

## MODERNLEŞME SÜRECİNDE MEDYANIN ROLÜ: YAKLAŞIMLARIN SINIRLANMASI SORUNU

Sedat CERECİ\*

### Özet

İnsan doğasının ve zorunlulukların sonucunda ortaya çıkan yeni buluşlar, teknikler ve yaklaşımlar modernliği yaratırken, teknolojinin en görkemli ve yaygın araçları olan medya da modernliğin başat unsurları olarak yaşamın içinde yerini almıştır. Modern yaşamı ideal olarak benimseyip teknoloji temeli üzerinde yaşamaya alışan az gelişmiş toplumların bireyleri, medyadan edindikleri verilerle yaşamlarına yön verirken, tüm yaşam dinamiklerini de medya temeli üzerinde biçimlendirmektedir. Hazır düşünce ve imge paketleriyle insanların pek çok işini kolaylaştırma, sıkıntılarını giderme, sorunlarını çözme yöntemleri öneren medya, insanların daha az düşünüp daha az hayal kurarak düşünce ve imgelemlerinin daralmasına da neden olmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Modernleşme, Medya, Teknoloji, Sorun

7  
itobiad

## ROLE OF MEDIA IN MODERNIZATION PROCESS: MATTER OF CONTRACTION OF APPROACHES

### Abstract

New inventions and technics and approaches which were emerged at the end of human nature and necessities created modernism and media that are the most enormous and common instruments of technology got involved in modern life as main components. People who are persons of underdeveloped societies and who adopted modern life as an ideal direct their lives via datas from media and shape all their life dynamics on media base. Media that facilitates lives of people and resolves problems of people and advise solutions for their problems causes contraction in think and imaginations of people by less thinking and less imaging.

**Key words:** Modernize, Media, Tecnology, Problem.

\* Prof. Dr. Batman Üniversitesi, Sedat.cereci@batman.edu.tr

## Giriş

Bu çalışmada, toplumsal yaşamın vazgeçilmez unsuru olan ve her yönüyle sürekli tartışma konusu olan medyanın, toplumların modernleşme sürecindeki rolü ve bu kapsamda modern yaşamın yoğunluğu içinde gerilimle yaşayan insanların yaşamlarını kolaylaştırmakla birlikte onların düşünce, imgelem ve yaklaşımlarını sınırlaması savları değerlendirilmiştir. Modernliğin niteliği ve medyanın modern yaşam içindeki konumu irdelenerek; medyanın, yayınlarıyla insanların düşün ve duygu dünyalarındaki etkileri ve sonuçları ele alınmıştır.

Teknolojiye dayalı ve çekici içeriklerle beslenen medyanın çok geniş alanlarda yaygınlaşmasıyla birlikte kitap okuma oranlarının azaldığı, geleneksel kültür içinde yer alan sözlü kültür öğelerinin daha az kullanıldığı, düşünceye dayalı üretimlerin daha seyrekçe değer bulduğu araştırmalarla ortaya çıkmıştır.<sup>1</sup> Teknolojinin yaygınlığı ve fiziksel dünyanın gelişimi artarken, insanların düşünsel, imgesel ve duygusal üretimlerinin azalması bir sorun olarak ortaya çıkmakta, insanın geleceği ve uygarlık açısından kuşkulara neden olmaktadır. Bu çalışmada, teknolojinin yoğun olarak içinde bulunduğu modernlikle birlikte, medyanın, insanların düşünsel, imgesel ve duygusal dünyalarının daralması sorunu tartışılmış, medyanın bu kapsamdaki rolü değerlendirilmiştir.

Pek çok bilim adamı artık, çalışmalarını diğer disiplinlerde çalışan bilim adamlarının da anlayabileceği bir dille yazarak, disiplinler arası çalışmaların gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bir bütün olarak yaşayan evrensel varlığın içindeki tüm alanların

<sup>1</sup> Sedat Cereci, "Televizyon İzleyici Araştırması Sonuçları 2009". *Üniversite ve Toplum*, (2009): 9, sa. 1. <http://www.universite-toplum.org>.

birbiriyle yakın ilintisinin olduğu anlaşılmıştır çünkü.<sup>2</sup> Disiplinler arası bilimsel çalışmalar bilim dünyası açısından bir yeniliktir ve modern çağın bir gereğidir. Başka pek çok yenilik değişik alanlarda uygulanmakta veya tasarlanmaktadır. Yenilenme ve yenilikler her çağda olduğu gibi 21. Yüzyılda da yaşamın bir unsurudur. Çağın koşullarına bağlı olarak yenilenme ve yenilikler modernlik olarak anılmaktadır.<sup>3</sup> Bu bağlamda yeni teknolojilerle üretilen ve yaşamın içinde yerini alan ürünler ve yöntemler de modernliğin unsurları olarak algılanmaktadır.

İlk insanlardan bu yana insanlar, akıllarını kullanarak yaşamı kendi egemenlikleri doğrultusunda yönlendirmek, evrenin içindeki her varlığı kendi denetimleri altına almak istemişler; gerek bedensel gerek tinsel isteklerini ve gereksinimlerini gidermek için çalışmışlar, varsayımda bulunmuşlar, kuramlar üretmişler, kuramları uygulamaya koymuşlar, yeniliklerle yaşamlarını varsıllaştırmışlardır. İnsanlık tarihinde yaşanan Coğrafi Keşifler, Kolonyalizm, Rönesans, Sanayi Devrimi gibi süreçler insanın ussal eylemlerinin sonucu olarak ortaya çıkmış, daha kendine yakışır, isteklerini gerçekleştirebileceği bir yaşam ortamı kurmak isteyen insanlar araştırma, buluş, yenilik ve üretimlerle yaşam alanlarını genişletmişlerdir. Yeni teknik ve üretimlerle bir yandan gereksinimlerine ve isteklerine uygun ortamlar oluşturan insanlar, bir yandan da sahip oldukları tarihsel ve kültürel değerlerin, birikimin korunması yönünde yaklaşımlar ve önlemler geliştirmişlerdir.

Teknikler ve ardı sıra gelen teknolojiler insanların yaşamına sayısız kolaylıklar getirirken, yeni sektörlerin oluşmasına, yeni

<sup>2</sup> Joseph Ledoux, "Zihin, Beyin ve Benlik", *Gelecek 50 Yıl*, Ed. John Brockman. 4. Baskı, İstanbul: NTV Yayınları, 2007.

<sup>3</sup> Jody Patterson, "Modernism and Murtal at the 1939 New York World's Fair", *American Art* 24, no: 2, 2010: 50-73.

yaklaşımların ve tarzların gelişmesine de yol açmışlardır. Tarih, Sanayi Devrimi'yle birlikte büyük bir dönüşüme tanık olmuş, insanların yaşamında o güne kadar kullanılan eşyalardan alışkanlıklara, yaklaşımlardan tekniklere, kavramlardan hitaplara kadar pek çok yaşam unsuru değişmiştir. Çoğunluğu kırsal alanlarda yaşayan insanların büyük bölümü Sanayi Devrimi'nin ardından, fabrikaların kurulduğu kentsel alanlara göçmüş, göçle birlikte kültürel sorunların da temeli hazırlanmıştır.<sup>4</sup> Sanayi Devrimi'ni izleyen bilimsel buluşlar ve teknoloji üretimi çerçevesinde ortaya çıkan yeni teknolojik gelişmeler medyanın oluşumu için temel oluşturmuş, medya, kırsal alanlardan kentsel alanlara göçen insanların yaşadığı kültürel boşluğa geçici çözüm olabilecek içeriğiyle teknoloji çağının başoyuncularından biri olmuştur.

Giderek yoğunlaşan sanayiyle beslenmiş kent yaşamı içinde, doğaları gereği hem kendilerinden hem başkalarından haberdar olmak isteyen, özel ilgi alanlarına karşılık bulmak isteyen insanlar, kültürel beklentilerini de dikkate alarak gazete ve dergilere yönelmiş, kendilerinden de izler buldukları medyayı bazen bir dost olarak da algılamışlardır. Radyo ve televizyonun insanların yaşamına girmesiyle yaşamlarının daha da renklendiğini fark eden insanlar, diğer günlük eşyaları gibi medyaya da bir anlam ve rol yüklemişler, zamanla medyayı kendilerini besleyen bir kaynak konumuna getirmişlerdir. Medyayla beslendiklerine inanan insanlar zamanla, medyanın yönlendirmelerine ve denetimine de bağlı kalmışlar, düşünme yetilerini daha az kullanma yoluna

<sup>4</sup> Brigitte Nierlich, "Media, Metaphors and Modelling: How the UK Newspapers Reported the Epidemiological Modelling Controversy during the 2001 Foot and Mouth Outbreak", *Science, Technology & Human Values* 32, no: 4, 2007: 432-457.

gidebilmişlerdir.<sup>5</sup> Medya çoğu zaman, insanların gereksinim duydukları bilgi, görüş ve iletileri, kendi karakteristiği içinde düzenleyerek, hazır paketler olarak insanlara sunmaktadır. Yeniliklerle ve teknolojiyle donatılmış dünyalarda yaşayan modern dönem insanların sahip olduğu pek çok yaklaşım, anlayış, kaygı, beğeni, görüş, tepki de medyanın yayınlarında sonucunda oluşmuştur.

Yaşamı algılama, anlama, yorumlama, anlatma her zaman insanın temel kaygısı olmuş; insanlar tarih boyunca yaşamı daha iyi anlamının ve anlatmanın yollarını aramışlar, bunun için araçlar bulmaya veya geliştirmeye çalışmışlardır. İnsanların bilgi ve düşün dünyalarının ve yaşamlarının bilimsel buluşlarla, yeni tekniklerle, teknolojik üretimlerle varsıllaştığı yıllarda ortaya çıkan medya, insanların yaşamla ilgili gereksinim ve beklentilerine büyük ölçüde karşılık vermiş, bu nedenle de insanların yaşamında önemli bir yer edinmiştir.<sup>6</sup> İnsanlara aktardığı yaşamla ilgili bilgiler kadar yaşam konusunda aktardığı izlenimler ve insanlarla yaşam arasında kurduğu bağla da yaşamın içinde etkin bir rol üstlenen medya, insanlarla ilgili bilinen ve bilinmeyenleri diğer insanlara aktarma konusunda da etkin olarak çalışmaktadır. Medyanın kendilerine aktardıklarıyla kendilerini güvende ve sosyal hisseden insanlar, kendileri yerine düşünen ve hayal kuran medyanın üretimlerine bağlı kalarak düşünme ve düşleme yetilerine sınırlar çizmişlerdir.<sup>7</sup>

Medyanın elinde tuttuğu küresel ve ulusal gündemle gündemi izleyen, geleneksel sözlü kültürün etkilerini yitirmesiyle medyadan

<sup>5</sup> Robert S. Morison, "The Need for New Types of Excellence", *Daedalus* 90, no: 4, 1961: 764-781.

<sup>6</sup> Taria Knuuttila, "Models, Representation, and Mediation", *Philosophy of Science* 72, no: 5. 2005: 1260-1271.

<sup>7</sup> John T. Toolley, "Using Media-Based Data in Studies of Politics", *American Journal of Political Science* 44, no: 1, 2000: 156-173.

aldıkları verileri kullanarak konuşan ve söyleşen, kendilerini medyadan edindikleri görüşlerden birine yakın hissedene, medyadan yayılan doğru-yanlış yargılarına güvenmek isteyerek kendileri için bir yol bulmaya çalışan insanların yaşamlarında medya sağlam bir konumda durmaktadır. Çağdaş gelişmeler sonucunda medyayla birlikte yaşamaya alışan, zamanla medyayı yaşamlarının vazgeçilmez unsuru olarak gören insanların yaşamlarında pek çok düşünsel, imgesel ve duygusal eylem, insanlar adına medya tarafından tasarlanmakta ve insanlara sunulmaktadır.<sup>8</sup> Her zaman kolay olana yönelme eğilimi bulunan insanların, medyanın kendilerine sunduğu hazır düşünsel, imgesel ve duygusal tasarımlar nedeniyle düşünme ve imgeleme yetilerini kullanmaktan uzak durmaları da doğal karşılanmaktadır.

### **Modern Yaşamın Unsuru Olarak Medya**

Bazen yaşadığı çağın koşulları gereği, ancak çoğu zaman doğası gereği insanlar her dönemde yeni gelişmelerin altyapısını oluşturmuşlar, fiziksel ve tinsel olarak yeni buluşlar ve tarzlar için elverişli ortamlar yaratmışlardır. Tarihsel süreçteki her gelişme, bir yandan insan yaşamına yeni yollar açarken, bir yandan da insanın bazı yeteneklerini ve yetilerini daha az kullanmasının altyapısını oluşturmuştur.<sup>9</sup> Her gelişme, bir önceki dönemde yaşanan koşulların eksik ve aksak yönlerinden yola çıkılarak tasarlanırken, yeni gelişmeler için çağın etkin araçları kullanılmıştır.

Çağdaşlık olarak tanımlanan modernlik, yenileşme ve yeniliklerle özdeşleşmekte, yeni yaklaşımların, düşünce tarzlarının ve yeni yaşam biçimlerinin egemen olduğu bir akım olarak

<sup>8</sup> Hans von Rautenfeld, "Thinking for Thousands: Emerson's Theory of Political Representation in the Public Sphere", *American Journal of Political Science* 49, no: 1, 2005: 184-197.

<sup>9</sup> Yılmaz Levent, *Modern Zamanın Tarihi*, çev. M. Emin Özcan, İstanbul: Metis Yayınları, 2010), s.110.

anlaşmaktadır. İnsanın, çağın koşulları içinde oluşan gereksinimlerini karşılamanın ve çağdaş yenilikleri tasarlamamanın gereği olarak ortaya çıkan modernlik, insanların düşünsel yaklaşımlarından, olayları ve durumları değerlendirme ölçütlerine, gereksinimleri için ayırdıkları zamanlardan kullandıkları eşyalara kadar yeni biçimler önermektedir.<sup>10</sup> İnsanın sürekli yeniliğe açık dünyası, modernliğin gösterişli makyajlarla süslenmiş yaklaşımlarını da çabucak benimsemektedir.

Yoğun olarak Sanayi Devrimi'nin etkileriyle gündeme gelen modernlik, gerek fiziksel koşulları gerekse düşünsel ve tinsel yaklaşımlarıyla yeni bir yaşam biçimini anlatmaktadır. Yeni yerleşimlerde, eskisinden farklı yapılarda, yeni eşyalar ve yeni alışkanlıklarla gelişen modernlik, eskiye tepki duyan kişilerce olabildiğince abartılarak genişletilmeye çalışılmıştır.<sup>11</sup> Geleneklerin boğucu ve sıkıcı ortamını benimsemeyen insanların da katıldığı modernlik akımı, geçmişe oramla çok daha eğlenceli unsurlarıyla çabucak yayılmış ve benimsenmiştir.

Modernlik, ekonomiyi, siyaseti, bilimi de kapsayan bir kültürel ve fiziksel dönüşümü ifade etmektedir. Söz konusu dönüşümle birlikte insanların yaşama ve dünyaya bakışı, değer anlayışları, kutsalları, giyimleri, mutfak kültürleri, yaşadıkları mekanlar, eğlence biçimleri ve başka pek çok unsur değişmektedir.<sup>12</sup> Pek çok yeni akımın kitleler içinde yaygınlaşmasını sağlamak üzere kullanılan etkin araçlar, özellikle tüketime dayalı modernliği yaymak için de kullanılmış, her dönemin en etkin aktarım ve

<sup>10</sup> Barbro Klein, "The Moral Content of Tradition: Homecraft, Ethnology, and Swedish Life in the Twentieth Century", *Western Folklore* 59, no: 2, 2000: 171-195.

<sup>11</sup> Otomar J Barbos, "Postmodernism, Postindustrialism, and the Future". *The Sociological Quarterly* 37, no: 2, 1996: 307-325.

<sup>12</sup> David Garman, "Bourdieu's Theory of Cultural Change: Explication, Application, Critique", *Sociological Theory* 20, no: 2, 2002: 255-277.

yayma araçları olan, medya da denilen kitle iletişim araçları, modernliğin yaygınlaşmasında da başrol oynamışlardır. Modernliğin kazançlı yanlarını değerlendiren girişimci ve anamal sahipleri, medyayla işbirliği yaparak, daha çok tüketen, ancak daha az düşünen kitleler yaratma yoluna gitmişlerdir.<sup>13</sup> Daha az düşünüp daha çok tüketmenin bir alışkanlık haline geldiği toplumlarda söz konusu alışkanlıklar bir süre sonra örgütlenmiş davranışlar olarak geleneğe ve kültüre dönüşmektedir.

Yeni yaşam dinamikleriyle yaşamı donatmayı amaçlayan modernlik, kişilerin sosyal statülerinden iletişim kurmak için kullandıkları dilin vurgularına kadar yeni düzenlemeler getirmiştir. Modernlikle birlikte insanların yaşamlarında kullandıkları objeler, günlük gereksinimler, alışveriş biçimleri, toplumsal etkileşim biçimleri, eğlenme tarzları, haberleşme yolları da değişime uğramıştır. Tüm etkileri dikkate alındığında, modernliği toplumsal bir olgu olarak değerlendirmek gerekmektedir.<sup>14</sup> Bu bağlamda toplumu yönlendiren araçlar doğrudan modernliğin etkin araçları olarak toplumsal yaşamda yerini almaktadır. Modernliğin en etkin aracı olan medya, kitlelerden gördüğü ilgi ve benimsenmişlikle, kitleleri yönlendirme ve bazen yönetme rollerin de oynamaktadır.

İnsanların ihtiyaçları veya zorunlulukları dolayısıyla ortaya çıkan her toplumsal devinim, kendi araçlarının ve kahramanlarının davar olmasını sağlamakta, devinim sonrası için gereken yol, teknik ve gereksinimleri oluşturmaktadır. Tarihin gelişim süreci ve insanların üretimleriyle ortaya çıkan modernlik de, doğduğu

<sup>13</sup> Diane Winston, "Back to the Future: Religion, Politics and Media", *American Quarterly* 59, no: 3, 2007: 969-989.

<sup>14</sup> Ann R. Tickamyer, "Between Modernism and Postmodernism: Lenski's "Power and Privilege" in the Study of Inequalities", *Sociological Theory* 22, no: 2, 2004: 147-257.



felsefeye bağlı olarak kendi kitlesini ve araçlarını yaratmıştır.<sup>15</sup> Modernliğin temel araçları olan medya, geleneksel yaşamdan farklı olarak kırsaldaki tarım toplumu yerine kentsel alanlardaki endüstri toplumuna seslenmek yoluyla, daha az çalışılan ve düşünülen, daha kolay ve rahat ve gösterişli yaşam unsurlarından oluşan yapımlarla kitlelere ulaşmak yolunu seçmiştir.

Modernlik akımının tüm dünyada yandaş bulması, çoğunlukla sömürgecilerin tasarladığı planlı bir politikanın uygulanmasına bağlıken, kavramların niteliğini anlayamayan toplumların tutumları da akımın yaygınlaşmasını kolaylaştırmıştır. Modernlik, büyük ölçüde toplumlararası alışveriş ve hatta baskılarla yaygınlaşmıştır.<sup>16</sup> Pek çok toplum, modernliğin çekici yanlarına ve ürünlerine özendirilerek yapısal bir değişime zorlanmıştır. Çekici unsurlarla kitlelere seslenen kitle iletişim araçları da kitlelerin modernliği tanınması ve benimsemesinde güçlü etkenler olarak rol oynamıştır. Kitlelerin gücünü tanınmasıyla zaman zaman sorumluluktan uzak çalışan medya, kitleleri koşulsuz egemenlik altına almak için onları elverişli düşünceler, yaklaşımlar, değinmeler ve imgelerle kuşatma eğilimine girmiştir.

Diğer akım ve yaklaşımlarla doğal olarak ilgili olan modernlik, teknolojik gelişmelere koşut olarak yol almakta, özellikle kapitalizmin yaklaşım ve üretimlerinden etkilenmekte ve yararlanmaktadır. Sosyal grupların oluşumları, amaçları, etkinlikleri ve değer oluşturmaları da modernlikle yeni nitelikler

<sup>15</sup> Jeffrey M. Jozefski, "The Role of Polish and American Identities in the Future of the Polish National Catholic Church", *Polish American Studies* 65, no: 2, 2008: 27-52.

<sup>16</sup> Immanuel Wallerstein, *Modern Küresel-Sistem*, çev. M. Kürşad Atalar, (İstanbul: Pınar Yayınları, 2005), s. 318.

kazanmaktadır.<sup>17</sup> Her türlü yeni akımın, biçimin habercisi ve yorumcusu olan kitle iletişim araçları da modernlikle bağlantılı olarak yol almakta, gelişmekte ve etkinliğini sürdürmektedir. Gündemi öğrenme, toplumsal etkinliklere katılma, günlük yaşamı yönlendirme konularında kitlelerin başlıca kaynağı olan medya, insanların düşün ve duygu dünyaları üzerinde de kolaylıkla egemenlik kurabilmektedir.

Toplumların değerlerine ve eğilimlerine de bağlı olarak zaman geçirme konusunda bireylere yeni alışkanlıklar kazandırmayı bir politika halinde düzenleyen modernlik, özellikle yenilik arayışında olan genç kuşak üzerinde egemenlik kurmaktadır.<sup>18</sup> Renkli ve eğlenceli biçimler ve yaklaşımlarla genç kuşağın karşısına çıkan modernlik, hemen hiçbir karşı koymayla karşılaşmaksızın benimsenmektedir. Genç kuşak için modernliğin tasarladığı her yaklaşım ve üretim medya aracılığıyla insanlara ulaşmaktadır.

Gazete, dergi, radyo, televizyon ve internetten oluşan medya, insanların günlük gereksinimlerinden uymaları gereken kurallara kadar evrensel yaşamın her alanıyla ilgili bilgi, görüş ve imge aktararak, insanların yaşamındaki önemli gereksinimleri karşılamakta, en azından dolgun, renkli ve çekici içeriğiyle insanların önemli gereksinimlerini karşıladığı izlenimini vermektedir. Özellikle yaşamlarındaki kültürel ve tinsel gereksinimlere medya aracılığıyla karşılık bulduklarına inanan insanlar, daha farklı bilgi, görüş ve iletilere gerek duymadan yaşamlarını medyanın iletileriyle biçimlendirme ve medyanın aktardığı gibi yaşama yoluna gitmektedir.

<sup>17</sup> Charles Kurzman, ve Chelise Anderson, ve , Clinton Key ve Youn Ok Lee, ve Mairead Moloney, ve Alexis Silver, ve Maria W. Van Ryn, "Celebrity Status". *Sociological Theory* 25, no: 4, 2007: 347-367.

<sup>18</sup> Dirk J. van de Kaa, "Postmodern Fertility Preferences: From Changing Value Orientation to New Behavior", *Population and Development Review* 27, 2001: 290.331.

Modernliğin, çekici görünen görüntüsünün ardında görece olarak dayatmacı bir niteliği de göze çarpmaktadır. Özgürlükçü görünmesine karşın özgürlükleri kısıtlayan, bireyi, başkalarının kurallarına bağlayan nitelikleri de bulunmaktadır.<sup>19</sup> Modernliğin görkemli çekiciliğine kapılan herkes bir anlamda, onun tüm varlığı kısıtlayan ve kısıtlandığını düşünmesini bile engelleyen tuzağına düşmektedir. Ancak kitle iletişim araçlarının çekici, eğlenceli yapısı içinde modernliğin gerçek yüzü de gizlenmektedir. Modernlik medyada çoğunlukla, insanın güdülerini doyuran yanıtların çekici ürün ve davranışlarla görünmesiyle yansımaktadır.<sup>20</sup> Görkemli döşemeler, düzenli mutfaklar, göz alıcı yemekler, lüks otomobiller, çok işlevli haberleşme araçları, gösterişli giysiler, ışıltılı mekanlar, renkli eğlence ve dinlence ortamları, özel uğraş kampanyaları modernlik adına medyada kullanılan unsurlardan bazılarını oluşturmaktadır.

Modernlik siyasal anlamda sömürgecilikle doğrudan ilintili bir kavram ve uygulamasıdır. Sömürgecilik, sömürüyü farklı makyajlar içinde uygulayıp, gerçek kimliğini açığa vurmamak için popüler kavramlar üretmiştir. Modernlik, küreselleşme, ulusalcılık sömürünün yabancı niyetini gizleyip dünyayı yabancılaştırmaya yaramaktadır.<sup>21</sup> Bu kapsamda, büyük kitlelere ulaşmanın en kolay aracı olan kitle iletişim araçları, modernlik kavramlarını ve uygulamalarını yayma konusunda başrolü üstlenmiş konumda çalışmaktadır. Tüm medyadaki reklam yapımları başta olmak üzere, haberlerin ayrıntılarından televizyon dizilerindeki temalara

<sup>19</sup> Ludwig Wittgenstein, *Kesinlik Üstüne Kültür ve Değer*, çev. Doğan Şahiner, (İstanbul: Metis Yayınları), 2009, s. 123.

<sup>20</sup> Juan A. Suarez, "City Space, Technology, Popular Culture: The Modernism of Paul Satrand and Charles Sheeler's 'Manhatta'", *Journal of American Studies* 36, no: 1, 2002: 85-106.

<sup>21</sup> Mehmet Akgül, *Türk Modernleşmesi ve Din*, (Konya: Çizgi Yayınevi), 1999, s. 279.

kadar hemen her medya yapımı modernliğin unsurlarıyla oluşturulmuştur.

Belirgin olarak sanat alanlarında etkilerini gösteren modernlik, kitlelere ulaşmanın çağdaş yöntemi olan, medya da denilen kitle iletişim araçlarının yapımları aracılığıyla toplumlara yayılmaktadır. Bilim adamları ve sanatçıların kuramları, üretimleri, siyasetçilerin halka söylemek istedikleri ve toplum içinde yer alan tüm üreticilerin üretim etkinlikleri kitle iletişim araçları aracılığıyla bireylere aktarılmaktadır.<sup>22</sup> Kitle iletişim araçlarının ürünlerinde kullanılan dil, yeni terimler, giyim biçimleri, saygın görüntü sağlayan eşyalar, araçlar, mekânlar, insan ilişkileri, protesto yöntemleri, kabul biçimleri, hitap biçimleri, suçlama ve yargılama yöntemleri ve kapitalizmin ve sömürgeciliğin üzerine kurulduğu temel olan tüketimin istek uyandıran çağruları doğrudan modernliğin emekçiliğini yapmaktadır.

Modern yaşamın temel araçlarından biri olan medya, içeriği hayallerden oluşmuş gibi görünse de doğrudan yaşamın gerçeklerinden beslenmekte, yaşamın değişik boyutlarını insanlara göstermektedir. Yaşamın içindeki varlıkları tek tek tanıyarak yaşamı anlamlandırma, yaşamın içinde olup bitenleri yorumlayarak yaşamın içindeki rolünü belirleme ve oynama ve yaşamının amacına bağlı olarak insanlığa ve uygarlığa katkıda bulunmak amaçları doğrultusunda fazlasıyla iletiler, izlenimler, yorumlar, imgeler aktaran medya; insanlara, nasıl yaşamaları konusunda fikirler veren bir danışman niteliği de taşımaktadır. Medyanın yaşam konusunda insanlara sunduğu iletilerle yaşamın kolay yolunu bulduklarını düşünen insanlar, kişisel hesaplarını ve

<sup>22</sup> Sarah Williams Goldhagen, "Something to Talk about: Modernism, Discourse, Style", *Journal of the Society of Architectural Historians* 64, no: 2, 2005, s. 144-167.

planlarını yapmadan yaşamaya devam etme yolunu seçebilmektedir.

Medya denilen kitle iletişim araçları, insanların yaşamına girdikleri günlerden bu yana, tüm yeni akımlar gibi modernliğin de sözcülüğünü yapmış, modernliğin gereklerini, çekici yanlarını, başlangıç ve sonuç koşullarını kitlelere aktarmış ve benimsetmişlerdir. İnsanların selamlaşma biçimlerinden kahvaltılarının içeriğine, otomobillerinin dizaynından haklarını arama yöntemlerine, mırıldandıkları ezgilerden seçmek istedikleri mesleklere kadar modernliğin hemen tüm unsurları medya aracılığıyla kitlelere aktarılmıştır. Medyanın kitlelere aktardıkları sonucunda insanlar medyadan, nerede, kiminle, nasıl yaşayacaklarını, ne okuyup ne konuşacaklarını, gelecekle ilgili ne düşünmeleri gerektiğini ve yaşam süreçleriyle ilgili daha başka pek çok veriyi edinmişlerdir. Medyadan aldıkları, iyi derlenmiş ve çekicileştirilmiş veriler, insanları günlük eylemlerini, geleceklerini planlamak, yaşamlarını karakterleri doğrultusunda düzenlemek zahmetinden kurtarmıştır.

20. ve 21. Yüzyılların yaygın kültürleri kitle kültürü ve popüler kültür, geniş kitlelerce benimsenen medya aracılığıyla tüm dünyaya yayılmaktadır. Kitle kültürü, kültürel anlamda ve buna koşut olarak fiziksel anlamda dönüşen toplumların dönüşümleriyle birlikte, kültürel gereksinim yaşayan toplumların gereksinimlerini karşılamak üzere ve yine bu toplumların karakteristikleri çok yalın öğelerle işlenerek oluşturulmuş bir kültürdür (Matterlart, s. 99)<sup>23</sup>. Yaşamlarındaki dönüşümle birlikte daha yüksek ritimli ve daha karmaşık bir yaşam biçimi içinde yaşamaya başlayan insanların kolaylıkla anlayıp benimseyebileceği bir kültür türü olan kitle

<sup>23</sup> Armand – Michele Mattelart, *İletişim Kuramları Tarihi*, (çev: Merih Zılloğlu, İstanbul: İletişim Yayınları, 2003), s. 99.

kültürünü geniş kitlelere yaymanın en elverişli aracı, geniş kitleler içinde yaygınlık gösteren ve önem yüklenen medyadır.<sup>24</sup> Hemen her yerleşimdeki her tür insana seslenen medya, toplumun büyük bir çoğunluğunu kitle kültürüyle tanıştırmış ve benimsenmesini sağlamıştır.

Modern yaşamın yaygın kültürü olan popüler kültür de, medya aracılığıyla geniş kitlelere yayılmakta ve benimsenmektedir. Kapitalizm ve kitle kültürüyle de ilgisi olan popüler kültür, derin felsefelere dayanmayan, kolay anlaşılabilir basit unsurlarla oluşturulmuş televizyon programları, eğlenceli şarkılar, gösterişli spor oyunları, eğlenceli dergileri kapsayan yapay ve tecimsel niteliği de bulunan üretimdir. Kitle kültürü içinde tecimsel amaçların gerçekleşmesiyle ilgili olarak üretilen ve popülerleştirilen ve dinamik bir görünüm verilen popüler kültür, düşünceye ve düşünmeye fazlaca yer bırakmayan niteliğiyle geniş kitleler tarafından benimsenmektedir.<sup>25</sup> Bu bağlamda popüler kültür, yapımlarını olabildiğince düşünce temelinden uzaklaştırarak niteliksiz geniş kitlelere seslenmeyi hedefleyen medya için en elverişli yapım materyallerinden biridir.

Tüketim kültürü temelinde biçimlenen popüler kültür, her üretimin “mal” olarak yaşamın içinde yer aldığı ve geniş kitlelerde “mal”a karşı gereksinim ve istek oluşturma amacıyla, anamalcı girişimciler tarafından üretilmektedir. Medya da özellikle reklam yapımları başta olmak üzere haberler, kültür yapımları, dizi filmler ve diğer yapımlar aracılığıyla popüler kültür unsurlarını geniş

<sup>24</sup> Sedat Cereci, “Communication Matter in Expanding Cities After Migration”. 38. *Icanas Kongresi Bildiriler Kitabı*, Atatürk Yüksek Kurumu, Ankara 10-15 Eylül 2007.

<sup>25</sup> David M Jones, “Postmodernism, Pop Music, and Blues Practice in Nelson George’s Post-Soul Culture”, *African American Review* 41, no: 4, 2007: 667-694.

kitlelere yaymaktadır.<sup>26</sup> Medyanın çekiciliğine kapılan sayısız insan, düşünmeye, değerlendirmeye, tartışmaya, yargılamaya gerek duymadan popüler kültür ürünlerine eğilim göstermekte, kendine popüler kültür içinde bir konum edinmeye çalışmaktadır.

Geleneksel kültürün başlıca ürünleri olan masallar, efsaneler, destanlar, hikâyeler, fıkralar, modern yaşam içinde medya aracılığıyla doğaüstü kahramanların, fantastik dünyaların, entrikayla örülmüş olayların, gizemli davranışların yer aldığı kurgulamalar olarak yansımakta, içine insanın doğal dürtüleri ve güdülerinin de katıldığı yapımlar, hareketli, renkli ve eğlenceli karakterleri nedeniyle insanlara çekici gelmektedir. Sonunda bir ders çıkarma zorunluluğunun ve tartışılma olanağının olmadığı medya ürünleri, bir çırpıda alınıp biraz sonra etkisi geçen karakteristikleriyle ilgi görmektedir.<sup>27</sup> Modern toplumların düşünmekten ve sorgulamaktan kaçınan insanları için elverişli tüketim ürünleri olan medya yapımları, insanlığın altyapıdan en yoksun kültürünü de oluşturmaktadır.

İnsan yaşamını kolaylaştırmak için, bazen de uysallaşmamış güdülerini doyurmak için yeni teknikler geliştirme yoluna gitmiş, her buluş ve yenilik insanların yaşamına yeni model ve yaklaşımları da beraberinde getirmiştir.<sup>28</sup> Medya da insanların yaşamına pek çok yeniliği, farklılığı, yaklaşımı getirmekle birlikte, medyanın içeriğindeki unsurların, insanları yaşamın doğallığından uzaklaştırdığı, insanları yapay bir evrenin içine sürüklediği, gerçeklerle örtüşmeyen yapay modeller yaydığı, insanları ayrıntılı

<sup>26</sup> Brigitte Miriam Redos-Rezak, "Medieval Identity: A Sign and a Concept", *The American Historical Review* 105, no: 5, 2000: 1489-1533.

<sup>27</sup> Roger D Launius, "Heroes in a Vacuum: The Apollo Astronaut as Cultural Icon", *The Florida Historical Quarterly* 86, no: 4, 2008: 174-209.

<sup>28</sup> Ronald E. Martin, ve Scott P. Hippensteel, ve Daria Nikitina, ve James E Pizzuto, "Artificial Time-Averaging of Marsh Foraminiferal Assemblages: Linking the Temporal Scales of Ecology and Paleocology", *Paleobiology* 28, no: 2, 2002: 263-277.

düşünmekten, araştırmaktan alıkoyduğu konuları sürekli tartışılmaktadır.

Medyanın olumsuz toplumsal sonuçları, zararlı etkileri, insanların medyayı kullanma sıklığı ve biçimiyle doğrudan ilintilidir. Medya en zararlı etkilerini, araçları amaçsızca kullanan veya zaman geçirmek amacıyla kullanan kişilerde göstermektedir. Eğitim düzeyi düşük, yaşamsal amacı konusunda da kesin kararı bulunmayan, sağlam bir toplumsal konum elde edememiş insanların özellikle görüntülü ve sözlü medyayı sıklıkla kullandığı, medyadan bir zaman geçirme ve eğlence aracı olarak yararlanmak istedikleri, medyayı yaşamlarının her alanında bir referans olarak algılamak yoluyla medyadan edindikleri verilerle yaşamayı alışkanlık haline getirdikleri bilinmektedir.<sup>29</sup>

Olumsuz medya etkilerinin yoğun olarak görüldüğü az gelişmiş toplumlardaki bireyler arasında, yaşamı atalardan kalma geleneksel unsurlarla ve toplumsal yapının koyduğu kurallarla yönlendirme eğilimi yaygındır. Teknolojinin varlığından ve egemenliğinden kaçınamayan az gelişmiş toplumların bireyleri, medyadan edindikleri verilerle yaşamlarına yön verirken, tüm yaşam dinamiklerini de medya temeli üzerinde biçimlendirmekte, ancak bu arada geleneksel kültür içinde yer alan “durumlar ve sorunlar için yol ve çözüm üretme” yükümlülüğünü de medyaya bırakmaktadır.<sup>30</sup> Bu kapsamda, geleneksel kültürün kendilerine aktardığı düşünsel ve duygusal üretimin yollarını da kapatmaktadır.

<sup>29</sup> Kenneth Mori McElwain, “Manipulating Electoral Rules to Manufacture Single-Party Dominance”, *American Journal of Political Science* 52, No: 1, 2008: 32-47.

<sup>30</sup> Elizabeth Levy Paluck, ve Donald P. Green, “Deference, Dissent, and Dispute Resolution: An Experimental Intervention Using Mass Media to Change Norms and Behavior in Rwanda”, *The American Political Science Review* 103, no: 4, 2009: 622-644.



Endüstri ve teknolojiyle donanmış yaşam alanlarında yüksek yaşam ritmi ve gerilimlerle yaşayan insanlar, başta ustaca tasarımlara dayalı reklam yapımları olmak üzere, medyada yer alan modern yaşamın unsurlarıyla oluşturulmuş siyasi, ekonomik, kültürel, sporla ilgili pek çok yapım kolay anlaşılabilir özelliğe sahip yapımların çekiciliğine kapılmakta, genel ortamın geriliminden ve sıkıntılarından uzaklaşmak isteyen insanlar medyanın yapımlarına ilgi göstermektedir.<sup>31</sup> Medyanın düşünme ve sorgulama gereği duyulmayan rahatlatıcı yapımları insanları geçici sürelerle avutmaktadır.

Medya, insanlar için yeni, çekici hayal dünyalarının kapılarını açıp, onları bazıları gerçek bazıları gerçekdışı kocaman evrenlere çekerken, insanların imgelemlerini ve düşün dünyalarını daraltmıştır. Teknoloji temeli üzerine kurulmuş modern yaşamın en gösterişli ve en yaygın araçları olan medya, kitlelere aktardığı bilgiler, görüşler, imgelerle birlikte kitleleri düşünmekten uzak dünyaların içine çekerken, insanlar farkına varmadan pek çok düşünsel, imgesel ve duygusal yetilerini geçersiz bırakmışlardır.

### **Sonuç**

Her toplumsal devinim, kendi araçlarını ve kahramanlarını da yaratmakta, devinim sonrası için gereken yol, teknik ve gereksinimleri oluşturmaktadır. Ekonomiyi, siyaseti, bilimi de kapsayan bir kültürel ve fiziksel dönüşümü kapsayan modernlik, Sanayi Devrimi'nin ardından insanların geleneksel yapıdan uzaklaşmasıyla ortaya çıkmış ve teknolojiyle desteklenmiş bir devinim ve akımdır. Teknolojinin en göz kamaştırıcı ürünü olan medya, modernliğin egemen olduğu toplumlarda insanların yaşamlarını biçimlendiren ve yönlendiren başlıca araç olmuş,

<sup>31</sup> Sedat Cereci, "Kent, Kentli ve Medya Teknolojisi". *Broadcasterinfo*. (2011): 104.

içeriğini oluşturan çoğunluğu popüler kültür ürünü yapımlarla insanlara düşünmeden, eğlenerek zaman geçirme olanağı sağlamıştır. Medyanın hazırladığı iyi derlenmiş, dolgunlaştırılmış, eğlenceli ve çekicileştirilmiş verileri alan insanlar, günlük eylemlerini, geleceklerini planlamak, yaşamlarını karakterleri doğrultusunda düzenlemek zahmetinden kurtulmakta, medyanın kendilerine sunduğu verilerle yaşamlarına yön vermeye çalışmaktadır. Başta ustaca tasarımlara dayalı reklam yapımları olmak üzere, medyada yer alan modern yaşamın unsurlarıyla oluşturulmuş siyasi, ekonomik, kültürel, sporla ilgili pek çok yapım kolay anlaşılabilir özellikleriyle insanlara çekici gelmekte, genel ortamın geriliminden ve sıkıntularından uzaklaşmak isteyen insanlar medyanın düşünme gereği duyulmayan rahatlatıcı yapımlarına yönelmektedir. İnsanlar için yeni, çekici hayal dünyalarının kapılarını açıp, onları bazıları gerçek bazıları gerçekdışı kocaman evrenlere çeken medya, insanların imgelemlerini ve düşün dünyalarını daraltmış, onları fazla düşünülmeyen ve sorgulanmayan bir dünyanın içine çekmiştir. Modern yaşamın en gösterişli ve en yaygın araçları olan medya, kitlelere aktardığı bilgiler, görüşler, imgelerle birlikte kitleleri düşünmekten uzak dünyaların içine çekerken, insanlar farkına varmadan pek çok düşünsel, imgesel ve duygusal yetilerini geçersiz bırakmışlar, düşünme ve imgeleme yetilerinin önüne engeller koymuşlardır.

### **Kaynaklar**

- 1- Ann R. Tickamyer, "Between Modernism and Postmodernism: Lenski's "Power and Privilege" in the Study of Inequalities", *Sociological Theory* 22, no: 2, (2004): 147-257.

- 2- Armand – Michele Mattelart, *İletişim Kuramları Tarihi*, çev: Merih Zılloğlu, İstanbul: İletişim Yayınları, 2003.
- 3- Barbro Klein, “The Moral Content of Tradition: Homecraft, Ethnology, and Swedish Life in the Twentieth Century”, *Western Folklore* 59, no: 2, (2000): 171-195.
- 4- Brigitte Miriam Redos-Rezak, “Medieval Identity: A Sign and a Concept”, *The American Historical Review* 105, no: 5, (2000): 1489-1533.
- 5- Brigitte Nierlich, “Media, Metaphors and Modelling: How the UK Newspapers Reported the Epidemiological Modelling Controversy during the 2001 Foot and Mouth Outbreak”, *Science, Technology & Human Values* 32, no: 4, (2007): 432-457.
- 6- Charles Kurzman, ve Chelise Anderson, ve , Clinton Key ve Youn Ok Lee, ve Mairead Moloney, ve Alexis Silver, ve Maria W. Van Ryn, “Celebrity Status”. *Sociological Theory* 25, no: 4, (2007): 347-367.
- 7- David Garman, “Bourdieu’s Theory of Cultural Change: Explication, Application, Critique”, *Sociological Theory* 20, no: 2, (2002): 255-277.
- 8- David M Jones, “Postmodernism, Pop Music, and Blues Practice in Nelson George’s Post-Soul Culture”, *African American Review* 41, no: 4, (2007): 667-694.
- 9- Diane Winston, “Back to the Future: Religion, Politics and Media”, *American Quarterly* 59, no: 3, (2007): 969-989.
- 10- Dirk J. van de Kaa, “Postmodern Fertility Preferences: From Changing Value Orientation to New Behavior”, *Population and Development Review* 27, (2001): 290-331.
- 11- Elizabeth Levy Paluck, ve Donald P. Green, “Deference, Dissent, and Dispute Resolution: An Experimental Intervention Using Mass Media to Change Norms and Behavior in Rwanda”, *The American Political Science Review* 103, no: 4, (2009): 622-644.

- 12- Hans von Rautenfeld, "Thinking for Thousands: Emerson's Theory of Political Representation in the Public Sphere", *American Journal of Political Science* 49, no: 1, (2005): 184-197.
- 13- Immanuel Wallerstein, *Modern Küresel-Sistem*, çev. M. Kürşad Atalar, İstanbul: Pınar Yayınları, 2005.
- 14- Jody Patterson, "Modernism and Murtal at the 1939 New York World's Fair", *American Art* 24, no: 2, (2010): 50-73.
- 15- Jeffrey M. Jozefski, "The Role of Polish and American Identities in the Future of the Polish National Catholic Church", *Polish American Studies* 65, no: 2, (2008): 27-52.
- 16- John T. Toolley, "Using Media-Based Data in Studies of Politics", *American Journal of Political Science*, vol. 44, no: 1, 2000, s. 156-173.
- 17- Joseph Ledoux, "Zihin, Beyin ve Benlik", *Gelecek 50 Yıl*, Ed. John Brockman. 4. Baskı, İstanbul: NTV Yayınları, 2007.
- 18- Juan A. Suarez, "City Space, Technology, Popular Culture: The Modernism of Paul Satrand and Charles Sheeler's 'Manhatta'", *Journal of American Studies* 36, no: 1, (2002): 85-106.
- 19- Kenneth Mori Mcelwain, "Manipulating Electoral Rules to Manufacture Single-Party Dominance", *American Journal of Political Science* 52, No: 1, (2008): 32-47.
- 20- Ludwig Wittgenstein, *Kesinlik Üstüne Kültür ve Değer*, çev. Doğan Şahiner, İstanbul: Metis Yayınları, 2009.
- 21- Mehmet Akgül, *Türk Modernleşmesi ve Din*, Konya: Çizgi Yayınevi 1999.
- 22- Otomar J Barbos, "Postmodernism, Postindustrialism, and the Future". *The Sociological Quarterly* 37, no: 2, (1996): 307-325.
- 23- Sedat Cereci, "Communication Matter in Expanding Cities After Migration". 38. *Icanas Kongresi*, Atatürk Yüksek Kurumu, 10-15 Eylül Ankara 2007.

- 24- Robert S. Morison, “The Need for New Types of Excellence”, *Daedalus* 90, no: 4, (1961): 764-781.
- 25- Roger D Launius, “Heroes in a Vacuum: The Apollo Astronaut as Cultural Icon”, *The Florida Historical Quarterly* 86, no: 4, (2008): 174-209.
- 26- Ronald E. Martin, ve Scott P. Hippensteel, ve Daria Nikitina, ve James E Pizzuto, “Artificial Time-Averaging of Marsh Foraminiferal Assemblages: Linking the Temporal Scales of Ecology and Paleoecology”, *Paleobiology* vol. 28, no: 2, (2002): 263-277.
- 27- Sarah Williams Goldhagen, “Something to Talk about: Modernism, Discourse, Style”, *Journal of the Society of Architectural Historians* 64, no: 2, (2005) 144-167.
- 28- Sedat Cereci, “Televizyon İzleyici Araştırması Sonuçları 2009”. *Üniversite ve Toplum*, (Mart 2009), c. 9, sa. 1. <http://www.universite-toplum.org>.
- 29- Sedat Cereci, “Kent, Kentli ve Medya Teknolojisi”. *Broadcasterinfo* 84 (2011): 104-105.
- 30- Taria Knuuttila, “Models, Representation, and Mediation”, *Philosophy of Science* 72, no: 5. (2005): 1260-1271.
- 31- Yılmaz Levent, *Modern Zamanın Tarihi*, çev. M. Emin Özcan, İstanbul: Metis Yayınları, 2010.

Künye:

Cereci, Sedat, “Modernleşme Sürecinde Medyanın Rolü: Yaklaşımların Sınırlanması Sorunu”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi II*, (2012): 7-27.