyo dinleyicilerinin, toplumun tarihsel koşulları ve kültürel geleneklerine dayalı günlük medya tüketim pratiklerine verdiği tepkilerde farklılaştığı görülmektedir.

5.5. Ürettiği ve Katılımda Bulunduğu Toplumsal Proje ve Hareketler

Medya alternatifleri ve toplumsal hareketlerin neden ve sonuçları küre-yerelleşme kavramının dinamikleriyle ilişkilidir (Alankuş, 2008:186). Sınıfsal karakterin parçalanması ve küre-yerelleşme ile toplumsal hareketler, “yeni toplumsal hareketler” olarak yeniden kavramsallaştırılmıştır. Açık Radyo, yayıncılık anlayışında sivil toplum odaklı oluşu ve tabandan gelişen örgütlenme yapısıyla yeni değerler ve hayat tarzını amaç edinen bir yaklaşım benimsemektedir. Bu özellikleriyle doğrudan eylem ve kültürel siyaseti tercih eden yeni toplumsal hareketlerin unsurlarını hayata geçirmektedir (Önder, 2003: 48).

Toplumsal hareket olarak nitelenebilecek ya da bir toplumsal harekete katkıda bulunacak ulusal ve küresel çevre sorunlarıyla ilgili birçok girişimde etkin görev almıştır. Türkiye’de alternatif yayıncılık için bir iletişim merkezi oluşturmuştur (Doğanay ve Köker, 2006: 3). Açık Radyo, kültürel ve kişisel kimliklere yönelme, teknoloji ve devlete karşı kültür ve sivil toplumu savunma, yaşamın niteliğine ilişkin ihtiyaçlara odaklanma, karar verme süreçlerini demokratikleştirme, alternatif anlam çatılarını gündelik hayat üretimiyle besleme, demokratik ve katılımcı biçimleri deneyimleme(Cohen’dan aktaran Aldemir, 2010: 136) özellikleriyle yeni toplumsal hareketlerin unsurlarını içinde barındırmaktadır.

Touraine, bir kolektif hareketin toplumsal hareket sayılabilmesi için toplumun bütününe ilgilendiren genel bir soruna işaret etmesi gerektiğinin altını çizer (Touraine, 1985). Açık Radyo, Türkiye ve Dünya’daki çevresel, iklim ve ekolojik sorunları sahiplenmektedir. Sorunlar üzerinde dururken kamusal görünürlüğünü de artırmaktadır. Düzenlediği etkinlik, geliştirdiği iş birlikleriyle toplumsal varlığını genişletmektedir. Açık Radyo, kamuların iletişim hakkını

yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde medya stratejileri aracılığıyla kullanarak (Wasko ve Mosco'dan aktaran Timisi, 2003:19) toplumsal hareketlerin demokratikleşmenin sağlanması hedefini gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Sivil toplum vurgusunda sosyolojik bakış içeren rizom yaklaşımında alternatif medya, pazar ve devlet ile antagonistik ilişkiler kurmak zorunda kalmadan ve kendine özgünlüğünü kaybetmeden çeşitli seviyelerde ilişkiye girebilir (Bailey vd.,2015). Bu izlekte Açık Radyo'nun kendine özgü yapısal koşullarında hiçbir piyasa ve iktidar gücüyle çatışmaya girmeden geliştirdiği iş birlikleriyle küresel ve toplumsal sorunlara taraf olduğu görülmektedir.

Küresel ve toplumsal sorunlarda iklim değişikliği, iklim kaynaklı göçler, afetler, su kıtlığı, sürdürülebilir ve organik tarım vb. konuları odağına alarak kendini farklılaştırmıştır. Bu doğrultuda Aralık 2005'te Kyoto Protokolü'nün imzalanıp onaylanması ve önlemlerin alınması amacıyla küresel ölçekte düzenlenen yürüyüş ve mitinglerin İstanbul'daki örgütlenmesinde görev almıştır. 2009'da yüz bin kişilik yürüyüşün parçası olan radyo, Kopenhag'daki BM iklim zirvesini on üç gün boyunca yerinden takip etmiştir. Birçok programcının katıldığı yarısı canlı, yaklaşık 17 saat yayın gerçekleştirmiştir. Yine 2011'de Durban'da yapılan iklim zirvesini canlı yayınlarla izlemiştir. Mart 2013'te Açık Radyo ve İstanbul Politikalar Merkezi ile Sabancı Üniversitesi-Stiftung Mercator Girişimi birlikte "İklim Değişikliği Tehdidine Karşı İstanbul Manifestosu" başlıklı bir toplantı gerçekleştirilmiştir. ABD'de 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. Bunların dışında da iklim ve çevre konularına dair pek çok toplantı ve organizasyona dahil olmuş; yayınlarında yer vermiştir.

Ulusal ve uluslararası aktivizm hareketlerine yaklaşımı hak temelli habercilik çerçevesindedir. Dünyanın çeşitli bölgelerindeki savaşları takip ederek programlar yapmıştır. Açık Radyo, medya ve işlevleri, bağımsız medya ve demokrasi, çevre, küresel iklim değişikliği ve küresel adalet, barış, Avrupa Birliği, müzik, vb. üzerine birçok üniversitede yüzlerce konferans vermiş, radyo programcıları sayısız panelde yer almıştır (acikradyo.com.tr). En nihayetinde genişleyen sosyal ağlarda geliştirilen ulus ötesi iş birliği ile gerçekleşen topluluk ruhu ve eylemsellik, farklı habercilik uygulamaları, radyonun yeni toplumsal hareketlerin bir parçası olmasını sağlamıştır. Tüm bu gerçekler radyonun sosyal ve kültürel sermayesiyle piyasada farklılaşırken diğer yandan simgesel sermayesinin genişliğini göstermektedir.

5.6. Dijital Kamusal Alan Analizi

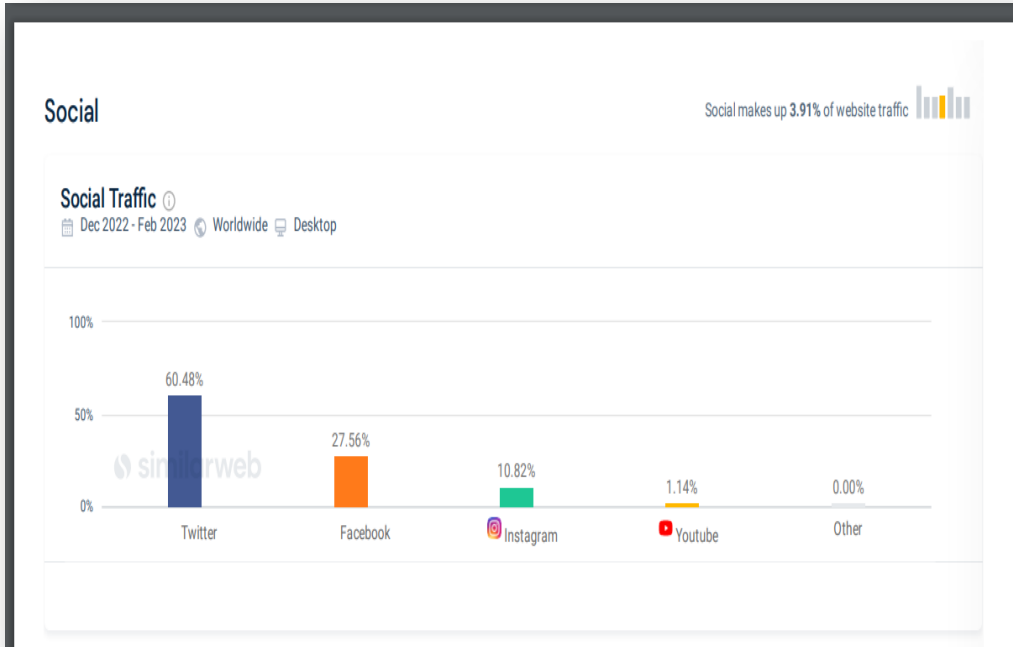
Topluluk kavramı toplumdaki, daha samimi, yoğun insani bağlar ve kolektif kimlikle ayırt edilir (Bailey vd, 2015: 7). Bugün sosyal ağ platformlarında kurulan güçlü bağlarla yeni topluluklar inşa edilebilmektedir (Manovich, 2001). Topluluk radyolarının sosyal medyayı kullanmaya başlaması ilişkisel emeğe bağlı olarak topluluk ruhunu beslemektedir. Açık Radyo dinleyicilerinin, yüzde 70'nin sürekli çevrimiçi olma durumu, mobil internete erişme, interneti takip etmede sosyal medyayı etkin şekilde kullanmaları (acikradyo.com.tr) dijital medyada da etkin olabileceği anlamına gelmektedir.

Teknolojik yakınsama topluluk radyoculuğuna katılım, sivil toplum, topluluk ve kamusal alan kavramlarına ilişkin birtakım fırsatlar yaratır. Topluluk kavramındaki çıkar, etnik kimlik ve yaşanan toprakla ilişkili yerellik vurgusu, siber alanda sınırları çevrimiçi ve çevrimdışı çeşitlendirerek mekana bağlılığı azaltır (Carpentier, vd. 2011). Siber alanda kullanıcılar kolektif kimlik ve topluluk kavramını inşa ettiklerinde (Jones, 1995: 10-35) kullanıcı, üretici, tüketici ve fonlayıcı akışkanlık geliştirilebilir. Açık Radyo da farklı dijital platformlarda yayın yaparak medya örgütlenmesinin dijital boyutunu gerçekleştirmektedir. Radyonun internet sitesi üzerinden canlı yayınlar, podcast'ler ve arşivler erişilebilir kullanım alanlarıdır.

İlişkisel emeğin bir türü olarak, bağışçılar ve takipçilerin daha yakın olmak istedikleri varsayımından hareketle topluluk üyeleriyle sosyal medyada iletişim ve etkileşim sağlanarak, topluluk ruhu ve toplumsal dayanışma artırılır. Bununla dijital medyada kullanıcı ile fonlayıcı arasındaki çizgiyi inceltmek ve geçişkenliği artırmak amaçlanır. Bu şekilde gelir modelleri çeşitlendirilmeye çalışılmaktadır. İlişkisel emekle oluşturulan dijital topluluk, hem yeni takipçi ve dinleyici hem de potansiyel destekçi demektir. Ancak çoklu çevrim içi platformlar teknik, yasal ve algoritmik özellikleri bilmeyi gerektirdiğinden platform emeğinde uzmanlaşmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Öte yandan içeriği tüketen medya kullanıcısı ile fonlayıcı arasındaki akışkanlık çoğunlukla üretilen içeriğin kalitesine bağlı gözükmektedir. Sosyal konumu iyileştirme, itibar kazanımı (Burtch vd., 2016) sosyal tanınma (Agrawal vd.,2014) takdir (Regner, 2021) gibi farklı motivasyonların alımlandığı, kültürel, sosyal, ekonomik ihtiyaçlara dönük içerikler üretilmesi ve içeriklerin erişiminde sosyal medya mecralarından etkin şekilde faydalanılması gerekmektedir. Bu bağlamda Açık Radyo'nun dijital medya olanaklarını kullanarak vereceği ilişkisel emek, fonlamanın dijitalleşmesine, gelirinin çeşitlenmesine neden olacaktır. İşletmenin gelir artışı radyonun hedeflerini genişletmesi ve projelerini geliştirmesi

imkanlarını artıracaktır. Teknolojik ve araçsal yeterliliğe sahip Açık Radyo dinleyicileri, teknoloji aracılı alternatif kamusal alanlarda dinleyici ve destekçi sayısının artırılmasında olumlu katkılar sunabilir.

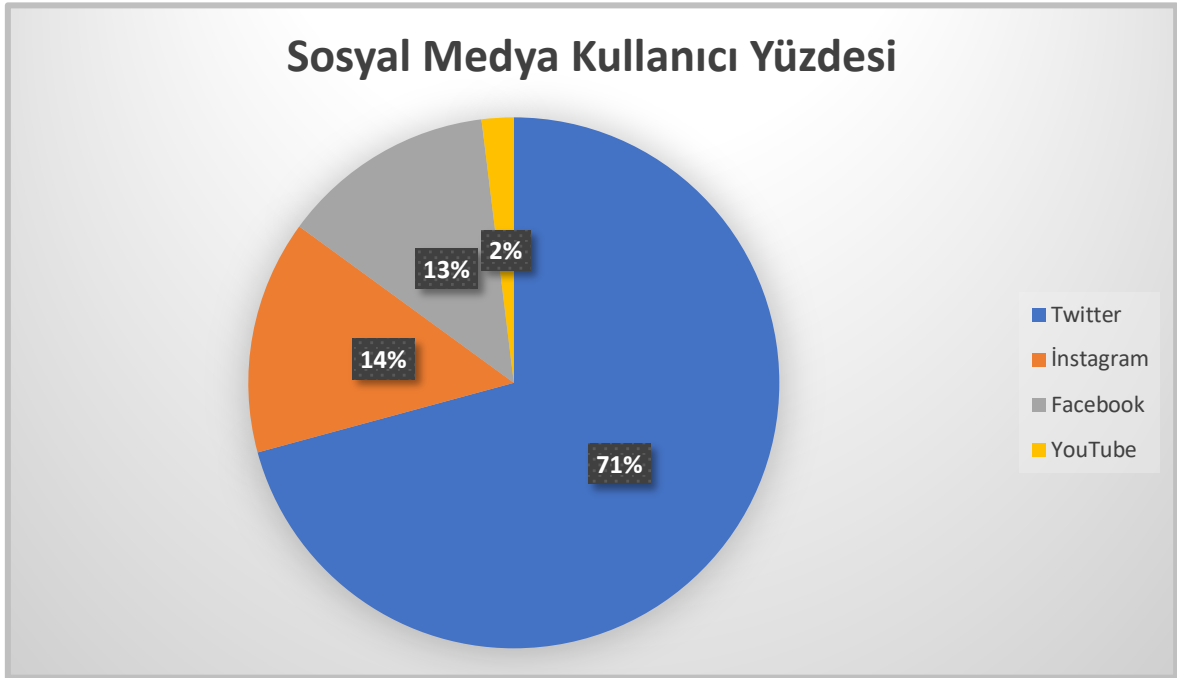
Çoklu platformlarda dijital himayeye sonuçlanabilen ilişkisel emekle kurulan yakınlık ve bağlar, topluluk radyoculuğunda öncelikle geribildirim süreçlerinde başlamalıdır. Yayıncılarla çevrim içi açık ağlarda sürekli iletişim ve etkileşime girme, değerlendirmede bulunma, geribildirimde talepleri dikkate alma topluluk bağlarını güçlendirecektir. Çevrim içi çoklu ağların iletişim ve etkileşimde etkili kullanımı, topluluk radyoculuğunun yerel ve ulusal sınırları aşmasına ortak kimlikte birleşen farklı ülkelerdeki dinleyicilere ulaşılmasına da yardımcı olacaktır (Jalov, 2012:210-212).



Şekil 3: Açık Radyo'nun web site grafiği.

Aralık 2022- Şubat 2023 tarihleri arasında Açık Radyo yüzde 52,86 ile en çok Ekşi Sözlük, yüzde 31,21 ile ali.medium.com web sitesinden yönlendirme almaktadır. Web site kategorisinde sözlük ve ansiklopedi olarak geçmektedir. Organik arama, web sitesi trafiğinin %44,27'sini oluşturmaktadır. Aralık 2022- Şubat 2023 tarihleri arasında pazarlama kanallarına genel olarak bakıldığında organik arama yüzde 56,25, direk arama yüzde 36,81'dir. Web altyapısından gelen yönlendirme yüzde 1,92 iken sosyal medyadan yüzde 5,03 katkı almaktadır.

Bu oranlar webdeki dengesizliğin ve bağlantıların dağılımının eşitsizliğini vurgulayan teorileri doğrulamaktadır. Sosyal medya kanallarından en çok yüzde 60,48 Twitter, yüzde 27, 56 Facebook, ardından yüzde 10,82 Instagram, yüzde 1,1 ile You Tube gelmektedir. Açık radyo yüzde 94, 31 ile Türkiye’de, yüzde 2,57 ile Romanya’da ardından Canada ve Fransa’da dinlenmektedir. Son üç ayda İngiltere’de yüzde 6,19 oranında dinleyici artışı sağlayarak yüzde 0,44’e ulaşmıştır. Dünya çapında acikradyo.com.tr sitesinin ziyaret sıralamasında 492,903. sıradadır. Sitenin aylık ziyaretçi sayısı 164,301 kişidir. Ziyaret süresi 01:27 dakikadır ve ortalama 1,84 sayfa gezilmektedir. Global sıralama derecesi 368,780, Türkiye sırlaması 12,179 müzik endüstrisi sıralaması ise 4,965’dir. Toplam ziyaretçi sayısı geçen aya göre yüzde 14, 48 düşerek 492,903 kişi olmuştur. Açık radyo web sitesine giriş yapılan cihaz mobilde yüzde 82,10 bilgisayar girişi ise yüzde 17,90’dır (similiarweb.com). Öte yandan interneti birincil haber alma kaynağı olarak gören ve çoklu kaynaklarla teyit etme alışkanlığına sahip Açık Radyo dinleyicilerinin oranı yüzde 64’tür. Açık Radyo ve Açık Gazete’den doğrudan haber kaynağı olarak faydalanma oranı ise yüzde 14’tür (acikradyo.com).



Şekil 4: Açık Radyo Sosyal Medya Takipçi Yüzdesi Grafiği

Açık Radyo Twitter’a Haziran 2009, Facebook’a 17 Mart 2009, Instagram’a 12 Mart 2012, YouTube’a 5 Şubat 2012’de katılmıştır. Dinleyicilerin 2019’daki sosyal medya tercihlerinde yüzde 88’le 'WhastApp', yüzde 70’le 'Youtube' ve yüzde 67’yle 'Instagram' ilk üçü oluşturmaktadır. Ardından yüzde 62’yle 'Facebook' ve yüzde 61’le 'Twitter' gelmektedir

(acikradyo.com.tr). Ancak dinleyicilerin sosyal medya tercihleriyle Açık Radyo'nun takip edildiği sosyal medya mecralarında farklı bir tablo karşımıza çıkmaktadır. Açık Radyo'yu %71 ile en yüksek oranda Twitter'dan takip edilmektedir. Daha sonra birbirine yakın oranlarda %14 ve %13 ile Instagram ve Facebook gelmektedir.

Sosyal Medya	Twitter	Facebook	Instagram	YouTube
1 Mart 2023	179.3 Bin Takipçi 575 Takip 39.5 Bin Tweets	33 Bin Takipçi 32 Bin Beğenme	36,1 Bin Takipçi 405 Takip 626 Gönderi	4,93 Bin Abone 115 Video 1.119.565 Görüntüleme
23 Temmuz 2023	178.9 Bin Takipçi 577 Takip 40.1 Bin Tweet	33 Bin Takipçi 32 Bin Beğenme	37.4 Bin Takipçi 407 Takip 685 Gönderi	5,34 Bin Abone 117 Video 1.132.972 Görüntüleme

Şekil 5. Açık Radyo Sosyal Medya Takipçi Sayısı Grafiği (Mart-Temmuz 2023)

Sosyal medya platformlarının takipçi ve içerik sayılarına baktığımızda Twitter'da takipçi sayısı 1 Mart- 23 Temmuz 2023 itibariyle 400 kişi azalmıştır. Facebook hesabındaki takipçi sayısı ise sabit kalmıştır. Radyo'yu YouTube'dan takip edenlerin oranının yüzde 2 ile son derece düşük olduğu görülmüştür. İçerikler YouTube'ta 2012'den itibaren 1.132.972 kişi tarafından görüntülenmiştir. Yüksek görüntülenme sayısına rağmen paylaşım yapılan video sayısı 117 ile sabit kalmıştır. Abone sayısı ise 410 kişi artmıştır. Instagram'daki takipçi sayısı ise aynı zaman aralığında 1300 kişi artmıştır. Görüldüğü üzere Instagram diğer sosyal medya platformları arasında ikinci en yüksek takipçi sayısı artışına sahip YouTube'dan yaklaşık yüzde 317 fazla yeni takipçi kazanmıştır. Twitter'daki gönderi sayısı (39500) Instagram'daki gönderi sayısının (626) yaklaşık 65 katı olmasına rağmen Twitter'daki gönderi sayısı yalnızca 39500'den 40100'e ulaşmıştır, Instagram'daki gönderi sayısı ise 626'dan 685'e çıkmıştır. Yani Twitter yaklaşık 65 kat fazla gönderi içermesine karşın Instagram'dan yalnızca yaklaşık 10 kat fazla gönderi artışı sağlamıştır.

Sosyal medyada yeterince aktif olmayan radyonun dinleyicilerinin yaş ortalaması Türkiye ortalamasının üstündedir. Açık Radyo'nun dijital yerliler olarak nitelenen gençlerle

iletişim ve etkileşimi artırmak için sosyal medya hesaplarını daha aktif hale getirmesi gerekmektedir. Bu yaklaşım podcast yayıncılığı için de geçerli olmaktadır. Açık Radyo, 2011 yılından itibaren ürettiği 12 bini aşkın içerikle podcast yayıncılığında önemli bir yerde (web.archive.org) olmasına rağmen radyo dinleyicilerinin sadece yüzde 8'i her gün podcast dinlemektedir. Bu durum sosyal medyada dijital yerlilerle etkileşimin artırılmasının önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Öte yandan alternatif topluluk yayıncılığında kamusal görünürlük, çevrim içi ve çevrimdışı alanlarda tüm sosyal medya mecralarında etkileşimin yüksek tutulmasıyla mümkündür. Gerek işletme için ekonomik sermayeye dönüşüm olanakları, gerekse kitlelere içeriğin erişimiyle oluşabilecek toplumsal farkındalıklar ve eleştirel sorgulama yeteneği, medyadaki çoğulculuğa demokrasi kültürüne teknoloji aracılı destek sunacaktır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmada, medya çoğulculuğuna katkılarıyla Açık Radyo'yu özgün kılan birçok özellik saptanmıştır. Örgütsel yapısı, değer zinciri, hibrit gelir modelleri, ürettiği içerik, yayın politikası, dinleyici profili ve üretici-tüketici ve fonlayıcılığındaki geçişkenlik, katılım ve iş birliğini uzun yıllar kurumsallaştırmasındaki farklı nitelikler Açık Radyo'nun medya çoğulculuğuna katkılarını vurgulamakta ve onu diğer medya kuruluşlarından ayıran unsurları ortaya koymaktadır.

Açık Radyo, topluluktan beklenen katılımın organizasyonundaki başarısıyla, bir model oluşturmuştur. Topluluğun kültürel ve sosyal sermaye gereksinimleri iş birliği modeliyle karşılanarak dinleyici-üretici-fonlayıcı profil stabilize edilebilmiştir. Katılımcı ve işbirliği modeli ile tüm değer zincirlerinde yer alan dinleyiciler, üretimden dağıtımına etkin rol alan özneye yükselmiştir. Sivil toplum teorisinin somutlaştığı gönüllü örgütlenme, sadece "sadık kitle" profiliyle açıklanamaz. Topluluk üyelerinin, toplumun sembolik güçlerine karşı çıkışta eylemsellik içeren bir toplumsal bilinç sergilediği, içerik üretimi ve fonlamaya katılımı topluluk ruhunun sorumlulukla beslendiği görülmüştür. Ana akım içeriklerinden hoşnut olmayan dinleyiciler, medyayı salt bir doyum aracı olarak görmemektedir. Açık Radyo dinleyicileri toplumsal bilinci yüksek bireylerin heterojen bir yapıda gönüllü örgütlenme ve iş modelini desteklediği, aynı zamanda diğer sivil toplum örgütleriyle işbirliğine yatkın gruptur. Tarihsel ve kültürel kodlara dayanan medya kullanım kültürü bağlamında medya tüketim pratiklerinin, toplumun genelinden ayrıştığı görülmüştür. Eleştirel bakış açısına sahip dinleyicilerin yüksek iletişimi topluluğun kendi iç denetimini de sağlamaktadır. Değişen istek ve talepler çeşitlilikle kendini içerikte güncellemiştir.

Yayın politikası ve içerikler açısından Açık Radyo, baskın kodların dışında sorgulayıcı bir içerik üretimi ve habercilik anlayışıyla yerel kültürleri ve küresel sorunları sahiplenmiştir. Taraf olduğu küresel ve toplumsal sorunlara, hiçbir piyasa ve iktidar gücüyle çatışmaya girmeden geliştirdiği iş birlikleriyle, teknolojik ve araçsal yeterliliğe sahip dinleyicilerle destek vermektedir. Bu şekilde kültürel ve kişisel kimliklere yönelen, karşı kültür ve sivil toplumu savunan, yaşamın niteliğine ilişkin ihtiyaçlara odaklanan, karar verme süreçlerini demokratikleştiren, alternatif anlam çatılarını gündelik hayat üretimiyle besleyen, demokratik ve katılımcı biçimleri deneyimleyen ve toplumun bütününe ilgilendiren genel sorunlara işaret etmek bakımından “yeni toplumsal hareketler” kavramına uygun davranmaktadır. Yayın içeriğinde yüzde 44 ile en çok çevre, ekoloji ve iklim teması göze çarpmıştır. Öte yandan ana akımın görmezden geldiği çevresel, iklim ve ekolojik sorunlar üzerinde dururken yerel, ulusal ve küresel iletişimde kamusal görünürlüğünü de artırmaktadır. Kamu yararına yayın politikası izleyen radyo, topluluğun tüm değer zincirlerinde yer aldığı gelir ve iş modeli ile üçüncü sektör tanımına da uymaktadır.

Medya ürünlerini üretenin kimler olduğu, radyonun mülkiyet özelliği, üretimi neden ve kimin için yaptığı soruları yanıtladığında Açık Radyo’nun gelir ve iş modelinin piyasa dinamiklerinden özgürleştiği ve özgünleştiği görülmektedir. İletişimde mekanın üçlü boyutunu medya stratejileri aracılığıyla kullanırken, klasik iş ve gelir modellerindeki rekabet olgusundan uzaklaşarak haber filtreleme aşamalarından bağımsızlaşmıştır. Açık Radyo, ülkelere göre farklılıklar gösteren topluluk radyolarının kalıcılığı noktasında, Türkiye ve Dünya’da sayılı örneklerinden biridir. Ancak medyada çoğulculuk, bağımsız topluluk yayıncılık örneklerinin çeşitliliği ve zenginliğiyle sağlanabilir. Bu anlamda Açık Radyo’yu özgün kılan özelliklerinin örnek alınarak farklı topluluk yayıncılık uygulamalarının çoğaltılması gerekmektedir. Demokratik rekabet, topluluk yayıncılığının toplumsal fayda ve dönüşümlere katkısını artıracaktır. Açık Radyo’nun dünyadaki medya kooperatifleri örneklerinde¹⁷ olduğu gibi tecrübelerini Türkiye’deki küçük ve yeni topluluk yayıncılarıyla paylaşması ve iş birlikleri geliştirmesi medya çoğulculuğunu destekleyecektir.

Araştırmada Açık Radyo’nun sosyal medya mecralarını ve dijital medya olanaklarını yeterince kullanmadığı sonucu çıkmıştır. Sosyal medya takipçi sayısı ile destekçi sayısı arasında yüksek oranda farklılık tespit edilmiştir. Bir başka tespit web altyapısından ve sosyal medyadan, radyonun web sitesine gelen yönlendirmenin çok az oluşudur. Açık Radyo webden

¹⁷ <https://yourvoiceohio.org/funding-models-in-journalism-part-1-non-profit-cooperative-community-models/>

yüzde 1,92, sosyal medyadan yüzde 5,03 yönlendirme almaktadır. İnternet ağlarının dengesiz ve eşitsiz bir düğüm ve dağılım sistemi içerdiğini açıklayan ölçekten bağımsız ağ kuramını doğrulayan sonuçlara ulaşılmıştır. Kuşkusuz bu durum radyonun bilinçli tercihi de olabilir. Açık Radyo'nun genel gündemde ağırlık sahibi olmaktan ziyade kendi yayıncılarından, paydaşlarından, mevcut ve potansiyel dinleyicilerinden oluşan daha dar bir çemberde gündem olmayı öncelediği görülmektedir. Genele ulaşmaktan ziyade daha tanımlanabilir bir hedef kitlede etkileşim arayan izlemler aynı zamanda muhalif medyanın karşılaşılabileceği zorluklardan kaçınmak faydası da yaratabilir. Bununla birlikte radyonun içeriklerinde dikkat çektiği başta ekolojik, çevresel sorunlar geniş kesimlerin farkındalığının olması gereken konulardır. Özellikle bu konularda sonuçların gösterdiği iletişimsel eşitsizlik ve kamusal görünürlük bağlamında, içerikler sosyal medya için özelleştirilerek kapsama ve etki alanı, çevrim içi ve çevrim dışı tüm medya alanlarında genişletilebilir. Dijital medyada ilişkisel emekle daha aktif, etkileşimi ve iletişimi yüksek yayıncılık pratikleri uygulanmalıdır. Radyo dinleyicilerinin internet üzerindeki çoklu kaynaklarla haberleri teyit etme alışkanlığı ve teknolojik yeterlilikleri, alternatif kamusal alanlarda potansiyel destekçi sayısının artmasına olumlu katkıda bulunabilir. Bu şekilde farklı dijital platformlarda kapsayıcılığın artması, kültürel ve sosyal sermaye ihtiyaçlarını karşılayan potansiyel dinleyicilerin ana akım gelirlerinin bir kısmını kendilerine aktarmasıyla sonuçlanabilir. Bunun yanı sıra Açık Radyo dijital yerlilerle iletişimi ve etkileşimi artırmak için de sosyal medya hesaplarını daha aktif hale getirmelidir. Bu yaklaşım podcast yayıncılığı için de geçerlidir. Çünkü Türkiye'de aktif podcast dinleyicisinin yüzde 53'ünün 25 yaş altı olduğu gerçeği (ipsos.com.tr) 12 yılda 12 bini aşkın içerik üreten Açık Radyo için önemli bir fırsattır.

Bugün alternatif medya finansmanın sürekliliği konusunda kar amaçlı ticari çıkarlara veya hayırsever fonlayıcı vakıflara güvenmenin yeterli olmadığı düşünülmektedir. Bu nedenle alternatif medya, alternatif gelir modelleri geliştirip çeşitlendirmekten vazgeçmemelidir. Açık Radyo da yayın politikası ve etik çerçevede kriterlerine uyan farklı gelir modellerini bir arada kullanmaktadır. Ancak dijital çoklu platformlarda gerçekleşen yüksek etkileşim ve ilişkisel emek, dijital kitlesel fonlama imkanlarıyla birlikte proje ve hedeflerin sınırlarını genişletebilir. Bu nedenle, finansmanda çevrim içi kitlesel fonlama yöntemlerinin kullanılması seçenekler arasında değerlendirilmelidir. Güçlü kültürel/kimlik ilişkileri, sağlam gelir akışları, büyüme, kârlılık ve etki potansiyeli olan dijital medya ağlarına yatırım yapılmalıdır.

Medya sistemlerinin herhangi bir yapısal boyutu, medya politikası ve düzenlemesinden ayrı düşünülemez. Türkiye'nin alternatif topluluk yayıncılığını destekleyen düzenlemeler ve

teşvikler konusunda eksik olduğu görülmektedir. Topluluk yayıncılığı içinde değerlendirilen yerel yayıncılığa verilen destek ve sübvansiyonlar da yeterli değildir. Devletin yenilenmiş ve güncellenmiş medya politikasının, kamu yararına yayın yapan üçüncü sektör medya kuruluşlarının finansal bağımsızlığını sağlayabilecek yeni finans modellerini içermesi gerekmektedir.

Türkiye'de medyada yapısal çoğulculuğun sağlanabilmesi için destekleyici hükümet politikalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Rekabet Kurumu'nun medya yapılarındaki sahiplik ve kontrolünde siyasal çoğulculuk ve çeşitlilik kriterlerinin uygulanmasının göz ardı etmesi sorunlu bir durumdur. Medya politikalarının çoğulculuğu desteklemesi için önce ekonomi ve hukuk alanında şeffaf denetim mekanizmaları gerekir. Bununla birlikte iletişim biliminin siyasi çoğulculuk ve çeşitlilik konusundaki önerileri dikkate alınmalıdır. Türkiye'de topluluk yayıncılığı, devlet ve sektörden farklı üçüncü bir kategoride ele alınmalıdır. Küçük ve yerel topluluk yayıncılığı, iletişim ve haberleşme vergileriyle, kamusal politikalarla desteklenmelidir. Çoğulculuğu artırmaya yönelik yeni yasal düzenlemelerde yalnızca düzenleme konuları değil, iletişim politikalarına temel oluşturan düzenleyici paradigma da sorgulanmalıdır. Yeniden yapılanan bir düzenlemede, önce düzenleyicilerin kurumsal yapı ve örgütlenmesinin, ardından düzenleyici ilkelerin değişimi gereklidir (Spyrelli, 2003: 5).

Toplumsal mücadelede medya uzmanları, gazeteciler, sivil toplum aktivistleri ve siyasi yetkililer vb. tüm demokratik kurumlar birlikte hareket etmelidir. Demokrasi ve medya reformunda bir başka önemli aktör de yurttaşlardır. Yurttaşlar özgür, tarafsız ve bağımsız yayıncılığı desteklemek için daha fazla sorumluluk almalıdır. Vergilerinin çoğulcu iletişim hakkı için güçlü, özgür, kar amacı gütmeyen bir medya sistemi için kullanılmasını talep etmelidir. Çünkü bağımsız ve çoğulcu bir medya ancak toplumun tüm faktörlerinin ortak çabasıyla mümkün olabilir (McChesney ve Nichols).

Son tahlilde Açık Radyo dinleyicilerin desteği ve içerik üretimini sağlamada maliyet giderleri olmaması nedeniyle 28 yıldır finansal anlamda başarılı bir topluluk yayıncılık örneği sergilemiştir. Açık Radyo, özellikle çevre ve iklim konularında geliştirdiği ulusal ve ulus ötesi iş birlikleriyle simgesel sermayesinin genişliğini kanıtlamıştır. İçeriklerindeki toplumsal farkındalık ve eleştirel sorgulama yeteneğini teknoloji aracılı dijital medyada da göstermelidir. Kitlelerle etkileşim, erişim ve iletişimin yüksekliği nedeniyle dijital medyanın ekonomik sermayeye dönüşüm olanakları, verimli kullanılmalıdır. Öte yandan finansal bağımsızlık açısından dijital medyada ulaşılan kitleler, sadece potansiyel destekçi ya da fonlayıcı değildir.

Dijital medyada kamusal görünürlük aynı zamanda toplumsal sorunlarda topluluğun siyasi, sosyal ve kültürel etkilerinin artması ve yayılması demektir. Çünkü ancak güçlü bir kamusal görünürlük, siyasi iktidarları halkın taleplerini ve çıkarlarını dikkate almaya zorlayabilir. Açık Radyo’da geniş kitlelere erişim ve kamusal görünürlük, toplumsal değişim taleplerinin iletimi, iklim ve çevre politikalarındaki toplumsal farkındalığın artması açısından özellikle önemlidir.

Bu araştırma, çoğulculuğa etkileri bağlamında Açık Radyo’nun yapısal analiziyle sınırlıdır. Ortaya çıkan sonuçların topluluk radyoculuğunun ekonomi politik bağımsızlık ve sürdürülebilirliğindeki faktörleri tespit etmeye ve anlamaya katkı sağlayacağı umulmaktadır. Çalışmanın bulguları, topluluk yayıncılığının demokratik çoğulculuğu teşvik etmedeki rolü ve topluluk medyasının ekonomik sürdürülebilirliği üzerinde gelir modellerinin etkileri hakkında fikir verebilir. Araştırma aynı zamanda farklı ülkelerde topluluk yayıncılığının karşılaştığı zorlukları vurgulayabilir ve demokratik değerleri teşvik etmedeki etkinliklerini artırmak için öneriler sağlayabilir. Bundan sonraki çalışmaların Türkiye’deki topluluk yayıncılığı uygulamalarının benzer ve farklılıklarının tespit edilerek ortak özellikler ve yönelimlerinin saptanması, bu konudaki verilerin düzenlenerek genel Türkiye topluluk medyası ekosisteminin oluşturulması, medyadaki çoğulculuk sorunlarının tespit edilmesi açısından faydalı olacaktır. Topluluk yayıncılık alanının ve örneklemin genişletilmesi, gözlem ve veri toplama süresinin daha uzun tutulması, çoklu karşılaştırmalar yapılması literatüre katkıyı artıracaktır. Geniş bir sosyal ve kültürel alanda yapılacak uzun süreli çalışmalarda ulaşılan daha fazla veri topluluk medyasının bağımsızlık ve sürdürülebilirlik, destekçilerin bağışlarındaki süreklilik ve değişkenlik faktörlerinin belirlenmesi açısından önemli olgulara ulaşılmasına yardımcı olacaktır. Son tahlilde egemen siyasi ve ekonomik anlayışın dayattığı geleneksel medyaya alternatif, bağımsız medya içeriklerinin topluluk üyelerince üretilmesi ve tüketilmesi için verilen tüm çabalar medyada çoğulculuk ve ülkenin demokrasi kültürü adına önemlidir.

KAYNAKÇA

- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2014). Some Simple Economics of Crowdfunding. *Innovation Policy and the Economy*, 14(1), 63-97.
- Alankuş, S. (2000). “Yerellikler, Yerelliğin İmkanları ve Yerel Medya”, *Global Yerel Eksende Türkiye İçinde*, 295-330”, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Alankuş, S. (2008). “Türkiye’de ‘Başka’ Bir Demokrasi İçin, ‘Başka’ Bir Medya ve Habercilik”. Der. İncilay Cangöz, *Uygun Adım Medya* (177-229), Ankara: Ayrıç Kitabevi Yayınları.
- Albarran, A. B. (2010). *The Transformation of the Media and Communication Industries*.
- Aldemir, C. (1985). *Örgütler ve Yönetimi Makro Bir Yaklaşım*. Bursa: Bilgehan Basımevi.
- Aldemir, N. C. (2010). *Küreselleşme Karşısı Sosyal Hareketler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Alexander, A., Owers, J., Carveth, R., Hollifield, CA. & Greco, AN (2003). Medya Ekonomisi Teorisi ve Pratiğine Giriş. Medya Ekonomisi'nde (s. 13-58). Routledge.
- Algan, E. (2005). The Role of Turkish Local Radio in the Construction of a Youth Community. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 3(2).
- Algül, F. (2013). Türkiye'de Topluluk Medyasına Örnek Olarak Bir İnternet Radyosu: Nor Radyo. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 4 (11).
- Atton, C. (2002). What is Alternative 'Journalism?'. *Journalism*, 4(3), 267-272. Alternative Media. London: SAGE Publications.
- Atton, C. (2008). Alternative Media Theory and Journalism Practice. *Digital Media and Democracy: Tactics in Hard Times*, 4, 213-228.
- Atılğan, S. (1998). Basın İşletmeciliği. İstanbul: Der Yayınları.
- Bailey, O. Cammaerts B.,& Carpentier, N. (2015). Understanding Alternative Media. Maidenhead: Open University Press/McGraw Hill.
- Baldini, B. T. (2017). Twitter mı Yoksa Radyo Devrimi mi? 2013 Gezi Protestolarında Açık Radyo'nun Merkezi Rolü. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 12 (2), 1-17.
- Barabasi, A.L. (2010). İş Hayatında, Bilimde ve Gündelik Yaşamda Bağlantılar. (N.Elhüseyni, Çev.). İstanbul: Optimist.
- Baym, N. (2018). Playing to the Crowd. New York University Press.
- Benjamin, W. (1991). "Das Kunstwerk im Zeitalter Seiner Technischen Reproduzierbarkeit. Erste Fassung".
- Benson, R. (2004). Bringing the Sociology of Media Back in. *Political Communication*, 21(3), 275-292.
- Bıçakçioğlu, N.(2018). *Community Radio as a Business Model: Case of Açık Radyo* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Bilgi Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bilgili, C.(2005). "Medya (nın) Ekonomisi ve Medya Ürününe Etki Biçimleri", *İletişim 03, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Yayını*.
- Birsen, Ö.(2011). Türkiye Radyoculuğunda Alternatif Yayıncılık Arayışları: Açık Radyo Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(1).
- Bonifacio, R. ve Wohn, D. Y. (2020, October). Digital Patronage Platforms. In Conference Companion Publication of the 2020 on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing (pp. 221-226).
- Bosch, T. (2003). Community Radio in the Twenty-First Century: The Search for a New Paradigm in Local Radio Broadcasting. *Telematics and Informatics*, 20(4), 329-348.
- Bourdieu, P. (1994). Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. Londra: Routledge And Kegan Paul.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Brecht, B. (1979). Bir İletişim Aracı Olarak Radyo: Radyonun İşlevi Üzerine Bir Konuşma. *Ekran*, 20 (3-4), 24-28.
- Brevini, B. ve Pasquale, F. (2020). Revisiting the Black Box Society by Rethinking the Political Economy of Big Data. *Big Data & Society*, 7(2), 2053951720935146.
- Burtch, G., Ghose, A., & Wattal, S. (2016). Secret Admirers: An Empirical Examination of Information Hiding and Contribution Dynamics in Online Crowdfunding. *Information Systems Research*, 27(3), 478-496.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2008). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem Yayınları.
- Cammaerts, B. (2007). Activism and Media, Ed., Bart Cammaerts & Nico Carpentier. *Reclaiming the Media, Intellect Ltd.*, p:217-224
- Carpentier, N. (2011). Media and Participation: A Site of Ideological-Democratic Struggle. Intellect Books.
- Carpentier, N. (2015). Differentiating Between Access, İnteraction and Participation. *Conjunctions*, 2(2), 7-28.
- Creswell, J.W. (2013). Nitel Araştırma Yöntemleri. (M. Bütün, S.B. Demir, Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Creswell, J.W. (2021). Araştırma Tasarımı: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları. (E. Karadağ, Çev.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Croteau, D. ve Hoynes, W. (2018). Medya/Toplum: Teknoloji, Endüstriler, İçerik ve Kullanıcılar. Bilge Yayınları.
- Couldry, N. ve Curran, J. (Ed.). (2003). Rekabet Eden Medya Gücü: Ağa Bağlı Bir Dünyada Alternatif Medya. Rowman ve Littlefield Yayıncıları.
- Craig, D. ve Cunningham, S. (2019). Social Media Entertainment: The New Intersection of Hollywood and Silicon Valley. NYU Press.
- Çiçek, I. (2018). *Özdeşleşme ve Kişi-Örgüt Uyumunun Sağlanmasında Kurum Kültürü ve Organizasyonel Yapı Etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Deleuze, G. ve Guattari, F. (2014). Rhizome:(1987). In the People, Place, and Space Reader (pp. 403-406). Routledge.
- Dey, I. (2003) Qualitative Data Analysis: A User Friendly Guide for Social Scientists. Routledge.
- Dolan, P. (2009) Using Documents: A Figurational Approach. In J. Hogan, P. Dolan & P. Donnelly (eds), *Approaches to Qualitative Research - Theory & Its Practical Application: A Guide for Dissertation Students*, pp. 185-208. Cork: Oak Tree Press.
- Downing, J. (2001). Radical Media Rebellious Communication and Social Movements. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Dunaway, D. (1998). 21. Yüzyılın Başında Topluluk Radyosu: Ticaricilik ve Topluluk Gücü. *Javnost-The Public*, 5 (2), 87-103.
- Duran, R. (1999). Dünya Polis Radyosu. Global Medya İlişkileri. İstanbul: YKY
- Earl, Babbie (2004). The Practice of Social Research. 10. Basım. Thomson, Wadsworth.
- Enzensberger, Hans- Magnus (2002). "Baukasten zu Einer Theorie der Medien". Claus Pias;
- Erdoğan, İ. (1997). İletişim egemenlik mücadeleye giriş. İmge Kitabevi.
- Erkuş, A. (2009). Davranış Bilimleri İçin Bilimsel Araştırma Süreci. Seçkin Yayıncılık.
- Fraser, C. ve Estrada, S. (2001). Manuel de La Radio Communautaire. Paris: UNESCO. Récupéré de <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001245/124595f.pdf>. Visité le, 20, 2009.
- Fuchs, C. (2008). "Internet and Society". Routledge Group Press.
- Fuchs, C.ve Sandoval, M. (2010). The Diamond Model of Open Access Publishing: Why Policy Makers, Scholars, Universities, Libraries, Labour Unions and the Publishing World Need to Take Non-Commercial, Non-Profit Open Access Seriously. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 8(2), 587-616.
- Garnham, N. (2006). Contribution to a Political Economy of Mass-Communication. *Media and Cultural Studies: Keyworks*, 201-229.
- Girard, W. B. (2001). A Passion for Radio: Radio Waves and Community. Comunica.
- Gitlin, T. (2003). The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left. Univ of California Press.
- Gramsci, A. (1971). Hegemony (pp. 95-123).
- Güney, S. (2009). Tüm Yönleriyle Topluluk Radyoları. İstanbul: Punto Yayınları.
- Gündoğdu, A. (2021). *İklim Adaleti Mücadelesinde Alternatif Medyanın Rolü: Açık Radyo Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Habermas, J. (2003). Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü. (T. Bora, M. Sancar, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hair, L., Bonifacio, R., & Wohn, D. Y. (2022). Multi-Platform Practices Among Digital Patronage Creators. *Convergence*, 28(5), 1438-1456.
- Hamilton, J. (2000). Alternative Media: Conceptual Difficulties, Critical Possibilities. *Journal of Communication Inquiry*, 24(4), 357-378.
- Hatch, J. A. (2002). Doing Qualitative Research in Education Settings. State University of New York Press (SUNY Press).

- Hendy, D. (2000). Kamu Hizmetinde Pop Müzik Radyosu: BBC Radyo 1 Ve 1990'larda Yeni Müzik. *Medya, Kültür ve Toplum*, 22 (6), 743-761.
- Hind, Return of the Public, 2010; Popović, "Croatia," in Media Integrity Matters: Reclaiming Public Service Values in Media and Journalism, 2014, p. 201.
- Iosifidis, P. (2010). Public Television in the Digital Era: Technological Challenges and New Strategies for Europe. Intellect Books.
- Jallov, B. (2012). Empowerment Radio. Voices Building a Community. Gudhjem: Empowerhouse.
- Jankowski, N. W. (2002). The Conceptual Contours of Community Media. *Community Media in the Information Age: Perspectives and Prospects*, 3-18.
- Jones, S. (1995). Understanding Community in the Information Age. Sage, California.
- Karppinen, K. (2009). Rethinking Media Pluralism and Communicative Abundance.
- Karppinen, K. ve Moe, H. (2016). What We Talk About When Talk About "Media Independence", *Javnost: the Public*, 23 (2), 105-119.
- Keane, J. (1994). Demokrasi ve Sivil Toplum. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Keane, J. (2013). Democracy and Media Decadence. Cambridge University Press.
- Kessler, L. (1984). The Dissident Press: Alternative Journalism in American History. (No Title).
- Klimkiewicz, B. (2011). Introduction| Structural Media Pluralism. *International Journal of Communication*, 4, 8.
- Knoche, M. (2023). Medya, Gazetecilik ve Özel Aile Mülkiyetinde Kamusal Alan. Kapitalist Medya İşletmelerinin Ekonomi Politikasının Eleştirisi Üzerine. *TripleC: İletişim, Kapitalizm ve Eleştiri. Küresel Sürdürülebilir Bilgi Toplumu için Açık Erişim Dergisi*, 21 (2), 92-106.
- Koçel, T. (1998). İşletme Yöneticiliği. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Köker, E. ve Doğanay, Ü. (2007). "Ignoring Radical Media in Communication Studies in Turkey", *Eurolimes*, Vol. 3, ss. 18-22.
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital Transformation in Business and Management Research: An Overview of the Current Status Quo. *International Journal of Information Management*, 63, 102466.
- Köse, H. (2007). Küresel 'Akıntıya Karşı' Sivil Arayışlar Alternatif Medya. Yirmidört Yayınları.
- Kurbanoglu, S. S. (2002). WWW Bilgi Kaynaklarının Değerlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 19(1).
- Laclau, E. ve Mouffe, C. (2014). Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics (Vol. 8). Verso Books.
- Li, F. (2020). The Digital Transformation of Business Models in the Creative Industries: A Holistic Framework and Emerging Trends. *Technovation*, 92, 102012.
- Lin, N. (1976). Foundations of Social Research. Mc GrawHill.
- Lingardt, Z., Reeves, M., Stalk, G., & Deimler, M. S. (2009). Business Model Innovation. When the Game Gets Tough, Change the Game, BCG.
- Lorsch, J. W. (1970). Introduction to the Structural Design of Organizations. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- Lund, A.B.(2015). "Can Civil Society Mitigate Consequences of Crises?" in European Media in Crisis: Values, Risks and Policies. p. 214.
- Madra, Ö.(2020). Teknoloji Fırsat Yaratır Ama Seçim Yaratmaz. *TRT Akademi*, 5 (9), 388-397.
- Maheshwari, M. (2015). The Role of Media Ownership in Creation and Delivery of News Content: Case Study of Two English News Channels.
- Manovich, L. (2001). The Language of New Media. Cambridge, MA: MIT Press.
- Marcuse, H. (1968). Tek Boyutlu İnsan. (S. Çağan, Çev.). İstanbul: May Yayınları.
- McChesney, R. W. ve Nichols, J. (2010). The Death and Life of American Journalism: The Media Revolution that Will Begin the World Again. p. 201-206.

- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey-Bass.
- McNair, B. (2006). *Cultural Chaos: Journalism and Power in a Globalised World*.
- Mcquail, D. (2015). *Mass Communication Theory: An Introduction*. Sage Publications.
- Mierzejewska, B. I. (2011). *Media Management in Theory and Practice. Managing Media Work*.
- Majid, A. R., Rife, A., & Gopinath, S. (1991). Chain Ownership and Editorial Independence: A Case Study of Gannett Newspapers. *Journalism Quarterly*, 68(1-2), 59-66.
- Moholi, F. (2015). The Influence of Government Advertising on Print Media Content in Lesotho.
- Morris, M., Schindehutte, M. & Allen, J. (2005) The Entrepreneur's Business Model: Toward A Unified Perspective. *Journal of Business Research*, 58(6), 726-735.
- Mutlu, E. (1995). *Televizyonda Program Yapımı*. Ankara: Ankara Üni. İletişim Fakültesi Yay.
- Myres, M., Snee, H., & Zwitter, A. (2012). *Social Media and Public Space Challenge*. Palgrave Macmillan.
- Napoli, P. M. (2008). Audience Measurement and Media Policy: Audience Economics, the Diversity Principle, and the Local People Meter.
- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. (Cilt I-II). (S. Özge, Çev.). İstanbul: Yayın Odası.
- Nucciarelli, A. Li, F. Fernandes, K. J. Goumagias, N. Cabras, I. Devlin, S., & Cowling, P. (2017). From Value Chains to Technological Platforms: The Effects of Crowdfunding in the Digital Game Industry. *Journal of Business Research*, 78, 341-352.
- Oğur, O. (2020). *Küreselleşme ve Teknolojinin Medya İçeriklerine Etkileri: Türkiye'de Yayın Yapan Açık Radyo, Gazzetta9 ve Cep Hikayeleri Kanallarına Yönelik Yavaş Medya Kapsamında Bir İnceleme* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ojala, A. (2016). Business Models and Opportunity Creation: How IT Entrepreneurs Create and Develop Business Models Under Uncertainty. *Information Systems Journal*, 26(5), 451-476.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. & Tucci, C. L. (2005). Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept. *Communications of the Association for Information Systems*, 15, 1-43.
- Osterwalder, A. ve Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.
- Önder, T. (2003). *Ekoloji, Toplum ve Siyaset*. Ankara: Odak Yayıncılık.
- Picard, R. G. (2005). Money, Media, and the Public Interest (pp. 337-350). New York: Oxford University Press.
- Picard, R. (2007). "The Challenges of Public Functions and Commercialized Media," in the Politics of News: *The News of Politics*, 2007, p. 212.
- Picard, R. Stearns & Aaron. (2010). *Saving the News: Towards a National Journalism Strategy*. p. 23.
- Pickard, V. (2019). *Gazetecilik Olmadan Demokrasi Mi?: Yanlış Bilgi Toplumuyla Yüzleşmek*. Oxford Üniversitesi Yayınları.
- Price, J. L. (1972). *Handbook of Organizational Measurement*. Lexington: D. C. Heath and Company.
- Rashidian, N., Tsiveriotis, G., Brown, P. D., Bell, E. J., & Hartstone, A. (2020). *Platforms and Publishers: The End of an Era*.
- Regner, T. (2021). Crowdfunding a Monthly Income: An Analysis of the Membership Platform Patreon. *Journal of Cultural Economics*, 45(1), 133-142.
- Robson, C. ve McCartan, K. (2016). *Real World Research*. Blackwell-Wiley.
- Rodriguez, C. (2003). "The Bishop and His Star: Citizens' Communication in Southern Chile", *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World* içinde, (Der.) N. Couldry; J. Curran, London: Rowman & Littlefield, pp. 177-194.
- Sak, R., Sak, İ.K. T.Ş., Şendil, Ç.Ö. & Nas, E.. (2021). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-256.

- Schwartz, B. (2007). Bolluk Paradoksu: Çok Seçenek Özgürlük mü Mutsuzluk mu? (Ş. Odabaş, Çev.). İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Servaes, J. (2007). Communication for Development and Social Change. SAGE Publications India.
- Slevin, D. ve Jeffrey G.C.(1997). Strategy Formation Patterns, Performance, and the Significance of Context. .
- Selvitopu, S. (2019). *Yurttaş Gazeteciliğinin Hukuksal Düzenlemeler ve Bilgi Edinme Hakkı Kapsamında İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Seyidoğlu, H. (2016). Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı. Güzem Can Yayınları.
- Sjodin, D., Parida, V., & Visnjic, I. (2022). How Can Large Manufacturers Digitalize Their Business Models? A Framework for Orchestrating Industrial Ecosystems. *California Management Review*, 64(3), 49-77.
- Smythe, D. W. (1981). On the Audience Commodity and Its Work. *Media and Cultural Studies: Keywords*, 230, 256.
- Spyrelli, C. (2003). "Regulating the Regulators?: An Assessment of Institutional Structures and Procedural Rules of National Regulatory Authorities." *International/ Journal of Commwicatious Law And Policy*, 4(8): 1-65.
- Soydan, E. (2006). "Dünyada Alternatif Radyoculuk". <http://ilef.ankara.edu.tr/radyo>, (E.T:12.11. 2010).
- Sözeri, C. (2022). Medya Ekonomisi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Streitmatter, R. (2001). Voices of Revolution: The Dissident Press in America. Columbia University Press.
- Weichert,S. ve Kolo C. (2013). "Germany: Evaluating Alternatives to Finance Quality Journalism," in State Aid for Newspapers: Theories, Cases, Actions. pp. 226-230
- Tabing, L. (2002). How to Do Community Radio, UNESCO.
- Tanrıöver, O. (2021). *Alternatif medyanın kamusal alan oluşturma açısından rolü: Açık Radyo örneği* (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi.
- Teece, D. J. 2010. Business Models, Business Strategy and İnnovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172-194.
- Telwa, K. ve Githiora, B. (2015). The İmpact of Media Ownership, Commercialization and Commoditization on Editorial Independence. Kipkirui Kkt Et Al.; Sch. J. Art. *Humanit Social Science*, 3, 1027-1033.
- Timisi, N.(2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Touraine, A. (1985). An Introduction to the Study of Social Movements. *Social Research*, 52(4), 749-788.
- Tufan, F. (2014). Tamamlayıcı Öğretim İşlevinin Açık Radyo Üzerinden İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (46), 107-119.
- Viguerie, R. A. ve Franke, D. (2004). America's Right Turn: How Conservatives Used New and Alternative Media to Take Power. Bonus Books, Inc.
- Wach, E. ve Ward, R. (2013). Learning About Qualitative Document Analysis.
- Walliman, N. S.R. (2006) Social Research Methods. Sage Publications Incorporated.
- Wedell, E.G., ve Crookes, P. (1991). George, P.Crookes. Radio 2000.The Opportunities for Public and Private Radio Service in Europe. European Broadcasting Union.
- Yavuz, Y. (2008). "Radyonun ABECE'Si". Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zott, C. ve Amit, R. 2010. Business Model Design: An Activity System Perspective. *Long Range Planning*, 43(2-3), 216-226.
- Zuboff, S. (2021). Gözetleme Kapitalizmi Çağı: Gücün Yeni Sınırında İnsan Geleceği İçin Savaş. (T. Uzunçelebi, Çev.). İstanbul: Okuyan Us Yayınevi.

İNTERNET KAYNAKLARI

- AçıkRadyo.com. (2023). <https://acikradyo.com.tr/acik-gazete/bekir-agirdir-anlattı-kondanin-acik-radyo-dinleyici-arastirmasi> (ET:11.04.2023).

- <https://acikradyo.com.tr/acik-gazete/konda-ekibi-anketi-anlatti-acik-radyonun-kendini-nasil-tarif-ettigi-dinleyicisine-de> (ET:11. 04. 2023).
- <https://acikradyo.com.tr/acik-radyo-ekibinin-tam-listesi> (ET:11.05.2023).
- <https://acikradyo.com.tr/merak-ettikleriniz> (ET: 09.06.2023).
- <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2013/08/20138611361669444.html>. (ET:02.06.2023).
- Amarc. Radio.com, <https://amarc.radio/about-amarc/> (ET:30.07.2023).
- Journo.com.tr, <https://journocom.tr/teodor-kasap-diyojen> (ET:27.07. 2023).
- Mediaimpactfunders.org.(2023. Retrieved from. <https://mediaimpactfunders.org/global-press-study-outlines-key-opportunity-for-international-newsrooms-and-funders-to-better-serve-u-s-audiences/>
- <https://mediaimpactfunders.org/watch-how-to-leverage-philanthropic-capital-to-transform-the-media-landscape/> (ET:18. 04.2023).
- Reportlinker.com,<https://www.reportlinker.com/market-report/Online-Investing/494115/Crowdfunding?term> (ET: 23.03. 2023).
- Similarweb.com, <https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/> (E.T: 25.03.2023).
- Yourvoiceohio.org, <https://yourvoiceohio.org/funding-models-in-journalism-part-1-non-profit-cooperative-community-> (ET:15.6.2023).
- Topluluk Radyo Örnekleri.(2023). <https://www.radiopopolare.it/>
- <https://www.ondarossa.info/>
- <https://www.radiocentraal.be/Realescape/>
- <https://radioskidrow.org/>
- <https://emisora.org.es/vallekas/>
- <http://www.radio-z.net/de/>
- <https://radiosagarmatha.org.np/>
- <https://o94.at/>
- <https://www.resonancefm.com/>
- https://cy.wikipedia.org/wiki/Al-Balad_Radio
- <https://radiozapatista.org/> (ET:12-20.05.2023).
- Unesco. Org, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>
- <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000215097> (ET:22. 5.2023).
- <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000215097/PDF/215097eng.pdf.multi>

EXTENDED ABSTRACT

The contemporary power hierarchies and consolidation forms in the media ecosystem have introduced dimensions of media economics and technology into discussions on pluralism. Despite the abundance of content and voices in the media landscape, debates on media pluralism and diversity persist (Karppinen, 2009: 131-136; Klimkiewicz, 2011: 15-30). The "age of abundance" (Schwartz, 2007) and "communication abundance" characterized by the proliferation of communication channels and voices (Keane, 2013) make hearing alternative voices increasingly challenging, leading to "information overload" (Gitlin, 2003) or "cultural chaos" (McNair, 2006). According to web topology, there is a high degree of imbalance and

inequality on the internet (Barabasi, 2010: 78). The nature of digital platforms, often referred to as "black boxes" in sociology (Brevini ve Pasquale, 2020), and the role of algorithms and artificial intelligence (AI) as new technological gatekeepers make it difficult for alternative voices to gain visibility. Inequalities in the distribution of communicative power continue to be a challenge for community broadcasting, which represents an alternative.

The research aims to scrutinize the organizational and institutional structure of Açık Radyo, an alternative media organization that serves as a model for community radio in Turkey. The study examines its target audience, revenue models, alternative content, listener profile, and the flexibility in the dynamics of producer-consumer-supporter relationships to question its differentiation from mainstream broadcasting and its contribution to democratic pluralism. Additionally, by assessing its utilization of digital media opportunities, the research explores the economic-political independence and sustainability impacts of its business and revenue model. The analysis employs a relational labor process occurring across multiple platforms to understand its implications for pluralistic democracy and non-profit broadcasting.

Alternative media and community broadcasting are significant concepts in the media field, deviating from traditional structures and adopting a pluralistic and participatory approach. McChesney (1999) emphasizes the democratic function of media, underscoring the diversity and community participation that alternative media can promote. Community broadcasting, particularly when operating within a local or specific community, aims to create a democratic communication environment by encouraging listener or viewer participation (Rodriguez, 2003; Carpentier, 2015; Servaes, 2007).

Downing (2001) highlights community-oriented broadcasting that supports media pluralism in alternative media studies. Atton (2002) underscores the role of alternative media in democratizing media, suggesting that community-centered broadcasting can encourage broad participation. These concepts set the stage for significant discussions on diversity, participation, and democratization within media studies.

The development of digital media has facilitated alternative media and community broadcasting in economic terms. However, the techno-system of the internet, characterized by digital public visibility and the social, cultural, and societal effects, limits the potential positive impacts of alternative abundance and digital platforms on community broadcasting (Fuchs ve Sandoval, 2010). In a sense, numerous examples of alternative and community broadcasting in

the fragmented public sphere (Habermas, 2003) present a seemingly closed appearance. Against this backdrop, the research investigates the status of Açık Radio's digital public visibility in terms of its contribution to democratic pluralism, examining how financial factors, when combined with societal problem-solving and demands for democratic changes, can make community broadcasting effective and sustainable. The study thus aims to answer questions about the effective and sustainable establishment of community broadcasting, considering the financial factors associated with social realities in Turkey.

Given this background, the theoretical framework of alternative broadcasting and community broadcasting is outlined. Subsequently, a structural analysis is conducted to identify the unique features that make Açık Radio distinctive and successful. Unlike previous studies on Açık Radio, the analysis focuses on the context of digital media, relational labor in terms of public visibility, and relational labor theory.

Document analysis, a qualitative research method, relies on systematically examining printed and electronic materials containing information about the phenomena under investigation (Wach, 2013; Yıldırım ve Şimşek, 2013). Various writings, documents, and works produced by other individuals or institutions related to the research subject are also utilized (Seyidoğlu, 2016). Using Açık Radio as a case study, the organizational structure and digital media position, effects on public visibility and funding are discussed. Furthermore, building on the relationship between pluralism and public visibility, the relational labor process is assessed concerning digital multiple platforms. Relational labor theory, commonly used in research on crowdfunding, motivations of supporters, and goals of producers, is an economic sociology theory. Relational labor, as a frequently employed labor type in crowdfunding, enables richer and more private public communication between producers and users in digital platforms. Relational labor is also a process of transforming social and cultural capital into economic capital and strengthening community spirit and connection. For producers, relational labor fundamentally aims at long-term financial support (Baym, 2018; Craig ve Cunningham, 2019; Bonifacio, 2020; Hair vd. 2022). The obtained data and findings are scrutinized in the context of pluralism and economic political independence themes.

The study reveals findings that distinguish Açık Radio in terms of its impact on pluralism and economic sustainability. The flexibility in radios organizational structure, value chain, revenue models, content production, broadcasting policy, listener profile, and producer-consumer-supporter dynamics highlights its institutionalized features over the years and

emphasizes its contributions to media pluralism. Factors influencing the emergence of media products, such as the ownership structure of the radio, its production purpose, and the identified target audience, illustrate that radios revenue and business model deviate from market norms, presenting a unique quality. Operating as a successful example of community broadcasting for 28 years, Açık Radio has been able to maintain its economic and political independence. Following a public-interest broadcasting policy, the radio aligns with the third sector definition as it involves the community in all value chains.

The analysis affirms Barabasi's scale-independent network theory. The radio's visibility on the web and social media is influenced by the nodes and connections of the technological system of knots and links on the internet. The research concludes that Açık Radio did not effectively utilize its social media platforms and digital media opportunities. This circumstance might be a conscious strategy of the radio. Açık Radio prioritizes interaction within a more specific framework, involving its own broadcasters, stakeholders, and a limited community of existing and potential listeners, rather than gaining prominence in the general agenda. Strategies focusing on attracting the attention of a more defined target audience, instead of reaching general masses, can also be effective in avoiding challenges faced by oppositional media. However, due to the high level of interaction, access, and communication with the masses, opportunities for the economic transformation of digital media capital must be efficiently utilized. Ultimately, Açık Radio, in line with Napoli's definition (2008) of community broadcasting aiming to meet the needs within a specific geographical region or community and encouraging democratic participation by including the listener base, is deemed to be effective.