

MEDYADAN ADIM ADIM MODERNLİĞE

Arş. Gör. Yeşim ATALAY
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
İletişim Fakültesi

Günümüzde "Globalleşme" ya da "Küreselleşme" en fazla kullanılan terimler arasına girdi. Globalleşme, tüm yerkürnin aynı ölçülerle değerlendirilen tek bir birim haline gelmesi anlamını taşıyor. Dünyayı daha küçük birimlere bölen sınırların önemi azalıyor, yerel ayrımların karşılığı yumuşuyor, birçok alanda tüm dünyayı kucaklayan kurumlar olarak ortaya çıkıyor. Bu durumu mümkün kılan öğelerden birinin modern iletişim teknolojileri olduğu kesin. Türkiye'nin 21. yüzyıla nasıl hazırlanması gerektiğini irdeleyen bir TÜSİAD raporu şöyle diyor: "Yeni teknolojiler ile birlikte sosyo-politik değişimler ve dünya çapında benzeşen tüketici alışkanlıkları farklı ekonomilerin giderek bütünleşmelerine ve küreselleşmeye yol açmaktadır."

Kitle iletişim araçları dünyanın hem her yerinde her şeyden önce eğlence amacıyla kullanılıyorlar. Gerçekten başta T.V. olmak üzere bu araçlar günlük yaşamın boş zaman bölümünü yayılcı bir biçimde dolduruyor, daha önce başka etkinliklere ait olan alanları da işgal ediyorlar. Bu durum insanın kendisine ait olduğu varsayılan zaman diliminin medyalar tarafından kolonileştirilmesi biçiminde algılanabilir. İnsanın günlük yaşamı 24 saat, yani medyalara ayırabileceği dilim sınırlı. Bu sınırlılık hem yaşam dengeleri hem de medyalar arasındaki rekabet açısından önemli sonuçlar doğurabiliyor. Örneğin: Görsel medyalara ayrılan zaman azalıyor. Bu arada, özünde edilgen bir durum olan medya aracılığıyla eğlenmeyi daha etken, daha katılımcı bir deneyime çevirme çabaları dikkat çekiyor. Büyük bir çoğunluk pasif olarak eğlendirilen kişi rolüne pek kolay vazgeçmeye benzemiyor. Üretim için alınan aygıtlar ise biraz oynandıktan onra unutulmuş pahalı oyuncaklar olmanın ötesine geçemiyor.

İletişim medyası başlangıçtan beri, yalnızca ekonomik ve siyasal ör-

gütlenmenin yeni biçimleriyle, gierek karmaşıklaşan bağlantılar kuran yeni oluşumlar sıfatıyla değil, aynı zamanda bu değişimlerin anlamlarının kamusal olarak temsil edilmesinin ve tartışılmasının aşlıca araçları sıfatıyla, sonuçta ortaya çıkan toplumsal ve kültürel düzenin oluşmasına yardımcı olmak konusunda kilit bir rol oynadı.

Popüler ticari asının hızla büyümesi, sinema ve televizyonun doğuşu, müzik ve radyo endüstrisinin oluşmaya başlaması, billurlaşmaya ve tamamen gelişmiş bir kapitalist ekonomi sisteminin ve halk katılımına dayanan siyasal sistemlerin dinamikleriyle bir ağ gibi içiçe geçer hale geldi.

Modernlik siyasal alanda belli başlı üç gelişme tarafından nitelendirilir. İlk, eski imparatorluklar bozulup çöktükçe ve çevresel bölgeler merkez tarafından birbirine eklendikçe ulus-devlet örgütlenmenin model biçimi ve siyasal mücadelelerin başlıca odağı haline gelir. İkincisi, ulusal sınırlar içinde devlet organları eski alanları çoğaltır ve genişletir. Üçüncüsü, halkın katılımına dayanan yeni bir siyaet türünün ortaya çıkmasıdır.

Ortaya çıkmakta olan iletişim sistemi bu değişmelerde kilit bir rol oynadı.

İletişim sistemi ve siyasal düzen arasında en çok tartışılan ve şimdiye kadar en doğru düzgün araştırılmış bağlantı, iletişim sisteminin siyasal sürece halk katılımını yönlendirmede oynadığı rolür.*

Moern iletişim çağının başlangıcından beri, yeni ticari medya endüstrilerinin ekonomik mantığının bu amacı önemli ölçüde tehlikeye soktuğu birçok yorumcu tarafından açıkça görülebiliyordu. Bu yorumcular "Basın Baronları"nın ve belli aşlı reklamcılarının yoğulaşmış iktidarının, kendi çıkarlarıyla çatıştığı noktada kanaat çeşitliliğini ve açık tartışmayı kısıtlayacağından kuşulanmaktaydı. Ayrıca bu yorumcular, popüler basının büyük kısmının içeren eğlence medyasının vatandaşlık erdemlerini geliştirmekten ziyade özel zevkleri geliştirme işiyle uğraştığını ve insanların vatandaş olarak sahip oldukları kapasiteden ziyade tüketici olarak sahip oldukları kapasiteye seslendiğini erken bir dönemde açıkça gördüler

Popüler medya üretimi örgütlenmesi, işe giip gelirken okunacak şekilde tasarlanmış popüler günlük gazeteler ve hane içindeki boş zamana göre ölçülp biçilmiş gramafon ve daha sonra radyoyla gündelik hayatın yeni ritimlerini pekiştirmeye yarım eder.

İletişim sisteminin modernliğin oluşumuyla hem yapısal olarak hem de gündelik hayatta anlam yaratmanın ve iletmenin kilit bir kaynağı sıfatıyla yaşantısal olarak karmaşık bir ilişkisi olduğunu kabul ederiz.

İletişim medyaları bir kamu hizmeti olarak savunulacaksa, oynayacakları rollerin ve yapacakları işin önemi açık ve mantığa uygun bir biçimde anlatılmalıdır. Ne yazık ki, kamu hizmeti medyalarına ilişkin çağdaş sav ağır bir meşrutiyet sorununa paçayı kaptırmıştır. Tıpkı işçi sendikaları, siyasal partiler ve yasama organları gibi kamu hizmeti medyaları da devlet ve sivil toplumda hizmet verdikleri kitleyi temsilde çağdaş rollerin kapsamı ve niteliği konusunda derin bir kuşkuya sürüklenmişlerdir. Kamu hizmeti medyalarının hastalığı ötekilerden daha da geneldir: Bu hastalık, eski temsil biçimlerini zayıflatmakta ve parçalamaktadır. **

Kamu hizmeti medyaları RAI, BBC, ve Almanya'daki Lander yayıncılığı ile eşanlıdır: Bunların saygınlığı, büyüklüğü, çeşitliliği ve ayrıcalıklı konumu en iyi elemanları seçmelerini, dengeli, kaliteli ve yeni programlar üretmelerini mümkün kılmaktır.

Kamu hizmeti karışık ve birbirlerini tamamlayan programlar sunmak ve bunu sürdürmek için çaba göstermek demektir. Belirli türden azınlık programları yapmak ve elden geldiğince farklı türlerden programları kapsamak da bu kavramın içine girer.

Kamu hizmeti yayıncılığı yalnızca eğlendirme amacından daha yüce amaçlar güder. Kamu hizmeti yayıncılığı nitelikli popüler programlar yapma girişimidir. İnsan deneyimine hakkını vermeye çalışan yayıncılıktır. Kamu hizmeti yayıncılığı, gelişen teknoloji ile birlikte, insanların yaşamının kalitesini artırır.

* Runciman ve Gellner (1989)

** François Furet. La Repulique du Centre (Paris 1988)

KAYNAKÇA:

John Keane, Medya ve Demokrasi Basım yılı: 1991