

## Bir Kültürel Materyalizm Teorisine Doğru

*Nicholas Garnham*

**Medya çalışmaları, somut analizler pahasına kültürel idealizme doğru giden toplum ve tarih-dışı teorilerin tuzaklarından kaçınmak için "toplumbilimin esas alanlarıyla ve özellikle tarihsel materyalizm geleneği ile bağlarını yeniden inşa etmelidir."**

İletişim bilimcilerinin pek çoğunun şanslarına inanmakta güçlük çektiklerinden hiç kuşum yok. Entelektüel ilgi ve akademik iktidarın sınırlarında geçen yıllara rağmen hâlâ Berelson'un ünlü reddinin\* darbesi altında ezilirken, birdenbire kendimizi sahnenin ortasında buluyoruz; toplumsal ilginin spot ışıklarıyla baştan aşağı aydınlatılmış olarak. Çeşitli yöntemleriyle bizi, çılgınlıklar ve itiş kakışlar arasında Enformasyon Çağı adı verilen bir yere çekmek isteyen Büyük Batılı iktidarların hükümet ve ekonomi seçkinleri bakımından iletişim çalışmalarının toplumsal, politik ve ekonomik anlamda önemi gittikçe artan sorular ortaya atan bir alanı işgal ettiği aşikar olmuştur.

Ancak bu bize, bir vaatle bulunduğu gibi, bir tehdit de yöneltmektedir. Bize atfedilen toplumsal sorumluluğa layık olup olmadığımız,

ortaya attığımız soruların ve sağladığımız yanıtların inandırıcılığına bağlıdır. Bu meydan okumayla nasıl başa çıkacağımız, yalnızca iletişimin kendisini değil fakat iletişimin yanıltıcı ve moda bir etiketlendirme olduğu daha geniş toplumsal gelişmeleri ne kadar iyi analiz ettiğimize bağlı olacaktır. Belli bir tarih ve toplum dışı 'iletişim' fikri, yeni iletişim teknolojilerini satmak ve giderek artan biçimde metalaşan, eşitsiz sembolik değişim tarzlarını -ki bu teknolojilerin işini kolaylaştırmaktadır- yaymak için çalışanlara hayati önemde bir ideolojik destek sağlamaktır. Bu nedenle çağdaş gelişmeleri dışarıdan analiz etme lüksünün tadını çıkaramayız.

Alanımızın ve çalışma nesnelermizin tanımlanmasının kendisi, içinde yaşadığımız ve başka topluluklarla ilişki kurduğumuz toplumumuzun geleceği için yürütülen

genel toplumsal mücadelenin önemli bir ögesidir. Çünkü özellikle sembolik değişimin çeşitli ve yeni toplumsal tarzlarının gelişimi, şimdi hem ekonomik hem de politik olarak Batı kapitalizminin derinleşen krizinden kurtulma girişiminde (en azından iktidarını elinde tutanların böyle görmelerinden ötürü) kritik bir öneme sahiptir. Bu gelişmeleri meşrulaştırmak için uygun 'yönetsel' araştırmalar üretmeleri yönünde, araştırma topluluğunun üzerindeki baskı daha da ağırlaşacaktır. Bu baskı tam da ekonomik krizin, araştırma fonlarının mevcut ve alternatif kaynaklarını kesmek suretiyle, zehirli kadehi almak yönündeki kıskırtıcılığını artıracak bir zamana denk geldi. Büyük Britanya'da sürmekte olan baskının çok iyi bilincindeyiz, bunu yalnızca yüksek öğrenim bütçesindeki vahşi kesintilerden dolayı ve yalnızca bütçeyle ilişkili tehditler nedeniyle değil, fakat tehdidin bizzat Sosyal Bilimler Araştırma Konseyi'nin varlığına yönelik olmasından dolayı biliyoruz.

Bu durumla yüzleşebilmek için, beraberinde alana da yeni bir geciklik getiren akademik emperyalizmin baştan çıkarıcılığına direnmemiz gerektiğini tartışmak istiyorum. Alman akademisyen Oscar Negte'nin yaptığı şu hatırlatmayı parola edinmemiz gerekiyor: Medyayı anlamayı istiyorsak medyaya bakmamalıyız. Medya araştırmalarına ilişkin olarak öne sürmek istediğim bu iddia, medya çalışmalarının, son iki yüzyıldan uzun bir süredir sosyoloji, tarih ve özellikle ekonomi disiplinlerinin içinde geliştiği ilgilere, toplum bilimlerinin kimi merkezi ilgilerine odaklanmaya izin veren bir çalışma alanı olduğu yönündeki bir kavrayışa dayalıdır. Aslında iletişim alanı, kültürel çalışmalarla birlikte (alanlar arasında öyle önemli bir ayırım yapmak istemediğim halde), bize bu disiplinleri kökenlerinde olduğu gibi ve bence her zaman olması gerektiği gibi birleştirme şansı veren bir çalışma alanıdır.

**Toplum bilimlerinin bu temel ilgileri, Avrupa entelijensiyasının feodalizmin ölümü ve kapitalizmin yükselişine tepkilerinin ve bu radikal biçimde farklı tarzın doğasını anlama girişimlerinin sonucudur.**

Amaçlarımız için iki özgül problem üzerine odaklanmamız gerekiyor. İlkin, uzamsal yayılım (yani daha gevşek bağlara sahip, küçük ve ekonomik anlamda kendine yeterli topluluklara karşı, önce ulusal ekonomilerin, daha sonra dünya ekonomilerinin yaratılması) ve geniş ölçüde artmış ve artmakta olan işbölümü ile karakterize olmuş bir toplumsal formasyonun etkinliklerini ve özellikle maddi üretimini nasıl koordine ettiğini ve bunu kuşaktan kuşağa nasıl aktardığını anlamak. Daha da açarsak, yalnız bugün değil son yirmi yıllık zamanda toplumsal yaşamı ve devamlılığını sağlamak için emtianın zorunlu bileşimini üretmek amacıyla doğru tipte, doğru yerde, doğru zamanda ve doğru üreticilerin bulunmalarının nasıl sağlandığını anlamak.

İkinci soru araştırmacının politik konumlanışına bağlı olarak iki biçimde formüle edilebilir: Eşitsizliği, bütünüyle artı-ürünlerin dağılımı ile ilişkili olarak, ekonomik yeniden-üretim sürecinden kaynaklanıyormuş gibi ele almak ya da eşitsizlikleri, egemen sınıfın açık fiziksel tahakküm kullanımının aşikar biçimde gerilemesi ile birlikte merkezi etik ve politik otoritenin geleneksel kaynaklarının belirgin çöküşünün bir sonucu olarak ele almak. Ve bu, toplumsal üretim ve yeniden-üretim sürecinin eğer genel bir anlaşma ile değilse, en azından toplumsal olarak işlevsiz bıraktıran çatışmalar olmaksızın nasıl yürütüldüğünü sormaktır. Ya da başka bir deyişle, sınıf çatışmasından kaynaklanan toplumsal çöküşlerden nasıl kaçınılabildiğini sormak.

Bu sorulardan ilki, geniş ölçüde ekonomi ve ekonomi tarihinin yetki alanına girmektedir ve pazar dengesi ve krize odaklanır. İkincinin ise hem sosyoloji hem de siyaset biliminin temel ilgi alanlarına girdiğini öne sürüyorum.

Toplum teorilerinin bu genel problemlerine İngiliz medya çalışmalarında geliştirilen yaklaşımlar, alanın tarihi tarafından belirlenmiştir. Amerika Birleşik Devletlerindeki tersine Britanya da medya çalışmaları kendini hiçbir zaman sosyoloji içinde temel bir çalışma alanı olarak kurmadı ve geniş ölçekli ampirik çalışmalara dayalı büyük araştırmalara pek ender bir ilgi yarattı. Bu durum onu pozitivist işlevselciliğin tahribatlarına karşı aşıladı, fakat daha sonra açıklayacağı üzere, aynı zamanda idealizme yönelik eğilimlerini güçlendirdi.

**Büyük Britanya'da medya çalışmaları sosyoloji ile birlikte değil, edebiyat çalışmaları ile birlikte ve onun içinden gelişti.**

Kurucu metinleri, Lazarsfeldin ya da Hovland'inkiler değil, Richard Hoggart'ın *The Uses of Literacy* (1957) ve Raymond Williams'ın *Communications* (1968) adlı eserleridir. Edebiyat çalışmaları içinde kitle iletişimine ilgi gösteren çalışmalar, F. R. Leavis'in 1920lerdeki çalışmasından kökenlenirler. Bu çalışma, genelde endüstriyel kapitalizmin gelişimi ve özelde de özellikle sinema gibi kitle kültürünün endüstriyel formlarının hem seçkin hem de popüler düzeydeki geleneksel kültürel formları ve ilişkileri aşındırıcı etkileri üzerine odaklanır. Bu yüzden İngiliz medya çalışmaları başlangıcından beri, kapitalizm eleştirisi üzerine temellenen bir sorunsal içinden inşa edildi ve kitle iletişimini İngiliz toplumsal ve kültürel ilişkilerinin özgül ve somut tarihsel gelişiminin bir parçası olarak gördü. Bu kökensel dürtü, hem tutucu hem de ilerlemeci bir yöne gidebilecek gelişmelerin potansiyelini barındırıyordu. Edebiyat çalışmaları içindeki gelişme, geniş ölçüde tutucuydu. Bunlar organik,

endüstri-öncesi bir toplumun varsayımsal üstün değerlerine ve yüksek kültür geleneğinin metin ve pratiklerini kitle kültürünün değersizleştirici tahribatına karşı koruma gereksinimine vurgu yapıyordu.

Bununla birlikte, Leavisçi gelenek İngiliz medya çalışmalarına, yalnız kapitalizme yönelik eleştirel tavrını değil, pozitivist ampirik sosyolojiyle - bu disiplini ve yöntemlerini bizzat kapitalist gelişmenin yabancılaştırıcı etkilerinin kültürel bir semptomu olarak gördüğünden- aktif bir düşmanlık içinde olan sosyo-kültürel değer ve anlamlarla yüklü bir ilgiyi ve detaylı metin analizine dayalı bir metodolojiyi miras bıraktı. Birkaç radikal öğretmen kuşağı, yüksek edebiyat geleneği metinlerinden ziyade, işçi sınıfının beğenilerine pozitif değerler atfetmek ve dersliklerinde bunu işçi sınıfından öğrencilerin problemleri ve aktüel kültürel tüketimleri ile ilişkilendirmek yönünde bilinçli bir toplumsal ve eğitimsel eleştiri hareketi olarak kitle iletişim çalışmalarına eğilmek suretiyle bu geleneğe ilerici bir yön verdiler. Hall ve Whannel'in üniversiteleri değil orta öğretimi temel alan *The Popular Arts* (1964) başlıklı çalışması, gelişmelerin bu dönemini temsil etmektedir.

Daha sonra 1960larda Yeni Sol'un yükselişiyle birlikte İngiliz entelijensiyası arasında Marksizmin canlanması ile bu ilgiler; geç kapitalist toplumlarda ideolojinin doğası ve işlevine yönelik daha genel ilgililerle ve Frankfurt Okulu, Gramsci, Lukács ve Sartre gibi önemli Batılı Marksist düşünürlerin yeniden keşfiyle birleşti. Bugün İngiliz medya çalışmaları geniş ölçüde bu iki akımın birleşmesi tarafından şekillendirilmektedir.

Bu nedenle, İngiliz medya çalışmalarının merkezî entelektüel ilgileri, kapitalist bir toplumsal formasyonda kültürün doğası, kültürel kapitalizmin gelişmesiyle kültürel ve ideolojik direnişin gelişmesi arasındaki ilişki etrafındaki konular olmuştur ve olmaya devam etmektedir. Medya çalışmalarının kurumsal dürtüsü, esas olarak eğitim alanındaki ve medya endüstrilerindeki egemen pratiklere karşı muhalifti ve bu, onun güçlü tarafıydı. Zayıflığı ise, edebiyat eleştirisi kökeninden kaynaklanan metin analizine aşırı vurgu -ki bunun Birleşik Devletler geleneği içindeki eşiti 'etki' çalışmaları olabilir- ve Marksizme yönelişindeki oldukça idealist bir tarzda kavramsallaştırılan ideolojiye abartılı ilginin sonucudur

**Medya çalışmaları son yıllarda, ona anlamını ve kitle iletişiminin problemlerini araştırmada analitik avantajlarını kazandıran tarihsel bağlamından koparılmış olarak ölümcül biçimde hatalı tanımlanmış bir ideoloji pankartı altında yürümektedir.**

İdeoloji kavramı, ondokuzuncu yüzyıl toplumsal düşüncesinin içindeki gelişimi ve Marx ile Engels'in işlerlik kazandırdığı biçimiyle, kapitalizmin

genel gelişimi tarafından üretilen bir olguyu incelemek ve tanımlamak üzere kullanıldı: toplumsal bütünü (*totality*) artan karmaşıklığı ve karşılıklı bağımlılığı sonucunda bu bütünü içerdiği dolayımama tarzlarının zorunlu bir biçimde genelleşimi ve artan soyutluğu. Bu sürecin, kapitalizme adını veren ve ekonomik düzeyi her toplumsal analizin merkezi yapan temel ve hayati formu, meta üretimi ve değişiminin genelleştirilmesiydi, ki bunun kendisi bir araç olarak paranın soyut değişimi aracılığıyla dolayım lanmaktadır. Marx'ın ideoloji kavramı özü itibariyle son derece basit bir önermedir: Bir toplumsal bütün, daha çok karmaşıklaştığı ve karşılıklı ilişkileri arttığı ölçüde a) tekil bireylerin onu incelemesi ve parçası oldukları bu bütünü anlamaları daha da güçleşir. b) bu totaliteyi anlamak için doğrudan deneyimlerine değil, ona ilişkin bilgilerine, yani sembolik form tarafından dolayım lanmış deneyime olan bağılılıkları artar. Birbiriyle ilişkili bu iki faktör nedeniyle daha büyük bir 'hata' olası hale gelir, çünkü sembolik formların özü onların yalan kapasitesi ve büyük bir manipülasyon imkânıdır.

Bu noktada daha genel bir ekonomik ve toplumsal analize geri dönmek gerekir. Bunun için Marx'ın yaptığı gibi yaparak, yukarıda açıklanan ontolojik anlamdaki ideoloji kavramını (ideolojik tahakküm ve direnişle ilgili problemler olarak yaklaşabileceğimiz ilişkileri ve kitle iletişiminin buradaki rolünü kapsayacak biçimde) sınıf mücadelesi ve verili üretim ilişkilerinin somut karakteriyle birleştirmeliyiz. Nitekim kitle iletişim çalışmaları için merkezi bir problem olarak ideoloji ancak, hem ideoloji problemini ve kavramını hem de kitle iletişim alanını kendi çalışması için örnek alanlar olarak üreten somut tarihsel gelişmelerin içinde ve bu gelişmelerin bir parçası olarak çalışıldığında yeterince anlaşılabilir.

Sonuçta, geç İngiliz medya çalışmalarında ideoloji çalışması somut tarihsel köklerinden koparılmış bir biçimde yapıldığından, ideolojiye ya salt epistemolojik bir problem ya da salt ontolojik bir problem olarak odaklanıldı. Althusserci ideoloji teorisi ideolojinin evrenselliğini vur gular ve ideolojiyi, bilinç ve pratik arasındaki temel ayrımları ve böylece diyalaktığı sürdürmeye izin veren bir şey olarak kavramaktan ziyade, salt bir pratiğe indirger. Bu nedenle bu teori, bütün materyalist retoriğine rağmen, kitle iletişim araçlarını otantik ve dolaysız deneyimlerin inkârı olarak eleştiren ilk teorisyenlerin konumlarını yankılar. İdeolojinin evrensel ve ontolojik statüsüne yapılan böylesi bir vurgu, tarihsel materyalist bir ideoloji teorisinin merkezi odaklanımını ihmale götürür: ideolojik formasyonlar arasındaki fark ve bu farklılıkların analizini, farklı toplumsal formasyonların somut analizi içinde köklendirme girişimi. Bu ihmal, toplum ve tarih dışı teorilere götürür ki burada mücadele artık belli bir

ideolojiye karşı değil ancak bu mücadelenin istikameti ister kitle toplumu teorilerinin pek çoğunda olduğu gibi geçmişin Altın Çağına ve/veya ütopyik bir geleceğe, isterse de bilinçaltının derinliklerine yönelmiş olsun her tür ideolojiye karşıdır. Kendilerini gerçekleştirdikleri yer neresi olursa olsun bu teoriler, dikkate değer idealist benzerlikleri açığa vururlar.

Bu tuzaklardan kaçınabilmek için medya çalışmalarını şimdi, kendi özgüllükleri nosyonunu unutup sosyal bilimlerin asıl alanlarıyla ve özellikle tarihsel materyalizm geleneğiyle bağlarını yeniden inşa etmelidir.

Bu gelenek içinde, kapitalist üretim tarzı tarafından yükseltilecek üç merkezi soru vardır:

- Maddi üretim sisteminin kendini yeniden üretimi, ya da kriz sorunu,
- Artı ürünlerin eşitsiz dağılımının meşrulaştırılma yolları, ya da devrim sorunu,
- Ekonomik ve ideolojik düzeyler arasında, eğer varsa, belirlenimin doğası ve bağlantısı.

**Medya çalışmalarını ekonomik temel tarafından belirlenme nosyonuna mütemediyen direnerek geniş ölçüde, meşrulaştırma ya da ideoloji sorununa odaklandı.**

Medya çalışmalarındaki bu idealist zorlama, kısmen çalışma nesnesinin doğası ile ilişkili olarak açıklanabilir. Kitle iletişim araçlarının, ideolojik formları yaymaya yönelik manifestocu işlevleri nedeniyle diğer sosyal etkinliklerden belirgin biçimde farklı oldukları açıktır. BBC Şartı bu formları enformasyon, eğitim ve eğlendirme olarak açıklamaktadır. Bununla birlikte idealist eğilim kısmen de ekonomik işlevlerini ve toplumsal statülerini zihinsel emek kullanımına borçlu olan entelektüellerin doğasına ya da Fransız sosyolog Bourdieu'nün 'sembolik şiddet' dediği şeye göre açıklanmalıdır; bu insanlar, klasik bir ideolojik hareket içinde kendi toplumsal varlıklarının varoluş koşulları ile maddi köklerini yanlış tanıyarak, sembolik alanın önemini ve özerkliğini iddia ederek görece özerkliklerini ve sembolik şiddet kullanımını meşrulaştırma eğilimindedirler.

Medya çalışmalarında idealist eğilimin gücü, bu eğilimin hem ABD'deki ampirik kitle iletişim sosyolojisi geleneği hem de onlara Marksist bir perspektiften pozitivist liberalizmin savunucuları diyerek saldıran Büyük Britanya'daki egemen okulun şimdiki temsilcileri tarafından paylaşılması gerçeğinden de ölçülebilir. Bu ABD geleneği, kitle iletişim araçlarının etkisini, geniş ölçüde, bir göndericinin zihninde varolan

mesajın alıcının zihnine aktarılması anlamında doğrudan bir etkisi varmış gibi ölçmeye yoğunlaşır. Bu durumda, toplumsal bağlam, mesajın ya biçimlenmesi ya da alınması olarak açıklandığından etkisi de öteki toplumsal faillerin gönderici ya da alıcı üzerindeki zihinsel etkisi anlamında açığa çıkarılabilecek bir etki olarak değerlendirilir. Etki, alıcılar ucunda yer alan 'kanaat önderleri' tarafından dolayımlanır; araştırma, bireyler üzerinde geniş etkiye sahip olan gönderici ucundaki medya üreticilerine yönelik bir kontrol kaynağıdır.

Alternatif Marksist model de aslında -büründüğü bütün tarihsel, hatta tarihsel materyalist retoriğe rağmen- oldukça benzerdir. Marksist modelin bugün vülger addedildiği için gözden düşmüş ilk örneklerinde, ege- men sınıfın ajanları olarak medya üreticileri, sınıflarının ideolojisini, işçi sınıfından alıcıları kandırmak ya da manipüle etmek amacıyla bu tarz bir yolla aktarmaktaydılar. Böylece onları yanlış bilinçliliğe sevk ediyorlardı. Bu izah tarzının ampirik gerçeklikle bağdaşma eksikliğinden ve açık basitliklerinden kopma girişimi, daha da idealist bir yöne hareket etmeyle sonuçlandı. Bu genel hareket, kapitalizmin kalbi olan yerlerde, en azından kısmen devrimin başarmaması ve bu nedenle kapitalizmin meşruiyet kazanmadaki görünür başansı tarafından belirlenen Batı Marksizmi içindeki daha geniş bir hareketin parçası olarak açıklanabilirse de, bu ona haklılık kazandırmaz. Bu durum, Büyük Britanya'da, yeni entelektüel küçük burjuvazinin gelişimiyle yakından bağlantılıydı. Durkheimci gelenek ve özellikle Saussure ün yapısal dil- bilim teorilerinin suistimal edilmesiyle, ideoloji, karşılıklı iletişimin oldukça bilinçdışı bir biçimde toplumsal olarak belirlenmiş koşullarını belirleyen kod ya da kodlar dizisine dönüştürüldü. Böylece ister mesajların yaratılması, ister yorumlanması sırasında olsun (ki şimdi bu kodlama/kod-açıklama olarak adlandırılıyor) kodu manipüle eden ve kodun kuralını izleyenler, kaçınılmaz bir biçimde vantrolog (karından konuşan) türünden bir aldatmaca ile kapitalizmin 'söylem'ini konuşmaktaydılar; anlamlandırma süreçlerinin (*semiosis*) ebedi öz-düşünüm- sel oyunlarının ötesinde sislerle kaplı bir yerlere bulanık bir işaret yapan bir varoluş. Bütün manidar ayrımlar anlamlandırma pratiklerinin *amnios* sıvısında\*\* çözülüyorlardı. Ve idealist psikanalizin daha da egzantrik formlarına doğru bir hücum neredeyse kaçınılmaz bir hal alıyordu.

**Medya çalışmaları ve kültürel çalışmalardaki bu idealist yönelimlere karşı, kültürel materyalizm olarak adlandırılmaya başlanan şey adına bazı argümanlar öne sürmek istiyorum.**

Benim konumumun, ideolojik analizin genel olarak değerli olan içgörülerinin toptancı bir reddini ima etmeyeceği açıktır. Bununla birlikte böyle analiz edilen ideolojik formasyonların toplumsal koşullarını uygun bir biçimde anlamak ve böylelikle ideolojinin üretici ve tüketicilerinin nasıl konumlandıklarını, yalnız döngüsel bir tartışma ve daha da önemlisi döngüsel bir siyasa olarak ideolojinin içinde değil, fakat kendi maddi varoluş koşulları içinde açıklamaya çalışmak için tartışacağım şeyler, perspektif ve vurgu olarak önemli bir kopuşa neden olmaktadır.

Kültürel materyalizm, sembolik değişimin toplumsal sürecinin indirgenemez maddi belirleyiciliğine ve kapitalist üretim tarzının genel gelişimi içinde meta üretimi ve değişimi alanıyla birlikte gelen bu süreçlerin etkilerine, tarihsel olarak aldığı biçimler etrafında odaklanmayı gerektirir. Kısaca kültürel materyalizm, Enzensbergerin 'zihnin endüstrileşmesi' olarak adlandırdığı süreci inceler.

Kültürel süreçlerin bu tür bir analizinin imalarının anlaşılabilmesi için, kapitalizm olarak bilinen ekonomik üretim ve yeniden-üretim sürecini kavramlaştırma tarzındaki bazı kilit noktaları açıklığa kavuşturmam gerekiyor. En önemlisi, kapitalizm daha önceden mevcut olan ekonomik formasyonların içinde gelişmiş, tarihsel olarak somut bir süreçtir ve bu nedenle onların dönüşümünü de içerir; sözgelimi kapitalizm tepeden tırnağa silahlanmış bir sistem olarak ortaya çıkmamıştır. Bu anlamda kapitalist üretim tarzı gibi bir şey de yoktur. Kapitalizmin gelişimi hem coğrafi hem de verili bir toplumsal formasyon anlamında gittikçe daha çok alanda meta üretimi ve değişimini, ücretli emeği, bu emeğin biçimsel sınıflandırılmasına karşı gerçek olanı, makine imalatını (*machinofacture*), mutlak artı-değer karşısında görelî özü vs. yaygınlaştırmış olan yalpalamalarla oluşmuş bir süreçtir. Bu gelişmeler, herhangi bir verili ulusal ekonomide farklı sektörler için farklı aşamalarda bulunacaktır. Bu nedenle örneğin medya üretimi alanında, gazetelerde ya da daha çok televizyonda olduğu gibi bazı işler fabrika koşulları altında yürütülürken; kitap, müzik kaydı gibi diğer alanlarda ise emek ve sermaye arasında, on yedinci ve on sekizinci yüzyıllarda tekstil ticaretinde geçerli olan 'parça başı iş' sistemine pek çok bakımlardan benzeyen çok daha ilkel bir ilişki yaygın biçimde geçerlidir.

Bu nedenlerle kapitalist üretim tarzının gelişimi çelişkili süreçler içerir. Meta üretimi sisteminin soyut ve genelleştirilmiş eğilimleri, endüstriyel sektörler ve toplumsal etkinlikler arasındaki somut, tarihsel olarak özgül farklılıklar biçimindeki engellerle karşı karşıya gelir. Örneğin meta değişiminin doğrudan nüfuzu altında olmayan geniş yaşam alanları vardır; ailenin toplumsal yeniden-üretimi bunun için çok açık bir örnek



teşkil eder. Bununla birlikte sermayenin valorizasyonu ve genişletilmiş yeniden-üretimi sürecinde, giderek daha çok alanı kolonileştirme yönünde bir eğilimi vardır; eskinin kendi kendini üreten (self-generated) kültürel etkinlik alanları olarak kitle iletişim araçlarının, kültürel meta- lara dönüştürülmesi tarihinden gözlemlenebilecek bir süreç.

Ayrıca süreç, zaman içinde bu topyekun sürecin (tam manasıyla, kapitalizm rekabetçi bir sistem olduğundan) kontrolü altında olmayan ve eksik bilgiye sahip failer tarafından yürütülür. Solda geniş ölçüde yaygın olan kapitalist bir komplo fikrini şiddetle reddediyorum. Hükümetler ve büyük kapitalist gruplar, ellerinin altında pahalı enformasyon ağları, ekipleri, araştırmacıları vesaire olması gibi iyi bir maddi nedenden dolayı, sizden ya da benden daha fazlasını bilebilirler ve bilmektedirler. Bu enformasyona ve ağlara erişim ve bunların kontrolü, uluslararası veri akışı ve elektronik veri ağlarının gelişimi gibi yeni alan- lar için çok önemli politika konularıdır. Ancak kaynakların kontrolü, kaynakların kendisi kadar önemli olsalar da bu, aktörlere, içinde kendilerini buldukları durum üzerinde kontrol gücü sağlamaz. Mevcut dünya düzeni bunu yeterince açığa vurmaktadır.

Sonuç olarak kapitalistlerin stratejileri vardır, fakat bu stratejiler başarısızlığa uğrayabilir. Örneğin Philips ve RCA gibi büyük medya grupları, yıllardan beri video diskleri ev tüketicileri pazarında yaygın- laştırmak istiyorlar. Ancak bugüne kadar elektronik cihazlarda, renkli televizyon pazarının doygunluğa ulaşması nedeniyle yeni bir pazar yaratma yönündeki ekonomik ihtiyaçlarına rağmen, dikkate değer bir başarı gösteremediler. Bunun gibi EMI'nin başarısızlığı, görüldüğü kadarıyla en güçlü uluslararası holdinglerin bile yanlış kararlar almaları halinde duvara çarpacaklarını göstermektedir.

Video-disk örneği çok önemli bir başka konuyu da aydınlatmaktadır. Üretim ve tüketim, diyalektik bir ilişki içinde varolur. Üretimin doğası ve yapısı, tüketimin doğası ve yapısını belirler ve tersi de geçerlidir. Elbette, belirlenim dengesinin tarihsel olarak değişebileceği doğrudur. Gerçekte bir ekonomik düşünce okulu, rekabetçi kapitalizmden tekelci kapitalizme geçişin, talebin baskın olduğu bir ekonomiden, eksik tüketim eğilimlerinin üstesinden gelebilmek için arzın talep yaratma ve yönetmeyi gerektirdiği bir ekonomiye geçiş anlamına geldiğini öne sür- müştür. Kitle iletişim sistemlerinin reklamcılığın taşıyıcıları olarak gelişimi -ki aynı zamanda, aynı kitle iletişim araçlarının varoluş koşullarını yaratmıştır- bu süreç için merkezi bir gerekliliktir. Ancak buradaki nokta, marketlerin yaratılması gerektiği ve hem kullanım değerlerinin yaratılmasının hem de değişim değerlerine dönüştürülmelerinin, mücadele ve

çelişki içeren, belirli tarihsel kökleri ve sonuçları olan toplumsal bir süreç olduğudur. Basit, teknik ya da ekonomik belirlenim nosyonları ısrarla reddedilmelidir.

Bazı örnekler verecek olursak: Uluslararası film endüstrisi için, filmi bir meta olarak sömürmenin en verimli yolu üzerinde çalışmak yıllara mal olmuştur. İlk zamanlarda üreticiler filmlerinin kopyalarını göstericilere doğrudan sattılar. Üretimi, dağıtım ve gösterimle ilişkilendiren bugünkü sistemi ve film gösterim haklarını lisanslandırmaya dayalı sıkı denetim koşulları altındaki film endüstrisinin özgül sermaye dolaşımını geliştirmek, kapitalist rekabetin yıllarını aldı. Yine filmi örnek verecek olursak, ABD film endüstrisi I. Dünya Savaşı sonrasında oldukça açık bir biçimde hem kilit bölgelerdeki ilk-gösterim filmlerinin gösterildiği salonlarda lüks koşulların yaratılmasıyla hem de yapılan filmlerin türünde buna koşut bir değişiklikle sinemayı daha çok, bir yüksek sınıf pazarı (up-market) yapmak üzere kurulmuştu

Raymond Williams'ın 'Televizyon: Teknoloji ve Kültürel Form' (1975) (*Television: Technology and Cultural Form*) çalışmasında açıkladığı ve meslektaşlarını Paddy Scannel (1980a; 1980b) ile David Cardiff'in (1980) araştırmalarında oldukça detaylı bir biçimde gösterdikleri gibi televizyon yayıncılığı, kimsenin onunla ne yapacağını bilmediği bir teknoloji olarak gelmişti. Program türleri ile yayıncılığın kurumsal biçimleri tarafından yaratılan belirli izleyiciler arasındaki ilişkiler kadar, yayıncılığın kurumsal biçimleri ve özellikle bunun finans yolları, ileri kapitalist ülkelerde (özellikle ABD ve Büyük Britanya), aralarındaki farklılıkları somut olarak sergileyebilecek tarzda denenmek zorundaydı. Bu nedenle kimse basitçe kapitalist medya deyip geçemez. Bir medya sistemi diğer başka şeyler yanında, ulus devletlerin içinde ve arasında ekonominin gelişme durumu ve yapısı, devletin biçimi, sınıf ilişkilerinin niteliği ve egemen ve/veya bağımlı devletler arasındaki ilişkiler tarafından belirlenir.

**Bununla birlikte kapitalist üretim tarzı içinde kültürel malların üretimi ve tüketiminin kimi genel özellikleri analiz amacıyla elverişli bir biçimde ayırt edilebilir.**

Öncelikle üretim düzeyinde mülkiyet yoğunlaşmasına doğru sürekli ve iyi-belgelendirilmiş bir eğilim vardır. Bu, sırası geldiğinde, her şeyden önce izleyici maksimizasyonu olmak üzere, en yüksek biçimsel verimliliği sağlamak için sürekli bir araştırma ile pekiştirilir.

Bu eğilimlerin imalarını deşifre etmek önemlidir. Kontrol problemi üzerine bir tür naif ve komplocu tarzda odaklanma eğilimi vardır. Tekelleşme, fikirlerin serbest akışına ilişkin liberal-çoğulcu düşünceye mey-

dan okuma olarak görülür, ki gerçekten öyledir. Ve de bu, Marksist bakış açısından ideolojik üretim araçlarının egemen sınıf tarafından sıkılaştırılmış kontrolünün ileri düzeyde doğrulanması olarak görülür, ki bu da zaten böyledir. Bununla birlikte soru, işleyen kontrolün tarzının ne olduğudur. Her iki yaklaşım da bunun, basın baronları ve medya patronlarının çalışanlarına belli türde ürünleri üretmeleri ve diğerlerini üretmemelerini emretmelerine dayalı, bir tür sansür mekanizması olduğunu varsayar.

Bu tür bir sansür ve komplonun işlediğine dair kanıtları reddetmek budalalık olurdu. Bununla birlikte, sistem, egemenliğini sürdürmek için böyle açık müdahale eylemlerine bel bağlasaydı ertesı gün çökerdi. Ayrıca medya çalışanlarının kendileri arasında da bu tür paranoyak açıklamalara karşı ideolojik olarak belirlenmiş bir tepki eğilimi olduğundan -kontrolün gerçek tarzından dikkati dağıtmaya hizmet eden bir tepki- medya sahipliğinin yoğunlaşmasının imalarının daha sistematik olduğunu ve özellikle tüketimin sınıfsal yapısıyla ve uluslararası işbölümüyle ilişkili olduğunu vurgulamak önemlidir: Yoğunlaşma, uluslararası düzeyde gerek üretimi gerekse tüketimi kültürel özgüllüklerin ve tercihlerin azaltılmasına dayalı olarak yapılandırmada gittikçe büyüyen bir gücü getirdiği için.

Tüketim düzeyinde kültür endüstrileri, tüketici davranışının iki faktör tarafından sınırlandırıldığı bir pazarda izleyici ilgisi için rekabete çekilirler: Mevcut satın alma gücü ve mevcut tüketim zamanı. Medya tüketiminin sınıfsal yapısını, gerek doğrudan gerek dolaylı bir tarzda belirleyen, her şeyden önce bu iki faktördür.

Araştırmalardan biliyoruz ki dünyaya ilişkin bilgide ve kitle iletişim araçları gibi kültürel kaynaklardan ve en geniş anlamda -dünyayı birinin kendisi, bir grubu ya da bir sınıfı yararına dönüştürmek için- politik eylemlere katılma olanaklılığı gibi yollardan edinilen dünya bilgisini kazanma yetisinde, enformasyon gedikleri olarak adlandırılan şey büyük ölçüde sınıfsal yapıya bağlıdır. Başka bir deyişle, ekonomik olarak en yoksun olanlar enformasyon anlamında da en yoksun olanlardır ve bu nedenle ekonomik konumlarını iyileştirmek için harekete geçme şansları daha azdır. Benzer biçimde, Büyük Britanya'da Genel Hanehalkı Harcamaları (*The General Household Expenditure*) araştırması gibi bir kaynağın, en üstünkörü bir bakışla bile net gelir düzeyi ile kültürel etkinlik arasında, bahis oyunları ve yeme-içmeden tiyatroya gitmek ve kitap okumaya kadar bütün dizilerde, yakın bir ilişki tespit ettiği görülür. Gazete okuyuculuğunun, edinilen eğitim düzeyi aracılığıyla dolaylanılmış olarak sınıfla yakından ilişkili olduğunu biliyoruz. Nitelikli

gazeteler yalnızca popüler olanlardan daha pahalı değillerdir; aynı zamanda, okuyucularının yüksek satın alma gücü nedeniyle reklamcılar tarafından daha ağırlıklı olarak sübvansiyonları sağlanır. Bu nedenle bu gazeteler daha pahalı bir haber demetini karşılayabilirler. Fakat -ve bu çok önemli bir noktadır- eğer bu haber demeti hakkıyla kullanılırsa, daha uzun bir tüketim zamanını da gerektirir.

Bourdieu'nün ikna edici bir biçimde öne sürdüğü gibi (1979; ayrıca Cardiff 1980'e bakınız), entelektüellerin meşrulaştırmaya gururla hizmet ettikleri tüketim zamanının eşitsiz dağılımının entelektüel ve sanatsal bakımdan karmaşık tarzları, iki biçimdedir: Bu kültürel ürünlerin kodaçımamasının daha uzun zaman almasıyla doğrudan bir biçimde; ve bunları tüketmek için gereken ve kendileri sonradan kazanılmış olan yeterlilikler tarafından, hem aile hem de okul içinde öğrenme zamanında da farklılaşan bir yatırım aracılığıyla. Böylece kıt ekonomik kaynakların ve zamanın eşitsiz dağılımı, özerk bir kültürel farkmış gibi görülerek meşrulaştırılır. Entelektüellerin sınıfsal konumu, toplumsal olarak edindikleri yeterlilikleri doğal bireysel nitelikler gibi görerek ayrıcalıklı biçimde sahiplenmeleriyle meşrulaştırılır.

Pazarın; doğrudan, maddi olarak sınıfsal anlamda yapılanma biçimi nedeniyle tüketicilerin enformasyon-zengini ve enformasyon-yoksulu olarak ikiye ayrıldığı iki katmanlı gelişimi giderek daha çok gözlenebilir. Üst-düzyer pazar, hem müzik setleri, video kayıt cihazları, teletext ve kablo hizmetleri gibi donanım anlamında hem de kitaplar, dergiler, plaklar, TV programları, filmler ve tiyatro oyunlarından geniş bir seçki ile yazılımda, yüksek kaliteli mallar bakımından zengin bir seçim çeşitliliği sunar. Pazarın alt düzeyinde ise giderek homojenleşmiş, uluslararasılaşmış ve daha teknik bir anlamda oldukça düşük kültürel emeğin sarf edilmiş olduğu, düşük kaliteli ürünler arasından ciddi biçimde sınırlandırılmış seçme olanakları sunulur.

Yoğunlaşma, bir konglomeranın \*\*\* her iki pazara birden yayılmasına ve böylece bu iki katmanlı yapıyı hem yaratmasına hem de sömürmesine izin verdiği için bu iki katmanlı yapı, medya endüstrilerinde oligopolistik kontrolün doğasına geri döndürür. Üst katman doğrudan bir kâr kaynağı ve sıklıkla kısmi olarak halkın cüzdanından (kitle pazarında sömürmek üzere en başarılı malzemelerin seçildiği tiyatrodaki olduğu gibi) sübvansiyon edilen ürün denemeleri kaynağı olarak hizmet eder. En can alıcı olanı; üst-katman, kitlesel tüketicinin yalnızca açık maddi kısıtlarla değil, fakat zekâ ve beğeni yoksunluğu -tüketicilerin kendilerinin hem deneyimledikleri hem de meşrulaştırdıkları bir yoksunluk- nedeniyle de dışlandığı bir zenginliğin, tüketici tercihi zenginliğinin açık seçik bir

resmini sunarak bir bütün olarak sistemin meşruluğunun sağlanmasına hizmet eder.

**Daha ileri bir tersine çevirme, endüstrileşmiş biçiminde bu iki katmanlı yapının yüksek/popüler kültür dikotomisini temsil etme tarzındadır. İdeolojik olarak istismar edilebilecek bir dikotomi.**

Kültür endüstrileri, (ancak durumun başka yerlerde de benzer olduğunu tahmin ediyorum ama) en azından Büyük Britanya da bütün on dokuzuncu yüz yıl boyunca kültür alanındaki çok açık bir sınıf çatışması tarafından şekillendirilmiş olan bir halkın içinden kendi pazarlarını yaratmışlardı. İşçi sınıfı kültürü veya popüler kültür ve kültürel davranışlar, yeni filizlenmeye başlayan devlet aygıtlarıyla ittifak halindeki burjuvazinin belli bölümlerinin, işçi sınıfının kültürel etkinliklerini ahlak, kültürel değerler vesaire adına, gerçekte toplumsal kontrol amacıyla denetleyip şekillendirmek yönündeki bilinçli girişimlerinin yer aldığı bir durum içinde belirlendiler. Bu girişime şiddetli bir direnç gösterildi, fakat böyle bir durum içinde, en azından publar, konser salonları gibi bazı yeni oluşmaya başlayan kültür veya eğlence endüstrileri ve onların sunduğu hazlar, işçi sınıfı tarafından, yalnız kendi tarzlarıyla kendi zevklerinin peşinden gitmek için değil ama başlangıcında dahi, örneğin Çalışan Erkekler Kulübünde olduğu gibi, kendi kontrolleri altında tutmak için işçi sınıfı haklarının ekonomik liberalizasyonu adına bir savunma olarak görülmüş olabilir ve burjuvazinin belirli kısımları tarafından öyle görüldü.

Belirtilen nedenlerle yüksek kültür biçimlerine ve halkı aydınlatacağı varsayılan okul sistemi ve BBC gibi belirli kurumlara karşı ampirik olarak gözlemlenebilen işçi sınıfı direnişi, yalnızca onların böyle zaman harcamaya dayalı tüketim tarzları içinden değil, fakat aynı zamanda girilen ideolojik kontrolün gerçek tarihsel hafızasından kökenlenir. Sanırım BBC ve ITV arasındaki izleyici bölünmesinin -ITV nin işçi sınıfından daha çok izleyicisinin olması- azalmış olmakla birlikte halen süren bir ayrım olmasının nedeni ancak bu yolla anlaşılabilir. Buradaki problem, bu doğrulanabilir ve açıklanabilir direncin, kültür endüstrilerinin liderleri ve onların ideologları tarafından, insanlara ne istiyorlarsa onu vermek gibi popülist bir savunuyla, ideolojik alandaki ekonomik tahakkümün yeni formuna bir özür olarak, oldukça farklı bir durumda kullanılabilecek olmasında, kullanılmış olmasında ve kullanılmasındadır.

Belli bir tarihsel durumda ortaya çıkan ve sürmekte olan bu durumun rasyonel bir açıklaması ya da temsili ve kendini farklı bir durumda yeni amaçlar için bir harekete geçirici olarak sunan ideolojik konumlan-

manın, bu ideolojik değersizleştirimi fenomeni, ideolojik formasyonların ve onların etkililiklerinin maddi belirleyicilerini analiz etmeyi karmaşık- laştıran yaygın bir tarihsel fenomendir. Şimdi yeniden anlatmaya döneceğim entelektüel, kültürel üretim alanı daha da açık ve yaralayıcı bir örnektir.

Kapitalizme her zamankinden çok daha karmaşık bir işbölümünün zorunlu olarak eşlik etmesi olağandır. Kitle iletişim araçlarının kendilerinin, uzmanlaşmış bir işçi grubunun beraberliğini de içeren bir üretim etkinliğinin uzmanlaşmış ve görece özerk alanları olarak yaratılmaları, bu genel sürecin bir parçasıdır. Özellikle zihin ve kol emeği arasında ve birincinin ikinci üzerinde baskılayıcı olduğu daha geniş bir ayrımlaş- manın bir parçasıdır. Bu genel süreç burada deşilemeyecek kadar geniş bir konudur. Bununla birlikte, detaylı ve özel bir tarihsel çalışmayı gerektiren ve henüz yapamadığımız uygun bir kavrayış geliştirmenin, entelektüellerin sınıf konumu ve toplumsal rolünü, araştırmacılar olarak kendi işimiz ve sözün en geniş anlamıyla anlamak için esas olduğuna inanıyorum.

**Burada ortaya koyduğum perspektiften hareketle kültür işçilerinin rollerine bakmanın çeşitli yolları önerilebilir.**

Özel olarak kültür işçilerinin ve genel olarak da entelektüellerin toplum- sal rolünü ve konumlarını analiz etmek için eş zamanlı olarak -ki bura- da idealist eğilimlere direnmek özellikle güçtür- üç faktör dikkate alınmalıdır:

- 1- Entelektüellerin durumunun, kapitalizm altındaki diğer kültür işçileri ile hangi bakımlardan benzerlikler gösterdiği;
- 2- İşbölümü temelindeki genel toplumsal farklılaşma süreci nedeniyle, entelektüellerin durumlarının belirli özgül karakteristikler sergileme biçimleri; ve
- 3- Bu özgül karakteristiğin kültür işçilerinin kendileri tarafından yanlış tanınması ve diğerlerine, tarihsel olarak kültürel üretimin özgüllüklerinin doğurmuş olduğu ve şimdi de hem kültür endüstrileri içindeki üretim ilişkilerini hem de bu endüstrilerle işçi grupları ve daha geniş toplumsal formasyon arasındaki ilişkileri etkileyen özgül ideolojik formlar içinde yanlış temsil edilme yolları.

Yeni Sınıf olarak adlandırılan şey üzerine müzakerede içerilen çeşitli konumlar arasındaki farklılıklar ve karşıtlıklar; yalnızca bir boyut üze- rine, yani aralarındaki aslanan karşılıklı ilişkiyi ihmal ederek, farklı tarih- sel konjonktürlerde bir sınıf fraksiyonu olarak entelektüellerin ve

entelektüeller gibi farklı grupların tarafsız toplumsal rollerini farklılaşmayla belirleyen bir dizi kaygan karşılıklı ilişkiye odaklanma eğiliminde oldukları gerçeğinden kaynaklanır.

Kapitalist üretimin tüm alanlarında, emek ve sermaye arasında, potansiyel olarak her zaman ve sıklıkla da mevcut bir durum olarak, emek sürecinin kontrolüyle ilgili nitelik ve nicelik bakımından harcanan emek üzerine daha geniş bir mücadelenin parçası halinde, yani hem sömürünün miktar ve hem de yabancılaşma olarak adlandırılabilir olan şeyin miktarı üzerine bir mücadele vardır. Kültürel üretimin ya da kültürel tüketimin yapısı üzerine eğer varsa böyle mücadelelerin, her özgül vaka çerçevesinde analiz edilmesi gereklidir. Bu ne ihmal edilebilir ne de peşinen varsayılabilir. Sözgelimi matbaa işçilerinin, gazetecilerin ve televizyon teknisyenlerinin genel ekonomik ya da politik temelde emek-tasarruf teknolojilerinin tanıtımını engelleme veya kontrol etme mücadelelerini, bu teknolojilerin gazete ya da televizyon içeriği üzerinde herhangi bir gerekli ve önemli etkisinin olacağını varsaymaksızın desteklemek isteyebiliriz.

Bununla birlikte bir başkası, aslında, sermayenin yaptığı bu tür bir teknoloji tanıtımının son tahlilde asla nitelikle ilgili bir motivasyondan değil fakat daha çok maliyetleri düşürme ve/veya üretim üzerinde daha etkin bir hiyerarşik kontrol sağlamayı başarma arzusundan kaynaklandığı gibi karşıt bir fikre sahip olabilir. Diğer alanlarda olduğu gibi emek süreci üzerindeki bu mücadelenin bir parçası olarak, üretim sürecini ve dolayısıyla emek gücünü, uzmanlaşmış ve zihinsel emeğe dayalı hiyerarşik olarak egemen bir kontrol fonksiyonu ile giderek homojenleşen ve mümkün olduğu kadar makinelerin bir uzantısı olan ve mantığı başka bir yerde kararlaştırılan basit bir el işlemine indirgenmiş soyut bir çalışma (*laboring*) fonksiyonu arasında parçalamak için bir eğilim vardır. Bu süreç kimi zaman becerilerden yoksunlaştırma (*deskilling*) olarak adlandırılır. Kültürel üretim alanındaki bu genel eğilime özgül bir form veren, kültürel çalışma ve toplumsal formasyonun geri kalanı arasında ki bu iç ve dış ilişki arasındaki benzeşimdir. Bu nedenle entelektüel ve kültürel çalışmanın tarihsel olarak yaratılmış kendi toplumsal uzmanlaşmasından kaynaklanan özgül ideolojileri, hem medya işçilerini kontrol etmek hem de egemen sınıflarla ilişki içindeki meşrulaştırıcılık rollerini meşrulaştırmak için seferber edilir.

Çünkü özgüllük ve özerklik, sembolik işin pratik ve ideolojisinin özel karakteristikleridir; bir ölçüde bu sembollerin basitçe şeyler olmasındandır. Entelektüeller, bu tarz bir işin uzmanlaşmış uygulayıcıları olarak bizzat kendileri bunu yanlış tanıyıp, aynı zamanda çalışmaların -

da bunu başkalarına sınıf tahakkümünün pratik ve yapısına aktüel, nesnel, ampirik olarak doğrulanabilir bağımlılıklarını yanlış temsil ederler ve böyle yapmakla bu yapı ve pratiği yeniden üretmeye aktif olarak yardım ederler. Gerçekte özerklik yanılması, yeniden üretimi başarıya ulaştıran özgül tarzıdır. Bu nedenle de böyle 'entelektüel veya sanatsal özgürlük,' 'gazetecilik tarafsızlığı,' 'yaratıcılık,' 'pür biçim' gibi güçlü ideolojik formlar, yapı-bozum ve bu yanlış tanımının aldığı sayısız başka biçimler üzerine, uyumlu ve öncü bir mater yalist eleştiri kurmak ve bu ideolojik biçimlerin somut maddi tarihsel kökleri ile süregiden etkililiklerinin toplumsal koşullarını vurgulamak esastır.

Nitekim entelektüel çalışmanın özel ve üstün doğası nosyonları (ki bu ideolojik formasyonun etkililiğinde esas olan da bu birleştirmedir) kültür endüstrileri ile birlikte gazeteciyi matbaa işçisinden, TV yapımcısını TV teknisyeninden vesaire ayırmak için kullanılır ve aynı zamanda bu, sık sık bizzat kültür işçilerinin gönüllü desteği ile kültürel üretim ve kültürel tüketim arasında daha az yabancılaşmış, daha açık ve politik olarak sorumlu ilişkilerin gelişimini engellemek için seferber edilir.

Ben, ideolojik ve kültürel analizlerin idealist formlarına karşı koymaya yönelik bilinçli bir çaba içinde, kültürel mater yalizmin ekonomik boyutları üzerine odaklandım. Bununla birlikte üstünkörü geçilmemesi gereken çok önemli bir politik boyut da bulunmaktadır. Büyük kapitalist ekonomiler içindeki mevcut gelişmeler, birbirleriyle ilişkili iki boyuta sahiptir; ekonomik ve politik. Kapitalist sistemin derinleşen ekonomik krizini çözme girişimi içinde, hem üretim alanı ile birlikte verimliliği yükseltmek hem de enformasyon mal ve hizmetleri için bir dizi yeni pazar yaratmak anlamında enformasyon toplumu olarak adlandırılan şeyi geliştirmeye doğru bir itme vardır. Ancak durgunluk aynı zamanda hükümetlere bir mali kriz getirir ki bu da arkasında bir meşruiyet krizi tehlikesini gösterir. Meseleyi kabaca açıklarsak, OECD ülkelerinin politik sistemleri ve bu sistemlerin dayandığı şey üzerine geniş politik uzlaşma, vaat edilen mal ve hizmetleri sancılı bir toplumsal yeniden bölüşüm olmaksızın yalnızca ekonomik büyüme aracılığıyla dağıtabilen refah kapitalizminin bir biçimine bağlıydı. Bu uzlaşmanın bir kırılmayla karşılaşması, politik süreçle ilgili olarak gözlerin önemli ölçüde açılması ve büyüyen yapısal işsizlik tablosu sonucunda, egemen sınıfın maddi rüşvetçiliğin yokluğunda kamuoyunu kontrol altında tutma mücadelesi; başta hem eğlence hem de enformasyonun üretim ve dağılımını kapsamak yoluyla gittikçe gözü dönmüş bir hal alacaktır. Ekmek küçüldüğü zaman, meydanlar daha da önem kazanır.

Böylelikle ekonomik ve politik eğilimler birleşerek, bir anlamda tam da



demokrasi nosyonunun **dayandığı** kamusal alanın nihai çöküşü tehdidini yöneltiyorlar. İletişim **bilimcileri**, hem yurttaş hem de entelektüel olarak bu süreç tarafından **kaçınılmaz biçimde kuşatılmıştır** ve hangi tarafta olduklarına karar **vermek zorunda kalacaklardır**. Kuşkusuz bu pek çok vakada sancılı ve **gerek ulusal** gerekse uluslararası düzeyde sınıf mücadelesinin keskinleştiği **ağır maddi ve ideolojik koşullar** altında olacaktır. Bu seçimi bilinçli ya **da bilinçsiz** yaptıkları, iyi kötü ürettikleri ya da üretmeyi başaramadıkları **çalışmalarda** açığa vurulacaktır.

### **Çevirenin Notları**

\*Berelson 1959 yılında İletişim **çalışmaları** ile ilgili son bir değerlendirme yaptığı yazısında, "bu alanda **artık yapılacak bir şey kalmadı**" diyerek alanı terk etmişti.

\*\*Amnios sıvısı: Anne karnındaki bebeğin içinde yaşadığı sıvı ortam.

\*\*\*Konglomera (*conglomerate*): Farklı sektörlerde örgütlenmiş ve genellikle şirket evlilikleriyle bir araya gelmiş pek çok yan kuruluş ve birimden müteşekkil dev şirket.

**Çeviren: Sevilay Çelenk**

Yazının alındığı kaynak: 1983, "Toward a Theory of Cultural Materialism", *Journal of Communication*, Volume:33, Number: 3, 314-329. (Annenberg İletişim Okulu tarafından çıkarılan *Journal of Communication* in "Alandaki Kargaşa" (*Ferment in the Field*) başlıklı bu sayısı, 10 ülkeden iletişimcilerin katıldığı ve 35 tebliğin sunulduğu uluslararası bir sempozyumun bildirilerine yer vermektedir ve halen bu alanda sıklıkla başvurulan bir kaynak olma niteliğini korumaktadır.)

### **Referanslar**

1. Bourdieu, P. *La Distinction*. Paris: Les Editions de Minuit, 1979.
2. Cardiff, David. "The Serious and the Popular Aspects of the Evolution of Style in the Radio Talk 1928-1939." *Media, Culture and Society* 2(1), January 1980, pp.29-48.
3. "Class and Culture, the Work of Bourdieu." Special Issue of *Media Culture and Society* 2(3), July 1980.
4. Hall, S. and P. Whannel. *The Popular Arts*. New York: Pantheon, 1964.
5. Hoggart, Richard. *The Uses of Literacy: Changing Patterns in English*

*Mass Culture*. Fair Lawn, N.J.: Essential Books, 1957.

6. Scannell, Paddy. "Broadcasting and the Politics of Unemployment 1930-1935." *Media, Culture and Society* 2(1), January 1980, pp.15-28.

7. Scannell, Paddy. "Music for the Multitude? The Dilemmas of the BBC's Music Policy, 1923-1946." *Media, Culture and Society* 3(3), July 1980, pp. 243-260.

8. Williams, Raymond. *Communications*, Harmondsworth: Penguin Books, 1968.

9. Williams, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. New York: Schocken Books, 1975.