T.C. DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

MUHALİF BİR MEDYA PRATİĞİ OLARAK "HALK TV" ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Onur ÜLKÜ

2011/84014

Tez Danışmanı:

Prof. Dr. Barış ÇOBAN

İstanbul, 2017

T.C. DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

MUHALİF BİR MEDYA PRATİĞİ OLARAK "HALK TV" ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Barış ÇOBAN

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı	**İmzası**
Prof. Dr. Barış ÇOBAN	……
Doç. Dr. Bora ATAMAN	……
Doç. Dr. Barış ERDOĞAN	……

Tez Sınavı Tarihi ……..

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında Türkiye'de *alternatif medya*'nın toplumsal hareketler doğrultusunda nasıl gelişim gösterdiği ve tarihsel süreçlerinin devamında *alternatif televizyon'*un doğuşu, gelişimi ve Türkiye'de kat ettiği aşamalar *muhalif medya* pratiği olarak "Halk TV" örneği üzerinden incelenmek istenmiştir.

Öncelikle tez konusunu seçerken isteklerimi göz önünde bulundurup bana yazılı kaynaklarla ilgili her türlü sorunumda yardımcı olan tez danışmanım Prof. Dr. Barış ÇOBAN'a, eleştirel bir bakış açısı elde edebilmem için sarf ettiği emeklerinden dolayı Prof. Dr. Dilek Beybin Kejanlıoğlu'na ve medyanın ekonomi politiği konusunda çalışmamı sağlayan Yrd. Doç. Dr. Özgür İlke ŞANLIER YÜKSEL'e teşekkürlerimi sunarım. Derinlemesine görüşmeler sırasında benden hiçbir yardımı esirgemeyen Halk TV İstanbul Şubesi'nin tüm çalışanlarına; bu zorlu tez sürecinde bana destek olan değerli arkadaşım Katerina Kapetanou'ya; tüm eğitim hayatım boyunca benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, her zaman yanımda olan sevgili aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

İstanbul, Nisan 2017 Onur ÜLKÜ

MUHALİF MEDYA PRATİĞİ OLARAK "HALK TV" ÖRNEĞİ

ÖZET

Televizyonun asıl ortaya çıkış nedeni uzak diyarları göstermektir. Ancak icadının ardından geçen sürede siyasi ve ticari açıdan yapay işlevler edinmiştir. Günümüz egemen medyasının bir kaç büyük şirket etrafında yoğunlaştığı yayıncılık sektörü içinde kâr amacı gütmeyen, mevcut hiyerarşik yapıyı kırmaya çalışan alternatif medya araçlarının geliştirilebilmesi, demokratik katılımın sağlanabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye'de de neo-liberal siyaset ve ekonominin baskısı altında, anaakım medya çevriminin dışında başka pratikler filizlenmeye başlamıştır. Özellikle 2013 yılındaki Gezi Parkı Protestoları yaşanırken anaakım medyada topluma yansıtılmayan haberleri geniş kitlelere ulaştırabilmek için "muhalif medya" örnekleri kendilerini daha görünür hale getirmişlerdir. Bu örneklerden biri de Halk TV'dir. Bu çalışmada alternatif televizyon yayıncılığı açısından Halk TV'nin 'muhalif medya' kavramı çerçevesinden baktığımızda "Halk için haber" ibaresini hangi çizgide sürdürebildiği ve konvansiyonel medya anlayışına nasıl bir alternatif sunabildiği ele alınmıştır. Çalışma için gerekli veriler Halk TV çalışanlarıyla derinlemesine görüşmeler yapılarak ve televizyon yayınlarının analiz edilmesiyle elde edilmiştir. Bu çalışma ile elde edilen bulgular sonucunda alternatif medya kavram ve teorilerine Halk TV üzerinden bir katkı yapmak amaçlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Alternatif Medya, Alternatif Televizyon, Muhalif Medya, Halk TV

A DISSIDENT MEDIA PRACTICE: THE CASE OF "HALK TV"

ABSTRACT

The main reason in the emergence of television is showing the distant lands. But after the invention of artificial function of time it has gained in political and commercial terms. Today's dominant media of a few large companies around the non-profit sector is concentrated in the publishing, development of alternative media have tried to break the existing hierarchical structure, is of paramount importance to ensure democratic participation. In Turkey, under pressure from the neo-liberal politics and the economy, another practice outside of the mainstream media cycle it has begun to sprout. Especially in 2013 Gezi Park Protests taking place in society are not reflected in the mainstream media news to reach a wide audience; "dissident media" have made themselves more visible examples. One such example is the Halk TV. In this study, alternative television broadcasting in terms of Halk TV's "dissident media", when we look at the concept framework "news for the public", which can be maintained in the lines and phrases are discussed how they can offer an alternative approach to conventional media. Making in-depth interviews with Halk TV employees required data for the study were obtained by analyzing and television broadcasts. The findings of this study with the results obtained with the alternative media concepts and theories Halk TV is intended to make a contribution through.

Keywords: Alternative Media, Alternative Television, Dissident Media, Halk TV

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ..... I

ÖZET..... II

ABSTRACT..... III

İÇİNDEKİLER..... IV

ŞEKİLLER VE TABLOLAR..... V

KISALTMALAR..... VI

GİRİŞ..... **1**

1. ALTERNATİF MEDYA KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ..... **3**

1.1 Medyanın Yapısı ve Gelişimi..... 3

1.2 Alternatif Medya..... 12

1.3 Anaakım Medyaya Alternatif Olarak Alternatif Medya..... 23

1.4 Alternatif Televizyonun Tarihsel Bağlamı..... 29

2. HALK TV..... **35**

2.1 Halk TV'nin Kuruluş Süreci..... 35

2.2 Halk TV'nin Ticari Girişimlere Mesafesi ve Alternatiflik..... 36

2.3 Muhalif Bir Kimlik Olarak Halk TV..... 39

3. ALTERNATİF BİR TELEVİZYON ÖRNEĞİ OLARAK HALK TV..... **42**

3.1 Araştırmanın Amacı..... 42

3.2 Araştırmanın Metodolojisi..... 42

3.3 Örneklem..... 43

3.4 Araştırma Soruları..... 44

3.5 Araştırmanın Değerlendirilmesi..... 46

4. SONUÇ..... **68**

KAYNAKLAR..... 74

EKLER…… 84

ÖZGEÇMİŞ……..…… 86

ŞEKİLLER VE TABLOLAR LİSTESİ

Şekil 1: TV Kanallarının Gezi Parkına Ayırdıkları Süre (31 Mayıs – 04 Haziran 2013) .. 29

Şekil 2: Halk TV'nin Resmi Twitter Profil Sayfası Görünümü……..54

Şekil 3: Halk TV'nin Resmi Facebook Profil Sayfası Görünümü…..……..55

Şekil 4: Halk TV'nin Resmi Internet Sayfası Görünümü.…..……..56

Tablo 1: Araştırma Kapsamında Görüşülen Kişilerin Listesi……..52

KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AKP: Adalet ve Kalkınma Partisi

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

CRT: Cathode Ray Tube (Katot Işını Tüpü)

HDP: Halkların Demokratik Partisi

KJ: Karakter Jeneratörü

MEGEP: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi

MYK: Mesleki Yeterlilik Kurumu

NWICO: New World Information and Communication Order (Yeni Dünya Bilgi ve İletişim Düzeni)

ODTÜ: Orta Doğu Teknik Üniversitesi

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TV: Televizyon

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)

GİRİŞ

Küreselleşme süreci içerisinde çoğu alanda olduğu gibi medya ekonomisinde de gelişmelerin yaşandığı günümüzde medyada sahiplik yapısı değişmiş, yoğunlaşmalar ve tekelleşmeler artmış, medya artık finansal yapı ve işleyişi açısından dönüşüm geçirmiş ve farklılaşmıştır. Özellikle 80'lerden sonra tüm dünyada gelişen reklam endüstrisi seçkin, bireyci girişimcilerin, bütün dünyayı işgal eden gazeteleri, pembe dizileri, yarışma programlarını, uydu yayınlarını becerikli bir biçimde kullanması sayesinde dünyayı tek bir imge pazarına dönüştürmüş, cilalı ürünlerin satılması için beyinlerin standartlaşmasını, iğfale uygun hale gelmesini sağlamıştır (Mattelart, 1995). Sermaye sahiplerinin medyanın gücünü fark etmeleriyle, iktidar güçleri ile olan ilişkilerini kuvvetlendirmek maksadıyla medya sektörüne yönelmesi teksesli ve ötekinin sesini duymayan/sesi olmayan bir medya yapısının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Ancak insanlar kendileri için oluşturulmuş bu meta dünyasında iktidar ve güç baskılarını adeta içinden çıkılmaz bir biçimde hissetmeye başlayınca kendilerini ifade edecek başka alanlar aramaya başlamışlardır.

Medya sektöründe yaşanan tekseslilikten biraz olsun uzaklaşmak, çoksesli bir medya yapısının oluşumuna katkıda bulunmak için son yıllarda *alternatif medya* oluşumlarını üzerinde durulmakta; yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle alternatif medya için farklı mecralar ortaya çıkmaktadır. Özellikle Internet'in hızla yayılması alternatif medya için olumlu bir katkı sağlamıştır ancak erişim kolaylığı ve maliyet etkinliği açısından *alternatif televizyon* daha tercih edilir görünmektedir.

Geleneksel medya kanalları ekonomik kaygıları nedeniyle iktidar güçlerinin denetiminde bulunmaktadır. Bunun sonucu olarak da oluşan teksesli/tekyönlü ve anti-demokratik medya ortamında alternatif medya kanallarının "doğru" ve "gerçek" olanı yansıtarak kamuoyunu bilgilendirmesi ve iktidar güçlerinin yansıtılmasını istemedikleri görüşlerin üzerine çektikleri perdeyi kaldırmaları, demokrasi açısından oldukça önemlidir.

Günümüzdeki medya yapısının giderek informel medya yapısına dönüşmesi ve toplumsal yaşamın iktidar tarafından gözetim altında tutulması, 'ötekileştirilmiş' muhaliflerin giderek toplumdan koparılması, iktidarın kara-ütopyasının yaşama geçirilmesini olanaklı kılmaktadır (Çoban, 2008: 137).

Medya aslında bir ölçüde günümüzün vakanüvisi gibidir, tarih yazıcısı olarak egemen medya resmi tarihin tekrarı iken, alternatif medya bu tarihe karşı aşağıdakilerin, ötekilerin,

ezilenlerin tarihini yazar. "Bugüne kadarki tüm toplum tarihi, sınıf mücadeleleri tarihidir" (Marx ve Engels, 2015:8). Medya kültürel ve toplumsal alanda yönlendirici bir ideolojik yapıyı gerçekleştirerek sürekli olarak toplumdaki sınıf çelişkilerini perdeler ve yaşam biçimi, tüketim gibi kategoriler vasıtasıyla bu ideoloji çerçevesinde bir anlamlandırma yaratır (Güzel, 2007:186). İşte alternatif medya (ve bu bağlamda ulaşılabilirliği bakımından yaygın olduğu için *alternatif televizyon*), anaakım medyanın perdelediği ve tam da Marx ve Engels'in altını çizdiği sınıf mücadelesini gözler önüne sermek konusunda uğraş vermektedir.

Bu çalışmanın amacı *alternatif/muhalif medya* ve *alternatif televizyon* kavramlarını tarihsel süreci içerisinde değerlendirerek bu bağlamda Halk TV'nin muhalif bir alternatif televizyon örneği olarak konvansiyonel medyaya nasıl bir alternatif oluşturabildiğini ele alarak değerlendirmek ve elde edilen bulgular sonucunda alternatif medya kavram ve teorilerine Halk TV üzerinden bir katkı yapmaktır. Bu çerçevede çalışmanın teori bölümünde anaakım medya, alternatif medya, muhalif medya ve alternatif televizyon konuları ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Araştırma bölümünde ise Halk TV çalışanları ile yapılan derinlemesine görüşmelerin analizi ve Halk TV Ana Haber Bülteni'nin içerik analizi yöntemlerinden faydalanılmış, elde edilen bilgiler ışığında Halk TV'nin muhalif medya çizgisine ne kadar yakın durabildiği tartışılmıştır.

Çalışmanın sınırlılıklarını ise şu şekilde sıralayabiliriz: Çalışmada alternatif medya kanalları yalnızca televizyon üzerinden incelenecek ve diğer kitle iletişim mecraları araştırmanın kapsamı dışında tutulacaktır. Bu sebeple alternatif gazete, dergi, radyo kanalları ve internet sitelerinden söz edilmeyecektir. Televizyon üzerinden yayın yapan alternatif medya kanallarından ise yalnızca Halk TV incelenerek çalışma sınırlandırılacaktır.

1. ALTERNATİF MEDYA KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

1.1 Medyanın Yapısı ve Gelişimi

Günümüz medya dünyasını anlamak için medyanın tarihsel gelişiminde kısa bir yolculuk gereklidir, bu yolculukta göreceğiniz en net mesele, iktidar sahiplerinin medya üzerindeki hegemonyaları olacaktır. Ancak, medya dünyası iktidarların kendi denetimlerine alıp kapatabilecekleri bir yapılanıma sahip değildir. Tüm diğer toplumsal alanlar gibi boşlukları ve çatlakları ile alternatif alanların yaratıldığı, tarihin tersinden okunduğu ve tüm yaşamın farklı bir biçimde tahayyül edilebildiği bir alandır.

Anaakım medya, tek merkezden yayılan geleneksel kitle iletişim modeliyle egemen söylemi tekrar tekrar üretir ve standartlaştırılmış, homojenleştirilmiş hedef kitlelere aktarır (Yüksek, 2015:53). Bu anlamda, anaakım medya her ne kadar kendisini çok sesli olarak gösterse ve demokratik bir işleyişe sahip olduğunu iddia etse de tektipleştirici, otoriteryan bir ideolojik yaklaşımla hareket etmektedir.

Demokrasi kavramı iyi bir toplum için olan dilek ve isteklerimizi içeren çağrışımcı bir retoriğe sahiptir (Dahlgren, 1997:3). Çok seslilik olmaksızın demokrasiden bahsetmek mümkün değildir; çok seslilik olabilmesi için gereken en önemli araç ise dördüncü kuvvet (yasama, yürütme ve yargıdan sonra) olarak da tanımlanan medyadır. John Keane'in (1992) vurguladığı gibi liberal düşünürler, basın özgürlüğünü bir negatif özgürlük olarak tanımlamışlardır. Devletin müdahale etmediği yerde, basın kendiliğinden "özgür" bir ortam içinde olacak ve -sonradan eklenen misyonu ile- dördüncü kuvvet olarak demokrasiyi tamamlayacak, çoğulcu bir münazara ortamını sağlayacak ve nihayetinde de hükümeti denetleyip uygulamalarından seçmeni haberdar edecektir.

David Held'in (1993:13) de belirttiği gibi özellikle son on yılı itibariyle 20. yüzyıl liberal demokrasinin mutlak egemen yönetim biçimi olarak kurumsallaştığı bir asır olmuştur. Hiç şüphesiz bu egemenlik, diğer tüm ekonomik, kültürel ve toplumsal kurumlar gibi medyayı da etkilemiş ve geleneksel medya büyük oranda liberal demokrasinin oluşturduğu modern yönetim atmosferi içerisinde şekillenmiştir.

Enformasyonun halka ulaştırılması aynı zamanda bir kamu hizmetidir. Kamu Hizmeti Yayıncılığı (KHY) Avrupa'da doğmuştur. KHY devletin kültürel görüşlerini topluma yayma amacıyla yayıncılığın başlamasından bu yana kullanılan bir pratiktir. Bu pratik

günümüzde toplumu şekillendirme ve onu siyasi ve kültürel anlamda biçimlendirmede ve yönlendirmede etkili olarak kullanılmaktadır. Kamu Hizmeti Yayıncılığı Erol Mutlu'nun söylemiyle: "Eğitim, bilgi ve kültür şırınga ederek memleketin halkını –modern ulus-devletin model bireyi olan- bilgili, eğitimli, kültürlü, bilinçli vatandaş haline getirmek" görevini üstlenmiş yayıncılık biçimidir (Mutlu, 2001:27). Bir kamu hizmeti de ne devletin despotik yönetiminin etkisinde, ne de bir pazar haline gelen medyanın patronlarının etkisinde olmalıdır. Medya bir kamu hizmeti olarak, farklı yaşam biçimlerini, beğenileri ve görüşleri insanlara ulaştırmalıdır (Keane, 1992:117).

İlk olarak gazete endüstrisi, okumaya ve haber almaya hevesli orta sınıf, emekçi okuyucularına politik görüşleri ve şahsi bakış açıları arasında bir ayrım yapmaksızın, geniş bir yelpazeden itap etmeye çalışmıştır ancak bu durum gazetenin işlevini ciddi politik tartışmaların yürütüldüğü kamusal bir platformdan, ağırlıklı olarak kültürel enformasyon içeren bir eğlence alanına dönüştürmüştür (Bullock vd., 2003:14). Yeterli bilgi altyapısına ulaşmamış okuyucuya erişebilmek için haber içeriği farklılaşmış, bunun bir sonucu olarak da enformasyon endüstrisi tüketim toplumuna çanak tutan eğlence endüstrisi ile aynı ekseni izler bir hale gelmiştir. Ucuz gazetelerle birlikte artık sokaktaki insan habere konu olurken, polis-adliye haberleri de aynı süreç içinde yaygınlık kazanmıştır. 1830'lara kadar siyasal partilere ve ticaretle uğraşanlara servis veren günlük gazeteler "bu dönüşüm sonrasında ürünlerini genel bir okuyucu kitlesine ve bu okuyucu kitlesini de reklamcılara satmaya" (Schudson, 1978: 25) başlamışlardır.

Globalleşen medya ortamında kendilerini temsil edileceği bir mecra bulamayan toplum kesimleri, kendi kendilerinin sesi olabilmek için anaakım medyaya karşıt medyalar yaratmaya, başka bir deyişle alternatif medyalar geliştirmeye başlamışlardır.

Başlangıç yıllarında gerek radyo gerekse de televizyon, üçüncü dünya ülkeleri için uluslararası düzendeki eşitsizlikleri aşmanın bir aracı olarak görüldüyseler de (Pendakur, 1991:239), kısa süre içinde söz konusu eşitsizliklerin idame ettirilebilmelerini sağlayan en önemli araçlar oldukları anlaşılmıştır.

Bourdieu'nun (1994) da belirttiği gibi, kültürel donanım açısından dezavantajlı konumda olanların ekonomik ve siyasal sorunlar hakkında söz söyleme hakları yoktur, dahası, söz söyleyebilmek için gereken donanımlarının olmaması onların tabi konumlarını pekiştirirken kendi yaşamları hakkında konuşmalarına olanak tanımamaktadır. Onların

yaşamları ve sorunları hakkında ancak iktidar konumundaki seçkinler konuşabilirler, onların sorunlarını onların yerine düşünüp tanımlar ve çözüm önerileri üretirler. Bu haliyle anaakım medya, sesi duyulmayanı daha da sessizleştirirken, eşitsiz iktidar ilişkilerini yeniden üretmektedir.

Anaakım medyanın hegemonyanın sözcülüğünü yapıyor olması, 20. yy.'ın başlarından itibaren ezilen halkların rejimin baskısına karşı seslerini duyurabilmek için yeni teknikler/teknolojiler geliştirerek yeni mecralar aramalarına, yeni çıkış yolları bulmaya çalışmalarına sebep olmuştur. Bu bağlamda, farklı iletişim teknolojilerinin kapitalist modernite üzerinde nasıl derin bir etki yarattığı ve medyanın insan deneyimini, meta kültürünü, kent mekânını ve politikayı nasıl şekillendirdiği hakkında eleştirel analizleri Walter Benjamin'in çalışmaları temelinde yapılabilir (Kang, 2015:32). Bu anlamda, farklı iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve 1970'lerdeki post-fordizm dönemi ile birlikte kapitalizm yeniden yapılanmış; ekonomik boyutu daha geniş bir toplumsal, kültürel ve ideolojik boyuta taşınmıştır. Post-fordist yaklaşıma göre bu yeni zamanın sanayi odakları, enformasyon teknolojileri ve mikro elektroniğe dayalı üretimdir. Bu dönem ile birlikte iş gücü geleneksel imalat sektöründen hizmet sektörüne doğru kaymış, beyaz ve mavi yakalı, vasıflı ve vasıfsız arasındaki geleneksel ayrım çizgileri ortadan kalkmaya başlamıştır. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte de üretimin mekânsal örgütlenmesi değişmiş, farklı mecralara taşınmaya başlamıştır (Timisi, 2003:104).

Değişen ve gelişen, teknikten teknolojiye evrilen üretim ile birlikte kendisini de yeniden inşa etmeye başlayan emek toplumu kendisini hegemonyanın baskısı olmadan ifade edebileceği, sesini kendisi ile aynı düşüncelere sahip diğer emekçilere ulaştırabileceği yeni mecralar, alternatifler aramaya başlamıştır. Tıpkı başlangıcı antikçağa kadar uzanan romanın çiçek açması için gereken koşulları gelişmekte olan orta sınıfta bulması gibi (Kang, 2015:44), alternatif medya da gelişmek ve genişlemek için ihtiyacı olan gücü orta sınıftan almıştır. Bu bağlamda ele alındığında, karşı hegemonya pratiklerini hayata geçirmek amacıyla medyayı yeniden tasarlamak mümkündür (Kang, 2015:68).

Alternatif medya çalışmalarının ve kuramlarının dünyada tanınmış önemli isimlerinden John Downing, *alternatif medya*yı "egemen görüşlere, politikalara ve takaddüme alternatif bir bakış açısı getiren radikal bir medya" olarak tanımlamaktadır (Downing vd., 2001:V). Downing'e göre de radikal medya mutlaka katılımcı medya olmak zorunda değildir.

Downing, hegemonyayla mücadele etmede bazen profesyonel örgütlenmelerin önem arz ettiğine dikkat çekiyor: "*Bazı örgütlü liderlik biçimleri, sermayenin ideolojik hegemonyasıyla mücadelelerin koordinasyonu ve güvenilir alternatif programlar ve bakış açılarının ortaya koyulması için elzemdir*" (Downing vd., 2001:15). Tim O'Sullivan da katılımcı etkileşim yerine daha çok politik projelere dönük bir alternatif medya tanımı verir. O'Sullivan alternatif medyayı, "tamamının toplumda değişimi ya da en azından geleneksel değerlerin eleştirel bir yeniden değerlendirmesini savunuyor olmaları cihetiyle, müesses ve kurumsal siyaseti alenen reddeden ya da ona meydan okuyan medya iletişim formları" olarak tanımlar (O'Sullivan, 1994:10).

Enformasyon tarih boyunca, devlet iktidarı tarafından dikkatli bir şekilde toplanmış ve biriktirilmiştir (Başaran, 2007:470). Bu toplama ve biriktirme sürecinde bir yandan stratejik amaçlar, diğer yandan ise enformasyon akışı ile malların ticareti arasında kopmaz bir bağ olduğu algısı oluşturulmaya çalışılmaktadır. Kolektif davranış görüşüne göre, medya, kamusal algıları, fikirleri ve duyguları yönetme ve şekillendirme gücüne sahiptir (Lievrouw, 2016:157). Walter Benjamin'in fotoğraf için yaptığı tespitte olduğu gibi günümüz teknolojisi ile üretilen tüm enformasyon yapay olarak yeniden kurgulanmış bir nesneye dönüşmüştür; teknoloji kavramı algının yapay olarak düzenlenmesine işaret ettiği sürece, bir bakıma tüm medya deneyimleri teknolojik hale gelir (Kang, 2015:112). Devlet iktidarının yapay olarak kurguladığı enformasyonu kendi gerçekliği ile bağdaştıramayan izleyici/okuyucu da kurgulanmamış kendi gerçeklerini görünür kılabilmek için medyasını yaratma, başka bir medya arama yoluna gitmiştir. Başlangıçta gelişmiş bilgi ve iletişim teknolojilerinin ortaya çıkardığı olanaklardan tam anlamıyla yararlanılamasa da zaman içerisinde daha etkin ve katılımcı bir medya ortamı oluşmaya başlamıştır.

Katılımcı demokrasi, Atina'daki doğrudan demokrasinin daha ideal hale getirilmiş bir görünümüne kadar geri giderken (Blackwell, 2003:39), diğer kavramsallaştırmalar liberal demokratik sistemin temsili karakterini farklı derecelerdeki kapsayıcı katılımcı araçlarla uzlaştırmaya çalışır. Doğrudan demokrasi, daha katılımcı modellerin aksine karar alma mekanizmasının referandum gibi bireysel görüşlerin birleştirilmesi fikri üzerine inşa edildiği, katılımcı demokrasinin daha birey esaslı bir biçimidir.

Medyaya erişimin artması katılımın da aynı oranda arttığı ya da erişim ile katılımın aynı şey olduğu yönünde yanlış bir algı oluşmasına sebep olmaktadır. UNESCO'nun NWICO

toplantılarında erişim ve katılım arasındaki farkların net tanımları açıklanmıştır. Erişim, "amaca uygun program seçmeye yönelik imkânlara ulaşılabilirliği ve bu programlar ile ilgili geri bildirimde bulunmaya yarayacak araçlara sahip olmak" olarak tanımlanırken; katılım, "medya yapım ve yaratım sürecinde ve iletişim sistemlerinin yönetim, karar alma ve planlama aşamalarının içerisinde bulunmak" olarak tanımlanmıştır (Servaes, 1999:85). F.J. Berrigan (1979:18) da UNESCO'nun 1977 yılında Belgrad'da yapılan Hükümetlerarası Çevre Eğitimi Konferansı (Intergovermental Conference on Environmental Education)'na atıfta bulunarak, erişimi, "topluluk tarafından amaca uygun görülen enformasyonu, eğlendirici ya da eğitici içeriği elde etmek ve bu içerik ile ilgili geri geri bildirimde bulunmak için gerekli araçlara sahip olmak" olarak tanımlamıştır.

Pateman (1970:71)'ın izinde katılımı açıklayacak olursak, "bireylerin karar alma sürecinin sonucunu etkileme ya da belirleme konusunda belli bir güce sahip olduğu aşama" olarak tanımlayabiliriz. Pateman (1970:70-71) *kısmi katılımı*, karar alma aşamasındaki birden fazla tarafın birbirini etkilediği ancak nihai kararı almak için gücün tek bir tarafta bulunduğu süreç, olarak tanımlarken; *tam katılımı,* karar alma sürecinde yer alan her bir bireyin nihai kararı belirlemek için eşit güce sahip olduğu süreç, olarak tanımlamıştır.

Medya teknolojilerindeki gelişmeler daha geniş bir demokratikleşmeye ya da halkın katılımına olanak sağlıyor gibi görünse de, gücün/iktidarın artan görünürlüğü karşısında kamu görüşünün şeffaflıkla temsil edilmesi konusundaki sorunsalı da beraberinde getirmiştir (Kang, 2015:135). Gücün görünürlüğündeki artışın tek başına etkisi üzerine Benjamin (Kang, 2015:136), zaman zaman aleniyet ve erişilebilirlikteki büyümeyle bile daha geniş bir demokratikleşmenin garantilemediğini; aleniyet ve erişilebilirliğin, hegemonyanın temsilini giderek daha baskın hale getirdiğinden ve nihayetinde de temsili demokrasinin temellerinin önemli ölçüde zayıfladığından endişe ettiğini belirtir.

Matbaanın diğer devletlere göre daha geç bir tarihte faaliyete geçmesi bugün bildiğimiz anlamda bir yazılı basının oluşma sürecini de geciktirmiş olsa da, Türkiye özeline gelindiğinde medya konusundaki gelişmeler ve arayışlar dünya ile paralel şekilde ilerlemiştir. Atatürk, Cumhuriyet rejiminin yerleşmesinde basının rolüne değinerek, şunları söylemiştir:

> *"Arkadaşlar, Türk basını, milletin gerçek seda ve iradesinin kendini belirtmesi şekli olarak Cumhuriyet'in çevresinde çelikten bir kale vücuda getirmelidir, bir fikir*

kalesi, bir zihniyet kalesi... Basın mensuplarından bunu istemek, Cumhuriyet'in hakkıdır. Bütün milletin samimi bir birlik ve dayanışma içinde bulunması bir zarurettir. Mücadele bitmemiştir. Gerçekleri milletin kulağına ve vicdanına gereği gibi ulaştırmakta basının görevi çok önemlidir..."

Atatürk'ün bu çağrısına rağmen, İstanbul basını Cumhuriyet karşıtı yayınlarına devam etmiştir (MEGEP, 2008:37). Türkiye'de anaakım medyanın kurumsallaşması Osmanlı döneminde muhalif olan (İttihat ve Terakki hareketi) geleneğin üzerine temellenmektedir. Ulus-devletin kuruluş süreci aynı zamanda yurttaşların devlete bağlanmasını sağlayacak ideolojik aygıt olarak medyanın inşasını da içermektedir.

Alternatif medyanın Türkiye'deki tarihsel sürecini başlangıcı muhalif bir basın geleneğinden II. Meşrutiyet dönemi (1908-1920) itibariyle başladığı söylenebilir (Topuz, 2012:394). Muhalif medya girişimlerinin her dönemde var olduğunu söylememiz mümkündür ancak hâkim iktidarın egemen söylemlerine karşı çıkan medya girişimleri bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de bastırılmaya çalışılmışlardır (Tuğla, 2014:310).

Cumhuriyet sonrası Türkiye'sinde işçi sınıfı hareketi, azınlıklar ve kadınlar başta olmak üzere anaakım ideolojiyle bir türlü kaynaşamayan "öteki"ler ayrıcalıklılara karşı verdikleri mücadelelerine devam etmişlerdir (Çoban ve Ataman, 2015:20). "Kültürel eylemlilik dünyayı okuma-yazma biçimidir" (Yücesan Özdemir, 2016). Ötekiler de dünyayı okuyup-yazabilmek ve anlamlandırabilmek için her seferinde kendilerini tamamlayarak büyüten kendini keşfetme, inşa etme ve ifade etme çabası içine girmişlerdir (Çoban ve Ataman, 2015:20).

1930'lu yılların Türkiye'sinde basın tarihi açısından en önemli olay, 1931 yılında Matbuat Kanunu'nun (Basın Yasası) kabul edilmesi olmuştur. Meclis'te uzun tartışmalardan sonra kabul edilen kanunun en önemli maddesi 50. maddedir: "Memleketin genel siyasetine dokunacak yayınlardan dolayı Bakanlar Kurulu kararıyla gazete ve dergiler geçici olarak kapatılabilir. Bu şekilde kapatılan bir gazetenin sorumluları, kapatılma süresince başka bir adla gazete çıkaramazlar." (TBMM, 1931:375). Devlet eliyle yasalara dayandırılarak sınırlandırılan medyanın gücü o dönemde de hissedildiği için "Padişahlık ve hilafetçiliği, komünistlik ve anarşistliği kışkırtıcı yayınlar" da aynı dönemde yasaklanmıştır. Dolayısıyla muhalif seslerin bastırılması kanun hükmüne bağlanmıştır.

22 Kasım 1940 tarihinde bazı illerde bir ay geçerli olmak üzere sıkıyönetim ilan edilmiştir. Daha sonra üçer aylık dönemler halinde uzatılarak 1947 yılının sonlarına kadar yedi yıl süren sıkıyönetim döneminde basın özgürlüğü kısıtlanmıştır. Hükümete sınırsız yetki veren sıkıyönetim uygulamasından sonra gazeteler sık sık uzun ya da kısa süreli olarak kapatılmıştır. Gazeteciler sürekli baskı altında tutulmuş, yazı yazmaları engellenmiştir (MEGEP, 2008:44).

1950 yılına gelindiğinde seçimle iktidara gelen Demokrat Parti, basın özgürlüğünü sağlamayı da programına aldığı için basından geniş destek görmüştür. 15 Temmuz 1950'de yeni Basın Kanunu kabul edilmiştir. Bu kanun, hükümetin basın üzerindeki denetimini büyük oranda kaldıran liberal bir kanun olarak o dönemin gazetecileri tarafından kabul görmüştür. Yasa, gazete ve dergi çıkarmak için hükümetten ön izin ve ruhsat alınması zorunluluğunu kaldırmış, cevap hakkını yeniden düzenlemiş ve bu konuda mahkemelere bazı yetkiler vermiştir. Gazete sahipleri cezai sorumluluklarından kurtarılarak, suç sayılan bir yazıdan yazar ve yazı işleri müdürü sorumlu tutulmuştur. Bu yıllar Türkiye'de basının mutlu dönemidir; kovuşturmaya uğrayan, tutuklanan gazeteci olmamıştır. Ancak basınla hükümet arasındaki "balayı" olarak nitelendirilen dönem, Kore Savaşı ve ekonomide artan bunalımların etkisiyle kısa sürede sona ermiştir. '50'li yıllar da yine hegemonyanın sıkı denetim ve baskısıyla devam etmiştir.

1961 yılı ise Türkiye basın tarihi açısından önemli bir gelişmeye sahne olmuş; gazetecilere bazı haklar sağlayan kanunların kabul edilmesi üzerine durumdan rahatsız olan gazete patronları, bu kanunları protesto etmek için 10 Ocak 1961'de yayınladıkları ortak bir bildiriyle üç gün gazete çıkarmayacaklarını ilan etmişlerdir. Yeni haklarına kavuşan gazeteciler de bu duruma tepki olarak patronlarının davranışını protesto etmek için ortak bir "Basın" gazetesi çıkarmaya karar vermişlerdir ve üç gün süreyle bu gazeteyi yayınlamışlardır. Gazetenin birinci sayısının başyazısı şu şekildedir:

> *"Temel hak ve hürriyetlerimizin gerçekten kısıtlandığı, yalnız basının değil bütün memleketin gerçekten eşi görülmemiş bir tehlikenin içine sokulduğu günlerde bile gazetelerini kapatmayan ve protesto yoluna gitmeyen gazete sahiplerinin, şimdi bir ilan kurumu için yaptıkları bu hareket, basın tarihimizde herhalde şerefli bir yer kaplamayacaktır. Gazete çıkarmak çorap fabrikası işletmeye benzemez. Basın bir kamu hizmetidir."* (MEGEP, 2008:58).

"Basın" gazetesi sadece üç günlüğüne de olsa anaakıma alternatif olarak bir alternatif enformasyon kaynağı olmuştur.

1970'li yıllar ile birlikte artık televizyonun da yaygınlaşmaya başlamasıyla Türkiye'de *medya*dan bahsedilmeye başlanmıştır. Ancak bu dönemde de gerek kanunlarla, gerek ekonomik yaptırımlarla ve baskılarla muhalif sesler, ötekinin sesi olmaya çalışanlar susturulmuştur. Hegemonya tarafından bu kadar çok baskı uygulanan bir muhalefetin de kendisine bir çıkış yolu arayacağı aşikârdır.

Turgut Özal'ın cumhurbaşkanı olduğu dönem (31 Ekim 1989) ile birlikte oligopolleşmeye başlayan ve 2000'li yılların ortalarında el değiştirerek devlet aygıtına eklemlenen medyanın kamuyu objektif bir şekilde bilgilendirme görevini yerine getirememeye başlaması, yeni medya kanallarının sorunlar hakkında tartışmak ve haberleşmek için kullanılmasının önünü açmıştır (Irak, 2015:85). Zaten özet şeklinde de olsa değindiğimiz cumhuriyet sonrası Türkiye basın tarihinde muhalif sesler bir şekilde bastırılmış, muhalefet cezasız bırakılmamıştır. İktidar sahiplerinin oldukça sert önlemlerle muhalif sesleri bastırmak için gösterdiği çaba aslında hegemonyanın da medyanın kamuyu objektif şekilde bilgilendirmediğinin farkında olduğunun bir göstergesi sayılabilir.

Türkiye'de anaakım medyaya ekonomik açıdan bakıldığında, holdinglerin enformasyon üretim araçlarının neredeyse tamamının mülkiyetlerini ellerinde bulundurduğu net olarak göze çarpmaktadır (Furman, 2015:199). Büyük sermayeli holdinglerin medya sektörüne girmeleri nicel olarak sektörde bir çeşitlilik yaratmıştır ancak tekelleşme ve medya-siyaset (siyasi iktidar) arasındaki ilişkilerin etkisiyle medya gittikçe eşitsizleşen bir yapı oluşturmuş ve toplumdaki din, dil, ırk ve cinsiyet açısından farklı kimliklere sahip kesimlerin sesi olmaktan uzaklaşmıştır (Taylan, 2012:182).

Genelde alternatif medya, özelde ise televizyonun aktarılmaya çalışılan kavramlar çerçevesinde kendi kimliğini yaratma süreci aynı zamanda bu kavramları saran ve onlar etrafında var olan ideolojik, siyasal ve toplumsal yapılara karşı bir mücadelenin de tarihi ile paralel bir yol izlemektedir. Bu mücadele esnasında en belirgin şekilde ve doğrudan hedef alınanlar ise kendilerine alternatif olunmaya çalışılan geleneksel/anaakım medyadır.

Günümüzde anaakım medya konsorsiyumuna dâhil olan televizyon kanalları ve gazeteler, yandaşı oldukları sermaye gruplarının çıkarları doğrultusunda enformasyon üreten, kâr odaklı faaliyetler gösteren ve reklam pastasından büyük bir dilim almak isteyen işletmelere

dönüşmüşlerdir. Paranın bu kadar yüksek hacimde işlem gördüğü bir ortamda da artık ilkeli olmak diye bir şeyden söz etmek mümkün değildir; büyük medya kuruluşlarının pruvası artık para olmuştur. "Ticari kaygılarından bağımsız bir şekilde var olamayan bir medyada basın özgürlüğünden söz etmek zordur" (Furman, 2015:202).

Anaakım yaygın medya artık önde gelen ekonomik ve baskın siyasal güçlerin bir eklentisi halini almış durumdadır (Taylan, 2015:293). Ana akım medya, bir yandan siyasi iktidar ve piyasa güçleriyle etkileşim içinde olurken bir yandan da kendisi bir pazara dönüşmüştür; medya bu yapısıyla yurttaşlara demokratik süreçler doğrultusunda güç kazandırmaktan giderek uzaklaşmıştır. Anaakım medyanın, sermaye sahiplerinin elinde, egemen burjuva değerlerini yeniden üreten ve toplumun diğer kesimlerini görmezden gelen, herkesi stereotipleştiren diline karşılık, alternatif medya toplumda ötekileştirilen grupların haberin öznesi konumuna gelmelerine imkân tanıyarak anaakımdan farklı bir dil inşa etmektedir (Özgün ve Şener, 2015:190). Alternatif medya aynı zamanda sessizlik sarmalına mahkûm edilmiş bu grupların kendi kimliklerini kendi simgeleriyle yeniden kodlama, kendi sesini kazanarak öz hikayesinin anlatıcısı olma şansı ve kendi topluluğunun ve kültürünün yeniden inşası fırsatını sunmaktadır (Rodriguez, 1996:64).

Her birey toplum içerisinde etkileşimde bulunmak ister; hayat mücadelesine devam edebilmek, kendisini daha iyi standartlara ulaştırabilmek ya da çevresini güzelleştirebilmek için mevcut duruma karşı bir fikir üretmek, fikrini de görüş olarak bildirmek ister. Bu görüşünü paylaşabileceği en kapsamlı alan medyadır. Medyada da gerçek anlamda herkesin görebileceği şekilde var olmanın yolu *beyaz cam*dan yani televizyondan geçmektedir. İktidar kuşatması altındaki televizyon yayıncılığı ortamında görüş bildirme pratiği ancak bağımsız ya da alternatif/muhalif televizyon kanalları ile yapılabilmektedir. Türkiye'de 1 Kasım 2015'te yapılan genel seçimin sonucunda ortaya çıkan tablo ve sonrasında şiddetini arttırarak devam eden baskı ile anaakımın içinde olamayan her şey ve herkes adeta ötekileş(tiril)miştir. Bunun sonucunda kendisini artık *öteki* olarak gören çok daha çeşitli ve geniş kitleler ortaya çıkmıştır. Araştırmamıza konu olan Halk TV, medya alanındaki bu öteki gruplardan "demokratik sol/sol" görüşe daha yakın bir çizgi sergilemektedir.

Anaakım medya çoğunlukla radikal ve muhalif düşünce ile fikirleri dışlamakta, hatta zaman zaman daha da ileriye giderek yok saymaktadır; gündeme getirdiğinde ise

hegemonyanın ideolojisi çerçevesinde ele alarak yansıtmaktadır (Sargın Can, 2015:253). Türkiye'nin medya tarihine bakıldığında iktidar yanlısı basın kuruluşları her zaman var olduğu görülür fakat bu kuruluşlar iktidar yanlısı olduklarını örtmek, en azından basın etiğine sadık kalmak ve takipçisine doğrudan iktidar yandaşıymış gibi gözükmemek için belli çabalar içerisinde bulunmuşlardır. Oysa bu çabaların artık yerini doğrudan hükümetin sesi olan, iktidar ne derse yapan algı merkezi olma çabası almış görünmektedir. Tüm bu aslında bir ölçüde hegemonyanın ideolojisini devam ettiren medya denizinin içerisinde Halk TV özgür bir medya adacığı olarak *öteki*lerin sesi olmaya çabası içerisindedir.

Var olan medya hegemonyası dışında ve bu hegemonyanın karşısında olan medya oluşumunu tanımlamak maksadıyla "alternatif medya", "radikal medya", "muhalif medya", "başka medya", "yerel medya", "yeni medya", "karşıt medya", "bağımsız medya", "topluluk medyası" gibi pek çok ifade kullanılmaktadır (Bilik Yıldırım, 2012:64). Araştırmanın devamında alternatif medyaya dair bu yaklaşımlar ayrı ayrı incelenecek; daha sonra araştırmanın odak noktası olan Halk TV ekseninde alternatif medyaya dair değerlendirmeler yapılacaktır.

1.2 Alternatif Medya

Alternatif Medyaya Genel Bir Bakış

Alternatif, Latince kökenli bir kelimedir. Kelimenin ilk kök hali *alter* (öteki/diğer) ya da *alterare* (öteki yapmak, diğerini yapmak)'dir. Alternatif sözcüğü isim olarak "çoğunlukla bir seçme imkânı sunmak maksadıyla diğerinden farklı olan şeyi, özellikle de alışılmış olandan farklı olan şeyi" ima etmek için kullanılırken, bazen de bu anlama yakın bir çerçevede "aralarından seçim yapılabilecek birden fazla öneri veya davranış" biçiminde de ifade edilebilmektedir. Alternatif sözcüğünün sıfat olarak kullanılmasında ise anlam olarak "seçim yapma olanağı sunan, bir tanesi seçildiğinde diğerini mecburi olarak dışarıda bırakmak zorunda kaldığımız iki durum, görüş veya davranış biçimi" ifadeleri ile karşılaşılmaktadır (Maingay, 1993:40). Böylelikle bir durum, süreç ya da olguyu alternatif olarak tanımladığımız andan itibaren, o durumu, prosesi ya da olguyu kendisinden önce gelen ile bir karşıtlık ilişkisi içerisinde konumlandırmış oluruz. Alternatif, kelime kökeni olarak "ötekini, bir başkasını, diğerini" işaret eden bir anlam barındırsa da, aynı zamanda

"iki oluşumdan diğerinin değişimini" de tanımlamaktadır. Bu anlamıyla ele alındığında alternatif, var olana karşı olan ve en ılımlı biçimlerinden en muhalif ve sert olanlarına kadar geniş bir yelpazeyi içeren yaklaşım çeşitliliğini de kendi içerisinde barındırmaktadır (Köksalan, 2010:19-21).

Alternatif medyalar en kısa tanımıyla, "egemen olmayan" ve kendilerini her çeşit iktidar bağlantısının uzağında konumlandıran medyalar olarak tanımlanmaktadır (Köse, 2007:252).

Alain Ambrosi (UNESCO, 1995:58)'ye göre, alternatif iletişim öncelikle ve özellikle, baskın olan düzene karşı bir harekettir.

İktidar çatısı altında birleşmiş anaakım medya kuruluşları kâr marjlarını artırmak ve reklam firmalarına okuyucu/izleyici kitlelerini pazarlamak politikası üzerine kurulmuşlardır. Şirket medyasının kârlılığı özel bir insan tipi yetiştirme becerisine bağlıdır. Reklam verenleri mutlu etmek için şirket medyası etkin şekilde bizleri, kendimizi kolektif, araştıran ve toplum yararını gözeten yurttaşlardan ziyade münferit, çıkarcı, gözü doymaz tüketiciler olarak görmemiz konusunda teşvik etmektedir (Uzelman, 2015:23). Hegemonik toplum yapısının devamlılığının korunmasından yanadırlar ve bu devamlılık medyadaki mülkiyet sahiplerinin mertebelerini korumalarına/daha da yükseltmelerine kolaylık sağlamaktadır. Oysa alternatif medya kurumlarının önceliği kârlılık değildir; okur/izleyicileri mülkiyet sahibinin ceplerini dolduracak müşteriler olarak görmezler. Toplumu yapılandıran hegemonyayı etkisiz hale getirmeye çalışır ve bunu kamu yararı için yaparlar. Alternatif medya, kanıksanmış toplum yaşantısını ve yaygın medya anlayışını farklı bir bakış açısıyla düzenlemek isteyen bir düşüncenin parçasıdır (Albert, 1997:3). Andrea Langlois'un (2015:50) aktardığı "Medya her yerde, enformasyon hiçbir yerde!" sloganından da anlaşılacağı gibi aslında alternatif medya doğru enformasyon ihtiyacından ortaya çıkmıştır denebilir.

Alternatif medya ile ilgili kuramsal çalışmalar için John Downing'in *Radikal Medya* (1984) adlı çalışması başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir (Haas, 2004:116).

Downing'in (1984:17) *Radikal Medya* adlı makalesinde alternatif medya terimi yerine toplumsal hareketlerle daha baskın olarak ilişkili olan "*radikal*" sıfatını uygun görmüştür. Downing alternatif medyayı "başkaldırı iletişimi" olarak da nitelemiştir ve ürettiği içerikle iktidarı eleştirirken üretim biçimiyle de rutin sistemin dışında kendine yer edindiğini

belirtmiştir. Bu haliyle alternatif medya yalnızca enformasyonun içeriğiyle değil, bu enformasyonun üretiliş biçimiyle de farklılık oluşturur (Yılmaz ve Ataman, 2015:144).

Susan Forde (2011:173-176) alternatif gazeteciliğin dört karakteristik özellik üzerinden tanımlanabileceğini belirtir; bunlar, katılıma yönlendirme, üretici-tüketici sınırlarını giriftleştirme, sesini duyuramayana ses ve öncelik verme ve anaakımı eleştirel bir gözle yorumlamaktır. Forde'ye göre alternatif medyanın temel bakış açısı haberleşme ve enformasyonu "meydan okumak, tahlil etmek ve hareketli hale getirmek için kullanmaktır."

Alternatif medyanın katılımı kolaylaştırma ile ilgili rolüne yakından baktığımızda ise karşımıza *medyaya katılım* ve *medya aracılığıyla katılım* şeklinde iki yaklaşım çıkmaktadır (Bailey vd. 2015:36). Medyaya katılım, amatörlerin medya üretim aşamalarına yani içeriğe dair katılımı ve medyada karar süreçlerine yani yapısal katılımı ile ilgilidir. Üretim ve karar aşamalarına katılan yurttaşlar iletişim haklarını daha etkin olarak kullanırlar ve haklarını etkin olarak kullanmaya başlayan yurttaşlar demokratik ve/veya sivil davranışı öğrenir ve içselleştirirler, böylelikle hem mikro hem de makro alanda katılım güçlenmiş olur. Verba ve Nie'nin (1987:3) "katılımcı bir yönetim, katılımcı bir topluma dayanıyor olabilir" deyişiyle konuya baktığımızda medyaya katılımın demokratikleşme süreçlerini geliştirme adına etkili bir yaklaşım olduğunu söyleyebiliriz. Medya aracılığıyla katılım ise kamuoyu tartışmalarına katılma ve kamusal alanda insanların kendilerini temsil etme imkânlarıyla ilgilidir. Gelişen teknoloji ve özellikle internet kullanımındaki artış, yurttaşların siyasal farklılıkların ve mücadelelerin kaçınılmaz olduğu (Kellner, 1992:57) varsayıldığında diyalog, tartışma ve müzakere süreçlerinin içerisinde bulunmaları anlamında kolaylık sağlamaktadır. Yeni medya ve bu medyanın çıktıları daha önce hiç olmadığı kadar fazla kullanıcı katılımını içermekte ve katılımı sağlamaktadır (Jenkins, 2006).

Alternatif medya, hem üretilmiş olan içeriğin hem de içerik üretiminin organize edilmesi ve örgütlenmesi açısından sadece üyelerinin katılımına olanak vermekle kalmaz aynı zamanda katılımı kolaylaştırır. Katılımın pratiğe yansıyan sonuçları, bireylerin medya içeriğinin yönetim, programlama, ilke belirleme ve karar alma eylemlerine müdahil olduğu daha geniş bir faaliyet alanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Prehn, 1992:259). Her ne kadar güç dengesizliğinin ortadan tamamen kalkmasını sağlayamayacak olsa da, alternatif

medya, topluluğa dâhil olan bireylerin hem medya içeriğini yaratma hem de örgütlenme aşamalarında karar alma süreçlerine katılımı yönünde teşvik eder (Bailey vd. 2015:41).

Toplumsal muhalefetin artış gösterdiği dönemlerde alternatif enformasyon kaynaklarına duyulan ihtiyaç da artmaktadır. Çünkü muhalif/alternatif medya, hem muhalif eylem pratiğini görünür kılmakta hem de muhalif söylemi duyurmaktadır (Çoban, 2009). Alternatif medyanın mevcut olandan farklı bir demokrasi arayışının peşinden gidenler için olmazsa olmaz bir "beşinci güç" olduğunun altını çizen Alankuş (2008:12), alternatif medyayı küresel medya ortamındaki pozisyonundan yola çıkarak incelemektedir. Alankuş, "öteki medya" olarak kavramsallaştırdığı alternatif medyanın, karşıt kamular, radikal demokrasi ve yeni toplumsal hareketlerle olan ilişkisi içinde, sınırları ve yetenekleri bakımından da ele almaktadır. Alternatif medyanın, gündelik hayatın bütün eşitsiz ilişkilerini sorgulayarak politik alanların çoğalmasını sağladığı ölçüde demokrasinin genişlemesini ve derinleşmesini sağlamak gibi bir rolü vardır. Yapısı ya da iddiası gereği alternatif medya, seslerini duyurmayanların seslerini eşdeğerlilikle duyurmalarında işlevsel bir rol oynamaktadır (Alankuş, 2008:12).

Topluluğa Hizmet Medyası Olarak Alternatif Medya

Chris Atton'ın (2002:13) da belirttiği gibi alternatif gazete pratiğinin toplumsal sorumluluk kavramına yoğunlaşması adeta bir zorunluluktur. Ortak ilgi alanları etrafında toplanmış bireyler genellikle sosyolojide "kolektif" adıyla tanımlanır (Merton, 1968:353). Kolektiflerde her zaman doğrudan etkileşim olmayabilir, kolektifler genellikle ortak bir amaç veya çıkar üzerine inşa edilirler. Bir kolektife ait bireylerin birbirini tanıması gerekmez, doğrudan etkileşimin olmaması da bu yüzdendir (Bailey vd. 2015:33). Topluluk bireylere dışarıdan dayatılan bir şey değildir. Topluluk bilfiil kendi üyeleri tarafından inşa edilir ve bu üyeler kendi yarattıkları bu oluşumdan bir kimlik elde ederler (Anderson, 1983:15). Topluluğa ilişkin bir diğer tür ise "uğraş toplulukları"dır (Wenger, 1998:45). Uğraş toplulukları, topluluktaki bireylerin karşılıklı taahhüdü ve ortak kaynakların paylaşılması üzerine kurulu bir girişimdir. Uğraş toplulukları bir meseleyi, bir dizi sorunu veya belli bir konuya dair tutkuyu paylaşan -sigara bağımlılığı gibi- ve bilgi ve tecrübeleriyle birbirini etkileyerek üyelerini geliştiren ve derinleştiren insan gruplarıdır (Wenger vd. 2002:4).

Topluluk televizyonları belli bir topluluğu temsil etmek, onları ilgilendiren meseleleri ekrana taşıyarak çözümün üretilmesine katkıda bulunmak amacıyla yayıncılık faaliyeti içerisine girmişlerdir. Topluluk televizyonlarında benzer amaçlar, hedefler ve ilgi odakları çevresinde bir araya gelmiş bireylerden oluşan bir topluluğun yayının tamamını üstlenmesi söz konusudur. Bu televizyonlar her bakımdan uyumlu, koordineli ve sistemli bir biçimde topluluğu ilgilendiren, onları temsil eden programlar yapmak durumundadırlar (Jankowski, 2002:6). Her ne kadar bir grup insanın kesin bir şekilde aynı ortak ilgileri olduğunu var saymak güç olsa da, ilginin müşterekliği bir topluluğun ortaya çıkış koşullarını meydana getirebilir (Clark, 1973:411). Ortak ilgileri olan bir topluluk kentlerin, ülkelerin ve kıtaların ötesine geçebilir, böylece coğrafi tanımı aşar (Lewis, 1993:13). "Yerellik ya da bölgeselliğe dayalı topluluklarla", "ilginin müşterekliğine dayalı ya da aynı zümreden olan bireylerin oluşturduğu toplulukları" da birbirinden ayrı tutmak gerekmektedir (Popple, 1995:4).

Topluluk televizyonlarının gelişiminin önündeki en büyük engel toplumdan gelen taleplerin eksik ya da etkisiz olması değil, büyük oranda hükümetlerin topluluk medyasının gelişimine olanak tanıyacak yasal düzenlemeleri yapmamalarıdır. Bu anlamda özellikle televizyon gibi teknik altyapı gereksinimlerine muhtaç bir mecrayı kullanmak isteyen, böylelikle anaakıma karşı alternatif olarak kendi seslerini görsel anlatımın kitleler üzerindeki etkisinden faydalanarak duyurmak isteyen toplulukların çok daha fazla mağdur olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle iyi işleyen ve sürdürülebilir bir topluluk medyasının refah içinde, demokratik olarak adaletli ve özgür bir şekilde yaşayan bir toplumun varlığı için ne kadar hayati işlevleri olduğundan haberdar olmayan ya da olmak istemeyen siyasi iktidarlar, bu alanı da baskıcı devlet rejiminin veya güçlü sermaye sahiplerinin çıkarlarına terk etmişlerdir (Köksalan, 2010:148).

Haber değeri yönünden sivil toplumla ilişki içerisindeki alternatif medyaya bakıldığında, çoğunlukla toplumdaki baskın/egemen kesimlerin haberlerini veren anaakım medyadan farklı olarak "ötekileştirilenleri", "azınlıkları", "ezilenleri" konu almasına göre değerlendirildiği görülmektedir (Öğün ve Şener, 2015:189). Toplum içerisinde tek taraflı, olumsuz temsil edilen ya da baskı gören gruplar, kimliklerini dış dünyaya ilan etmek ve böylece sosyal değişimi ve gelişimi mümkün kılmak için özellikle alternatif medyanın ışık tuttuğu kanallardan faydalanabilirler (Bailey vd. 2015:42). Alternatif medyanın anaakım

medyadan avantajlı olduğu bir diğer durum yaratıcı anlatımları ve sosyal sorumluluğu birleştirmedeki ustalığıdır (Atton, 2002:13).

Topluluk kavramının coğrafi anlamına indirgenmesi alternatif medyayı küçük ölçekli yerel medya pozisyonuna hapsetmekte, alternatif medyanın topluluğa hizmet rolünü önemsizleştirmektedir. Bu durum, alternatif medya oluşumlarının yayın hayatlarına devam etme gailesi içinde ticari medya biçimlerini benimsemesinin yolunu açmıştır (Bailey vd. 43). Oysaki alternatif medya, gerçek doğasından (coğrafi ya da mekânsal) bağımsız olarak bir topluluğa yönelir, fakat üretilen haber ile söz konusu topluluk arasındaki ilişki sıradan tek yönlü iletişimin ötesine geçer; haber konuları ve başlıkları profesyonelce seçilir ve izlerkitlenin önemsediği/öncelik verdiği konulara temas eder (Berrigan, 1979:7).

Sivil Toplumun Bir Parçası Olarak Alternatif Medya

Bu bağlamda topluluk medyasının devletten ve sermaye piyasalarından bağımsız 'üçüncü bir ses' olarak konumlandırılışı, alternatif medyanın *sivil toplumun* bir parçası olarak ifade edilişini desteklemektedir. Hegel sivil toplum alanını, sivil toplumun 'piyasanın ve devletin bir parçası olması' ve 'özel sektör ve kamu yararı arasındaki dengenin sağlanabilmesi için bir denge çubuğu işlevi üstlenmesi' yaklaşımlarını bir araya getirmede yapıcı işleve sahip olarak görmüştür. Marx ise devlet ve yasal sistemin burjuva seçkinlerinin kontrolündeki birincil araçlar olarak yorumlayarak, bunun otomatikman kamu yararını belirleyen özel sektörün avantajına olduğunu belirtmiştir. Marx'ın yaklaşımıyla sivil toplum: Tam anlamıyla egemenliğin örgütlendiği ve bir insanın diğer bireylerden daha özelmiş gibi davrandığı, diğer insanları amacına ulaşmak için bir araç olarak gördüğü, bireyin kendisinin de bir araca indirgendiği ve dış güçlerin oyuncağına dönüştüğü bir sahadır (Marx, 1997:18).

Gramsci'ye göre sivil toplum, rıza yoluyla egemenliğin/hegemonyanın tekrar ve tekrar üretildiği bir alandır. Ancak aynı zamanda sivil toplumu piyasa ve devletten ayrı tutarak onu hegemonyaya/iktidara meydan okunabilecek bir saha olarak ayrıştırmaktadır. Bu yaklaşıma göre sivil toplum ekonomik ve siyasal sistemlerin alternatif kavramsallaştırmalarının filizlenebileceği ve dallanıp budaklanabileceği bir alandır (Bailey vd. 2015:52). Sivil toplum üzerine Neo-Gramsciyan yaklaşımlar, bu alanı görece devlet ve piyasa karşısında özerk, onlarla kesişen noktaları bulunan ancak devlet ve piyasa aktörleri

ile bir araya gelse de olabildiğince bağımsız kabul etmektedir (Cohen ve Arato, 1992:ix). Yine de sivil toplum her zaman devlet ya da piyasadan ayrı veya devlet ile piyasaya muhalif olarak tasavvur edilmemelidir. Gelişmiş demokrasilerde kurumsallaşmamış ve kurumsallaşmış politikalar arasında bir etkileşim gözlemlenebilmektedir. Bu bir ikilem olarak açıklanmaz ancak yöndeşme ve rekabet arasında gidip gelen bir oluşum tezahür eder. Devlet sivil toplumdan ayrışmış bir varlık olmadığından, sivil toplum ile geleneksel/resmi politika arasında net bir ayrım da yoktur (Bailey vd. 2015:53).

Sivil toplumun bir parçası olarak alternatif medya yaklaşımı, alternatif medyayı sivil toplumun bir parçası, demokrasinin yaşayabilmesi için hayati öneme haiz bir toplumsal kesim olarak ele almaktadır. Sivil toplum, katılım seviyesinin artırılmasıyla demokrasinin yaygınlaşması ve derinleştirilmesi için bir yörünge görevi görmektedir (Held, 1987:279). Alternatif medya sivil toplumun adeta giriftleşmiş ayrılmaz bir parçası, sivil toplum alanındaki örgütlerden birisi olarak görülebilir. Medyanın demokratikleşmesi bireylerin gündelik yaşam ile ilgili birçok farklı (mikro-)alanda etkin olmasını, farklı tartışmalar yürütmesini ve iletişim haklarını kullanmaya başlamasını sağlamaktadır (Wasco ve Mosco, 1992:7). Bu mikro-katılımlar insanların demokratik veya sivil davranışları öğrenmesini ve benimsemesini sağlarken ayrıca makro-katılımın muhtemel biçimlerinin de önünü açmaktadırlar. Yani Verba ve Nie'nin (1987:3) yorumuyla: *"Katılımcı bir yönetim, katılımcı bir topluma dayanıyor olabilir"* ya da David Held'in (1987:280) deyimiyle: *"Katılmayı katılarak öğreniriz."*

Radyo, televizyon ve internet yayımlarının özgüllüğü ve medya alanındaki başlıca kamusal alanlar olarak ortaya çıkabilecek rolleri ekseninde bakıldığında, alternatif medyanın, medya aracılığıyla demokratikleşmeye katkıda bulunması alternatif medyayı önemli bir aktör haline getirmektedir (Wasco ve Mosco, 1992:13). Alternatif medya, 'medyanın tarafsız ve yansız olması' gerektiği geleneksel anlayışını aşıp, toplumun farklı kesimlerine ve gruplarına kamusal alandaki bir tartışmaya katılma ve kamusal alanda bireylerin kendilerini geniş ölçüde temsil edebilmeleri fırsatını sunmaktadır; böylelikle makro-katılımın önünü açar ve makro-katılıma imkan tanımış olur (Bailey vd. 2015:58).

Sivil toplumun bir parçası olarak alternatif medya yaklaşımı aynı zamanda alternatif medya ile devlet ve sermaye piyasası arasındaki mücadelenin ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Kâr amacı güden ticari medya ve kamusal medya, alternatif medyayı ticari

mücadele rakiplerinden biri olarak görme eğilimindedirler. Alternatif medyanın reklam gelirlerini birincil gelir kaynağı olarak görmeyi reddetmesi bu alternatif medya kanallarını mali krizlere sürükleyebilir. Sivil toplumun bir parçası olarak alternatif medyanın baskıcı devlete/hegemonyaya karşı bir tehdit olarak algılanması alternatif medya kanallarını daha da zor durumda bırakır. Alternatif medyanın amaçları bir aygıt olarak devletin çarklarının işleyişinde korozyona yol açabilir, bu da hegemonyanın alternatif medyanın varlığını ortadan kaldırmak için daha fazla risk almasına ve tehditkâr olmasına sebep olabilir. Sivil toplumun bir parçası olarak alternatif medyayı tehdit eden bir diğer unsur da yatay örgütlenmiş, katılıma yönelik bir yapılanma içerisindeki bir kurumda belli oranda oluşacak olan verimsizliğin kaçınılmaz oluşudur, bu durum bazen alternatif medya kanallarının işleyişlerini ve hedeflerine ulaşma çabalarını sekteye uğratır ya da hedeflerinden sapmalarına neden olabilir.

Rizom Olarak Alternatif Medya

Rizom (rhizome), aslında botanik bilimi ile ilgili bir terimdir, Türkçe karşılığı olarak ayrıksı ot, kökdal, köksap, sarmaşık kelimeleri ile kullanılır. Toplumun yapısını anlatabilmek açısından bir metafor olarak Deleuze ve Guattari (1987) tarafından ortaya koyulmuştur. Bu metafora göre toplum, dalların birbirinden beslenip yeni filizler vererek çoğaldığı, bir düzen içerisinde alt kategorilere ayrıldığı ağaç köklerine benzeyen bir yapıya benzetilmiştir. Birbirinden ayrı olmasına rağmen aslında eylem yönünden bütünlük gösteren, ancak yapısı itibariyle de birlik ve bütünlüğü olmayan yapıları tanımlamak için *Rizomatik Yapı* tabiri kullanılır. Rizomatik yapılar tek bir kaynaktan/kökten beslenerek filizlenmezler, kendilerine sürekli yeni kökler bulurlar, sabit ve düzenli bir hareketi söz konusu değildir. Devamlı değişim içerisinde olduğundan köksapın bir noktası başka bir nokta ile ancak tesadüfi bir şekilde kesişir ve anlık olarak ilişkili olabilir (Bailey vd. 2007:25).

Alternatif medyalar da tıpkı bir bambu bahçesi gibi çoğunlukla yeni alanlarda yatay olarak büyüyen, gündelik hayatın yüzeyinin hemen altında bağlantılar kuran, eninde sonunda beklenmedik biçimlerde patlayan rizomatik organizmalardır. Ve bu alan içerisinde, tabanda göze görünmeyen, rizom biçiminde büyümeyi kolaylaştıran medya aktivistleri çalışırlar (Uzelman, 2015:19). Alternatif medya iki amaca hizmet eder: Muhalefeti dikey

düzlemde dillendirmek ve paralel ağlar oluşturmak (Bailey vd. 2015:58). Sivil toplum kuramına dair tartışmalarda bir dizi düşünür terazinin bir kefesinde sivil toplum, diğer kefesinde devlet ve piyasa arasındaki ilişkiye dikkat çekmiştir. Bu ilişkinin nirengi noktasındaki devlet, bütün diğer kuruluşlardan farklıdır ve sivil toplumu hem tasarlar hem de tasarladığı toplumun içinde yer alır. Devlet bütün kurumsal etkinliğin sınırlayıcı şartlarını ve temel kurallarını belirler (Walzer, 1998:138). Devlet, piyasa ve sivil toplum ile alternatif medyanın birbirleri arasındaki bağlantıları, ilişkileri ve kesişim noktalarını açıklayabilmek için ağaç kökleri benzetmesi üzerine inşa edilen bir alternatif medya yaklaşımıdır rizom.

Rizom terimi 'rizomatik' ve 'arbolik' düşünmenin ayrılmazlığı üzerine temellendirilmiştir. Arbolik, doğrusal, hiyerarşik ve yerleşik bir yapıyı anlatır ve bir ağacın küçük dallarından büyük dallarına sarmaş dolaş olmuş bir yapıya benzer. Bu yapı, Deleuze ve Guattari'ye (1987:19) göre devletin felsefesidir. Rizomatik ise, doğrusal olmayan ve melez olanı niteler. Ağaç ve kökenlerinden farklı olarak, bir noktadan diğerine bağlantıyı kurandır.

Alternatif medyada rizom yaklaşımı temelde "toplumsal hareketler için bir kavşak noktası olarak rolü, tanımlanamazlığı ve devlet ve piyasa ile olan karşılıklı bağları"nı esas alan üç özellik üzerine odaklaşır. Rizom yaklaşımını gerçekleyen bu yönleriyle alternatif medyaya bakıldığında yalnızca bir grup vatandaşa spesifik bir konuyla ilgili "ses" olan bir araç değil aynı zamanda plüralizm yoluyla tarafsızlığın yeniden hayat bulması ve hâlihazırda eşitlik (veya başka amaçlar) için farklı farklı mücadeleler içerisinde bulunan insanların bir araya toplanması için bir vasıta görevi üstlendiği görülür (Bailey vd. 2008:28). Rizom metaforu alternatif medyanın rolünü öncelikle, sivil toplumla bağlantılı örgütlerin ve hareketlerin kavşak noktası olarak tanımlamaktadır. Rizomatik yaklaşım böylelikle alternatif medyanın yerel ve küresel arasındaki ilişkisindeki ikili konumlandırmadan kaçınmak, alternatif medyanın oluşumu içinde hem yerelin hem de küreselin birbirine nasıl temas ettiğini ve birbirini nasıl güçlendirdiğini kuramsallaştıracak yollar açmak için hayati önem taşıyan bir kavramdır (Carpentier, 2007).

Rizomatik yaklaşım aynı zamanda alternatif medyayı tanımlayan yüksek düzeydeki olumsallığın da hesaba katılmasına izin vermektedir. Hem sivil toplum içerisine yerleşik olması hem de devlet ve piyasalar ile arasındaki karşıtlık ilişkisi alternatif medyanın kimliğini büyük ölçüde belirsiz kılmaktadır. Bu yaklaşım ile belirsizlik ve olumsallığın

alternatif medyayı tanımlayan ana öğeler olduğu öne sürülmektedir. Örneğin aktivist web televizyonları ve bağımsız medya merkezleri varlıklarını gerektiren bir olay cereyan ettiğinde ortaya çıkarlar ve gerçekleştirdikleri eylem sona erdiğinde sessizce yok olurlar ya da başka bir medya etkinliğine dönüşürler (Bailey vd. 2015:62). Eğer totaliter bir bakış açısıyla değerlendirecek olursak alternatif bir medya çok katmanlı bir yapıdır ve bu katmanlar çoğu zaman birbirleriyle organik bir ilişki içindedir. Köksap metaforuyla tanımlanan bu çok katmanlılık ve önceden kestirilemezlik bir anlamda hem alternatif medyanın dinamik yapısını var etmekte, hem de onun 'alternatif' olarak kalmasını sağlamaktadır. Rizomlar her zaman koparılabilen ve yeniden bağlanabilen, tutarsız öğeler arasındaki çeşitli heterojen bağları kurma potansiyeline sahip akışkan ağlardır: *"Köksap medya yapısı çizgisel olmayan, merkezi olmayan, anarşik, göçebe, birbiriyle bağlantılı kollara sahip olan bir ağ tarzındadır ve çoğulculuğu, katılımcılığı temel alan bir mantığa sahiptir"* (Çoban, 2011:72).

Alternatif medya piyasa ve/veya devletin tamamen dışında hareket etmez, böylece piyasa ve devletle arasındaki karşıt-ilişki yumuşar. Başka bir deyişle rizom yaklaşımına göre alternatif medya yalnızca karşı-hegemonik değildir, piyasa ve devlet ile toplumsal çıkarları doğrultusunda ilişki kurabilir. Alternatif medya piyasa ve devletle genellikle hayatta kalmak için ilişki içine girmektedir, alternatif medyanın hegemonyaya bu yaklaşım şekliyle de potansiyel olarak hala, ticari ve kamusal medya kuruluşlarının katı tutumlarının karşısında istikrar bozucu görülebilir (Bailey vd. 2015:63). Rizom yaklaşımı sivil toplum ve demokrasiye atfedilen önem üzerine inşa edilmiştir ve bu konuları öne çıkarmaktadır. Alternatif medya kanalları aynı zamanda sivil toplumun bir parçasıdır ve genellikle devletle piyasa arasında, aktivist ağların ya da yeni toplumsal hareketlerin bünyesi içerisinde yer alırlar. Rizom yaklaşımı alternatif medyanın önemini tanımlarken farklı hareketlerden ve mücadelelerden gelen bireylerin buluştuğu ve işbirliği yaptığı kavşak işlevini görerek üstlendiği katalizörlük rolünün altı çizilmektedir. Bu şekilde alternatif medya sadece belli bir sorun etrafında toplanmış bir grup birey için kendini ifade aracı görevini üstlenmekle kalmamakta, aynı zamanda, bağımsızlığın yeniden açıkça vurgulandığı ve eşitlik için farklı mücadeleler sürdüren bireylerin ve kuruluşların örgütlenmesi için bir araca dönüşmektedir (Bailey vd. 2015:64).

Alternatif medyada rizom yaklaşımı anaakım kamusal ve ticari medyanın katı duruşunun aksine, topluluk medyası kuruluşlarının olumsallığının ön plana çıkarılmasını mümkün

kılmaktadır. Alternatif medyanın belirsiz kimliği, sırf varoluşu ve işleyişiyle, kamusal ve ticari medya kuruluşlarının katılığını ve kesinliğini sorgulayabileceği ve istikrarını bozabileceği anlamına da gelmektedir. Aynı zamanda rizom yapıdaki bir alternatif medyanın bir bütün olarak belirsizliği, kontrol altına alınmayı ve yasalarla sınırlandırılmayı zorlaştırmaktadır; böylece alternatif medyanın bağımsızlığı garanti altına alınmış olur (Bailey vd. 2015:64).

Rizomun, devlet ve piyasa ile zaman zaman iç içe geçen yapısı alternatif medyanın varlığına ve işleyişine ilave tehditlerin de ortaya çıkmasına sebep olabilir. Devlet ve piyasa kuruluşlarıyla kurulan karmaşık ilişkiler, alternatif medyanın bu kuruluşlar tarafından yutulmasına ya da alternatif medyanın finansal bağımsızlığını kaybetmesine neden olabilir. Rizom yapısının akışkanlığı ve siyasi/ticari alandaki belirsizliği, siyasetin hareket edebileceği 'ortak zemin'in varlığını engelleyebilir. Bu birleştirici ve alternatif medyayı yapılandırma konusunda yön gösterici olacak berrak 'ortak zemin'in yoksunluğu, bu alternatif medya kanallarını temsil eden kuruluşların işleyişini karmaşıklaştırabilir ve iyi tanımlanmış bir alternatif medya hareketinin doğuşunu engelleyebilir (Bailey vd. 2015:65).

Birçok alanda mücadele etmek alternatif medya hareketini fazlasıyla sorunlu, kırılgan ve soyutlanmış bir konuma itmektedir. Rizom yaklaşımı, anaakım kimliklerin yersiz yurtsuzlaştırılması ve devlet ve piyasa kuruluşlarıyla işbirliği için alan açmaktadır. Medya dışı sivil toplum kuruluşları ve devlet ile piyasa kuruluşları karşısındaki bağımsızlığın yeteri kadar korunması koşuluyla, farklı ortaklıklar ve işbirlikleri ile alternatif medyanın hayatını sürdürmesi teminat altına alınabilir. Rizom yaklaşımının nihai iddiası, alternatif medya kanallarının anaakımla stratejik işbirlikleri kurarak, iletişime dayalı, örgütsel ve siyasal anaakım söylemlere karşı eleştirel duruşlarının birleştirileceği ve böylece demokrasinin güçleneceği yönündedir(Bailey vd. 2015:69).

Alternatif medya alanında ağırlıklı olarak incelediğimiz "topluluğa hizmet, sivil toplumun parçası, rizom ve şimdi inceleyeceğimiz anaakım medyaya alternatif" modelleri bazı temel fikirleri ve yönleri diğerlerinin üzerinde tutarak farklı vurguları içerir ve farklı kuramsal gelenekleri kullanır. Ancak bu yaklaşımların birbirlerini dışlamadığını ve de birbirlerinin karşıtı olmadıklarını belirtmekte fayda vardır. Her bir yaklaşımın alternatif medya üzerine çalışmak ve alternatif medyayı anlamak açısından sınırları olduğu kadar kendine has özellikleri de bulunmaktadır.

1.3 Anaakım Medyaya Bir Alternatif Olarak Alternatif Medya

Alternatif medyayı tanımlayan ve Halk TV özelinde mercek altına alınan diğer bir yaklaşım da *alternatiflik* fikrine odaklanan "anaakım medyaya bir alternatif olarak alternatif medya" yaklaşımıdır. Bu kavram, anaakım medya ve alternatif medya arasında, alternatif medya kanallarının anaakımın *karşı-hegemonik* eleştirisi olarak görüldüğü farklılığı ortaya koymaktadır (Bailey vd. 43).

Alternatif medya ideoloji, güç ve Gramsci'ci hegemonya fikriyle ayrılmaz bir bağ kurmaktadır. Antonio Gramsci'nin ele aldığı hegemonya teriminin çekirdeğinde sınıfsal egemenlik ilişkilerinin yeniden üretimi ve toplum yapısının yanı sıra, siyasal iktidarın toplumu nasıl yönettiğini de gözlemlemek mümkündür. Bu bakımdan yönetime ve siyasal egemenliğe ağırlığını koyan her sınıf, sivil toplum düzleminde tüm toplumu yönetmeye gücü olduğunu da ispatlamak durumundadır. Yani bu sınıf, sadece kendi alanında değil, diğer tüm alanlarda da toplumu örgütleyip yönetme gücüne sahip olduğunu kanıtlamak zorundadır. Bunun için de yönetmeye talip olan sınıfın, öncelikle hegemonik üstünlüğünü kurması gerekmektedir. Dar anlamda hegemonya sadece sınıflar arası üstünlük değil, politikanın özgüllüğü, siyaseti yapma ve şekillendirme ilişkisiyle de ilgilidir. Bu bağlamda hegemonya terimi,

> *"Hem yönetici bir sınıf olarak proletaryanın hem de yönetimin uygulanmasına ilişkindir. Bu egemen sınıfın, karşıt gruplar üzerinde zorunlu olarak uygulayacağı zorlama demektir. Fakat bu proletarya ile işbirliği yapmaya hazır olan ve bu tutumuna etkinlik kazandırılması söz konusu olan müttefiklerinin fikir ve kültür alanında yönetilmesi de demektir. Hegemonya yönetimin olumlu yönünü de geliştirir"(*Gramsci, 1997:28).

Bir anlamda hegemonya hükmedenle yönetilen arasındaki çelişkiyi ortaya çıkararak yeni bir tarihsel blok kurulmasını, daha sonra da yeni sınıfın yönetimi ele geçirmesini sağlamak bakımından mühimdir. Gramsci'ye göre sivil toplum düzeyi, özel denilen kurumlar bütünlüğünü oluşturmakla kalmaz, aynı zamanda egemen grubun toplum genelinde uyguladığı hegemonya işlevine karşılık düşer. Gramsci, "sivil toplumu politik toplumun karşısında" konumlandırmaktadır. Böylelikle politikanın özgüllüğüne atıfta bulunmaktadır (Gramsci, 1997).

Hegemonya ideolojik bir mücadele içinde tanımlandığından, böyle bir kavramlaştırma karşı-hegemonyanın olanaklılığını da taşır. Hegemonyanın hiçbir tarzı tek başına bir toplumun anlam ve değerlerini tam olarak tüketemez ve bu nedenle her egemen güç kısmen kendi hâkimiyetinin kurucusu olacak biçimlerde karşı-hegemonik güçlerle hesaplaşmak zorunda kalır (Eagleton, 2005:168). Karşı-hegemonya esas olarak yönetici sınıfın ihmal ettiği genel kültür alanında yürütülecek ideolojik ve siyasal yeniden anlamlandırmanın ürünü olabilir (Sancar, 2008:38). Gramsci'ye göre karşı-hegemonya mücadelesinde önemli olan, var olan hegemonyanın kurucu öğeleri üzerinden çalışmak ve onları yeniden şekillendirmek, zaten var olan bir söyleme ekleme yapmak, onu genişletmek ve dönüştürmektir. Gramsci karşı-hegemonyanın inşasını toplumdaki başat güçlere ve söylemlere meydan okuyan bir strateji olarak kabul eder. Gramsci'nin yaklaşımı, direnişi ve mevzi savaşını popüler kültür alanının içerisine yerleştirerek, bu karşı-hegemonik söylemlerin aynı görüşteki entelektüelleri aşacak biçimde tercüme edilmesinin gerekliliğine işaret eder (Bailey vd. 2015:208).

Gramsci'nin yaklaşımıyla alternatif medyaya baktığımızda Atton'un (2002:15) ifadesiyle

> *"Alternatif ve radikal medyanın tüm yelpazesiyle hegemonyaya karşı meydan okumayı ifade ettiğini düşünebiliriz; ister açık bir siyasal formda olsun, ister deney ve var olan rollerin, alışkanlıkların, simgelerin ve işaretlerin dönüşümü üzerinden dolaylı meydan okuma biçimlerini kullanarak olsun…"*

Downing vd. (2001:v) de aynı izleği takiben alternatif ya da radikal medyayı "genellikle küçük ölçekli" ve "hegemonyanın politikalarına, yaklaşımlarına ve önceliklerine alternatif bir bakış"ı ifade eden bir medya biçimi olarak tarif etmişlerdir.

Gramsci'ye göre ideolojiler aracılığıyla gerçekleşen siyasal ve entelektüel değişim sürecini anlamak karşıt-hegemonyayı anlamak açısından önemlidir. Bu süreç kurulu bir ideolojik sistemin farklı öğelerinin yeni bir ideolojik sisteme tekrar eklemlendiği bir süreçtir (Mouffe, 1981). İdeolojik mücadeleler, hâkim grubun hegemonyasına karşı uzun ve inişli çıkışlı bir mücadeleyi içeren siyasal bir strateji yoluyla yürütülür. Mücadele yalnızca devrimci mücadelelerde olduğu gibi insanların tamamen yeni bir alan uğruna kurulu ideolojik düzene karşı koymaya ya da o ideolojik alanı çürütmeye uğraşırken değil, var olan ideolojilerin anlamlarını değiştirerek bu ideolojileri parçalarken de sürer. Stuart Hall da ideolojik mücadeleyi (1996:31) "aslında ideolojik mücadele çoğu kez, var olan terim ya

da kategori için yeni bir dizi anlam kazanma, onu simgelediği yapı içerisindeki yerinden sökme girişimi içerir" şeklinde yorumlamıştır.

Anaakıma alternatif bir alternatif medyadan söz ederken medya ve temsil arasındaki ilişkiyi anlamak da önemlidir, çünkü alternatif medyanın mutlak varoluş nedenlerinden biri de anaakım iletişim kanallarında daha az ya da yanlış temsil edilenlerin ideolojilerini dile getirmektir. Anaakım medya kendisini takip eden kitleyi kesintisiz olarak baskın sosyal değerlere maruz bırakarak, onlar için meşruiyet yaratma ve onlara meşruluk atfetme eğilimindedir. Anaakım medya kamuoyunun karşısına hangi konuların getirileceğini belirleme gücüne de sahip olduğundan sivil toplumda haklarından mahrum bırakılmış azınlıkların görüşlerinin yerine devlet, siyasetçiler ve büyük sermayeli girişimler gibi ana siyasal aktörlerin fikirlerine öncelik vererek hegemonik ideolojiyi devam ettirmektedir (Bailey vd. 2015:45).

Örneğin Türkiye'deki anaakım medyanın büyük bölümü 13 Mayıs 2014'te Manisa ilinin Soma ilçesindeki kömür madeninde çıkan yangın nedeniyle Türkiye Cumhuriyeti tarihinin en çok can kaybı ile sonuçlanan iş ve madencilik kazasını protesto etmek isteyen göstericileri yanlış yönlendirilmiş insanlar, kamusal alanı işgal eden bireyler olarak göstermiştir. Soma Belediye Başkanlığı'nı ziyaret eden ve belediye çıkışında kendisini bekleyen vatandaşlara hitap etmek için kürsüye doğru ilerleyen dönemin başbakanı Recep Tayyip Erdoğan, "Başbakan istifa" sloganlarıyla karşılaşmıştır. Erdoğan'ın kendisini protesto edenlere tepkisi sert olmuştur:

> *"Bu tür kendini bilmezlere cevap vermenize gerek yok. Biliyorsunuz kurt puslu havayı sever. Bunlar puslu havayı ararlar. Bizim bugün acılı günümüzdür. Biz bu acılı günümüzü ancak şu anda acıları paylaşarak çözeriz. Dolayısıyla bu tür ahlaksızlara sizler uymayın. 30 Mart bunlara zaten gereken cevabı vermiştir. Hele hele Soma'da bunların konuşacak mecali kalmamıştır."* [3]

Aynı protestolar kapsamında ODTÜ'de toplanan bir grup, Enerji Bakanlığı'na doğru yürüyüş yapmak isteyince TOMA (Toplumsal Olaylara Müdahale Aracı) ile kampüs girişini kapatan polis, grubun dağılmasını istemiş ve eylemcilere yönelik olarak yaptığı anonsta "Milli yas gününde bu yaptıklarını beğeniyor musunuz" diye seslenmiştir.

Tüm bu protestolarda işçi güvenliği ve sosyal adaletsizliğe dair görüşler iktidar ve devletin ideolojik aygıtları tarafından küçümseyici bir tavırla ele alınmış, anaakım medya da bu

görüşü olanca açıklığıyla servis etmiştir. Anaakım haber kanalları enformasyon ve görüş için ağırlıklı olarak iktidar partisinin açıklamalarına yer vermiş ve protestocuların görüşlerini yok saymıştır. Bu tarz bir medyada temsilin sonucu protestocuların maden kazasında hayatını kaybedenlere ve ailelerine karşı saygısız ve halkı galeyana getirmek isteyen kanunsuz kişiler olarak gösterilmesi ve büyük sermayeli bir maden şirketinin ihmali olmadığı lehine genel bir algı yaratılmak istenmesi olmuştur; ancak özellikle sosyal paylaşım ağları üzerinden elde edilen enformasyon, anaakımın farklı bakış tarzları hakkında bilgilendirme konusunda yarattığı boşluğu doldurmak açısından yakalanmış önemli bir fırsat olmuştur (Howley, 2005).

Temsil, bu siyasal bağlam içerisinde toplumsal bilgi üretimi için önemli bir kaynak, toplumsal pratikler ve iktidar meselesiyle daha yakın bağlara sahip bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır (Hall, 1997:42). Gerçeklik ve bu gerçekliğin anlamları belli bir kültür ve tarih içinde dil, söylem ve temsille inşa edilir. Anlam dünyadaki şeyler – insanlar, nesneler ve gerçek ya da kurgusal olaylar – arasındaki ilişkiye ve o şeyleri *zihinsel temsilleri* yerine geçen kavramsal dizgeye bağlıdır. Bu, söylem açısından temsilin gerçeği o kadar da çarpıtmadığı manasına gelir, çünkü gerçeğin ne olduğunun etkin inşası için gereken her şey yeniden üretilerek sağlanmıştır (Hall, 2003:18). Örneğin, Türkiye anaakım medyası, LGBTI bireylerin kamu düzenini bozdukları iddiası üzerine haber yaparak, düzenli ve refah içerisinde yaşanmakta olan bir toplum yaşantısını LGBTI bireylerin bozduğunu lanse ederek "bize karşı onlar" ikiliğinin güçlenmesine sebep olmaktadır. Bu durum da LGBTI bireylerin toplum içerisindeki herhangi bir bireyden farklı olmadığı düşüncesinin oluşmasının önüne geçip, LGBTI bireylere dair eski olumsuz basmakalıp düşünceleri güçlendirerek takipçi kitlenin LGBTI bireylere ve onların günlük toplum yaşantısı içerisinde kabul görmesi ve dışlanmasına dair görüşlerini şekillendirmektedir (Bailey ve Harindranath, 2005). Sembolik temsiller dil ve kültür aracılığıyla toplumun içine yerleşmektedir ve anlam ile siyasal karar alma süreçleri arasındaki bağ ile ilinti kurmaktadır.

Belirli bir söyle içinde bireye atfedilen değişik roller farklı olan, yani itaatkâr olmayan ve direnişçi kimlik tarzlarının bastırılmasına sebep olur (Foucault, 1980). Foucault'un yaklaşımıyla söylem, "tarihin belli bir anında belli bir mesele üzerine konuşmak –o meseleye da,r bilgiyi temsil etmek- için bir dil sağlayan bir dizi iddia, bilginin dil aracılığıyla üretilmesi"'dir (Hall, 1992:291). Foucault'un (1980:114) öne sürdüğü üzere

her iktidar direnişi gerektir ve iktidarın kendini ifade etmek ve hegemonyasını devam ettirmek için kullandığı dil, o iktidara direnmenin dillerini de beraberinde getirir.

Başka bir ifadeyle, anaakım medya halkın sağduyusunu hegemonyanın lehine olan koşullara uyumlaştırma konusunda hayati bir rol oynamaktadır. Anaakım medyanın bu uğraşına rağmen tahakküm altındaki bireyler/gruplar hegemonyanın anlamlarını değiştirmek için direniş pratiklerini uygularlar; bu da kamusal alanda marjinalleştirilenlerin, olumsuz yönde ya da yetersiz temsil edilenlerin görüşlerindeki karşı hegemonik temsilleri üretmektedir. Alternatif medya toplum içerisindeki bu birey ve gruplara karşı-hegemonik temsilleri üretme fırsatı sağlayabilecek alanlardan biridir. Sağduyusu baskı altında ehlileşmiş toplumsal grupların ortaya çıkardığı yeni temsillerin her seviyede karşı-hegemonik olacağının da tabii ki garantisi yoktur. Hegemonya farklı toplumsal seviyelerde boy gösterir ve eşzamanlı olarak bütün hegemonya biçimlerine karşı mücadele etmenin zor olacağı aşikardır (Bailey vd. 2015:47).

Alternatif medya anaakım medya ile olumsuz bir ilişki içerisinde olduğundan bu kavramın olumsamacı bakış açısıyla ele alınması durumunda ortaya çıkan tablo "zaman içinde belli bir noktada 'alternatif' kabul edilenin başka bir zamanda anakım olarak tanımlanabileceğidir." (Bailey vd. 2015:47). Günümüzde anaakım medyanın taşıdığı özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- Geniş ve homojen takipçi kitlesine yönelik olması;
- Devlet destekli kurumlar ya da ticari şirketlerin ağırlıkta olduğu bir yapılaşma içerisinde olması;
- Dikey ya da hiyerarşik olarak yapılanmış bir kadro yapısı ve bu kadronun çoğunlukla profesyonellerden oluşuyor olması;
- Hâkim söylem ve temsillerin iletilmesi için çaba gösteriyor olmasıdır.

Alternatif medya bu yaklaşımlara karşı farklı karşıt pozisyonlar almaktadır:

- Küçük ölçekli ve çeşitliliklerine saygı duyduğu temsiliyet anlamında dezavantajlı gruplara yönelik olması;
- Devlet ve piyasadan bağımsız olması;
- Yatay ya da hiyerarşik olmayan kadro yapısına sahip, demokrasi ve çoğulculuk anlayışı içerisinde takipçi kitlenin erişim ve katılımını kolaylaştırıcı bir yaklaşım içinde olması;

- Tahakküm kurmaya çalışmayan, her bireyin kendisini temsil etmesinin önemini vurgulayan söylemler ve temsiller iletmeye çalışmasıdır.

Anaakıma alternatif olma iddiasında olan bir alternatif medya, mesaj içeriğinde/söyleminde hâkim söylem ve temsillere ilave yeni yaklaşımlarda bulunur ya da bu söylem ve temsillerin aksini iddia eder; hegemonik politikalara, önceliklere ve bakış açılarına karşı alternatif görüşünü ifade eder; genel olarak kabul gören politik çizgide mesajlar verme kaygısı gütmez (Downing vd. 2001). Anaakıma alternatif olarak alternatif medya içerik düzeyinde, anaakım medyada ortaya konulanlardan daha çeşitli ideoloji, temsil ve sav önermektedir. Bu farklılıklar, değişik toplumsal grupların yüksek oranlı katılımından ve "yerel kültürel oluşumlara, azınlıkta olan etnik gruplara ya da yerleşim birimindeki güncel politik meselelere alan sağlama gayesi" vesilesiyle ortaya çıkmaktadır (Jankowski, 1994:3). Anaakım medya, tıpkı haber bültenlerinde hükümet ile ilgili haberlere daha fazla yer vermesi gibi, farklı seçkin gruplara yönelme ve onları kayırma eğilimindedir. Alternatif medyanın çeşitli toplumsal hareketlere, alt-kültürlere ve azınlıklara çabası ve bireylerin kendi kendini temsiline yaptığı vurgu daha çeşitli içerik yaratılabilmesini sağlayabilir, bu da toplumsal seslerin çoğulluğu anlamına gelir (Bailey vd. 2015:50).

Alternatif medya, anaakım medyanın karşıtı olarak konumlandırıldığında finansal ve örgütsel olarak daha az avantajlı bir konuma düşebilmektedir. Bu durum, özellikle kamusal ve ticari medya ile alternatif medya arasındaki antagonistik ilişkinin rekabet çerçevesinde gelişmesiyle kendisini göstermektedir. Anaakım medyanın hegemonyanın tahakkümünü devam ettirebilmek için mücadelenin boyutunu değiştirdiği buna benzer durumlarda alternatif medya amatör, yetersiz ve geniş kitlelere ulaşma yetisinden yoksun kalır ve tıpkı sesleri olmaya, söz hakkı vermeye çalıştığı toplumsal gruplar gibi marjinal ilan edilmektedir. Alternatif medyanın marjinal kabul edildiği durumda, anaakım medya topluma karşı tüm ödevlerini yerine getiriyormuş gibi kabul edildiği için alternatif ihtiyacı reddedilmektedir. Alternatif ve karşı-hegemonik olanı marjinalize etmenin medya alanındaki geri beslemesi de 'marjinal' sayılana düşük siyasal öncelik verilmesi şeklinde olur ve bu da alternatif medya kurumlarının arenadan ayrılmalarına sebep olmaktadır (Bailey vd. 2015:51).

1.4 Alternatif Televizyonun Tarihsel Bağlamı

Televizyon yaşantımıza pek çok anlamda katkısı olan, hatta onu yönlendiren çok katmanlı teknolojik bir aygıt, kültürel bir biçim ya da kimilerine göre ise yalnızca insanların beyinlerini yıkayan bir aptal kutusudur. Televizyon insanoğlu ile buluştuğundan beri yaşantımızdaki en alışılmış eğlence ve haber alma kaynağı olmak gibi bir işlev üstlenmiştir. Televizyonun bu işlevi günümüze değin farklı biçimlerde kendisini gösterse de etkinliğini korumuş görünmektedir.

Televizyon üzerinden yayın yapma yetki, imkân ve gücüne sahip olanlar amaçlarını izleyicinin eğitilmesi, bilgilendirilmesi, dünyada gelişen olaylar ile ilgili enformasyon verme, kamuoyu oluşması için yol gösterici olma, kaliteli eğlence, söz hakkı bulamayan kişileri temsil etme, -genellikle devlet ya da hükümet kastedilse de- kamu çıkarlarının korunması ve bir ticari işletme olarak kar elde etme olarak açıklamaktadırlar (Köksalan, 2010:10).

Televizyonun icadına kadar geçen ve yaklaşık yarım asır devam eden teknik/teknolojik gelişim sürecine baktığımızda George R. Carey'in *telectroscope'*u (1875), Paul Gottlieb Nipkow'un *Nipkow diski* (1884), Alman fizikçiler Julius Elster ve Hans Friedrich Geitel'in *foto elektrik hücreleri* (1890), Karl Ferdinand Braun'un *katot ışınlı tüpü* ve *katot ışınlı tüp osiloskobu* (1897), Boris Rosing'in *katot ışınlı tüp'*ü (yani günümüzde tüplü televizyon dediğimiz modelin tüpü: CRT) (1907), A.A. Campbell-Swinton'ın *elektronik televizyon projesi* (1911) ve Taylor Farnsworth gibi pek çok mucidin bugün yeri geldiğinde *öldüren eğlence* (Postman, 2016) değimiz televizyonun icat edilmesi için pek çoğumuzun haberi bile olmayan insanlık tarihinin en önemli elektronik buluşlarını yaptıklarını görmekteyiz. Televizyonun bugün bizim az çok bildiğimiz biçimiyle dünya sahnesine çıkması ise 1925 yılında ilk kez yaptığı televizyon görüntüsü tanımıyla John Baird (1888-1946)'e atfedilmektedir (Jost, 2005:22). Baird'in icadının geliştirilerek önce İngiltere'de yayın yapılması, daha sonra Atlantik ötesi ilk televizyon yayın aktarımının gerçekleşmesi ve 1929 yılında Almanya'da ilk test yayınlarının yapılmasıyla, televizyon tekniği düzenli bir yayıncılık yapılmasına olanak sağlayacak seviyeye ulaşmıştır[1].

Televizyon sözcüğü, Yunanca *uzak* anlamındaki *tele* ve Latince *görmek* anlamındaki *visio* sözcüklerinden, 20. yüzyıl başlarında türetilmiştir.

Televizyon resmi olarak 1926 yılında başlayan tarihinden günümüze kadar geçen süreçte çeşitli yaklaşımların çatışmaları ile sürekli yeniden şekillenmiştir. Söz konusu tarihsel süreci değerlendirdiğimizde, televizyonun teknikten teknolojiye geçilen süreçte icat edilen bir cihaz olarak, kılavuzu olan radyonun izinden giderek kurumsallaşmış bir yapıya evrildiğini gözlemleyebiliriz. Televizyon yayıncılık yapılanmasını da radyonun oluşturduğu geleneğe sadık kalarak düzenleme yoluna gitmiştir. Bu doğal dönüşümle birlikte televizyon belli ideolojik yaklaşımlar çerçevesinde tanımlanmış ve yayıncılık anlayışı da bu yaklaşımlar ekseninde şekillenmiştir.

Teknolojik bir aygıt olarak geliştirilip daha sonradan sosyo-kültürel bir olgu haline gelen televizyonun teknolojiyle olan organik ilişkisinin, günümüzde de bu tarihsel bağlantı etrafında geliştiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Televizyonun radyonun açtığı yolda ilerlemesi, bir anlamda radyo ve televizyonun "yayıncılık/elektronik yayıncılık" başlıkları altında sürekli beraber anılmalarına sebep olmuştur. Radyo ve ardılı televizyon ile birlikte insanlar artık bilgiye, habere, farklı türde eğlencelere olayların gerçekleştiği anda ve kendi bulundukları yerden ulaşabilme olanağına kavuşmuşlardır. Televizyonun görüntü yansıtmasının verdiği etkiyle birlikte sahip olduğu artı güç onu son elli yılda en etkin ve popüler medya (araç) haline getirmiştir (Köksalan, 2010:32).

Umberto Eco, televizyon tarihini, Paleo-Televizyon ve Neo-Televizyon olarak iki aşamaya ayırmaktadır (1984:19). Paleo-Televizyon, parlamento üyelerinin göreve atanmasından bahseden ve izleyicilerin yalnızca zararsız şeyler öğrenmesi için uğraşan bir televizyonken; kanal sayısının artması ve özelleştirmeler ile birlikte onun yerine gelen çağdaş Neo-Televizyon öncelikle görünürlük kazandırdığı aktörlerin ve programlarının sayısının çokluğuyla farklılaşmaktadır. Eco'ya göre Neo-Televizyonun başlıca karakteristiği dış dünyayla ilgili olarak giderek daha az konuşmasıdır. Paleo-Televizyonun başlıca ilgi alanı dış dünya iken, Neo-Televizyon kendisi ve izleyicisiyle kurduğu ilişki üzerine konuşmakta ve şöyle söylemektedir: "Buradayım, benim, ben senim". Böylece izleyici ekranda kendisini gördüğünü düşünmektedir (Kılıçbay, 2005:31).

Bugünkü anlamda bir televizyon yayını 1935 yılında Berlin'de kurulan ilk televizyon istasyonunda başlamıştır ve yayınını düzenli olarak İkinci Dünya Savaşı'na kadar sürdürmüştür. Savaş nedeniyle televizyon alıcı ve verici aygıtlarının geliştirilmesi için

kayda değer yatırımların yapılması 1940'ların sonu-1950'lerin başından önce gerçekleşememiştir. 1940 yılında ABD'de yapılan ilk renkli yayın denemelerinden sonra düzenli renkli yayına geçilmesi içinse 1951 yılı beklemek gerekmiştir (Köksalan, 2010:84-85). Bu noktada renkli televizyon ile yaşanan değişimin program içeriği açısından çok önemli bir farklılık getirmediğini özellikle belirtmekte fayda vardır.

1960'lı yıllardan itibaren kendisini göstermeye başlayan toplumsal hareketler ile birlikte kamu yayıncılığını 'yurttaş', ticari yayıncılığı ise 'tüketici' olarak tamamlayan televizyon izleyicileri, yavaş yavaş kendilerine demokrasi söylemi ile vaat edilen katılım haklarını talep etmeye başlamışlardır.

1960'ların ikinci yarısı, özgün bir sosyo-politik ortam olarak II. Dünya Savaşı sonrası yaşanan nüfus patlaması sonrası doğan gençlerin damgasını vurdukları yıllardır. Bu genç neslin en önemli özelliği savaş sonrası hızlı büyüme gösteren kapitalist devletlerin sağladıkları toplumsal refah ortamında büyümüş olmalarıdır (Pekman, 1997:22). Temel yaşamsal ihtiyaçları büyük ölçüde karşılanan savaş sonrası genç nesil, önceki kuşaklara göre ekonomik anlamda kendilerini daha fazla güvende hissetmiştir. Bunun sonucu olarak ekonomik büyüme gibi materyalist kaygılar yerine ifade özgürlüğü gibi değerler onlar için daha büyük önem arz etmiştir (Reimer, 1989:111). Bu dönemdeki toplumsal hareketlerin ve çatışmaların sayılarındaki artışın ekonomik ya da sınıfsal nedenlere değil, kimlik, statü, hümanizm ve ruhsallık gibi öznel öğelere dayandığı görülmüştür (Johnston vd. 1994:21). Ancak 1970'lere gelindiğinde dünya çapında kendisini gösteren ekonomik krizler hem 1960'larn sonundaki refah ortamını sonlandırmış, hem de yeni özgürlükler talep eden gençler için para kazanma problemini yeniden gündeme getirmiştir. Ekonomik sorunların yeniden baş göstermesiyle artık eşitlik, özgürlük, barış gibi ülkülerin gerçekleştirilmesi hayali yerini ekonomik kaygıların giderilmesi çabasına bırakmıştır.

Ekonomik krizin aşılması noktasında yeniden oluşturulan ve büyük ölçüde süreklilik kazanan tüketimi, kendi sürdürülebilirliğinin ana unsuru olarak gören yeni liberal düzen, bireylerin sınıf mücadelesi gibi öncelikli konularından geri çekilmelerine sebep olmuştur. Böylelikle neo-liberalizm olarak adlandırılan bu yeni dünya düzeninde kendini var etmeye çalışan ama yine de özgürlük ve daha iyi bir yaşam isteğinden de vazgeçmeyen birey büyük oranda tüketiciye dönüşmüştür.

Neo-liberal yaklaşımın piyasa ekonomisinin varlığı için öngördüğü tüketim toplumunda bireyselleşme ve tüketim: toplumsal ilişkileri belirleyen temel unsurların değişken olduğu, bireylerin hemen tüketilebilir kimlikler kazanarak farklılıklar yaratmalarına olanak tanıyan olgular biçiminde karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle Touraine'in (2016:286) özellikle belirtiği gibi, artık modernite fikri akılcı düşünceden çok arzuların tatmini ile bir görülmektedir. Bu yaklaşımın arkasında neo-liberalizmin, gelişen teknolojiyle birlikte etkinliği artan elektronik medyayı kendi rejimini güçlendirmek için kullanmak istemesi bulunmaktadır.

Tüm bu gelişmeler neticesinde kurulan özel kanallar ve kamu yayın kurumlarının artan kanal sayıları karşısında izletici tüketiciler artık geniş bir seçim olanağına kavuşmuşlardır. Ancak bu durum yayıncılık alanında daha önce rastlanılmamış bir olguyu da beraberinde getirmiştir: "rekabet".

İzleyiciler artık eskisinden farklı, ilgi çekici, kendi yeni tüketim alışkanlıklarına cevap verebilen bir televizyon arayışına girmişlerdir. Bir anlamda televizyon izleyicisi artık baştan çıkarılmak istemektedir. Kanallar da bu noktada izleyiciyi kendilerine çekmek için var güçleriyle çalışmaya başlamış, artık birbirleriyle yarışır hale gelmişlerdir.

1980'lere gelindiğinde, özellikle 60'ların ve 70'lerin özgürlükler talep edilen, hareketli ve umut vaat eden siyasal ortamına kıyasla oldukça durgun, iç karartıcı ve bireylerin ruhsal ihtiyaçları için tatmin edici olmaktan çok uzak bir dönem insanları karşılamıştır (Missika, 2006:22). Bu nedenle Neo-Televizyon bu dönemde bir anlamda izleyicisini teselli etme görevini üstlenmek durumunda da kalmıştır. Televizyon bu görevi dâhilinde, içerisinde bulunulan krizi yönetmeye de el atmıştır ancak bu sefer yönettiği kriz Paleo-Televizyonun yapmaya çalıştığı gibi toplumun değil, bireylerin içerisinde bulundukları 'boşanma, sadakatsizlik, iktidarsızlık, kaza, hastalık, felaket' gibi konuları kapsayan krizlerdir. Bu açıdan bakıldığında Neo-Televizyon bireylerin kişisel krizlerinin çözümünde onlara yardımcı olmayı talep etmekte, bir anlamda daha önce sessiz kalmak durumunda olanların seslerinin duyurulmasına aracı olmaktadır.

Özellikle 1980'li yıllardan itibaren mevcut karasal yayın frekanslarının kanal sayısı talebine cevap verme konusunda yetersiz kalması bu sınırlamayı ortadan kaldıracak yeni teknolojik gelişmeleri gündeme getirmiştir. Bu gelişmelerin başında da uydu üzerinden televizyon yayını yapılması gelmektedir. Uydu teknolojisinden önce yeraltı kabloları ile

sunulan kablolu televizyon hizmeti ile izleyiciler yüzlerce kanala ulaşabiliyordu ancak uydu yayını ile ulusal sınır küresele doğru genişlemiş ve enformasyon tüm dünya ile aynı anda paylaşılabilen bir unsur haline gelmiştir.

İzleyici açısından bu noktada önemli bir memnuniyetin varlığından söz edilebilir. Bu memnuniyetin sebebi ise yeni teknolojinin izleyiciye büyük oranda istediği medya içeriğine istediği zaman ulaşabilme, kendi tercihlerini yapabilme özgürlüğü tanıyor olmasıdır.

Peki, yeni televizyon kendisinden önce gelenin yapmamakla eleştirildiği gerçek bir kamusal alan olma işlevini yerine getirebilmekte midir? Neo-Televizyon'un izleyicisiyle eskiye göre daha sıcak ve arkadaşça bir ilişki kurmasına, ekranında sıradan insanlara ve onların içselleştirilebilen hikâyelerine yer vermesine rağmen nihai olarak bütün bunları bir temsiliyet düzeni içerisinde yapması, aslında hâkim olan sunucu tarafından denetlenen ve yönlendirilen bir katılım pratiği olması nedeniyle kamusal alan olma işlevini layığıyla yerine getirememektedir. Yeni teknolojileri kullanan izleyiciler, her ne kadar geniş bir medya ve hizmet çeşitliliği ile çevrelenmiş gibi görünseler de, onlara sunulan menü içinden seçim yapma özgürlüğü dışında bir etkinlik içerisine girememektedirler. Yeni televizyon artık büyük oranda rekabetçi bir piyasa dönüşmüş olan yayıncılık alanında varlığını sürdürebilmek için yönlendirilecek tüketicilere ihtiyaç duymaktadır ve buna bağlı olarak da programcılık yaklaşımları yeniden düzenlenmektedir.

Neo-Televizyon'un siyasal, kültürel, ekonomik ve toplumsal konuların çeşitli ve değişik görüşlerin katılımıyla tartışılmasını, farklı topluluklara hitap eden program çeşitliliğinin sağlanmasını idealize ettiği yayın planlaması, yerini *tüketici-izlerkitle*'nin ortak beğenisine sunulan birbirine benzer ve eğlence ağırlıklı programlardan oluşan bir yayın stratejisine bırakmaktadır (Mutlu, 1999:29).

İzleyicilerin çok daha aktif bir şekilde, yalnızca kendisine sunulan *à la carte* menüde sunulanlar arasından seçim yapan değil, seçilecek şeyleri de önerebilecek bir konuma gelmesi için daha nitelikli katılım ve etkileşim süreçlerine ve bu süreçleri etkin kılacak araçlara ihtiyacı bulunmaktadır (Köksalan, 2010:90). Günümüzde kişisel bilgisayar, cep telefonu ve internet teknolojisi ve hizmetlerinin medyalar arası etkileşim alanı yaratacak biçimde bir araya gelmesiyle de gerçek anlamda aktif bir etkileşimin oluşturulması en azından teknik olarak mümkün olabilmektedir.

Görselliği/görüntüyü yani videoyu etkin bir biçimde kullanan televizyon, tarihsel sürecinin en başından beri bir yayıncılık düzeni olarak kurumsallaşırken kendisini farklı bir sosyal iletişim biçimi olarak konumlandırmıştır.

Televizyon, tüm bu medyalar arası etkileşimin kavşak noktasında yer almaktadır. Jensen'in (2005:91) de belirttiği gibi günümüz koşullarında eğer etkileşimli televizyondan bahsedeceksek, bu medyalar arası etkileşimin tesis edilebilir olması en büyük gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Alternatif televizyon, var olan televizyonun izleyiciyi edilgen konuma getiren, tek yönlü ve ideolojik olarak ekonomik hegemonya tarafından biçimlendirilmiş hâkim gerçeklikleri aktaran yapısına karşı geliştirilebilecek bir pratik olarak anlaşılmakta ya da kavramsallaştırılmaktadır.

Alternatif televizyonun geleneksel yayıncılığa çok boyutlu bir biçimde alternatif olmayı öne çıkaran bir yapısı olması gerekmektedir. Bu anlamda alternatif bir televizyon bireylerin içerik üretim süreçlerine etkin olarak katılımını teşvik eden, iktidarın baskısından, ticari çıkarlardan bağışık olmasına rağmen onları da tamamen reddetmeyen, toplumun genelini ve azınlık topluluklarını önemseyen ve bu grupların kendilerini ifade edebilmelerine imkân veren bir alan olarak işlev görmelidir.

Alternatif televizyonların genelde en katılımcı ve özgürlükçü biçimleri aktivist grupların ve toplulukların yürüttüğü televizyon yayın faaliyetleri olmuştur.

2. HALK TV

2.1 Halk TV'nin Kuruluş Süreci

Özellikle 2013 yılından itibaren yıldızı parlamaya başlayan Halk TV; Halk Haber TV adı ile 10 Ocak 2005 tarihinde CHP genel başkanı Deniz Baykal'ın girişimleriyle kurulmuş bir televizyon kanalıdır. Ayrıca bu kanalla ilişkili bir de radyo istasyonu (Radyo Şehrin Sesi) vardır. İlk kurulduğu dönemde her saat başı haber bülteni yayınlayan bir televizyon kanalı olarak hizmet vermiştir. Yayın hayatına başladığı tarihten itibaren de dönemin CHP yönetimi aracılığıyla varlığını sürdüren Halk TV'nin 2 Şubat 2011 tarihinde kapatılması, yayın akışını 15 günlüğüne aksatsa da 18 Şubat 2011'de yayın hayatına kaldığı yerden devam etmiştir.

Böyle dalgalı bir geçmişe sahip olan Halk TV'yi; 1 yıl sonrasında ise maddi imkânsızlıklar vurmuştur. Biriken borçları sebebiyle 31 Temmuz 2012 tarihinde uydu üzerinden televizyon yayını hizmeti veren Digiturk kanalları arasından çıkarılan Halk TV, bu dönemde önemli bir izleyici kaybına uğramıştır. Borcu kısa süre sonra ödenmiş; 18 Şubat 2013'te Digiturk yayınına kaldığı yerden devam etmiştir.

31 Mayıs 2013 tarihinde ülke gündeminin tek konusu olan Gezi Parkı Olayları sırasında diğer kanalların aksine yaptığı kesintisiz ve sansürsüz yayın sayesinde ismini tüm ülkede duyuran Halk TV'nin sahibi 2013'ten beri Estetik Yayıncılık'tır. Halk TV, Gezi Parkı Direnişi'nin ardından büyük bir ivme kazanmış; özellikle 2014 yılında Star TV'den "Her Açıdan" programının transfer edilmesiyle ülkenin muhalif kesiminin önemli bir kısmını izleyici olarak kazanmayı başarmıştır.

Günümüzde Digiturk, Turkcell TV, D-Smart ve Turksat 3A ile yayın yapan Halk TV; Sözcü Gazetesi, Halk Radyo, Korkusuz Gazete, AMK Gazetesi, Gırgır Dergisi ile aynı şirket grubu dâhilindedir.

Aralık 2016 itibariyle yayını yapılan güncel programlarının listesi ise şu şekildedir: Güne Başlarken, Sol Şerit, Sansürsüz TV, Yazı İşleri, Türkiye Gündemi, Ankara Kulisleri, Halk Arenası, Şimdiki Zaman, Türkiye Nereye, Zamanın Ruhu.

2.2 Halk TV'nin Ticari Girişimlere Mesafesi ve Alternatiflik

CHP'nin kanalı olarak bilinen Halk TV medya kulislerinde çok konuşulan ancak -kelimenin tam anlamıyla izlenmeyen- bir kanal olarak yayın hayatına başlamıştır. 2005 yılında kurulan kanal parti ile ilişkisi kadar partinin kanalı satma çabası ve alıcıların kimliği ile de konuşulan bir televizyon kanalı olmuştur. 31 Mayıs 2013'te başlayan Taksim Gezi Parkı eylemleri kanalın yıldızının parlamasına sebep olan olay olmuştur. Reytingini yüzde 1500 arttıran kanal o dönemde Türkiye'nin en çok konuştuğu yayınlardan biri haline gelmiştir.

2011 yılında medya kulisleri Cumhuriyet Halk Partisi'nin resmen sahibi olmadığı ancak parti tarafından kurulan Halk TV'nin satışını konuşurken, bir yanda da kanal borçları nedeniyle iflas sürecine girmiştir. 3 Şubat 2011 itibariyle kanal, ödenmeyen borçları nedeniyle yayınını resmen bitirdiğini ilan etmiştir. Halk TV bünyesinde çalışan 45 personelin maaşları 5 ay boyunca ödenememiş, Digitürk'e uydu frekans yer tahsisi karşılığı olan borç da aynı şekilde ödenememişti. Canlı yayın aracı haczedilmişti. Kanalın borç batağından kurtuluş yolu olarak CHP ile yapılan hizmet sözleşmesi görülüyordu. CHP'nin başına geçeli 1 yıl olmayan Kemal Kılıçdaroğlu da, kanal ile ilgilenmesi için Hurşit Güneş'i görevlendirmişti.

Hurşit Güneş yaptığı inceleme sonrasında borç çıkmazında olan kanalla yeni bir hizmet sözleşmesi yapılmasını doğru bulmadığını MYK toplantısında dile getirmiştir. Bu karar üzerine Halk TV'nin yayını kesilmiştir.

Bu süreçte Oda TV'nin kurucuları Halk TV'yi satın almak, muhalif gazetecilerden oluşan bir kadro ile kanalı yeniden çalışır hale getirmek istemiştir. Ancak bu girişim daha başlamadan sona ermiştir. Kanal kurmak için işlemlere başlayamadan Oda TV'nin eski çalışan ve kurucuları gözaltına alınmıştır. Oda TV internet sitesinin merkezine güvenlik güçleri tarafından operasyon düzenlenmiştir.

İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı'nın 26 Ağustos 2011 tarihli ve 2011/425 İddianame No ile hazırladığı Oda TV iddianamesinde, Ergenekon Terör Örgütü'nün medya yapılanmasına yönelik çalışmaları arasında Halk TV ile ilgili faaliyetler şu şekilde sıralanmıştır:

"Ulusal Medya 2010" isimli dokümanın yapılan incelemesinde; ODATV, Halk Tv, Ulusal Tv, Avrasya Tv, Kanal B ve Sözcü gibi yayın organları tarafından, Ergenekon ve benzeri davaların aleyhine yayın yapılması, kamuoyunun Ergenekon Silahlı Terör Örgütünün çıkarları doğrultusunda yönlendirme amaçlı haberlerle şekillendirilmesi, davayı yürüten kurumların yıpratılmasının bir yayın politikası olarak benimsenmesinin gerekliliğinin vurgulandığı..."

Oda TV'nin eski kurucusu dava kapsamında tutuklandıktan sonra Halk TV ile ilgili planları özellikle hükümete yakın gazetelerin gündeminden düşmemiştir.

Halk TV, 2013 Şubat ayında yeniden kurulmuş, logosunda küçük de olsa bir değişiklik yapılmış, ismi Halk Haber TV olarak yenilenmiştir (araştırmada "Halk TV" olarak adlandırılmaya devam edilecektir). Ankara Ümitköy'deki merkezi Tunus Caddesine, İstanbul'daki stüdyosu ise Beşiktaş Akaretler'deki bir apartman katına taşınmıştır. Kanalın yönetimi Ankara'dan İstanbul'a geçmiştir, yönetim kademesi tamamen değişmiş ve yeni bir kadro ile yeniden yola çıkılmıştır.

Sözcü gazetesi köşe yazarlarından Yılmaz Özdil'in tarifiyle Halk TV şöyle bir kanal[7]:

"TRT'de 7 bin kişi var. Halk TV'de 24 kişi... Genel yayın yönetmeni maaş almıyor, gönüllü çalışıyor, dolayısıyla işten atılma riski yok! İstanbul'daki haber merkezi, bildiğin apartman dairesi, 3 oda 1 salon, 80 metrekare, salon stüdyo, oturma odası reji... Canlı yayın aracı tamircide, yaptırmak için paraları yok. 3'ü Ankara'da, 3'ü İstanbul'da sadece 6 kameraları var. Hepsi stüdyo kamerası, sabit yani. Aktüel kameraları yok. Mecbur kalınca, söküp, sırtlayarak röportaja gidiyorlar.

Helikopterleri var! Bir vatandaşın maket helikopteri var, her sabah motosikletine atlıyor, Taksim'e gidiyor, kameralı helikopterini uçuruyor, en çarpıcı görüntüleri topluyor, sonra geliyor kasedi Halk TV'ye veriyor; ücretsiz.

81 şehrimizde binlerce muhabirleri var. Hepsi vatandaş. Çekip Internet'ten gönderiyorlar; bedava.

Habere gitme imkânları olmadığı için ahali Halk TV'nin ayağına gidiyor. Taksim'e ve Kızılay'a çıkan yol tam önlerinden geçiyor, pencereden yayınlıyorlar.

Başlarına bir kötülük gelmesin diye apartmanın kapısında nöbet tutan gaziler var. Kadınlar kek getiriyor, börek getiriyor. Neredeyse bütün gazetelerde,

televizyonlarda destekçileri var. Mesaisi bitince, Halk TV'de gönüllü kameramanlık yapan var. Gece yarısı gelip montaja yardım eden var. Telefonla bilgi veren var.

Türk basınının 'imece'si Halk TV… Sen trilyonlar döküp dizi yayınlıyorsun, ahali Gezi Parkı'ndaki dizi oyuncularını Halk TV'den seyrediyor. Reklamlar başlayınca bunlar tüy dökücü krem, hortum, horlama cihazı falan yayınlıyor, ahali gözünü bile kırpmıyor, kanalı değiştirmiyor."

İnsanlar Halk TV'nin olayları canlı vermesi kadar, günün 24 saati kesintisiz yayınlanan tüy dökücü krem, horlamayı çözen ürün, Halk Gönüllüleri Seti'ne kadar pek çok bezdirici reklam ve bu reklamlar için kanalın özür dilemesini de çok konuşmuş ve tartışmıştır.

Reklamlar ile ilgili Akşam gazetesine verdiği röportajda Halk TV genel yayın yönetmeni şöyle demektedir[8]:

"İnsanların sıkıldığının da farkındayım o reklamlardan. Haklılar ama biz de para kazanmak zorundayız 3-5 kuruş da olsa… Çok sıkıldılarsa reklam versinler! Madem en çok izlenen kanalız, niye bizde büyük firmaların reklamları yok?"

İlginç olan reklam verenleri eleştiren ancak izleyici tepkilerine de hak veren kanal yönetiminin, alt yazılarla bile olsa, izleyenlerinden özür dilemesi oldu. Kanalda haftasonları sık sık, hatta kimi zaman çok eleştirilen o reklamlar yayınlanırken, ekrana gelen bir alt yazı ile izleyicilerden özür dilenmiştir.

Halk TV'nin sahiplik yapısı hala Deniz Baykal ve onun kuruluşunda hisseleri verdiği Antalyalı işadamlarının elinde. Ve kanalın yönetimi profesyonel gazetecilere devredilmiş durumda. Ancak ana muhalefet partisi ile olan yakın ilişkisi nedeniyle, iktidarın baskısından çekindikleri için büyük şirket ya da ticari girişimler Halk TV'ye hiçbir şekilde reklam vermemekte ve maddi destekte bulunmamaktadırlar. Bu durumun ekonomik zorlukları çok olsa da bir alternatif medya kanalının ekonomik olarak bağımsız ve ticari girişimlere yakın olmaması yönünde olumlu etkisi olduğu değerlendirilmektedir.

2.3 Muhalif Bir Kimlik Olarak Halk TV

CHP ile ilişkiler konusunda Halk TV genel yayın yönetmeninin Akşam Gazetesi'ne verdiği röportajdaki yanıtı şu şekilde olmuştur:

> *"CHP'nin eski lideri Deniz Baykal'ın girişimleriyle kuruldu kanal; bunu inkâr etmiyoruz. Birkaç mütevazı işadamı bir araya gelip kuruluş aşamasında Deniz Baykal'a destek verdiler. Ancak Baykal, partinin liderliğini kaybedince, o işadamlarının da CHP'yle ilgisi kalmamıştı artık. Zaten aradıkları, sordukları da yok; yönetimi tamamen Halk TV'nin yeni yönetimine bıraktılar."*

Son olarak kanalın Gezi Parkı olaylarına ayırdığı zamanı ve reytinglerine bakalım. Halk TV genel yayın yönetmeni yaptığı haberciliği *"Gerilla tarzı, biraz acayip bir habercilik..."* olarak niteliyor: *"Biz bunu gerilla savaşıyla yapacağız! Önümüzdeki iki yıl böyle gidecek. Az adam, çok zekâ. Akıl sermayesi..."* Bu sözlerin 2016 yılı sonlarına gelindiğinde de hala geçerliliğini koruduğu görülmektedir. Halk TV'nin hala az sayıda personel ile "gerilla modeli habercilik" yapmaya devam ettiği gözlemlenmiştir. Reytingler ile ilgili soruya ise Halk TV genel yayın yönetmeni şöyle yanıt veriyor: *"Beyaz Türkler*[a] *bizi tercih ediyor."* Bu da aslında belli bir kitleye hitap ettiklerinin farkında olduklarının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Türk televizyon kanallarının yayın süresi karnesine baktığımızda Halk TV'nin payı ne kadar? Medya Takip Merkezi'nin verilerine göre, televizyon kanallarının 31 Mayıs - 4 Haziran arasında Gezi Parkı ile ilgili haberlere ayırdıkları süre ölçüldüğünde şu tablo ortaya çıkıyor:

---

a *Beyaz Türkler, Batılı ve seküler* hayat tarzını benimsemiş, ekonomik düzeyi yüksek, eğitim hayatının tümünü veya bir bölümünü yurt dışında tamamlamış güçlü azınlığı ifade eder. Bu azınlık ülkenin ekonomik kaynaklarını doğrudan (yönetim veya sahiplik ilişkisi üzerinden) veya dolaylı (siyasi ilişkiler ve bağlantılar) olarak elinde bulundurur. Politik alanda etkinliği AK Parti döneminden bu yana zayıflamış olsa da, entelektüel camiada gündemi belirleme gücüne sahiptirler.[9]

TV KANALLARININ GEZİ PARKINA AYIRDIKLARI SÜRE						
TV Kanalı	31.May Süre (sn.)	01.Haz Süre (sn.)	02.Haz Süre (sn.)	03.Haz Süre (sn.)	04.Haz Süre (sn.)	Toplam Süre (sn.)
Ulusal Kanal	12.559	74.185	84.477	81.157	67.102	**319.480**
Halk TV	35.639	89.967	73.211	54.169	61.867	**314.853**
Cem TV	12.497	41.712	41.613	57.055	25.984	**178.861**
CNNTürk	8.127	29.095	30.922	38.600	53.726	**160.470**
Kanal B	8.933	18.836	25.573	33.013	41.710	**128.065**
Habertürk	8.828	18.908	17.648	30.802	50.346	**126.532**
A Haber	5.669	13.222	34.523	36.510	35.083	**125.007**
Ülke TV	15.799	15.179	13.893	25.663	38.745	**109.279**
NTV	1.633	26.121	16.026	30.289	34.336	**108.405**
Kanal 24	5.011	22.189	14.343	27.654	35.516	**104.713**
STV Haber	14.128	16.261	16.070	23.714	33.814	**103.987**
SkyTürk 360	3.162	12.945	16.831	33.825	34.093	**100.856**
TGRT Haber	4.923	18.863	14.891	18.210	24.287	**81.174**
TRT Haber	4.142	12.463	19.985	12.996	31.445	**81.031**
Kanal A	4.607	5.257	4.363	11.469	35.886	**61.582**
Beyaz TV	13.640	9.245	7.515	12.898	16.967	**60.265**
TV 8	7.845	2.576	10.019	10.280	18.489	**49.209**
FOX	4.247	9.518	6.888	7.131	10.052	**37.836**
BBC World	747	6.961	7.926	12.313	8.913	**36.860**
Bloomberg HT	4.416	-	4.431	11.903	15.492	**36.242**
Kanaltürk	697	3.024	5.719	12.182	14.014	**35.636**
CNN Int.	2.515	4.074	4.983	11.375	9.038	**31.985**
CNBC-e	188	-	-	9.482	15.292	**24.962**
Kanal D	3.796	1.722	2.001	8.437	8.993	**24.949**
Star TV	3.048	2.235	2.436	6.927	7.883	**22.529**
ATV	2.136	2.098	2.156	6.520	7.439	**20.349**
Kanal 7	3.104	2.459	4.891	3.012	3.609	**17.075**
Show TV	1.984	1.722	6.632	3.207	3.437	**16.982**
TRT 1	665	5.036	1.229	2.940	5.078	**14.948**
STV	1.177	1.544	3.466	3.159	4.178	**13.524**

Medya Takip Merkezi (MTM), 31 Mayıs-04 Haziran tarihlerindeki TV yayınları

Şekil 1: TV Kanallarının Gezi Parkına Ayırdıkları Süre (31 Mayıs – 04 Haziran 2013)

Tabloya göre Halk TV olaylara en çok yer veren kanal değil ancak ilk ve en uzun yer veren kanal olmuştur.

Kanalın Deniz Baykal tarafından kurulduğu ve bir dizi skandalla süslü hikâyenin de merkezinde yer aldığı ve ana muhalefet partisi CHP ile olan yakın temasının yanı sıra

toplumsal olaylara olan yakın duruşu ile de muhalif kitlenin, iktidar karşısında söyleyecek sözü olanın sesini duyurmak için mücadele vermektedir. Ancak, genel yayın yönetmeninin deyimiyle *"Basına pres yapmakla görevli dört danışman, bakanlar, başbakan yardımcıları var. Her tarafı arıyorlar. Bunu dünya âlem biliyor."*[8] diye tanımlanan bir ortamda muhalif bir duruş sergilemenin zorluğu da göz ardı edilmemelidir.

3. ALTERNATİF BİR TELEVİZYON ÖRNEĞİ OLARAK HALK TV

Çalışmanın literatür kısmındaki bilgilerin ışığında, araştırma kısmında, Halk TV'nin siyasal çizgisi (örgütsel yapılanım-karar alma mekanizmaları), ekonomik yapısı (mali kaynaklar- reklam gelirleri ve diğer ticari girişimler ile olan ilişkileri), program içerikleri ve söylemi, medya etiği konusundaki yaklaşımları, sosyal medya kullanım alışkanlık ve biçimleri, toplumsal hareketler ile olan ilişkileri, izleyici ile etkileşimleri, yurttaş gazeteciler ve habercilik konularına yaklaşımları incelenecektir.

3.1 Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı tarihsel süreç içerisinde değerlendirilen *alternatif/muhalif medya* ve *alternatif televizyon* kavramlarını üzerinden Halk TV'nin muhalif bir alternatif televizyon örneği olarak anaakım medyanın geçirdiği dönüşüm ve yeni almış olduğu ideolojik çerçeve bağlamında nasıl bir alternatif oluşturabildiğini ele alarak değerlendirmek ve elde edilen bulgular sonucunda alternatif medya kavram ve teorilerine Halk TV üzerinden bir katkı yapmaktır. Downing'in *muhalif medya* kavramının sağladığı kuramsal çerçeveden hareketle yapılan Halk TV incelemesinin, alternatif medya alanındaki teorik ve pratik çalışmalara katkı sağlaması hedeflenmektedir.

3.2 Araştırmanın Metodolojisi

Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi kapsamında açık uçlu, yarı yapılandırılmış sorulardan oluşan derinlemesine görüşme kılavuzları kullanılmıştır. Derinlemesine görüşmelerde evren olarak Halk TV çalışanları ile görüşülmüştür. Halk TV, muhalif bir medya pratiği olarak ortaya çıkmıştır. Türkiye'de alternatif televizyon kanalı sayısı internet üzerinden yayın yapan *Web TV* uygulamaları haricinde, televizyon yayıncılığı özelinde yok denecek kadar azdır. Halk TV özellikle muhalif yaklaşımıyla anaakım medyanın söyleminin dışında bir söylem oluşturduğu için maksatlı olarak seçilmiştir.

Yapılan derinlemesine görüşmeler kamuya açık dernek kafeleri ya da Milli Saraylar bünyesinde bulunan kafeteryalarda yapılmıştır. Görüşmelerin her biri yaklaşık olarak bir

buçuk saat sürmüştür. Ayrıca görüşmelerden sonra da elektronik posta aracılığıyla katılımcılardan araştırma konusu çerçevesinde ilave bilgiler alınmıştır.

Tüm görüşmelerden önce katılımcılara araştırmanın konusu ve amacını belirten yazılı doküman verilmiştir. Yapılan görüşmeler öncesinde yarı-yapılandırılmış sorulardan oluşan görüşme kılavuzları hazırlanmış ve bu kılavuzdaki sorular çerçevesinde katılımcılar ile görüşülmüştür. Katılımcıların isimleri, her ne kadar alternatif bir televizyon kanalında çalışıyor olsalar da, gelecek iş yaşantılarında karşılaşabilecekleri bir soruna mahal vermemek adına gizli tutulmuştur. Yapılan alıntılarda katılımcıların gerçek isimleri değiştirilmiştir. Katılımcıların gizlilik konusunda herhangi bir talepleri olmamasına rağmen bu araştırmada kişilerin kimliklerinin gizlenmesi amacıyla yalnızca rastgele seçilmiş rumuzlarıyla temsil edilmişlerdir. *Halk TV*'de çalışan diğer gerçek kişilerle olan isim benzerliği sadece tesadüftür.

Görüşmeler sırasında karşılaşılabilecek teknik aksaklıklara önlem olarak iki adet ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Katılımcılarla yapılan görüşmelerin ardından ses kayıtlarının deşifrelemesi yapılmıştır.

3.3 Örneklem

Niteliksel araştırmalarda tesadüfilik mantığı nadiren kullanılır (Mason, 1996:83). Niteliksel araştırmalar, "araştırma evrenini, sosyal gerçekliği genellemelere yaymak amacı ile incelemediğinden" (Patton, 1987:51) araştırmacı temsil edici bir örneklemden çok, veri derleyebileceği örneklerle çalışmaktadır. Araştırma probleminin temel önemdeki öğeleri hakkında fikir ya da deneyim sahibi olan yaşanmışlıklarından bu öğeler hakkında bilgi oluşturabileceği kişileri örneklemine dâhil etmek amacındadır (Kümbetoğlu, 2015:97). Bu araştırmada örneklem olarak amaçsal örnekleme türü tercih edilmiştir. Amaçsal örneklemedeki maksat sadece araştırmanın konusuyla yakından ilgili olan insanların seçilebilmesidir. Bu örneklemenin avantajı, araştırmacının cevaplayıcıları seçmek üzere kendi araştırma yeteneğini ve ön bilgilerini kullanabilmesi (Kuş, 2009:46) ve küçük bir örneklem içinde araştırma evreninin farklı karakteristiklerini barındırabilmesidir. Bu araştırmanın örneklemi Halk TV'nin her kademedeki tüm çalışanlarıdır. Araştırma kapsamında Halk TV'nin 14 çalışanı ile görüşülmüştür. (Bu araştırmanın görüşmeleri Eylül-Aralık 2016 tarihleri arasında yapılmıştır).

ARAŞTIRMA KAPSAMINDA GÖRÜŞÜLEN KİŞİLERİN LİSTESİ		
ADI-SOYADI	**EĞİTİM DURUMU**	**YAŞI**
Cihan COŞAR	Lisans Mezunu	32
Görkem ACIR	Lisans Mezunu	47
Cengiz AKMAZ	Doktora Mezunu	59
Remzi Günay	Lisans Mezunu	60
Çağatay ÇELİK	Lisans Mezunu	24
Derviş HIZLI	Lisans Mezunu	26
Esma SAVCI	Lisans Mezunu	29
Erdal YORULMAZ	Lisans Mezunu	26
Muzaffer HÂKİM	Lisans Mezunu	26
Umut ANAHTARCI	Lisans Mezunu	30
Eralp PEKTAŞ	Lisans Mezunu	28
Neriman ESKİCİ	Lisans Mezunu	24
Sırma GÖZAYDIN	Lisans Mezunu	26
Enes KAÇAR	Lisans Mezunu	25

Tablo 1: Araştırma Kapsamında Görüşülen Kişilerin Listesi

3.4 Araştırma Soruları

Belirlenen örnekleme yüz yüze görüşmede yöneltilen sorular şu şekildedir:

1. Halk TV'yi yayıncılık çizgisi bağlamında nasıl tanımlarsınız? Kendinizi hem siyasal hem de yayıncılık açısı bağlamından nasıl görüyorsunuz ve nasıl tanımlar ve adlandırırsınız?
2. Halk TV'yi televizyon yayıncılığı ekseninde değerlendirdiğinizde diğer televizyon kanallarından farkı nedir?

3. Halk TV'nin organizasyon yapısı nasıldır, yönetsel yapılanması bakımından Halk TV'yi nasıl değerlendirirsiniz? Yönetim şeması nasıl oluşturuldu, karar mekanizmasın nasıl bir işleyişe sahip? Üst yöneticiden çalışana kadar herkes alınan kararlarda söz sahibi olabiliyor mu?
4. Televizyonun yayın çizgisi dâhil, yayınlanacak programlar, çağrılacak konuklarla ilgili kararlar nasıl alınıyor?
5. Reklam politikanızı nasıl belirliyorsunuz ve reklam ile ilgili ilkeleriniz nelerdir?
6. Etik ilkeleriniz nelerdir?
7. CHP ile ilişkinizi nasıl tanımlıyorsunuz ve kuruyorsunuz? CHP'nin kanal üzerindeki etkisi konusunda ne söyleyebilirsiniz?
8. Siyasal anlamda farklı görüşlere ne kadar açıksınız? CHP içerisindeki farklı görüşleri ve diğer sosyal demokrat, sol parti ya da muhalif çevrelerle nasıl bir etkileşiminiz var?
9. Nasıl bir habercilik anlayışına sahipsiniz, habere ve haberciliğe bakışınızı nasıl belirliyorsunuz?
10. Halk TV'yi haber çeşitliliği bağlamında ele aldığınızda nasıl değerlendirirsiniz? Haber üretme süreçleri nasıl ilerlemektedir?
11. Halk TV haber söylemini nasıl belirliyor? Muhalif bir söylem oluşturmak ve popülist siyaset yapmanın sıkıntıları nelerdir?
12. Halk TV'nin hedef izlerkitlesi kimlerdir? Bu kitle ile nasıl bir etkileşiminiz var? Ne tür geri dönüşler alıyorsunuz ve izleyici tepkisine göre kendinizi dönüştürüyor musunuz?
13. Gezi direnişi sizi nasıl etkiledi, Gezi sürecinde Halk TV nasıl bir hareket planına sahipti? Gezi sonrasında Halk TV'de neler değişti?
14. Sosyal medyayı nasıl kullanıyorsunuz? Twitter ve Facebook'taki etkinlikleriniz nelerdir?
15. Yurttaş gazetecilerle nasıl bir ilişkiniz var? Haber kaynağı olarak yurttaş gazetecilerle iletişime geçiyor musunuz?
16. Ekonomik destek aldığınız merkezler var mı? Varsa hangi alanlarda faaliyet gösteriyorlar?

17. Alternatif medyanın ticari girişimlere hangi mesafede durması gerektiğine inanıyorsunuz? Finansman açısından belirli kaynakların kullanımı konusunu alternatif medyanın ekonomik bağımsızlığı bağlamında nasıl değerlendirirsiniz?
18. Alternatif televizyonculuğun ana akım medyayı kendi varlık nedenleri doğrultusunda etkileme imkânını Halk TV yayıncılık anlayışı perspektifi bağlamında ele aldığınızda nasıl değerlendirirsiniz?
19. Alternatif diğer televizyon kanallarına dair yaklaşımınız nedir? Ortak yayın ya da destekleme vb. faaliyetlerde bulundunuz mu?
20. Sizce Halk TV büyük sermayeli medya kuruluşlarına karşı bir alternatif ve eleştiri odağı oluşturuyor mu?
21. Yandaş medya olarak tanımlanan iktidar medyası ile nasıl bir etkileşim içerisindesiniz?
22. Küreselleşme sürecinde alternatif yapılar da küreselleşiyor mu? Küresel dayanışma konusuna Halk TV penceresinden bakacak olursanız nasıl değerlendirirsiniz?
23. Görüntü kalitesinden genel olarak memnun musunuz? Televizyon yayını teknolojisindeki yenilikleri takip edip kanalınızda uygulayabiliyor musunuz? Bu konuda karşılaştığınız sorunlar varsa, nelerdir?
24. Alternatif medya yoluyla kimlere ulaşılabiliyor? Gelişmekte olan bir ülke olan Türkiye'de uydu televizyon yayını izlenme oranı göz önüne alındığında, esas muhalefet ya da eleştiri geliştirecek olanlar televizyon yayınlarına ulaşabiliyorlar mı?
25. Karasal televizyon yayını platformları arasında olmak yerine seyircinin ücret ödeyerek erişebildiği platformlarda yayın yapmanız hususunu alternatif televizyonculuk bağlamında nasıl değerlendiriyordunuz?

3.5 Araştırmanın Değerlendirilmesi

SİYASAL ÇİZGİ

Alternatif, radikal veya muhalif medyanın tüm kollarıyla hegemonyaya karşı meydan okumayı ifade ettiğini düşünebiliriz; bazen bunu açıkça gösterdiği bir siyasal formda, bazen de var olan rollerin, alışkanlıkların, simgelerin ve işaretlerin dönüşümü üzerinden dolaylı meydan okuma biçimlerini kullanarak yapmaktadırlar. Medyada temsil edilemeyen

toplum kesimleri kendi seslerini duyulabilmek için ana akıma paralel de olsa örgütlenme yapıları ve içerikleriyle ana akım medyaya karşıt oluşturmaktadırlar. Halk TV'de kurulduğu günden itibaren Türkiye'de ana muhalefet partisi olarak bilinen Cumhuriyet Halk Partisi ile olan yakın temasını izleyiciye göstermektedir. Halk TV'nin siyasi duruşu ve çizgisinden bahsederken Görkem (47) önemli bir noktaya temas etmiştir:

> *"Ben siyasi görüşünü ve siyasi duruşunu çok net olarak ifade eden bir gazeteciyim; bunu da bütün televizyon programlarında ifade etmekten çekinmiyorum çünkü şuna inanıyorum, bir gazeteci önce sempati duyduğu, desteklediği siyasi partiyi ifade edebilmelidir. Etmelidir demiyorum, edebilmelidir. Bunda bir sakınca yoktur ancak o partinin propagandisti gibi hareket etmesi veya o siyasi partinin, o siyasi yapının tırnak içinde söylüyorum "tetikçisi" gibi hareket etmesinin basın etiğine, basın ahlakına uygun olmadığı kanaatindeyim. Ayrıca bir de şu da vardır: Bir muhalefet partisini desteklemek başka bir şeydir; bir iktidar partisinin yandaşı olmak elbette başka bir şeydir. Çünkü iktidar partisi olunca oradan faydalanırsınız, destek görürsünüz, hem adli hem polisiye hem maddi pek çok desteğiniz olabilir ama muhalefet partisine gönül verdiğinizi beyan ederseniz pek çok problemle boğuşmak zorunda kalırsınız."*

Görkem'in siyasi duruşunu açıkça ifade edebiliyor olması ve bunu ekran karşısında da deklare edebilmesi Halk TV'nin aynı zamanda çalışanlarının siyasi görüş ve duruşlarına müdahale etmediğinin de bir göstergesidir. Kracauer'in (1995:325), oyalanma durumundaki alımlamanın kent kültüründe standartlaşması konusunda "eğitimli denilen sınıflar" için söylediklerini bugünkü *muhalif medya* için düşündüğümüzde, anaakım medyanın baskınlığındaki televizyon mecrasında muhalif görüşler için pek az alan kalmıştır artık; bunların ya sofraya katılması ya da elitist bir mesafe tutturması gerekmektedir. Görkem'e benzer şekilde Cengiz (59) de Halk TV'nin muhalif duruşu için şunları söylemiştir:

> *"Halk TV genel olarak oldukça bağımsız ve çeşitli bir yayıncılık çizgisi izlemektedir aslında, yani her demokrat muhalefetin sesi olmayı amaç edinmiştir. Bu sadece parlamentoda konuşanların falan değil sokakta kendi özel meselelerinin yani özel muhalif alanların da sesi olmayı amaçlamıştır… Evet, herkesin kendisini yakın hissettiği bir kesim vardır, bu kanalın da CHP'ye daha yakın olduğu bilinen*

bir şey. Başkaları da başka yere yakın; mühim değil ama mühim olan bu yakınlığın haberinizin içerisindeki somut bilgileri etkilememesidir."

Muhalefet tabiri kelime anlamı olarak "bir tutuma, bir görüşe, bir davranışa karşı olma durumu, aykırılık"[4] anlamına gelmektedir ancak bu aykırılık durumunu Halk TV'nin yayıncılık anlayışı ile bağdaştırıldığında kelime anlamı her ne kadar "aykırı" da olsa bir marjinallik olarak algılanmamalıdır ("marjinal" kelimesi Türkiye anaakım medyasında kurallara uymayan, yasak olarak adlandırılmış eylemleri yapmaya çalışanlar için kullanılan bir tabirdir). Eralp (28)'in de söylediği gibi:

"Halk TV her gazetecinin olması gerektiği kadar muhalif ama kesinlikle anarşist bir yayın organı değil, bu ülkenin yasaları, hukuku ve basın mevzuatına göre yayın yapan ve belli bir siyasi görüşü benimseyen kurum. Biz marjinal bir kanal değiliz, bu ülkenin tamamına hitap ediyoruz."

Halk TV'nin muhalif ve farklı olmak ile kural tanımaz ve yasalara karşı olmak arasındaki çizgiyi net şekilde belirlemiş olduğunu bu açıklama kesin şekilde ifade etmektedir.

ÖRGÜTSEL YAPILANMA

Halk TV'nin yönetim şemasına baktığımızda genel müdür, yayın kurulu, program ve yayın sorumluları ile haber sorumlusu, sorumlu müdür ve bölge sorumluları şeklinde yapılanma içerisinde olduğu görülmektedir. Yönetim ve organizasyon olarak anaakım haber kanalları ile benzerlik göstermesine rağmen bu yapı yalnızca bir asli görev dağılımını işaret etmektedir. Toplam çalışan sayısının az olmasının da etkisiyle neredeyse herkes her işi yapmaktadır; bu durumu Cihan (32) şu sözleriyle açıklıyor:

"...mütemadiyen bütün arkadaşlarımız fazla mesai yapıyor. Haber varsa herkes burada; gecenin 2'sinde bir şey olursa evi yakın olan gidiyor. Burada herkes hemen her işi yapar. Birçok kişi hem teknikten anlar, hem haberden anlar; niye? Anlamak zorunda, anlamazsa yapamayız, 12 kişiyle bu işi sürdürmek pek mümkün değil İstanbul özelinde. Ankara da keza öyle; herkes birçok işi yapmak zorunda; yani hem kameramanlığı bilip hem de kameranın önüne geçip yeri geldiğinde muhabirliğini de yapmak zorunda ki ancak kurtarabilelim. O yüzden herkes elinden geleni fazlasıyla yapıyor ki arayı kapatalım. Birçok noktada, birçok haberde,

birçok Türkiye'nin gündemini sarsan haberde arayı kapattık, hatta birçok haber kanalını bu kadar az kişiyle geçtik."

Sırma (26) da hiyerarşik yapıyla ilgili Cihan'ın sözlerini destekler nitelikte bir açıklama yaparak *"...herhangi bir konuda herkes fikrini açıkça söyleyebiliyor. Aramızdaki ilişki hiyerarşik değil; eşit görev dağılımı şeklinde; hepimiz yalnızca görevimizi yapıyoruz."* şeklinde belirtmiştir.

Halk TV kadrosunda çalışan personel sayısının az olması yaygın iletişim yöntemlerine de bir alternatif oluşturulması yönünde itici kuvvet olmuştur, çalışanlar arasında kurulan WhatsApp* haberleşme grupları sayesinde fikir alış-verişi daha hızlı hale gelirken aynı mekânda bulunma zorunluluğunu da ortadan kaldırmıştır. Remzi (60) bu durumu akıllı telefonunda uygulamayı göstererek şu şekilde anlatmıştır:

"Yönetimsel olarak tüm kademeler ile bir temas olmasa da özellikle haber hazırlama sürecinde teknik personel hariç tüm personelin fikirleri alınıyor. Bölge temsilciliklerindeki WhatsApp[b] grupları sayesinde de haber içeriğine yönelik tüm görüşleri teknik ekip de dâhil bildirebiliyor."

KARAR ALMA MEKANİZMALARI

Karar alma süreç ve mekanizmalarının da örgütsel yapıyla paralel bir yol izleyerek iç içe geçmiş bir şekilde ilerlediği özellikle Halk TV'nin stüdyolarının bulunduğu İstanbul ve Ankara'da belirgin bir şekilde gözlemlenmektedir. Günün belli saatlerinde yayınlanan bültenler ile ilgili olarak Ankara Stüdyosu editörleri ve yayın kurulu kararları alırken sıcak gelişmelerde İstanbul Stüdyosu editörlerinin inisiyatif aldığı görülmektedir. Bültenlerde Halk TV yayın kurulunun karar aldığını belirten Çağatay (24), sıcak gelişme olduğunda ise şahsi karar verme yetkisinin kullanılabildiğini söylemektedir:

"Genelde bültenler için çağrılacak konukları Halk TV'nin yayın kurulu belirler. Yani haber müdürümüz, yayın sorumlumuz, İstanbul ve Ankara'daki editör arkadaşlarımız; bültenler için bu şekilde ortak akılla belirleniyor. Ama sıcak

b WhatsApp: Akıllı telefonlarda kullanılabilen; sesli aramaya ek olarak, metin, fotoğraf, video, belge ve konum gibi pek çok değişik tipte medyayı alıp göndermeyi destekleyen bir uygulama.

gelişmede bu şekilde oturup Facetime[c] ya da hoparlöre alarak konuşma, toplantılar yapma ya da WhatsApp gruplarından akıl yürütme dışında sıcak gelişme olduğunda anında karar verme yetkinizi devreye sokmanız gerekiyor."

Halk TV'nin yayın kurulundaki isimlere bakıldığında tüm kanalın en tecrübeli gazetecilerinin yayın kurulunu oluşturduğu görülmektedir. Bu durum yayın kurulunun kararlarının diğer çalışanlar tarafından daha olumlu karşılanmasına da katkı sağladığı gözlemlenmiştir. Esma (29)'nın sözleri de bu gözlemi pekiştir niteliktedir: *"...biz gazeteci büyüklerimizden öğrendiğimiz gibi yanlışa yanlış diyerek doğru haberciliğe elimizden geldiğince devam ediyoruz."* Halk TV içerisinde bir aile ortamı olduğunu söyleyen Derviş (26), konuklar ile ilgili nihai kararın yayın kurulu veya bölge sorumlusu editörler tarafından verildiğini belirtmiştir.

"İstanbul'da daha aile gibi bir ortam olduğundan editörlerimizle program içerikleri ve konuklar ile ilgili rahatça fikir alış-verişinde bulunabiliyoruz. Genelde görüş çeşitliliği oluşturacak potansiyel konuklar yayına bağlanıyor ya da davet ediliyor. Nihai kararı yayın kurulu veya bölge sorumlusu editörler veriyor."

İstanbul Stüdyosu'nun bir apartmanın karşılıklı iki dairesi şeklinde düzenlenmiş olması Derviş (26)'in sözünü ettiği aile ortamı vurgusunun hissedilebilmesine olanak sağlamaktadır. Sabah saatlerinde yapılacak olan yayın öncesinde stüdyoya ilk gelenin çayı demlemesi ve kullanılan dairelerden bir tanesinin ev konseptine daha benzer olmasının, zihninizde ev-aile imajının oluşmasını kolaylaştırdığı gözlemlenmiştir.

EKONOMİK YAPI (MALİ KAYNAKLAR)

Alternatif medya, anaakım medyanın sürekli temasta olduğu bazı güç odaklarına bağımlı hareket etmez, daha özgür kararlar alır. Alternatif bir medya unsuru katılım, etkileşim, topluluk çıkarının korunması, ticari kaygılardan ve her türlü muhtemel iktidar baskılarından bağışık olma ölçütleri ile değerlendirilebilir. Halk TV'nin bu bağlamda belki de en muzdarip olduğu konu onu aynı zamanda da ekonomik anlamda bağımsızlığa götüren, en azından herhangi bir ticari oluşumun boyunduruğu altına girmesini engelleyen

c FaceTime: Apple şirketinin akıllı telefon ve yeni nesil tablet bilgisayarlarının (4. Jenerasyon) kendi aralarındaki videolu görüşme özelliğidir

durum halini almıştır. Siyasi iktidarın baskısı ve korkusu yüzünden büyük ölçekli hiçbir ticari girişimin Halk TV'ye destek vermeyişini Enes (25) etkileyici bir örnekle anlatırken, Halk TV'nin halkın desteğiyle ayakta durduğunu belirtmektedir:

> *"Şimdi çok büyük bir kuşatma altında Halk TV. Sadece Halk TV değil, yani küçük medya adacıkları olarak gördüğümüz diğer basın yayın kuruluşları "BirGün Gazetesi'ni, Sözcü Gazetesi'ni" bunları alabilirsin; bunlar sadece halkın desteğiyle ayakta durabilen kuruluşlardır. Aksi düşünülemez. Neden aksi düşünülemez: İşte, ben size çok çarpıcı bir örneğini vereyim, hep yandaş medyada anlatılır 'Cumhuriyet Halk Partisi'nin hissesi vardır Türkiye İş Bankası'nda'; 'şöyle hissesi vardır, böyle kar ederler...'; halbu ki şunu çok net söyleyelim evet Cumhuriyet Halk Partisi 28% hissesine sahiptir Türkiye İş Bankası'nın ancak bu kar dağıtımında geçerli olan bir hisse değildir; sadece orada sembolik hissesi vardır, Mustafa Kemal Atatürk tarafından verilmiş bir hissedir o. Peki, bu hisseden kar geliyor mu? Gelmiyor. Bu hisse ile herhangi bir tasarrufta bulunabiliyor mu? Bulunamıyor. Sadece orada yönetim kurulu üyesi sokabiliyor. Peki, Cumhuriyet halk Partisi yönetim kurulu üyesi belirliyor Türkiye İş Bankası'nda; Cumhuriyet Halk Partisi'nin yönetim kurulu üyesi soktuğu İş Bankası'ndan reklam veriliyor mu Halk TV'ye? Hayır, gelmiyor. Yani sadece bu örnek bile aslında büyük ekonomik kuşatmanın göstergesidir. Ama ne yapılıyor, işte Halk TV'yi ayakta tutan aynen Kuvâ-yi Milliye zamanında olduğu gibi halk desteğidir; halkın inanılmaz desteğidir. Biz de gidiyoruz imza günleri düzenliyoruz. Onlara gelen yurttaşlarımız Halk TV'nin kitap setleri başta olmak üzere birçok şeyinden satın alıyorlar. Yani gerçekten dünyada böyle bir model var mı, Böyle bir medya kuruluşunu yaşatabilen bir başka model var mı bilmiyorum. Ama bu çok çarpıcı ve çok ilginç bir model. Yani herkes karınca kararınca cebindeki 50 lirasını 100 lirasını bu kanala veriyor ve burayı yaşatıyor. Ve kimler veriyor? Zengin iş adamlarından söz etmiyorum! Orta gelir düzeyine sahip, izleyen insanlar emekli maaşlarından 100 lirasını Halk TV için ayırıyor, diğer 100 lirasını da belki Sözcü Gazetesi için ayırıyor ve bu şekilde kendi medyasını yaşatıyor. Gerçekten, bu dönemlerin tarihi yazılırsa altın harflerle geçecek bir dayanışma öyküsü çıkacak diye düşünüyorum ben."*

Kıt kaynaklarla yayınını devam ettirme mücadelesi veren Halk TV çalışanlarına, maaşlarını zamanında alıp alamadıkları sorulduğunda tüm görüşmeciler "bir gün bile

aksama olmadığını" belirtmişlerdir. Bu noktada pek çok ticari girişim ve müessesenin aksine, anaakım medyanın perdelediği sınıf mücadelesini gözler önüne sermek misyonu olan alternatif medyanın bu görevini yerine getiren Halk TV'de emek sömürüsüne karşı hassas davranılmakta olduğu görülmektedir.

REKLAM GELİRLERİ VE DİĞER TİCARİ GİRİŞİMLER

Turizm, otomotiv, teknoloji vb. sektörlerde büyük sermayeleri olan holding sahipleri medya yoluyla reklamlarını yapmak, hükümetlerle iyi ilişkiler kurmak ve medya piyasası üzerinden çıkar elde etmek amacıyla medya sektörüne yatırım yapmış ve sahiplik yapısının değişmesine neden olmuşlardır. Halk TV'nin de bu medya üzerinden güç elde etme savaşından olumsuz etkilendiğini belirten Muzaffer (26), muhalif bir televizyon kanalının ekonomik anlamda da bağımsız olmasının zorluğunu vurgulamıştır:

> *"Şimdi hani "muhalif bir kanal reklam alma konusunda ticari girişimlere daha bir uzak durmalı ve bağımsızlığı savunmalı" diye bir şey söylemek isterim ama söyleyemeyeceğim çünkü keşke reklam alsak da böyle bir lüksümüz olsa. Ciddi bir reklam sorunu var Türkiye'de muhalif medyaya karşı. Bildiğin gibi inanılmaz bir ambargo var yani. Dolayısıyla öyle bir lüksümüz yok. Keşke olsa da tam bağımsız bir duruş sergileyebilsek."*

Ekonomik anlamda olmasa da yayıncılık anlamındaki bağımsızlıklarından dolayı politik görüşleri kendilerine yakın sermaye sahiplerinin bile -siyasi iktidardan korktukları için- kendilerine reklam vermediğini belirten Erdal (26), Halk TV'ye yine halktan insanların reklam desteği verdiğini belirtmiştir:

> *"Reklam politikası yapmak için çok aç bir kanalız. Böyle bir politika yürütmek çok zor. Bağımsız, tarafsız bir yayın sürdürdüğümüz için görüşü bize yakın iş adamlarını dahi bizden kaçtığını görüyoruz. Görüşü size yakın şirketlerin dahi korktuğunu görüyorsunuz. Ama sağ olsunlar korkmayan camcı, televizyoncular var, onlar veriyor reklam."*

Neriman (24) ise Halk TV'nin reklam politikaları ile yayın politikalarının birbirine paralel olduğu vurgusunu yapmış ve yalnızca görüşlerine yakın oldukları siyasi oluşumlar ile değil

karşısında muhalif duruş sergiledikleri iktidar partisinin de reklamını yayınladıklarını söylemiştir:

> *"Reklam politikası olarak bazı değerlere dikkat ediyoruz. Habercilik ilkesi olarak da bizim bir çizgimiz var. Türkiye Cumhuriyeti'nin temel ilkelerine, etik değerlere her zaman saygılıyız ve bağlıyız. Ama sadece tek bir yönden de reklam alındığı da düşünülmesin; örneğin 30 Mart seçimleri öncesinde yaklaşık 2 ay Melih Gökçek bu kanala reklam verdi -kendi reklamını verdi-, Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı oldu tekrar, reklamını verdi. CHP, HDP, AKP bunlar reklam verdi."*

Neredeyse tüm dünyada alternatif medya oluşumlarının karşılaştığı mali sıkıntılar ile Halk TV de boğuşmaktadır. İktidar karşısında muhalif/eleştirel bir söylem ile yayın yaptıkları için büyük sermayeli kuruluşlar iktidarın tepkisini çekeriz korkusuyla Halk TV'ye reklam vermemektedir. Öte yandan daha küçük çaplı ticari girişimler belki de mevcut iktidara aynı zamanda bir tepki olarak Halk TV'ye reklam geliri kazandırmaktadırlar. Özellikle seçim döneminde yayınlanan reklamlar Halk TV'nin siyasal anlamda farklı görüşlere olan yaklaşımı hakkında da fikir sahibi olmamızı sağlamaktadır; diğer sosyal demokrat, sol görüş ve muhalif çevrelere yayıncılık anlamında herhangi bir sınırlama getirmemektedirler. Bu konuda Umut (30):

> *"Biz bütün muhalif çevreleri mümkün olduğu kadar haber yapıyoruz. Aslında muhalif olmayan çevreleri de yapıyoruz. Muhalif çevrelere tabii ki daha sempatiyle bakarak yaklaşıyoruz çünkü onlar bir baskı altındalar. Özel olarak sadece CHP'de değil, başka partinin, grubun, taban organizasyonların yani kuruluşların, derneklerin vs. haberlerini veriyoruz yani mümkün olduğu kadar. Keşke imkânlarımız olsa da daha fazla versek onların haberlerini de."*

PROGRAM İÇERİKLERİ VE SÖYLEM

Kendisini alternatif olarak tanımlayan bir medya kuruluşunda örgütsel hiyerarşiden uzak, eşitlikçi ve katılımcı bir ortak yapılanmanın mevcudiyeti ile ötekileştirilmiş, toplumun bazı kesimleri tarafından dışlanmış ya da azınlıkta kalan kesimlerin kendilerini ifade etmelerine imkân tanıyacak bir habercilik yaklaşımı olmalıdır. Bu şekilde yapılandırılmış bir habercilik anlayışının varlığı, haberin hazırlanış sürecinin de anaakıma göre farklılık göstermesini gerektirmektedir. Böylelikle haberin üretimi aşamasında da hegemonyaya ve

anaakım medyanın hâkimiyetine karşı alternatif bir seçenek oluşması mümkün olmaktadır. Alternatif medyanın böylesi bir yapılanma içerisinde olması "habercilik faaliyeti" ile "siyasal eylemcilik" faaliyetlerinin birbirine paralel olarak yürütülmesi gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Bunu gerçekleştirebilmek için de alternatif medya gazetecisinin ötekileştirilmiş, azınlıkta kalan ve dışlanmış kesimlerin sosyo-ekonomik ve sosyo-politik durumlarını kavrayacak bir habercilik tarzını benimsemesi gerekmektedir. Bu noktada da alternatif medya ve alternatif gazetecilik için duru bir "medyada tarafsızlık" söyleminin – alternatif medyanın doğası gereği- mümkün olmayacağını altını çizmekte fayda vardır (Taylan, 2015:303). Bu konuyla ilgili olarak Rodriguez (2001:6) de "alternatif medyada tarafsızlık ilkesinin, katılımcıların görgü şahitliğine dayanan açık bir taraf tutma ve muhalefet pratiğiyle yer değiştirdiğini" belirtmektedir. Muzaffer (26)'in deyimiyle:

> *"Tarafsız gazeteci olduğunu söyleyen gazeteciler aslında en taraf olan gazeteciler. ... uygulanan politikalar yüzünden ister istemez bir tarafa yöneliyor ve diğer tarafa tavır alıyorsun. Medyadaki bu kutuplaşmanın müsebbibi de zaten iktidarın bizzat kendisi. Şu anki iktidar ile birlikte birçok değerlerimizin içi boşaltıldı, her şey tartışılır hale geldi, ister istemez tavır alıyorsunuz, kaldı ki bizler gazeteciyiz ve en büyük tavrı bizler alıyoruz. O nedenle haberlerimiz "Tarafsızız" diyerek kimseyi kandırmayalım. Ülken uçuruma sürüklenirken, toplum birbirine düşman edilirken, Türk-Kürt-Alevi-Sunni diye insanlar bölünürken sen neye karşı tarafsız olacaksın. Tarafını seçmekten başka şansın yok."*

Halk TV'de Aralık 2016 itibariyle yayını yapılan güncel programlar Güne Başlarken, Sol Şerit, Sansürsüz TV, Yazı İşleri, Türkiye Gündemi, Ankara Kulisleri, Halk Arenası, Şimdiki Zaman, Türkiye Nereye ve Zamanın Ruhu'dur. Yayınlanan programların içeriğine genel olarak bakıldığında aralarında eğlence ya da yarışma programı olmadığı; haber ve tartışma programlarından oluşan bir program çeşitliliği olduğu görülmektedir; bu bağlamda Halk TV bir haber kanalı görünümündedir.

Güne Başlarken programı Ankara stüdyosundan yayınlanan, günün ve gündemin gelişen olaylarının ele alındığı sabah haberleri görünümünde bir program olmakla beraber gündeme dair konuk/konuklara İstanbul ya da Ankara stüdyosunda canlı yayın ile yer vermekte ve bu anlamda saat başı ya da öğle-akşam haberlerinden ayrılmaktadır. Programın giriş sekansında sansürsüz, cesur, özgür yorum; tarafsız, korkusuz haber ve

uzman konuk ifadelerine yer verilmektedir. Tarafsız ve korkusuzluk konusunu Cihan (32), iktidar tarafından yayınına son verilen diğer alternatif televizyonların izleyicilerinin Halk TV'ye bir yönelimi oldu mu sorusuna cevaben: *"Mevcut iktidar tarafından kapatıldıklarını hesaba katarsak o kanalların izleyicilerinin siyasi yönelim ve eğilimleri ne olursa olsun bir tepki neticesinde illa ki mevcut iktidara en korkusuz -objektif ama en korkusuz- yayını kim yapıyorsa oraya yönelmeleri gayet doğal ve reytinglerde irili ufaklı bu girişleri de saptadık tabii ki."* şeklindeki açıklamasıyla vurgulamıştır.

Yayınlanan programları içerik olarak tek tek ele aldığımızda: Sol Şerit programı gündem içerisinden belirlenen konulara sol düşüncenin yaklaşımı hakkında bir tane stüdyo konuğu ile yürütülen bir program olarak yayınlanmaktadır. Sansürsüz programının giriş sekansında "Cadı Avı", "Suriye Savaşı", "The Darbe", "OHAL Bülteni" ve "Karartma Geceleri" başlıklarının yer aldığı haber görüntüleri yer almakta; gündeme dair konuların iki ya da üç konukla tartışıldığı bir program olarak yayınlanmaktadır. Hafta içi her gün yayınlanan Yazı İşleri adlı program bir uzman konukla gün ortası haberlerine kadar yayınlanmaktadır. Türkiye Gündemi adlı programın formatı da yine haftanın gündemine ait konuklar olmakla beraber bu konuklar birinden farklı görüşlerde olan kişilerden seçildiği için daha çok tartışma programı niteliğindedir. Ankara Kulisleri programı gündemi hali hazırda görevde olan ya da önceki dönemlerde görev yapmış olan milletvekillerinden oluşan konuklar ile değerlendirmektedir. Şimdiki Zaman programı giriş sekansındaki "Hangisini İstiyorsun? Anlatılanlara İnanmak Mı? Gerçekleri Bilmek Mi? Görünüş Aldatıcıdır… Araştırmak Bilmektir… Hakikate Ulaşmak İçin *Şimdiki Zaman*" sloganlarıyla gerçeği yansıtmak iddiasında bulunmakta ve en az biri akademisyen olan iki konuk ile gündem içerisindeki belli bir konuyu detaylı şekilde analiz ederek yorumlamaktadır. Sunucusunun açılıştaki ilk cümlesi *"açık ve özgür kanal Halk TV'den herkese iyi akşamlar"* olan Türkiye Nereye adlı program haftanın gündemi içerisindeki çeşitli konuları birbirine karşıt görüşlü iki konuk ile değerlendirmektedir. Zamanın Ruhu programı ise her Pazar yayınlanmakta ve yine gündeme dair konuları en az biri akademisyen olan iki ya da üç konukla değerlendirmektedir.

Yukarıda belirtilen programlar haricinde yine Halk TV'de her cuma yayınlanan Halk Arenası adlı program alternatif medyanın bağımsız yayıncılık ve alternatif olma anlayışına örnek olabilecek bir programdır. Program mümkün olduğunca her hafta farklı bir ilden yayınlanmakta ve yayının yapıldığı –daha çok tiyatro ve konferans salonları tercih

edilmektedir- salonda bulunan seyircilerin katılımıyla gündeme dair değerlendirmeler yapılmaktadır. Programın yapımcısı gazeteci Uğur DÜNDAR ile yapılan görüşmede *"Halk TV ile hiçbir bağı olmadığını ve Halk TV'den hiçbir ücret almadığını, sadece yaptığı programın Halk TV tarafından yayınlandığını"* belirtmiştir. Konu ile ilgili olarak Derviş (26) özgür ve tarafsız yayıncılık vurgusu yapmıştır:

> *"Uğur Dündar buraya karşılıksız olarak program yapıyor. Halk TV'nin ona desteği sadece teknik destek ve yayın desteği. Uğur Dündar Halk TV kimliğini sahipleniyor ve hem bağımsız, özgür, tarafsız yayıncılık yapan bir kurum olduğu için, hem de kendi görüşlerini rahatça dile getirebildiği için burada program yapmaya devam ediyor. Halk TV'den kesinlikle hiç bir ücret almıyor. Kendi seyahatlerini kendi karşılıyor. Sadece biz teknik, kamera, reji desteği ve gerekirse stüdyo desteği sağlıyoruz. Onun dışında çağırdığı konuklarla da her zaman kendi gündemini belirleyen programlar yapmaya devam ediyor."*

Halk TV'nin haber diline bakıldığında anaakım medya haber kanallarına göre daha muhalif bir dil kullanıldığı dikkat çekmektedir ancak bu muhalif dil ve duruşun aslında gazeteciliğin doğasından kaynaklandığını Cengiz (59) şu şekilde aktarıyor:

> *"Muhalif bir söylem oluşturmak gazetecinin görevidir esasında. Her gazeteci hatta iktidarın yandaşı, eskilerin deyimiyle muvafık gazeteciler bile iktidarın kimi yaptığı şeylere muhalif olmak zorundadırlar, yanlışlarını bulup çıkarmalıdırlar... Ve öyleydiler geçmişte. ... Dolayısıyla gazeteciliğin kendisi tabiatı icabı muhalif olmak zorunda. ... gazetecilik muhaliftir. Yani meslek olarak başta iktidarın -ve muhalefetin de aslında- yanlışlarını bulup söylemek gazeteciliktir. Biz burada bunu yapıyoruz. Burada CHP'ye daha yakın olmakla beraber, herhalde CHP'yi en çok eleştiren kanallardan biridir Halk TV."*

İktidarın baskısına mümkün mertebe boyun eğmemek adına haber içeriğinde genel ahlaka aykırı olmadığı sürece hiçbir kısıtlama yapılmamaktadır. Bu bağlamda fikirlere olan saygı ve sansürsüz yayın anlayışı içerisinde tüm haberlerin aktarılmaya çalışıldığı gözlemlenmiştir. Haberi sansürsüz olarak aktardıklarını belirten Esma (29) haberciliğin temel ilkelerine de bağlı olduklarını belirtmiştir:

> *"Halk TV habercilik yapmaya çalışıyor. Hem haberciliğin temel ilkelerine hem Türkiye Cumhuriyeti'nin temel ilkelerine bağlı olarak sadece habercilik yapmaya*

çalışıyor. Geçmişte daha fazla sokakta göründü çünkü haber sokaktaydı; bugün de haber neredeyse orada olmaya ve haberi aktarmaya, en önemlisi sansürsüz bir şekilde aktarmaya devam ediyor."

Haber dilinde toplumun herhangi bir kesimini incitecek ya da rencide edecek bir dil kullanmaktan kaçınılan Halk TV'de bu hususa dikkat edilmesine rağmen oluşan hatalarda gerekli düzeltmelerin zaman kaybetmeden yapıldığını ve özür dilendiğini Neriman (24) şu şekilde belirtiyor:

"Haber bültenlerinde yayın kurulu rejinin içerisinde olduğu için, bazen hatalı bir şekilde o sırada sorumlu bulunan editör bir hata yapabilir, haber dilini aşan, herhangi bir kesimi incitecek bir şey söyleyebilir. Bunlar çok olur haber kanallarında… Bir cümle ya da bir kelime kullanmış olabilir, buna anında müdahale ediliyor. Özür dilenmesi gereken bir boyutta hata yapıldıysa gerekli özür hemen dileniyor."

Enes (25)'in yorumu ise kısa ama daha net bir sınır çizmektedir Halk TVnin haber söylemi ile ilgili:

"Küfür ve hakarete kesinlikle karşıyız. Mustafa Kemal Atatürk ve onun değerlerine, ideallerine aykırı yayınlar yapılmaz. Eleştiri tabii ki olacak ama kimsenin değerlerine, millet iradesine saygısızlık yapılmaz bu ekrandan."

Anaakım medyanın ticari kaygıları, hükümetle olan ilişkileri nedeniyle bu televizyon kanallarında iktidar sahiplerine haber ve programlarda daha geniş yer verilmekte, daha uzun süre ekranda kalmalarına müsaade edilmektedir. Bu durum düşünüldüğünde Halk TV'nin alternatif medyanın siyasi erkten ve sermayeden bağımsız olması prensibiyle, farklı görüş ve fikirlere daha eşit mesafede yaklaştığını ve belli bir partinin haberlerine daha fazla yer vermediğini belirten Görkem (47) iktidar partisinin de programlara konuk olmayı reddettiğini ifade etmiştir:

"Bu kanalın çok büyük oranda reytingini getiren izleyici CHP seçmeni. Bu yüzdendir ki CHP'li konuklar akşam programlarında daha fazla tercih ediliyor. Bunun dışında sanılmasın ki AKP, MHP ve HDP'lilere daha az oranda teklifler gidiyor. Bunları ekrandan söylüyoruz her zaman zaten; bugüne kadar herhangi bir yalanlama olmadı AKP'lilerden; reddediyorlar ya da hiç cevap vermiyorlar. ... en son başkanlık konusu meclisteydi; HDP boykot yaptı. Şimdi ben HDP'yi belki bir ya

da iki program sadece telefon bağlantısıyla alabilirim. 10 dakikadan fazla verebileceğim bir haberi yok. Ama CHP bir direnç gösteriyor orada; illa ki CHP'li milletvekillerini çağıracaksın. MHP'de kriz varsa, MHP'lileri çıkaracağım tabii ki o gün de. Arşivden de bakılabilir, o sıcak günlerin yaşandığı dönemde hep MHP'liler çıkmıştır ekrana, CHP'liler çıkmamıştır. Sıcak haber neredeyse ona gidiyoruz."

MEDYA ETİĞİ

Anaakım televizyon yayıncılığında program içeriklerinde yapımcıların sıklıkla kullandıkları malzemeler şiddet, cinsellik ve sansasyonel haberlerdir. Bu içerikler çoğu izleyicinin dikkatini çeken konulardır ve bu konular Türkiye gündemi içerisinde de yabancı olmadığımız mevzulardır. Alternatif televizyon kanalları konu içeriği bakımından daha seçici davranmaktadırlar; anaakım medya ise "Rating" kaygısı içerisinde olması nedeniyle daha farklı bir yayın politikası izlemektedir. Bilindiği üzere televizyon, izleyicilerin inançları, değerleri ve davranışları üzerinde doğrudan tesir etmektedir. Her zaman içerik alımlanması aynı olamaz ve izleyicinin televizyon karşısında geçirdiği süreye bağlı olarak da değişiklik gösterir. Aynı programdan her izleyici, kendisini ilgilendiren bölümleri ve kendisine yarar sağlayacağını düşündüğü parçaları ayıklar ve yaşamına katar. Bu bağlamda bakıldığında televizyon yayınındaki program içerikleri daima yapıcı, birleştirici olmak durumundadır. Yayın ilkelerini bu yönde saptamaları gerekmektedir (Ozan, 2002:700).

Görüşmecilerin tamamının cevaplarında ortak olarak geçen etik yaklaşımı "doğru bilgiyi insanlara ulaştırmak" olmuştur. Doğru haber ve bilginin insanlara ulaştırılmasının aslında gazeteciliğin de olmazsa olmazı olduğunu belirten Remzi (60), mevcut doğru haberin iktidara karşıt olması nedeniyle aynı zamanda muhalif gazeteciler olduklarını da ekliyor:

"Doğru haber yapmak, doğru bilgiyi insanlara ulaştırmak bizim -aynı zamanda gazeteciliğin de- olmazsa olmazımız. Aslında yine her gazetecinin olması gerektiği kadar muhalifiz. Ama şu an bizim kadar iktidara karşıt haber yapabilen olmadığı için ana akım medyayla karşılaştırılınca muhalifiz; muhalif olmalıyız da."

SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Sosyal medya olarak adlandırılan yeni iletişim teknolojileri sayesinde insanlar zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın duygu ve düşüncelerini paylaşabilmekte, birbirleriyle etkileşim içerisine girebilmektedir. Günlük hayatın bir parçası haline gelen sosyal medya ağları sayesinde birçok alanda olduğu gibi televizyonculuk alanında da insanlar kendilerini görünür kılmaya başlamış, gerek izleyiciler gerek program yapımcıları ve sunucuları, gerekse televizyon kanalının sosyal medya hesabının kurumsal kullanıcıları sosyal ağları etkileşim sürecinde kullanılacak bir materyal haline getirmiştir. Bu süreç içinde medya kurumları, sosyal medya ağlarını hem kurum içi ilişkileri için, hem de tanıtım ve geliştirme aracı olarak kullanmaya başlamışlardır.

Halk TV'nin sosyal medya sayfalarından yalnızca Facebook (@halktvturkiye) ve Twitter (@halktvcomtr) hesapları bulunmaktadır. Bu hesaplar incelendiğinde Facebook hesabının daha az güncellendiği ve yalnızca haber odaklı içerik paylaşıldığı; Twitter hesabında ise günün gelişen olaylarına göre daha fazla içerik paylaşıldığı, daha sık güncelleme yapıldığı ve haber harici çeşitli paylaşımlar da yapıldığı görülmektedir. Yayınlanan programlarda da KJ olarak "Sansürsüz Haber İçin Twitter'da @halktvcomtr'yi Takip Edebilirsiniz" yazısı ekranın altında gösterilmektedir. Her iki hesap ile ilgili Çağatay (24) çok detaylı bir açıklama yapmıştır:

> *"Facebook hesabı çok aktif kullanılmıyor. Facebook'ta genelde programcılar kendi Facebook sayfalarını kuruyorlar. Facebook'un yapısı biraz daha farklı çok kurumsal bir yapıyla Facebook'ta bulunmak mümkün değil. Facebook, Twitter ile karşılaştırıldığında daha çok bir aile albümü gibi değerlendirilir. O yüzden orada kurumsal kimlikle bulunduğunuzda uzaklaşır oradaki izleyici. Facebook'ta kısa videolar iş yapar; spot cümleler iş yapar; Facebook aforizmalarla büyüdü, özlü sözlerle büyüdü. Çünkü Messenger-MSN gençliğinden gelenler Facebook'u ilk başta öyle addetti ve öyle büyüdü. Daha sonra bir fotoğraf albümüne dönüştü. Tüm bunlara baktığınızda Facebook'ta kurumsal bir yapıyla devam edip orada habercilik yapmak çok zor. Ama Twitter öyle değil; Twitter'ın ilk çıkış mekanizmasına baktığınızda da haber nedeniyle çıktı. Sadece bunun yanına makaleleri koyabiliriz habercilik dışında, fotoğrafçılığı da koyabiliriz ama haber merkezli bir mikro-blog Twitter. Orada bulunuyoruz. 2013 yılında aslında Halk*

TV'nin bir haber sayfası da vardı. Orada özel bir ekiple çalışılıyordu ancak kurumsal bir karar gereği sadece televizyonda devam etme isteği öne çıktı. O yüzden bir süre kapalı kaldı. O sıralarda Halk TV'nin Twitter'daki takipçi sayısı yaklaşık 70.000'den 300.000'e çıkmıştı; sadece haber sitesiyle. Özel haberler yapılıyordu o siteye. Televizyondan bağımsız olarak, bültenlerden bağımsız olarak özel haberler yapılırdı, özel röportajlar yapılırdı. Televizyonda yer bulamayan haberleri dahi oraya verirdik ve Halk TV kurumsal olarak o siteyi devam ettirdi, sahiplendi. Belli bir döneme kadar devam edildi, sonra kurumsal bir kararla ayrıldı yollar. Sonra Twitter hesabı bir durgunlaştı, şimdi Twitter hesabını nasıl kullanıyoruz? Bütün program kayıtları oraya atılıyor, oldukça da iyi geri dönüş oluyor. Hatta çağırdığımız konuklardan çarpıcı sözler söyleyenler ya da bir son dakika niteliğinde bilgi verilen yayınlar oluyorsa onları ayrı olarak kırpıp koyuyoruz. İyi geri dönüşler alınıyor. Hem konukları oradan daha fazla tanıtma şansımız var, hem kendi konularımızı. Twitter'ı en azından fena bir şekilde kullanmıyoruz."

TOPLUMSAL HAREKETLERLE İLİŞKİLER

Toplumsal değişim için anaakım kanalların yarattığı büyük güvensizlik yeni toplumsal hareketlerin eyleme dönük bakış açışını ve davranışını açıklamamızda bize yardımcı olmaktadır. Yeni toplumsal hareketler, yönetim politikaları ve emek-sermaye sömürüsüne başkaldırının bir ifadesidir (Eyerman, 1992:48). Muhalefetin anaakım kurumlara yabancılaşması, yeni toplumsal hareketleri "alternatif katılım ve karar alma biçimleri" oluşturmaya teşvik etmiştir (Johnston vd. 1994:8). Jürgen Habermas (1981:33) bu toplumsal hareketleri *"alt-kurumsal, ekstra parlamenter protesto biçimleri"* olarak tanımlamıştır. Türkiye'de yakın zamanda gelişen ve habercilik anlamında en fazla içeriğe konu olan olay Taksim Gezi Direnişi olmuştur. Gezi Direnişi ile birlikte alternatif medya oluşumlarının sayısında gözle görülür bir artış olmuş; mevcut alternatif oluşumlar da bir evrilme süreci geçirmişlerdir. Alternatif/aktivist medya projeleri girişimcidir çünkü var olan koşulları ve anlamları değiştirerek onları aşmayı amaçlar. Alternatif medyalar aynı zamanda kırılgandırlar da; kısa vadelidirler ve değişen koşullara anında tepkiler verirler (Lievrouw, 2016:148). Bu bağlamda Halk TV'de tam da gezi direnişinin olduğu döneme

denk gelen yönetim değişikliği ile yeni bir yayıncılık anlayışına geçmiştir. Gezi Direnişi'ndeki sokak haberciliğini ve sonrasında yaşanan değişimi aktaran Sırma (26), Halk TV'nin olabildiğince farlı yönlere açılmaya çalıştığını belirtmiştir:

> *"Sokak hareketlerini canlı yayınlayarak halkın gözünde pozisyon alan bir kanaldı Halk TV. Çünkü Türkiye bir Gezi Direnişi yaşadı; Gezi Direnişi'nde sokağı aralıksız ve canlı olarak aktaran birkaç farklı alternatif kanal dışında yaklaşık iki, iki buçuk aylık süreçte canlı yayın yapan tek kanaldı Halk TV. Bu yüzden sokağın bir çok dinamiği ile haber aktarımı konusunda haşır neşirdi. Gezi Direnişi'nden sonra Halk TV daha farklı bir profile girdi. Sokak hareketleri, eylemler, protestolar... Halk TV bunları yayınlamaya, bunları aktarmaya devam etti. Örneğin yolsuzluk protestoları oldu (17/25 Aralık), örneğin internet sansürüne yönelik protestolar oldu, Halk TV bunları da aktardı. Ancak Halk TV yalnızca dönem bazında, sokağın hareketli olduğu dönemde kamerasını sokağa çevirmişti; sokakta bir hareket olmadığı durumda oradan bir haber aktarmak/bir yayın sürdürmek mümkün değil. Halk TV özünde bir haber kanalı; o gün haber sokaktaydı o yüzden oradaydı. Bu gün daha çok haberin tartışılması, uzman konuklarla, farklı kutuplarla tartışılması gerektiği için bu gün daha fazla stüdyo haberciliğine devam ediyor. Stüdyo konuklarıyla, tartışma programlarıyla olabildiğince farklı kanatlara açılmaya çalışıyor."*

Halk TV'nin görünürlüğünün artmasını Gezi Direnişi'ne bağlayan Erdal (26), az sayıda personel ile istedikleri çizgide yayın yapabilmeyi o dönemde bunu başarmış olmanın verdiği inançla gerçekleştirebildiklerini ifade etmektedir:

> *"Aslında Gezi Direnişi, Halk TV'nin ekonomik anlamda yeniden kendini bulduğu bir döneme denk geldi ve Halk TV'nin görünürlüğünü artıran belki de temel faktör oldu. Çünkü Gezi Direnişi'nin özellikle en başında uydu üzerinden canlı yayın yapan tek kanal bizdik. Az ekipmanla büyük işler başardık o dönemde. Aslına bakacak olursak bugün bu kadar az personel ile bu kanalda yayınımızı sürdürebiliyorsak bu birazda Gezi Direnişi döneminde bunu başarabildiğimizi görmüş olmamızdan kaynaklanıyor. Zaten ilkeli olan yayıncılığımız Gezi Direnişi sonrası biraz daha çizgilerini belirginleştirdi. En önemlisi de artık Halk TV görünür olmuştu."*

YURTTAŞ/İZLEYİCİ İLE ETKİLEŞİM

Etkileşim, özellikle toplumsal/siyasal değişim süreci için çok önemlidir çünkü alternatif ve aktivist medyanın temel özelliği olan katılımı destekler ya da onun koşullarını sağlar (Lievrouw, 2016:22). Etkileşimlilik, etkileşimi destekleyen gerekli bir kültürel, toplumsal ve teknolojik şarttır ki böylece etkileşim, katılımın şartı olur. Etkileşimli bir medya yaklaşımı katılımın da artmasına olanak sağlamaktadır. Alternatif medyanın bir katılım metodu olarak uygulandığı projeler gazetecilik yapmayı, kurumsal rolünden ve geleneksel haber ve medya endüstrilerinin çıkarlarından uzaklaştırır. Bu projeler amatör ya da gönüllü katılımcıların çalışmalarıyla ve bazen de profesyonel muhabir ve editörler ile birlikte çalışılarak faaliyet gösterirler. Geleneksel reklama dayalı modelden farklı olarak bu projeler, aktivitelerini yapabilmek için kolektiflerle, ortaklıklarla, kar amacı gütmeyen vakıflarla birlikte birey ya da toplulukların fon -ya da emek desteği- sağladıkları alternatif gazetecilik modelleri oluştururlar (Kershaw, 2008).

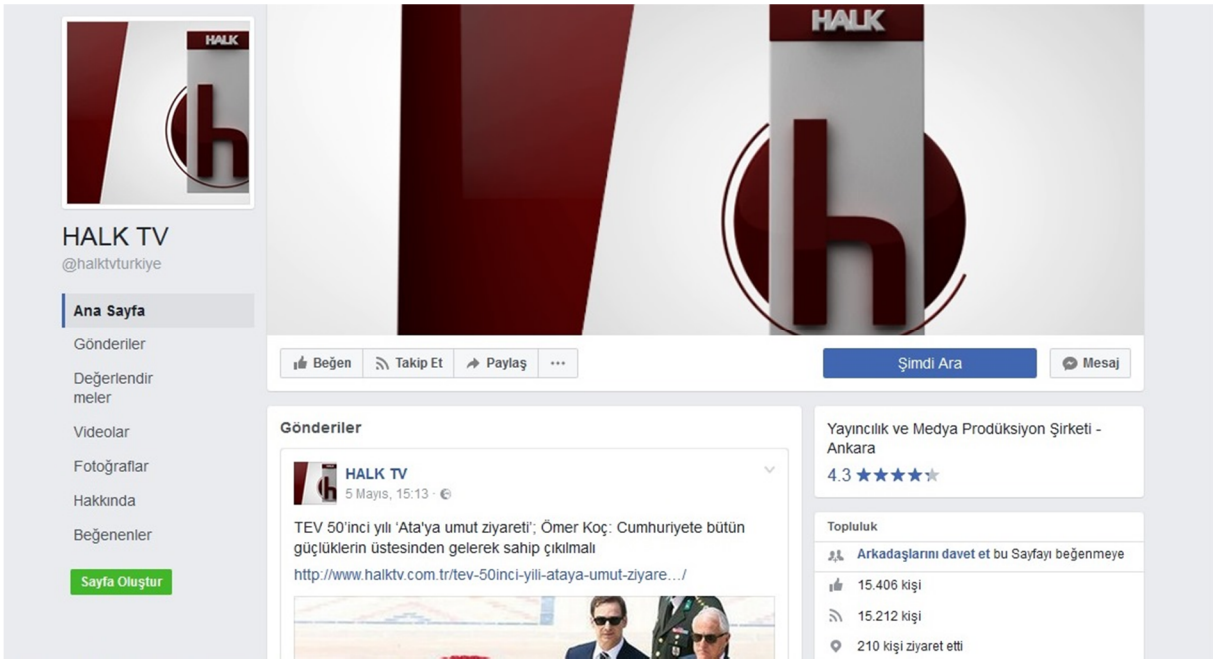
Uluslararası ve yaygın yayın yapan kuruluşlar içerik açısından kendi günlük yaşamlarını ilgilendiren konuları seçerler. Alternatif yayın yapan kitle iletişim araçları ise izleyicisi ile daha yakındır, onlara daha kolay ulaşabilir. İzleyici-yayıncı arasındaki uzaklığı böylelikle azaltmaktadırlar. İzleyici katılımı önemli boyutlardadır. Halk TV'nin Twitter ve Facebook hesapları ile Internet sayfası[6] incelendiğinde katılıma açık ve etkileşim için uyumlu oldukları tespit edilmiştir.

700 binden fazla takipçisi olan Halk TV'nin Twitter hesabı incelendiğinde siyaset ile ilgili haberlere ağırlıklı olarak yorum yapıldığı ve konu ile ilgili tartışıldığı; bilimsel konular ile ilgili haberlere fazla yorum yapılmadığı ancak Retweet edildiği; iktidar ya da muhalefet partilerini eleştiren haberlerin ise çok sayıda yorum aldığı ve yorum sayısından da fazla favori Tweet'lere eklendiği görülmüştür. Halk TV'de yayınlanan programların tamamının isimlerine ait *Hashtag (diyez-etiketi "#")* mevcuttur; izleyiciler bu başlık ile programlara yorum yapıp konuk ve yorumculara soru sorabilmektedirler. Ayrıca yayınlanan programların sunucularının ya da moderatörlerinin de Twitter adresleri program esnasında KJ olarak verilmekte izleyiciler soru ve yorumlarını bu hesaplara da yöneltebilmektedirler.



Şekil 2: Halk TV'nin Resmi Twitter Profil Sayfası Görünümü

10 binden fazla takipçisi olan Facebook hesabının ise daha çok yayın ile ilgili şikayetlerin bildirildiği bir platform olarak kullanıldığı gözlenmiştir. Facebook sayfasında Twitter'dan farklı haber içerikleri paylaşılmadığından ve yalnızca haber odaklı bir paylaşım anlayışı olduğundan konulara çok fazla yorum yapılmamaktadır. Facebook'un dünya genelindeki kullanıcı sayısının Twitter'dan daha fazla olmasına rağmen Halk TV'nin Facebook sayfasındaki durağanlık Halk TV Gönüllüleri (@halktvgonulluleri) ve Halk TV Sevdalıları (@Halktvsevdalilari) sayfalarındaki yoğun kullanıcı sayısı ve bu kullanıcıların Halk TV ile ilgili yorumlarını bu sayfalar üzerinden yapıyor olmalarından kaynaklandığı değerlendirilmektedir.



Şekil 3: Halk TV'nin Resmi Facebook Profil Sayfası Görünümü

Halk TV'nin Internet sayfası incelendiğinde ilk göze çarpan hiç reklam ve açılır pencere olmayışı olmuştur. Siteye erişim tamamen ücretsiz olup, herhangi bir üyelik söz konusu değildir. Gündem, siyaset, ekonomi, teknoloji, kültür sanat, kadın, yurttan haberler, medya, spor ve dünya sekmelerinden haber içerikleri okunabileceği gibi "gazeteler" bölümünden de Türkiye'de yayınlanan anaakım gazetelerin de dâhil olduğu 16 gazete okunabilmektedir. Kullanıcı ara yüzü basit bir görünüme sahip olan sayfada yayınlanan bütün haberlere yorum yapılabilmektedir. Ayrıca canlı yayın sayfa üzerinden izlenebilmekte, "programlar" sekmesi ile de eskiye dönük olarak her programdan birer bölüm izlenebilmektedir. Sitenin etkileşime yönelik en önemli özelliği ise "haber gönder" sekmesidir; bu bölümde çıkan formda isim-soyisim, e-posta adresi, haber başlığı, haber etiketi, haber resmi ve haberin konusu bölümlerini doldurarak Halk TV ile haber paylaşımı yapılabilmektedir.



Şekil 4: Halk TV'nin Resmi Internet Sayfası Görünümü

YURTTAŞ GAZETECİLER VE HABERCİLİK

Anaakım medya her ne kadar izlerkitlenin katılımını organize etmeye çalışsa da (Carpentier, 2003), alternatif medya çevrimiçi ya da çevrimdışı olarak özellikle iletişim ortamlarına daha etkin katılım biçimlerini geliştirme konusunda daha başarılı olduğunu göstermiştir (Downing vd. 2001). Alternatif medyalar, alternatiftirler çünkü kimi mesleki tutumlara karşıdırlar. İzler kitleyi iyi niyetli olmaya teşvik ederler, haberler karşısında izleyiciye farklı seçim ortamları sunarlar ve katılımı sağlarlar (Ozan, 2002:691).

Ancak alternatif medya olarak izlenilen kanal ya da gazetelerin de çok fazla muhabirinin olmayışı ve bazı teknolojik altyapı eksiklikleri onların da aynı anda fazla yerde olamamalarına sebebiyet vermektedir. Örneğin Halk TV'nin yalnızca bir tane 3G bağlantısı varsa, sadece bir noktada görünür olabilmekte, bir noktadan haber aktarabilmektedir. "Televizyon kanalları çoğaldıkça, çarpıcı ve iyi kalitede yayın yapan profesyonellerin de bulunması o oranda zorlaşmaktadır" (Popper, 1995:203). Halk TV'nin mevcut durumda tamamı profesyonellerden de oluşsa çalışan sayısının az olmasının yarattığı sorunlara değinen Umut (30),

> *"Biz dışarıda haberi takip edebilecek az ama öz ekipmana sahibiz. Sadece bir canlı kameramız var 3G olarak tabir edilen bir canlı kameramız var. Aynı anda 2-3 farklı noktada haber takip etmek çok mümkün olmuyor. Bunu ajanslardan ancak görüntü*

desteğiyle telafi edebiliyoruz. Bu yönde diğer haber kanallarına göre oldukça gerideyiz. Haber desteğimizi ajanslardan yapıyoruz ama bunun ötesinde diğer kanallardan çok daha geride olduğumuz konu daha var ki o da çalışanların sayısı…"

sözleriyle anaakım medyaya dahil olan çok fazla televizyon kanalındaki kalabalık personel sayısının da etkisiyle hem maddi imkansızlıklar yüzünden, hem de iyi kalitede yayın yapan profesyonellerin bulunmasındaki zorluğa dikkatimizi çekmektedir.

Halk TV'nin internet sayfasını incelerken bahsettiğimiz "haber gönder" sekmesinin yanı sıra Halk TV ile haber paylaşmanın bir diğer yöntemi de WhatsApp Haber Hattı'dır. WhatsApp haber hattının numarası hem televizyon ekranından, hem de Halk TV'nin Internet üzerinden erişilebilen tüm platformlarından yayınlanmaktadır. Twitter hesabının da başlık fotoğrafı WhatsApp Haber Hattı'na ayrılmıştır. Mevcut durumda yurttaş gazetecilerin Halk TV'ye haber göndermelerinin önünde teknik bir engel olmadığı görülmektedir. Eralp (28) de yurttaş gazetecilerden gelen bilgiye verilen önemi şu şekilde ifade etmektedir, *"Yurttaş gazetecilerden gelen enformasyona en az haber ajanslarından gelen enformasyon kadar değer veriyoruz. Bunu da zaten yeni kurduğumuz Whatsapp Haber Hattı ile pekiştirmiş olduğumuzu düşünüyorum."* Ancak yurttaş gazeteciliğin yaygınlaşabilmesi ve daha kaliteli haberlerin yurttaş gazeteciler tarafından hayata geçirilebilmesi için eğitim desteği gerekli olduğuna işaret eden Esma (29), Halk TV çalışanlarının da amatör ruhla çalışan profesyoneller olduğunun altını çiziyor:

"Halk TV çalışanları da zaten profesyonel ruhla çalışan yurttaş gazeteciler sayılırlar. Ancak yurttaş gazetecilerimize saygı duysam da gazeteciliğin profesyoneller tarafından yapılmasından yanayım, Halk TV'de yöneticisinden asistanına kadar herkes profesyonel gazeteci. Türkiye'de yurttaş gazetecilik anlayışının oluşabilmesi için eğitim desteği şart."

Yurttaş gazetecilik ve yurttaş gazetecilerin ürettiği haber içeriklerine Halk TV tarafından olumsuz bir bakış açısıyla bakılmamaktadır. Ancak Türkiye özelinde yurttaş gazeteciliğe dair eğitimin az olması ve haberi üretecek olan yurttaşın dahi yurttaş gazetecilik konusunda henüz yeterli bilgi seviyesine ulaşmamış olması Erdal (26)'ın da deyimiyle yurttaş gazetecilerin paylaşımlarını "amatör kamera çekimi" görüntüsünün ötesine taşıyamamalarına sebep olmaktadır. Gelişen teknolojiyle birlikte anaakım medya haber

kanalları ve ana haber bültenlerinde de kullanılan WhatsApp Haber Hattı sayesinde özellikle toplumsal hareketlere dair pek çok görüntünün yurttaş gazeteciler sayesinde Halk TV ekranlarından izleyiciye ulaştırıldığı gözlemlenmiştir.

4. SONUÇ

Küresel medya ortamında kendi seslerini duyuramayanların sesi olan alternatif medya, azınlıkların ve toplulukların fikirlerini yaymakta ve geleneksel medya tarafından görmezden gelinenlerin bakış açısını sunmaktadır. Günümüzde alternatif medyaya örnek olarak sendika gazeteleri, marjinal müzik türlerini yayınlayan dijital radyo istasyonları, düşük bütçeli edebiyat dergileri, radikal politik partiler tarafından dağıtılan gazeteler, çevre aktivistleri internet siteleri, muhalif televizyon kanalları gibi ana akım medyada görülmesi güç olan örnekler verilebilir. Otoriteden uzak olan alternatif medya, anti-hiyerarşik bir yapıdadır ve kâr amacı gütmemektedir. Bu anlamda, "bir yayının alternatif olup olmadığı, kabaca üç kıstasa bakarak saptanabilir." Bu kıstaslar şöyle açıklanabilir: yayıncının kâr amacı gütmemesi, yayın konusunun toplumsal sorumluluk olması, yayıncıların kendilerini 'alternatif yayıncı' olarak tanımlamasıdır (Atton, 2002: 13). Alternatif bir medya, ticari kaygılar peşinde olmamalıdır. Başka bir dünyanın mümkün olduğu gerçeğini slogan edinen alternatif medya, toplumsal dönüşümlerde her zaman rol oynayacak önemli bir mevkide olmak zorundadır.

Alternatif medya, geleneksel medyaya karşı bir duruş sergiler. Amaç, konuşulmak istenenleri sansüre uğratmadan özgür bir iletişim ortamında topluma aktarmaktır. Alternatif medya, yerleşik ve kurumsallaşmış siyaseti (toplumda değişimi savunma veya en azından geleneksel değerlerin eleştirisi anlamında) açıkça reddeden veya ona meydan okuyan kitle iletişim biçimleridir. Bunlar, köktenci (radikal) veya yer altı iletişim araçları olarak da adlandırılır. Alternatif medyada içerik, kapitalist kitle medyasındakinin aksine ideolojik formda değil; eleştirel form ve bağlamda üretilir.

Bağımsız medya, yurttaş medyası, radikal medya, taktiksel medya, topluluk medyası gibi adları olan alternatif medya, yalnızca alternatif medya pratikleri değil; baskıcı toplumu sorgulayan eleştirel medya olarak da algılanmalıdır. Alternatif medya, geleneksel medya yapısına, üretimine, içeriğin dağıtımı ve alışı eksenindeki egemen kapitalist formlarına meydan okumakta; eleştirel medya üretim içeriğiyle toplumun başarabileceği potansiyel değişiklikleri göstermektedir. Alternatif medyanın üretim yapısı, eleştirel formdadır. Örgütsel medya yapısı, taban medya kuruluşlarıdır ve hiyerarşi yoktur. Dağıtım yapısı ise, alternatif dağıtım yollarıdır. Alternatif medya ana akım medyanın genellikle yer vermediği toplumsal hareketlere, muhaliflere, kültürel azınlıklara ve toplumsal cinsiyete dayalı

yayınlara yer vermekte olup çoğulcu ve katılımcı olmayı, eşit hak ve özgürlükleri savunmaktadır.

Bu çalışmada anaakım söyleme karşı gelen ve "ona meydan okuyan kitle iletişim biçimi" (Mutlu, 2012:20) olarak alternatif medya kavramı tartışılmıştır. Bu tartışma yörüngesinde alternatif habercilik, hegemonik iktidar yapısına muhalefet odağı olarak Halk TV örneği üzerinden ele alınmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda, alternatif medya ile ilgili kuramsal yaklaşımların yol göstericiliğinde ve Halk TV örneğinde yürütülen uygulamalı araştırma sonucunda, Halk TV'nin kâr amacı gütmeyen, Türkiye'deki ana muhalefet partisi ile dirsek temasında kalan, muhalefet üzerine kurulu bir alternatif medya kuruluşu olduğu; toplumsal hareketlerle ve toplumu oluşturan unsurlarla, din, dil, ırk ve cinsel kimlikler yönünden toplumun genelinden farklılaşan, azınlıkta kalan kesimlerle yakın ilişkiler içinde olduğu ve toplumsal muhalefete taraf olduğu, böylelikle de ayrı ayrı çoğunluğu oluşturamayan bu grup ve hareketlerin kitle iletişimi alanında daha görünür olmalarına imkân sağlayarak, Türkiye'deki azınlıklar çoğunluğunun kendilerini ifade edebilecekleri bir alan yarattığı görülmektedir. Halk TV, medyanın tarafsız olması gerektiği yönünde herhangi bir iddiada bulunmamaktadır ve anaakım medya tarafından görülmek/gösterilmek istenmeyen ve sesini duyuramayan kesimler yönünde taraf olduğunu açıkça ifade etmektedir. Haber üretim sürecinde ise deneyimli gazetecilerin ağırlıkta olduğu kadrosu sayesinde "nefret söylemi" gibi hassas konularda ötekileştirici üslup kullanılmaktan kaçınılmaktadır.

Elde edilen bilgilerin analizi ve alan araştırması neticesinde; Halk TV'nin azınlıktaki kimlikleri ötekileştiren, metalaştıran ve marjinalleştiren iktidar yanlısı söylem karşısında muhalif alternatif bir söylem içerisinde olduğunu söylemek mümkündür. Bu yaklaşımla Halk TV'nin rizomatik ve muhalif bir medya örneği olarak, Türkiye örneğinde özgün bir alternatif televizyonculuk girişimi olduğu sonucuna varılmıştır.

Ulaşılan sonuç bağlamında, araştırmada değinilen yaklaşımların alternatif medyayı anaakım medya söylemine karşı direniş gösteren bir etmen olarak işlev gören muhalif hareketin bir parçası ve tahakküm karşıtı bir direniş aygıtı olarak konumlandırdıklarını söylemek mümkündür. Anaakımın karşısındaki bu konumu, alternatif medya aygıtının ulusal ve küresel toplumsal hareketlerle bağlantısı dolayımıyla hayvan hakları savunucularının, feministlerin, LGBTİ bireylerin, çevre ve doğa savunucularının,

küreselleşme karşıtlarının ve sesini kitlelere duyuramayanların sesi olarak işlediğini ortaya koymaktadır. Toplumsal hareketlerin içerisinde olan bireylerin birbirleri ile etkileşime girmesine zemin hazırlayan alternatif medya, hâkim iktidar ve onun eksenindeki diğer güç odakları tarafından üretilen ve yeniden üretilen politikalara karşıt bir destek ve birlik oluşturmaktadır. Muhalif söylemdeki alternatif medyanın üstlendiği roller aracılığıyla, ticarileşmiş medya endüstrisinin yeni yurttaşlık ve kültür oluşumlarının ihtiyaç ve beklentilerini karşılayamamaları nedeniyle farklılıklara hoşgörü gösteren ve tanıyan bir iletişim uzamı arayışına bir nebze olsun çare olabileceğini söylemek mümkündür (Murdock, 1992:40).

Geleneksel televizyonun eksik bıraktığı boşlukları doldurarak daha özgürlükçü ve katılımcı modellerin ortaya konulması ve bu sayede daha demokratik bir sosyal düzenin hayata geçirilmesi alternatif medyayla ilgili kuramsal yaklaşımların özellikle önemsedikleri ögeler olarak kendilerini göstermektedirler. Gerçekten de şu andakinden farklı bir televizyona ihtiyacımız vardır, zira her şeyden önce, daha sağlıklı işleyen, eşitlikçi bir iletişim ortamının ve bu ortamın yörüngesinde olgunlaşan daha iyi yaşama koşullarının varlığı için, alışık olduğumuzdan başka türlü bir televizyonun varlığı bir zorunluluktur. Serbest gazeteci, yazar Paolo Gerbaudo (2014:91), görüşme katılımcılarından birinin şu yakınmasına yer verir *"Bir ülkede eş zamanlı olarak altmış tane gösteri oluyorsa ve hiçbir medya kuruluşu bundan söz etmiyorsa, orada gerçekten bir şeyler oluyordur, değil mi?"* Bu bağlamda toplumun sorunlarını perdelemeyi görev edinen anaakım medyanın hâlihazırdaki dışlayıcı, ötekileştirici ve cinsiyetçi enformasyon diline karşı, daha eşitlikçi bir dili yansıtmak noktasında alternatif medya kuruluşlarının –ulaşabildiği geniş kitle göz önünde bulundurulursa alternatif televizyon kuruluşlarının- önemi yadsınamaz.

Yaşadığımız dünya artık medya aracılığıyla sunulmuş imgelerle kendini var eden, imgeler denizinde yüzen bir dünyadır: *"daha çok imge, daha az televizyon. İşte televizyonsuz bir toplum karşınızda…"* (Missika, 2006:7). Televizyon izleyicilerinin birer tüketiciye dönüştüğü günümüz medya ortamında mücadele edilmesi gereken şey programların kendisi değil, bu programları doğuran, bireyi, izleyiciyi kendi yarattığı fantazmagorya içinde özgürleştirdiğini söylerken, onları birer meta haline getiren yeni yayıncılık düzeni olmalıdır. Bununla mücadele edebilmek içinse bizlere asıl gereken, sıradan insanların kendi yaşamlarını ilgilendiren gündemlerini ifade edebilecekleri, gerçek ihtiyaçlarına yönelik anlamlı tartışmaları yürütebilecekleri farklı ve alternatif kanalları işler

kılabilmektir. İşte bu alternatif kanalların ortaya çıkarılması noktasında medyanın, özellikle de televizyonun nasıl etkin bir biçimde kullanılabileceğinin tartışılması, gerçek bir demokrasi kültürünün oluşabilmesi için önem arz etmektedir.

İçinde bulunduğumuz tarihsel süreçteki hegemonik yaklaşımla beslenen anaakım medyanın iletişim düzeninden farklı bir iletişim düzeni sağlanabileceğinin örnekleri artık görülebilmektedir. Bu bağlamda muhalif alternatif televizyonun, anaakımın kendi içerisindeki ayrılıkçı/ayrımcı dilini değiştirmesi, emek süreçlerinin daha adil şekilde düzenlenmesi için ve esas olarak da izleyiciyi müşteri olarak gören anaakıma, kâr edip medya patronlarının cebini doldurmak için değil, toplumsal/kamusal faydanın değerli olduğunu idrak ettirmek için yılmadan üretmesi ve direnişe devam etmesi gerekmektedir.

Alternatif medyanın faaliyet gösterdiği mecraların güçlendirilmesiyle ilgili önemli bir nokta da ayrıntılı düşünülmüş mevzuat ve düzenleme ve bu düzenlemelerin siyasal, toplumsal ve kültürel koşullara dâhil edilerek farklı ülkelerle farklı kıtalarda güçlendirilmesi ihtiyacıdır. Bu mevzuat en geniş anlamıyla insan haklarının korunmasıyla sınırlandırılmamalıdır, alternatif medyanın teknik, örgüt yapısı ve içerik ile ilgili katmanlarda da özgünlüğünü ve farklılığını tanımalıdır. Aynı zamanda kamusal anaakım medya ile stratejik işbirliklerinin kurulmasının önünün de açılması gerekmektedir (Bailey vd. 2015:234).

Alternatif medya her zaman anaakım medyanın desteğine gereksinim duyar, diğer taraftan anaakım medya da alternatif medyanın kendilerine sunacağı bilgi ve kimi makamlara ulaşmada gösterdiği kolaylık nedeniyle alternatif medyayı desteklemelidir. Amerika Birleşik Devletleri'nde 1984 yılında yürürlüğe giren "Kablo İmtiyazı Politikası ve İletişim Yasası"na göre 'Amerikan kablolu TV şirketleri yerel kablo sistemleri içinde bir ya da birden fazla kanalı yerel, bireysel ve topluluk unsurlarının kullanımına açmak, onlara medya üretimi eğitimi ve üretim imkânları sağlamakla yükümlüdürler'.[2] Bu bağlamda Türkiye özelinde alternatif televizyon oluşumlarının kendilerini var edebilecekleri alanların oluşturulması, hareket imkânı sağlanabilmesi için yasal düzenlemelerin gerekliliği ve 'kamu yararı gözetme' pratiğinin uygulanmasının zorunluluğu kaçınılmazdır.

Sivil toplum ağında önemli bir nokta olan alternatif medyanın güçlenmesine yönelik atılacak bir başka adım da, farklı alternatif medya kanallarının kendi içlerindeki ağın genişlemesine olanak sağlanmasıdır. Bu durum alternatif medya kanallarını temsil

eden/destek veren örgütlerin bölge temsilciliklerinin sayısını artırmalarına, içerik takasının örgütlenmesine ve de alternatif medya çalışanları arasında eğitim ve değişim programlarının yürütülmesine imkân tanır. Buna ek olarak alternatif medya ile medya-dışı sivil kuruluşların arasındaki bağların artırılması gerekmektedir. Özellikle medya ve medya-dışı kuruluşlar arasındaki gönüllüğe dayalı işbirliklerini teşvik eden projelere öncelik verilmelidir (Bailey vd. 2015:234).

Alternatif medyanın katılımı, erişimi, temsili, topluluk bağlarını, sivil toplumu güçlendirmeyi, toplumsal çeşitliliği, çoğulculuğu ve demokrasiyi kolaylaştırma ve mümkün kılmaktaki başarıları, kamu yayıncıları tarafından istifade edilebilecek ve edilmesi gereken bir bilgi dağarcığı olarak değerlendirilmeli ve radikal çoğulcu demokrasi adına harekete geçilmelidir. Eğer alternatif medyanın hareket alanı bulmasına destek verecek farklı stratejiler, çeşitliğe ve özgünlüğe büyük saygı gösterilerek uygulanırsa, alternatif medya kanallarının ait oldukları topluluğa hizmet gayesini gerçekleştirebileceği, anaakım medya ve dolayısıyla söylemlere bir alternatif olarak hareket edebileceği, medyada ve toplumda demokratikleşmeyi yaygınlaştırabileceği ve sivil toplumda bir dönüm noktası olma işlevini üstlenebileceği bir pozisyonda bulunmayı sürdürmesine imkân verilmiş olacaktır (Bailey vd. 2015:235).

Toplum düzeni içerisinde birçok farklı bağlam, strateji ve taahhütler bulunmaktadır, özellikle tahakkümün çoklu biçimleriyle körüklenen ve derinleşen bölünmeler ve felaketler… Ancak her şeye rağmen gözlerimizin önünde sergilenmekte olan bir şey var ki o da yeni otonom iletişim pratiklerinin her yerde, egemen kurum ve iletişim mantığının arkasından doğmakta olduklarıdır. Egemen sistemlerden bağımsız, radikal medya projeleri ve kurumlarının yaratılması son derece önemlidir (Kidd, 2015:159).

Gerçek alternatif söylemler; ancak açık, şeffaf ve hiyerarşik olmayan bir medya örgütü sayesinde gelişebilir ve tüm iletişim araçlarına eşit erişim olana dek gerçek demokrasiye sahip olmamızın önündeki engeller kalkmış olmayacaktır. Başka bir dünya ancak çoğunlukla büyük risk altında zamanı, mekânı ve medyayı ele geçirerek var edenler her yerde olduğu sürece mümkündür. Anaakımın tahakkümü karşısında sessizliğin sesini

dinlerken demokrasinin gelmesini beklemek, Sisifos'un[d] cezasının sona erip Ephyra'yı yeniden göreceği günleri beklemesinden farksızdır.

d SİSİFOS, Yunan Mitolojisi'nde Zeus'a ettiği hainlikten dolayı, zirveye ulaştığı anda aşağı yuvarlanacak olan büyük bir kayayı sonsuza dek tekrar tekrar yukarı itmekle cezalandırılmış olan Korint (Ephyra) kentinin kurucu kralıdır. İngilizce'de asla sonu gelmeyen beyhude işler için "Sisifos İşi" (*Sisyphean)* denir.

KAYNAKLAR

Alankuş, S. (2008). "Türkiye'de 'Başka Bir Demokrasi İçin, 'Başka' Bir Medya ve Habercilik", *Uygun Adım Medya,* İncilay Cangöz (der.) içinde. Ankara: Ayraç Kitabevi.

Albert, M. (1997). "What Makes Alternative Media Alternative? Toward A Federation of Alternative Media Activist and Supporters-FAMAS", *ZMagazine.* http://www.zmag.org/ZMag/articles/albertoct97.htm'den erişildi.

Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on The Origin and Spread of Nationalism.* London: Verso.

Atton, C. (2002). *Alternative Media,* London: Sage.

Bailey, O.G. ve Harindranath, R. (2005). "Racialized 'other': The Representation of Asylum Seekers in The News Media", *Journalism: Critical Issues,* S. Allan (ed.) içinde. Maidenhead: Open University Press, pp. 274-286.

Bailey, O.G., Cammaerts, B. & Carpentier, N. (2007). *"Understanding Alternative Media" Issues in Cultural and Media Studies*. Maidenhead: Open University Press.

Bailey, O.G., Cammaerts, B. & Carpentier, N. (2008). *"Understanding Alternative Media" Issues in Cultural and Media Studies*. Maidenhead: Open University Press.

Bailey, O.G., Cammaerts, B. ve Carpentier, N. (2015). *Alternatif Medyayı Anlamak* (çev. Ç. Öztürk). İstanbul: Kafka.

Başaran, F. (2007). *Enformasyon. Felsefe Ansiklopedisi, Cilt 5.,* A. Cevizci (der.) içinde. Ankara: Ebabil Yayıncılık, ss. 467-472.

Berrigan, F.J. (1979). *Community Communications: The Role of Community Media in Development.* Paris: UNESCO.

Bilik Yıldırım, Ş. (2012). "Engellilere İlişkin Haberlerin Hak Haberciliği Bağlamında Değerlendirilmesi", *Alternatif Medya-Alternatif Gazetecilik,* Ö. Özer (ed.) içinde. Konya: Literatürk Yayınları, ss. 55-66.

Blackwell, C.W. (2003). "Athenian Democracy: a Brief Overview", *The Stoa: A Consortium For Electronic Publication in The Humanities,* C.W. Blackwell (ed.) içinde. London: The Stoa Consortium.

Bourdieu, P. (1994). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Londra: Routledge.

Bullock, M.; Jennings, M. vd. (1996-2003). *Selected Writings, cilt I-IV*. Cambridge,MA: Harvard University Press.

Carpentier, N. (2003). "BBC's Video Nation as a Participatory Media Practice Signifying Everyday Life, Cultural Diversity and Participation in an Online Community", *International Journal of Cultural Studies, Volume 6, Issue 4. December 2003,* içinde. pp. 425-447.

Carpentier, N. (2007). "Expanding Community Media Beyond The Confinements of Locality. Translocalism and The Growth of The Communicative Rhizome, Media and Change", *The Media and Changes,* E. Vartanova (ed.) içinde. Moscow: MediaMir, pp. 45-65.

Clark, D.B. (1973). "The Concept Of Community: A Re-Examınation", *The Sociological Review, Volume 21, Issue 3. August 1973,* içinde. pp. 397–416.

Cohen, J.L. ve Arato, A. (1992). *Civil Society and Political Theory*. Cambridge, MA: MIT Press.

Çoban, B. ve Özarslan, Z. (2008). "'Gözün İktidarı' Üzerine", *Panoptikon-Gözün İktidarı*, B. Çoban ve Z. Özarslan (haz.) içinde. İstanbul: Su Yayınları, ss. 111-137.

Çoban, B. (2009). "Toplumsal Hareketler ve Radikal Medya", *Yeni Toplumsal Hareketler,* B. Çoban (ed.) içinde. İstanbul: Kalkedon, ss. 43-62.

Çoban, B. (2011). "Ötekiler ve Alternatif Medya", *Azınlıklar ve Medya,* S. Sungur (ed.) içinde. İstanbul: Martı, ss. 69-86.

Çoban, B. ve Ataman, B. (2015). "Giriş: Türkiye'de Alternatif Medya", *Direniş Çağında Türkiye'de Alternatif Medya,* B. Çoban ve B. Ataman (der.) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 9-53.

Çoban, B. ve Ataman, B. (2015). "Gezi Direnişi'nde Alternatif Yeni Medya ve 'Çapulcu Yurttaş Muhabirler'", *Direniş Çağında Türkiye'de Alternatif Medya,* B. Çoban ve B. Ataman (der.) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 93-141.

Dahlgren, P. (1997). *Television and The Public Sphere: Citizenship, Democracy and The Media.* London: Sage Publications.

Deleuze, G. ve Guattari, F. (1987) "A Thousand Plateaus", *Capitalism and Schizophrenia*, B. Massumi (çev.) içinde. Minneapolis, London: The University of Minnesota Press.

Downing, J.D.H., Ford, T.V., Gil, G. & Stein, L. (1984). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements.* Thousand Oaks, California: Sage.

Downing, J.D.H., Ford, T.V., Gil, G. & Stein, L. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements.* London: Sage.

Eagleton, T. (2005). *İdeoloji.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Eco, U. (1984). "A Guide to the Neo-Television of the 1980s", *Framework: The Journal of Cinema & Media. 1984, Issue 25,* içinde. pp. 18-25.

Eyerman, R. (1992). "Modernity and Social Movements", *Social Change and Modernity,* H. Haferkamp ve N.J. Smelser (ed.) içinde. Berkeley: University of California Press, pp. 37-54.

Forde, S. (2011). *Challenging The News.* London: Palgrave.

Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge.* Brighton: Harvester Wheatsheaf.

Furman, I. (2015). "Alternatif Medya Olarak Akranlar Arası Kolektif Üretim: 2013 Gezi Parkı Eylemlerinde Ekşi Sözlük'ün Rolüne Dair Bir İnceleme", *Direniş Çağında Türkiye'de Alternatif Medya,* B. Çoban ve B. Ataman (der.) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 199-223.

Gerbaudo, P. (2014). *Twitler ve Sokaklar – Sosyal Medya ve Günümüzün Eylemciliği* (çev. O. Akınhay). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Gramsci, A. (1997). *Hapishane Defterleri* (çev. A. Cemgil). İstanbul: Belge Yayınları.

Güzel, M. (2007). "Küreselleşme, Tüketim Kültürü ve İnternet'teki Gençlik Siteleri", *Yeni Medya Çalışmaları,* M. Binark (der.) içinde. Ankara: Dipnot Yayınları, ss. 177-205.

Haas, T. (2004). "Alternative Media, Public Journalism and The Pursuit of Democratization", *Journalism Studies*. *Volume 5, Number 1*, içinde. pp. 115-121.

Habermas, J. (1981). "New Social Movements", *Telos (21 Eylül 1981) No:49,* içinde. pp. 33-37.

Hall, S. (1992). "The West and The Rest", *Formations of Modernity,* S. Hall ve B. Gieben (ed.) içinde. Cambridge: Polity Press/Open University Press, pp. 275-332.

Hall, S. (1996). "Signification, Representation, Ideology: Althusser and The Post-Structuralist Debates", *Cultural Studies and Communications,* J. Curran, D. Morley ve V. Walkerdine (ed.) içinde. London: Arnold, pp. 10-33.

Hall, S. (2003). "The Work of Representation", *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices,* S. Hall (ed.) içinde. London: Sage Publications, pp. 13-75.

Held, D. (1987). *Models of Democracy.* Cambridge: Polity Press.

Held, D. (1993). "Democracy: From City-States to a Cosmopolitan Order?", *Prospects for Democracy: North, South, East, West,* D. Held (ed.) içinde. Cambridge: Polity Press, pp. 13-53.

Howley, K. (2005). *Community Media. People, Places and Communication Technologies.* Cambridge: Cambridge University Press.

Irak, D. (2015). "Prekaryalaşan Orta Sınıf, Gezi ve Sosyal Medya", *Direniş Çağında Türkiye'de Alternatif Medya,* B. Çoban ve B. Ataman (der.) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 79-93.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* New York-Londra: New York University Press.

Jankowski, N.W. (1994). "International Perspectives on Community Radio", *AMARC-Europe, One Europe – Many Voices. Democracy and Access to Communication, AMARC-*

Europe Pan-European Conference of Community Radio Broadcasters ('15-18 Eylül 1994, Ljubljana-Slovenya' konferans raporu) içinde. Sheffield: AMARC. pp. 2-3.

Jankowski, N.W. (2002). "The Conceptual Contours of Community Media", *Community Media in the Information Age: Perspectives and Prospects,* N.W. Jankowski ve O. Prehn (ed.) içinde. Cresskill, NJ : Hampton Press. pp. 3-18.

Jensen, J.F. (2005). "Interactive Television: New Genres, New Format, New Content", *Proceedings of Second Australasian Conference on Interactive Entertainment. Vol. 123,* içinde. pp. 89-96.

Johnston, H., Laraña, E. ve Gusfield J.R. (1994). "Identities, Grievances, and New Social Movements", *New Social Movements: From Ideology to Identity,* E. Laraña, H. Johnston ve J.R. Gusfield (ed.) içinde. Philadelphia, PA: Temple University Press, pp. 3-35.

Jost, F. (2005). *Comprendre la Télévision.* Paris: Armand Colin.

Kang, J. (2015). *Walter Benjamin ve Medya* (çev. D. Gedizlioğlu). İstanbul: Kafka.

Keane, J. (1992). *Medya ve Demokrasi* (çev. H. Şahin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kershaw, S. (2008). "A Different Way to Pay For The News You Want", *New York Times (August 24), Week in Review Section,* içinde. p. 1.

Kılıçbay, B.B. (2005). *Türkiye'de Gerçeklik Televizyonu ve Yeni Televizyon Kültürü* (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı, Ankara.

Kidd, D. (2015). "Sonsöz: Geçmişi Unutmadan Geleceğe Bakmak", *Otonom Medya: Direnişi ve Muhalefeti Canlandırmak,* A. Langlois ve F. Dubois (der.), (çev. G. Şener) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 159-172.

Köksalan, E. (2010). *Alternatif Televizyon, Olanaklar ve Uygulamalar.* İstanbul: Punto.

Köse, H. (2007). *Alternatif Medya*. İstanbul : Yirmidört Yayınevi.

Kracauer, S. (1995). *The Mass Ornament.* Cambride,MA: Harvard University Press.

Kuş, E. (2009). *Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri.* Ankara: Anı Yayıncılık.

Kümbetoğlu, B. (2015). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma.* İstanbul: Bağlam Yayınları.

Langlois, A. (2015). "Açık Nasıl Açıktır?: Açık Yayıncılık Politikası", *Otonom Medya: Direnişi ve Muhalefeti Canlandırmak,* A. Langlois ve F. Dubois (der.), (çev. G. Şener) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 50-64.

Lewis, P. (1993). *Alternative Media: Linking Global and Local, Reports and Papers on Mass Communication No. 107.* Paris: UNESCO.

Lievrouw, L.A. (2016). *Alternatif ve Aktivist Yeni Medya* (çev. İ.S. Temizalp). İstanbul: Kafka.

Maingay, S. (1993). *Longman-MetroActive Study Dictionary of English.* London: Longman Publishing.

Marx, K. (1997). *Yahudi Sorunu* (çev. Sol Yayınları Yayın Kurulu-M.İ. Erdost). Ankara: Sol Yayınları.

Marx, K. ve Engels, F. (2015). *Komünist Manifesto* (çev. C. Üster-N. Deriş). İstanbul: Can Yayınları.

Mason, J. (1996). *Qualitative Researching.* Londra: Sage Pub.

Mattelart, A. (1995). *Beyin İğfal Şebekesi, "Uluslararası Reklamcılık"* (çev. I. Gürbüz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

MEGEP (2008). *Türk Basınının Doğuşu ve Gelişimi.* Ankara: MEB Yayınları.

Merton, R.K. (1968). *Social Theory and Social Structure.* New York: The Free Press.

Missika, J-L. (2006). *La fin de la Télévision.* Paris: Editions du Seuil.

Mouffe, C. (1981). “Hegemony and Ideology in Gramsci”, *Culture, Ideology and Social Process: A Reader,* T. Bennett, G. Martin, C. Mercer ve J. Woollacott (ed.) içinde. Milton Keynes: Open University Press, pp. 219-234.

Murdock, G. (1992). “Citizens, Consumers and Public Culture: Media Cultures”, *Media Cultures: ReappraisingTransnational Media,* M. Skovmand ve K.C. Schroder (ed.) içinde. London: Routledge, pp. 17-41.

Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum.* Ankara: TRT Yayınları.

Mutlu, E. (2001). “Ne Olacak Bu Kamu Yayıncılığının Hali”, *Medya Politikaları*, B. Kejanlıoğlu, S. Çelenk ve G. Adaklı (der.) içinde. Ankara: İmge Kitabevi, ss. 23-79.

Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü.* Ankara: Sofos.

O’Sullivan, T. (1994). “Alternative Media”, *Key Concepts in Communication and Cultural Studies,* T. O’Sullivan, J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery ve J. Fiske (edi.) içinde. New York: Routledge, p. 10.

Ozan, R. (2002). “Alternatif Medya Bağlamında Yerel Televizyonculuk”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, sayı 13*, içinde. ss. 689-703.

Öğün, P. ve Şener, G. (2015). “Gezi Direnişi’nde Medya Aktivizmi”, *Direniş Çağında Türkiye’de Alternatif Medya,* B. Çoban ve B. Ataman (der.) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 179-199.

Pateman, C. (1970). *Participation and Democratic Theory.* Cambridge: Cambridge University Press.

Patton, M.Q. (1987). *How to Use Qualitative Methods in Evaluation.* Londra: Sage Pub.

Pekman, C. (1997). *Televizyonda Özelleşme: Avrupa’da Yayıncılığın Değişim Süreci.* İstanbul: Beta Yayınları.

Pendakur, M. (1991). “A Political Economy of Television: State, Class and Corporate Confluence in India”, *Transnational Communications: Wiring The Third World,* G. Sussman ve J.A. Lent (ed.) içinde. Newbury Park: Sage Publications, pp. 237-241.

Popple, K. (1995). *Analysing Communitty Work: Its Theory and Practice.* Buckingham: Open University Press.

Popper, K. (1995). "La Television: Un Danger Pour La Democratie", *Réseaux, Médias, Identité, Culture des Sentiments. volume 13, n°70,* içinde. pp. 201-204.

Postman, N. (2016). *Televizyon Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem* (çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Prehn, O. (1992). "From Small Scale Utopism to Large Scale Pragmatism", *The People's Voice. Local Radio and Television in Europe,* N. Jankowski, O. Prehn, ve J. Strappers (ed.) içinde. London: John Libbey, pp. 247-268.

Reimer, B. (1989). "Postmodern Structures of Feeling: Values and Lifestyles in the Postmodern Age", *Contemporary Political Culture: Politics in a Postmodern Age,* J. Gibbins (ed.) içinde. London: Sage Publications, pp. 110-126.

Rodriguez, C. (1996). "Shedding Useless Notions of Alternative Media", *Peace Review. Volume 8, Issue 1: Media and Social Change,* içinde. pp.63-68.

Rodriguez, C. (2001). *Fissures in The Mediascape: An International Study of Citizens' Media.* Cresskill, New Jersey: Hampton Press.

Sancar, S. (2008). *İdeolojinin Serüveni: Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme.* Ankara: İmge Kitabevi.

Sargın Can, B. (2015). "Gezi Direnişi'nde kadın Hareketinin Twitter Kullanımı", *Direniş Çağında Türkiye'de Alternatif Medya,* B. Çoban ve B. Ataman (der.) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 247-271.

Servaes, J. (1999). *Communication for Development. One World, Multiple Cultures.* Cresskill, New Jersey: Hampton Press.

Schudson, M. (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers.*

New York: Basic Books.

Taylan, A. (2012). *Türkiye'de Alternatif Medyaya Dair Etnografik Çalışma. Alternatif Medya ve Bianet Örneği* (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Ankara.

Taylan, A. (2015). "Türkiye Alternatif Medya Haritasının Başkenti: Bianet", *Direniş Çağında Türkiye'de Alternatif Medya,* B. Çoban ve B. Ataman (der.) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 293-319.

TBMM (1931). "Matbuat Kanunu (1881 Sayılı Kanun)"*, Resmi Gazete, No:1867, (25 Temmuz 1931)*. ss. 357-380.

Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi.* Ankara: Dost Yayınevi.

Topuz, H. (2012). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi.* İstanbul: Remzi Kitabevi.

Touraine, A. (2016). *Modernliğin Eleştirisi* (çev. H. Tufan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Tuğla, K. (2014). "Türkiye'de İnternet Geleneksel Medyadan Daha Demokratik Ve Alternatif Bir Haber Ağı Sunuyor Mu: T24 Örneği", *Global Media Journal: TR Edition,* içinde. ss. 305-325.

UNESCO (1995). *Les Medias Alternatifs Entre Les Reseaux Planetaires et la Vie Locale.* Paris: City University.

Uzelman, S. (2015). "Bambu Bahçesinde Yoğun Emek: Medya Aktivistleri ve Sosyal Hareketler", *Otonom Medya: Direnişi ve Muhalefeti Canlandırmak,* A. Langlois ve F. Dubois (der.), (çev. G. Şener) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 19-32.

Verba, S. ve Nie, N. (1987). *Participation in America: Political Democracy & Social Equality.* Chicago: University of Chicago Press.

Walzer, M. (1998). "the Idea of Civil Society. A Path to Social Reconstruction", *Community Works: The Revival of Civil Society in America,* E.J. Doinne Jr. (ed.) içinde. Washington, DC: Brookings Instution Press, pp. 124-143.

Wasco, J. ve Mosco, V. (1992). *Democratic Communications in The Information Age.* Norwood, NJ: Ablex.

Wenger, E. (1998). *Communities of Practice.Learning, Meaning and Identity.* Cambridge: Cambridge University Press.

Wenger, E., McDermott, R. ve Synder, W.M. (2002). *Cultivating Communities of Practice.* Boston: Harvard Business School Press.

Yılmaz, A.S. ve Ataman, B. (2015). "Gezi Direnişi'nde Alternatif Yeni Medya ve 'Çapul TV'", *Direniş Çağında Türkiye'de Alternatif Medya,* B. Çoban ve B. Ataman (der.) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 141-179.

Yücesan Özdemir, G. (2016). "Anlatması Güzel Değil, Anlatması Zorunlu Bir Hikâye", *http://www.birgun.net/haber-detay/anlatmasi-guzel-degil-anlatmasi-zorunlu-bir-hikaye-113808.html* (Erişim Tarihi: 29.05.2016).

Yüksek, D. (2015). "Alternatif Medya ve Direniş Kültürü Sosyal Hareketlerde Birleştirici Güç Olarak Alternatif Medya", *Direniş Çağında Türkiye'de Alternatif Medya,* B. Çoban ve B. Ataman (der.) içinde. İstanbul: Kafka, ss. 53-79.

Elektronik Kaynaklar

(1) https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_television (Erişim Tarihi: 09 Kasım 2016)

(2) http://www.publicaccesstv.net/whatispatv.html (Erişim Tarihi: 16 Kasım 2016)

(3) http://www.dw.com/tr/ac%C4%B1-g%C3%B6zya%C5%9F%C4%B1-ve-protesto/a-17635594 (Erişim Tarihi: 19 Aralık 2016)

(4) http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.590e2626976553.32213299 (Erişim Tarihi: 20 Aralık 2016)

(5) http://www.izafet.net/threads/dusunce-ozgurlugu-ozlu-sozler.452812 (Erişim Tarihi: 20 Aralık 2016)

(6) http://www.halktv.com.tr (Erişim Tarihi: 20 Aralık 2016)

(7) http://www.gazeteciler.com/haber/ylmaz-zdil-halk-tvyi-yazd/224093 (Erişim Tarihi: 11 Haziran 2016)

(8) http://www.aksam.com.tr/pazar/gundemdeki-halk-tv-ekibi-chpyle-ilgimiz-yok-3b-yeminle-yok/haber-213843 (Erişim Tarihi: 11 Haziran 2016)

(9) https://tr.wikipedia.org/wiki/Beyaz_T%C3%BCrkler (Erişim Tarihi: 22 Aralık 2016)

EKLER

EK-I

Derinlemesine Görüşme Bilgileri

TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİ	GÖRÜŞME YERİ	GÖRÜŞME ZAMANI
16.09.2016	Cihan COŞAR	Halk TV İstanbul Stüdyosu: Vişnezade Mah. Süleyman Seba Cad. Babaefendi Sk. No: 15/4, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	12:50-14:00
01.10.2016	Görkem ACIR	Halk TV İstanbul Stüdyosu: Vişnezade Mah. Süleyman Seba Cad. Babaefendi Sk. No: 15/4, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	09:35-11:00
09.10.2016	Cengiz AKMAZ	Halk TV İstanbul Stüdyosu: Vişnezade Mah. Süleyman Seba Cad. Babaefendi Sk. No: 15/4, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	10:10-11:05
23.11.2016	Remzi Günay	Minoa Kitap/Cafe: Vişnezade Mah. Süleyman Seba Cad. No:52/A, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	15:00-16:00
09.12.2016	Çağatay ÇELİK	Tiyatro Cafe: Sinanpaşa Mahallesi, Köyiçi Cad. Mıstık Pasajı D:75, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	12:40-13:55
24.09.2016	Derviş HIZLI	Halk TV İstanbul Stüdyosu: Vişnezade Mah. Süleyman Seba Cad. Babaefendi Sk. No: 15/4, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	09:00-11:00
05.10.2016	Esma SAVCI	Halk TV İstanbul Stüdyosu: Vişnezade Mah. Süleyman Seba Cad. Babaefendi Sk. No: 15/4, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	15:00-16:00
14.10.2016	Erdal YORULMAZ	Kafka Cafe: Sinanpaşa Mah. Beşiktaş Cad. No: 29/A, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	13:20-15:00
05.11.2016	Muzaffer HÂKİM	Cefe Carmenta: Sinanpaşa Mahallesi, Çelebi Oğlu Sk. No:12, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	13:30-15:20

28.10.2016	Umut ANAHTARCI	Ortaköy Kültür Merkezi: Mecidiye Mah. Dereboyu Cad. No:12, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	13:55-14:45
19.11.2016	Eralp PEKTAŞ	Ali Baba Cafe: Ortaköy Mah. Muallim Naci Cd. No: 43/A-B, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	14:00-16:15
10.12.2016	Neriman ESKİCİ	Cafe 40: Vişnezade Mah. Süleyman Seba Cad. No:42, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	16:15-17:25
21.10.2016	Sırma GÖZAYDIN	Halk TV İstanbul Stüdyosu: Vişnezade Mah. Süleyman Seba Cad. Babaefendi Sk. No: 15/4, Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	13:05-14:10
13.09.2016	Enes KAÇAR	Şairler Parkı: Vişnezade Mah. Süleyman Seba Cad. Beşiktaş-İstanbul/Türkiye	13:20-14:15

ÖZGEÇMİŞ

03 Ekim1982 tarihinde Bursa'da doğdum. İlk ve ortaokulu Kocaeli/Gölcükte, lise öğrenimimi İstanbul/Beylerbeyi'nde tamamladım. Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü'nden 2009 yılında mezun oldum. 2001 yılından beri Türk Silahlı Kuvvetleri'nde Deniz Astsubayı olarak görev yapmaktayım. 2012 yılında Doğuş Üniversitesi, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimime başladım.

Özel ilgi alanlarım, azınlık medyası, karşı sinema, toplumsal cinsiyet çalışmaları ve alternatif televizyondur.

Yabancı dilim İngilizce ve Almanca olup, 2013 yılından beri evliyim.

Onur ÜLKÜ

2011/84014