

MEDYA MENSUBU

Mehmet Salih ÇELİKKALE*

Çağımızda, iletişim ağı, insanın etrafını sarmış, işinin gereği, bazılarını bir koza gibi içine almıştır. Sabah kalkar kalkmaz telefonla birilerini arayan, kahvaltı yaparken göz ucuyla gazeteleri tarayan, o arada cep telefonundaki veya bilgisayarındaki e-postalarını okuyan, yada merak ettiği bir haber veya yazının, reklamın internet sayfasında yer alıp almadığını kontrol eden, o gün muhatabı olacak kişi veya şirketlerin web sayfalarına girerek daha çok bilgi sahibi olmaya çalışan bir entelektüeli düşünür ve onun günlük yaşamının tamamını göz önüne getirirsek, bazıları için bu kozanın kalınlığını tahmin etmek zor olmasa gerektir. Zaman zaman, insan, **“Eskiden bunlar yokken biz işlerimizi nasıl yürütüyorduk?”** sorusunu sormadan edemiyor. Bu iletişimin merkezinde medya vardır. Kiminin ana işi, kiminin ilişkisi, kimininse ilgisidir medya. Yaşamımızın merkezine oturmuş, her tarafa ulaşabilen bir sektör olmuş medya. Pek çok düşünür, bu nedenle, medyayı ülke yönetiminde **dördüncü güç** olarak gösterir. Bu kadar büyük bir gücün **mensubu olmak, elbette ki ayrıcalık ister, farkındalık gerektirir.**

Medya mensubu olmak, kuşkusuz, çoğu insanın özlemi, belki de bazılarının rüyası, hayalidir. Her gün ekranlarda insanların karşısına geçip onlara bilgi aktarmak, insanların güne başlarken okumak istediği bir köşe yazarı, bir muhabir olmak, kitapları elden ele gezen bir yazar olmak, bir cümlesi toplum gündemine bomba gibi düşen saygın bir haber spikeri olmak, bir fotoğrafı ile bir sır perdesinin arkasındaki bir konuyu gün yüzüne çıkaran bir kameraman olmak, belki de bu meziyetlerin bir kaçını birlikte becerebilen bir **insan olmayı kim istemez ki? İşte, rüya bunun için görülür, hayal bunun için kurulur.**

Hayal; insan beyninin, hafıza gücünün, kapasitesinin doruk noktasıdır. Çünkü, beyin tasarlayamayacağı bir şeyi, hafızasında olmayan bir olay veya yeteneği hayal etme gücüne sahip değildir. Nasıl ki bilgisayarda mevcut olmayan bir bilgiyi hafızasında bulamazsak, beyin de düşünemeyeceği,

* Prof. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi Rektörü

hafızasında olmayan, geçmişte bir şekilde oraya yerleşmemiş bir bilgiyi de hayal edemez.6

İnsanların genetik yapıları farklı, beyin ve düşünme güçleri çok farklı düzeylerde olduğu için, bazı insanların söyledikleri, yazdıkları, çizdikleri, toplumun bir kısmı veya çoğunluğu tarafından, söylendiği, yazıldığı veya yapıldığı dönemde anlaşılabilir. Bu nedenle, o insanlara farklı bir gözle bakılabilir, belki de farklı algılanabilirler. Aradan yıllar, on yıllar, belki de asırlar geçince, onlar anlaşılır hale gelirler. Bu anlaşılma, toplumun bilgi düzeyinin onları anlama seviyesine ulaşmasıyla mümkün olabilmektedir. Geçmişte fikir, düşünce ve tasarımları nedeniyle horlanan, aşağılanan, belki de suçlanan bu insanlar, zaman geçince **idol olarak seçilmeye**, örnek gösterilmeye, belki de sayfalarca övgü sözleri ile **efsane olarak anılmaya** başlanır. Bütün bunların altında yatan ana neden, genel bilgidir, toplumun kültür seviyesidir, eğitim düzeyidir.

Bilginin yuvası okullar, bilginin kaynağı kitaplar, öğretene de öğretmenlerdir. İşte, bunun için okullaşma düzeyi, orta ve yükseköğretim oranlarının düzeyi, toplumların kültür seviyelerinin önemli kriteridir. **Eğitimse, tamamen ayrı bir olgudur.** Toplumu eğiten, bilgilendiren, yönlendiren kurumların başında medya gelir. Medya, aslında, herkesin başvurmadan, farkında olmadan kaydolduğu bir okuldur. Bu okulun öğreticileri, aydınlatıcıları, medya mensubu olarak isimlendirdiğimiz insanlardır. Bu insan bir gazeteci olabilir, bir televizyon spikeri, bir program yapımcı veya yöneticisi olabilir, bir radyo sunucusu, program yapımcısı olabilir, bir ressam, bir karikatürist, bir yazar, bir şair, bir hatip, bir politikacı, fikir adamı olabilir. Hangi dalda olursa olsun, **medya mensubu, toplumu aydınlatan, şekillendiren, bilgileriyle yönlendiren kişilerdir. Toplumun ışığıdır. Işık ne kadar aydınlatıcı ise, gidilecek yollar o kadar belirgin, karanlıklar da o kadar az olur. Işık gücü ne kadar yüksek ve sürekli ise, karanlıkların korkusu da o kadar fazla olur.** Bu ışığa güvenmek, ışığın sürekliliğine, ışık kaynağının gücüne ve aydınlatmasına bağlıdır. Bu güven, toplumların uzanarak tutmaya çalıştığı, en fazla özlem duyulan bir tutamak, sıcaklığı ve enerjisinden yararlanılacak güvenilir bir eldir.

Medyada güvenilir olmak, çok güç elde edilen bir titirdir. Çok çalışmayı, doğru bilinen şeyleri yapmayı, bu doğruların müşterek doğru olmasına dikkat etmeyi, daima kendini geliştirerek, her gün yeni bir düşünce ve tasarımı gündeme getirip topluma sunmayı, doğru bildiği ve toplumun inandığı

düşünceleri savunmayı gerektirir. Dünyadaki gelişmeleri, teknolojiyi, esintiyi, rüzgarı, seziyi algılayarak, çok yakından takip ederek, hedef kitlesine ulaştırmayı gerektirir. **Dik duruş denilen şey budur. Omurgalı olmak, güvenilir olmak da budur.**

Fakat unutulmamalıdır ki, medya arenasını çok kaygan, çok hassas ve kırılabilir bir platformdur. Yanlış yönlendirme, yalan ve asılsız bilgi, güvensiz davranış, özele iniş, gününbirlik reytinglere güveniş, hitap ettiği topluma karşı saygısızlık, bu kaypak zeminin yaratıcılarıdır; fakat toplumun bu hataları affetmediği unutulmamalıdır. **Medya mensubu; kullandığı kalemi, uzattığı mikrofonu, çizdiği resmi, yazdığı kitabı, kurum ve şahsi menfaati yönünde kullandığında, kısa zamanda yok olur, biter ve kaybolur.** Bu yok oluş, bir iş adamının parasını, işini, müşterisini kaybetmesine, iflas etmesine veya servetini kaybetmesine de benzemez. Çünkü, kaybedilen servet tekrar kazanılabilir. Fakat medya mensubunun kaybettiği itibarını tekrar kazanma şansı, yok denecek kadar azdır.

Yazmak, çizmek, anlatmak ve sunmak, kazanılan bilginin paylaşımıdır. Paylaşım, en asil uğraşı, en güzel düşünce, en insani yaklaşım ve davranışlardan biridir. İnsan denen kutsal varlığın ve onların meydana getirdiği toplumun doğru yönlendirilmesi, yararlı kılınması, bütün bunların sonunda insanların birbirini kucaklaması ve sevmesi, seçkin insanların ve o insanların oluşturduğu grupların yapabileceği işlerdir. Her meslek grubunda bu şekilde temayüz etmiş akıllı insanlar ve akıllar topluluğu olduğu gibi, medyada da iz bırakan, toplum hafızasında yer etmiş çok değerli insanlar mevcuttur. Ancak, **medyadaki akıllar topluluğuna düşen görev, daha zor, daha karmaşık ve daha uzun solukludur.** Çünkü, verilen hizmetler ve elde edilen sonuçlar, matematiksel bir sonuç değildir. Yaşama muhtaç, felsefi yapısı güçlü olan sosyolojik bir başarı, iz bırakan bir sonuçtur. Ne var ki, medya mensubunun kullandığı araç, topluma ulaşma ve fikrini empoze etme yönünden en güçlü olanıdır. Yeter ki, bunu bilinçli kullansın, hedef kitleye ulaşmada samimi ve dürüst olsun.

Bu yapısal özellik, tanınırlık, bilgiye ulaşma ve bilginin ulaştırılması yönünden çok büyük bir avantajdır. Fakat sürekli gündemde kalmak, göz önünde olmak, toplum tarafından değerlendirilip, denetlenmek, kazanılan değerlerin çok çabuk azalması, yıpranma riskini de beraberinde getirmektedir. Özetle belirtmek gerekirse, **direksiyon medya mensubunun elindedir. Onu kullanma becerisi ise, başarısının en önemli ölçüsüdür.**