



Community radios as a sample of alternative media abstract

Bir alternatif medya örneği olarak topluluk radyoları

Ali Murat Kırık¹
Kenan Bölükbaş²

Abstract

As a concept, community refers to people living together in a particular place or region as well as addressing to those social groups sharing some common or authentic benefits. Those means or channels of broadcasting which are owned and governed by the above mentioned social communities are called as community broadcasting channels. Broadcasting channels within this sphere are not founded for profit and generally takes an alternative position against the mainstream media.

Community radios cover their expenses through donations, governments' contributions and local taxes. In some occasions, their broadcastings address to a limited region, while in others, they covers to various groups not connected to one another spatially. These radios have been come into existence through various ways in different times to meet the needs of those communities which cannot found enough space to express themselves in the mainstream media. The common features of these broadcasting channels can be stated as "being non profit organisations, being affiliated to a particular community and their broadcastings being open to the participation of that community".

This type of radios possess some particular characteristics and provide various opportunities. They follow as: providing opportunities for pluralism, freedom of thought and democratisation; and making the representation of various pressure groups

Özet

Topluluk kavramı, aynı coğrafyada birlikte yaşayan insanları ifade ettiği gibi ortak ya da kendine özgü çıkarılara sahip toplumsal grupları da ifade etmektedir. Bu toplulukların sahip olduğu, onun yönetiminde çalışan, temel amacın kar etmek olmadığı, ana akım medyaya alternatif oluşturan medya örgütleri, genel olarak "topluluk medyası" olarak tanımlanmaktadır. Ana akım medyaya alternatif oluşturan medya örgütlerinden birisi de topluluk radyolarıdır.

Topluluk radyoları; bağışlar, hükümet yardımları ve yerel vergilerden gelirlerini sağlayan, belirli bir coğrafi bölgeye ya da dağınık gruplara seslenen radyolardır. Geleneksel radyolarda kendilerine yeterince yer verilmeyen toplulukların ihtiyaçları nedeniyle, dünyanın hemen her yerinde farklı zamanlarda, farklı şekillerde ortaya çıkan bu radyoların ortak noktası; "kar amacı gütmemesi, sahipliliği, kontrolü ve yönetiminin topluluğa ait olması ve yayınlarında topluluğun da katılımına açık olmasıdır" denilebilir.

Çoğulculuğa, düşünce özgürlüğüne, demokratikleşmeye, yayıncılık anlamında içerik çeşitliliğine, toplumsal olarak farklı baskı ve çıkar gruplarının temsiline yardımcı olması, diyalog ve şeffaflığa hizmet etmesi, hedeflediği topluluk tarafından denetlenebilir, katılımcı, gönüllülere açık alternatif yapılarının olması nedeniyle topluluk radyolarının, medyanın özgürleşmesine önemli katkılar sunduğu söylenebilir.

¹ Yrd. Doç. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo TV ve Sinema Bölümü, murat.kirik@marmara.edu.tr

² Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo TV ve Sinema Bölümü, kbolukbasi@hotmail.com

possible. They also serve for transparency and dialogue within the given community, as well as being open to the scrutiny of its members. All these characteristics empower community radios in contributing the emancipation of mass media.

Anahtar Kelimeler: Radyo; Radyo Yayıncılığı; Topluluk; Topluluk Medyası; Topluluk Radyosu.

Keywords: Radio; Radio Broadcasting; Community; Community Media; Community Radio.

[\(Extended English abstract is at the end of this document\)](#)

Giriş

Dünyada ve Türkiye’de yaklaşık bir asır önce başlayan radyo yayıncılığı, yıllar içerisinde gelişmiş, çeşitlenmiş, birçok farklı forma bürünerek günümüze ulaşmıştır. 20. yüzyılın başında devlet eliyle desteklenen, daha çok kamusal hizmet anlayışının egemen olduğu radyo yayıncılığı, zaman içinde özel kuruluşların da içinde yer aldığı bir medya faaliyeti haline gelmiştir. Özel sektörün binlerce radyo istasyonu vasıtasıyla yayıncılığa soyunması, kaçınılmaz olarak çok seslilik ve program çeşitliliğini de artırmış, alternatif ve demokratik bir söylemin gelişmesine yardımcı olmuştur.

Bilindiği gibi kitle iletişim araçları, dünyada ve ülkemizde gelişirken zaman içerisinde bir güç ve iktidar kaynağı haline gelmişlerdir. Gerek devletler gerekse de büyük ticari kuruluşlar, kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerinin sağladığı bu güce ve gücün sağladığı iktidara sahip olmak istemişlerdir. Bu durum, medyayı asıl işlevi olan ekonomik ve politik iktidarı denetleyerek kamuoyunu bilinçlendirme işlevini yerine getirmekten uzaklaşmıştır.

Tüm dünyada medyanın devletlerin ve büyük ticari kuruluşların kontrolüne girmesi, toplum içindeki farklı grupların sesinin duyulmasını zorlaştırmıştır. Bu nedenle toplum içinde sorunlarını dile getirmekte zorlanan kitleler, kendi medyalarını oluşturarak ana akım medyanın hakim yayıncılık anlayışına karşı alternatif medya araçları geliştirmeye çalışmışlardır.

Radyo yayıncılığı açısından bakarsak; ulusal ölçekte yayın yapan radyoların yayınlarında yer verdiği konular, müzikler yerel düzeydeki topluluklar için zaman içerisinde yetersiz kalmıştır. İnsanlar, kendilerini somut olarak ilgilendiren konuların işlenmesini, sevdikleri müziklerin çalınmasını talep etmeye başlamışlardır. Bu gereksinimler, çeşitli toplulukları kendi radyo istasyonlarını kurmaya yöneltmiştir. Bu gelişmeler, ilk başlarda alternatif radyoların ortaya çıkmasını sağlamış ve sonuçta sadece devlete ait olan yayın yapma hakkı fiilen ortadan kalkmıştır. Tüm dünyada geleneksel radyolarda kendilerine yeterince yer verilmediğini düşünen topluluklar; ihtiyaçları, hedefleri, amaçları doğrultusunda topluluk radyolarının ortaya çıkmasını sağlamışlardır.

Kamu yayıncılığı hizmeti, temel olarak toplumun tamamının eğitim, kültür, eğlence gibi ihtiyaçlarını karşılamayı hedefler. Bu hedefle ulusal ölçekte yayın yapıldığında ise bölgelerin, kentlerin, küçük yerleşim yerlerinin, inanç, çıkar gruplarının vb. tüm ülkeyi ilgilendirmeyen meselelerine yeterince yer verilememektedir. Bu nedenle günümüzde, toplum içindeki küçük çaplı gruplara hitap eden radyo ve televizyonlar ilgi görmektedir. Çünkü bu tür kitle iletişim araçları, o bölgede yaşayan insanların kendilerini daha iyi ifade etmesine olanak sağlamaktadır. Topluluk radyoları, bölgesel/yerel topluluklar yararına, özel/özerk yayıncılık yapan kitle iletişim araçlarından biridir.

Bu açıdan bakıldığında, daha çok sivil toplum örgütlerinin desteğiyle yayıncılık yapan topluluk radyoları; demokratik anlatım biçimleri, kamusal fayda güden yayın politikaları, devletten ve özel sektörden bağımsız duruşları, bir topluluğa dayanan alternatif yapıları, dinleyicilerin yönetime ve program süreçlerine katılımları ile özgür ya da özerk yayıncılığa örnek olarak gösterilebilir.

Topluluk Kavramı

Sosyoloji literatüründe bugün kullandığımız anlamıyla genel olarak ‘topluluk’ kavramı; ortak bir mekânda etkileşim içinde yaşayan bir grup insanı ifade etmektedir.

Mtimde’ye göre “Topluluk, coğrafi temelli bir grup insan ve/veya, ortak ya da kendine özgü çıkarılara sahip kamuya ait bir sektör veya toplumsal gruptur” (Mtimde, 1998:13). Topluluk, yerel coğrafi topluluklar veya çıkar topluluklar ekseninde tanımlanmaktadır (Gibbons, 2001:12).

Lewis’e göre, “topluluklar ortak kaygı, hedef, amaç için bir araya gelen ve büyük oranda küresel, ulusal ve yerel ölçekte büyüyen ve bu nedenle de coğrafi tanımlamaları üzerindeki yapılar olarak görülmelidir” (Lewis, 1993:13). Bir başka deyişle, belli bir bölgede ortak amaçlar etrafında kalıcı olarak bir araya gelmeyi seçmiş çıkar grupları ve bireyler toplulukları oluşturmaktadır (Gibbons, 2001:16).

Mtimde’ye göre (1998) topluluk, “coğrafi temelli bir grup insan ve/veya ortak ya da kendine özgü çıkarılara sahip kamuya ait bir sektör veya toplumsal gruptur” (Mtimde, 1998:13).

Bu durumda sözünü ettiğimiz çıkar ortaklığının ikili yapısı şu şekilde ortaya çıkmaktadır: Birincisi, tek bir coğrafi yerleşimi paylaşmak; yani bir kasaba, köy veya mahallede yaşıyor olmak. İkincisi ise belli bir ekonomik ve toplumsal yaşamı paylaşmak; bir başka deyişle coğrafi bağlamdan bağımsız olarak ortak kültürel, toplumsal ve siyasal çıkarılara sahip olmaktır (Jankowski, 2002:6).

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, küreselleşmenin dinamiklerinin gün yüzüne çıkmasını kolaylaştırmıştır. Teknolojik gelişmelerin sunduğu iletişim olanakları sayesinde, birbirinden uzak mesafelerdeki insanların birbirine ulaşması kolaylaşırken, mekânla sosyal ilişkiler arasındaki mecburi ilişki de ortadan kalkmıştır.

Fiziksel olarak yalnız olmak, sosyal olarak yalnız olmakla eş anlamlı olmaktan çıkmıştır (Meyrowitz, 1985:115)

Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, yerel kimliğe olan aidiyeti geliştirebilmek ya da korunur hale getirebilmek için, coğrafi yakınlık zorunlu olmaktan çıkmıştır: Artık yerellik, sadece fiziksel/coğrafi yakınlığı, bir aradalığı anlatan bir şey değil; uzak mesafelere rağmen yaşanabilen, korunabilen toplumsal ilişkilerdeki yakınlık olarak yaşanmaya ve anlaşılmaya başlanmıştır.

Bütün bu tanımlara ilave olarak internet, topluluk kavramına yeni boyutlar kazandıran önemli bir gelişme olarak değerlendirilmelidir. Bu açıdan klasik topluluk tanımının dışında kalan yeni kategori daha ortaya çıkmaktadır. Bu kategori, sanal topluluklardır.

Sanal topluluklar, internet ortamında yeterli sayıda kişinin bir araya gelmesiyle oluşan kişisel ilişki ağlarıdır. Çevrimiçi gruplar gerçek anlamda bir araya gelmedikleri için, bu gruplara topluluk denip denemeyeceği tartışma konusudur. Rheingold, sanal toplulukları “yeterli sayıda kişinin internet aracılığıyla, sanal alemde insani duygulara dayalı kişisel ilişki ağları oluşturmak üzere, yeterli sürelerde devam ettirdikleri halka açık tartışmalardır” şeklinde tanımlamıştır (<http://www.pazarlamamakaleleri.com/pazarlamada-sanal-topluluklar-ve-onemi/#more-424>).

Topluluk Medyası

Topluluk medyası; devlet, özel sektör ya da dini ve politik kurumlara bağlı olmayan, amacı para kazanmak olmayan bir yapıya sahip, işletmesinde sivil toplum gönüllülerinin yer aldığı, katılımcı, temel olarak toplumsal kazanç ve topluluk menfaatlerini hedefleyen alternatif medya olarak tanımlanabilir.

Topluluk medyası, belli bir topluluğun sahip olduğu, onun yönetiminde çalışan, temel amacın kar etmek olmadığı yapılar olarak tarif edilebilir. Bu yönüyle topluluk medyası; halkın içinden çıkan, halkın bir bölümünü etkileme gücü olduğu gibi bununla birlikte çok sesliliğe, demokrasiye katkıda da bulunan hizmetler üretir.

1970’lerden kalma bir jargonla söylersek, “topluluk üyeleri tarafından, topluluk üyeleri için ve topluluk üyelerine ait” bir medya olmasıdır. Bu medya ayrıca bir tür topluluk eylemine ya da kalkınmasına, tek bir sözcükle sosyal değişime katkıda bulunmakla da ilgilidir (Jankowski, 2003:8).

Possi'ye göre, “topluluk medyası ortak fikirlere, özelliklere, çıkarlara ya da mülkiyete sahip bir toplum ya da insanlar tarafından kullanılan medyadır. Topluluk medyası harekete geçirmek, duyarlılaştırmak ve bütünsel gelişime yönelik eğitim için kullanılır” (Possi, 2003:167-169).

Topluluk medyası, belli bir bölgede yaşayan, toplulukları, toplumsal grupları ya da ortak ilgi, inanç veya çıkarlara sahip bir kesimine hizmet eder. Ancak bu hizmet sunulurken en önemli noktalardan biri de topluluğun aktif olarak bu hizmete katılıyor olmasıdır. Birçok akademisyen tarafından tanımlandığı biçimdeki topluluk medyası-radyosunun özeti bu medyanın, ister kentsel ister kırsal, belirli bir coğrafi alandaki belirli bir topluluk tarafından sahip olunan ya da kontrol edilen ve kâr amacı gütmeyen medya olduğunu göstermektedir (Algül, 2012:97).

Topluluk medyasının daha genel bir tanımı Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları (IAMCR) tarafından sunulmaktadır. Bu tanım topluluk medyasının “sivil toplum alanından köklendiğini, dolaşıma girdiğini ve anlam kazandığını” gösterir. “Devletin ve piyasanın dışında var olmakla birlikte yine de her ikisiyle de etkileşime girme olasılığı olan medya iletişimi alanı burasıdır. Topluluk medyası özelemleri ve entelektüel medya çalışmaları tarihi içindeki yeriyle farklılık gösterir” (Rennie, 2006:3-4).

Topluluk medyası aslında kamu ve ticari medyayı tamamlayan bir özellik gösterirler. Bu nedenle bazı kaynaklarda “üçüncü sektör medya” olarak adlandırılırlar. Bu açıdan, birçok toplumsal gereksinimi karşıladıkları gibi kamu ve ticari medyaların yetersiz kaldığı alanlarda önemli bir işlevi yerine getirirler.

Günümüzün radikal anlamda değişmiş medya perspektifinde topluluk medyası; özellikle sosyal uyumu, kültürlerarası diyalog ve hoşgörüyü artırarak ve sivil toplum içindeki farklı etnik, kültür ve din grupları arasında anlayış kültürü geliştirerek önemli bir rol oynayabilir (Zankova, 2010:32).

Mali düzeyde, topluluk medyası genelde ticari amaç gütmeyen bir statüdedir (ve birçoklarına göre öyle de olmalıdır) ve tipik olarak çalışanlarının önemli bir kısmı gönüllülerdir. Politik ya da ekonomik baskılardan bağımsız, “ticari olmayan bir iletişim yolunu” temsil ederler. Kimi örneklerde, gerek editoryal seçim gereği gerekse reklamcılar için çekici bir hedef oluşturmadıklarından reklam yayınlamazlar. Ancak, devlet tarafından yönetilen teşvikler gibi istikrarlı finans kaynaklarının olmaması varlıklarını tehlikeye düşürür ve şimdilerde bu konuyla ilgili çözümler aranmaktadır (Milan, 2009:598-609).

Topluluk medyasının topluluğun özellikle de diğer üyelere göre daha az imkâna sahip olan üyelerini, edilgen pozisyonlarından kurtulup kendilerini yakından ilgilendiren konularda etkili olabilen, karar ve inisiyatif alabilen üyeler haline gelmelerine yardımcı olabilmektedir. Bu üretici tavırları, üyelerin kendilerine olan güvenlerini pekiştirmelerinde de olumlu bir rol oynayabilir.

Rennie'ye göre, topluluk medyası sivil toplumun, sivil toplumun kendisi tarafından korunmasının ve yaygınlaştırılmasının aracı olarak görülmelidir. İkincisi, sivil toplum kavramı topluluk medyası tartışılırken kullanışlıdır çünkü onun özsel yapısı hakkında genellemeler yapmaktan kaçınır. Topluluk medyasına dair çoğu yazı sadece programlama ve yapım süreçlerinin radikal anlamla ilerici yönlerine odaklanmaktadır. Sonuçta, topluluk medyası bir bütün olarak, bileşenlerinden birisi olan alternatif ya da radikal medyalardan çok daha az dikkat çekmiştir (Rennie, 2006:36).

Topluluk medyası çeşitli konuları kapsar, ama genelde “sosyal misyon” olarak adlandırılabilir bir göreve sahiptir. Örneğin eğitsel odak, Afrika'daki birçok istasyonu karakterize eder: Sağlık ve çocuk bakımı programları, çiftçilik ipuçları, insan ve kadın hakları, okuma yazma dersleri gibi. Programlar topluluk tarafından topluluk için yapıldığında daha anlamlı etkide bulunurlar (Milan, 2009:600).

Televizyon medyasıyla ve özellikle de radyoyla güçlü biçimde bağlantılı olan topluluk medyası kategorisi, gazeteler ve yerel dergiler gibi basılı medyayı da kapsar ve bugünlerde podcasting gibi dijital formları da içermektedir. Ancak, radyo hala maliyetleri ve erişilebilirliği yüzünden yoksul topluluklar için hâkim durumda olan medyadır: Radyo iletilicileri ucuzdur. Gerek okuması yazması

olmayan insanlar açısından gerekse kara hatlarıyla internetin hala bir mucize olmayı sürdürdüğü yerlerde kullanımı kolaydır (Milan, 2009:599-600).

Alternatif Medya

Alternatif medyayı, anaakım medyada kendisine yer bulamayan herhangi bir medya örgütü veya kurumu olarak tanımlayabiliriz.

Alankuş'a göre (2008) alternatif medya; ulusal, yaygın, ticari, egemen, hâkim, ana damar olarak adlandırılan ana akım medya ile kamu yayıncılığı yapan meydanın yanı sıra varlığını sürdürmeye çalışan ve amacı kâr elde etmek olmayan medya olarak tanımlanmaktadır. Alternatif medya; bağımsız medya, radikal medya, radikal alternatif medya, topluluk medyası gibi pek çok biçimde adlandırılmaktadır (Alankuş, 2008:30).

Bailey vd. (2007) tarafından ortaya koyulan alternatif medyaya yönelik çeşitli yaklaşımlar şunlardır:

1-Alternatif medyayı "topluluk hizmeti" işlevine ve katılımcılığa odaklayan yaklaşım.

Bailey'e göre, topluluk medyası, topluluğunun medyaya katılımını mutlaka teşvik etmelidir" (Bailey, vd., 2007:11). Burada en önemli vurgu, "katılım" dır.

2-Alternatif medyayı ana akım medyaya bir alternatif olarak gören yaklaşım.

Alternatif medya, kurumsal ve içerik bakımından ana akım medyaya bir alternatiftir. Ana akım medyaya neden ve nasıl alternatif olunabileceğinin yanıtı ise "alternatif" kelimesinin diyalektik niteliği çerçevesinde aktarılmaktadır (Taylan, 2012:25).

Bailey vd. 'e göre alternatif ve ana akım medyanın belirleyici nitelikleri şöyle ayrılmaktadır:

Ana akım medya:

-Büyük ölçekli bir kurum yapısına sahiptir; homojen bir izlerkitleye yönelik yayın yapmaktadır;

-Devlet kuruluşu veya ticari şirket olarak faaliyet göstermektedir,

-Dikey (veya hiyerarşik olarak) yapılanmış, profesyonellerin çalıştığı kuruluşlardır,

-Hâkim söylemin ve temsillerin taşıyıcısıdır.

Alternatif medya ise:

-Küçük ölçeklidir ve özel topluluklara, gruplara, özellikle dezavantajlı gruplara yönelik, farklılıklara saygılı olarak yayın yapmaktadır,

-Devlet ve piyasadan bağımsızdır,

-Yatay (veya hiyerarşik olmayan bir şekilde) yapılanmıştır; demokratikleşme ve çoğulculuk çerçevesi içinde izler kitlenin erişim ve katılımını kolaylaştırmaya imkân vermektedir,

-Hâkim olmayan (hatta hegemonyaya karşı) söylem ve temsile sahiptir, kendini temsilin önemini vurgular (Bailey, vd., 2007:18).

3-Alternatif medyayı "sivil toplumla" bağlantılandırmaya odaklanan yaklaşım

Alternatif medya, bu konumuyla demokratik iletişim kanallarını işler tutarak yurttaşların gündelik yaşama dair birçok alanda aktif rol almasına ve makro katılıma imkân vermekte, sivil toplum da ticari medya ve devlet medyasının iletişimi sınırlayıcı politikaları karşısında özgün gündemler etrafında yapılanmaktadır (Taylan, 2012:28).

4- Alternatif medyayı bir "köksap" (rizom) olarak tanımlayan yaklaşım

Bu yaklaşımla, medyayı sivil toplumla bağlantılandıran üçüncü yaklaşımdaki sivil toplum anlayışından farklı olarak, alternatif medyanın kamusal alan olmasına değil, farklı karakterdeki hareket ve mücadelelerden gelen insanların karşılaştıkları ve işbirliği yaptıkları bir kavşak noktası olarak görülmesine vurgu yapılmaktadır (Taylan, 2012:29).

Alternatif Radyo

Alternatif radyo, devlet ve özel sektör karşısında bağımsızlığını koruyan, kamuya hizmet amacı güden, özgür/özerk, demokratik bir yapıya sahip, kar amacı taşımayan, dinleyicilerin yönetime ve program oluşturma sürecine katılabildiği bir radyo türüdür. Dünyada her ülkede farklı

bir gelişim süreci olan ve tek bir modelle açıklanamayacak durumda olan bu tür radyoların tamamı, alternatif radyo olarak tanımlanmaktadır.

İlk alternatif radyo, 1946 yılında ABD’de yayına başlamıştır. 1946’dan sonra da Brezilyalı eğitimci Paolo Freire’nin düşüncelerinden esinlenen “halk radyosu” Latin Amerika ülkelerinde kurulmaya başlanmıştır. Avrupa ülkelerde 60’larda gemilerden yapılan yayınlarla başlayan korsan radyo 70’li yıllarda ilk olarak İtalya daha sonra da Fransa başta olmak üzere diğer ülkelerde özgür radyo olarak hayata geçmiştir (Soydan, 2006).

Hıfzı Topuz (1990:64-66), alternatif radyoları doğuran öğeleri şöyle sıralar:

a. Siyasal Öğeler: Siyasal partiler; genellikle muhalefet partileri, her zaman radyolardan diledikleri gibi yararlanma olanağı bulamadıkları ve seçmenlere sürekli olarak seslenemedikleri için kendi radyolarını kurmaya yönelmişlerdir. Bunun birçok ülkede sayısız örneklerine rastlanır. (İtalya’da Radikal Parti, Komünist Parti ve iktidarda olan Hıristiyan Demokrat ve Sosyalist Partiler; Fransa’da Giscard d’Estaing’in devlet başkanlığı sırasında muhalefette olan Sosyalist Parti’nin radyo girişimleri, vb.) Marjinal durumda olan küçük partiler de hep bu yollara başvurmuşlardır. Örneğin: Yeşiller, aşırı sol partiler.

b. Kurumsal ve Bölgesel Öğeler: Bazı ülkelerde bölgesel kurumların merkez yönetimin karşısında birçok sorunları vardır. Daha geniş yetki ve özerklik için savaşırlar. Belediyeler, il meclisleri, birkaç ili içine alan kamusal bölge ve eyalet meclisleri bu durumdadır. Bu kurumlar yönetimde daha çok yetki elde etmek için halkın desteğini sağlamaya çalışırlar. Bunun için de başkentin emrinde olmayan radyolar kurmaya yönelirler.

c. Sosyal ve Kültürel Öğeler: Birçok bölgede insanlar kendi sorunlarının daha iyi tartışılması ve vurgulanması için radyolardan yararlanmak isterler. Çünkü ulusal radyolar o insanların sorunlarına ya çok az yer ayırmaktadır ya da hiç yer vermemektedirler. Ulusal radyolar bölgeler çapında kültür yozlaşmasına da gidebilirler. Her bölge halkı kendi kültürünün yaşatılması, korunması, düzenlenmesi ve bunların bütün bölge halkına duyurulmasına çalışır. Bazen de yeni kurulmuş bir sitede yaşayan insanlar kendi sorunlarını sürekli tartışmak için yeni iletişim araçları kurmaya yönelirler. Bu işi en kolay ve en başarılı yapacak olan araç radyodur.

d. Ekonomik Öğeler: Bazen bir bölge halkı, o bölgenin ekonomik gelişmesi için bir takım önlemlerin alınmasını ister; tarımsal üretimin gelişmesini sağlayacak önlemlerin alınmasını, sulama, baraj, liman, yol, elektrik gereksinimleri gibi. Bunun sağlanması için radyolarda bu konuların işlenmesi istenir. Ulusal radyolar bu konulara geniş yer ayırmadıkları için, yerel radyoların kurulmasına yönelinir.

e. Reklamcılık Öğeleri: Yerel radyoların kurulmasını destekleyen en önemli öğelerden biri de reklamcılıktır. Bir takım ürünlerin ve hizmetlerin belirli bölgelerde sürümünü, satışına ve kullanımını arttırmak için reklamcılar yerel radyolardan yararlanmak isterler. Reklam firmaları bütün ülkelerde yerel radyoların kurulması ve gelişmesini desteklemiştir” (Kuruoğlu, 2006:107-108).

Yerel yayıncılık yapan, kar amacı gütmeyen alternatif radyolar, ne devlet radyosu ne de özel radyo olarak görülmelidir. Her iki türden farklı üçüncü bir tür olarak kabul edilmektedir.

Alternatif radyolar ile geleneksel radyolar; dinleyici, yönetim, iletişim, içerik ve alt yapı açısından birbirinden ayrılmaktadır (Soydan, 2006).

Soydan’a göre “Geleneksel radyolar genel kitleye seslenirken, alternatif radyolar belirli bir topluluğa ya da gruba seslenmektedir. Örneğin etnik topluluklara, belirli bir siteye, yerleşke içindeki öğrencilere, dinsel gruplara, işçilere seslenirler. Geleneksel radyo, devlet tekeli ya da tecimsel özel kuruluşların yönetimindedir. Alternatif radyolar ise yayın tekellerine karşı kurulmuş kurumların yönetimindedirler. Bunları birlikler, dernekler, federasyonlar, kamusal kurumlar, ya da doğrudan doğruya dinleyici temsilcilerinden oluşan kurumlar yönetir. Radyo çalışanları da amatör bir anlayışla ücretsiz olarak çalışan kişilerden oluşmaktadır. Geleneksel radyolar dikey ve daha çok tek yönlü iletişim sağlarlar. Dinleyicinin katılımını sağlamak alternatif radyoculuğun en önemli ilkesi sayılmaktadır. Dinleyici üretim ve yönetim sürecine katılır, böylece dinleyiciler, alıcılar aynı zamanda verici olur böylece çift yönlü bir iletişim trafiği yaşanır. Geleneksel radyolar en geniş kitlenin sorunlarına yönelirler. Zaman zaman çeşitli bölgelerin, meslek gruplarının sorunlarını ele alsa da

yüzeysel değinir ve bu durumda dahi amaç hep geniş kitledir. Çeşitli grupların sorunları bir bütünü içinde ele alınır. Alternatif radyolarda ise içerik dar bir kamusal topluluğu ilgilendirir: Kültürel bağımsızlık, siyasal bilinçlenme, tüketici sorunları gibi sorunları öne çıkaran yayıncılık anlayışları bulunmaktadır. Geleneksel radyolar ekonomik olarak yüksek maliyetli radyolardır. Ülke çapında yayın yapıldığı için, altyapı, kuruluş ve işletme giderleri çok yüksektir. Alternatif radyolar dar bir bölgeye yayın yapmak için kuruldukları için büyük bir altyapı, dolayısıyla da yatırım gerektirmez” (Soydan, 2006).

Kamusal, özerk ve yerel radyolar farklı sosyal, kültürel ve siyasal yapılanmalar içinde farklı yapılanmaları ortaya çıkarır. Topluluk radyoları, üçüncü sektör radyoları, dernek radyoları, özgür radyolar, sivil toplum radyoları gibi çok farklı isimlerle de bilinen alternatif radyolar temelde bazı ilkeler etrafında birleşir. Bu ilkeler, alternatif radyoları diğer yayıncılık organizasyonlarından ayıran başlıca yönleridir (Topuz, 1994;3):

- 1- Devlet yönetiminde olmamak,
- 2- Özel sektör yayıncılık faaliyetleri içinde yer almamak
- 3- Yalnız reklamcılığa dayanmamak
- 4- Reklam olsa da yayınların kalitesini düşürmemek
- 5- Varyete eğlence ağırlıklı yayınlara değil kültür paylaşımına programlarda yer vermek
- 6- Dinleyici kitlelerine haber akışı sağlamak,
- 7- Demokratik olarak halkın yayın süreçlerine aktif katılımını sağlamak

Topluluk Radyosu Yayıncılığı

Bir topluluk radyo istasyonu; topluluk içinde, topluluk için, topluluk hakkında ve topluluk tarafından yayını organize eden kendine özgü bir alternatif medya deneyimi olarak tanımlanabilir.

AMARC-Europe, topluluk radyo istasyonlarını “hâlihazırda yayın yapmakta olan, söz konusu topluluğun radyoya katılımını teşvik ederken, yerleşik bulunduğu ya da yayın yaptığı topluluğa hizmet eden, ‘kâr amacı gütmeyen’ istasyon” olarak adlandırmaktadır (AMARC-Europe, 1994:4).

Topluluk radyoları, günümüzde iletişim teknolojisinin geldiği noktadan dolayı yerellik kavramı üzerinden yeniden tartışılmaya başlanmıştır.

Günümüzde medya, istediği takdirde dünyanın her yerindeki topluluklara ulaşabilmektedir. Teknoloji, topluluk kavramının sınırlarını genişletmiştir. Bu nedenle topluluk kavramını coğrafi sınırlarla tanımlamak giderek güçleşmektedir. Küresel dünyada yerellik yeniden tanımlanmaya ihtiyaç duymaktadır (Kuruoğlu, 2006:105).

Yerellik kavramına bakıldığında; her ülke için aynı tanımlı yapmanın zor olduğu görülmektedir. Her ülke; kendi kültürel, coğrafi şartlarının gerektirdiği tanımlar geliştirmiştir. Dünyanın bazı bölgelerinde coğrafi açıdan nispeten küçük bir bölge yerel olarak adlandırılırken, bazı bölgelerde ise belirgin bir organik bütünlük taşıyan topluluklar yerel kavramı içerisinde değerlendirilmektedir.

Eryılmaz’a göre “Yerel radyolar, yerel kültüre ve yerel haberlere ağırlık verdikleri ve bunu, dinleyicilerini dünyada olan bitenden koparmadıkları sürece, günümüz insanının beklentilerine cevap olabileceği ayrıcalığına sahip, yegane araç olma özelliğini sürdürmektedirler” (Eryılmaz, 2005:80).

Farklı kriterleri ve özellikleri gözetilerek yerel radyolarla ilgili çeşitli sınıflandırmalar yapmak mümkündür. Örneğin Stavitsky (1994), iki ayaklı bir ayrıma gitmiştir.

“**Coğrafi Yerellik**”, radyo sinyallerinin eriştiği ya da siyasal parametreler sonucu tanımlanmış olan bir coğrafi alan tekabül etmektedir. Tanımlanmış sınırlar içinde program üretimi ve dağıtımı bu coğrafi ya da siyasal alanın gereklerini dikkate almak durumundadır. Örneğin: Amerikan ticari geleneği içinde tanımlanan yerel yayıncılık “coğrafi yerellik” kapsamı içine girilmektedir.

“**Toplumsal Yerellik**” ise; paylaşılan kültürel zevkler, değerler ve çıkarlar açısından ortaklık gösteren toplu ya da dağınık grupları tanımlamak üzere kullanılmaktadır. Örneğin:

Avustralya’da Aboriginal Radyo, ortak bir kültür ve tarihi paylaşan ancak fiziksel sınırlar olarak bir arada olmayan yerli topluluklarına yayın yapmaktadır.

Kuruoğlu’na göre, yapısal açıdan “ulusal yerel radyolar”, “bağımsız yerel radyolar” ve topluluk radyoları olmak üzere genel olarak üç tip yerel radyo vardır (Kuruoğlu, 2006:103-104).

“Uluslararası Yerel Radyolar; ülkede devlet eliyle kurulmuş, geliri devlet tarafından ve ruhsat ücretlerinden karşılanan kamusal hizmet kuruluşlarıdır. Ülke çapındaki ulusal radyolar belirli bölge insanlarına seslerini daha iyi duyurabilmek için bölgesel vericilerle ulusal programları yayınlamaya başlamışlardır. Ulusal yayın kurumlarına bağlı olarak yayın yapan bu istasyonlar, yayınlarının belli bir saatini alıp yerel düzeyde yayın yapmaktadır.

Bağımsız Yerel Radyolar; özel girişim tarafından yasal ya da korsan olarak kurulmuş istasyonlardır. Gelirini salt reklamlardan sağlayan bu kuruluşların temel motivasyonu kar etmektir. Dinleyici sayısının oranı radyonun gelirini doğrudan etkilediği için, dinleyici ile ilişki kurmak bu tür yayınların temel özelliğidir.

Topluluk Radyoları; bağışlar, hükümet yardımları ve yerel vergilerden gelirlerini sağlayan, belirli bir coğrafi bölgeye ya da dağıntık gruplara seslenen radyolardır. Bu radyolar arasında dinsel topluluklar, etnik gruplar ve kadınlar tarafından sahip olunan ya da işletilenler başta gelmektedir. Düzenli yayın akışları ve sürekli personelleri yoktur. Radyo yayınları gönüllü bir topluluk tarafından yürütülmekte ve bu nedenle profesyonellik; yayınların yürütülmesinde bir unsur olarak aranmamaktadır.

Bir topluluk radyosu kurma fikri, herhangi bir toplulukta, bir coğrafi bölgede ya da çıkar çevresi içinde iletişim ve haberleşmeye dönük ihtiyaç ve beklentilerin artmaya başlamasıyla yakından ilişkilidir. İşte bir topluluk radyo istasyonunun amaç ve hedefleri de temel olarak topluluğa ait bir iletişim kanalına duyulan bu ihtiyacın ardında yatan nedenlerden hareketle belirlenir (Mtimde, 1998:21).

Gelişen teknolojinin, bu tarz radyoları kurmalarına olanak sağlaması nedeniyle, topluluklar ve örgütler mevcut yasaları zorlayarak yayın tekellerinin karşısında radyo istasyonlarını kurmaya çalışsalar da, mevcut yasalar bu tarz radyo istasyonlarına izin vermediği için bu topluluklar, ilk başlarda korsan radyolar kurarak yayıncılığa başlamışlardır (Kuruoğlu, 2006:106).

İlk başlarda ülke çapındaki ulusal radyolar belirli bölge insanlarına seslerini daha iyi duyurabilmek için bölgesel antenlerin aracılığı ile yayınlamaya başlamışlardır. Programlar tümüyle ulusal olmakla ve bir merkezden yönetilmekle birlikte bölge haberlerine de dar ölçüde yer ayrılmıştır. Bu birinci evreden sonra ‘decentralisation’; merkezden ayrılma eğilimlerinin geliştiği görülür. Bölgesel radyolar bir ölçüde özerkliğe kavuşarak bütçe ve program oluşturma konularında az çok yetki sahibi olmuşlardır. Bu gelişmenin üçüncü evresi de bölgesel radyoların tam bir özerkliğe kavuşması ve yerel ve kamusal kurumlara radyo merkezinde daha geniş yetkiler verilmesidir. Bu bölgeliliğin ve özerkliğin sınırları ülkeden ülkeye değişir. Geleneksel radyoların tam bir özerliğe kavuşması ve yerel ve kamusal kurumlara radyo merkezinde daha geniş yetkiler verilmesidir. Bu bölgeliliğin ve özerkliğin sınırları ülkeden ülkeye değişir. Geleneksel radyoların sağladığı bölgesellik ve özerlik bir süre sonra dinleyicileri doyuramaz olmuş ve kendi sevdikleri müziklerin çalınmasını istemeye başlamışlardır. Bu gereksinimlerin karşılanması için de bir çok topluluk kendi radyolarını kurmaya yönelmişlerdir (Topuz, 1993:63-64).

Topluluk radyoları, genellikle gönüllülerin ya da devletin yardımları ve yerel yönetimin elde ettiği vergi gelirleriyle ayakta durmaktadır. Bu radyolar, ya aynı coğrafi alanda birlikte yaşayan ya da ortak değer ve düşünceler sahip gruplara hitap eden radyolar olarak görülmelidir. Topluluk radyolar arasında, cemaatler, inanç grupları, etnik toplulukların sahip oldukları radyolar sayılabilir.

Topluluk radyosunun tanımlarının ortak noktası; kar amacı olmaması, sahipliliği, kontrolü ve yönetimi topluluğun olması, toplumun katılımının olmasıdır diyebiliriz.

Ancak zaman zaman, bu gereklilikler olmadığı halde topluluk radyosu işleviyle çalışan istasyonlar olabilmektedir. Örneğin: Bazı radyo istasyonları devlete ait olsa bile toplulukları da içermektedir. Aynı şekilde bazı özel istasyonlar, kar getirici işler yapmaksızın topluluk radyosu hizmeti vermektedir.

Topluluk radyoları, başlangıçta yasal izinleri olmadan yayıncılığa başladıkları için kendilerini dünyanın birçok yerinde farklı adlarla tanımlamışlardır. Başlangıçta yasal yollardan yayın yaptıkları için korsan radyo olarak adlandırıldıkları gibi özgür radyo, eğitsel radyo olarak da adlandırılmışlardır.

Farklı isimlerle anılmalarının nedeni, bu radyoların dünyanın değişik bölgelerinde farklı biçimlerde ortaya çıkmış olmasıdır. Çünkü bu radyolar, bazen coğrafi bir bölgeye yayın yapan bir ticari yerel radyo gibi yayın yaparken bazen de aynı değerlere, görüşlere, gereksinimlere sahip farklı coğrafyadaki topluluklara hitap edebilmektedir.

Topluluk radyolarının bazıları nispeten küçük bir bölgeye yayın yaparken bazıları ise daha geniş bir alana yayın yapmaktadır. Bu radyoların bazıları, yayınlarında sadece bir konu üzerine odaklanırken, bazıları ise çok daha geniş, çeşitli konulara yer vermektedir.

Çocuklardan yaşlılara, kadınlara, ya da balıkçılar gibi meslek gruplarına kadar bir çok grup topluluk kimliği altında ve çeşitli düzeylerde topluluk iletişimi deneyimini kurgulayabilmektedirler (Tabing, Uguoti, 2002:11).

Özetlemek gerekirse, dünyada geleneksel radyolarda kendilerine yeterince yer verilmeyen toplulukların ihtiyaçları topluluk radyolarını ortaya çıkarmıştır.

Tüm bu farklılıklara karşın topluluk radyo istasyonları, temel bir takım belirgin özelliklere sahiptirler ve genel prensipleri ve işlevleri açısından ayırt edici bir ortaklaşma hemen dikkati çeker. Topluluk radyolarına bu ortak karakteri verense, kuşkusuz bu tür yayıncılık tarzını diğer yayıncılık sistemlerinden ayıran özgül motivasyonlardır. Buna göre topluluk radyoları:

- 1- Ana akım yerel radyo istasyonlarından daha küçük ölçeklidirler; bu sayede kendi dinler topluluklarına daha yakındırlar.
- 2- Ana akım yayıncılık sistemlerinden çok daha fazla katılımcıdırlar; profesyonel çalışanlardan çok dinler topluluğunun içinden gelen gönüllülerle yayınlarını sürdürürler
- 3- Ticari radyolarda olduğu gibi yatırım ortaklarının kazancını artırmak gibi bir sorumlulukları yoktur, yani kar elde etmek gibi bir motivasyona sahip değildirlar (Hendy, 2000:16).

Özet olarak topluluk temelli radyolar, coğrafi topluluklara ya da özel çıkar ve ilgi alanlarına hizmet eden, toplumsal hizmet ve kamu hizmeti amaçlarına sahip olan, seslendiği topluluğa karşı sorumlu olan ve hem devletten hem de özel çıkarlardan bağımsız, editoryal özgürlüğe sahip medya örgütleridir. Kültürel ve toplumsal bir ifade özgürlüğü alanı olmalarının yanında, bir haberleşme ve eğitim aracı olarak yurttaşlara ve sivil toplumsal kurumlara, kitle iletişimi pratiğine doğrudan erişim ve katılım olanağı sağlarlar. Bu anlamda topluluk radyoları medya çoğulcuğuna önemli bir katkı sağlamakla ve yurttaşlara ifade ve haberleşme özgürlüğünü kullanmaları noktasında yardımcı olmaktadır (AMARC Europe, <http://www.waag.org/pcc>, 1998).

Güney'e göre (2009), topluluk radyolarının genel özellikleri yayın bileşenleri çerçevesinde incelendiğinde şöyle bir tablo ortaya çıkmaktadır:

Amaç: Topluluk radyolarının temel amacı topluluk üyelerinin ihtiyaçlarına yanıt verecek ve beklentilerini karşılayacak haber ve enformasyonu sağlamak, topluluk üyelerini topluluk medyası aracılığıyla kamusal iletişim alanına dahil etmek ve siyasal haklardan mahrum bırakılmış toplumsal grupları desteklemektir.

Sahiplik ve Denetim: Topluluk radyolarında denetim ve sahiplik yapısı, topluluk üyeleri, yerel hükümetler ve topluluk temelli örgütler tarafından yürütülür ve paylaşılır.

İçerik: Topluluk radyolarında içerik yerel kaynaklıdır.

Üretim: Topluluk radyolarında üretim amatör yayıncılar ve gönüllüler eliyle yürütülür.

Dağıtım: İnternet, kablo ve FM-AM gibi dağıtım altyapılarının tümü topluluk radyosu yayınına dinleyicilere ulaştırmak için kullanılabilir.

Dinleyici: Topluluk radyolarının dinleyicileri genellikle küçük coğrafi merkezlerde yaşayan insanlardır. Bununla birlikte, topluluk radyolarının kimi zaman daha geniş ve belli bir bölgeyle sınırlı olmayan bir dinleyiciye seslenebildiklerini de not etmek gerekir.

Finansman: Topluluk radyoları temel olarak ticari olmayan ve kar amacı gütmeyen faaliyetlerdir. Bununla birlikte gelir kaynakları arasında sponsorluk ve reklam gelirleri gibi ticari

kaynaklı finansman unsurlarına yer verenler de vardır. Öte yandan topluluk radyolarının ana gelir kaynaklarını kamusal fonlar ve sübvansiyonlar oluşturmaktadır (Jankowski, 2002: 11).

Topluluk radyoları genel olarak (Güney, 2009:84):

- Tanımlanmış bir topluluğa hizmet verirler.
- Katılımcı demokrasiyi teşvik ederler.
- Topluluk üyelerinin iletişim içerisine girmesine ve program yapımına, yönetimine ve radyo istasyonunun sahiplik yapısına katılmasına fırsat verirler.
- İnsanların ekonomik kapasitelerine uygun teknolojiyi kullanırlar ve bu anlamda dış kaynaklara bağımlılığı azaltırlar.
- Ticari hedeflerden çok topluluk çıkarlarını ön plana çıkarırlar.
- Sorunların çözümüne katkıda bulunurlar.

Topluluk üyeleri, genelde profesyonel istasyon çalışanlarıyla birlikte, ortaya çıkan programların arkasındaki fikirlerden ve bunların üretilmesinden sorumludur. Topluluk üyeleri istasyon etkinliklerinin bütün yönlerine katılırlar ve gündelik, uzun vadeli politika konuları üzerinde denetim sahibidirler. Kamusal erişimli kanalların tersine, topluluk televizyon kanalları genelde topluluk üyelerini yansıtan, temsil eden ve işin içine katan kapsamlı ve koordinasyon içinde oluşturulmuş bütünlüklü programcılık siyaseti paketleri hazırlamayı arzularlar (Jankowski, 2003:7)

Topluluk radyoları, bölgesine bağlı olarak birçok isimler alır. Latin Amerika’da popüler ya da eğitsel radyo diye anılır, Afrika’da kır ya da çalı radyosu adını alır, Avrupa’nın bazı bölgelerinde özgür ya da bağlantılı radyo olarak bilinir. Tek bir sözcükle, topluluk radyosu, ifade ve katılımı teşvik etmek üzere, “sesleri olmayanlara ses vermek” üzere, yerel bir nüfusa hizmet etmeyi amaçlar (Girard, 1992:13)

Topluluk televizyonuna kıyasla oldukça az finansal yatırım ve işletme maliyeti gerektirdiğinden, topluluk radyosu kalkınma projelerinde ve direniş grupları arasında yaygın bir uygulamaya sahiptir. Radyo dünyanın çoğu yerinde topluluk ifadesinin en başat aracıdır. İçeriğinin üretilmesi görece kolaydır ve radyo alıcıları hala televizyon setlerinden çok daha ucuzdur. Okuryazarlık oranının düşük olduğu yerlerde, radyo, sağlık ve hizmetler konusunda bilgi aktarmak için kullanılır. Ayrıca hepsi de topluluğun belleğini ve tarihini güçlendiren yerel müziği, öyküleri ve fikirleri destekleyerek önemli bir kültürel rol oynarlar (Jankowski, 2003:7)

Topluluk radyosu, hizmet verdiği halkın gereksinimlerine yanıt verir ve sosyal değişim yararına ilerici bakış açılarının gelişmesine katkıda bulunur. Halk radyosu, belli şart ve çevrelere uygun olarak halkın farklı biçimlerde katılımı ile iletişimi demokratikleştirmek için çabalar (AMARC, 1998).

Topluluk radyoları, aynı zamanda ana akım medyada kendi sorunlarını yeterince ifade etme fırsatı bulamayan topluluklar için sosyal ve kültürel anlamda bir özgürlük alanı ve sesi olma imkânı sunmaktadır. Bu yönüyle topluluk radyoları, katılıma ve ifade özgürlüğüne yaptığı katkıları göz ardı edilemeyecek yapılardır.

Bu bağlamda topluluk radyolarının işleyişinde en kritik kavramlardan birisi “katılım”dır. Nitekim topluluk radyolarının amacı yalnızca topluluğun yaşantısına nüfuz etmek değildir, aynı zamanda topluluğun radyonun yaşantısına katılımını sağlamaktır. Bu katılım çeşitli seviyelerde gerçekleşir: program üretimi, yönetim, finansman ve sahiplik konularında topluluk üyelerinin inisiyatif sahibi olması kaçınılmazdır (Girard 1992:13)

Topluluk radyoları, demokrasi ve medya, ya da yerel medya ve demokrasi tartışmalarında her zaman en baştaki gündem maddelerinden bir olmuştur. Bunun neden ise; bazı istisnalar hariç, topluluk radyolarının her açıdan demokratik bir kitle iletişim aracı olmaya en uygun araç olmasıdır (Kuruoğlu, 2006:109).

İletişim, demokrasi ve gelişmenin merkezinde yer alır. Topluluk radyosu ise; bunu sağlayan en kolay ve en can alıcı iletişim aracıdır. Okuma yazma gerektirmeyip, sadece konuşma ve dinlemenin yeterli olması nedeniyle kolay ve etkilidir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde hala en fazla kitlesi olan araçtır. Topluluk radyoları, gelişmede ve demokratikleşmede pek çok nedenle yaşamsal rol oynar (Kuruoğlu, 2006:110).

Bir topluluk radyo istasyonunun yönetim mekanizmasının ve örgütsel yapısının belirlenmesi aşamasının mümkün olan en demokratik biçimde hayata geçirilmesi topluluk radyoları için hayati önem taşıyan bir unsurdur. Bu yapıların belirlenmesi aşamasında demokratik katılım ilkeleri ön planda tutulmalıdır. Yönetim mekanizması ve örgütsel yapı nasıl bir biçimde kurgulanırsa kurgulansın, bu süreçte belirleyici olan topluluk üyelerinin aktif katılımıdır (Güney, 2009:128-129).

Bir topluluk radyosunun başlıca karakteristik özellikleri şunlardır: (<http://unescodelhi.nic.in/publications/Comradio.pdf>).

1. Tanımlanmış bir topluluğa hizmet etmeli.
2. Katılımcı demokrasiyi yüreklendirmeli,
3. Topluluk üyelerini program yapma ve programlara katılma ve yönetimle ilgilenme konularında fırsat tanımalı ve istasyonlarına sahip çıkmalarını sağlamalı,
4. Olabildiğince dış kaynaklardan yararlanmadan teknolojik olarak da, üyelerin ekonomik yeterlilikleri oranında da olsa kendilerini yenilemeli,
5. Reklam almadan, üyeleri motive edecek yayınlarını gerçekleştirmeye çalışmalı,
6. Sorunları kendilerinin çözmesi konusunda teşvik etmelidirler.

AMARC'ın hazırladığı "What is Community Radio? A Resource Guide" (Topluluk Radyosu Nedir? Bir Araştırma Rehberi) başlıklı kitapçıkta; topluluk radyosunun kurulmasıyla ilgili olarak sıralanan ilkeler, şunlardır:

1. Topluluk Radyosunun Tam Olarak Kurulma Süreci: Toplumun yapısal başlangıcı, bilgi girişi ve proje düzenlemesi, misyonun tanımlanması, tüzüğün hazırlanıp benimsenmesi, frekans düzenlemesi ve lisansın kabulü, para toplanması (para kaynağının bulunması), araç gerecin tedarik edilmesi, yayına çıkma vb.

2. Topluluk Radyosunun Yönetimi: Politika oluşumu, reklam ve diğer gelir aktiviteleri, muhasebe ve parasal yönetim, insan kaynakları ve gelişimi, üyelerin ve topluluğun katılımı, eylem planı ve programı, çatışma ve değişim yönetimi,

3. Program Üretimi: Üretimde yerel organizasyonlar ve toplulukla ilgili, profesyonel ilişkilerin ve gönüllülerin yönetimi, etik, haberler, günlük olaylar, saha ve stüdyo araçlarının kullanımı, araştırma, yazma, sunum, röportaj, editörlük, ses efekti, vs. (Kuruoğlu, 2006:111-112).

Topluluk radyoları, kar amaçlı yapılan ya da kamusal amaçlı yapılan yayıncılıktan bütünüyle ayrı olarak ele alınmalıdır. Bu açıdan topluluk radyolarının, medyanın özgürleşmesine önemli bir katkı sunduğu söylenebilir.

Topluluk radyosunun kamusal kaynaklardan ve reklam gelirleri dışında bir kaynaktan karşılaması, bağımsızlığının da teminatı olmaktadır.

Ticarileşme, topluluk radyosunun ruhuna aykırıdır. Avrupa'da yerel radyoların ortaya çıkışı kamu tekellerine bir tepki olarak biçimlenmişse de, Amerika'da topluluk radyoları ticari radyoların çıkarlarına bir tepki olarak çıkmıştır. Yerel topluluk yayınlarının önemli bir yanı, rekabet ettiği ticari yayınlardan daha değişik bir yayın türü üretmesidir. Yerel yayıncılık, ticari yayıncılara çekici gelmeyen, yerel azınlık isteklerine ve ihtiyaçlarına seslenebilmektedirler (Timisi, 2003:67).

Yoğunluğu az ve esnek bir iletişim aracı olan topluluk radyosu, bu istekleri yerine getirmeye her zaman hazırdır, bununla birlikte yapılan yardımlar sayesinde ayakta kalan topluluk radyosu, sağlam bir temele dayanmaz. Zira yerel finansmanı, zaman zaman görevini yerine getirmesine yetmeyebilir (Charon, 1992:69).

Dünya Topluluk Radyosu Yayıncıları Birliği (AMARC), topluluk radyosunun gelir kaynakları ile ilgili olarak, şu hususların önemini vurgular:

1. Popüler bir istasyon, ticari reklam gelirleri üretebilir.
2. Farklı kategorilerdeki izleyicilerden para alabilir ve üyelerinden aidat alır.
3. Radyo istasyonu yararına konserler, radyoda yarışmalar ve çekilişler düzenleyebilir.
4. Radyo projelerini desteklemenin gelişimin değerlerinden olduğunu anlayan gönüllü kuruluşlar bulmak üzere organizasyonlar yapar.
5. Programlar için sponsor bulmak diğer tutarlı gelir kaynaklarından olabilir. Bazı sivil toplum kuruluşları veya hükümetle bağlı bazı kuruluşlar, kendileriyle ilgili (örneğin: sağlık programı)

bazı programlara sponsor olabilirler ve kendi hedef kitlelerine ulaştığına inanan bazı reklam ajansları bazı programlara veya bizzat radyonun yayın hayatına devam edebilmesi için para yardımı yapabilirler (Kuruoğlu, 2006:112).

Topluluk radyolarının öncelikleri ticari kazanç olmadığı için istasyonların bağımsız kalabilmesi ve sadece topluluk çıkarlarına hizmet edebilmesi mümkün olur. Bütün bunlara rağmen, yayına başlayabilmek, sürdürülebilmek için elbette ki belli finansal güce sahip olması da şarttır.

Kişisel ve kurumsal bağış sistemleri ve bu sistemler tarafından kumu hizmetlerine aktarılmak üzere ayrılan fonlar da topluluk radyo istasyonlarının temel gelir kaynakları arasındadır. Topluluk içinde radyoya bağışta bulunan örgütlü dinleyici grupları ya da sıradan dinleyiciler bulunabilir (Güney, 2009:131).

Belli başlı finansman kaynaklarına sahip olmalarından da anlaşılacağı gibi, topluluk radyolarının ticari olmayan ve kâr amacı gütmeyen bir yayıncılık modeli oldukları söylemi basit bir formülasyonla hiçbir şekilde gelir elde etme amacı gütmedikleri anlamına gelmemektedir. Topluluk radyolarını ticari radyolardan ayıran özellikleri, hiç bir kaynaktan yararlanmamaları ve gelirlerinin olmaması değil, para kazanma hedefini, seslendikleri topluluğun çıkarlarına hizmet etme anlayışının önüne geçirmemeleridir (Van Zyl, 2003:12-13).

Topluluk radyolarının asıl amacı, hitap ettiği grupları ortak bir kimlik ve değerler çemberinde bir araya getirmektir. Bu nedenle, benzer etnik ya da dini topluluk radyolarının yanında benzer olmayan grupların bir araya geldiği topluluk radyoları da olabilmektedir.

Topluluk radyoları geniş bir çerçevede içinde ele alınabilecek birçok işleve sahip olabilir. Bu işlevleri belli bir hiyerarşi içinde sıralamak, birisine diğerinden daha fazla önem atfetmek ya da bir istasyonun tek başına tüm bu işlevleri aynı anda yerine getirebileceğini varsaymak doğru değildir. Topluluk radyoları içinden çıktıkları topluluğun ihtiyaçları, beklentileri, sorunları ve gündemleri doğrultusunda bazı işlevleri öne çıkarır, bazılarını ise geri plana itebilir (Fraser, Estrada, 2001:18-22).

Topluluk radyolarının yararlarını bireysel ve topluluk bağlamında olmak üzere iki ayrı alt başlık altında ele almak mümkündür.

Bireysel anlamda topluluk radyolarının yararları: (Kuruoğlu, 2006:113-114).

1. Dinlenmeyi ve eğlenceyi sağlar. İnsanları gerginlik ve sorunlardan uzaklaştırır.
2. Bilgi ve tavsiyelerle sorunlarını çözmede yardımcı olur.
3. İlgi alanına giren, ancak daha önceden bilmediği konularda yeni ufuklar açar.
4. Yaratıcılığı kışkırtır.
5. Kendisinin farkına varmasına ve etkin dinleyicileri görerek onlarla ve diğerleriyle iletişim kurmasını sağlar.
6. Mevcut standartlar ve rol modellerine ilişkin sosyal davranış modelleri konusunda rehberlik yapar.
7. Paylaşılan deneyimler ve özel iletişim sayesinde konuşma konuları sağlar.
8. Sorumluluk duyguları olan yurttaş olarak hareket ve karar verme konularında bireysel seçme pratikleri sağlar.
9. Harekete geçme konusunda bireysel esin kaynağıdır

Topluluk açısından topluluk radyolarının yararları:

1. Bir değişim katalizörü olarak hareketli olduğu için iletişim sürecini hızlandırır.
2. Güçlü medya sahiplerine karşı etkili bir medya izleme komitesi hizmeti görür.
3. Tartışma ortamı yaratılıp, konuların tartışılmasını sağlayarak ortak tarafsızlığın geliştirilmesine ve uzlaşma yaklaşımına yardım eder.
4. Topluluk hareketi için fırsatlara açıktır.
5. Sanatsal ve entelektüel kültürü geliştirir.
6. Çoğulculuğu ve değişimi sağlayan fikirleri getirir ve yayar.
7. Statükodaki sosyal kurallara dair değerlerin sürdürülmesine yardım eder.
8. Diğerleriyle bireysel ya da grup olarak konuşma olanağı sağlar, böylece bir topluluk üyesi olduğu düşüncesini geliştirir.
9. Kişisel veya topluluk ihtiyaçları için özel ya da topluluğun kaynaklarını harekete geçirir

Bütün bu yararlarının yanında yerel medyanın dolayısıyla da topluluk radyolarının yaşadığı sorunlar ve bu sorunların yol açtığı riskler de söz konusudur.

Topluluk kültürleri, aynı zamanda bu radyolar aracılığıyla sanatsal ifadelerini de bulurlar. Yerel müzikler, danslar, şiir, tiyatro veya hikâyelerle zenginleşip gelişen bir sanatsal aktarım, kültürel kimliğin bu yönünü radyo aracılığıyla besler. Kültürel meselelerin ilişki içinde olduğu bir başka konu da, kültürü belirleme özelliğine de sahip olan dildir. Bu bağlamda yerel diller ve ifade biçimleri topluluk radyolarını bezleyen ham maddeler arasındadır. Yerel dillere duyarlılık kültürel çeşitliliğin garantisidir (Güney, 2009:92).

Sonuç

Topluluk radyolarını; aynı coğrafyada yaşayan ya da benzer özellikler taşıyan, ortak menfaatleri olan topluluk ya da grupların kendilerini ifade etmek, kendi kültürlerini yaşatmak için kullandığı medya organı olarak tanımlayabiliriz. Bu radyolar; genel olarak ticari kaygı taşımayan, başka kurumların müdahalelerinden bağımsız hareket edebilen, ana akım medya gibi ulusal ya da uluslararası yayıncılık yapmak yerine küçük ölçekli yayın yapan kuruluşlardır.

Topluluk radyoları; çoğulculuğa, düşünce özgürlüğüne, yayıncılık anlamında içerik çeşitliliğine, toplumsal olarak farklı baskı ve çıkar gruplarının temsiline, diyalog ve şeffaflığa hizmet etmektedir. Bunun yanında, hedeflediği topluluk tarafından denetlenebilir, katılımcı, gönüllülere açık yapıları olduğu da söylenebilir.

Topluluk radyoları; toplum içerisindeki farklı çıkar gruplarının kendilerini ifade etmelerine yardımcı olduğu gibi öncelikle hedeflediği topluluğa karşı da sorumluluk taşımaktadır.

Dünyanın her ülkesinde farklı tarihlerde doğmuş ve farklı bir gelişim süreci izlemiş olan topluluk radyoları ana akım radyo yayıncılığına alternatif bir yayıncılık türü olduğundan her topluluk radyosu bu özelliklerin tamamını üzerinde barındırmayabilir. Bu nedenle topluluk radyoları, bazı yönleriyle birbirlerine benzerken bazı yönleriyle de birbirinden ayrılan esnek yapıları bulunan medya araçlarıdır.

Ulusal ölçekte yayın yapan radyoların yayımlarının içeriklerinin yerel düzeydeki topluluklar için yetersiz kalmasıyla ortaya çıkmış olan topluluk radyoları, ana akım radyolar gibi büyük çapta ve yaygınlıkta olmadığı gibi katılımcılık, ticari kaygılar, hedefler, program içeriği vb. açısından da farklılıklar taşır.

Topluluk radyoları, yapıları itibarıyla dünyanın her yerinde farklı özelliklere sahip olmuşlardır. Bu yönleriyle tüm topluluk radyolarını açık ve sınırları belirlenmiş bir tanım içerisine sokmak güçtür. Ticari kaygılar taşıması, küçük ölçekli olması, topluluğun kontrolünde ve katılımıyla yayın yapıyor olması, editöryal özgürlüğe sahip olması en önemli özellikleridir.

Alternatif yayıncılık anlayışları nedeniyle zaman zaman bazı devletler ve toplumlar tarafından bir tehdit gibi algılanabilen topluluk radyoları, aslında devletin yapmış olduğu kimi icraatlarda destek vererek ortak çözümlerin bulunmasında yardımcı olabilecek kuruluşlardır. Çünkü diğer tüm sivil toplum kuruluşları gibi topluluk radyoları da bir anlamda halkın gözü, kulağı, sesidir. Bu yönleriyle devlet ile halk arasında bir köprüdür denilebilir. Çünkü topluluk radyolarının etkinliği, bulunduğu ülkeleri daha çağdaş ve demokratik bir yapıya doğru taşımaya hizmet etmektedir.

Topluluk radyoları; çoğulculuğa, düşünce özgürlüğüne, demokratikleşmeye, yayıncılık anlamında içerik çeşitliliğine, toplumsal olarak farklı baskı ve çıkar gruplarının temsiline yardımcı olmaktadır. Diyalog ve şeffaflığa hizmet etmesi, hedeflediği topluluk tarafından denetlenebilir, katılımcı, gönüllülere açık alternatif yapılarının olması ve medyanın özgürleşmesine önemli katkılar sunması nedeniyle hem devlet hem de toplum tarafından desteklenmesinde büyük yararlar vardır.

Kaynakça

- Alankuş, S. (2008). 'Türkiye'de 'Başka' Bir Demokrasi İçin, 'Başka' Bir Medya ve Habercilik, Der. İncilay Cangöz, Uygun Adım Medya (177-229), Ankara, Ayraç Kitabevi Yayınları.
- AMARC-Europe, (1994). One Europe - Many Voices: Democracy and Access to Communication Conference Report, AMARC-Europe Pan-European Conference of Community Radio Broadcasters, Ljubljana, Slovenia, 15-18 September 1994, Sheffield: AMARC.
- AMARC Europe, <http://www.waag.org/pcc>, 1998. (21.01.2015).
- Bailey, O. G.; Cammaerts, B.; Carpentier, N. (2007). Understanding Alternative Media, Berkshire: Open University Press
- Charon, J. M. (1992). "Medya Dünyası", Çev: K.Alemdar&R.Kaya, İletişim Yay., İstanbul.
- Eryılmaz, T. (2005). "Radyo ve Radyoculuk", Der. Sevdâ Alankuş, Radyo ve Radyoculuk, 2. bs., İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Fraser, C. ve Estrada, R. (2001). "Community Radio Handbook", UNESCO.
- Gibbons, M. ve diğ. (2001). Community Media Training. A Guide-book for Community Organisations and Trainers, Dublin: CMN.
- Girard, B. (ed). (1992). A Passion for Radio. Radio Waves and Community, Black Rose Boks.
- Güney, S. (2009). "Tüm Yönleriyle Topluluk Radyoları", Punto Yayınları, İstanbul.
- Hendy, D. (2000). "Radio in the Global Age", Polity Press, London, 2000.
- Jankowski, N. (2003). "Community Media Research: A Quest for Theoretically-Grounded Models"
- Jankowski, N.W. (2002). "The Conceptual Contours of Community Media", Ni, colas W. Jankowski&co.Prehn ed., "Community Media in the information Age-Perspectives and Prospects", New Jersey: Hampton Pres.
- Kuruoğlu, H. (2006). "Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo", Ankara.
- Milan, S. (2009). "Four Steps to Community Media as a Development Tool", Development in Practice.
- Mtimde, L. (1998). "What is Community Radio?, Panos Southern Africa: AMARC Africa.
- Meyrowitz, J. (1985). No Sense of Place. Oxford Univ. Press, Oxford.
- Possi, M. (2003). "Community Media Defined in Nasanga,G". The East Africa Media and Globalization: Defining the Public Interest, Kampala: Industrial Graphic System.
- Rennie, E. (2006). Community Media, A Global Introduction, New York: Rowman and
- Soydan, E. (2006). "Dünyada Alternatif Radyoculuk", http://ilef.ankara.edu.tr/radyo/_yazi.php?yad=3711
- Stavitsky, A. (1993). "Ear on America", Media Studies Journal, 73
- Tabing, L. (2002). "How to do Community Radio", UNESCO.
- Tabing, L. ve Uguoti, G. (2002). "Community Radio: A New Challenge for South Africa", Community Radio Manual ; AMARC AFRICA.
- Taylan, A. (2012). Alternatif Medya ve Bianet Örneği: Türkiye'de Alternatif Medyaya Dair Etnografik Çalışma, Doktora Tezi, AÜ Sos. Bil. Enst., Ankara.
- Timisi, N. (2003). "Küresel İletişim Ortamı ve yerel Radyolar", Radyo ve Radyoculuk, Der: Sevdâ Alankuş, IPS İletişim Vakfı yay., İstanbul.
- Topuz, H. (1994). "Hiçbir Yayın Organı Sorumsuz Olamaz," İletişim Dünyası.
- Topuz, H. (1993). "Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni", İLAD Yay., İstanbul.
- Van Zyl, J. (2003). Community Radio: The People's Voice, Sharp Media, Johannesburg.
- Zankova, B. (2010). "Diyalog, anlayış ve sosyal uyum", Birlikte yaşama, Sosyal uyuma, kültürlerarası diyaloga, anlayışa, hoşgörüyü ve demokratik katılıma medyanın katkısına ilişkin Avrupa Konseyi standartları hakkında elkitabı, Der: Yasha Lange
- <http://unescoelhi.nic.in/publications/Comradio.pdf> (17.03.2015)
- <http://www.pazarlamamakaleleri.com/pazarlamada-sanal-topluluklar-ve-onemi/#more-424> (14.11.2016)

Extended English Abstract

The concept of community refers to interest groups and individuals who have chosen to come together permanently around common goals in a particular region. According to Mtimde (1998), the community is "a group of geographically based people and/or a public sector or a social group with common or specific interests" (Mtimde, 1998: 13).

While defining communities, it should be considered that they share a single geographical location, i.e. living in a town, village or neighborhood or share a certain economic and social life i.e. having common cultural, social and political interests even they do not live in the same geography.

The community media, which is a media organization of these communities, can be defined as alternative media non-affiliated to government, private sector or religious and political institutions, have a structure that is not aimed at earning money, participative, primarily aimed at social gain and community interests, and have civil society volunteers within its structure. From this aspect, the community media is a media used by a society or people with common ideas, features, interests or properties.

One of the community media having an alternative broadcasting understanding owned by communities that cannot find enough space in the mainstream media is community radio. Community radios can be defined as a unique alternative media experience in which its radio broadcast is organized within the community, for the community, about the community and by the community. For example, radios belong to congregations, belief groups, ethnic communities can be defined as community radios.

AMARC-Europe is defined community radio stations as "currently broadcasting 'non-profit-making' stations serving the community whom made broadcast or located in, while promoting the community's participation in the radio" (AMARC-Europe, 1994:4).

The idea of establishing a community radio is closely related to the start of an increase in needs and expectations for communication in any community, a geographical region or an interest group. Thus, the aims and objectives of a community radio station are basically determined by the underlying causes of the need for a communications channel belong to the community (Mtimde, 1998:21).

Community radios have defined themselves in different parts of the world in different names because they initially started broadcast without legal permissions. As they are called as pirate radio because they initially started broadcast illegally, they are also called as free radio and educational radio.

Community radios offer opportunities of being voice and realm of freedom in social and cultural sense for communities that have not had the opportunity to express their problems adequately in the mainstream media. For this aspect, community radios are establishments whose contributions to participation and freedom of expression cannot be ignored.

In summary, community-based radios are media organizations with editorial freedom, which are responsible to the community whom made broadcast and independent of both the government and private interests, with social service and public service purposes, and serving geographical communities or private interests. In addition to being a cultural and social freedom of expression area, they ensure citizens and civil society institutions direct access and participation opportunity to mass communication practice as communication tools and educational appliances. In this sense, community radios make an important contribution to media pluralism, and ensure citizens using the freedom of expression and communication (AMARC Europe, <http://www.waag.org/pcc>, 1998).

In this context, one of the most critical concepts in the operation of community radios is "participation". Indeed, the aim of the community radios is not only penetrating the life of the community, is also to ensure the participation of the community in the experience of the radio broadcast. This participation occurs at various levels: It is inevitable that community members take the initiative on program production, management, finance and ownership issues (Girard 1992:13).

The main characteristics of a community radio are as follow:

1. It must be served a defined community.
2. It must be encouraged the participatory democracy.
3. Gives community members to opportunity to make and participate in programs and deal with management, and ensures them do something about their stations,
4. Adapts itself technologically without benefiting from external source as much as possible, even if it is limited of economic self-sufficiencies of the members.
5. Tries to make broadcast that will motivate the members without taking advertisements.
6. It should encourage them to solve their problems on their own. (<http://unescodelhi.nic.in/publications/Comradio.pdf>).

It is possible to keep stations as independent and that can only serve to community interests because the priorities of community radios are not commercial gain. In spite of all, it must have a certain financial strength in order to start and maintain the broadcast.

Personal and corporate donation systems and the funds allocated by these systems to be transferred to public services are among the main sources of revenue for community radio stations. The community includes organized group of radio audiences or ordinary listeners who donated the radio (Güney, 2009:131).

The primary objective of the community radios is to bring together the target groups in a circle of common identity and values. Therefore, there are also community radios where dissimilar groups come together, as well as similar ethnic or religious community radios.

As is known, the greatest demonstration of democracy is political participation and freedom of expression. Non-governmental organizations that bring together individuals who form the society for the same purposes and objectives are indispensable for developed democracies, as well as trade unions, chambers, associations, foundations. We can say that community radios are in nature of non-governmental organization with a peaceful structure that give important to freedom of expression and participation by their nature, produce also projects related to the problems of the community in subjects bringing them together, try to solve problems, serve the interests of the community.

Community radios support pluralism, freedom for expression, democratization, content diversity in broadcasting, representation of socially different pressure and interest groups. There are significant benefits in support of community radios by both the state and the community because they serve dialogue and transparency, can be controlled by the target community, are participative, have alternative structures open to volunteers and ensure significant contributions to the liberation of the media.