

Kitap Değerlendirmesi

Nick Stevenson, Medya Kültürleri - Sosyal Teori ve Kitle İletişimi Üstüne Bir Değerlendirme

Atakan BATUR*

Teknolojik gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan ve iletişim süreçlerini kitleleştiiren kitle iletişim araçları iletişimi bambaşka bir boyuta taşımıştır. Böylece iletişim süreçleri artık daha kolay, daha hızlı ve daha etkili bir aşamaya ulaşmıştır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla birlikte birey ve toplum hayatında önemli değişiklikler meydana geldiği söylenebilir. Özellikle kitle iletişim araçlarından biri olarak televizyonun sunmuş olduğu olanaklar bireyin ve toplumun gündelik hayat pratiklerinin yeniden şekillenmesine önemli katkılar sağlamıştır.

Birey ve toplum hayatında meydana gelen bu değişimlerde önemli bir rol sahibi olan kitle iletişim araçları, sosyal teori yaklaşımlarının çoğunda gereken ilgiyi görmemiş ve “marjinal” bir konumda tutulduğu ifade edilmiştir. Dolayısıyla medyanın toplumsal değişimde oynadığı rol yeterince değerlendirilmemiş ve görmezden gelinmiştir. Tam da bu noktadan yola çıkan yazar Nick Stevenson (2015) yazmış olduğu *Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi* adlı eserinde bu durumu bir paradoks olarak ifade etmiştir. Yazar Stevenson, sosyal teori ve kitle iletişimi bağlamında ortaya çıkan bu paradoksu şu şekilde ifade etmiştir:

“Sosyal teori okumalarının büyük bir bölümü, çalışma, cinsiyet, yapı ve eylemlilik, ideoloji, metalaşma, bilinçdışı, zaman ve mekân, yurttaşlık, küreselleşme ve diğer konular üzerinedir. Ancak bu metinlerin büyük bir bölümünde kitle iletişim araçları marjinal bir konumdaydı. Son dönemde yazılanların çoğu, modernitede kitle iletişim araçlarının artan önemini teslim eder görünmekteyse de, ekonomik temelin yeniden şekillenmesi ya da siyasal alandaki kurumsal dönüşümlerle ilgili bir tartışmayı ihmal etmektedir.”
(s.13-14)

Sakarya Üniversitesi
İletişim Bilimleri ABD
Doktora Öğrencisi,
E-mail: atakan.batur@ogr.sakarya.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8524-8712

Geliş Tarihi: 08.04.2021
Kabul Tarihi: 19.06.2021

Yıldırım, M. (2021). Nick Stevenson, Medya Kültürleri - Sosyal Teori ve Kitle İletişimi üstüne bir değerlendirme. *Medya ve Kültür*, 1(2), 218-220

Hem bu metnin konusunu oluşturan hem de kitabın yazarı Stevenson' un sosyal teori yaklaşımlarına yapmış olduğu bu eleştiri, ele alınan bu eserin temel fikrini oluşturmakla birlikte sosyal teori ve kitle iletişim arasındaki ilişkiyi de değerlendirmektedir. Bu nedenle incelemeye alınan bu eserin temel amacının, sosyal teorilere karşı eleştirel bir yaklaşım gerçekleştirmek olduğu söylenebilir.

Kitap genel itibarıyla altı bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm *Marksizm ve Kitle İletişim Araştırması* başlığı altında ele alınmıştır. Bu bölümde ekonomi politik, ideoloji ve kültür gibi kavramlar medya bağlamında tartışılmıştır. İkinci bölümde ise *Habermas, Kitle Kültürü ve Kamusal Alan* başlığı karşımıza çıkmaktadır. Burada Habermas ve kamusal alan kavramına dair tartışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise göstergebilim, feminizm gibi kavramlar *İzleyici Araştırmasında Eleştirel Perspektifler* başlığı altında tartışılmıştır. Kitabın dördüncü bölümünde ise Marshall McLuhan' ın yaklaşımı *Marshall McLuhan ve Kültürel Araçlar* başlığı altında ele alınmıştır. Çağımızın ve postmodern dönemin en önemli düşünürlerinden biri olan Jean Baudrillard da kitabın beşinci bölümünde *Baudrillard Fırtınası* başlığı ile çalışmada değerlendirilen konulardan birini oluşturmaktadır. Kitabın son bölümü ise *Yeni Medya ve Enformasyon Toplumu* başlığıyla yeni medya tartışmalarını konu etmektedir.

İlk olarak sosyal teorinin eleştirel yaklaşımı olan Marksizm, ekonomi politik ve ideoloji tartışmalarına yer verilen bu kitapta Raymond Williams, Glasgow Üniversitesi Medya Grubu (GUMG) ve Stuart Hall' in görüşleri tartışılmaktadır. Bu tartışmalar çerçevesinde “kitle iletişim araştırmalarının kültür endüstrilerinin ekonomi politikleriyle eklemlenmesi gerektiği” fikrini öne süren yazar bu düşüncesini Raymond Williams' ın düşüncesi ile ilişkilendirmektedir (s.84). Hegemonya ve ideoloji kavramlarının enformasyon çağını anlamada önemli bir konumda olduğunu ifade eden bu çalışma, GUMG ve Stuart Hall' in çalışmaları çerçevesinde bir değerlendirme yapıldığı görülmektedir. Kitapta kitle kültürü, Jürgen Habermas ve kamusal alan gibi kavramlar etrafında bir tartışma yürütülmektedir. Stevenson' a göre Habermas' ın kitle iletişimi üzerine yapmış olduğu çalışmalar henüz yeterince ilgi görmemiştir. Yazar özellikle Habermas' ın sosyal teoriye ve kitle iletişim çalışmalarına önemli katkılarda bulunduğunu ve bu katkıların önemini gittikçe arttırdığını ifade etmektedir. Yazarın kitabında değerlendirdiği bir diğer kuram da izleyici merkezli araştırmalardır. İzleyici merkezli çalışmaları kapsadığı alan açısından eleştiren yazar Stevenson (2015):

“İzleyici teorisinin büyük bölümünde toplumsal olarak dağınık izleyici, okuyucu ve dinleyicilerin mikroskobik dünya görüşlerine fazlaca ilgi gösterilmiştir. Ekonomik, kültürel ve siyasal kurumlarda yapılandırılan alımlama pratiklerinin yerini çoğunlukla daha yerel ilgiler almıştır. Anlam üretimine yönelik semiyotik odaklanma yüzünden, geç kapitalizmde tüketicilerin boş zaman etkinliklerinin toplumsal işlevi yeterince değerlendirilmemiştir.” (s.193)

Kitle iletişim kuramlarının önemli isimlerinden olan ve “araç iletidir” yaklaşımıyla ön plana çıkan Marshall McLuhan ve kültürel araçlar da bu eserin üzerinde durduğu konulardan biridir. Kitapta, McLuhan' ın iletişim araçlarının modernitenin gelişiminde önemli rol oynadığına düşüncesi anlamlı ve olumlu karşılanmaktadır. Yazar, McLuhan' ın zaman ve mekân kavramlarına dair fikirlerinin önemini koruduğunu ifade etse de bu görüşlerin “daha az özcü ve kurumsal temelli bir yaklaşımla desteklenmesi” gerektiğini savunmaktadır (s.240).

20. yüzyılda ortaya çıkan ve ne olduğu konusunda bir uzlaşma olmayan *postmodernite* kavramı da kitabın ele aldığı konulardan biridir. Bu bölümde ünlü postmodern düşünür Jean Baudrillard ön plana çıkmaktadır. Baudrillard'ın genel olarak kitle iletişiminin teknik özelliklerine yoğunlaştığını belirten Stevenson, McLuhan gibi Baudrillard'ın çalışmalarının da geliştirilmesi gerektiğini belirtir. Özellikle “kamu ve ekonomi politik kavramlarını hor görmesi ve medya kültürlerine dair izlenimci analizi göz önüne alındığında, yapmış olduğu katkıların desteğe ihtiyacı olduğunu” belirtmektedir (s.296).

Stevenson kitabında son olarak yeni medya olarak adlandırılan yeni iletişim teknolojilerini ele almıştır. Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan yeni teoriler önceki bölümlerde olduğu gibi eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilmektedir. Ağ toplumu kavramıyla ön plana çıkan Manuel Castells ve Donna Haraway'ın ağ toplumu kavramının sınırlılıklarına rağmen “yeni medya çağının olanaklarının ve sınırlamalarının en tutarlı taslağını oluşturmaya çalıştıkları” belirtilmektedir (s.343). Bununla birlikte Stevenson, Herbert Schiller ve Paul Virilio gibi isimlerin “yeni iletişim devrimi hakkında o kadar da ilerici olmayan özelliklerine yöneldikleri” yönünde bir eleştiri gerçekleştirmektedir (s.343).

Sonuç olarak, Stevenson kitapta, kitle iletişim araştırmalarını üç paradigma olarak ortaya koymuştur. Bunlardan ilki eleştirel teori olarak da bilinen ve Frankfurt Okulu ve İngiliz Kültürel Çalışmaları'nın ortaya koyduğu ekonomi politik merkezli yaklaşımdır. İkinci olarak izleyiciyi merkeze alan izleyici araştırmalarını ifade etmektedir. Son olarak, üçüncü paradigma ise post-modernizm etrafında şekillenir ve kültürel pratikleri anlamaya yönelik çalışmaları ifade etmektedir.

KAYNAKÇA

Stevenson, N. (2015). *Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi* (2 ed.). Ütopya Yayınevi.