

# MEDYA VE MODERNLİK

Mukadder akır

Parsömen

Parşömen ® Yayınları  
parsomenyayincilik@mynet.com  
Kültürel Çalışmalar Genel Yayın Yönetmeni  
İsmet Gülseçgin

©Mukadder Çakır  
Medya ve Modernlik  
Her türlü yayın hakkı Parşömen Yayınlarına aittir. Hiç bir  
Biçimde izinsiz çoğaltılamaz.

Yayıncı Sertifika No: 19845  
ISBN 978-605-5391-64-5

Kapak Tasarım: Murat Ertürk

Baskı ve Cilt:  
Barış Matbaacılık&Mücellit  
Güven Sanayi Sitesi C Blok  
Topkapı – İstanbul  
Tel: 0212 674 85 28

1. Baskı 2013 (1000 adet)

PARŞÖMEN YAYINCILIK  
Bağlarbaşı Mah. Feyzullah Cad. No: 2  
Maltepe-İstanbul  
0541 948 99 60

[www.parsomenyayincilik.com](http://www.parsomenyayincilik.com)

MEDYA  
VE  
MODERNLİK

Mukadder akır



## İçindekiler

Sunuş.....	7
1. Esnek Kapitalizme Uyumlu Esnek-İnsan'ı Oluşturma Sürecinde Medya .....	27
2. Bir İletişim Sorunu Olarak Artan Yalnızlıklar ve Yitirilen Uzlet.....	55
3. Gelişen İletişim Teknolojileri ve Gerileyen İletişim Süreci.....	75
4. Küresel Bir Kültür Olarak Fast Food, Televizyon İzleyiciliği, Reklamlar ve Obezite Sorunu.....	89
5. Küreselleşmenin Meydan Okuyucu Niteliğine Çocuk Medyasından Bir Örnek: Sünger Bob'la Kutsanan Fast Food Kültürü ve Çalışma Etiği.....	137
6. Türkçe İnternet Haberlerinde Kaçak Göçmenliğin Yeri: Görünenler Görünmeyenler.....	167
7. 1965 Yılı Son Dört Ayı İçinde Türkiye'de Radyonun Durumu.....	195
8. Her An Ölenlerin Her An Yaşayanlardan Çok Olduğu Çağımızda Elveda Diyebilmek.....	227

9. Ütopyalar Güzeldir.....	247
10. Odysseus'tan Bugüne.....	267
11. Nietzsche'de Hayatı Olumlama Eğilimi ve Sanat Tutkusu.....	279
12. Popüler Kültür ve Gösteri.....	321

## Sunuş

### Medya ve Modernlik

Medya, modernliğin ve modern toplumun asli öğelerinden biridir ve onun içinde sürekli gelişerek yeni konumlar kazanır. Medya, modernliği, modern olmayı, moderniteyi kendi anlatılarında açıklar ve onun karmaşıklığı ile nasıl baş edilebileceğinin ipuçlarını verir, bunları öğretir. Bu noktada önerdiği şey daha çok kitle kültürü ve popüler kültür ürünlerinin değişik formlarıdır: filmler, müzikler, moda, eğlence biçimleri, ilişkilere bakış açıları, serbest zaman etkinlikleri, gündelik yaşam pratikleri, bilime ve sanata bakış açıları, teknolojiye bakış açısı, sosyal sorunları değerlendirme biçimi, dine, geleneğe, ahlaki davranışlara yaklaşım biçimleri ve insan hayatının hemen her alanına denk düşen kültürel deneyimler.

Modern dünya geleneksel toplumlara kıyasla daha karmaşık ve karşılıklı bağımlılıklar taşıyan ve bunları

çoğaltan bir yapıdır. Geleneksel toplumda yüz yüze ve insan kaynaklı iletişim esas iken, sınırlar aşılmaya ve kentsel yaşantılar artmaya başladıkça sıradan insanlar için medya ile tanışıklıklar ve karşılaşmalar da artmaya başlar. Kanaat önderleri değişir. Yaşlılar sahip oldukları sosyal itibarı giderek kaybeder çünkü enformasyon ve haberin kaynağı, giderek daha fazla medyayı takip eden gençler olmaya başlar. Yani medya, modernleşme süreci boyunca, kültürel dönüşümler bağlamında önemi giderek artan bir aktöre dönüşür. Özellikle teknik yetkinliğini ve yayılmasını artırdıkça, bu süreç karşılıklı bir şekilde birbirini besler. İletişim teknolojilerinin sürekli gelişmesi, ucuzlaması, kullanımlarının kolaylaşması, bireysel kullanım biçimlerinin geliştirilmesi, taşınabilir boyutlarda da üretilmesi ve karmaşık yapılarının giderilmesi, medyanın etkisinin artışı yönünde etkide bulunur.

Medyanın teknolojik gelişimi ve basılıdan elektroniğe geçişi, modern toplumdaki bireylerin benlik oluşumunu da etkileyen önemli süreçlerdendir. Birey iletişim teknolojileriyle bir taraftan yeni bilgi potansiyellerine kolaylıkla ulaşabilir ve iktidar ilişkilerindeki yüz yüzelikten kurtulur ki bu onun mesleki gelişimini ve uzmanlığını olumlu etkiler; ancak diğer taraftan da, toplumsal ilişkilerdeki devamlı değişim bireyin benliğinin de devamlı değişmesini gerektirir. Kapitalizmin ve modernitenin sürekli değişimi Richard Sennett'in "Karakter Aşınması" dediği kişiliksizleşme yani kimliğini oluşturamama sorununu beraberinde getirir. Medya, modern



bireyin esnekliğini ve hareketliliğini destekleyici bir rol oynar. İdeolojik gönderilerin etkisi altında kalma ve ileti bombardımanı da kimliğin oluşumunu olumsuz etkileyen faktörlerdendir.

Medya uzakları yakınlaştırdıkça yani dünyayı evlerimize görsel olarak taşıdıkça fiziksel dolaşım zorunluluğunu ortadan kaldırır ama aynı zamanda yakınları da uzaklaştırır. İnsanı kendinden ve sorunlarından uzak tutar, hatta kopartır. Bu noktada hangisinin insan için daha sağlıklı olduğu sorusu, tartışılması gereken bir soruna dönüşür. Kendisini, ailesini, yakınlarını, komşularını yeterince tanımayan bir insan, medya ile evine çok uzak ölke ve kıtalardan gelen bu insanları, bu ilişkileri ne kadar tanıyabilecektir?

Medya ve modernlik, bu ve benzeri konularda görölebileceği gibi gerçeklikte, birbiri ile son derece iç içe geçmiş, giriftleşmiş ilişkiler yumağı şeklinde işlemektedir. Medya, modern kapitalist toplumun ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel nitelikte her türlü özelliğinden doğrudan etkilenmekte, kültür endüstrilerinin önemli bir parçası olarak bu yapının genel ekonomik-politik özelliklerini taşımakta, üstelik bu işleyişin tanıtımına, benimsenmesine, kabul edilmesine vesile olmakta, kültürel ve bilişsel süreçleri uzmanca yeniden üretmektedir. Medya, modernliğin sürekli ve hep yeniden üretildiği oldukça bereketli bir alanıdır.

### **Modernliğin Sosyal ve Ekonomik Kökeni**

Sürekli bir yenilik, değişim, hız ve yıkıp-kurma süreci olarak Modernlik ya da modernite yani bitmeyen çağdaşlaşma olgusu Ortaçağ'daki Batılı derebeylik sisteminin zayıflayıp çözülmesi ile birlikte gelişmiş; tüccarların burjuvaziye, serflerin işçilere, loncaların atölyelere evrilmesi ve kentlerin eski sınırları aşip nüfus olarak ve pazar olarak büyümesi ile özel mülkiyete ve işçi emeği ile var olabilen sermayeye dayalı kapitalist bir burjuva toplumu biçimine dönüşmesi şeklinde doğmuştur.

Modernitenin ve kapitalizmin en önemli yapı taşlarından biri, sürekli krizlerdir. Öyle ki, kapitalizm tarihi boyunca kendisi ile koşut olarak krizleri yaratmış, keskin çelişkiler ve kaotik süreçler sonucunda krizlerin büyümesine, yayılmasına ve derinleşmesine ortam hazırlamıştır. Bu nedenle, Modernlik, Modern olmak ya da Modernleşme süreci, ekonomik, siyasal, sosyal ve bireysel anlamlarda sürekli değişimler ve sürekli krizler evreninde bulunmak ve yaşamak demektir. Geleneksel toplumlardan farklı olan modern toplumda bilgi alanı sürekli ve hızlı bir şekilde genişlerken, bilgi, teknolojinin farklı formlarına dönüşerek üretime aktarılır; yeni kaynaklarla verimlilik sürekli artırılmaya çalışılır. İnsan, geleneksel, ahlâki ve dinsel değerlere bağlılıktan giderek uzaklaşırken, insan etkinliği, öz olarak nesnel, yararcı ve akılcı (rasyonel) bir temele dayanmaya başlar. Görenek ve adetlerin kolektif ifadesinin yerini, bireysel ifadeler alır. Kollektiviteler insanın hayatında giderek azalır. Ge-