

The Journal of Academic Social Science Studies



International Journal of Social Science

Volume 6 Issue 2, p. 1-12, February 2013

MEDYANIN İŞLEVİ: GERÇEKLERİN ÖTELENMESİ SORUNU

FUNCTION of MEDIA: MATTER of DELAYING of REALITIES

Prof. Dr. Sedat CERECİ

Batman Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema-Televizyon Bölümü

Abstract

Media which are indispensable components of contemporary life respond daily social requirements of people and also cause to grow up styles and approaches. Media mostly respond some requirements of people that are learning news and learning social agenda and participate in public opinion and follow innovations and spend time and entertainment. Media sometimes produce by real materials but mostly address people via fantastic imaginary products. Theoretically concept of media must consist of realities but media sometimes leave realities because of their organizational plans, and belie people via their imaginary concept and can cause incorrect knowledge and impression. Media firstly respond spending time and relax and entertainment requirements of people who live in urban area in high rhythm and prepare plain products which can understood by everybody and can belie people about realities via their imaginary concepts. The mass who are interested in media mostly lok for imaginary worlds in which they can refuge because of contemporary conditions and bear media. Fascinating imaginary worlds and broadcasting that can efface realities can relieve people and present temporary resorts. Media create their original reality approach and convey to mass and set imaginary worlds and want people to perceive them as reality and provide people to perceive reality as media

convey. Underdeveloped societies are affected much by broadcasting of media that are far from realities because of they do not learn to use media and to comment media. Societies resemble eachother increasingly recently and media can find many available materials for their productions and address people via magnificent productions in which people can leave problems of realities.

Key Words: Media, reality, broadcasting, society, technology.

Öz

Çağdaş yaşamın vazgeçilmez unsurlarından biri olan medya, insanların günlük toplumsal gereksinimlerini karşılama işlevini görürken, yeni biçem ve yaklaşımların da yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Medya çoğunlukla insanların haber öğrenme, toplumsal gündemi öğrenme, kamuoyuna katılma, yenilikleri izleme, zaman geçirme, eğlenme gereksinimlerini karşılamaktadır. Bazen gerçeklerden oluşan materyallerle yapımlar hazırlayan medya, çoğu zaman da hayalleri kullandığı gösterişli imgesel yapımlarla kitlelere seslenmektedir. Kuramsal olarak gerçeklerden oluşması gereken içeriği, kimi zaman kazanç planları çerçevesinde gerçeklerin dışına çıkabilen medya, imgelerden oluşan içeriğiyle insanları yanıltabilmekte, yanlış bilgi ve izlenimlere neden olabilmektedir. Kentsel alanlarda yoğun yaşam ritmi içinde yaşayan insanların zaman geçirme, dinlenme ve eğlenme gereksinimlerini önceleyerek yayınlarını geniş bir kitlenin anlayabileceği basit bir düzeyde tutan medya, görkemli imgelerle oluşturduğu içeriğinde kitleleri gerçekler konusunda yanıltabilmektedir. Medyayı izleyen kitle de çoğu zaman çağın koşulları gereği sığınabileceği hayal dünyaları aramakta ve medyaya yönelmektedir. Medyanın görkemli hayal dünyaları ve gerçekleri unutturan yayınları insanları rahatlatmakta, geçici çözümler sunmaktadır. Kendi gerçeklik yaklaşımını oluşturan ve kitlelere aktaran medya, hayallerden oluşan dünyalar kurmakta ve bazen bunları gerçek olarak yansıtmakta, insanların da gerçeği kendisi gibi algılamalarını sağlamaktadır. Gelişmemiş toplumlar medyanın gerçeklere uzak yayınlarından daha fazla etkilenmekte, medyayı kullanmayı ve yorumlamayı tam olarak öğrenemedikleri için sorunlar yaşamaktadır. Toplumların giderek birbirine benzeştiği dünyadaki sayısız materyali değerlendiren medya çalışanları, insanların gerçeklerin sıkıntılarından uzaklaşabileceği imgesel dünyalarla büyük kitlelere seslenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Medya, gerçek, yayın, toplum, teknoloji.

Giriş

Sinemanın sokaklara çıkarak gerçek yaşamı, insanların yaşamındaki gerçek konuları ve sorunları yansıttığı Sinema-Gerçek (Kino-Pravda) akımı sinemada gerçekçi bir yaklaşımla

insanları onlarca yıl gerçeklerle buluştururken, medyanın yayınlarının tüm dünyayı kuşattığı 21. yüzyılda gerçeklerden uzaklaşarak yaptığı imgesel yayınlar kuşkuyla karşılanmaktadır (Jacobs, 2009, 163). Küresel yaşamın başlıca dinamiklerinden ve referanslarından biri olan medya, daha çok kişiye seslenerek daha çok kazanma amacı çerçevesinde gerçekleri öteleyerek insanları görkemli ve etkileyici hayal dünyalarına çekmektedir (Bertrand, 1978, 206). Medyanın gerçekliğin belli boyutlarını vurgulayıp, belli boyutlarını ört bas ederek "yeni bir gerçeklik" yaratması bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

Toplumsal yaşamın başlıca dinamiklerinden biri ve demokrasinin etkin bir unsuru olarak medya çağdaş dünyada vazgeçilmez bir konumda bulunmaktadır. Teknolojinin katkılarıyla yaşamın her alanında ve her konuda kullanılan medya, bireylerin psikolojik durumundan ülke yönetimine, toplumsal örgütlemelerden uluslararası ilişkilerdeki gelişmelere kadar yaşamı yönlendirebilme, yaklaşımları ve kararları etkileyebilme, biçimleri değiştirebilme gücüne sahiptir (Christopher, 2002, 369). Toplumsal yapıda ve ülke konjonktüründe etkin bir güce sahip olan medya, gücünden aldığı cesaretle bazen temel sorumluluklarından uzaklaşabilmektedir.

İnsanları evrende olup biten gelişmelerden haberdar etmenin yanı sıra, yaşamdaki sorunlar konusunda insanlara çözümler önerme, yollar gösterme konularında da işlevleri bulunan medya, işlevleri ve sorumlulukları konusundaki duyarlılığını konjonktüre göre belirlerken, çoğu zaman yayın politikasına da yansıyan çıkar hesaplarını ön planda tutmaktadır (Barabas ve Jerit, 2009, 85). Hemen hemen tümmedyanın tecimsel araçlar olduğu dikkate alındığında, medyanın yayın politikasının ayrıntılı çıkar planlarından oluşması doğal bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.

Bireyler tartışmasız olarak medyayı yaşamlarının ayrılmaz bir unsuru olarak değerlendirirken, medya günlük yaşamdan eğitim programlarına, sanayi üretiminden geleceğin tasarlanmasına kadar her alanda işlev üstlenmektedir. Bu kapsamda medyanın, teknolojinin de yardımıyla erişilmez imgelemler oluşturarak insanları gerçeklikten uzaklaştırması bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Teknolojinin de yardımıyla oluşturduğu görkemli hayal dünyalarına kitleleri çekerek oluşturduğu etki, medyanın rahatlamak, eğlenmek, sarhoş olmak için başvurulan fantastik hayal makineleri olarak algılanmasına neden olmaktadır (Lillard, 1975, 27). Çok sayıda kişinin zaman geçirmek, eğlenmek için medyaya ulaşmak istediğini belirtmesi de bu neden dayanmaktadır.

Dünyada çok sayıda insan medyayı, güncel gelişmelerden haberdar olmak ve toplumun bir parçası olduklarını hissetmek için izlemektedir. Ancak medyayı zaman geçirmek, eğlenmek için izleyenlerin sayısı da diğerleri kadar çoktur (Mutz and Martin, 2001, 111). İlginç başlıklar, çekici görüntüler, şaşırtıcı sloganlar, çekici unsurlarla insanlara eğlenceli ortamlar sunan medya, gerçekliğin katılığında bunalan, gerçek yaşamdaki sorunlardan bıkan insanların evlerine, özel ortamlarına kadar girebilen, insanları sanal yolculuklara çıkarabilen ve çok ucuza ulaşılabilen yapımlarıyla ilgi görmektedir. Halkın büyük kesimini, gerçekleri çağrıştıran derin düşünceye ve felsefeye yer bırakmaksızın oyalayabilen ve eğlendirebilen olanaklar da yöneticilerin işlerini kolaylaştırmaktadır.

Medyanın, gerçeklerle fazla ilgisi bulunmayan bir zaman geçirme ve eğlence aracı olarak algılanmaması sorunu ülke yönetiminden sıradan insanlara kadar herkes tarafından benzer biçimde paylaşılmaktadır. Toplumun büyük çoğunluğunun eğlenmek ve zaman geçirmek için izlediği medya, özellikle popüler gazeteler, müzik dolup taşan yerel radyo kanalları ve her programın absürd komediye dönüştürülmeye çalışıldığı televizyon

programları, insanlar için devlet işlerini, bilim ve sanatı göremeyecek kadar eğlence üretmekte, halkın düşün dünyasını meşgul etmektedir (Newbury, 2005, 401). Bundan ziyadesiyle hoşnut olan yöneticiler, eğlencenin dozunun her gün biraz daha artması için kendileri de eğlenceye malzeme olmakta, basit ve ilgi çekici atışmalardan dikkat çeken gaflara kadar tüm yeteneklerini kullanmaktadır.

Medyanın Niteliği

Türkçede kitle iletişim araçları olarak adlandırılan medya, geniş bir kitleye seslenen ve bu kitle içinde bilgi, haber, düşünce, görüş alışverişini kapsayan araçlardır. McQuail'e göre medya, toplumda etki, denetim ve yeniliklerin potansiyel araçları olarak güç kaynağı; çoğu toplumsal kurumun çalışması için gerekli bilgilerin kaynağı ve aktarım aracıdır (Türkoğlu, 2010, 70). Bu anlamda medya, özel işletme veya kuruluş niteliğini de aşmış, kamusal ve toplumsal işlevleri olan araçlardır.

İletişim kurmanın temel amacı olan ileti aktarma ve ileti alma, dünyanın değişen koşullarına ve gelişen teknolojiye koşut olarak her çağda yenilenen iletişim olanaklarıyla birlikte biçim ve içerik değiştirmektedir. Çoğunlukla geleneksel değerleriyle yaşayan toplumlarının yaygın iletişim biçimi olan yüzyüze iletişim, elektronik dalgaların bulunması ve çağa uygun iletişim araçlarının geliştirilmesiyle, dünyanın her yanındaki insanları kapsayan, hızlı ve daha az sorunlu bir tekniğe yerini bırakmıştır. Yeni tekniklerle insanlar yalnızca birbirleriyle iletişim kurmanın ötesinde, evrenin her yanından haber alır, her türlü gelişmeyi izler duruma gelmişlerdir.

Haberleşme, iletişim kurma, dünyadaki gelişmeleri öğrenme, diğer insanlar ve coğrafyalarla ilgili bilgi edinme isteği ve isteklere ulaşma eylemleriyle insanın varlığı ve üretimleri arasında kurulan ilişkilerle geliştirilen araçlar, evreni geniş bir alanda görülebilir hale getirmiş, bundan da öte yaşananları geleceğe taşımıştır (McLuhan, 1959, 346). Yaşananları, görüşleri ve izlenimleri, buldukları yerlerden daha uzaklarda yaşayanlara aktarmaya yarayan araçlar, kayıt yöntemiyle insanların tüm birikim ve üretimlerini çağlar sonrasına aktarmanın yollarını da bulmuşlardır.

İnsan yaşamını kolaylaştırmak için, bazen de uysallaşmamış güdülerini doyurmak için yeni teknikler geliştirme yoluna girmiş, her buluş ve yenilik insanların yaşamına yeni model ve yaklaşımları da beraberinde getirmiştir (Martin vd., 2001, 274). 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 konuları sürekli tartışılmaktadır.

Medya, toplumsal ve teknolojik olgular olarak sürekli tartışılmakta, bir yandan da daha çekici modellerle yenilenmeye ve geliştirilmeye çalışılmaktadır. Toplumsal yapıyla ilgisinden insanların yaşamına katkısına, modernleşme sürecinde oynadığı rolden toplumsal gerilimlerde gösterdiği etkilere kadar pek çok anlamda tartışılan medya, tüm tartışmaların ötesinde insanların yaşamındaki yerini gittikçe sağlamlaştırmaktadır (Seremetakis, 2009, 347). Artık zaman geçirmeyi kolaylaştıran araçlar olmaktan öte, yaşamsal bilgiler ve fikirler aktaran kaynak olma özelliği taşıyan medya, toplumsal yaşamın bilge kişisi olarak da algılanabilmektedir.

Amerikan medyasına göre, medya denilen araçlar insanlar için çok yararlı bir rol oynamasa da, toplumsal yapıda önemli işlevleri olan, topluma biçim vermekten toplumu yönetenleri yönlendirmeye kadar geniş bir alanda gücü bulunan unsurlardır (Mutz ve Martin,

2001,110). Medya, günlük yaşamdan politikaya, siyasal gelişmelerden uluslararası ilişkilere kadar her konuyla ilgili olması ve her konuyu yapım malzemesi olarak değerlendirmesi nedeniyle toplumsal gündemi de elinde tutan bir rol oynamaktadır.

İnsanlar doğaları gereği önce kendi yakın çevrelerinde ve sonra da dünyada ve evrende olup bitenleri öğrenmek, yaşamla ilgili yorum yapabilmek için bilgilere ulaşmak istemektedir. Evrende olup bitenleri bilmek insanlara kendilerini güçlü ve egemen hissettirmekte, bu nedenle insanlar olabildiğince fazla bilgiye ve iletiye ulaşmanın yollarını aramaktadır (Flowers vd. 2003, 269). Gelişen teknolojiyle birlikte bilginin insanlar arasında yaygınlaşması genel bir bilgi ve görüş alışveriş ortamı oluşturmakta, söz konusu ortam dünya gündeminden etkilenmekte ve dünya gündemini yönlendirebilmektedir.

Suriye'deki çatışmalarda onlarca kişinin ölmesini veya bir kocanın, eşinin başka bir erkekle beraber olduğundan kuşkullanması nedeniyle eşini öldürdüğünü öğrenmek insanları rahatsız etse de, yaşamın içindekileri bilmek insanlara güven duygusu vermekte, her nerede olursa olsun insanları yaşama ve topluma yaklaştırmakta, etkinliklerini artırmaktadır. 1929 yılında dünyayı sarsan ekonomik krizin "büyük buhran" olarak gazetelerden insanlara yansımaları, 1944 yılında yine gazetelerden öğrenilen Normandiya Çıkarması haberi, 1969 yılında radyodan insanın ilk kez aya çıktığını duymak, 1992 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin Irak'ı işgal ederek başlattığı Körfez Savaşı'nı canlı olarak televizyondan izlemek insanları farklı bilişsel ve duygusal ortamlara taşımıştır.

Evrendeki yaşam her gün yeni devinimlerle dönüşüme yol açmakta, dönüşüm kapsamında insanların konuştukları dilden mimariye, söyleşi konularından yaşamı kolaylaştırmak için kullanılan teknolojiye kadar hemen her şey değişmektedir. Toplumsal değişime koşut olarak medyanın rolü ve etkinliği de sürekli değişmekte, değişim içinde medya giderek daha toplumsal bir nitelik kazanmaktadır (Maisel, 1973, 163). Artık toplumsal yaşamın başat unsurlarından biri olarak benimsenen medya, toplumsal yaşam, siyasal gelişmeler ve hatta bilimsel çalışmalar içinde önemli bir başvuru kaynağı olarak gösterilmektedir.

Bilgi kaynaklarının ve iletilerin çoğalıp artık doğru bilgiye ulaşmanın yollarının tartışıldığı 21. Yüzyılda, yapımlarını gerçekler ve bilgi temeli üzerine kuran medya kuruluşları, daha fazla güven kazanarak sağlıklı bilgi kaynakları olarak algılanmaktadır. Her konuda doğru bilgiye gereksinim duyan insanlar, yaşamlarını sağlıklı ve sorunsuz biçimde yürütebilmek için gerçek bilgi kaynaklarına yönelmektedir. Yurttaşlık sorumluluğu ve insanlar arasındaki ilişki konusunda da bu anlamda medya önemli bir rol üstlenmektedir (Livingstone ve Lunt, 2007, 62).Yapımlarında dolaylı olarak veya doğrudan yurttaşların yerine getirmesi gereken sorumluluklara yer veren medya yapımları, yurttaşlara sorumluluklarını anımsatmak kadar sorumluluk eğitimini de gerçekleştirmektedir.

Bilgiye ulaşım kaynaklarının büyük ölçüde arttığı ve bilgi ve bilişim teknolojilerinin mutlak olarak eğitim ve devlet işlerinde de kullanıldığı 21. Yüzyılda medya, günlük yaşamın olduğu kadar siyasi programların belirlenmesinde, sanat üretimlerinin geliştirilmesinde, adli işlerin yürütülmesinde, polisiye araştırmalarda yoğun biçimde kullanılmaktadır. Bir yandan insanların yaşamlarından beslenen medya, bir yandan da onların merak duygularına seslenerek gizleri ve bilinmeyenleri öğrenme gereksinimine yanıt vermekte, karşılıklı bir çıkar işbirliği içinde ileti aktarma işlevi kadar reklamlar aracılığıyla ekonomiyi canlı tutmayı da başarmaktadır.

Latince “araç, ortam, orta” anlamlarına gelen medya kavramı günümüzde, radyo, televizyon, gazete, dergi gibi elektronik veya basılı yayın araçlarını kapsamaktadır (Nalçaoğlu, 2003, 47). Türkçede kitle iletişim araçları olarak da karşılanan medya kavramı, iletişimden çok iletim etkinliğine aracılık etmekte, medya çalışanlarının yapımlarını insan kitlelerine aktararak rollerini yerine getirmektedir. Medyanın iletişimden çok iletim işleviyle insanlara seslenmesi, seslendiği kitleler içinde bir iletişim aracı olmaktan çok bir eğlence ve zaman geçirme aracı olarak algılanmasına neden olmaktadır.

Kamuoyu oluşturma konusunda başrol oynayan medya, insanları sorumluluklar ve tehlikeler konusunda da uyarmakta, başvuru kaynağı olma niteliğiyle toplumsal bilinç oluşturabilmektedir (Malone vd., 2000, 724). Yasalara uyma, vergi ödeme, kötü alışkanlıkları bırakma, trafik kurallarına uyma, toplumsal dayanışma etkinliklerine katılma gibi konularda tutarlı politikaları ve planları bulunan toplum ve devletler medya yardımıyla insanlara ulaşabilmekte, medyanın tutarlı yayınlarıyla planlar sonuca ulaşabilmektedir.

21. yüzyılda dünyadaki bilgi akışı, haber, düşünce ve görüş alışverişi ve alışverişi sağlayanların kurumsallaşması, çalışma disiplini doğrudan siyasi etkiler, iktidarlar, çıkar grupları, ekonomik yönelimlerle ilgilidir. Çıkar ve iktidar peşinde gidenlerin denetim ve yönlendirmeleriyle insanlar arasındakiler her girişim ve devinim biçimlendirilmekte, çıkar hesaplarına uyumlu hale getirilmekte (Törenli, 2004, 276). Medya da yönlendirmelerden, denetimlerden, etkilenmelerden payını almakta, özel girişimlere ait medya kuruluşları bile belirli bir yayının çıkarlarını gözeterek çalışmak zorunda kalmaktadır.

İnsan Hakları Bildirgesi'nin yayınlandığı yüzyıl olmaktan öte, en çok insan hakkı ihlali yapılan yüzyıllardan biri olması nedeniyle de insan haklarının çok fazla gündeme geldiği geçen yüzyıl, medyanın da en çok insan haklarıyla ilgilendiği ve insan hakları içerikli yapımlar hazırladığı dönem olmuştur. İnsan haklarını ve hak ihlallerini gündeme getirmek, duyurmak, eleştirmek savunmak anlamında büyük bir güce sahip olan medya, devletlere ve hükümetlere, insan hakları politikaları geliştirmeleri konusunda da baskı yapabilmektedir (Allen, 2009, 178). Medyanın yönlendirme veya baskıları çoğu zaman işle yaramakta, hükümetler göstermelik veya gerçek önlemler almaktadır.

Medya ve Gerçek İlişkisi

Haber, söyleşi ve belgesel yapımlar gibi üretimler başta olmak pek çok çalışmalarında gerçeklerden yola çıkarak yapım oluşturan medya, konjontüre ve daha da çok tecimsel çıkarlarına bağlı olarak hayaller üzerine kurulmuş imgesel yapımlara da çoğunlukla yer vermektedir. İnsanların gerçeklerden uzaklaşmasına, gerçekleri yanlış yorumlamasına neden olan imgesel çalışmalar, yaşamın gerçekleriyle medyanın yayınladıkları arasında ortaya çıkan çelişkilere dolaylı sorunlara neden olabilmektedir (Altheide, 1984, 484). Haberler, köşe yazıları, reklamlar, diziler ve diğer yapımlar aracılığıyla edyanın aktardıklarının gerçek olduğuna inanan insanlar, gerçek yaşamda medya karşılaştıkları durumları ve izlenimleri bulamadıklarında şaşırmakta ve bocalamaktadır.

Öteden beri gerçekçi görünmek için medyayı kullanma yöntemi, medya tarafından da kendi gerçekliğini ve güvenilirliğini kanıtlamak için kullanılmış, yeterli güveni sağladığına inanan medya imgesel üretimleri de gerçek görüntüsüyle yayınlamaya başlamıştır (Kariel, 1970, 1091). Saantsal üretimlerde gerekli olan imgesel yaklaşım çoğu zaman medya üretimlerinin de ilk aşamasını oluşturmakta, medyada yayınlananlar insanların gitmek istedikleri hayal dünyalarına kapılar açmakla birlikte zaman zaman gerçeklerden uzaklaşan ve gerçekleri öteleyen biçimlere de dönüşmektedir.

Medyayı, her şeyin anlamını sığlaştırarak insanları tek boyutlu bir deneyime sürüklemekle eleştiren Baudrillard, medyanın gerçek anlamda toplumsal bir işlevinin olmadığını, medyanın toplumsal örgütlenmelerden soyutlanarak toplumu yönetmeye giriştiğini vurgulamaktadır (Schneck, 2007, 117). Medyanın ekonomik ve siyasi sistemlerle de doğrudan ilgisi bulunduğunu belirten Baudrillard, medyanın karşısındaki, kitlelerin medyadaki şahane gösterilerle zaman geçirip oyalanırken, güçlerini yitirdiğinden, düşünme ve karar verme yetilerinin zayıfladığından söz etmektedir. Gerçeklerin acısından kaçmaya yarayan medya, göz boyayıcı gösterilerle insanları oyalamakta, onları sanal âlemlere götürerek geçici sarhoşluklarla yatıştırılmaktadır.

Postmodernizmin oluşmasında yaşamsal rol oynayan medya ortaya koyduğu modeller, kodlar ve simgelerle yeni bir biçim yaratmıştır. İnsanların düşünerek anlam üretmesi yerine edilgen biçimde medyanın modellerini öğrenmesinin temel alındığı süreçte yönlendirilip yönetilen bir kitle söz konusudur (Grainge, 2001, 18). Bir televizyona sahip olmanın bir tost makinesi veya bir buzdolabına sahip olmaktan farkı olmadığını savunan görüşler, medyayı yanıt alınamayacak iletiler aktarmakla, iki yanlı iletişim kurmamakla, alıcıdan gelen geribeslemeyi görmezden gelmekle suçlanmaktadır (Hegeman, 2000, 313). Onlara göre medya karşısındakilere söz hakkı tanımayan bir dizgedir.

Spor karşılaşmaları, savaşlar gibi olayların gösterişli yanlarını ele alarak insanları şaşırtmak ve ilgilerini dedikodular üzerinde yoğunlaştırmak yoluyla gündemler oluşturan medya, karşısındaki kitleyi hoşnut bırakarak eleştirilerden sıyrılmaya ilkesini uygulamaktadır (Maisei, 1973, 169). Medyada görülen ilginç, şaşırtıcı, şaşaalı olaylar, çatışmalar, entrikalar, paradokslar çoğu zaman gerçekte olmayıp medyanın ürettiği, insanların hoşlanabileceği biçimde bezediği, yonttuğu üretimlerdir.

Medyayı izleyen kitle içindeki insanların bir bölümü medyanın yayınladıklarını tümüyle gerçektir, hayal ürünü olarak değerlendirirken, bir bölümü medyanın yayınladıklarının gerçekliğine kuşkuyla yaklaşmaktadır. Çoğunluğunu televizyon izleyicilerinin oluşturduğu büyük bir bölüm ise medyanın yayınladıklarını gerçek olarak algılamaktadır (Lewis ve Weigert, 1985, 979). Medyanın yayınladıklarının kuşkulu gerçek olarak değerlendirilmesi sorun oluşturmazken, salt gerçek olarak algılanması yaşamın yanlış tanınması ve yorumlanması açısından sorunlara neden olmaktadır.

Toplumların gelişmişlik düzeylerine bağlı olarak medyada yayınlananların algılanması ve yorumlanması değişmektedir. Bilgi kaynaklarına ulaşmayı ve kullanmayı geliştirememiş toplumlarda temel bilgi ve görüş kaynağı olarak değerlendirilen medya çoğunlukla gerçeklerin kaynağı, gerçekçi araçlar olarak algılanırken, bilgiye erişimi ve bilgiyi kullanmayı yöntemsal hale getiren toplumlarda medyaya daha temkinli yaklaşılmakta, medyanın yayınlarının gerçekliği eleştirilmektedir (Lang, 1974, 347). Bu ülkelerde medyada ciddi bir özdenetimle kitlelere seslenmektedir.

Gerçek yaşamdan aldığı materyallerle insanlar için imgesel yapımlar hazırlayan medya, gerçeğin toplumsal veya yapıcı yanlarından çok şaşırtıcı, ilginç, heyecan verici, tahrik edici yanlarını kullanarak daha fazla kişiye ulaşmak ve ilgi toplamak hesabı yapmaktadır (Hunt, 1997, 647). Eğitim, bilim, ve sanattan çok cinayet, felaket, ağır suç haberleri; başkalarına sataşarak doyum sağlamayı yöntem olarak seçen köşe yazarlarının kışkırtıcı yazıları; başkalarını suçlayanlarla veya gizli bilgileri açıkladıklarını söyleyenlerle yapılan görüşmeler; aldatmaları, entrikaları, çarpık ilişkileri, sinsice oyunları konu edinen televizyon filmleri veya diziler medyanın temel üretimlerini oluşturmaktadır (Couldry ve Markham,

2006, 266). Çoğu görkemli hayallere veya ütopyalara dayanan konular, gerçeklerin sorunlarından bunalmış insanlar için çıkış yolu gibi görünmektedir.

Medya, insanlara yurttaşlık sorumlulukları, hukuk, insan ilişkileri, uluslararası ilişkiler, devlet işleri, görgü kuralları, resmi süreçler, yönetsel kararlar gibi bilgi ve iletileri aktarmak işlevinden de sorumlu araçlardan oluşmaktadır. Düzeyli araştırma ve ciddi yayın gerektiren bu çalışmaların hayallerden yola çıkılarak veya imgesel unsurlarla bütünleştirilerek düzenlenmesi amaca ulaşmayı güçleştirmektedir. Medyanın özellikle ulusal ve hukusal işlevlerini yerine getirebilmesi için, doğrudan gerçeklerden oluşan materyallerle hazırlanmış yapımlarla kitlelere seslenmesi gerekmektedir (Stoll, 2008, 20). Salt gerçeklerden oluşan yapımlar her zaman daha düzeyli ve güvenilir bulunmaktadır.

Para temelli çağdaş dünyada insanların kazanç ardında koştururken yorulmaları ve düşünmeden zaman geçirmeyi istemeleri sonucunda ortaya çıkan basit iletilerle oluşmuş üretimler ve eğlenceli yapımların beklentisi de medyanın gösterişli imgeler üzerine kurulmuş yapımlar üretmesine temel oluşturmaktadır (Marling, 2000, 329). Özellikle kent yaşamının yüksek ritimli biçemi içinde sürekli yorulan, çoğu zaman tinsel sıkıntılar yaşayan insanların rahatlatıcı, eğlenceli unsurlarla düzenlenmiş imgesel üretimleri, sorunları için çözümler arayan insanları kendine çekmektedir.

İnsanlar arasında yaşanan şiddet dolu ilişkilerden, büyük yıkımlara neden olan doğal afetlerden yola çıkarak ütopyik senaryolar üzerine şaşırtıcı ve heyecan verici yapımlar tasarlayan medya, insanları içinde buldukları gerçeklerden sıyrarak başka gerçeklerin hayallerle güçlendirilmiş çarpıcı dünyalarına sürüklenme konusunda başarılı olmaktadır (Tiemey vd., 2006, 79). Gerçeklere yaptığı küçük vurgularla birlikte hayaller üzerine tasarladığı üretimlerle kendine özgü bir gerçeklik anlayışı yaratan medya, insanlardaki gerçeklik algısını da yönlendirmektedir.

Kişilerin, mekânların, objelerin, desenlerin, renklerin, davranışların, hukukun özenmeyi çağrıştıran biçimde yer aldığı üretimler medyaya ilgiyi arttırırken, medyadaki gerçekliğin de sorgulanmasını gündeme getirmektedir. Yoksulluğun ölümcül olarak, poitikanın çıkar alanı olarak, aşkın sınırsız doyum olarak, geçmişin görkemli veya tamamen yaşanılmaz olarak yansıtıldığı bir medya, gerçekler konusunda ipuçları verse bile, insanları gerçeklerden uzaklaştırmaktadır (Ribbat, 2002, 561).

Özgün gerçeklik anlayışıyla birlikte yeni bir toplumsal hafızanın oluşumuna da yol açan medya, geçmişin değerlendirilmesi, geleceğin planlanması konularında da kitleleri yönlendirmektedir (İnce, 2010, 21). İnsanları, aktardıklarının gerçek olduğuna inandıran ve kendisini izleyen kitlede sağlam bir kaynak izlenimi oluşturan medya, gerçek olarak sundukları kadar olaylara yaklaşım ve gerçeğe bakış açısını da kurgulamaktadır (Leon ve Angst, 2005, 18). Gerçeklik anlayışının ve gerçeğin algılanmasının üreticisi olan medya bir anlamlandırma öznesi olarak da karşımıza çıkmaktadır (Meder ve Çeğin, 2004, 160).

Gerçekliğin deneyim ve bilgilere dayalı olarak farklı biçimlerde algılanabildiği dikkate alındığında, medya kendi açısından gerçekleri yansıtan yayınlar yaptığını iddia ederken, medyanın karşısındaki kitleri oluşturan insanların yaşadıkları dünyada medyadaki gerçekliğe ait parçalar bulmakta zorlandıklarını söylemeleri medya ve gerçeklik ilişkisi konusunda fikir vermektedir (Yurdigül, 2011,23). Medya çoğu zaman kendi imgelemine de gerçek olarak algılamakta ve öylece yansıtmaktadır.

Tüm dünyaya yayılan ağları, sürekli yinelenen iletileri ve insanların özel mekânlarına kadar giren yayımlarıyla yaşamsal nitelik kazanan medya, insanların yaşamda gereksinim duydukları yaşam bilgileri, izlenimler ve modeller konusunda da kaynak olarak

algılanmaktadır. Teknolojinin çokluğuyla birlikte yaşanan ileti karmaşasının içinde güven kazanmaya çalışan medya, gerçeklere yakınlaştırmaya çalıştığı imgesel verilerle insanların dikkatini ve ilgisini çekmekte, aktrardıklarını model olarak benimsetebilmektedir (Nerlich, 2007, 450). Medyanın hayal dünyaları, medyada karşılaştıkları iletileri fazlaca sorgulamadan alan kişilerde, medyanın imgesel iletilerinin gerçeklerle örtüşmediği durumlarda sorun yaşanmasına neden olmaktadır.

Model arayışı içinde olan yeni kuşaklar için temel başvuru araçları olan medya, genç kuşağın hayallere eğilimli psikolojisini fazlasıyla doyuran ve gereksinim duydukları yaşamsal iletileri imgelerle aktarmaktadır. Medyada karşılaştıkları imgesel yaşamı büyük ölçüde sorgulamadan benimseyen kuşaklar yaşam modeli olarak da medyada gördükleri biçimleri seçebilmektedir. Kendisiyle en çok ilgilenen ve en çok etkilenenleri dikkate alarak üretimler tasarlayan medya, imgesel dünyalara merakı nedeniyle genç kuşak ve kadınlara özel bir ilgiyle seslenmektedir (Barber ve Axinn, 2004, 1194). Medyanın çekici hayal dünyaları nedeniyle en büyük hedef kitlesini yeni kuşaklar ve kadınlar oluşturmaktadır.

Modern çağın çağdan beklentilerini gelişmiş teknolojinin olanaklarıyla karşılayan medya, ilginç harf karakterleri, ilk kez kullanılan renkler, fantastik fotoğraflar, üzerinde işlemler yapılarak eğlenceli biçime dönüştürülmüş fotoğraflar, parlak baskılar, çok uzaklardan yapılan canlı yayınlarla görkemli dünyalar kurmaktadır. Medyanın kitlelere sunduğu çekici hayal dünyaları, teknolojinin medyaya sağladığı olanaklarla ortaya çıkmaktadır (Garrety ve Badham, 2004, 206). İnsanları türlü aldatmacalarla farklı dünyalara götürebilen medya teknolojileri, medyaya büyük kazançlar sağlayan araca da dönüşmektedir.

Medyanın, gerçek dünyayı ve yaşamın gerçekliğini yansıtması konusundaki görüşlerle ilgili araştırmalar artarken, araştırmalardan ortaya çıkan genel sonuç; medyanın kazanç amacıyla gerçekliği bazen saptırabildiği, bazen imgeleri gerçek olarak yayınlatabildiği ve medyanın gerçeklerden daha çok gerçekdışılıkla ilgilendiği çerçevesinde biçimlenmektedir (Şahin ve Tüzel, 2011, 138). Gerçekliğe ilgisi oranında kendisine duyulan güven de değişkenlik gösteren medya, insanların beklentilerini, içinde gerçeklerin sorunlarından ve sıkıntılarından uzaklaşılabilen görkemli hayal dünyalarıyla karşılamak yoluna gitmektedir. Gerçeklere çok yakın olmayan ve belirli çıkar hesaplarıyla oluşturulmuş içeriğiyle seçik bir yanılzamaya neden olan medya, somut biçimlerden çok yaklaşımların ve düşüncelerin yönlendiricisi ve yöneticisi olarak yaşamın içine yerleşmektedir (Zahavi, 2008, 369).

Sonuç

Çağdaş yaşamın vazgeçilmez unsurları olan medya, bir yandan insanların, haber alma, toplumsal gündemi izleme, zaman geçirme ve eğlenme gereksinimlerini karşılar, bir yandan da imgesel temeller üzerinde hazırladığı üretimlerle insanları gerçeklerden uzaklaştırabilme, gerçekler konusunda yanıltabilme tehlikesi oluşturmaktadır. Özellikle çağdaş yaşamın yoğun ritmi içinde bulunan insanların rahatlama, eğlenme ve zaman geçirme gereksinimlerini karşılamak üzere görkemli hayallerden oluşmuş dünyalar kuran medya, bu yolla büyük kazançlar sağlarken, gerçeklerin ötelenmesi veya üzerinin örtülmesi tehlikesine de neden olabilmektedir.

Medyayı, kazanç sağlamak uğruna anlamları basitleştiren, daha geniş kitlelere ulaşmak için daha renkli ve heyecanlı temalarla kitlelere seslenen araçlar olmakla eleştiren görüşlerin yanı sıra, medyanın gerçeklikle ilişkisini sorgulayan ve insanların gerçeklerinin

medyadan olduğu gibi yansımadığını savunan görüşler de bulunmaktadır. Çağdaş dünyada insanların kolay anlaşılabilir iletilere ve gösterişli hayallerle oluşturulmuş ortamlara olan merakı ve ilgisi medyanın imgesel çalışmalarına temel oluşturmaktadır.

Çağın genel paranoyalarından, yoğun kent yaşamından kaynaklanan sorunlar insanları, içinde mutlu olduklarını hissedebilecekleri, sorunlarını düşünmekten uzaklaşabilecekleri hayal dünyaları aramaya itmektir. Teknolojinin de yardımıyla akılları bile zorlayabilen görkemli hayaller ve öyküler oluşturabilen medya, düşünmeye ve sıkılmaya olanak tanımayan imgesel üretimleriyle insanların dertlerine çare gibi görünmektedir. Medyanın imgesel dünyası, gerçeklerden kaçarak rahatlamaya çalışan insanlar için bulunmaz fırsat niteliği taşımaktadır.

Sayısal olanaklar ve bilgisayarla donatılmış bir ortamda büyüyen yeni kuşaklar hayallerin ve eğlencenin çok daha çeşitli ve gösterişli örnekleriyle karşılaşırken, gerçekleri algılayabilme sürecinde de sıkıntılar yaşamaktadırlar. Gerçeğin medyada gördükleri ve duydukları gibi olduğunu düşünen genç kuşaklar, kendileri için medyadan öğrendikleri gerçek modeliyle örtüşen bir gelecek tasarlamaktadır. Genç kuşaklar, medyadan öğrendikleri gerçek izlenimiyle yaşamdaki gerçeklerin örtüşmediğini gördüklerinde ise şaşırmakta, bocalamakta ve sert tepkiler gösterebilmektedirler.

İnsanların, medyada karşılaştıklarının tümünü gerçek olarak algılamaları, gerçek yaşamda karşılaştıkları sorunların anlaşılması, ilişkilerin belirlenmesi, yaşamın felsefesinin seçikleştirilmesi, üretimler için kaynak oluşturulması gibi konularda yanımlara neden olabilmektedir. Medyanın tasarladığı gerçekleri öteleyen görkemli imgesel dünyalar, gerçek yaşamından sorunlarından uzaklaşarak rahatlamak isteyen insanlar için geçici çözümler sunsa da, medyanın imgesel iletilerini çözümleyemeyen insanlar için gerçek yaşamda sorunlara neden olmaktadır.

Çağdaş yaşamın başlıca dinamiği olan medya çağın koşulları gereği çoğu zaman basir yollarla toplum içinde yer alma, eğlenme ve sıkıntılardan kurtulma araçları olarak kullanılmaktadır. Bu nedenlerle medya çoğu zaman imgesel temelli yapımların daha çok ilgi gördüğü düşüncesiyle çalışmaktadır. Yayınlarında gerçek temelli üretimlerin yanı sıra çok fazla imgesel yapımlara yer veren ve bazen gerçeklerden uzaklaşacak ölçüde imge kullanan medya, kitlenin salt gerçekle imgelere dayalı üretimleri ayort etmesini sağlayan nüasnları kullanmasıyla toplumsal ve yaşamsal işlevini güçlendirecektir.

KAYNAKLAR

- ALLEN, Lori A. (2009). "Martyr Bodies in the Media: Human Rights, Aesthetics, and the Politics of Immediation in the Palestinian Intifada". **American Ethnologist**. 36 (1): 161-180.
- ALTHEIDE, David L. (1984). "Media Hegemony: A Failure of Perspective". **The Public Opinion Quarterly**. 48 (2): 476-490.
- BARABAS, Jason ve JERİT, Jennifer (2009). "Estimating the Causal Effects of Media Coverage on Policy-Specific Knowledge". **American Journal of Political Science**. 53 (1): 73-89.
- BARBER, Jennifer s. Ve AXINN, William G. (2004). "New Ideas and Fertility Limitation: The Role of Mass Media". **Journal of Marriage and Family**. 66 (5): 1180-1200.
- BERTRAND, Claude-Jean (1978). "The Media and the Dream: The Progressive Rides Again". **Revue Française D'études Americaines**. 6: 195-210.

- CHRISTOPHER, A. Cooper (2002). "Media Tactics in the Stage Legislature". **State Politics & Policy Quarterly**. 2 (4): 353-371.
- COULDRY, Nick ve MARKHAM, Tim (2006). "Public Connection through Media Consumption: Between Oversocialization and De-Socialization?". **Annals of the American Academy of Political and Social Science**. 608: 251-269.
- FLOWERS, Julianne F. ve HAYNES, Audrey A. ve CRESPIAN, Michael H. (2003). "The Media, the Campaign, and the Message". **American Journal of Political Science**. 47 (2): 259-273.
- GARRETY, Karin ve BADHAM, Richard (2004). "User-Centered Design and the Normative Politics of Technology". **Science, Technology, & Human Values**. 29 (2): 191-212.
- GRAÏNGE, Paul (2001). "Global Media and the Ambiguities of Resonant Americanism". **American Studies International**. 39 (3): 4-24.
- HUNT, Arnold (1997). "'Moral Panic' and Moral Language in the Media". **The British Journal of Sociology**. 48 (4): 629-648.
- İNCE, Gökçen Başaran (2010). "Medya ve Toplumsal Hafıza". **Kültür ve İletişim**. 13 (1): 9-29.
- JACOBS, Ronald N. (2009). "Scientific Article: Culture, the Public Sphere, and Media Sociology: A Search for A Classical Founder in the Work of Robert Park". **The American Sociologist**. 40 (3): 149-166.
- LANG, Kurt (1974). "Images of Society: Media Research in Germany". **The Public Opinion Quarterly**. 38 (3): 335-351.
- LEON, Kim ve ANGST, Erin (2005). "Portrayals of Stepfamilies in Film: Using Media Images in Remarriage Education". **Family Relations**. 54 (1): 3-23.
- LEWIS, J. David ve WEİGERT, Andrew (1985). "Trust as a Social Reality". **Social Forces**. 63 (4): 967-985.
- LİLLARD, Richard Q. (1975). "Through the Disciplines with Spartacus: The Uses of A Hero in History and the Media". **American Studies**. 16 (2): 15-28.
- LİVİNGSTONE, Sonia ve LUNT, Peter (2007). "Representing Citizens and Consumers in Media and Communications Regulation". **Annals of the American Academy of Political and Social Sciences**. 611: 61-65.
- MAİSEİ, Richard (1973). "The Decline of Mass Media". **The Public Opinion Quarterly**. 37 (2): 159-170.
- MALONE, Ruth E. ve BOYD, Elizabeth ve BERO, Lisa A. (2000). "Science in the News: Journalists' Constructions of Passive Smoking as a Social Problem". **Social Studies of Science**. 30 (5): 713-735.
- MARLİNG, William (2000). "Globalisms: Imaginary and Real". **American Studies**. 41 (2/3): 321-332.

- MARTİN, Ronald E. ve HİPPENSTEEL, Scott P. ve Nikitina, Daria ve Pizzuto, James E. (2002). “Artificial Time-Averaging of Marsh Foraminiferal Assemblages: Linking the Temporal Scales of Ecology and Paleocology”. **Paleobiology**. 28 (2): 263-277.
- MCLUHAN, Marshall (1959). “Myth and Mass Media”. **Daedalus**. 88 (2): 339-348.
- MEDER, Mehmet ve ÇEĞİN, Güney (2004). “Sembolik Şiddet Arenası: Televizyon ve Medyatik Söylemin Özerkliği Sorunu”. **Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**. 1 (15): 157-165.
- MUTZ, Diana C. and MARTİN, Paul S. (2001). “Facilitating Communication across Lines of Political Difference: The Role of Mass Media”. *The American Political Science Review*. 95 (1): 97-114.
- NALÇAOĞLU, Halil (2003). “Medya ve Toplum İlişisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve”. **Medya ve Toplum**. Ed. Seveda Alankuş. İstanbul: İletişim Vakfı Yayınları. S. 43-57.
- NERLİCH, Brigitte (2007). “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 (4): 432-457.
- NEWBURY, Michael (2005). “Polite Gaiety: Cultural Hierarchy and Musical Comedy, 1893-1904”. **The Journal of the Gilded Age and Progressive Era**. 4 (4): 381-407.
- RİBBAT, Christoph (2002). “Handling the Media, Surviving ‘The Corrections’: Jonathan Franzen and the Fate of the Author”. **Amerikastuden/American Studies**. 47 (4): 555-566.
- SCHNECK, Peter (2007). “‘To See Things Before Other People See Them’: Don DeLillo’s Visual Poetics”. **American Studies**. 52 (1): 103-120.
- SEREMETAKİS, C. Nadia (2009). “Divination, Media, and the Networked Body of Modernity”. **American Ethnologist**. 36 (2): 336-350.
- STOLL, Mary Lyn (2008). “Blacklash Hits Business Ethics: Finding Effective Strategies for Communicating the Importance of Corporate Social Responsibility”. **Journal of Business Ethics**. 78 (1/2): 17-24.
- ŞAHİN, Çavuş ve TÜZEL, Sait (2011). “Medya Dünyasının Gerçek Dünyayı Yansıtma Düzeyinin Öğretmen Adaylarının Görüşleri Doğrultusunda Belirlenmesi”. **Eğitim ve Bilim**. 36 (159): 127-140.
- TİEMEY, Kathleen ve BEVC, Christine ve KULİGOWSKİ, Erica (2006). “Metaphors Matter: Disaster Myths, Media Frames, and Their Consequences in Hurricane Katrina”. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**. March 2006, S. 57-81.
- TÖRENLİ, Nurcan (2004). *Enformasyon Toplumu ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- TÜRKOĞLU, Nurçay (2010). **Toplumsal İletişim**. İstanbul: Urban.
- YURDİGÜL, Yusuf (2011). “Kurgusal Gerçeklik Bağlamında Haber ve Gerçeklik İlişkisi”. **Atatürk İletişim Dergisi**. 1: 13-24.
- ZAHAVİ, Dan (2008). “Internalism, Externalism, and Transcendental Idealism”. **Synthese**. 160 (3): 355-374.