

KÜRESEL MEDYADAN OKURYAZAR MEDYAYA

Sevgi KESİM*

Abstract

The main subject of this article is, global media and its unavoidable influence on society. Along with the criticisms about global media which effects all aspects of our lives, the ways of protecting ourselves and our future from this impact has been considered.

Key Words: Functions Media, Global Media, Literate Media

Giriş

Medyanın toplumsal ve bireysel yaşamdaki önemi gittikçe derinleşmektedir. Buna bağlı olarak da toplumsal gerçeklikle ilgili çalışmalarda medya merkez noktasını oluşturmuştur. Bu merkeziliğin temelinde “küreselleşme” dalgası yer almaktadır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler var olan kitle iletişim araçlarının kullanım alanlarını genişletirken, yeni gelişmeler de günlük yaşam pratiklerine daha fazla nüfus etmektedir.

Kitle iletişim araçlarının hayatımız içindeki yerine baktığımızda, adeta bir bombardıman altında olduğumuzu görebiliyoruz. Bu

*Mimar Sinan Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Doktora Öğrencisi

durum nereye baksak, neyi dinlesek, nereye gitsek söz konusudur. Hatta kabuslarımızın ve rüyalarımızın bile içine sızmıştır. İlan panolarından- otobüs duraklarına, metro kartlarından- köşebaşı bildirilerine; arabaların ön camındaki silecek böceklerinden- reklamlara, kredi kartlarından- haykıran radyolara, günlük gazetelerden- robot bilgisayarlar kadar satın aldığımız ve baktığımız her şeyde... *Her köşede incelikli bir saldırıya maruz kalıyoruz.* (Chomsky 1993: 7-8)

Evet... son yıllar medyanın baştacısı olduğu yıllar. Kimi zaman eğlence aracı, kimi zaman vakit geçirme, bazen psikiyatri koltuğumuz, bazense anarşi nedenimiz ama ne olursa olsun kontrolün elinde olduğu bir gerçek.

Küresel kültürün taşıyıcısı olan kitle iletişim araçlarına karşı nefret ve sevgi duyguları arasında, medyanın yarattığı bu cendereden kurtulmanın yolları aranmaktadır. Bu yazıda dünyanın küresel bir köye dönmesine neden olan medyaya karşı birşeyler yapılabilir mi sorusu üzerinde durulacaktır.

Medyanın İşlevleri

Kitle iletişim araçları enformasyon veren ve yayan bilgi endüstrisinin parçasıdır. Bu parçanın temel özellikleri şu şekildedir,

Amaçlara yönelik özellikler: Kitle iletişimindeki temel amaç , iletinin geniş kitlelere ulaşmasıdır. Bu amaç iletinin göndericiden alıcılara, bireylerden izleyici kitlesine ve kannat önderlerine kadar toplumun her kesimine ve kurumlara kadar ulaşmasını sağlamaktır.

Kaynağa Yönelik Özellikler: Kitle iletişiminde kaynak; kurum, kuruluş veya bir organizasyondur. Kaynaktaki kurumsal kimlik

editörler, sermaye sahipleri, muhabirler ile bunlarla ilgili olan ilişkilerle ayrıca teknoloji ve meslek etiği ile oluşur.

Kitle İletişim Araçlarına Yönelik Özellikler: Kitle İletişim “eş deyişle medya” araçları, kaynaktan uzakta bulunan, birbirlerinden ayrı konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilen teknolojik ortamlardır. Bu ortamlar, mekansal bağ olmaksızın, istenilen her yerde aynı zamanda bulunabilir ve olayları anında aktarabilir. Ayrıca ucuz ve sürekli dir.

İletiyeye Yönelik Özellikler: İletilir çoğaltılabilir ve alıcılar tarafından yeniden üretilerek belirli bir anlama kavuşturulabilir..

Alıcılara Yönelik Özellikler: Alıcılar heterojen ve kimliksizdir. Kaynak ve alıcı birbirini tanımaz. Yani kitle iletişim araçları ile alıcı birbirini tanımazlar. Alıcı kitlenin istekleri, gönderenin hedefini oluşturabileceği gibi, kaynağın amaçları bu içeriği belirleyebilmektedir. Öte yandan yerel ve fiziksel olarak birbirinden ayrılmış bulunan alıcı kitlesi, toplu şekilde hareket etme gücüne sahip değildir. Ancak alıcılar, gelen mesajları seçme özgürlüğüne ve görmezden görme hakkına sahiptirler.

Geri Bildirime Yönelik Özellikler: Büyük kitlelere ileti gönderildikten sonra hemen ya da kısa sürede tepki alınması söz konusu değildir. Alıcı iletiyi aldığı anda cevap vermeyebilir. Bu yüzden de kitle iletişim araçları aslında tek yönlüdür ve gönderici-alıcı arasında keskin bir kutuplaşma bulunmaktadır. (Yüksel 2001: 5-6) Medyanın bu işlevlerinin yanında toplumsal yaşantı içinde pek çok işlevi bulunmaktadır. Bu işlevler:

Habercilik: Bireysel, toplumsal, ulusal ve uluslararası durumları akılcı bir biçimde kavramak ve gerekli kararları alabilmek için

zorunlu olan habere veri, olgu, mesaj, görüş ve yorumların toplanması, depolanması, işlenmesi ve dağıtılması,

Toplumsallaştırma: Bireylere toplumla buluşma olanakları sağlama,

Motivasyon: Toplumun ulaşmak istediği amaçları izlemek, kişisel tercih ve özelemleri yüceltmek,

Tartışma ve diyalog: Bütün yerel, ulusal ve uluslararası sorunlarda kamu çıkarını ve katılımı güçlendirmek için gerekli enformasyonları sağlamak,

Eğitim: Yaşamın bütün aşamalarında kişinin yetenek ve becerilerinin gelişmesine yardımcı olacak bilgileri iletmek,

Kültürel geliştirme: Geçmişin mirasını korumak ve kültürel ufukları genişletmek,

Eğlence: İşaret, simge, ses ve imgeler aracılığıyla tiyatro, dans, sanat, edebiyat, müzik, spor ve oyun gibi bireysel ve toplu nitelikli yaratıcı etkinlikleri yaymak,

Bütünleştirme: Kişi, grup ve ulusların karşılıklı olarak birbirlerini tanımaları ve anlamaları için gerekli olan mesaj çoğulculuğuna ulaşmayı kolaylaştırmak (MacBride 1993:15) şeklindedir.

Küresel Kültür Dağıtıcısı Medya

Kitle iletişim araçlarının işlevleri çok genişlemiş ve asıl işlevi olan topluma bilgi ve haber aktarımı ise giderek daha ikinci konuma doğru itilmiştir. Medyanın merkezinin tarihsel gelişim çizgisine baktığımızda Batı dünyasının varlığını görürüz.

Frankfurt Ekolünün de yarım yüzyıl önce vurguladığı gibi kitle iletişim araçları kültür endüstrileri olarak günümüzde global bir

nitelik kazanmıştır. Ayrıca medya tüm üretim ve tüketim süreçlerinde kendisine yer bulmuştur.

1980'li yıllardan bu yana egemen olan Yeni Çağ düşüncesi ile Neo-Liberal politikalara dayalı tek kutuplu Yeni Dünya Düzeni'ni küreselleşen para piyasaları ile global medya oluşturmuştur. Global medyanın temellerinin atılmasında telekomünikasyon alanında ve başta Avrupa olmak üzere tüm dünyada, Radyo-Televizyon alanında özelleştirmeye gidilmesi yer almaktadır. Radyo ve televizyon alanında kamusal tekeller kaldırılmış ve kamu hizmeti yayıncılığı da büyük bir darbe yemiştir. Bu gelişmeyle birlikte sayıları yirmiyi geçmeyen çoğu ABD ya da AB çıkışlı olan medya kuruluşları tüm dünyada hakimiyet kurmuştur. (Kayalı 2002)

Dört tarafımızı çevreleyen bu kuruluşların hakimiyetinin temelleri soğuk savaş döneminin bitmesine dayanmaktadır. Soğuk savaş ekonomisinde askeri sanayi kompleksi nasıl bir yer tuttuysa, soğuk savaş döneminin bitmesi ve küreselleşme dalgasıyla birlikte, medya sanayi kompleksi, küresel bilgilendirme (enformasyon) ekonomisinin çekirdek bir kesimi olarak ortaya çıktı. Bu kompleks, yalnız Hollywood'u değil hızla büyüyen kablo ve program şirketlerinin yanısıra geleneksel TV ve yazılı basını da içerisine alıyordu. Soğuk savaşın sona erişiyile birlikte, tarihin büyük güçlerinin birey hayatı içindeki yeri azaldı. Artık refah içinde yaşayan bu toplumlarda sansasyonel medyaya karşı aşırı bir talep oldu. Sansasyonel medya da nerdeyse seri halde bu haberleri üretmeye başladı ve *gösteri sanayileşti*. (Gardels 1998:6)

Dünya artık her şeyin yapay olarak kurgulandığı bir tiyatro sahnesine dönmüştür. Siyaset, kitle halindeki tüketimin içinde sergilenmektedir. Televizyon belgeselleri bile artık eğlence

programlarına benzer oldu, gazetecilik ise realite ile fiksiyon arasında sallanıp durmaktadır. Gerçek şahıslar melodram kahramanlarına indirgenmiş, buna karşılık fiksiyon karakterleri insanların zihninde “reel” kişiler mertebesine yükselmiştir. Her şey bir anda olup bitmekte ve herkes dünya sahnesinde cereyan eden olayları aynı anda izleyebilmektedir. Dünyanın farklı bölgesindeki insanların Körfez Savaşı’nı, dünya kupası maçlarını ve eğlence dünyasının olaylarını seyredip tanığı olabilmeleri gibi... Bu tiyatrosallık Anderson’a göre, “zamanımızın” doğal ve kaçınılmaz özelliğidir. İnsanların pekçoğı gerçekliğin aslında toplumsal bir kurgulama olduğunu anlamaya başladığında meydana gelendir. (Sedar 1998: 28)

Medyada yaşanan dönüşümlerden biri de, medyaya kaynak yatırımların kompozisyonlarının değışmesidir. Artık daha çok basın dışı alanlardan, bankacılık ve mütahhitlik gibi sektörlerden kaynak yatırılmakta daha doğrusu aktarılmaktadır. Medya kuruluşları artık nerdeyse yayıncılığı ek iş olarak görüp, piyasa koşullarına göre faaliyet göstermeye başlamışlardır. Bunun yanında kar payı en yüksek sektör haline gelmiştir. Piyasa koşullarına göre yapılan habercilikte kamusal hizmet anlayışı terk edilmiştir. Habercilik yerini “haber” ve “eğlence” sözcüklerinden türetilen haber-eğlence işlevine bırakmıştır. Kamuoyunu bilgilendirmekteki bu değışikliği Andries Van Agt şu şekilde açıklamaktadır: “Kamuoyunu bilgilendirmenin yerini magazin sansasyonculuğı almış durumdadır. Bu birbirleriyle ilişkili bir dizi nedenden kaynaklanıyor. O nedenlerin en başta geleni ise pazar ekonomisinin sorumlu basından postmodern kültürün kitle tüketim pazarından hoppa bir basına geçilmiş olması. Sosyal söylemde düşüncelerin yeni

imajların aldığı bu yeni kültürde, merkezi figürler olarak yetkililerin yerini ünlüler aldı...” Bu erozyon aslında 24 saat kesintisiz yayın yapılmasını ve sürekli haber yapılma zorunluluğunu doğurdu. Üstelik bu kadar çok medya araçları arasında bir yer edinmek ve fark edilmek için sansasyonel olmak zorundasınız. Rekabet artık sansasyondur. (Van Agt 1998: 42-43)

Medya artık ABD ve onun uzantısı olan ülkelerde neyin yanlış olduğunu ortaya koymaya önem verirken, hükümetlerin neyi doğru yaptığına ilişkin etraflı haber aktarmıyor. Bu tutum din, eğitim, ekonomi gibi temel konulara yaklaşımda ortaya çıkıyor. Medya böylece bir şey yanlış gittiğinde havlaması gereken bekçi köpeğinden çok bir saldırı köpeği olmuştur. Üstelik *“Bacağına saldırıp daha fazlasını isteyen” bir köpek...* (Sedar 1998: 27)

Medya artık her şeyiyle değişmiştir. İşlevlerinden, sermayesine, araçlarından, yöntemine, aktörlerinden, tüketicisine kadar... Medya hala en büyük güçtür. Ama bu güç ilişkisinde ki rolü değişmiştir. Artık hem otoriteyi hem de yargıcı temsil etmektedir.

Küresel Medyaya Nasıl Direnilir ki...?

Küresel medyanın ve bu medyanın yaratıcısı olan Amerikan medya endüstrisi ve uzantılarının üstünlüğü ortadadır. Bu endüstriyi Oliver Stone *“Medya Canavarı” olarak nitelendirip* *““Medya bu memlekette çok yıkıcı bir güç haline geldi. Asla özür dilemeyen bir canavar. Yaptığı zarar vermek ve yürüyüp gitmek.”Talk Radio’ filminde ve hatta ‘JFK’ de bu konuyu işledim. Televizyon ekranından yansıyan nihilim ve şiddetin büyülediği hayatlar yıkıcı akibetini oyuna dönüştüren karakterleri anlatan ‘Natural Born Killers’da da aynı konuyu işlemiştim. Benim için bu*

film, Amerikan kitle kültüründen biriktirdiklerimi kusmak anlamına geliyordu. 'Natural Born Killers' , O.J. Simpson Hakkındaydı.O film Roma sirkisi gibi, kitleleri her gün, her hafta eğlendirebilmek için üretilen bir yığın pislik üstüneydi. Amerikan medyasının sorunu para tarafından yönlendirilmesi. Endüstri, verilecek haber yoksa, sansasyon üretmek zorunda. Kamusal haber bulamayınca da insanların şahsi hayatına tecavüz ediyorlar..." (Aktaran Benrstein 1998: 46)

Evet bu medya canavarına karşı ne yapılabilir? Bu konuyla ilgili olarak öne sürülen birçok düşünce bulunmaktadır. Bu konuda bir şeyler yapılabileceğini düşünenlerin yanısıra, medyanın bu kadar kar merkezli haline gelmesinden dolayı hiçbir şey yapılamayacağına ilişkin düşünceler de bulunmaktadır.

Eğer bu kurumsal medya canavarına karşı bir şeyler yapılacaksa bu öncelikli olarak bireyin kendi üstünde denetimini yeniden ele geçirmesiyle mümkün olabilecektir ki bu da kişinin eğitimsel olarak biçimlenmesine dayanmaktadır. (Gardels 1998: 7)

Bu eğitimin biçimlenmesinde ise okuryazar kültürüne ulaşmış bir toplum dolayısıyla bireylerin olması gerekmektedir. Barry Sanders'ın Öküzün A'sı adlı kitabında küreselleşen kitle iletişim araçlarının yazılı kültürü çökerttiğinden bahseder. Bu çöküşle birlikte medyanın küreselleşmesi sürecinde meydana gelen değişikliklerin bireysel ve toplumsal olarak nasıl yaşandığına değinir. Özellikle şiddet eylemlerinin artmasını da bununla ilişkilendirir. Kişinin eğitimsel olarak biçimlendirilmesini tekrar okuryazarlığa geçişle mümkün kılınacağına inanıyorum. Ama bunun da Sanders'ın belirttiği gibi "iyi bir okuryazar olabilmek için

kaybedilen sözlü kültürün öğelerine dönüş yapmakla" mümkün olabileceği gözükmektedir.

Ayrıca Sanders, tarihsel örneklerin bize, kültürlerin önce bir sözellik aşamasından geçtiklerini, daha sonra okuryazarlık aşamasına girdiklerini gösterdiğini ifade eder.

Özellikle elektronik iletişim araçlarıyla ilgili olarak verdiği örnek ilginçtir; *"bu araçları dinleyen kişi sözellikten uzaktır, çünkü konuşmanın en önemli kuralını çiğner. Dinleyici karşısındakinin sözünü kesmez, oysa karşısındakinin sözünü kesme, tartışma soru sorma, yineleme, insanların kontrolden çıkıp sonra düzene girmesi sözelliğin özünü oluşturur. Konuşma sırasında katılımcılar kuralları çiğneyebilirler ve her an birinin kabalık yapma tehlikesi vardır. Radyo ise sıkı sıkı ambalajlanmış en ince ayrıntısına kadar düzenlenmiş bir iletiyi sunar. Eğer iki kişi birbirinin yüzünü göremiyorsa aralarındaki konuşma gerçek konuşma değildir"*der. (Sanders 1999:43-45)

Okuryazarlığın yeniden radikal bir şekilde tanımlanması gerekmektedir ve bu tanımda sözelliğin, okuryazarlığın şekillendirilmesinde ne kadar önemli olduğuna değinmek gerekir. Sözellik, evet, bir okuryazarlık için gereklidir. Peki bu zor durum nasıl sağlanacaktır. Sanders bunun için okuldaki ve evdeki eğitim sürecinin esas olduğuna değinir ve bir takım önerilerde bulunur. Okuldaki eğitimlerde öğretmenlerin eskiden olduğu gibi masal ya da söylence anlatarak öğretim metodlarına geri dönmeleri gerekir. Çünkü bu öykü anlatma eylemi sayesinde çocuklarda kendi aralarında konuşup öyküleri canlandırıp, oyunlar üretirlerdi. Böylece şimdi olduğu gibi canları sıkıldığında düğmesine basabilecekleri televizyonla değil, öykülerle oynarlardı. Sözlü

kültürde öyküler ve öykü anlatıcıları çok önemlidir. Öyküler topluluğa ait olan her şeyin bir aktarım aracıdır. Bunun yanında tabii ki aile ile okuryazarlık arasındaki ilişki de karşılıklıdır. Okuryazarlık, tartışmalar, eleştiriler, çözümler, öyküler, argümanlar ve konuşmalar aracılığıyla aileyi ayakta tutmuştur. Bilgisayar insanın özünün, silinmesine aracılık ederek, yani öykülerin ve öykü anlatımlarının ortadan kalkmasına neden olarak ailenin de çöküşünü hızlandırmıştır. Ailenin her üyesi bir kabilenin üyesi gibi paylaşılan öyküleri beraberinde taşır. Aile birlikte bir yaşam öyküleri. Bunun için de çocuğun süt çağında mutlaka bir ebeveynle sürekli kalmasına salık verir ve sözlü sanatlarla ilgili eğitimin ilk aşamaları evde başlamalıdır. Çocukların kitle iletişim araçlarıyla çok erken tanışmalarını için yaratıcı bir düşünme gücüne sahip olmaları için yollar gösterilmelidir. Öyküleme çok önemlidir. Bu sayede güzel konuşmayı da öğrenirler ve hitabet sanatı sayesinde sürekli söz dağarcıkları gelişir. İyi okurlar ancak iyi anlatıcılardan ve iyi konuşmacılardan çıkar. (Sanders 1999: 228-230)

Kitle iletişim araçlarının saldırısına karşı koyabilmenin ilk adımı eğitimin yeniden biçimlendirilmesi ve burda da kaybedilen gerçek okuryazarlığa ulaşmaktır. Küreselleşen medyaya karşı direnebilmenin bir ayağında da yerel medyayı küresel medyaya karşı harekete geçirebilmektir. Yerel medyayı harekete geçirebilmek için yerel kültürel geleneklerimizi öncelikle canlandırmak gerekmektedir. Yerel kültür ürünlerinin yapımı için ciddi çabalar gösterilmesi, yerel sinema yapıcılığının teşvik edilmesi, yerel televizyon programları için yatırım yapılması zorunludur. Kısacası hakim Batı kültürünün yerine, ulusal kültürün

anlamını içeren ürünlerin ikame edildiği bir yapı oluşturulmalıdır. (Serdar 1998: 29-30)

Özellikle yerel kültürel değerlerin korunması ve medya saldırısına karşı sivil toplum örgütlerine de çok iş düşmektedir. Örneğin; İspanya'da bir giyim firmasının yayına koyduğu bir dizi reklamda, siyah bir atın beyaz bir kısrakla çiftleşmesini gösteren sahnelere yer verilmiş. Bu saldırgan reklama karşı, bir kadın örgütü kampanya başlatarak, geniş bir kadın kitlesini harekete geçirip reklam durdurulana kadar, kadınların söz konusu firma mamüllerini almamalarını istemiştir. Sonunda kampanya hedefine ulaşmış ve reklam yayından kaldırılmıştır. Bunun gibi birçok örnek artık yavaş yavaş yer almaya başlamıştır. Sivil toplum eylemliliğinin açık toplumda kötü medyayı göğüsleyecek en etkili yollardan biri olduğu da ortadır. (Mayor 1998: 24)

Bunun yanında medyanın artık eskisi gibi kamuya hizmet vermemesi ve dolayısıyla bilgi verme haberciliğinden eğlence endüstrisi haline dönüşmesiyle birlikte medyanın artık halkın değil sermayenin olmasında en büyük problemi teşkil etmektedir. Medya kamunun yeniden ele geçirilmesiyle ilgili olarak Chomsky'nin medya denetimi ile ilgili önermeleri bulunmaktadır. Kendilerine "İmmediast" denen bu grup medyanın tekrar halk denetimine geçmesi için çalışmaktadır. İmmediastlar, medyanın yeniden ele geçirilmesi için halk kültürünü yayın der. Bu da kamu egemenliğinden ve kişisel özgürlükten geçer.

İmmediast yaklaşımı şunları kapsar;

-Karşı-ticari basılı, görsel-işitsel, modern, aktivist ve iletişime dayalı medyanın üretilmesine, farklı türlerin birbirleriyle eşleşmesine ve güçlendirmesine katılmak,

- Şirket ve devlet medya denetiminin temel kaynaklarını, dinamiklerini ve etkilerini belgelemek. Akıl denetimi, davranış değiştirme ve imaj yaratımı yöntemlerini teşhir etmek,
- Aldatıcı, bilgisizleştirici ve bilinçaltı medya etkisine karşı bağışıklık kazanmayı ve kurtulmayı güçlendiren araç ve yöntemleri açıkça tartışmak. Tüm iletişim medyasında çözmek, üretmek ve yayımlamak üzere kamunun medya okuryazarlığını artırmak;
- Kültürel anlatımlar, eğitim, şebeke çalışması ve direnişi yaratmak;
- Radyo ve TV yayınlarında kamu egemenliğini ilan etmek;
- Tüm kamu alanlarını hükümet, şirket ve iş dünyasının mesajlarından kurtarmak;
- Tüm ticari yayın medyasının halka devri ve halk üretim kütüphanelerinin yaratılması;
- Glasnost olarak kurtuluş: Demokratik halk kitle iletişim araçlarının medya ağının ortaya çıkışı.(Chomsky 1998: 19)

İmmediast grubunun öne sürdüğü çözüm önerilerine bakıldığında gerçekleşmesi zor bir yaklaşımla olarak görülmele birlikte medya okuryazarlığın gelişmesi, bireyin ekrandan gelen mesajları veya basından gelen mesajları kontrol edebilmesini sağlayacaktır. Bu noktada da okuryazarlıkla ilgili olarak Sanders'ın ileri sürdüğü okuryazarlık tanımının buna denk düştüğüne inanıyorum.

İmmediast yaklaşımı, medya okuryazarlığının gelişmesi için halk üretim kütüphanelerinin kurulmasını önermektedir. Bu kütüphanelerin içinde basılı, işitsel, görsel ve veri tabanlı olarak materyal üretme olanakları olacaktır. Ele geçirilmiş medyadan, halka hizmet veren medyaya geçiş olacaktır. Bu üretim

kütüphaneleri insanlara konuşabilecekleri bir gırtlak olacaktır.
(Chomsky 1998: 28)

Sonuç

Medya küreselleşmeyle birlikte toplumun en etkili kamusal alanı olması sonucunda da bireylerin ve kurumların üzerinde yaptırım ve ikna gücü olan çok tehlikeli bir araç haline gelmiştir. Üstelik bu aracın artık sadece kar merkezli olarak kullanılması, medyanın bir kaynak ve bilgi iletme görevini, gözetleme ve gösterileştirme olayına bırakmasına neden olmuştur. Medya artık insanların kontrollerini ve özgürlüklerini ya ele geçirmiş yada geçirmek için planlamalar yapmaktadır.

Medyanın bu baskıcı ve özlenen kullanım şeklini Underwood'un yaptığı ayrıştırmaya dayanarak şu şekilde özetleyebiliriz. (Underwood 2002: 121)

Baskıcı Kullanım Medyanın Özgürleşimci Kullanımı

- Merkezi olarak denetlenen Adem-i Merkeziyetçi programlar, Program,
 - Tek verici, birçok almaç, Her almaç, potansiyel verici
 - Tecrit edilmiş ve hareketsizleştirilmiş Kitlelerin seferber edilmesi, Bireyler,
 - Pasif Tüketici davranışı, Katılımcıların etkileşimi, geri besleme,
 - Depolitizasyon süreci, Politik öğrenme süreci,
 - Uzmanların yaptığı üretim, Kollektif üretim,
 - Mülk sahiplerinin ya da bürokratların Öz-örgütlenme yoluyla toplumsal denetim.
- Denetimi.

Yukarıda özetlenen ve şu ana kadar belirttiğimiz küresel medyaya dur diyebilme yoluyla ilgili önermelerin hepsinin temelinde birey ve birey eğitimi bulunmaktadır.

Dünya medyasının rüzgarlarına karşı koyabilmek için yetkililerin denetim gücünden medet umma bir yana bırakılıp, insanın kendi kendini yönetme yetisi, öz yönetsel gücü esas alınmalıdır. Bu yüzden de kişinin eğitsel şekillenmesi çok önemlidir. Kendi aklının ve beğenilerinin hakimi olabilen kimse, verilen mesajlardan neyi alıp alamayacağını, neyi alması gerektiğini çıkarabilir. Eleştirel bir zihniyete sahip olan insan fikirleri alır, diğerlerini bırakır. Eleştirebilen ve düşünen insan, belli bir duruşa sapıp olan ve eleştirel tutumunu sürdürendir. Demokrasinin kendi zaaflarına karşı asıl güvenceside bu eğitimidir.

Kaynaklar

- AGT, Van Andries(1998). "Medya ve Siyasal Otorite", NPQ, cilt:1,say:3:42-45 İstanbul, Bersay Yayıncılık.
- BERSTAIN, Carl(1998). " Watergate'ın Tersine, Bu Bir Ulusal Cinnettir", NPQ, cilt:1,say:3:45-49, İstanbul, Bersay Yayıncılık.
- CHOMSKY,Naom (1995).Medya Denetimi, İstanbul; Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- YÜKSEL Erkan(2001).Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Konya; Çizgi Yayınları.
- GARDELS, Nathan(1998). "Soğuk Kuşatmadan Eğlendirmeye: Medya Sanayi Kompleksinin Yükselişi", NPQ, cilt:1,say:3:6-7, İstanbul, Bersay Yayıncılık.
- KAYALI, A. Raşit. "Türkiye'de 1980 Sonrası Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksimi", <http://www.medyadorduncukuvvet.com>

- MAYOR, Federico(1998). "Amerika'nın Kültürel Nüfusu Azalıyor", NPQ, cilt:1,say:3:23-24, İstanbul, Bersay Yayıncılık.
- McBRIDE, Sean(1993), Bir Çok Ses Tek Bir Dünya, çev: Ertuğrul Özkok ve diğerleri, Ankara: Unesco Türkiye Milli Komitesi Yayını.
- SANDERS, Barry(1999), Öküzün A'sı, çev: Şehnaz Tahir, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SERDAR, Ziyaettin(1998). "Hollywood Postmodernizmi: Yeni Emperyalizm", NPQ, cilt:1,say:3:27-41, İstanbul, Bersay Yayıncılık.
- UNDERWOOD,Mick(2002)."Kamusal Alan Olarak İnternet", Cogito,say:30,İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

