

Mike Wayne

Brunel Üniversitesi (İngiltere) Film ve Televizyon Bölümünde öğretim üyesi ve *Dissident Voices: The Political of Television and Cultural Change*'in editörüdür. Yazarın *Politik Film: Üçüncü Sinemanın Diyalektiği* ve *Yeni Başlayanlar İçin Kapital* adlı kitapları da Yordam Kitap tarafından yayınlanmıştır.

Eserin Orijinal Adı:

Marxism and Media Studies

Key Concepts and Contemporary Trends

(Pluto Press, Londra, 2003)



MARKSİZM VE
MEDYA ARAŞTIRMALARI
ANAHTAR KAVRAMLAR, ÇAĞDAŞ EĞİLİMLER

Mike Wayne

İngilizceden Çeviren
Barış Cezar

Yordam Kitap: 69 ♦ **Marksizm ve Medya Araştırmaları** • Mike Wayne
ISBN 978-9944-122-45-0 • *Çeviri:* Barış Cezar • *Kitap Editörü:* Defne Orhun
Düzeltilme: Sakine Erdoğan • *Kapak ve İç Tasarım:* Savaş Çekiç • *Sayfa Düzeni:* Gönül Göner
Birinci Basım: Mart 2009 • *İkinci Basım:* Nisan 2015
© Mike Wayne 2003 (Pluto Press); © Yordam Kitap, 2006

Yordam Kitap Basın ve Yayın Tic. Ltd. şti. (Sertifika No: 10829)
Çatalçeşme Sokağı Gendaş Han No: 19 Kat:3 34110 Cağaloğlu - İstanbul
Tel: 0212 528 19 10 • **Faks:** 0212 528 19 09
W: www.yordamkitap.com • **E:** info@yordamkitap.com
www.facebook.com/YordamKitap • www.twitter.com/YordamKitap

Baskı: Yazın Basın Yayın Matbaacılık Turizm Tic.Ltd.şti. (Sertifika No: 12028)
İ.O.S.B. Çevre Sanayi Sitesi 8. Blok No:38-40-42-44
Başakşehir - İstanbul
TEL: 0212 5650122 - 0212 5650255

MARKSİZM VE

MEDYA ARAŞTIRMALARI

ANAHTAR KAVRAMLAR, ÇAĞDAŞ EĞİLİMLER



*Oğlum Jacob'a,
değişim aileden başladığı için*

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ: KÜÇÜK EKRANDAN RESMİN TAMAMINA	13
1	
SINIF VE YARATICI EMEK	19
2	
ÜRETİM TARZI: TEKNOLOJİ VE YENİ MEDYA	56
3	
SERMAYE GÜÇLERİ: HOLLYWOOD MEDYA-ENDÜSTRİYEL KOMPLEKSİ	83
4	
DEVLET: UZLAŞMAZLIĞIN DÜZENİ	114
5	
ALTYAPI-ÜSTYAPI: SİYASAL BİLİNÇALTINI TEKRAR KURMAK	151
6	
GÖSTERGELER, İDEOLOJİ VE HEGEMONYA	194
7	
META FETİŞİZMİ VE ŞEYLEŞTİRME: HAYALİLEŞEN DÜNYA	227
8	
BİLGİ, NORMLAR VE TOPLUMSAL ÇIKARLAR: BELGESELİNİN İKİLEMİ	270
SONUÇ: KİLİT KAVRAMLAR VE ÇAĞDAŞ EĞİLİMLER ÜZERİNE DÜŞÜNCELER	313
NOTLAR	327
KAYNAKÇA	331
DİZİN	345

TEŞEKKÜR



Teşekkür borçlu olduklarım:

Pluto Press'e bu kitabı yayınladığı ve "Marksizm ve Kültür" dizisini desteklediği için; Graham Murdock'a yapı ve içerik üzerine ilk baştaki önerileri için; Brunel Üniversitesi'ne bu kitabı yazmak için ihtiyacım olan izni sağladığı için; Peter Wissoker ve Robert Glynn'e 2. Bölüm üzerine yorumları için; Peter Keighron'a gözlem ve yorumları için; Deirdre O'Neill'e çalışma boyunca desteği ve düşünceleri için; Douglas Kellner'e kuşkuya düştüğüm bir andaki cesaret verici sözleri için; Laura Harrison'a 3. Bölüm'ün özenli redaksiyonu ve *International Journal of Cultural Studies* ve *Radical Philosophy* dergilerinin okurlarına sırasıyla 3. ve 5. Bölüm üzerine yaptıkları geri bildirimler için.

3. Bölüm'ün farklı bir versiyonu *International Journal of Cultural Studies* (cilt 6, no. 1, 2003) dergisinde "Post-Fordism, monopoly capitalism and Hollywood's media-industrial complex" başlığı altında ve 5. Bölüm'ün bazı kısımlarının farklı bir versiyonu *Radical Philosophy* (no. 117, Ocak/Şubat 2003) dergisinde "Surveillance and Class in *Big Brother*" başlığı altında yayımlanmıştır.

GİRİŞ: KÜÇÜK EKRANDAN RESMİN TAMAMINA



Birleşik Krallık'taki televizyon programlarının bitiş jeneriklerine tuhaf bir şeyler oldu. "Eskiden ağır ağır ve tüm ekranı kaplar bir şekilde akarken, gittikçe kısaltılıyor, bölünüyor, kenarlara itiliyor, kutulara tıkılıyor ya da neredeyse okunmayacak denli hızlandırılıyorlar."¹ Bu yorum *Guardian* gazetesi medya ekinin yeni medya bölümünde yer alan bir makaleden alınmıştır. Böyle bölümler ve alt-bölümler, güncel olay ve eğilimlerle ilgili bilgi dağıtım alanında etkinlik gösteren, önde gelen günlük iletişim araçlarının tipik bir özelliğidir. Bu tür medya uygulamalarındaki bitiş jeneriği gibi özel ve nispeten önemsiz görünen bir konu ile daha elle tutulur birtakım dünya gelişmeleri arasında araştırmaya değer bir ilişki olabileceği düşüncesi pek akla yatkın görünmüyor. Ancak *Guardian* kaynaklı bu haber ile televizyonda gece haberlerinde sunulan ve pek yetersizce analiz edilen kimi olaylar arasında bir ilişki var mıdır? Bir yanda bitiş jeneriğinin böyle kısalması, bölünmesi, kutular içine alınması ile diğer yanda Arjantin'in başkenti Buenos Aires gibi bir metropolde (ulusal politikacılar tarafından itaatkâr bir biçimde riayet edilen) Uluslararası Para Fonu (IMF) politikalarına karşı gelişen kitlesel ayaklanmalar arasında nasıl bir ilişki olabilir ki? Bu kısalma, bölünme ve kutulanmanın nasıl olur da, gelişmekte olan dünyanın orasına burasına Batı tarafından bombalar yağdırılmasıyla bir biçimde bağlantısı olabilir? Bitiş jeneriklerinin tuhaf kaderiyle Birleşik Krallık'ta ulaşım, sağlık ve eğitim gibi kamu hizmetlerinin devletin onayıyla yavaş yavaş özelleştirilmesi arasında hiç kuşkusuz bir bağ olamaz. Bizim medya deneyimimizin böylesi-

ne marjinal bir yönüyle, medyanın kendi yapılanması arasında bir bağ söz konusu olabilir mi? Ve bütün bunlarla medyadaki biçim ve bağlamları ve üretilen anlamları birbirine bağlayan bir şeyler var mıdır? Belki de, *Matrix*'teki (Andy ve Larry Wachowski, 1999 ABD) Neo gibi, siz de dünyada bir şeylerin yanlış olduğunu farkındasınız, ama neden yanlış olduğunu dünyanın görünüşünden çıkaramıyorsunuz. Peki, olayların, süreçlerin ve tartışmaların bu şartırtıcı karmaşıklığını süzmeye, ayırıştırılmaya ve analiz etmeye nereden başlamalı?

Medya araştırmacısı olarak, başlangıç noktası olarak seçtiğimiz bu haberden, bu bitiş jeneriğı meselesinden daha kötüsüyle de başlayabilirdik. Buradaki sorun, televizyonun yayın süresinin niteliğinin son yıllarda değişime uğraması. Daha önceleri, seyretmiş olduğunuz ürünü üretmiş olan kişilerin katkı ve rollerini belgeleyen bitiş jeneriğinin tüm ekranı kaplayarak aheste aheste geçmesinde bir sorun yoktu. Bugün ise (nasıl finanse ediliyor olursa olsun) yayıncılar arasında yaşanan seyirci uğruna kıyasıya rekabet, bitiş jeneriğinin artık seyircinin kanalı izlemeye devam etmesini sağlamaya yönelik promosyon ve anonslarla rekabet etmek zorunda olması anlamına geliyor. Televizyon endüstrisindeki bu kıyasıya rekabet doğal yollardan gelişme göstermemiş, onun yerine devlet ve özel sektör faillerince titizlikle teşvik edilmiş ve kurumsallaştırılmıştı. Yayın süresinin artık daha önce hiç sahip olmadığı bir ekonomik değeri vardı. Bir şeyin kimileri açısından değerli hale gelmesi için, başkaları açısından kısıtlandırılması gerekir. Bir zamanlar doğa bize birtakım kısıtlamalar getirdiğı ve eziyetler çektirdiğı için kıtlık insanlığı etkilerdi. Bu kısıtlamalar ve dertleri aşmamızı sağlayacak en temel olanaklardan yoksunduk. O sırada yavaş yavaş gelişen, olgunlaşan ve kıtlığı yenmeyi, daha önceleri kimsenin elde edemediğı kadar gıda, sağlık, maddi varlık ve kültürel zenginlik vaat eden yeni bir toplumsal ve ekonomik düzen ortaya çıkıverdi. Kapitalizm olarak adlandırılan bu toplumsal ve ekonomik düzen, aslında kıtlığa son vermedi. Onun yerine, yeni, yapay ya da toplumsal olarak *tasarlanmış* kıtlık biçimleri getirdi. Vakit nakittir, derler. Bu da zamanın kıt bir kaynak, bir değer haline geldiğini

söylemenin başka bir yoludur. Dolayısıyla televizyonda zaman şimdi *o denli* değerli ki, yayıncılar bitiş jeneriğini tümünden kaldırarak internete koymayı tartışıyorlar. Televizyon programını üretmiş olan emeğin silinmesi sektördeki işçi sendikalarını pek memnun etmedi. Amerika’da Discovery Channel tarafından ortaya atılan bu düşünce çeşitli film yapımcıları örgütlerini temsil eden Belgesel Bitiş Jeneriği Koalisyonu’nca reddedildi. Söz konusu gazete haberinde şöyle deniliyor: “Tepki o denli şiddetliydi ki, Discovery Amerikan basınında ‘açgözlü’ ve ‘Amerikalılığa yakışmayan’ sıfatlarıyla damgalanmıştı, bu tepki Atlantik’in her iki yakasındaki yönetimleri de durdurmuşa benziyor.”² Böylece rekabet mantığına ve seyirciyi ve dolayısıyla reklam verenlerden elde edilen kârı artırma (veya devletçe desteklenen bir kanalsa seyirci sayısını koruma) güdüsüne karşı konulmuş oluyor, bu da toplumsal ve ekonomik düzenin önemli bir yüzünü ortaya seriyor: Karşı çıkanlar var. Bu karşı koyuşun reklam verenlerce finanse edilen ve televizyon sektörünü “açgözlü” olarak niteleyen kapitalist Amerikan basınına desteklendiği gerçeği başka bir yönü daha gözler önüne seriyor: Toplumsal ve ekonomik sahne çelişkilerle dolu; bireysel ve kolektif failler bir düzeyde belli değerleri savunurken, başka bir düzeydeki uygulamaları bununla çelişebiliyor. Aynı zamanda, ticarileşmenin uluslararasılaşmasının da çoğu kez burada ima edilen yolu kullandığını da göz ardı etmemeliyiz: Amerika’dan Britanya’ya, oradan da dünyanın geri kalanına. Düşünceyi destekleyen çeşitli kaynaklardan sektör içinden pek çok alıntının yazının orasına burasına serpiştirilmiş olduğuna bakacak olursak, bizim gazete makalesinin de bitiş jeneriğinin yerinin değişmesi düşüncesine gayet sıcak baktığı söylenebilir. Yorumculardan biri, “Seyircilerin o kadar da ilgisini çeken bir şey olduğunu gösteren bir kanıt olmadığını” söylüyor. Öte yandan, reklamların seyirciyi rahatsız ettiği ve sinirlendirdiğine dair bol miktarda kanıt var. Tabii ki, bu türdeki müşteri tepkileri ile ilgili olarak sektörün pek bir şey yapmaya niyeti yok, zira bu varlığını tehdit edecektir.

Tabii ki, siz tüm bunlardan etkilenmemiş ve o ya da bu yönde bir düşünceye sahip olmanın pek de ölüm kalım meselesi olmadığını

düşünüyor olabilirsiniz. Ne var ki, buradaki amaç tümüyle yapay kıtlık, kâr için rekabet, emeğin marjinalleşmesi, yeni teknolojinin sorunları sermayeye yararlı bir şekilde “çözmesi” gibi ilkeler çerçevesinde düzenlenen bir dünyanın neye benzeyeceğini hayal edebilmek. Hiç kuşkusuz bunu yapabilmek için Hayal Bilim bölümünden mezun olmanız gerekmez, çünkü aslında bu, řu anda içinde yaşadığımız dünyadan başkası değil. Sermayenin güçleri yaşamımızın her alanına, tüm etkileşimlerimize girmiş durumda ve o bitiş jeneriğinden petrol kaynakları (kapitalizmin toplumsal ve ekonomik ilişkileri içinde, tekelleşmiş tedarikçilerin düzene yerleşmiş çıkarları doğrultusunda yenilenebilir enerji kaynakları konusundaki araştırmaları yavaşlatmalarıyla kıt hale gelmiş başka bir kaynak daha) uğruna savaşlara kadar uzanıyor. Sermayenin gücü medya sektöründeki şirketlerin yapılarındaki değişikliklerden, devletin rolüne, yeni teknolojilerin kullanımına ve medyanın ürettiği kültürel biçimlere ve anlamlara dek uzanıyor. Bu, güçlü çelişiklerle, sürpriz dolambaçlarla doludur ve çeşitli derecede ve farklı yoğunluk ve şiddet düzeylerinde direniş ve karşı güçlerle karşı karşıyadır.

Bu kitabın sergilemeye çalıştığı; medyanın süzgecinden geçmiş güncel eğilimler arasından, bir yanda yeni, dizginlenmemiş kapitalizmin kendini ve onu içeren dünyayı (kendi benlik ve kimlik anlayışımız da dahil olmak üzere) tekrar yapılandırmasının, diğer yanda ise pratik ve kuramsal direniş güçlerinin öyküsüdür. Bize yol gösterecek, pusulamız olacak kilit kavramlar Marksizmden geliyor.

Marksizm medyayı incelemek için kullanılacak bir metodolojiden çok daha fazlasıdır. Kapitalizmin, 19. yüzyılda koca sakallı bir Alman'ın, Fransız radikal politikaları, Alman idealist felsefesi ve Britanya ekonomik analizlerinin senteziyle yarattığından beri pek çok kereler üzerinde savaşılmış, karşı konulmuş ve kınanmış politik, toplumsal, ekonomik ve felsefi bir eleştirisidir. Bir eleştiri olarak, tahmin edilebileceği gibi mevcut toplumsal ve ekonomik düzenin ötesine geçilemeyeceğini düşünenlerce kötü, haset dolu ve karikatürize edilmiş tepkiler almıştır. Aynı zamanda iktidarı ele geçirip kendilerini o ya da bu türde bir Marksist olarak ilan edenlere ilişkin deneyimlerce de ciddi olarak zedelenmiştir. Bu