

Necla Zarakol  
Zarakol İletişim Hizmetleri  
Oya Sok.Devran Apt. 2/1 Kat 8 D.15  
Gayrettepe -İSTANBUL  
Tel: (0212)217-2999  
Faks: (0212)217-3140  
e-posta: nzarakol@ixir.com

Türkiye'nin yıllardır büyüyen ekonomik ve toplumsal sorunlar yumağıyla başa çıkmaya çalıştığını hepimiz biliyoruz. Ben doğrusu bu sorunların ne olduklarını neden kaynaklandıklarını tartışmayı bu gruba katılacak akademisyenlere bırakıyorum. Onlar kendi birikimleri doğrultusunda teorik çözümlenmeleri ve tanımlamaları yapacaklardır.

Ben kendi durduğum yerden yani bir iletişimci olarak baktığım zaman birbiriyle ilintisi olmayan iki merkez, daha doğrusu tek taraflı çalışan bir iletişim hattı görüyorum. Bizim klasik iletişim teorilerimizde mesaj veren ve mesaj alan olmak üzere iki merkez ve bunların arasında karşılıklı mesajları taşıyan bir iletişim platformu vardır. Ama Türkiye'nin durumuna baktığımızda beş ya da onbeş bin kişiden oluşan bir küçük grup, bunların arasındaki çekişmeleri, yarışmaları, gelişmeleri, sorunları aşağıya doğru taşıyan bir iletişim hattı ve bu küçük gruptaki her türlü oluşumu hayretle izleyen bir dev seyirci grubu görüyoruz.

Yani yukarda bir sanal küçük dünya var ve bunun içinde politikacılar, işadamları ve işkadınları, bürokratlar, bankacılar, yüksek rütbeli askerler, akademisyenler, araştırmacılar, sanatçılar, sporcular, gazeteciler, yazarlar, cizerler, mankenler, şarkıcılar hatta mafia mensupları vb.yaşıyor. Bunlar birbiriyle yarışıyor, barışıyor, birbirine çatıyor, diğerini eleştiriyor, işbirliği yapıyor, birbirine giriyor, uzlaşıyor, seyahat ediyor, evleniyor, boşanıyor, ihanet ediyor. Medya bütün dikkatini bu küçük grup üzerinde yoğunlaştırmış, bütün spotlar onlar üzerinde, geride kalan Türkiye ise bu grupta olan biteni kendi yaşam öyküsü gibi izliyor. Yaşam tarzı onlarınkiyle ölçülüyor, onların doğruları doğru gibi enjekte ediliyor, yanlışlarına ise hoşgörü ve bağışlama isteniyor. Kısaca söylemek gerekirse, medya iki iletişim merkezi arasında bir akışkanlık sağlayacağına küçük merkezdeki yaşamı bir büyük dev aynasıyla büyük çoğunluğun karşısına koyuyor, o çoğunluk da aynaya bakıp ordaki yaşamın referanslarıyla hayatını sürdürmeye çalışıyor.

Bu sosyal yaşam alanında da, demokratikleşmede de, ekonominin her boyutunda da böyle.

Bazen medya insafa gelip halkın dertlerini dinleme turları oluştursa da, gazetecilere tüketici köşeleri koysalar da, yada sokaklarda mikrofonu rastgele vatandaşın ağzına tutsalar da, bunlar marjinal ve etkisiz çabaların ötesine gitmiyor. Arada herhangi bir nedenle kendi çevresinin dışına çıkanlarımız da ilk izlenimlerini aa Karadeniz tamamen Tayyipçi olmus, Tansu Hanım Anadolu'da çok güçlenmiş diye hayretle birilerine anlatıp sonra yine küçük dünyadaki yaşamlarına dönüyorlar.

Bu nedenle bence yapılacak en önemli iş, Avrupa Birliği yolunda bize engel olan yasal düzenlemeleri yapmak kadar, özel sektörden kamu sektörüne her kuruluşta kurumsal yönetimin (corporate governance) ilkelerine geçmek kadar önemli iş, aradaki yansıtıcıyı geçirgenlik görevine taşımak. Yani medyayı tarafsız, bağımsız, okurunu tencere koleksiyoncusu değil de insan olarak gören, "bizim insanımız okumaz", "bizim insanımız bilmez" kalıplarının ötesinde düşünebilen insanların çalıştığı bir ortam haline dönüştürmek. Bunun kuralları da çok zor değil. Tıpkı meclisteki siyasetçilerin iş takip etmesine karşı durduğumuz gibi, medyanın da gazetecilik dışında politikayı yönlendirmek, ekonominin diğer sektörlerinde iş yapmak, borsayı manipüle etmek gibi alanlardan uzak durmasını sağlamalıyız. Bunun ilk adımını, medyanın geçirdiği bilgileri sorgulamaktan, inanmadığımız yerde tepkimizi göstermekten ve üzerimize oynanan oyunların farkına varıp engellemekten geçiyor.