**ULUSAL KALKINMA AKTÖRÜ VE FAKTÖRÜ OLARAK MEDYA**

GİRİŞ

Sözcük olarak medya, Latince “medium” sözcüğünün çoğulu olup “aracılar” anlamına gelmektedir. Temel olarak medyanın bir “aracılık” işlevi olduğu kesindir. Aracılık işlevi de bilginin oluşturulmasına, ulaştırılmasına, iletilmesine ve yayılmasına aracılık etmek şeklinde gerçekleşmektedir. “Bilginin dolaşımına aracılık etmek” sadece halk arasında değil, hükmetten halka, halktan hükümete ya da halkın bir kesiminden diğer kesimine olacak şekilde ortaya çıkabilmektedir.

Medya, ulusların kalkınmasında etkili ve olumlu bir rol oynamaktadır. Ancak medya, özgür ve bağımsız bir ortamda ve “Köni Medya Eyeliği” çerçevesinde ulusal kalkınmaya olumlu bir katkı sunabilir. “Köni Medya Eyeliği”, medya organı sahipliğinin âdil ve dengeli olmasını ifade eder. Tekelleşmiş bir medya sahiplik yapısı, medyadan beklenen faydanın düşmesine yol açar.

Medya ve ulusal kalkınma arasındaki ilişkiyi anlamak ve değerlendirmek için öncelikle “ulusal kalkınma” ifadesinin ne olduğunu anlamak gerekir. Kalkınma sadece bir alanda ileri gitmek değil, bütünsel olarak bütün alanlarda toplu bir ilerleme ve yükselme anlamına gelir. Bireyin yaşamını ve çevresini iyileştirmeye bir değişim sürecidir.

Bir ulus bağlamında kalkınma, ekonominin, sosyal çevrenin ve siyasi eğilimin yapısında değişiklikleri gerektiren niteliksel bir değişimdir. Ulusal kalkınmanın genel amacı, insani gelişme ve insanların bilgiye daha fazla erişim seçeneklerini genişletmektir.

YENİ DÜNYA VE KİTLESEL MEDYA

Teknolojinin gündelik hayatımızı temelden etkilediği günümüzde devletler artık kendi uluslarının gücüne her zamankinden daha fazla yoğunlaşıyor. Ortaya çıkan dengesizlik, uluslar içinde ve arasında eşit bir güç dağılımını engelliyor. Sadece düşük maliyetli kamu hizmeti, toplum temelli ve / veya yurttaş medyasının yaygınlaşması yoluyla sağlıksız güç dağılımına barışçıl bir şekilde meydan okunabilir ve yeni, karşı dengeleyici önlemler alınabilir.

21. yüzyılda medyanın göz korkutucu bir gündemi olacak gibi görünmektedir. Kırsal ve kentsel alanlarda daha iyi demokratik yönetişim sistemlerinin inşası nasıl kolaylaştırılır? Çalkantılı mega şehirlerle nasıl başa çıkılır? Koruma ile tüketim nasıl uyumlu hale getirilir? Medya ve izleyicileri, büyüleyici kaosun keşfedilmemiş zamanlarına doğru ilerlerken, ulusları bir arada tutmaya ve devletleri bireysel vatandaşlara ve diğer insanlara daha saygılı hale getirmeye nasıl yardımcı olunur? gibi sorular yeni dünyanın ve yeni medyanın en temel sorun alanları olacaktır.

Bir kurum olarak medya, günümüzün modern dünyasının kilit oyuncularından biridir. 24 saatlik haber kültürünün yükselişinin insanların gazetelerden aradıklarının doğasını değiştirdiği söylenebilir. İçinde yaşadığımız çağ, genellikle toplumumuzdaki medyanın baskınlığına atıfta bulunularak ayırt edilir. Örneğin, "bilgi", "iletişim", "medya" ve "dijital" gibi çeşitli kelimeler, içinde yaşadığımız çağı etiketlemek için birbirinin yerine kullanılır.

Kitle iletişim araçları, hayatımızda güçlü ve yaygın bir güç oluşturur. Her gün medya mesajlarının bombardımanına maruz kalıyoruz. Topluluğumuz, devletimiz, milletimiz ve dünya hakkında aldığımız bilgilerin çoğu bize gazete, dergi, televizyon ve radyo aracılığıyla geliyor. Bu medya aracılığıyla iletilen bilgi ve görüşler, insanlara, olaylara ve sorunlara karşı tutumumuz üzerinde büyük etkiye sahiptir. Kitle iletişim araçları, insanları okuyucuyu, dinleyiciyi veya izleyiciyi neredeyse uyuşturan bir bilgi seline maruz bırakır.

Medyanın ulusal kalkınmadaki olumlu rolü genel olarak üçüncü dünya ülkelerinde kabul görmüştür. Çünkü bilgi yayma, alıcılar arasında sosyal değişimi sağlamda kilit bir rol oynamaktadır. Medya, güçlü bir haber toplama ve haber yayma platformu olmasının yanı sıra, derin bir sosyal temele sahip olan bir kurumdur. Medya ve toplum arasındaki karşılıklılık ilişkisi, ona sahip olduğu gücü verir. İster basılı ister elektronik olsun, medyanın çekiciliği büyük ve derindir. Bireysel davranıştan sosyal normlara kadar, medya gamı geniş ve derindir. Elektronik medyanın daha resim odaklı olması daha sansasyonel ve çekicilik taşır.

KALKINMA KATALİZÖRÜ: MEDYA

Siyasal alanda medya; demokrasi, iyi yönetişim, şeffaflık, dış politika, insan hakları, teröre karşı savaş ve halkla ilişkiler gibi toplumsal konuların işlenmesi ve geliştirilmesi bakımından büyük ve etkili roller oynayabilir. Ekonomik alanda ise, iktisadi politikaların saptanması, büyüme, gelişme, sanayi, kültür, turizm, ticaret ve yatırım vb. alanlarda etkin işlevler yükümlenebilir. Sosyal alanda, yolsuzluk, kriminal şiddet, toplumsal çatışmalar, fuhuş, uyuşturucuya karşı savaş, eğitim, gıda güvenliği gibi sosyal konularda büyük görevler üstlenebilir.

Medya, ulusal kalkınmada bir “katalitik ajan”lardır. Bir katalizör rolü oynayan medya, kalkınmaya ilişkin veri ve bilginin düzenli akışını sağlayarak katalizör işlevi görür. İletişim teknolojilerindeki devrim niteliğindeki değişiklikler, medyanın ulusal kalkınmadaki rolünün genişlemesine katkıda bulunmuştur.

Farkındalık geliştirmekten tutun da bir teknik yeniliğin benimsenmesine kadar birçok insan davranışını değiştirmeyi amaçlayan haberleri iletirken “kitlesel iletişim” çok önemli hale gelmiştir. Günümüzde kitlesel iletişim, belli bir olay veya konu hakkında ortak bir anlayış geliştirerek insanları birbirine yakınlaştırmaktadır. Sadece eğlence, bilgi ve siyaset için değil aynı zamanda eğitim, bilim, din, hayır kurumları, tarım ve ulaşım için de kitle iletişimine bağımlıyız. Öyle ya da böyle, modern yaşamdaki hemen hemen her büyük sosyal aktivite, az ya da çok kitle iletişim medyasının kullanımına bağlı ve bağımlı durumdadır.

Bir toplumda temel olarak medya; bilgi, eğitim ve eğlence olarak üç temel işlevi gerçekleştirir. Bunlar, medyanın halka sunduğu geleneksel sosyal işlevlerdir. Ancak bu işlevler, ulusal kalkınma çabalarına da uyarlanıp daha geniş anlamda ve ölçekte uygulanabilir. Medyanın toplum üyelerini eğiterek, bilgilendirerek ve eğlendirerek ve aynı zamanda toplumu yönetenleri de ulusal kalkınmanın öneminin ve gerekliliğinin farkına varmasını sağladığı söylenebilir. Şimdilerde bu üç temel işleve, insanların eylemlerini belirli bir yöne doğru sevketmek üzere ikna edici çabalar uygulamada etkili ve güçlü araçlar olarak görüldüğü “ikna işlevi” de eklenmiştir.

Medyanın ulusal kalkınmadaki işlevleri; bilgi yayma yoluyla insanları eğitme, yönlendirme, duyarlılaştırma ve harekete geçirme kapasitelerinde yatmaktadır. Medya ayrıca, gündem belirleme yeteneğine uygun olarak halk için bir yol haritası da çizer. Böylece insanların zihninde kalkınma plan, program ve politikaları da dahil olmak üzere öncelikli konuların belirmesine ve oluşmasına yol açar.

Kitlesel toplum, insanların yaşadıkları yer hakkında bilgi ve haberler için kitle iletişim araçlarına daha fazla güvenilmesiyle karakterize edilir. Kitle iletişim araçları; haber sunma, görüş bildirme, halkı aydınlatma gibi iş ve işlemler ile kamuoyu oluşmasına, algı ve düşüncelerin oluşturulmasına yardımcı olur. Nitekim kitle iletişim araçları, bireylerin sosyalleşmesinde, seçim ve tutumlarının belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Medya’nın kamu yönetimi ve hükümetlerle ilişkisi öncelikle mevcut siyasi sisteme göre şekillenmektedir. Liberal demokrasiyi benimsemiş ülkelerde medya, halk adına moderatör veya ombudsman olarak hareket eden bağımsız bir kurum (dördüncü kuvvet) olarak gelişmiştir. Dinsel ve başka saiklerle güdülenimli otoriter devletlerde medya, devletin "müttefiki" ve bazı durumlarda hükümetin sözcüsü gibi çalışmaktadır. Esasen gazeteler, insanların çoğu için güvenilir bir bilgi kaynağı olarak ortaya çıkmıştır.

Bir demokraside dördüncü kuvvet olarak medyanın yapıcı bir rol oynama sorumluluğu daha fazladır. Medya, ekonomik büyümeyi teşvik etmede insan kaynaklarının ve sermayenin gelişimine katkıda bulunan bir eğitim aracıdır. Medya, ulusal kalkınmaya yardımcı olacak bilgiyi geniş ve hızlı bir şekilde yayan, iletişim sürecinde bir çarpandır. Sosyal açıdan sorumlu bir medya, yurttaşların kendilerini doğrudan ilgilendiren konularda doğru bilgilerle donanmasına yardımcı olur. Medyanın sosyal kalkınma sorunlarına gösterdiği ilginin derecesi, insanları bu konuların önemli olduğuna inanmaya yöneltir. Kitle iletişim araçları kişilere, kuruluşlara ve kamusal meselelere bir statü kazandırmaktadır. Medya, benzer binlerce konudan birini önemli hale getirip insanların dikkatine sunar.

Medya, toplum veya ulus için bir “değerler manzumesi” oluşturarak ve böylece toplumda veya ulusta bir değişim iklimi yaratarak yeni bir toplumsal tutum oluşumuna yol açar. Medyanın insanları, kalkınma projeleri ve programları hakkında bilgilendirme sorumluluğu vardır. Politika yapıcılar tarafından tasarlanan ve önerilen bu tür kalkınma programları, aydınlanmaları, eğitilmeleri ve medya tarafından harekete geçirilmeleri gereken insanlar için tamamen yeni olabilir.

Sorunlara çözüm önermek, medyanın bir başka kalkınma rolüdür. Çünkü sadece hükümet yetkililerini eleştirmeleri ve eylemlerini kınamaları değil, aynı zamanda toplumun ombudsmanları olarak, durumu gözden geçirmeleri, analiz etmeleri, değerlendirmeleri veya eleştirmeleri gerekir. Medya kamu yararının koruyucusudur.

Kalkınmanın temeli bilgidir. Bilgi de esas olarak medya tarafından insanlara ulaştırılır. Günümüzde bilginin üretildiği merkezler, dünya üzerinde geniş bir alana dağılmıştır. Bilgiye ihtiyacı olan kesimler ile bilgi kaynakları arasındaki mesafeler oldukça uzundur. Dolayısıyla bilginin arz ve talebini buluşturacak en etkin ortam olarak medya ön plana çıkar. Mevcut bilgi, yaratılacak yeni bilginin hammaddesini oluşturur. Bilgi zenginliği ancak ve ancak bilgi kullanımının artırılması ve bilgi yaratılmasının teşvik edilmesi ile sağlanabilir.

 “Kalkınma iletişimi” ve “iletişim kalkınması” kavramları birbirini tamamlayıcı kavramlardır. İletişim, kalkınmaya yönelik mesajları izleyicilere ileten profesyonel gazeteciler tarafından kullanılıyorsa, gelişim için bir araç haline gelebilir. Toplumun gerçek ihtiyaçlarını yansıtan yardımcı bir kalkınma iletişimine ulaşmak için medyanın performansının sürekli olarak değerlendirilmesi gereklidir. “Kalkınma Gazeteciliği” bir uzmanlık alanı olarak geliştirilmelidir.

SONUÇ

Kıtalar ve zaman dilimleri arasında hareket eden, barış ve savaş aşamalarını, istikrar ve gerilim aşamalarını kapsayan, taban tabana farklı koşullarda, farklı millet ve devletlerde varolan medya, ulusların kalkınmasında genel olarak şu işlevleri üstlenmiştir:

1-Ulusal kimliğin artikülatörleri olarak sömürgecilere karşı bağımsızlık kampanyalarını teşvik etmek veya ulusların zaten özgür olduğu yerlerde, tanınmış ulusal kimliklerin yeniden tanımlayıcısı ve uygulayıcısı olarak,

2-Ulusal onur ve bilincin ateşleyicileri olarak,

3-Uluların içindeki çoğunlukların ve azınlıkların sözcüleri olarak,

4-Ulusal uyum ve birlik için motivasyon kaynağı olarak,

5-Ulusal kalkınmanın bileşeni olan sektörlerde çalışanları yaygın eğitim yoluyla bilgi ile donatma aracı olarak,

6-Serbest pazar ekonomisinde tüketimi arttırmak maksadıyla reklam içeriği yaymak, mal ve hizmetlerin pazarlanmasına hizmet aracı olarak,

7-Marjinalleştirilmiş, mülksüzleştirilmiş, zulüm görmüş olanlar için ifade aracı olarak,

8-Halkın şikayetleri için ombudsman olarak,

9-Sanat, edebiyat, müzik ve yaratıcı kültürel çalışmaların popülerleştiricileri olarak,

10-Gerçekliğin aynaları olarak,