

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jernej Amon Prodnik

**Politična ekonomija komuniciranja
in strukturne transformacije kapitalizma**

Doktorska disertacija

Ljubljana, 2013

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jernej Amon Prodnik
Mentorica: izr. prof. dr. Tanja Oblak Črnič

**Politična ekonomija komuniciranja
in strukturne transformacije kapitalizma**

Doktorska disertacija

Ljubljana, 2013

Arthur: *How do you do, good lady. I am Arthur, king of the Britons. Whose castle is that?*

Woman: *King of the who?*

Arthur: *King of the Britons.*

Woman: *Who are the Britons?*

Arthur: *Well we all are! We are all Britons! And I am your king.*

Woman: *I didn't know we 'ad a king! I thought we were an autonomous collective.*

Man: *You're fooling yourself! We're living in a dictatorship! A self-perpetuating autocracy in which the working classes---*

Woman: *There you go, bringing class into it again...*

Man: *That's what it's all about! If only people would--*

Arthur: *Please, *please*, good people, I am in haste! WHO lives in that castle?*

Woman: *No one lives there.*

Arthur: *Then who is your lord?*

Woman: *We don't have a lord!*

Arthur: *[surprised] What???*

Man: *I *told* you! We're an anarcho-syndicalist commune! We're taking turns to act as a sort of executive-officer-for-the-week---*

Arthur: *[uninterested] Yes...*

Man: *But all the decisions *of* that officer 'ave to be ratified at a special bi-weekly meeting--*

Arthur: *[perturbed] Yes I see!*

Man: *By a simple majority, in the case of purely internal affairs---*

Arthur: *[mad] Be quiet!*

Man: *But by a two-thirds majority, in the case of more major---*

Arthur: *[very angry] BE QUIET! I *order* you to be quiet!*

Woman: *"Order", eh, who does 'e think he is?*

Arthur: *I am your king!*

Woman: *Well I didn't vote for you!*

Arthur: *You don't vote for kings!*

Woman: *Well how'd you become king then?*

Arthur: *[holy music] The Lady of the Lake - her arm clad in the purest shimmering samite, held aloft Excalibur from the bosom of the water, signifying by divine providence that I, Arthur, was to carry Excalibur. THAT is why I am your king!*

Man: *[laughingly] Listen: Strange women lying in ponds distributing swords is no basis for a system of government! Supreme executive power derives from a mandate from the masses, not from some... farcical aquatic ceremony!*

Arthur: *[yelling] BE QUIET!*

Man: *You can't expect to wield supreme executive power just 'cause some watery tart threw a sword at you!!!*

Arthur: *[grabbing the man] Shut *UP*!*

Man: *I mean, if I went 'round, saying I was an emperor, just because some moistened bink had lobbed a scimitar at me, they'd put me away!*

Arthur: *[throwing the man around] Shut up, will you, SHUT UP!*

Man: *Aha! Now we see the violence inherent in the system!*

Arthur: *SHUT UP!*

Man: *[yelling to all the other workers] Come and see the violence inherent in the system! HELP, HELP, I'M BEING REPRESSED!*

Monty Python and the Holy Grail (John Cleese, Graham Chapman, Terry Gilliam, Eric Idle, Terry Jones, Michael Palin)

Zahvala

Zahvale so ob projektih, kot je doktorska disertacija, najbrž zmeraj vsaj malo krivične. Bi jo moral pričeti z zahvalo avtorjem, zavedenim v literaturi? Za možnost, da stojim na njihovih ramenih, da sem se lahko napajal v njihovih idejah in dognanjih? Že brez večine teh ljudi disertacija ne bi bila takšna, kakršna je.

In disertacija zagotovo ne bi bila, kakršna je, brez čudovitih prijateljev, s katerimi sem bil v stiku na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in izven nje, brez številnih ljudi, ki sem jih spoznal na konferencah in z njimi razpravljaj o tematikah, ki jih obravnavam v tem besedilu, in brez podpore moje širše družine, ki jo imam tako rad.
Hvala vsem!

Tega besedila ne bi pričel pisati brez podpore mentorice, dr. Tanje Oblak Črnič. Hvala za ponujeno priložnost in zaupanje, vloženo energijo, vse nasvete, predvsem pa za dostopnost in prijateljstvo.

Za znanstveno pomoč bi se posebej rad zahvalil dr. Slavku Splichalu in dr. Igorju Pribacu, članoma komisije, in sicer za komentarje, razprave, nasvete in konstruktivno kritiko, ki mi je omogočila, da sem tole delovišče zaključil.

Tega besedila zagotovo ne bi dokončal brez žene Vesne, ki mi že dolgo stoji ob strani in me podpira.
Hvala, ker si (sta)!

Doktorat posvečam mami Alenki, ki je v času mojega pisanja pogumno premagala zahrbtno bolezen, in starim staršem – »bici« Zofki, »mami« Miri in pokojnemu »dedanu« Mirotu, v družbi katerih sem tako rad odraščal.



IZJAVA O AVTORSTVU doktorske disertacije

Podpisani/-a Jemej Amon Prodnik, z vpisno številko 21081339, sem avtor/-ica doktorske disertacije z naslovom:
Politična ekonomija komuniciranja in strukturne transformacije kapitalizma.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena doktorska disertacija izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela;
- sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem poskrbel/-a, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem pridobil/-a vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisal/-a v predloženem delu;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorski in sorodnih pravicah (UL RS, št. 16/07-UPB3, 68/08, 85/10 Skl.US: U-I-191/09-7, Up-916/09-16)), prekršek pa podleže tudi ukrepom Fakultete za družbene vede v skladu z njenimi pravili;
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za družbene vede;
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko doktorske disertacije ter soglašam z objavo doktorske disertacije v zbirki »Dela FDV«.

V Ljubljani, dne 23. 10. 2013

Podpis avtorja/-ice:

Povzetek

Naslov: *Politična ekonomija komuniciranja in strukturne transformacije kapitalizma*

Izhodišni namen disertacije je utemeljitev politične ekonomije komuniciranja, temeljnega kritičnega pristopa v komunikologiji. Vključno s spreminjanjem in s širitvijo njegove razlagalne moči raziskovalni pristop po eni strani zgodovinsko umeščam v kontekst strukturnih transformacij kapitalizma, po drugi strani pa te transformacije razlagam prav s pomočjo analiz, ki jih omenjeni pristop podaja. Političnoekonomska raziskovalna tradicija s svojim teoretskim vpogledom, z izgrajenim »kategorialnim aparatom« in z obstoječimi razlagami omogoča celovito obravnavo strukturnih zgodovinskih transformacij s posebno osredotočenostjo na širšo komunikacijsko sfero ter spremembe v njej.

V disertaciji prispevam k širitvi kritične teoretske moči tega pristopa, ki jo ima ta raziskovalna tradicija glede na zgodovinski razvoj že od svojih začetkov. Poleg tega si prizadevam pokazati, kakšno pojasnjevalno moč ima pristop pri razumevanju družbe v obstoječi zgodovinski dobi. Ker je na teoretski ravni v slovenskem raziskovalnem prostoru bilo do sedaj objavljenih relativno malo razprav, namenjenih znanstvenemu utemeljevanju politične ekonomije komuniciranja, je pomembni prispevek disertacije mogoče videti v odpiranju vprašanja o raziskovalni vlogi tega komunikološkega pristopa, ki lahko služi kot morebitna pobuda (in spodbuda) za izgrajevanje raziskovalnega področja v prihodnosti.

V okviru dolgoročnih in globokih zgodovinskih transformacij izpostavljam predvsem poglobljenje, ki je temeljnega pomena za delovanje kapitalizma. Gre za enega ključnih procesov, ki jih analizira političnoekonomski pristop v komunikološkem raziskovanju. V njegovi zgodovinski analizi sem se poleg splošnejše razlage širitve poglobljenja skozi družbo osredotočil predvsem na njegovo problematiko v komunikacijski sferi: na *dolgo revolucijo* vključevanja področij kulture, informacij, medijev in komuniciranja v okvire kapitalistične akumulacije in proizvodnje. Na te tematike sem posredno ali neposredno osredotočen skozi celotno disertacijo.

V skladu z osnovnim ciljem naloge (tj. teoretična utemeljitev politične ekonomije komuniciranja) sem si v raziskovalnem delu pomagal s tremi splošnimi raziskovalnimi vprašanji. *Prvič*: kakšna je vloga in pomen politične ekonomije komuniciranja za razumevanje družbe ter za širitev poglobljenja v aktualni družbeni dobi in stopnji kapitalizma. *Drugič*: kako je mogoče razumeti, širiti in krepiti pojasnjevalno moč tega raziskovalnega pristopa v obstoječem zgodovinskem kontekstu. *Tretjič*: skozi kakšne strukturne transformacije je na materialni ravni šel kapitalizem in kako je s temi premiki kritični pristop k politični ekonomiji komuniciranja dodatno pridobil na veljavi.

Raziskovalni temelji disertacije so v zgodovinskem vpogledu, ki nudi oporo na vseh ravneh analize: od razumevanja dolgoročnih sprememb v družbenih strukturah, zgodovinskega umeščanja, kontekstualizacije ključnih družbenih procesov, ki pomagajo ohranjati in širiti določene družbene formacije, do zgodovinske obravnave discipline in avtorjev, ki so konstituirali raziskovalno področje.

Precejšnji del disertacije je namenjen podrobni razčlenitvi raziskovalnih izhodišč in predpostavk, ki so v raziskovanju pogosto prisotne le implicitno (kljub temu da so zmeraj njegov sestavni del). Na ravni metateorije sem po eni strani izhajal iz kritičnega realizma in po drugi strani iz materializma, pri katerem sem za osnovo jemal različne interpretacije Marxove filozofije. Na ravni družbene ontologije sem predpostavil, da je človek zaradi generično prirojene sposobnosti govora v svojem bistvu politična žival, komuniciranje pa skupaj z delom pomembno (so)ustvarja družbeno realnost. Z materialističnim dojetjem te

predpostavke sem izpostavil pogojenost konkretnih sredstev komuniciranja in komunikacijske sfere s širšim družbenim kontekstom, z razmerji moči in z občimi proizvodnimi odnosi v družbi. Aktualna sredstva komuniciranja so v določenih zgodovinskih okoliščinah navezana na družbeno totaliteto, v kateri so se razvila. Moje ontološko dožemanje družbe je ob tem relacijsko: ljudje so tisti, ki ohranjajo in spreminjajo družbo, slednje pa so rezultat človeškega delovanja. Vendar kljub temu drugačne družbe in spremembe v njih zmeraj izhajajo iz že obstoječih družb in družbenih odnosov (materialna kontinuiteta). Na ravni ohlapne »metode« sem izhajal iz dialektičnega mišljenja, ki vključuje abstrakcijo in nujnost zgodovinske perspektive. Odprto dialektiko sem opredelil za dinamični in odprti pristop k preučevanju družbenih procesov, pripadajočih sprememb in protislovij v družbi, ki je usmerjen nadvse zgodovinsko. Na aksiološki ravni je moj pristop mogoče opredeliti kot kritičen do obstoječe družbene ureditve. Paradigmatsko sem izhajal iz kritične teorije družbe, posebej iz različnih interpretacij (neo)marksizma, pri čemer sem med različnimi teoretskimi pristopi in tradicijami poskušal iskati preseke in skupne točke, s katerimi je mogoče vzpostaviti skupno kritiko obstoječih družbenih razmer in bolje razložiti predmet preučevanja.

Te osnovne predpostavke nudijo osnovo kritičnim analizam družbe, med drugim kritiko procesov splošnega poblagovljenja, ki niso temeljni le za delovanje kapitalizma, ampak tudi za njegovo širitev. Gre za enega predpogojev ohranjanja te političnoekonomske ureditve, saj se kapitalistični sistem brez rasti nujno znajde v krizi. Zato ni nenavadno, da so se ti procesi v dvajsetem stoletju močno razširili na komunikacijsko sfero, ki je postala izjemnega pomena v aktualni stopnji kapitalističnega razvoja. Čeprav je v kapitalizmu že dolgo časa obstajala težnja po poblagovljenju komunikacij, informacij in celotne kulturne sfere, ki jo je kapital poskušal podrediti lastni logiki, so ti procesi postali posebej občutni v zadnjih desetletjih. Pomembno je, da poblagovljenje nikoli ne mine povsem brez uporov, zaradi česar morajo pogosto temeljiti na neposrednem nasilju in političnih posegih (ko sta politična konstrukcija zasebne lastnine ali prvotna akumulacija). To velja tudi za spreminjanje informacij, kulture in komuniciranja v posebno obliko blaga, pri čemer je bila pomembna politična institucionalizacija intelektualnih in avtorskih pravic. S splošnimi trgovinskimi sporazumi na nadnacionalni ravni je bila omogočena utrditev prostih trgov na tem področju in posledično njegovo skoraj popolno poblagovljenje ter možnost za privatizacijo. Razloge za vzpon tako imenovane »informacijske družbe« in novih informacijskih ter komunikacijskih tehnologij je potrebno nujno poiskati v političnih intervencijah, posebej v izjemno visokih (javnih) finančnih vložkih v ta področja. Pomembni akter vzpostavitve možnosti kapitalistične akumulacije na novem »informacijskem« področju je bila (ameriška) država in ne izključno sam kapital.

V disertaciji ugotavljam, da kapital v aktualni zgodovinski dobi ni zmožen kolonizirati več le posameznih reči in področij, ampak (ravno obratno) skoraj ne obstajajo več procesi ali aktivnosti, ki ne morejo biti poblagovljeni in s tem podrejeni procesom kapitalistične blagovne menjave (ki predpostavljajo realno abstrakcijo, vzpostavitev ekvivalence med neenakimi rečmi in računsko racionalizacijo). V disertaciji k dodatnemu razumevanju teh procesov v družbi prispevam s pojmom *pronicaočega poblagovljenja*. Le-ta nakazuje, da je s kolonizacijo kapitala na dele družbe in človeških življenj – saj so le-ti tako ali drugače povezani s komuniciranjem, ki danes prežema vse kotičke človeških življenj – prišlo do občutnega kvalitativnega preskoka v ekspanziji poblagovljenja. Zaradi posebnosti komuniciranja, ki ga je težko povsem zamejiti in pogosto ne pozna klasičnih meja ali morebitnih »fizičnih« omejitev, namreč potencialno prihaja do pronicanja poblagovljenja v vse pore družbe in človeških življenj. To se odraža predvsem v poblagovljenju raznolikih vrst informacij in samega dostopa do njih.

Na te tematike je tesno navezan pristop politične ekonomije komuniciranja, ki omogoča razlago strukturnih omejitev, ki v družbi izhajajo iz načel delovanja kapitalističnega trga.

Primarni namen politične ekonomije je analiza materialne ravni in odnosov, ki so njen del: lastniških struktur, proizvodnje in proizvodnih odnosov, ki postavljajo bolj ali manj trdne okvire, znotraj katerih so se v svojem delovanju primorane gibati posamezne medijske, informacijske in kulturne kapitalistične industrije (s tem pa tudi akterji, ki delujejo znotraj njih). Pristop s tem pomaga ugotavljati, kateri pritiski že na tej zelo osnovni ravni vplivajo na proizvodnjo medijskih sporočil in s tem (morda povsem nenamerno in predvsem posredno) na konkretne proizvedene vsebine. Pristop poleg tega odgovarja na vprašanja, kdo in zakaj lahko učinkovito proizvaja in distribuira vsebine, ki imajo največji družbeni vpliv, kakšna je povezava med komunikacijskimi sredstvi in splošnejšimi sredstvi proizvodnje v kapitalizmu, kako je v družbi porazdeljena komunikacijska moč in kako se takšni odnosi v družbi vzpostavljajo ter ohranjajo.

Neenakosti v porazdelitvi komunikacijske moči, informiranosti in posledično zmožnosti za dostop do javne sfere se vzpostavljajo na številnih ravneh. Praviloma odražajo predvsem globlje neenakosti in asimetrije moči, ki izhajajo iz širše družbe. Med razlogi za te neenakosti je (med drugim) mogoče identificirati: procese koncentracije kapitala in krčenje števila akterjev, ki imajo dostop do ustvarjanja hegemonskih dojemanj družbe; mehanizme omejevanja in ograevanja dostopa do informacij in sfere komuniciranja, ki so povezani z ekspanzijo intelektualnih in avtorskih pravic; splošno poblagovljenje medijev, kulture, komunikacijskih sistemov in javno dostopnih informacij, kar zaradi načel kapitalistične blagovne menjave krči širino javnega diskurza in v družbi ustvarja občutne informacijske neenakosti; promocijo doktrin o prostem pretoku informacij in drugih poskusov legitimacije ter uveljavljanja oblik kulturnega imperializma, ki so koristne predvsem za že močne akterje in težijo k implementaciji prostega trga na komunikacijskem področju, posredno pa prispevajo k legitimaciji širitve kapitalizma; in mnoge druge načine vzpostavljanja monopolov nad znanjem, ki so ključnega pomena pri ohranjanju družbenih hierarhij in oblastnih struktur.

Političnoekonomski pristopi h kritični komunikologiji niso nikoli trdili, da lahko z lastnim analitičnim okvirom in z vpogledom razložijo vse okoliščine komuniciranja, saj to nikakor ne drži. Vendar vsekakor *so* poudarjali, da so za komunikologijo v kapitalističnih družbah temeljnega pomena. Analizirajo namreč najtemeljnije omejitve, s katerimi se soočajo kapitalistične medijske, informacijske in kulturne industrije. S svojimi analizami pomembno prispevajo pri razlagi vloge, ki jo imajo te institucije na družbo kot celoto.

Teoretska utemeljitev politične ekonomije komuniciranja, podana v disertaciji, vključuje temeljna izhodišča političnoekonomskega pristopa, njegovo primerjavo z afirmativnimi pristopi, njegove temeljne značilnosti in očrt raziskovalnega področja s ključnimi tematikami, ki vključuje zgodovinski razvoj te kritične komunikološke raziskovalne tradicije. S tem disertacija ne prispeva le k razumevanju in nadaljnjemu izgrajevanju področja, ki ga s svojimi analizami ta raziskovalni pristop pokriva, ampak z zgodovinskim očrtom izvirno navezuje njegov razvoj na konkretni politični, ekonomski, tehnološki in družbeni kontekst, v katerem so raziskovali njegovi ključni avtorji. Zgodovino pristopa sem pri tem razdelil v pet povezanih, a vseeno značilnih zgodovinskih obdobjih: 1) predzgodovinsko stopnjo pristopa (od sredine devetnajstega do sredine dvajsetega stoletja), 2) stopnjo konfliktnega formalnega konstituiranja področja (od konca štiridesetih let do konca šestdesetih dvajsetega stoletja), 3) stopnjo občutne ekspanzije in prosperiranja (sedemdeseta leta in začetek osemdesetih let dvajsetega stoletja), 4) stopnjo delnega intelektualnega in raziskovalnega zastoja (od sredine osemdesetih let do novega tisočletja) ter 5) obdobje vrnitve pristopa kot temelja kritičnega komunikološkega raziskovanja. Kot je razvidno že iz poimenovanj, so v teh obdobjih zaradi raznolikih pritiskov in spodbud raziskovalci lažje ali težje ohranjali raziskovalno vitalnost in moč te raziskovalne tradicije.

Med ključne predhodnike pristopa je mogoče umestiti avtorje, kot so Marx, Knies, Schäffle, Bücher in Sinclair, ki so se bodisi posredno bodisi neposredno ukvarjali z mediji ali s komunikacijskimi sistemi. Njegova formalna ustanoviteljica sta bila Dallas W. Smythe in Herbert I. Schiller v sredini dvajsetega stoletja; njune prispevke obravnavam najpodrobnejše. Poleg postavljanja temeljev sta občutno razširila področje raziskovanja. Prvi s striktno materialistično analizo mehanizmov blagovne menjave in temeljne vloge občinstev ter oglaševanja v delovanju korporativnega kapitalizma. Drugi z eruditskim in z vseobsegajočim aktivističnim pristopom, ki je kritiziral oblastne elite v povezavi z vojaško-industrijsko-komunikacijskim kompleksom in ohranjanje razrednih struktur, kasneje pa tudi problematiziral evforičnost teorij tako imenovane »informacijske družbe«. Oba sta intelektualno pomembno prispevala k razpravam o komunikacijskih neenakostih in kulturnem imperializmu (ki jih prav tako podrobno obravnavam v disertaciji), s tem pa tako posredno kot neposredno k eni izmed temeljnih praktičnih političnih pobud na področju kritične komunikologije – k pozivu po *Novi svetovni informacijski in komunikacijski ureditvi* (NWICO). V disertaciji analiziram vlogo in vpliv teh prispevkov v njihovem zgodovinskem kontekstu.

Ob tem sem ugotovil, da zaradi širjenja komuniciranja v vse kotičke družbe in človeških življenj poleg pronicajočega poblagovljenja prihaja do zblíževanja med političnoekonomskim komunikološkim pristopom na eni strani in »splošnejšimi« kritičnimi teorijami družbe na drugi. Kritični in radikalni družboslovni pristopi so se po eni strani pričeli zanimati za tematike, ki so bile tradicionalno zanimive predvsem za kritično komunikologijo. Pri politični ekonomiji komuniciranja se je po drugi strani pojavila možnost za širitev pristopa izven področja, ki ga je tradicionalno pokrivala komunikologija. Zaradi vedno intenzivnejše družbene širitve komunikacij, ki je med drugim povezana z novimi informacijskimi in s komunikacijskimi tehnologijami, tudi če bi hotel, pristop ne bi mogel vključevati več le vprašanj, ki so ozko povezana z mediji.

Prav zaradi širitve komunikacijske sfere in samega komuniciranja skozi družbo se v procesih, ki vsaj na prvi pogled nimajo veliko s politično ekonomijo komuniciranja ali s področjem informacij in kulture, v obstoječi stopnji kapitalizma vzpostavljajo povezave, kjer poprej niso obstajale. Poblagovljenje informacij o genetskem materialu ali o drugih bioloških procesih, katerih značilnosti so povsem neotipljive in jih ne more zmanjkati, lahko neposredno vpliva na povsem otipljiv svet (zaradi ograjevanja dostopa do informacij je na primer onemogočena »fizična« proizvodnja). Podobno velja za polja kulturne, znanstvene ali kreativne proizvodnje, v katerih je vedno pogosteje poblagovljen (in s tem onemogočen neposredni) dostop do informacij. Eden izmed ciljev disertacije je zato poziv k nadaljnji širitvi raziskovalnega pristopa politične ekonomije komuniciranja in k dialektičnemu umeščanju teh procesov (in njihovih posledic) v družbeno totaliteto.

Ključne besede: politična ekonomija komuniciranja, poblagovljenje, politična ekonomija medijev, kapitalizem, kritična teorija, zgodovina kritične komunikologije.

Abstract

Title: *Political economy of communication and structural transformations of capitalism*

The initial goal of this dissertation was to substantiate political economy of communication, the fundamental critical approach in communication studies. I have placed the research approach in a historical context of structural transformations of capitalism while I also tried to explain those same transformations with the use of analyses that are included in the said approach. The political-economic research tradition, together with its theoretical insight, a well structured "categorical apparatus" and the existing interpretations, enables a comprehensive consideration of historical structural transformations by bringing a broader communication sphere and its internal changes into focus.

This dissertation helps expanding the critical theoretical power of such approach, one that this type of research tradition has, historically spoken, possessed since the very beginning. Apart from that I also tried to demonstrate the extent of explanatory powers that this approach has regarding the understanding of our society in the current time period. Since there have been very few articles dealing with scientific argumentation of political economy of communication published in the Slovenian research area - at least at the theoretical level - this dissertation can be regarded as a starting point for a debate about the research role of this communication approach and also as an initiative (and an incentive) for consolidating the research area in the future.

Within the scope of deep historical transformations this dissertation emphasizes the commodification, an essential process inherent to capitalism. It is also a key process analyzed by political-economic approach in communication research. In my historical analysis of these processes I have not only discussed in general the expansion of commodification throughout our society but I also focused on the problems of the commodification of communication sphere: the *long revolution* of integrating areas of culture, information, media and communication into the frames of capitalist accumulation and production. Those are the topics, on which I have directly or indirectly focused throughout the dissertation.

Consistently with the main goal of this assignment (the theoretical argumentation of political economy of communication) I have set three general research questions for my research. *First:* I wanted to know what is the role and the significance of the political economy of communication for understanding of the society and the expansion of the commodification in the current social era and the current stage of capitalism. *Second:* How to understand, expand and strengthen the explanatory powers of this research approach within the current historical context. *Third:* What were the structural transformations that capitalism went through at the material level and how did those shifts consolidate the importance of the critical approach to political economy of communication.

The research foundations of this dissertation lie in the historical insight that offers support at all levels of the analysis: Everything from understanding the long-term changes in social structures to historical placement and contextualization of key social processes which help preserve and expand certain social formations and the historical discussion of the discipline and its authors, who constitute this research approach.

A large portion of this dissertation is reserved for a detailed analysis of the research starting points and presumptions that are often merely implicated in one's research (although they present a constant part of every research analysis). At the level of metatheory I have, on the one hand, used the approach of critical realism, and on the other hand materialism, with various interpretations of Marxist philosophy serving as the basis. At the social ontology level I presumed that a man is essentially a political animal due to his generic faculty of language,

while communication along with labor (co-)creates the social reality. With the materialistic perception of this presumption I tried to emphasize how much the actual means of communication and the communication sphere itself depend on the broader social context, the power relations and the general social relations of production. Means of communication are in concrete historical circumstances always closely related to the social totality in which they have developed.

My ontological comprehension of society is relational: It is the people who preserve and transform the society, while societies are products of human activity. Yet different societies and the changes within them are always based on pre-existing societies and social relations (material continuity). At the level of loose "method" I was proceeding from dialectical reasoning that includes abstraction and the need for a deep historical perspective. I have defined open dialectics as an open, dynamic approach to studying social processes and their associated changes and also contradictions within the society. This approach is also very historical in its nature. At the axiology level my approach can be defined as critical towards the existing social order. Paradigmatically, I was proceeding from critical theory of society, especially from various interpretations of (neo)marxism, while trying to find mutual cross-sections and common points between different theoretical approaches and traditions. These common points enable the foundation for mutual criticism of the existing social relations and help explain the studied subject matter more precisely.

These basic presumptions offer a basis for critical analyses of the society, among them the criticism of processes of commodification, which are not only essential for the functioning of capitalism but also for its expansion. It is one of the preliminary conditions for preserving this political-economic order, since without growth the capitalist system is essentially faced with crisis. Therefore it is not unusual that during the twentieth century those processes have expanded notably through the communication sphere, which has become extremely important in the current stage of capitalist development. Although these tendencies within capitalism have long been present, namely for commodification of communications, information and the whole cultural sphere, which the capital wanted to subdue to its logics, those processes became especially noticeable during the last few decades. It should also be noted that commodification never happens without resistance, which is why those processes are often based on direct violence and political interventions (such as political construction of private property or primitive accumulation). This also applies to transforming information, culture and communication into a special type of commodity, a process for which political institutionalization of intellectual property was of fundamental importance. General trading agreements at the transnational levels enabled a consolidation of free markets in this area and also its almost complete commodification, together with the possibility for their privatization. The reasons why the so-called "information society" as well as new information and communication technologies have so radically expanded in the last decades should be sought for in political interventions, especially when considering the extremely high (public) financial investments into those areas. An important figure for enabling accumulation of capital in this new "information" area was also the (American) government, not only the capital itself.

One of the findings of this dissertation is that capital in the current time period is not colonizing merely one single thing, sphere or area. On the contrary, there is almost no process or activity left that cannot be subject to commodification and therefore be susceptible to processes of capitalist exchange of commodities (these processes presuppose a real abstraction, equivalence among unequal things and calculated rationalization). This dissertation contributes to the understanding of these social processes by introducing the concept *seeping commodification*. The term itself suggests that the capital colonization of elements of society and human lives - which are in one way or another linked to communication that dominates every aspect of our lives - brought on a significant qualitative leap in the

expansion of commodification. The characteristics of communication, which cannot be completely limited and often knows no usual boundaries or "physical" limitations, enable a potential seeping of commodification into every pore of society and human lives. This is mostly reflected by the commodification of various types of information and the access to them.

These topics are closely related to political economy of communication that enables an explanation of structural limitations which derive into society from the functional principles of the capitalist market. The primary intention of political economy is exactly to analyze the material level and the relations which are a part of it: The ownership structures and production and the relations of production, which act as solid frameworks within which every individual media, information and cultural capitalist industry has to function (as well as all the actors that function within those industries). This approach helps to identify which types of pressure affect the production of media messages already at this basic level and by doing so (perhaps even unintentionally and completely indirectly) also affect the actual contents that are being produced. The approach also answers the questions regarding why and who produces and distributes these contents so effectively that they exert the biggest social influence; what is the correlation between the means of communication and the general means of production within capitalism; how the communication power is distributed within the society and how are such social relations established and preserved.

Unequal distribution of communication power, given information and the consequential ability of accessing the public sphere can be seen on numerous levels. This unequal distribution reflects deeper inequalities and power asymmetries derived from a wider society. Some of the reasons for these inequalities can be identified: The processes of capital concentrations and the lowering number of actors who have access to create hegemonic perceptions of society; the mechanisms of limiting and enclosing the access to information and the communication sphere that are connected to the expansion of intellectual property and copyrights; the general commodification of media, culture, communication systems and publicly available information, which, due to the principles of capitalist exchange of goods, limits the width of public discourse and creates notable information inequalities within society; promoting the free flow of information principle and other attempts to legitimate and enforce certain types of cultural imperialism that mostly benefit the already powerful actors and attempts which aim to implement a free market in communication while indirectly contribute to legitimate the expansion of capitalism; and many other ways of establishing monopolies of knowledge, which are crucial for preservation of the existing social hierarchies and power structures.

Political-economic approaches to critical communication studies never claimed to be able to explain all communication circumstances within their own analytical frame, since that is simply not possible. They have however proved to be an essential part of communication studies within a capitalist society since they analyze the most fundamental limitations, which capitalist media, information and cultural industries are confronted with. These analyses provide a significant and indispensable contribution to the explanation of the role that those institutions play in the society as a whole.

My theoretical argumentation of the political economy of communication given in this dissertation includes the basic starting points of the political-economic approach, a comparison of this approach with affirmative approaches, main characteristics of the approach and a mapping of the research area together with key topics that also include the historical development of this critical research tradition within communication studies. Therefore the dissertation not only contributes to the understanding and future development of the area, covered by this research approach with means of analyzing, but also, by giving a historical background, offers a unique link between its own development and the actual political, economical, technological and social context in which the area's key authors did their

research. The history of the approach is divided into five interconnected yet analytically separable time periods: 1) the prehistoric stage of the approach (mid 19th to mid 20th century), 2) the stage of a conflicting formal constitution of the area (late 1940s to late 1960s), 3) the stage of considerable expansion and prosperity (1970s to early 1980s), 4) the stage of partial intellectual and research stagnation (mid 1980s to the end of the millennium), and 5) the time period in which the approach returned as the foundation for critical research in communication studies. As the names of the periods suggest those were the times when keeping the research tradition vital and vigorous was sometimes hard for researchers due to outside pressures yet at other times easier thanks to a more stimulating environment.

Among the key predecessors of this approach, authors such as Marx, Knies, Schäffle, Bücher and Sinclair can be listed, since they studied, directly or indirectly, the media or the communication systems. The formal founders of the approach were Dallas W. Smythe and Herbert I. Schiller in the mid 20th century. I have analyzed their contribution in greatest detail. Beside setting the foundations they have also widened the research area considerably. Smythe did so with a strict materialistic analysis of the mechanisms dealing with exchange of commodities and the analysis of the fundamental roles of audiences and advertising within corporate capitalism. Schiller used the erudite all-encompassing activist approach that criticized the power elites connected to military-industrial-communication-entertainment complex and the preservation of class structures. Later on he also questioned the celebratory nature of theories dealing with the so-called "information society". They have both given a big intellectual contribution to the debates about communication inequalities and cultural imperialism (these debates are also closely analyzed in the dissertation) and by doing so they also directly as well as indirectly assisted in the rising of one of the fundamental practical political initiatives in the area of critical communication studies, the initiative for a *New world information and communication order* (NWICO).

During my research for this dissertation I have realized that since communication has expanded into every aspect of society and human lives, the result is not only the seeping commodification but also the connection between the political-economic approach within the communication studies on one hand and the more "general" critical social theories on the other. Critical and radical approaches to social theory started to express interest in topics that were traditionally mostly interesting to critical communication studies. Also with the political economy of communication an opportunity has arisen to expand the approach beyond the area, traditionally covered by communication studies. Due to increasingly intensive social expansion of communication, which is also connected with the new information and communication technologies, this approach cannot only address questions, narrowly linked to the media. This expansion of the communication sphere and the social communication itself is the reason why, within the processes that seemingly have nothing in common with the political economy of communication or the area of information and culture, new links have been established where there previously were none. The commodification of information on genetic material or other biological processes, of which the characteristics are completely intangible and cannot run out, can directly affect a perfectly tangible reality (due to the enclosing of access to information, which prevents, for example, the "physical" production). The same goes for the field of cultural, scientific or creative production, where the access to information is also subject to commodification (and is therefore blocked). One of the goals of this dissertation is to appeal for further expansion of the research approach in the political economy of communication and to base these processes (and their consequences) dialectically within the social totality.

Keywords: political economy of communication, commodification, political economy of media, capitalism, critical theory, history of critical communication studies.

Kazalo

KAZALO	12
KAZALO TABEL IN SLIK	14
1 UVOD	15
2 TEMELJNE PREDPOSTAVKE IN IZHODIŠČA	28
2.1 Materialistično pojmovanje sveta	32
2.1.1 <i>Realističen pristop in umeščanje kritičnega realizma</i>	35
2.1.2 <i>Pristop globokega realizma</i>	40
2.1.3 <i>Ontologija in temeljni pojmi: k stratificirani razvrščenosti sveta</i>	45
2.1.4 <i>Materialistična interpretacija</i>	50
2.2 Družbena ontologija	54
2.2.1 <i>Logos politične živali: politika, komuniciranje in proizvodni odnosi</i>	57
2.2.2 <i>Relacijsko pojmovanje družbe in transformacijski model</i>	68
2.3 Dialektika	75
2.3.1 <i>Odprto dialektično mišljenje</i>	77
2.3.2 <i>Dialektika, totaliteta in (ne)disciplinarnost</i>	81
2.4 Kritična teorija družbe	85
2.4.1 <i>Neomarksizem</i>	89
3 BLAGOVNA FORMA, POBLAGOVLJENJE IN STRUKTURNE TRANSFORMACIJE KAPITALIZMA	92
3.1 Vloga blagovne forme pri Marxu	96
3.2 Poblagovljenje in individualizacija: zgodovinske transformacije in blagovni fetišizem 100	
3.2.1 <i>Zgodovinske spremembe in družbeni odnosi v kapitalističnih družbah</i>	102
3.2.2 <i>Menjava blaga in družbena totaliteta</i>	110
3.2.3 <i>Realna abstrakcija, ekvivalenca in »računska racionalizacija«</i>	114
3.2.4 <i>Blagovna menjava kot sila individualizacije</i>	117
3.2.5 <i>Blagovni fetišizem in realna mistifikacija družbenih odnosov</i>	119
3.2.6 <i>Različna pristopa k preučevanju ideologije (in vloga medijskih ter kulturnih industrij)</i>	123

3.3 Političnost globalnega poblagovljenja vsega: permanentnost prvotne akumulacije in nove oblike ograjevanja.....	134
3.3.1 <i>Komercializacija, objektivizacija in poblagovljenje.....</i>	135
3.3.2 <i>Politična vzpostavitev moderne zasebne lastnine.....</i>	138
3.3.3 <i>Permanentnost prvotne akumulacije: akumulacija kot odvzemanje.....</i>	143
3.3.4 <i>Blago kot spektakel, spektakel kot blago.....</i>	152
3.4 Obče poblagovljenje komuniciranja, informacij in kulture v zgodovinski perspektivi. 155	
3.4.1 <i>Dolga revolucija spreminjanja informacij in komuniciranja v blago.....</i>	160
3.4.2 <i>Politični in družbeni vzroki aktualne transformacije.....</i>	165
3.4.3 <i>Dojemanje informacij in posebnost komunikacijskih, informacijskih in kulturnih vrst blaga. 176</i>	
3.4.4 <i>Pronicajoče poblagovljenje.....</i>	182
3.5 Družbene perturbacije in političnoekonomski prehod.....	190
3.5.1 <i>Povratak rente in družba kot tovarna.....</i>	197
4 POLITIČNA EKONOMIJA KOMUNICIRANJA.....	202
4.1 Temeljna izhodišča politične ekonomije komuniciranja.....	208
4.1.1 <i>Politična ekonomija, kulturne študije in akumulacijski proces.....</i>	209
4.1.2 <i>Pristopi politične ekonomije komuniciranja.....</i>	220
4.1.3 <i>Kritika politične ekonomije in primerjava z afirmativnimi perspektivami.....</i>	226
4.1.4 <i>Temeljne značilnosti raziskovalnega pristopa.....</i>	235
4.1.5 <i>Moralna ekonomija in vzpostavljanje skupnega.....</i>	239
4.2 »Predzgodovina« politične ekonomije komuniciranja.....	244
4.2.1 <i>Širši vpliv Marxa na kritične analize tehnologije in komunikacij.....</i>	245
4.2.2 <i>Marxova mladostna kritika cenzure in svoboda tiska.....</i>	248
4.2.3 <i>Knies, Schäffle in nemška (kritična) časnikarska veda.....</i>	250
4.2.4 <i>Bücherjev političnoekonomski pristop k zgodovinski analizi novinarstva.....</i>	255
4.2.5 <i>Sinclairjev radikalni populizem in razvoj tiska v ZDA.....</i>	259
4.2.6 <i>Javno mnenje in tisk pri Tönniesu.....</i>	266
4.2.7 <i>Webrova (neizvedena) ekonomska sociologija tiska.....</i>	268

4.3 Formalni začetki političnoekonomske raziskovalne tradicije v komunikologiji in izgraditev področja raziskovanja	272
4.3.1 Prvi zametki področja v represivnih političnih razmerah in njegova ekspanzija v kontekstu družbenih antagonizmov	276
4.3.2 Kulturni imperializem in pozivi k Novi svetovni informacijski ter komunikacijski ureditvi ..	283
4.3.3 Mehanizmi blagovne menjave pri reprodukciji družbenega konsenza: Dallas W. Smythe....	301
4.3.4 Kritika ameriškega imperija in teorij »informacijske družbe« v praxisu H. I. Schillerja.....	319
4.3.5 Zastoj, obnovitev in vnovična širitev radikalnega raziskovanja	340
5 SKLEP	355
6 LITERATURA	363
7 STVARNO IN IMENSKO KAZALO	390

Kazalo tabel in slik

Slika 2.1: Stališča v razpravi med materializmom in idealizmom po Hayu	38
Slika 2.2: Prekrivajoča se področja realnega.....	44
Slika 2.3: Bhaskarjeva zasnova dialektičnega in transformacijskega modela.....	72
Slika 2.4: Harveyev primer dialektičnega pristopa k povezovanju različnih procesov in elementov realnosti v Marxovem <i>Kapitalu</i>	81
Shema 4.1: Prikaz odnosa med ekonomijo in komunikologijo – paradigme in sovpadanje	209
Shema 4.2: Marksistični krogotok kapitalistične akumulacije.	216
Tabela 4.3: Nasprotujoče si in tekmujoče moralne ekonomije.	240
Tabela 4.4: Shematična razdelitev oblik skupnega iz gledišča politične ekonomije.....	242
Tabela 4.5: Obdobja razvoja politične ekonomije komuniciranja	275
Slika 4.6: Kolonializem in neokolonializem	286
Slika 4.7: Jaka Racman z infantilnim plemenitim divjakom	288
Slika 4.8: Največji izvozniki televizijskih programov v zgodnjih 70. letih dvajsetega stoletja ..	294

1 Uvod

»Zmožnost komunikologije je, na kratko, konvergiralna neposredno, na številnih točkah, z analizo in s kritiko celotne obstoječe družbe.«

Dan Schiller (1996, VII)

Eduardo Galleano v knjigi *Odprte žile Latinske Amerike*, ki govori o brutalnem nasilju, ropanju in načrtnem *razvoju neenakosti* na stoletja izkoriščanem kontinentu, s čudovito formulacijo povzema temeljni razlog za neizogibno in neprestano nujnost zgodovinskosti. Kot piše, je zgodovina namreč »prerok s pogledom, uprtim nazaj: iz tistega in proti tistemu, kar je bilo, napoveduje to, kar bo.« (Galleano 2010, 22) Čeprav si sam ne domišljam, da v pričujočem delu napovedujem, kaj se *bo* zgodilo, sem, podobno kot Galleano, prepričan, da je v družbi mogoče razumeti le malo, brez da bi jo vsakokrat znova in na različne načine umeščali globoko v zgodovinski kontekst. Zgodovinskost namreč omogoča stapljanje na videz neprehodnih in »naravnih« struktur, institucij, procesov in odnosov. Že s tem, ko prikazuje njihov začetek in nakazuje razloge za njihov nastanek ali aktualno obliko, govori o strukturah in tendencah, ki jih v takšni obliki ohranjajo pri življenju. S tem pa vsaj posredno govori o možnostih njihove transformacije ali odprave.

Izhodiščni namen disertacije je utemeljitev politične ekonomije komuniciranja. Ta temeljni kritični pristop h komunikološkemu raziskovanju je posledično osrednji predmet njenega proučevanja. Sam raziskovalni pristop, vključno s spreminjanjem in s širitvijo njegove razlagalne moči, po eni strani zgodovinsko umeščam v kontekst strukturnih transformacij kapitalizma, po drugi strani pa te transformacije razlagam prav s pomočjo analiz, ki izhajajo iz ugotovitev tega pristopa. Ta raziskovalna tradicija s svojim teoretskim vpogledom, z izgrajenim kategorialnim aparatom in z obstoječimi analizami omogoča celovito obravnavo strukturnih zgodovinskih premikov, pri čemer omogoča osredotočenost na širše področje komuniciranja, medijev, komunikacijskih sistemov, informacij in kulture, ki jih obravnavam v besedilu.

V okviru dolgoročnih zgodovinskih transformacij izpostavljam predvsem občo širitev pobjagovljenja,¹ ki je temeljnega pomena za širitev kapitalizma. Gre za enega ključnih

¹ V slovenskem raziskovalnem prostoru se namesto termina *pobjagovljenje*, ki ga uporabljam sam, pogosto uporablja termin *komodifikacija*, ki je slovenjen iz angleške besede *commodification*. Le-ta izhaja iz termina *commodity* ('blago'), vendar se pri njegovi uporabi pojavlja težava, saj v slovenskem jeziku seveda ne gre za neposredno izpeljavo iz osnovnega termina (*blago*), ki ga v besedilu pogosto uporabljam tudi sam. Podrobneje o tej dilemi v začetku tretjega poglavja.

procesov, ki jih analizira političnoekonomski pristop h komunikološkemu raziskovanju. Ta proces obravnavam na treh ravneh: 1) na ravni teorije in abstraktnega pojmovanja, 2) na ravni njegovih družbenih posledic in 3) na ravni njegovega zgodovinskega razvoja. Pri zgodovinski analizi se poleg splošnejše razlage širitve poblagovljenja skozi družbo osredotočam predvsem na poblagovljenje komunikacijske sfere v njenem širšem pomenu: na *dolgo revolucijo* vključevanja področij kulture, informacij, medijev in komuniciranja v okvire kapitalistične akumulacije ter proizvodnje. Na te tematike sem posredno ali neposredno osredotočen skozi celotno disertacijo.

V skladu z osnovnim ciljem naloge (tj. teoretična utemeljitev politične ekonomije komuniciranja) sem si v raziskovalnem delu pomagal s tremi splošnimi raziskovalnimi vprašanji. Zanimalo me je naslednje.

1. Kakšna je vloga in pomen politične ekonomije komuniciranja za razumevanje družbe in ekspanzijo poblagovljenja v aktualni družbeni dobi ter stopnji kapitalizma?
2. Kako je mogoče razumeti, širiti in krepiti pojasnjevalno moč tega raziskovalnega pristopa v obstoječem zgodovinskem kontekstu?
3. Skozi kakšne strukturne transformacije je šel kapitalizem in kako je s temi premiki kritični pristop k politični ekonomiji komuniciranja pridobil na veljavi?

Vsebinska in strukturna zastavitev pričujoče doktorske disertacije omogoča več ravni branja in različne vstopne točke, vendar so v skladu z odprtim dialektičnim mišljenjem oboje v tesni vzajemni povezanosti in zaradi tega tvorijo zaokroženo celoto. Dve temeljni vstopni točki sta prav pristop politične ekonomije komuniciranja (bodisi v luči njenega utemeljevanja bodisi možnih razlag, ki jih pristop podaja) in obča širitev blagovne forme, torej proces poblagovljenja. Obe ravni razprave se zrcalita že v raziskovalnih vprašanjih in omogočata vzajemni odnos ter neprestano prepletanje.

Ne glede na odprtost vstopnih točk k branju so temelji disertacije v že omenjenem zgodovinskem vpogledu, ki nudi oporo na vseh ravneh analize: od razumevanja dolgoročnih sprememb v družbenih strukturah, kar je še najbližje braudelovskemu *longue duréeju*, do zgodovinskega umeščanja in kontekstualizacije ključnih družbenih procesov, ki pomagajo ohranjati in širiti določene družbene formacije, ali pa kot zgodovinska obravnava discipline in avtorjev, ki so konstituirali neko raziskovalno področje, kar je kot pomembni raziskovalni predpogoj opredeljeval Robert McChesney (1994, 341–342), politični ekonomist. Takšna mnogovrstnost pristopov omogoča različne vpogleds in odkriva raznolike plasti zgodovine, ki

jo je mogoče opazovati iz različnih zornih kotov. Ne le, da brez zgodovine ne moremo napovedovati prihodnosti (ki nikoli ni determinirana vnaprej, zaradi česar lahko zmeraj izberimo *drugačno* prihodnost), še pomembneje je, da brez zgodovine ne moremo razumeti niti sedanjosti: kako smo se sploh znašli tukaj, zakaj so stvari takšne, kakršne so. Kot je zapisal Braudel (2010, 37): »Med preteklostjo in celo daljno preteklostjo in današnjim časom kljub vsemu nikoli ni dokončnega preloma, popolnega pretrganja, ali če hočete, neokuženosti. Pretekle izkušnje se brez konca in kraja podaljšujejo v sedanje življenje in ga redijo.«

* * *

Pomembni del disertacije so metateoretske, ontološke, teoretske in metodološke predpostavke. Gre za izhodišča disertacije, ki jih podrobneje obravnavam v drugem poglavju. Z njimi podajam premislek o temeljih, na katerih naj bi bile zgrajene družboslovne teorije in iz katerih naj bi izhajali posamezni raziskovalni pristopi (vključno s pristopom in z analizami politične ekonomije komuniciranja). Ta izhodišča so v raziskovanju in teoriji pogosto prisotna le implicitno, čeprav so zmeraj že njun del, kar pomeni, da se nujno odražajo v praktičnih rezultatih nekega miselnega dela. Nedvoumno izražena izhodišča omogočajo natančnejše dojemanje temeljev raziskovanja in s tem po potrebi njihovo kritiko ter vnovični premislek.

Sam na ravni metateorije po eni strani izhajam iz izhodišč Bhaskarjevega kritičnega realizma in po drugi strani iz materializma, pri čemer pri zadnjeomenjenem za osnovo jemljem različne interpretacije Marxove »filozofije«. Kritični realizem je, podobno kot različni tokovi marksizma, združljiv s kritično teorijo družbe, oba pa sta se razvijala v smeri dialektike in kritike kapitalizma. Kritični realizem jemlje za osnovo Marxove filozofske nastavke, med drugim relacijsko dojemanje družbe. Ena izmed vstopnih točk, s katero pristop kritičnega realizma nadgrajuje klasični realizem, je uvedba *globokega realizma*. Le-ta vzpostavi raven *realnega*, na kateri je mogoče preučevati tendence in strukture (pri čemer je ontologija kritičnega realizma, čeprav temelji na realno obstoječih strukturah, zaradi obravnave tendenc dinamična in ne statična).

Kritični realizem ob tem predpostavlja stratifikacijo konstitutivnih ravni realnosti, zaradi katere je število vplivajočih struktur v višjih slojih večje kot v osnovnejših. Prvoomenjeni namreč vključujejo strukture, delujoče in prisotne v zadnjeomenjenih; posledično je večja kompleksnost (in težavnost) razlage na višjih ravneh »lestvice« stratifikacije sveta. Izvor in ukoreninjenost v osnovnejših ravneh namreč označujeta dejstvo, da kompleksnejši vidiki realnosti predpostavljajo osnovnejše. Sam izhajam iz

(antiredukcionistične) materialistične interpretacije stratificiranega modela realnosti, po katerem so proizvodni odnosi in kapitalistična družbena ureditev (baza) osnovnejši od ideologije (vrhnja zgradba). Konstitutivne ravni realnosti pri tem zmeraj ohranjajo določeno mero avtonomnosti, osnovnejše ravni pa ne *determinirajo* višjih, ampak jih v delovanju kvečjemu omejujejo. Za pristop je ključno dejstvo, da je družba odprt sistem, v katerem je nemogoče poskusno uveljavljanje zaprtih in nadzorovanih okolij, zaradi česar so družboslovne teorije že zaradi ontoloških razlogov nujno ne(do)končane in mogoče pomanjkljive. Poskuse, prisotne v naravoslovnih znanostih, v družboslovju nadomešča moč abstrakcije, torej proces odmišljanja od konkretnega, ki jo je kot eno temeljnih metod družboslovnega raziskovanja izpostavljal tudi Marx. Sam abstrakcijo, ki največkrat ustvarja statične modele in teorije, dopolnjujem predvsem z omenjenim zgodovinskim vpogledom in z osredotočenostjo na procese, s čimer kažem na prehodnost struktur in odnosov, ki nastajajo v družbi.

Na ravni družbene ontologije v drugem delu drugega poglavja predpostavljam, da je človek v svojem bistvu politična žival, in sicer zaradi generično prirojene sposobnosti govora; komuniciranje pa skupaj z delom (danes tudi kot oblika dela) v tem smislu pomembno (so)ustvarja družbeno realnost. Konstitucija družbe v samem temelju torej izhaja iz jezikovne sposobnosti človeških bitij in komuniciranja, ki je skupen izraz človeške govorne sposobnosti in predpogoj družbe, ne pa (le) iz njegovega del(ovanj)a. Z materialističnim dojemanjem te predpostavke izpostavljam pogojenost določenih zgodovinskih sredstev komuniciranja (pri katerih so v dvajsetem stoletju bili najvplivnejši predvsem množični mediji) in komunikacijske sfere s širšim družbenim kontekstom, z razmerji moči in z občimi proizvodnimi odnosi v družbi. Čeprav konstitucija družbe in legitimacija družbenih redov izhajata iz jezikovne sposobnosti človeških bitij, gre za abstraktno in nezagodovinsko ugotovitev, ki je v konkretnih zgodovinskih okoliščinah nujno povezana z aktualnimi sredstvi komuniciranja, ki so navezana na družbeno totaliteto in izhajajo iz določenih družbenih ter proizvodnih odnosov, v katerih so se razvile.

Moje ontološko dojemanje družbe je, kot že zapisano, relacijsko. Na podlagi Marxovih ontoloških predpostavk, ki jih prevzema kritični realizem, je mogoče zapisati, da so ljudje tisti, ki ohranjajo in spreminjajo družbo, družbe pa so zmeraj rezultat človeškega delovanja. Vendar to ne pomeni, da ljudje družbe preprosto (voluntaristično) ustvarimo v smislu njihove zavestne in bolj ali manj namerne konstrukcije. Drugačne družbe in spremembe v njih izhajajo iz že obstoječih družb in družbenih relacij (materialna kontinuiteta), zaradi česar jih posamezniki s svojim (pogosto nezavednim) delovanjem bodisi obnavljajo bodisi aktivno preoblikujejo. Pri tem je pomembno, da so posledice namernega in usmerjenega zavestnega

delovanja na ravni družbe pogosto nenačrtovane, nenamerne in že zaradi tega vnaprej nenapovedljive. Vsekakor lahko obnavljanje družbe potemtakem poteka *za hrbti* posameznikov ali ima določeno *kvaziavtonomno* logiko delovanja, kar je še posebej očitno v primeru kapitalizma kot temeljnega političnoekonomskega sistema.

Na ravni ohlapne raziskovalne »metode« izhajam iz dialektičnega mišljenja, ki vključuje že omenjeni abstrakcijo in zgodovinsko perspektivo. Mogoče ga je dojemati kot odprti pristop k raziskovanju in k spremljanju spreminjajočih se procesov ter družbenih struktur (obravnavam ga v tretjem delu drugega poglavja). Ena osrednjih značilnosti dialektičnega mišljenja je dinamičnost: neprestano gibanje, vzajemno povezovanje in vplivanje različnih procesov. Obravnavani pojmi so, podobno kot sama družba, v tem pogledu zmeraj lahko fluidni in v procesu spreminjanja. Njihov sestavni del so nasprotja, ki odražajo nasprotja v družbi. Ujemanje teh pojmov v raziskovanju je zato že samo po sebi težavno, saj različni trenutki realnosti vplivajo drug na drugega, kar po eni strani onemogoča determiniranost, po drugi strani pa nakazuje, da je potrebno v raziskovanju zaobjeti številne izjemno kompleksne relacije, ki so del družbe. Dinamičnost dialektike predpostavlja ugotavljanje odnosov in povezav, ki jih povzročajo različne tendence, saj enega dela družbe ni mogoče povsem ločiti od njene celote. Za dialektiko je zato nujna totalizirajoča perspektiva: družbeni svet je v samem izhodišču mogoče obravnavati le kot celoto. Dialektika s problematizacijo preučevanja izoliranih in fragmentiranih delov družbe nudi kritiko disciplinarno ločenih področij raziskovanja in nakazuje nujnost teoretske multidimenzionalnosti ter protidisciplinarnosti (prim. Lefebvre 1968, 22–23; 1980, 29; Wallerstein 1999, 123–124; Negri in Hardt 2003b, 13; Hobsbawm 2011, 133–135). Sam odprto dialektiko opredeljujem kot dinamični in odprti pristop k preučevanju družbenih procesov in pripadajočih sprememb ter protislovij, ki je usmerjen nadvse zgodovinsko. Zaradi odprtosti ta pristop v analizi družbe zmeraj ostaja nedokončan, njegove ugotovitve pa nikoli niso končne ali popolne, niti same po sebi stabilne. Prepričanje v možnost neprehodnih pojmov je namreč v nasprotju z dialektiko.

Glede na mojo osnovno aksiološko umestitev je disertacija kritična do obstoječega družbenega reda. Izhaja iz kritične teorije družbe, ki jo obravnavam v četrtem delu drugega poglavja. Pri tem se strinjam z Adornom (1945), po mnenju katerega je izkoriščanje sestavni del administrativnih oziroma afirmativnih pristopov (v nasprotju s kritično teorijo). Takšne vrste raziskav so v kapitalizmu usmerjene predvsem v prodajo blaga in v poskus manipuliranja z »množico«. Manipulativno raziskovanje, ki služi interesom kapitala, ima v sebi vgrajeno uslužnost zelo partikularnim interesom, ne pa za delovanje za dobro celotne

družbe oziroma človeštva in za izpolnjevanje njegovih možnosti. Kritična teorija je v tem smislu v svojem pristopu odkrito politična, saj jo vodi odklonilni odnos do obstoječih asimetrij moči, eksploatacije in globokih razrednih razlik. Ne domišlja si, da je lahko nevtralna v svojih raziskovalnih vprašanjih ali da ni pogojena z obstoječimi odnosi moči in z družbenim kontekstom. Ker družbo jemlje za ustvarjeno, ne dano, je logična posledica, da jo je mogoče spremeniti.

Ena ključnih nalog kritične teorije je zgodovinska perspektiva, zaradi česar so študije, ki jih je mogoče uvrščati v to paradigmo, uspele razviti koherentni in široki vpogled v zgodovinsko »naravo« kapitalistične družbe. Ti pristopi delijo mnenje, da le globok zgodovinski vpogled omogoča dojetje minljivosti na videz nepremičnih družbenih struktur, s tem pa odpira možnost za razmišljanje o drugačni prihodnosti. Kritična teorija je ob tem tesno povezana z zgodovinskim materializmom in z (neo)marksizmom, ki sem ju jemal za teoretski izhodišči. Pri tem me, podobno kot Negrija in Hardta (1994, 18–19), skozi disertacijo niso zanimala (več kot očitna) konfliktna razmerja med različnimi teoretskimi pristopi, ampak sem poskušal najti preseke in skupne točke, s katerimi je mogoče vzpostaviti skupno kritiko obstoječih razmerij in tako bolje razumeti predmet raziskovanja ter aktualne družbene razmere. Podobno, kot je med pristopi mogoče (preprosto) poiskati razlike, je namreč mogoče poiskati tudi točke, ki skupaj prispevajo k razlagi družbenih okoliščin.

* * *

Nobenega dvoma ni, da je področje komuniciranja in komunikacij izjemnega raziskovalnega pomena. Ima namreč neposredni vpliv na to, kako družbe in človeška bitja preiščujemo, dojemamo, normaliziramo, razumemo, raziskujemo, ustvarjamo, ohranjamo, vzpostavljamo, zamišljamo, spreminjamo, reproduciramo; kako kritično obravnavamo družbo, njen politični in ekonomski red, s tem pa tudi svoja življenja. Komuniciranje je temeljni predpogoj družbenega življenja in človeške družbe kot takšne, zaradi česar gre za temeljni proces v njeni organiziranosti. Kot je zapisal Hanno Hardt (1971, 19), gre dejansko za »*sine qua non* človeške eksistence in razvoja družbe,« saj vključuje vse posameznice in posameznike. Zaradi tega je temeljnega pomena za vsako teorijo družbe. Komuniciranje je bistveni instrument ne le v konstrukciji naših vsakdanjih življenj, sporazumevanja in proizvodnje simbolov, ampak političnega mišljenja, znanosti in znanja nasploh, vsaj posredno pa tudi organizacije dela, odnosov moči in vseh ostalih vidikov družbe kot celote.

V slovenskem raziskovalnem prostoru ne obstaja veliko prispevkov, ki bi bili namenjeni teoretskemu utemeljevanju širšega področja in pristopa politične ekonomije komuniciranja. Ta primanjkljaj je mogoče videti kot pomembno oviro v komunikološkem raziskovanju. Poleg tega, da gre za temeljni kritični pristop v komunikologiji, se to osiromašenje odraža v težavah nekaterih pomembnih empiričnih raziskav, ki jih je mogoče uvrščati v področje politične ekonomije, saj so zaradi slabo izgrajene teoretske podlage pogosto nekonsistentne ali redukcionistične. V disertaciji prispevam k širitvi kritične teoretske moči politične ekonomije komuniciranja, ki jo je glede na zgodovinski razvoj ta raziskovalna tradicija imela že od svojih začetkov. Poleg tega si prizadevam pokazati, kakšno pojasnjevalno moč ima pristop pri razumevanju družbe v obstoječi zgodovinski dobi.

Za velik del komunikologije je v resnici značilnejše, da ignorira političnoekonomski pristop, kot da bi ga uporabila pomanjkljivo. S tem se namerno ali nenamerno spregledajo strukturne omejitve trgu podrejenih medijskih in kulturnih industrij, ki izhajajo iz kapitalistične blagovne proizvodnje in akumulacije. Primarni namen politične ekonomije je prav analiza materialne baze, v katero je s poblagovljenjem bila vključena komunikacijska sfera: lastniških struktur, proizvodnje in proizvodnih odnosov, ki postavljajo bolj ali manj trdne okvire, znotraj katerih so se v svojem delovanju primorane gibati posamezne medijske in kulturne industrije, s tem pa tudi akterji, ki delujejo znotraj njih. S tem lahko pristop pomaga ugotavljati, kateri pritiski že na tej zelo osnovni ravni vplivajo na proizvodnjo medijskih sporočil in s tem (morda povsem nenamerno in predvsem posredno) na konkretne proizvedene vsebine. Pristop poleg tega ugotavlja, kdo in zakaj lahko proizvaja in distribuira vsebine, kakšna je povezava med komunikacijskimi sredstvi in splošnejšimi sredstvi proizvodnje v kapitalizmu ter kako je v družbi porazdeljena komunikacijska, kulturna in informacijska moč (in kako se takšni odnosi vzpostavljajo ter ohranjajo). Političnoekonomski pristopi h komunikologiji niso nikoli trdili, da lahko z lastnim analitičnim okvirom in z vpogledom razložijo vse okoliščine komuniciranja, saj to nikakor ne drži, vsekakor pa *so* poudarjali, da so za komunikologijo v kapitalističnih družbah temeljnega pomena. Analizirajo namreč najtemeljnejše omejitve, s katerimi se soočajo kapitalistične medijske, informacijske in kulturne industrije. S svojimi analizami lahko posledično pomembno prispevajo pri razlagi vloge, ki jo imajo mediji in kulturne industrije na družbo kot celoto. Te institucije s prevzemanjem hegemonskih predstav družbe pogosto pomagajo reproducirati obstoječe neenakosti in družbeni red prav zaradi značilnosti sistema, v katerem delujejo, in strukturnih razlogov, ki izhajajo iz materialne ravni proizvodnih odnosov.

Omejitve, ki izhajajo iz materialne ravni, se v celoti prenašajo in odražajo v komunikacijskih procesih, ki so bili v dvajsetem stoletju (podobno kot kulturna sfera in proizvodnja informacij ter znanja) skoraj povsem poblagovljeni v vseh svojih segmentih. Kulturna, medijska in komunikacijska proizvodnja se je s tem spremenila v posebno obliko kapitalistične industrije. Če so se te institucije še v devetnajstem stoletju lahko primarno dojemale kot ideološki aparati, ki so del tako imenovane vrhnje zgradbe družbe, so se v dvajsetem stoletju postopno vzpostavile in prestavile na osnovno raven materialne baze, torej na raven proizvodnje in proizvodnih odnosov. Po eni strani zato – seveda še zmeraj – proizvajajo simbolne vsebine s posebno velikim pomenom za družbo (in posledično vplivom nanjo), saj so (kot poprej) nujno del javne sfere in tendenčno omejujejo širino diskurzov v njej (poleg tega venomer vstopajo v sfero zasebnosti), vendar je proizvodnja v teh industrijah po drugi strani primarno v funkciji ustvarjanja posebnih nosilcev menjalne in presežne vrednosti. Konkretni vsebinski pomen teh proizvedenih blag za kapital – podobno kot v ostalih kapitalističnih industrijah – vsaj na abstraktni ravni ne igra nujno zares pomembne vloge, vsaj dokler izpolnjuje svojo primarno poslanstvo: zagotavljanje profitabilnosti.

Pomemben rezultat te premestitve na materialno raven je, da se proizvodnja ali reprodukcija prevladujoče ideologije v družbi s strani medijskih in kulturnih industrij, ki so v teh procesih ključne, *lahko* v veliki meri odvija brez odkrite namere po njenem posredovanju ali obnavljanju. S tem je iz konstitutivne vloge teh institucij v reprodukciji obstoječega reda vsaj na abstraktni ravni odstranjena *intencionalnost*. Te institucije (kot kapitalistične industrije) obstoječega reda na ideološki ravni namreč ne obnavljajo in legitimirajo nujno zato, ker bi na primer bile *namenoma* uporabljene kot aparati zavajanja in manipulacije s strani politične in ekonomske elite, struktur oblasti, kapitalističnega razreda ali celo posameznega *kapitalista kot lastnika*, ki bi skupaj ali vsak zase narekovali ali vplivali na posredovane vsebine. Čeprav ni dvoma, da so v konkretnih okoliščinah te institucije vsekakor *lahko* uporabljene tudi na takšen način (posebej zaradi procesov naraščajoče koncentracije in njihove vključitve v transnacionalne konglomerate), obstaja jasna tendenca, da na takšen način delujejo že zaradi omejitev, ki izhajajo iz kapitalističnih proizvodnih odnosov. Tako lahko torej delujejo zaradi preprostega dejstva, ker gre za kapitalistične industrije, ki morajo zaradi *prisilnih zakonov tekmovanja* optimizirati svoje ekonomsko delovanje v smeri čim višje profitabilnosti (in ne služenja javnosti). Ti razlogi lahko izhajajo bodisi iz širših družbenih neenakosti, ki se odražajo v neenakem dostopu in nadzoru nad sistemi ter kanali komuniciranja, bodisi iz stranskih posledic kapitalistične blagovne menjave in spremljevalnih strukturnih dejavnikov, v katere so vpete te industrije. Slednje je na primer zelo očitno v

primeru, ko medijske industrije proizvajajo občinstva in jih na trgu menjajo kot blaga, v to pa so prisiljene zaradi eksistencialne odvisnosti od oglaševalskega denarja, ki se je skozi dvajseto stoletje razvil kot ključni finančni dejavnik njihove ekonomske ohranitve.

Neenakosti v porazdelitvi komunikacijske moči, informiranosti in posledično zmožnosti za dostop do javne sfere se vzpostavljajo na številnih drugih ravneh ter zaradi drugih razlogov, ki jih podrobneje analiziram v disertaciji. Praviloma odražajo predvsem globlje neenakosti in asimetrije moči v družbi. Med njimi je (med drugim) mogoče identificirati: procese koncentracije kapitala in krčenje števila akterjev, ki imajo dostop do ustvarjanja hegemonskih dojemanj družbe; mehanizme omejevanja in ograjevanja dostopa do informacij in sfere komuniciranja, ki so povezani z ekspanzijo intelektualnih in avtorskih pravic; obče poglobljene medijev, kulture in javno dostopnih informacij, ki zaradi načel kapitalistične blagovne menjave krči širino javnega diskurza in v družbi ustvarja občutne informacijske neenakosti; promocijo doktrin o prostem pretoku informacij in drugih poskusov legitimacije ter uveljavljanja oblik kulturnega imperializma, ki so koristne predvsem za že močne akterje in težijo k implementaciji prostega trga na komunikacijskem področju, posredno pa prispevajo tudi k legitimaciji širitve kapitalizma; in mnoge druge načine vzpostavljanja monopolov nad znanjem, kot je te procese imenoval Innis (1951/2008), ki so ključnega pomena pri ohranjanju družbenih hierarhij in oblastnih struktur.

* * *

Disertacija je razdeljena na pet poglavij, pri čemer vsebinski del disertacije sestavljajo tri poglavja. Drugo poglavje je namenjeno predstavitvi temeljnih izhodišč, ki sem jih že omenil. V tretjem poglavju se ukvarjam z blagovno formo in s poglobljenjem, v četrtem poglavju s politično ekonomijo komuniciranja. Poglobljenje, ki s širitvijo v kapitalistični sistem vključuje zmeraj nova področja, se v politični ekonomiji komuniciranja pogosto opredeljuje kot eden ključnih procesov v kapitalističnih družbah, kot takšen pa je v tem pristopu eden najpogosteje preučevanih procesov. Za osnovo pri prikazu strukturnih transformacij kapitalizma sem ga zaradi tega dejstva v disertaciji prevzel tudi sam.

V tretjem poglavju s pomočjo zgodovinske analize ugotavljam, da procesi splošnega poglobljenja niso temeljni le za delovanje kapitalizma, ampak tudi za njegovo ekspanzijo, ki je eden izmed predpogojev ohranjanja tega sistema. Brez vztrajne ekspanzije in novih mogočih področij za širjenje ter posledično za rast se kapitalistični sistem namreč znajde v krizi. Zato ni nenavadno, da so se ti procesi v dvajsetem stoletju močno razširili na

komunikacijsko sfero, ki je postala pomembna za aktualno stopnjo kapitalističnega razvoja. V kapitalizmu je že dolgo časa obstala težnja po poblagovljenju komunikacij, informacij in celotne kulturne sfere, ki jo je kapital poskušal podrediti lastni logiki, po kateri transakcije temeljijo na menjavi blaga in ekstrakciji presežne vrednosti v proizvodnem procesu. Te tendence so bile prisotne že s procesi vzpostavljanja kapitalizma in z njegovo svetovno integracijo; posebej občutne so postale v zadnjih desetletjih.

Pomembno je, da procesi poblagovljenja nikoli ne minejo povsem brez uporov, zaradi česar morajo pogosto temeljiti na neposrednem nasilju in političnih posegih. Kot omenjam v tretjem poglavju, sta takšna posega vzpostavljanje zasebne lastnine in prvotna akumulacija, ki je bila zgodovinsko povezana predvsem z ograjevanjem skupnih področij in prostorov (gmajne). Zgodovinsko gledano je bila prvotna akumulacija sprva usmerjena v poblagovljenje fizičnih prostorov, vendar danes podobni procesi potekajo tudi na področju samih informacij, pri katerih je mogoče govoriti o novem valu ograjevanja, ki zaradi fiktivnosti teh oblik blaga znova potrebuje posebne načine legitimacije. Različni avtorji v nasprotju s tradicionalnimi interpretacijami prvotno akumulacijo danes opredeljujejo kot permanentni proces, ki ga je mogoče povezati s kolonizacijo nepoblagovljenih področij in z njihovo privatizacijo (glej Perelman 2000; Bonefeld 2001; De Angelis 2001; 2007, 10. pogl.; Linebaugh 2008). Zanj se je zaradi ponavljajoče zgodovinske stalnosti pričel uporabljati Harveyev (2003, 144–152; 2011a, 86–87) pojem *akumulacije kot odvzemanja*.

Na procesih poblagovljenja pogosto ni nič samoumevnega. Ne uspe ga nujno širiti trg z lastno logiko delovanja, ampak so zanj potrebni ekstraekonomski (na primer politični) posegi. To velja tudi za *dolgo revolucijo* spreminjanja informacij in komuniciranja v posebno obliko blaga, pri kateri ne gre za proces, ki bi se odvijal brez uporov. Kot izpostavljam v četrtem delu tretjega poglavja, je ta proces med drugim omogočila politična institucionalizacija intelektualnih in avtorskih pravic. Le-te so posebej v zadnjih dveh desetletjih bile prenesene v splošne trgovinske sporazume na nadnacionalni ravni, ki so prispevali h globalni harmonizaciji zakonodaje. To je omogočilo dokončno utrditev prostih trgov na področju informacij, njihovo skoraj popolno poblagovljenje in posledično privatizacijo. Tudi razloge za vzpon tako imenovane »informacijske družbe« in novih informacijskih ter komunikacijskih tehnologij je nujno potrebno poiskati v političnih intervencijah, posebej v izjemno visokih (javnih) finančnih vložkih v ta področja. Po mnenju različnih avtorjev s področja politične ekonomije komuniciranja so bili ključni razlogi za vzpon informacijskega sektorja in novih tehnologij v političnih intervencijah (glej Mosco 1982; 1989; H. Schiller 1981; 1984; 1996; Perelman 2002; D. Schiller 2000; 2007). Ta sektor se je v ZDA dojemal kot možna odskočna

deska za revitalizacijo pešajočega kapitalizma (H. Schiller 1984, 48), investicije na tem področju pa so bile pomembne pri širitvi ameriške hegemonije. Kapitalistično akumulacijo na novem »informativnem« področju je s finančnimi vložki potemtakem sprožila država, ne sam kapital (čeprav je šlo za odgovor na potrebe kapitala). Nič manj pomembna pri tem ni bila niti omenjena politična vzpostavitev trgov z informacijami, s kulturnimi dobrinami in z mediji.

Kapital v aktualni zgodovinski dobi ni zmožen kolonizirati več le posameznih reči in področij, ampak je potrebno ugotoviti, da skoraj ne obstajajo več procesi ali aktivnosti, ki ne bi mogli biti poblagovljeni in s tem podrejeni procesom blagovne menjave (ki predpostavljajo realno abstrakcijo, vzpostavitev ekvivalence med neenakimi rečmi in računsko racionalizacijo). Zaradi posebnosti komuniciranja, ki ga je težko povsem zamejiti, saj je prej »utekočinjen« proces kot strjena reč, ugotavljam, da prihaja do procesa *pronikajočega poblagovljenja*. Zaradi poblagovljenja celotnega komunikacijskega procesa se blagovna forma lahko vzpostavlja v vseh kotičkih družbe in človeških življenj. Blagovna menjava je v kapitalizmu ob tem po eni strani temeljna sila individualizacije, po drugi strani sila objektivizacije subjektov. Niso namreč posamezniki tisti, ki nadzorujejo trg in menjavo blag, ampak trg nadzoruje njih. Ob tem je potrebno omeniti, da vse, kar je v kapitalizmu poblagovljeno, samo po sebi sledi močno partikularnim interesom akumulacije in profitabilnosti. To je edini možni temeljni cilj kapitala pri proizvodnji in prodaji blaga. Prevlada menjalne vrednosti je pravilo, ekvivalenca in instrumentalna racionalnost pa sta predpogoj kapitalistične blagovne forme.

V četrtem poglavju podajam teoretsko utemeljitev politične ekonomije komuniciranja. V prvem delu tega poglavja so očrtana temeljna izhodišča političnoekonomskega pristopa, njegova primerjava z afirmativnimi ekonomskimi in s političnoekonomskimi pristopi, temeljne značilnosti pristopa in očrt področja raziskovanja s ključnimi tematikami. Drugi del tega poglavja vključuje predzgodovino tega kritičnega komunikološkega pristopa. Med predhodnike pristopa je mogoče umestiti avtorje, kot so Marx, Knies, Schäffle, Bücher in Sinclair. Ti avtorji so se bodisi posredno bodisi neposredno ukvarjali z mediji ali s komunikacijskimi sistemi. Umeščam jih v zgodovinski kontekst in predstavljam njihove ključne ideje, ki ostajajo izjemno aktualne za obstoječe družbene razmere.

Formalna ustanoviteljica političnoekonomskega pristopa h komunikologiji sta bila Dallas W. Smythe in Herbert I. Schiller. Njune teorije obravnavam v tretjem delu četrtega poglavja, pri čemer izpostavljam močno konfliktne družbene razmere, v katerih se je razvijal obravnavani pristop. Poleg postavljanja temeljev sta omenjena avtorja občutno razširila področje raziskovanja. Prvi z dosledno materialistično analizo mehanizmov blagovne

menjave, temeljne vloge občinstev (kot posebne oblike blaga) in oglaševanja v delovanju korporativnega kapitalizma. Drugi z eruditskim in vseobsegajočim aktivističnim pristopom, v katerem je kritiziral oblastne elite v povezavi z vojaško-industrijsko-komunikacijskim kompleksom, ohranjanje razrednih struktur in izjemne družbene razlike. Kasneje je problematiziral evforičnost teorij tako imenovane »informatijske družbe«. Oba avtorja sta intelektualno pomembno prispevala k debatam o komunikacijskih neenakostih in o kulturnem imperializmu, s tem pa tako posredno kot neposredno tudi k eni izmed temeljnih praktičnih političnih pobud na področju kritične komunikologije – k pozivu po *Novi svetovni informatijski in komunikacijski ureditvi* (NWICO).

V tretjem delu četrtega poglavja analiziram vlogo in vpliv teh prispevkov v njihovem zgodovinskem kontekstu, pri čemer ugotavljam, da je bila politična ekonomija komuniciranja skupaj z radikalnimi komunikološkimi raziskovalnimi pristopi najvplivnejša prav v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja, ko se je sprožila pobuda NWICO, na kar so ključno vplivale politične razmere na mednarodni ravni in odpiranje prostora za akademske ter javne razprave. Kot ostale procese je razvoj politične ekonomije komuniciranja potrebno umeščati v politični, kulturni in ekonomski kontekst časa. Le-ta jasno kaže, da je bila relativna odprtost ali zaprtost za kritične pristope (s tem posredno možne alternativne vizije prihodnjega razvoja družbe) zmeraj odvisna od širšega družbenega dogajanja, političnih gibanj in aktivističnih uporov ter celo od mednarodnega geopolitičnega konteksta. V tretjem delu četrtega poglavja zato ugotavljam, da je pristop politične ekonomije komuniciranja (prav zaradi konteksta, v katerem se je razvijal) mogoče razdeliti v pet povezanih, a vseeno značilnih zgodovinskih obdobjih: 1) predzgodovinsko stopnjo pristopa (od sredine devetnajstega do sredine dvajsetega stoletja), 2) stopnjo konfliktnega formalnega konstituiranja področja (od konca štiridesetih let do konca šestdesetih dvajsetega stoletja), 3) stopnjo občutne ekspanzije in prosperiranja (sedemdeseta leta in začetek osemdesetih let dvajsetega stoletja), 4) stopnjo delnega intelektualnega in raziskovalnega zastoja (od sredine osemdesetih let do novega tisočletja) ter 5) obdobje vrnitve pristopa kot temelja kritičnega komunikološkega raziskovanja. Kot je razvidno že iz poimenovanj, so v teh obdobjih zaradi raznolikih pritiskov in spodbud raziskovalci lažje ali težje ohranjali raziskovalno vitalnost in moč te raziskovalne tradicije. Posebej velja omeniti zadnje obdobje, ki se okvirno pričinja s koncem tisočletja. Zaznamovala ga je namreč vnovična vrnitev politične ekonomije komuniciranja kot temeljnega pristopa kritične komunikologije, spremlja pa ga tudi občutna širitev področja raziskovanja, saj so v njene analize vključene številne nove raziskovalne tematike.

V zadnjih letih je politična ekonomija komuniciranja podobno kot velik del preostalega družboslovja (in posebej komunikologije) prišla do ugotovitve, da se je komuniciranje (in medijsko komuniciranje) pričelo širiti v vse pore družbe. Zaradi tega razloga prihaja do konvergence med političnoekonomskim komunikološkim pristopom na eni strani in »splošnejšimi« kritičnimi teorijami družbe na drugi. Kritični in radikalni družboslovni pristopi so se po eni strani pričeli zanimati za tematike, ki so bile tradicionalno zanimive predvsem za kritično komunikologijo. Pri politični ekonomiji komuniciranja se je po drugi strani pojavila možnost za širitev pristopa izven področja, ki ga je tradicionalno pokrivala komunikologija. Zaradi vedno intenzivnejše družbene širitve komunikacij, ki je med drugim povezana z novimi informacijskimi in s komunikacijskimi tehnologijami, tudi če bi hotel, pristop ne bi mogel vključevati več le vprašanj, ki so ozko povezana z mediji. Kultura, informacije in komuniciranje so namreč postali pomembni del blagovne menjave in konstitutivni del obstoječe razvojne stopnje kapitalizma, za njegovo učinkovito delovanje pa so temeljnega pomena komunikacijski sistemi in nove informacijske ter komunikacijske tehnologije. Omenjena miselna tokova sta se v zadnjih desetletjih zaradi tega razloga pričela zbliževati.

Prav zaradi širitve komunikacijske sfere in samega komuniciranja skozi družbo se v procesih, ki vsaj na prvi pogled nimajo veliko s politično ekonomijo komuniciranja ali s področjem informacij in kulture, v obstoječi stopnji kapitalizma vzpostavljajo povezave, kjer poprej niso obstajale. Poblagoavljenje informacij o genetskem materialu ali o drugih bioloških procesih, katerih značilnosti so povsem neotipljive in jih ne more zmanjkati, lahko neposredno vpliva na povsem otipljiv svet (zaradi ograjevanja dostopa do informacij je na primer onemogočena »fizična« proizvodnja). Podobno velja za polje kulturne, znanstvene ali kreativne proizvodnje, v katerih je vedno pogosteje poblagoavljen (in s tem onemogočen neposredni) dostop do informacij, kar na primer pomembno omejuje možnosti človeške kreativnosti in svobodnega raziskovanja (ter vzpostavlja nove neenakosti, tokrat na področju informacij). Eden izmed ciljev disertacije je zato poziv k nadaljnji širitvi raziskovalnega pristopa politične ekonomije komuniciranja in dialektičnemu umeščanju teh procesov (in njihovih posledic) v družbeno totaliteto.

2 Temeljne predpostavke in izhodišča

»Za razliko od svojih izkoriščevalcev imajo izkoriščani neposredne materialne interese pri razumevanju strukturnih razlogov lastne izkoriščanosti.«

Roy Bhaskar (1989/2011, 5)

V tem poglavju se podrobneje posvečam ključnim metateoretskim predpostavkam in metodološkim ter teoretskim izhodiščem, na katerih bo temeljila moja disertacija. Precejšnjega pomena tem temeljem ne podajam le zaradi jasnejšega razumevanja transformacij, procesov in pojmov, ki jih v nadaljevanju analiziram prek teh izhodišč in predpostavk (s čimer bi se rad izognil morebitnim napačnim razlagam), ampak tudi zato, ker bo ta filozofska, teoretska in metodološka podlaga ključna pri analizi obstoječega političnoekonomskega konteksta, v katerem nekatere ontološke značilnosti družbe in človeškega življenja pridobivajo vse pomembnejšo vlogo.

Najpogosteje je metateorija predmet preučevanja filozofije (predvsem filozofije družbenih ved oziroma filozofije/teorije znanosti). Definirati jo je mogoče kot teorijo o teoriji oziroma kot teorijo nekega specifičnega teoretskega pristopa, ki ga posvajamo pri raziskovalnem delu. S pomočjo metateorije je mogoče preveriti vrzeli in podati refleksijo temeljnih izhodišč, ki jih posvajamo v lastnem raziskovalnem pristopu, obenem pa lahko preko nje pokažemo na ključne točke nekompatibilnosti v primerjavi z drugimi metateoretskimi alternativami. Prek opredelitve lastnih metateoretskih temeljev je mogoče odgovoriti na vprašanja »Kaj je, kaj obstaja?« (ontološka raven; s tem podajamo trditve o naravi politične in družbene realnosti) in »Kaj lahko o tem vemo?« (epistemološka raven; prek tega se osredotočimo na trditve in pogoje, da bi do tega znanja o realnosti lahko prišli) (glej npr. Hay 2002, 61–63). Povedano drugače: če »ontološko stališče izraža raziskovalčev pogled na naravo sveta, epistemološko razkriva njegov pogled na to, kaj lahko o svetu vemo; dobesedno epistemologija pomeni teorijo znanja.« (Furlong in Marsh 2010, 185) Z epistemologijo lahko torej osmišljamo in razlagamo ontologijo. Ti izhodiščni temelji pa v veliki meri vplivajo tudi na tretjo raven – metodologijo: na kakšen način (na primer s kakšno analitično strategijo in z raziskovalnim načrtom) sploh lahko pridemo do odgovorov, ki jih želimo pridobiti. Med temi ravnmi zato obstaja vsaj posredna povezanost, ki sicer ni determinirajoča. Prav tako ene ravni nikakor ne moremo zreducirati na drugo, čeprav med

njimi obstaja določena mera konsistentnosti in logične povezanosti. Potrebno je zavedanje, da omenjenih predpostavk ne moremo spreminjati poljubno. To s pomočjo metafore poudarjata Furlong in Marsh (prav tam), saj gre pri teh predpostavkah namreč prej za našo kožo kot za pulover, ki bi ga lahko po mili volji slekli in zamenjali z drugim.

Raziskovalec se sicer lahko poskuša izogniti tem temeljnim vprašanjem in največkrat so njegove predpostavke prisotne le implicitno, brez da bi jih pojasnjeval; a ta izhodišča so *zmeraj že* del raziskovalnega in teoretičnega dela, zaradi česar se hote ali nehote odražajo skozi praktične rezultate nekega miselnega dela. Čeprav se izhodišč (morda zaradi manjka samorefleksije) niti ne zaznavamo, to še ne pomeni, da jih nimamo, kajti »alternativa filozofiji ni, da smo *brez* filozofije, ampak slaba filozofija.« (Collier 1994, 16) Gramsci (1971, 328) je zaradi tega poudarjal, da je filozofija *zmeraj že* »vsebovana kot implicitna teoretska "premisa",« kar pomeni, da lahko filozofija potencialno naredi za eksplicitno določeno znanje, ki je bilo prek različnih neizraženih filozofskih temeljev poprej prisotno le v praksah. Kot ključno konsekvenco te ugotovitve Gramsci vidi nujnost razbijanja predsodkov pred filozofijo, kajti s tem, ko označujemo in postavljamo meje spontane filozofije, smo vsi ljudje filozofi, pa čeprav vsakdo na njemu lasten in najpogosteje nezaveden način (prav tam, 323–342): »Celo v najmanjši manifestaciji katere koli intelektualne aktivnosti v "jeziku" obstaja vsebovano specifično dojetje sveta.« (prav tam, 323) Ločitev življenja od filozofije v tem smislu ni mogoča; enako posledično velja za teorijo (Gunn 1989, 88–92).

Prav zaradi pogoste nezavednosti te aktivnosti se je Gramsci v svojem filozofskopolitičnem (ali bolje rečeno *praxis*) delovanju zavzemal za kritično zavedanje pri pojmovanju sveta, kar je edina alternativa temu, da samodejno prevzemamo hegemonске predstave nekega družbenega okolja, čigar del smo od trenutka, ko se pričnemo zavedati sveta. Zaradi tega je zagovarjal lastno miselno aktivnost in zavestno pojmovanje sveta, s čimer lahko aktivno soustvarjamo zgodovino. A to ne pomeni, da je pri teh aktivnostih zagovarjal individualizem. Prav nasprotno. Poudarjal je nujnost *socializacije* miselne aktivnosti, ki mora postati kolektivna dejavnost, če vpliva na širšo družbo, kar je ena osnovnih karakteristik tako imenovane *praxis* filozofije, ki je značilna tudi za zgodnejša dela Marxa. Doseg filozofije oziroma ožje teoretskega dela se namreč meri prek tega, kakšen povratni vpliv ima na samo družbo. Za družbeno relevantnost mora namreč postati zgodovinski *fakt*, čigar rezultate izvršuje *skupinski posameznik* in ne od družbe ločeni individuum v udobju samotnega rezoniranja (Gramsci 1971, 323–349). V vseh teh primerih gre po mojem mnenju za neizogibno politična vprašanja, kar je mogoče videti kot pomembno zarezo med idealizmom in materializmom (k njima se vračam v nadaljevanju). Posledično

splošnejše je mogoče dejati, da že ontološka (in metateoretska) vprašanja kot takšna v mnogih pogledih neposredno vplivajo na naša politična stališča.²

V svojem premisleku temeljnih izhodišč se bom opiral na materialistične oziroma (neo)realistične razlage ontološke in epistemološke ravni, pri čemer bom izhajal predvsem iz (bolj ali manj heterodoksnih) interpretacij Marxove filozofije (oziroma v primeru ontologije družbenega predvsem na Paola Virna in delno tudi Tonija Negrija) ter iz pristopa kritičnega realizma (Archer *in drugi* 1998; Bhaskar 1975/2008; 1998a; 1998b). Slednji je podobno kot različne verzije marksistične filozofije združljiv s kritično teorijo družbe (glej Morrow in Brown 1994). Na metateoretski ravni lahko kritično teorijo potencialno nadgrajuje oziroma premišljuje, nekateri avtorji pa so ga razvijali tudi v smeri dialektike in kritike kapitalizma (glej Bhaskar 1989/2011; Ollman 2003, 173–174). Mnenja o tem, ali lahko kritični realizem s poskusom predstavitve celovito zgrajenega filozofskega sistema (v nasprotju z Marxovo filozofijo, kjer obstajajo le drobci in zmeraj novi začetki³) pripomore h kritični razlagi družbe ali pa je zanj celo povsem nepotreben, so pričakovano deljena (glej Gunn 1989; Brown, Fleetwood in Roberts 2002). Kljub temu je mogoče ugotoviti, da podaja nekatere odgovore, ki so bili pri Marxu bodisi izpuščeni bodisi prisotni le kot implicitne predpostavke. To obenem nikakor ne pomeni, da so za marksizem ekskluzivno primerna ali mogoča le ena filozofska izhodišča, temveč ravno nasprotno: le z izogibanjem tovrstnemu ekskluzivizmu se lahko ohranja odprtost te misli in omogoči nadaljevanje njene teoretske in praktične *eksplozije* (glej Lefebvre 1980).

Bhaskar kot osrednji avtor kritičnega realizma vidi ključno nalogo filozofije v opravljanju podpornega dela [*under-labouring*] znanosti, posledično pa tudi družboslovju kot takšnemu (glej Bhaskar 1998a; 1975/2008, 10; 1989/2011). Dejstvo, da opredeljuje filozofijo in preučevanje ontologije predvsem kot dodatek k znanstvenemu raziskovanju, ne pomeni, da je vloga filozofije v teh premislekih manj pomembnejša. Dejansko jo lahko (prav zato) dojemamo kot način vzpostavljanja temeljev nekemu raziskovanju. Filozofija podobno kot znanost ustvarja znanje, vendar gre v njenem primeru za znanje o potrebnih (pred)pogojih za ustvarjanje znanja; gre torej za ustvarjanje znanja *drugega reda*, ki upravičuje podlago, na kateri se nato gradi veljavne pojme in kategorije (Bhaskar 1998a, 8). Z refleksijo predpostavk,

² Glej tudi Eagleton (1996, 13–14). Predvsem o povezavi med radikalno-relativističnimi postmodernističnimi epistemologijami in reakcionarno konzervativno politiko. Primerjaj tudi s Collier (1994) in z Bhaskar (1989/2011).

³ Balibar (2002) poudarja, da *Marxova filozofija* kot takšna ne obstaja, obstaja le delo v nastajanju, delovišča s fragmenti. Zato lahko zapišem, da *ne obstaja celovit nauk* ali *pravilni Marx* (prim. Lefebvre 1968; 1980; Wallerstein 1991/2001, 4. pogl.; Jameson 2009).

interesov in pristranskosti lahko namreč filozofija izhodiščne temelje okrepi, podvrže kritiki ali pa jih v skrajnem primeru celo prepričljivo zavrne.⁴

Po prepričanju Bhaskarja (1998a, 16–17) lahko filozofija odigra pomembno vlogo na področju družboslovja na vsaj tri načine. *Prvič*: razkrinka lahko zahteve po scientizmu,⁵ ki kvečjemu slabo oponašajo podobo znanosti (kakor jo dojemata pozitivizem). *Drugič*: prek primerjave z naturalističnimi znanostmi lahko ponudi racionalnejšo oceno problemov med pogoji in zmožnostmi, s katerimi se sooča družboslovje. *Tretjič*: razišče lahko naklonjenost, ki jo filozofija deli z družboslovnimi znanostmi, saj je del raziskovalnega projekta pri obeh identifikacija in opis pojmovanja akterjev, ki so vključeni v družbene prakse. Pri tem mora biti sposobna podkrepiti naslednji dejstvi: da *po eni strani* znanost nastaja v družbi, kar jo dela za prehodni proces, ki je odvisen od aktivnosti ljudi, vendar se *po drugi strani* osredotoča na (relativno) neprehodne reči (to je realno obstoječi svet), obstoj katerih ni nujno odvisen od znanja, ki ga imamo o teh rečeh. Pri slednjem gre za temeljno razlikovanje med objektom/rečjo in premislekom/idejo o tej reči (Bhaskar 1975/2008; 1998a, 9–13; 1998b, 18).

Zelo zgoščena opredelitev kritičnega realizma, v tem primeru dosledno ločenega tako od klasičnega empirizma kot od transcedentalnega idealizma, je po Bhaskarjevo sledeča:

»[Kritični realizem] dojemata reči [things] znanja kot strukture in mehanizme, ki generirajo pojave; in znanje kot proizvod družbene aktivnosti znanosti. Te reči niso niti pojavi (empiricizem) niti družbeni konstrukti vsiljeni [imposed] na pojave (idealizem), ampak resnične strukture, ki obstajajo in delujejo neodvisno tako od našega znanja kot od naših izkušenj in pogojev, ki nam do njih omogočajo dostop. V nasprotju z empiricizmom so te reči znanja strukture, ne dogodki; nasprotno od idealizma so neprehodne (v pomenu podane opredelitve). Po tem pojmovanju stalna konjunkcija dogodkov ni nič bolj neizogibna, kot je zadosten pogoj za domnevo o delovanju vzročnega zakona. Sledeč temu mišljenju sta tako znanje kot svet strukturirana, oba sta diferencirana in spreminjajoča se; slednje obstaja neodvisno od prvoomenjenega (dasiravno ne od našega znanja o teh dejstvih); in izkušnje, reči in vzročni zakoni, do katerih imamo omogočen dostop, običajno niso v soskladju drug z drugim. Glede na to mišljenje znanost ni epifenomen narave kot tudi narava ni proizvod človeka.« (Bhaskar 1998b, 19)

⁴ Hay (2002, 62) sicer trdi, da ontoloških trditev ni mogoče (dokončno) ovreči ali potrditi empirično.

⁵ V tem primeru ločujem med znanstvenostjo, ki je možna tudi v družboslovju (»science« v anglosaškem pomenu; v slovenskem znanstvenem okolju se obče uporablja izraz »veda«), in »scientizmom«, ki teži k posnemanju pozitivizma v naravoslovju (kjer je, kot poudarja Bhaskar, pozitivizem v resnici enako nevzdržen kot v družboslovju). Izraz *scientizem* na primer uporablja tudi Smythe (1954a) pri kritiki dominantnih pozitivističnih pristopov h komunikologiji, ki ne preizprašujejo lastnih (normativnih in epistemoloških) predpostavk, termin pa uporabljajo tudi predstavniki frankfurtske šole.

2.1 Materialistično pojmovanje sveta

Osnovna ontološka predpostavka realizma oziroma materializma, kot se ta pristop imenuje predvsem v marksističnih pristopih k filozofiji in s katerim se realizem v mnogih pogledih pomembno prekriva, je, da obstaja svet, ki je neodvisen od naših predstav o njem (Searle 1995, 153). To se zdi na prvi pogled tako samoumevno dejstvo, da ga ne bi bilo potrebno posebej izpostavljati. A v resnici gre za enega ključnih filozofskih sporov sploh. Obstaja namreč temeljni zgodovinski razkol med idealizmom in realizmom/materializmom, ki se kljub spremembam v njunem opredeljevanju ohranja in bo najbrž ostal nerazrešen. Čeprav se določene variacije in nadgradnje zgodnjih filozofij morda razlikujejo le še v odtenkih, so tudi te v mnogih pogledih največkrat temeljne pri pojasnjevanju posebnosti in značilnosti sveta ter družbenega reda.

Idealizem, po katerem je, redukcionistično rečeno, vse proizvod in konstrukt človeške misli (ali bolje: diskurza), neodvisno od katerega v resnici ne obstaja nič, še zdaleč ni mrtev. V politični in družbeni misli je po Eagletonu (1996) v zadnjih desetletjih dobil zagon predvsem z relativističnim postmodernizmom (prim. Morrow in Brown 1994), ki v svojih skrajnih različicah danes sicer ni več tako intelektualno vpliven, kot je bil še v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, kljub temu pa posredno ohranja pomen predvsem v obliki različnih afirmativnih poststrukturalističnih pristopov in diskurzivnih študijah. Nekateri kritični realisti tovrstne pristope označujejo za nadidealistične (glej Collier 1994), saj pri njih prihaja do popolnega sesedanja epistemološke ravni na ontološko raven, kar Bhaskar (1975/2008, 36) označuje za epistemično zmoto [*epistemic fallacy*], ki je značilna že za zgodnji idealizem.

Pri epistemični zmoti zgodnjega idealizma je bila ključna težava prepričanje, da se »trditve o obstoju lahko zreducira ali analizira v izrazih trditev o znanju; to pomeni, da so ontološka vprašanja lahko zmeraj premeščena v epistemološke termine.« (prav tam) Rezultat tega je razkroj ideje o svetu (to je eliminacija ontološke ravni), ki bi bil neodvisen od znanosti, a preučevan iz njene strani. Če je za klasični idealizem v *politični praksi* potemtakem veljalo, da je izključno od subjektov (akterjev) odvisno, kakšen naj bo svet, saj ga lahko spremenimo s tem, da nanj gledamo drugače,⁶ gre nadidealizem korak dlje. Svet opredeljuje kot skorajda povsem odvisen od posamezn(ikov)ega dojetanja, s čimer v

⁶ In ne s težavnim, včasih skorajda z nemogočim praktičnim delom spreminjanja sveta, kar je ena od možnih opredelitev *praxis* kot konkretne filozofije prakse (Rossi 2008, 92), ki vključuje celotno aktivnost človeštva: delovanje in misel, fizično delo in znanje, aktiv(istično) spreminjanje sveta in njegovo refleksijo (glej tudi Lefebvre 1968; 1968/2009; Marx 2008). Prav v tem je srž Marxove zadnje enajste teze o Feuerbachu, po kateri drugačen svet ni mogoč z drugačnim mišljenjem, vsaj če gre za to, da ga zares praktično *spremenimo*. O *praxis* glej tudi Jay (1973), Lukács (1971), Balibar (2002), Bonefeld (2009). *Praxis* je ena temeljnih karakteristik raziskovalnega pristopa politične ekonomije komuniciranja (glej poglavje 4.1.4).

nekaterih primerih zapade v popolni subjektivizem (glej Collier 1994, 85–89) oziroma voluntarizem. Označevanje in diskurz bi po tem pojmovanju na primer spreminjala prakso, kar pa precej preprosto dokazljivo ne drži oziroma *nikakor ne more slediti brezpogojno (čeprav pod določenimi pogoji lahko)*. S še manjšo nujnostjo diskurz nujno spreminja materialna razmerja moči.

Za primer problematičnosti idealizma je možno podati potencialno deklarativno podporo delavskemu boju s strani kapitalista ali celo kapitalističnega razreda (kjer gre po možnosti za mešanico paternalizma in moralizma). Takšna podpora v ničemer ne spremeni položaja delavstva, dokler izrečeno ni udejanjeno v praksi – na primer institucionalizirano v zakonodaji, ki se mora v naslednji fazi primerno izvrševati v vsakodnevnih dejanjih in za to vzpostavljenih institucijah. V primeru političnoekonomskih sprememb, ki jih zadeva to razmerje, bi morale priti do spremembe v proizvodnih odnosih, torej do *družbeno značilnih relacijah*. To je posebej pomembno ob predpostavki, da je posamezni kapitalist tendenčno podvržen *prisilnim zakonom tekmovanja* (Marx) zaradi katerih – tudi če bi, povsem hipotetično predpostavljeno, osebno na primer hotel skrajšati delovnik in razbremeniti delavce, tega ne bi mogel storiti brez izjemnih posledic za lastno delovanje. Razen seveda, če je njegov cilj, da bo na trgu v primerjalno slabšem položaju glede na ostale kapitale.⁷ Podobno so temnopoliti državljani ZDA predominantno drugorazredni člani družbe kljub dolgoletni legalni izenačitvi statusov (poleg praktičnega temu lahko rečem institucionalizirani diskurz) z belopoltim prebivalstvom, celo ob zmagi temnopoltega kandidata na predsedniških volitvah (pri tem je nedvomno šlo za pomembni preskok na drugi, simbolni ravni).

Na podlagi tega lahko predpostavim sledečo trditev: čeprav so redovi miselnega, diskurzivnega in praktičnega delovanja v veliki meri povezani in soodvisni ter lahko spreminjajo materialne strukture, so najpogosteje precej očitno ločeni; podobno kot naše znanje o svetu in dogodkih v njem še ne spreminja nujno samega sveta in družbe (a še posebej v času samoreferencialnosti trgov, če si izposodim Marazzijev (2008) izraz, ga ob primernih pogojih zagotovo *lahko*, pri čemer ni nepomembno, kdo je subjekt *deklariranja*; podobno lahko za znanje in diskurz trdimo, da sta pogosto predpogoj – a ne tudi zadosten pogoj – materialnih sprememb.⁸ To sledi iz že omenjenih Gramscijevih predpostavk, saj znanje lahko

⁷ To posledično kaže na politično idiotskost diskurzov, ki v osnovi temeljijo na moraliziranju in *posamičnih gnilih jabolk* v sicer dobro in pravično delujočem kapitalizmu ter ki so nezmožni iti onkraj teh interpretacij. Kapitalistični proizvodni način, kot opozarja npr. tudi Wallerstein (1991/2001, 233), »vključuje mehanizme, ki s posebno učinkovitostjo kaznujejo vedenje, ki je nedovzetno za menjajoče se načine maksimizacije akumuliranja kapitala. Tisti, ki nadzorujejo ekonomske operacije in ne delujejo tako, da maksimizirajo akumulacijo kapitala, sčasoma bankrotirajo in so odstranjeni kot akterji.«

⁸ Z besedami Eagletona (1996, 18): jezik je seveda resničen kot kar koli drugega, vendar obstaja tudi očitna razlika med diskurzom in realnostjo (in idejami). Podobno velja za mit: demistifikacija na ravni kritične teorije mita še ne odpravi, ampak ga samo teoretično demistificira. Situacija je podobna Marxovi, ko v *Ekonomskih in filozofskih spisih* opomni, da je »za preseganje

predstavlja *moč*, a mora le-ta tudi materializirati in spreminjati realno obstoječe družbene odnose ter omejitve. Pri tem omenjeni redovi vsak zase (in vsi naenkrat) nudijo potencialna prizorišča antagonističnih razmerij in političnih bojov. Pomembna izpeljava, ki jo nudijo te predpostavke je, da so mogoče bodisi spremembe znotraj obstoječih struktur bodisi transformacije samih struktur, kjer lahko gre za večje ali manjše kvalitativne preskoke. Ta temeljna ločitev izhaja iz predpostavk kritičnega realizma in dolge zgodovine materializma, a še zdaleč ne velja za vse ostale metateoretske pristope. Zgoraj omenjeni primer kapitalista, ki bi delavcu skrajšal čas dela, na primer v »bazi« ne spreminja strukturnih razmerij med njim in nelastniki kapitala (to je proletariatom), če se ne dotakne širšega političnega vprašanja zasebnega lastništva, ki med drugim zgodovinsko omogoči ločitev proizvajalcev od proizvodnih sredstev in je povezan s političnoekonomsko ureditvijo družbe.

Marx je v zgodnjem obdobju svojega pisanja omenjeno razmerje povzel skupaj s pomenom, ki ga je podajal vlogi kritike, in sicer s sledečimi besedami:

»Orožje kritike seveda ne more zamenjati kritike orožja, materialna sila je lahko poražena le z materialno silo; ampak tudi teorija postane materialna sila takoj, ko zagrabi množico. Teorija je sposobna prevzeti množice v trenutku, ko [ljude] demonstrira ad hominem, in ad hominem demonstrira, kakor hitro postane radikalna. [...] Tako kot filozofija najde materialna orožja v proletariatu, proletariati najde svoja intelektualna orožja v filozofiji.«⁹ (Marx v Marx in Engels 1975a, 182, 187)

Marx že v zgodnjem obdobju izoblikuje teorijo in prakso kot enotni in medsebojno neločljivi dejavnosti (tudi če ju je analitično morda možno razmejevati), kar je bila prelomna kritika dotedanje filozofije. Njegov pristop je podobno kot pri razmerju narava/človek s tem dosledno monističen in dialektičen, saj gre za nikoli končani proces vzajemno učinkujočega obstoja. A istočasno (p)ostaja njegova filozofija povsem realistična: pri idejah, diskurzih, celo pri praksah (ki so morda le posamične in izolirane), mora namreč priti do obče *materializacije*

ideje zasebne lastnine dovolj *ideja* komunizma. A da bi zasebno lastnino, kot *dejansko obstaja*, zares odpravili, je potrebna dejanska komunistična aktivnost« (v Marx in Engels 1975a, 313; glej tudi opombo 9). Obenem je jasno, da neoliberalizem ne bi mogel biti uspešen brez vpeljave specifičnega diskurza oziroma brez vpeljave *neoliberalnega novoreka kot nove planetarne vulgate* (če uporabim besede Bourdieuja in Wacquanta /2006, 13. pogl./).

⁹ Gre za uvod k tekstu *H kritiki Heglove filozofije prava*. Odstavek je mogoče dojemati kot Marxovo zgodnjo opredelitev kritičnega raziskovanja. Glede idej in materialnih sprememb je še bolj aplikabilna njegova trditev, da »ideje nikoli ne morejo voditi onkraj starega družbenega reda, ampak samo onkraj idej starega družbenega reda. Ideje ne morejo doseči popolnoma ničesar. Da bi lahko z idejami kaj dosegli, so potrebni ljudje, ki lahko vpliv uveljavljajo prek prakse.« (Marx v Marx in Engels 1975b, 119) Že iz teh dveh odsekov je razvidno, da Marx filozofijo vidi kot pomembni del pri uporabi proti obstoječemu družbenemu redu. A istočasno je mogoče dejati, da se, vsaj, ko je govora o vlogi same teorije (oziroma praktične filozofije), pri spreminjanju družbe njena vloga v Marxovih delih poznejšega obdobja zmanjša (glej Barbalet 1983). Ali gre za namerno manjšanje njenega pomena kot odmik od t. i. praxisa, ki predpostavlja enotnost med teorijo in prakso, v smer *bolj znanstvenega* zgodovinskega materializma, kot menijo številni avtorji, izhajajoči iz te tradicije, ali pa kvečjemu za reorientacijo fokusa zaradi predmeta proučevanja (ekonomske baze družbe), je stvar razprave že vsaj stoletje (glej tudi naslednjo opombo).

v dejansko obstoječem svetu in v družbenih relacijah.¹⁰ Prav zaradi tega različni avtorji (mdr. Lefebvre 1968, 2. pogl.) opozarjajo, da je težnja praxisa iti onkraj filozofije (ali ji celo nasprotovati), ki je bila v takratnem kontekstu v svojih temeljih ločena od družbene aktivnosti. O družbenem je izključno razmišljala, zato je bila idealistična (Marcuse 2004).

V vsakem primeru torej filozofija, še posebej politična filozofija, ne more obstajati avtonomno kot spekulativna metafizika, če naj bi bila sposobna spreminjati prakso in družbo (kar ne nazadnje spada med predpostavke kritičnega realizma, ki vlogo filozofije vidi v podpornem delu znanosti). Marksizem za Lefebvra (1968) tako na primer v resnici ni klasična materialistična filozofija, kot ga hitijo označevati mnogi avtorji, kajti pri njem sploh ne gre za obliko filozofije; ne gre torej niti za idealizem niti materializem, ampak »le« nadvse zgodovinski pristop k preučevanju in spreminjanju prakse. V tem smislu je pomembna pripomba Balibarja (2002, 31, 35; prim. Jay 1973, 53), da gre pri Marxu za »materializem brez materije« oziroma »materializem prakse«, ki je v nekem smislu najbolj dovršena forma idealistične tradicije. Podobno na primer velja za Negrija, ki je svoj pristop označil za močno materialističen (glej Negri in Hardt 2003, 7). Pri njem ne gre za metafizično doktrino primata materije ali biologističnih vitalnih sil, ampak prej za materializem delovanja in relacij (Wolfe 2007, 199). Vsa ta epistemološka načela se skladajo tudi s Harveyevimi. Slednji pravi, »da čeprav so misli in spomini nematerialni, spremenljivi in nestabilni, lahko imajo (in pogosto tudi v resnici imajo) materialne in torej objektivne posledice, ko spodbudijo delovanje.« (Harvey 2011a, 176) To je toliko pomembnejše zato, ker se Harveya pogosto umešča med strogo materialistične kritike politične ekonomije, čeprav je sam močno kritičen do ozkih pozitivističnih in popreproščenih materialističnih pristopov (prav tam).¹¹

2.1.1 Realističen pristop in umeščanje kritičnega realizma

Pomembna predpostavka, na kateri bo temeljilo moje raziskovanje, je, da nikoli ne moremo povsem objektivno in neodvisno predstaviti realnosti v vsej njeni (dialektični) kompleksnosti, ampak je mogoče razlagati le dele družbene totalitete (ki pa kljub temu lahko ali celo mora služiti kot izhodiščna točka raziskovanja). Pri tem so nujne abstrakcije in delno

¹⁰ Bloch (2008, 70) v interpretaciji neobjavljenih Marxovih *Tez o Feuerbachu* ugotavlja, da pri njem (vsaj v tem obdobju; glej tudi prejšnjo opombo) »teorija in praksa nenehno oscilirata. V tem, ko obe izmenično in vzvratno učinkujoče nihata druga v drugo, praksa prav tako predpostavlja teorijo kot sama spet razvezuje in potrebuje novo teorijo za nadaljevanje neke nove prakse.« In nadalje (prav tam, 77): »dejanska praksa ne more narediti nobenega koraka, ne da bi se ekonomsko in filozofsko informirala pri teoriji, tisti napredujoči.« Marxov dialektični *procesni* pristop se izkristalizira prav v kritiki Feuerbacha, in sicer s tem, ko zavrže dualizem, sproži kritiko tako imenovanega »starega« feuerbachovskega (mehaničnega) materializma kot tudi idealizma, z napajanjem pri obeh pa ju presega. Več o tem vprašanju tudi v poglavju o družbeni ontologiji.

¹¹ Podobno je menil Lenin. Zanj je inteligentni idealizem bližje inteligentnemu materializmu kot neumni materializem.

generalizacije (prim. Wallerstein 1999, 123–124), vsaj, če je namen znanosti in s tem družboslovja razlaga procesov in podajanje temeljnih kritik ter tehtnih argumentov glede obstoječega reda. Pri tem lahko družbo indirektno (nikoli popolno) razlagamo, interpretiramo in odkrivamo le prek pojmov, ki so, podobno kot vse ostalo človeško znanje, prehodnega značaja. Ni jih torej mogoče dojemati kot zares trdnih ali nespremenljivih skozi prostor in zgodovino, saj so le *začasen* fenomen. Gre za tvorbe, ki pomagajo pri razumevanju družbenih razmerij, zato niso končni ali celoviti. Razlog za to začasnost ni le v dejstvu, da so proizvod človeškega znanja, kot nakazuje pristop kritičnega realizma, ampak v primeru družboslovja v tem, da je družba, in sicer kot predmet njenega preučevanja, močno kontingentna in venomer spreminjajoča se tvorba. Ob tem vseeno ne smemo spregledati, da pojmi pripadajo realnosti in obstajajo skozi njo. Ne živijo torej lastnega življenja, ki bi bilo od njih ločeno (v nekem smislu se napajajo v »empiriji«). (Glej Bonefeld 2009)

Kritični realisti pri teh vprašanjih poudarjajo, da: »prvič: družbeni fenomeni obstajajo neodvisno od tega, kako jih interpretiramo, vendar interpretiranje/razumevanje teh fenomenov vpliva na rezultate. Strukture zato ne determinirajo, ampak ovirajo ali omogočajo. Družbena znanost vključuje preučevanje reflektivnih akterjev, ki interpretirajo in spreminjajo strukture. Drugič: naše znanje o svetu je zmotljivo; obremenjeno je s teorijo. Identificirati in razumeti moramo tako zunanjo "realnost" kot družbeno konstrukcijo te "realnosti", če hočemo razložiti odnose med družbenimi fenomeni.« (Furlong in Marsh 2010, 205) Vprašanj, ki so povezana s specifičnostjo preučevanja družbe, se podrobneje lotevam v nadaljevanju. Na tem mestu jih omenjam le posredno in ob tem nakazujem le ključne poteze kritičnega realizma v odnosu do drugih pristopov.

Kritičnega realizma ni mogoče preprosto razvrstiti v pozitivistični, interpretativistični ali celo klasični realistični pristop, če smo ob tem seveda tako predrzni in predpostavljamo, da bi kdo od avtorjev v svojih kompleksnih opredelitvah lastnih filozofskih izhodišč pristal na takšno redukcionistično dožemanje, kot je predpostavljeno v največkrat skrajno shematičnih razdelitvah in poenostavljenih predstavitev teh pristopov.¹² Razlog je predvsem v kompleksnosti te filozofije, ki pa v svojem bistvu dejansko ohranja realistične temelje. Po Ollmanu (2003, 173) je kritični realizem naredil ključni premik, ko je »zamenjal preučevanje ontologije oziroma narave resničnosti kot takšne za preučevanje epistemologije. Kako se zavedamo realnosti in kaj pomeni, da jo poznamo, kar je značilnost tako pozitivizma kot

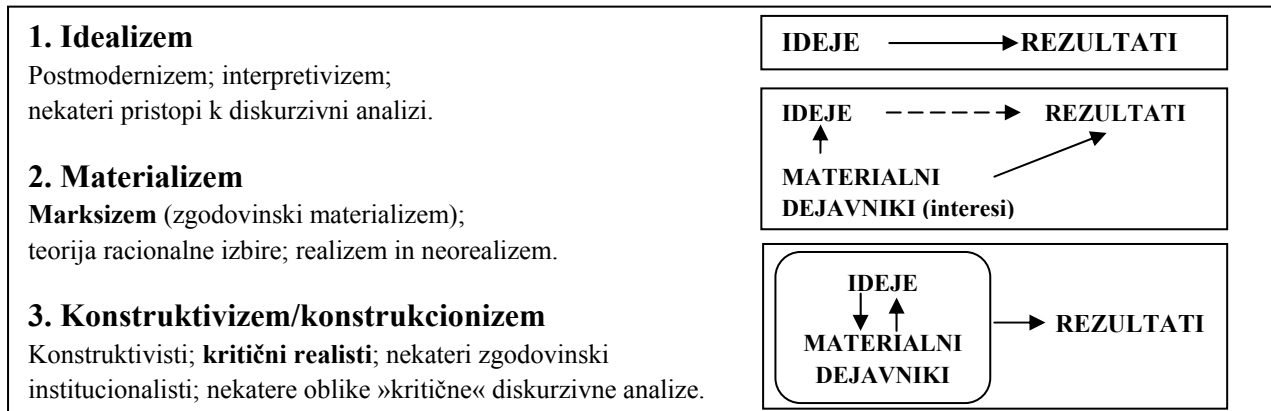
¹² Gre za klasično razdelitev epistemoloških izhodišč, ki se ontološko vežejo bodisi na objektivizem ali relativizem (Furlong in Marsh 2010, 193–205). O ontoloških in epistemoloških pristopih več v Hay (2002) ter Furlong in Marsh (2010), za kritični realizem pa mdr. Morrow in Brown (1994, 76–80, 136–138). O odnosu med kritičnim realizmom in marksizmom glej Ollman (2003, 173–181), zbornik, ki so ga uredili Brown *in drugi* (2002), in članek Gunna (1989).

postmodernizma?« Ta Ollmanova trditev v precej večji meri drži za vlogo kritičnega realizma v družboslovju kot pa za njegove splošnejše opredelitve v okvirih metateorije znanosti, saj močno posega na ontološko raven.

Ob precej jasnem zavračanju osnovnih premis klasičnega pozitivizma in postmodernističnih pristopov se kritični realizem kljub imenu pomembno ločuje od tega, kar se najpogosteje enači z realizmom oziroma kar bi morda bilo bolj smiselno označiti za vulgarno/naivno interpretacijo realističnega pristopa. V mnogih pogledih naj bi se tako po interpretacijah nekaterih avtorjev kritični realizem približeval že interpretativističnemu oziroma konstruktivističnemu pristopu, kot je na primer razvidno iz slike 2.1, na kateri je predstavljena idealna tipska razdelitev pristopov, kakršno ponuja Hay (2002). Pri tovrstnih interpretacijah epistemoloških (in ontoloških) izhodišč moramo biti posebej pazljivi, saj predpostavka, da je družbena realnost ustvarjena in se ohranja preko uporabe jezika in komuniciranja v družbi, še ne pomeni, da se avtorji, ki so pripravljene zagovarjati takšno stališče, morda kakor koli ločujejo od realizma. Zelo dober primer so Searlova filozofska izhodišča (1995; 2010). V njih poudarja, da, kljub temu da so institucionalna dejstva oziroma družbene strukture zaradi vloge govora in komunikacije potemtakem zmeraj relativne v času, to teh struktur še ne dela za epistemološko subjektivne. Denar, menjalna vrednost ali nacije (prim. Anderson 2007) so objektivna, realno obstoječa dejstva (lahko jih opredelimo kar za družbene fakte), katerih razvoj je mogoče zgodovinsko analizirati, kljub temu da so istočasno diskurzivno ali/in praktično ustvarjene družbene tvorbe (v mnogih primerih kar proizvod *komunikacije* /Calhoun 1991/).¹³ Searle (2010, 18) ta »konstruktivistični paradoks« razreši tako, da opozori na (vsaj dva) možna načina ločevanja subjektivnega in objektivnega, in sicer v epistemološkem in ontološkem smislu. Prvi se nanaša na vednost in zato na trditve, drugi na eksistenco in s tem na dejansko obstoječe entitete (v njegovi terminologiji t. i. *brute facts*). Resnično vprašanje pri njem tako postane, »kako lahko obstaja epistemološko objektivni nabor izjav o resničnosti, ki je ontološko subjektiven« (prav tam). To vprašanje je neposredno aplikabilno na družbo in na obče družbeno sprejeta dejstva. (V kontekstu pričujočega dela je seveda ključnega pomena, da se ta družbeno sprejeta »dejstva« v pomembni meri vzpostavijo in ohranjajo prav prek množičnih medijev ter ostalih medijskih platform, ki so praviloma bodisi v lasti bodisi služijo ozko partikularnim interesom.)

¹³ Glej tudi Bourdieu (2003, 4. pogl.). Glavni problem, ki si ga avtor v tem besedilu zastavlja, je (v slogu Austina ali Searla), *kako lahko z besedami delamo stvari*. Besede, ki vzpostavljajo družbeno realnost, so zanj predmet političnega boja *par excellence*, kolektivna raven pa je tista, ki je *bolj zares politična* (prav tam, 90–91). Zaradi tega ni nenavadno, da je v eni svojih najvplivnejših razprav z Wacquantom (Bourdieu in Wacquant 2006, 13. pogl.) analiziral že omenjeni *govor* neoliberalizma, ki sta ga označila za novo planetarno vulgato.

Slika 2.1: Stališča v razpravi med materializmom in idealizmom po Hayu (vir: Hay 2002, 206).



Nekaj je lahko v družbi sprejeto samo zato, ker to sprejemajo ostali člani družbe. Pri tem je pomembno, da ne gre nujno za deklarativno, ampak praktično sprejemanje, obnavljanje teh institucij/struktur v vsakodnevnih praksah/dejanjih. Najbrž ne bom bistveno zgrešil, če bom trdil, da je nenamernega obnavljanja družbenih odnosov skozi vsakodnevne prakse več kot hotenega. Pri tem pogosto niti ni pomembno, kaj kot posamezniki ali družbene subjektivitete želimo. Nekateri odnosi v družbi so namreč kljub njihovi zgodovinski spremenljivosti zaradi različnih razlogov trdno ukoreninjeni, njihovo spreminjanje je kompleksno in povezano z razmerji moči v družbi.

Popolno zgrešenost dojemanja realistično-materialističnega pristopa je mogoče videti v opredelitvi Littlejohna in Fossove (2008, 16–17). Avtorja v učbeniku implicitno zagovarjata relativistični pristop h konstruktivizmu. Za boljše razumevanje spodaj podanega primera, ki ga avtorja uporabljata za razvrstitev pristopov, sem besedilo malo priredil (namesto ang. *baseballa* uporabljam *nogomet*): »Prvi sodnik je na dogodek na nogometni tekmi pripomnil: "Nekaj je gol in nekaj je prepovedani položaj. Sodim jih, kot so." Drugi sodnik, ki je imel nekaj manj zaupanja v zanesljivost resničnosti, mu je odgovoril: "Nekaj je gol in nekaj je prepovedani položaj. Sodim jih, kot jih vidim." Najpametnejši sodnik pa je dejal: "Nekaj je gol in nekaj prepovedani položaj, ampak nič niso, dokler jih jaz ne dosodim."«

Iz te razlage (prav tam, 16) je mogoče razbrati, da prvi sodnik, ki je po klasifikaciji avtorjev realist, predstavlja znanje kot zanesljivo in absolutno. Obstajalo naj bi preprosto zato, da se ga odkrije. Tretji sodnik zastopa močno relativističen pristop: nič ni nedvoumno, dokler ni označeno; prav oznaka je tista, ki igra ključno vlogo pri tem, kaj obstaja; gre torej za konstruktivista. Drugi sodnik predstavlja vmesno stališče. Avtorja ga tako sicer ne opredelita, ampak dejansko gre za pozitivista oziroma (natančneje) za empiricističnega aktualista. Ta sodnik predstavlja vmesno stališče v razmerju do narave znanja, priznava namreč vlogo (površinske!) zaznave in človeške vloge pri odkrivanju družbenega.

Duhoviti primer, ki se zdi inteligenčen, je takšen le na prvi pogled, saj vsebuje zgoraj že omenjeno epistemsko zmotu. Pojasniti jo je mogoče z besedami Collierja (1994, 6), ki v realistični maniri trdi, da *jezik ne podaja realnosti njene narave*: »Ni ne nazadnje "jezik" tisti, ki ustvarja razlikovanja, ampak uporaba jezika. Če se potrudimo, bi lahko z uporabo jezika ustvarili neskončno število prečiščenih razlikovanj v nekem kontekstu.« (prav tam, 7) Collierjeva trditev se nanaša na realni obstoj narave in razlik v njej. Na prvi pogled je avtor precej manj aplikativen, ko je govora o družbeno/človeško ustvarjenih institucijah in strukturah, kamor se s svojimi pravili uvršča zgoraj podani primer nogometa. A v samem bistvu njegova trditev drži v primeru družbe, kajti pravila v nogometu so, če si izposodim Searlovo terminologijo, epistemološko objektivna, kljub temu da so ontološko subjektivna.

Eagleton (1996, 17, 14–15) pomembne razloge za krizo epistemologije vidi v politični dezorientaciji, značilni za današnji čas. Torej v tem, kako se družbena realnost predstavlja v *družbi spektakla* (glej Debord 1999). Wallersteinova (1999, 120–121) kritika je še bolj uničujoča, saj zanj »seveda ni dvoma, da obstaja realni svet. Če ta ne obstaja, tudi mi ne obstajamo, kar je absurd. Če tega ne verjamemo, se ne bi smeli ukvarjati s proučevanjem družbenega sveta. [...] Solipsizem je najhujša oblika oholosti, hujša kot objektivizem. Je prepričanje, da naše pametovanje ustvarja tisto, kar zaznavamo, in da potemtakem zaznavamo tisto, kar obstaja, se pravi tisto, kar smo sami ustvarili.« Zgoraj podani primer bom zato natančneje razložil, saj se v nadaljevanju osredotočam na abstraktnjšo opredelitev metateoretskih izhodišč in kritičnega realizma.

Prvič. Prav prepričanje realizma v zmotljivost lastnega znanja, raziskav in razlag je predpogoj, da je realističen pristop pripravljen podajati *razlage* o družbenem svetu in jih s tem izpostavljati mogoči kritiki. Vnaprejšnja relativizacija lastnih ugotovitev namreč povsem onemogoča kasnejšo kritiko prav teh. Omenjene ugotovitve se nanašajo na razlago družbenega reda (na kaj drugega naj bi se?). Z njo se poskušajo čim bolj približati dejanski družbeni realnosti. V primeru skrajne relativizacije potemtakem komajda še obstajajo razlike med teorijami zarote, zdravorazumskimi ugotovitvami in interpretacijami, ki se držijo določenih znanstveno sprejetih kriterijev, najsi gre za diskurzivno ali kakršno koli drugo obliko raziskave. Zakaj bi določeni znanstveni in metodološki kriteriji, iskanje napak, ki so v njih prisotne, ter posledično dograjevanje in izboljševanje znanstvenih kriterijev nekega pristopa potemtakem sploh bili potrebni?

Drugič. V primeru kritičnega realizma med vsemi tremi pristopi, ki jih predpostavljata Littlejohn in Fossova, v resnici ni protislovja ali nasprotij, saj so neobhodne in medsebojno odvisne, pri čemer so ključne različne ravni stratifikacije znanja in globine realnosti (h

katerim se podrobneje vračam v nadaljevanju). Žoga, gol in prepovedani položaj dejansko obstajajo, pri čemer mora za uveljavljanje prepovedanega položaja po arbitrarnih pravilih tega nekdo interpretirati (v danem primeru je »avtoriteta odločanja« sodnik, ki je pogojen z uveljavljenimi pravili igre), kar nikakor ni v protislovju z realističnim pristopom. Ob tem je namreč *zmeraj* popolnoma neizogiben predpogoj preučevanja družbeni kontekst in odnosi (moči) v njem. Gol in žoga v smislu položaja fizičnih teles v prostoru dejansko obstajajo. Prav tako obstaja položaj igralca glede na žogo in gol, ki spadata v opredelitev prepovedanega položaja, in to ne glede na to, kako bi jih sodnik v tem primeru interpretiral oziroma jih ne bi (niti kako bi jih interpretiral kdo drug; človeško znanje je, kot že omenjeno, potencialno zmotljivo). Čeprav je družbeni kontekst pri interpretaciji neizogiben, družbeni konstruktivizem ni v nasprotju s kritičnim realizmom. Nasprotno: družbene strukture (v tem primeru pravila igre) namreč realno obstajajo. Materializirajo se kot procesi v družbenih praksah, normah, pravilih, ritualih, dokumentih, institucijah, diskurzih, proizvodnji in tako dalje. Prav družbena pogojenost je v tem primeru ključnega pomena, saj potemtakem znanje o nekem procesu ali dogodku v družbi nikakor ni (pre)prosto relativno, odločanje sodnika je na primer precej striktno omejeno in odvisno od struktur, ki v določenem zgodovinskem trenutku in družbenem kontekstu obstajajo ter jih ni postavil sam (čeprav so seveda *de facto* proizvod družbe in jih je posledično mogoče transformirati).¹⁴

2.1.2 Pristop globokega realizma

Kritični realizem na različnih točkah poskuša nadgraditi oziroma poglobiti pristop klasičnega realizma. Pri tem za svojo osnovo na številnih mestih jemlje Marxove filozofske nastavke. Ena od vstopnih točk te nadgradnje je izvedena prek uvedbe t. i. globokega

¹⁴ Zaradi pogostih napak sodnikov je v nogometu prisotna zahteva po uvedbi videotehnologije. Ključno v moji argumentaciji je, da sodnik dogodek le s težavo sodi drugače, kot da ga z najboljšim namenom s pomočniki sodi (razloži), *kot se dejansko »je« zgodil*. Ta težnja seveda ni nujno, da je dovolj, da ga zaradi slabega sojenja ne bi degradirali. Lahko, da on in njegovi pomočniki veliko dogodkov na tekmi vidijo (Kako drugače bi ga razložili, kot da ga *percepirajo?*) *narobe*, v najslabšem primeru pa niti ne poznajo s strani krovnih institucij sprejetih pravil igre (kar ne pomeni, da tekmovanj ni mogoče organizirati pod drugimi pravili in mimo pravil, ki jih sprejme neka krovna organizacija, kar bistva te argumentacije ne spreminja). Povedano drugače: povsem mogoče je, da na določeni tekmi sodnik namesto, da bi sodil prepovedani položaj, sodi gol, vendar to niti ne bo spremenilo obče sprejetih pravil igre, ki so bolj kot ne objektivno sprejeta (in od njega neodvisna) družbena dejstva, niti to ne bo spremenilo dejstva, da je sodnik sodil napačno, torej da se je dogodek v resnici pač odvil drugače, kot ga je *označil* sam. Nogometašu, ki je nadidealist, bi se na tekmi lahko zmešalo, če bi dal gol, a bi mu sodnik povsem pravilno dosodil prepovedani položaj, torej dogodek, ki na žalost ni v nogometaševem mentalnem repertoarju, saj sam naj ne bi priznaval tega družbenega konstrukta kot dejanske omejitve pri nogometu [sic!]. Njegovo morebitno prigovarjanje, da sam dogodka ne razume tako, seveda odločitve ne bi spremenilo. Povsem nemogoče si je tudi predstavljati nogometaša, ki bi z argumentom, da gre pri pravilih igre za družbeno tvorbo, lahko to strukturo spremenil v okviru posamezne tekme. Izgovarjanje Maradone na »božjo roko« bi tako izpadlo precej smešno v primeru, da bi takšno argumentacijo podal sodniku, ki bi ga pri tej neslavni igri z roko dejansko videl in njegov gol posledično razveljavil (a dogodka pač ni videl). Dejstvo, da gre pri sodniški odločitvi za ireverzibilni dogodek in da je Maradona na primer poskušal poiskati širšo družbeno legitimnost za svoje dejanje prek transcendentalne utemeljitve svojega početja, še ne spreminja dejstva, da je mogoče naknadno na podlagi posnetkov povsem objektivno oceniti, da bi gol moral biti razveljavljen. Za krajšo razpravo o nogometu, ki je priljubljena tema pri tovrstnih vprašanjih, glej Wacquant (v Bourdieu in Wacquant 2006, 64–66).

realizma. Po Collierju (1994, 6–14) lahko teorijo opredelimo za realistično, če sledi spodaj opisanim štirim zahtevam, ki jih je mogoče opredeliti kot predpogoj globokega realizma.

- **Objektivnost.** To je nekaj, kar že vemo oziroma kar smo znanstveno potrdili. Lahko je resnično brez našega predhodnega znanja o tem. Nekaj je lahko resnično celo brez, da bi se kdaj *pojavi*lo. Predpostavka je aplikabilna predvsem v naravoslovju, kjer so mogoči eksperimenti v zaprtih sistemih, a je kljub temu pomembna tudi v družboslovju, kjer se lahko kot dober primer vzame objektivno obstoječo eksploatacijo živega dela. Slednjo je kot nujnost kapitalističnega sistema prek abstrakcije dokazal Marx, vendar precej po dejanskem razvoju kapitalizma in ko v teorijah klasičnih liberalnih ekonomistov (po katerih delavec in kapitalist preprosto opravita pošteno menjavo na trgu dela) le-ta ni bila pre/pripoznana. Šele s pomočjo Marxove teorije jo je bilo mogoče razlagati in dokazati, kljub temu da je bila inherentna kapitalističnim proizvodnim odnosom kot takšnim.
- **Zmotljivost.** Ker gredo trditve onkraj povsem očitnih podatkov in predstav, so povsem odprte za kritiko in za zavrnitev v primeru dodatnih, nasprotnih informacij (v družboslovju zmeraj seveda s spremembami v družbi). Obe postavki je mogoče videti kot kritiko nerealističnih pristopov, kajti »trditi, da je izjava nekoga objektivna resnica, pomeni, da dajemo karte na mizo, da se izpostavljam o možnim ovržbam« (prav tam, 13), kar pri drugih metateoretskih pristopih ne drži nujno. V nasprotnem primeru namreč dokazi, ki bi lahko ovrgli neke trditve, preprosto izgubijo na relevantnosti – nasprotne trditve je mogoče ovreči že s tem, da nikoli nismo predpostavljali objektivnosti za rezultate svojih teorij, s čimer gredo spoznanja vsaj delno onkraj odprtosti za kritiko.
- **Transfenomenalnost.** Zmožnost, kako iti onkraj predstav. Znanje je namreč mogoče pridobiti ne samo glede zunanjih videzov, ampak tudi struktur, ki ležijo pod tem površjem in lahko obstojijo dlje kot same predstave. Strukture so namreč tiste, ki generirajo, sprožajo ali omogočajo konkretne (in včasih, ne pa zmeraj, empirično preverljive) dogodke.¹⁵ Nekateri avtorji kategorično zavračajo, da bi lahko kar koli dokazali za obstoječo *pod površino*. Med njih bi lahko bržkone uvrstili večino poststrukturalistov, na primer Foucaulta (glej Dolar 2010, 20–21). Ob tem se je potrebno zavedati, da s takšnimi izhodišči že vnaprej zavračamo možnost objektivnega dokazovanja tendenc in mehanizmov. Kot primer lahko znova podam eksploatacijo živega dela, in sicer vsaj na abstraktni ravni. To stališče je prav tako precej lažje obdržati v teoriji in v teoretičnem diskurzu kot v praksi. Že s poskusom komentiranja kapitalizma namreč predpostavljamo, da morajo za ta specifični sistem veljati (in biti vanj vgrajene) določene tendence in strukture, ki naj bi bile njegove obče značilnosti (v nasprotnem primeru je kapitalizem pravzaprav pojem brez kakršne koli konkretne in trajne vsebine). Marx (1981/1991, 956; prim. Lefebvre 1968, 47–49; Marcuse 2004, 285) je

¹⁵ To lahko opredelimo kot eno od možnih značilnosti dialektike (glej poglavje 2.3.2; Ollman 2003, 12; Marcuse 2004, 285).

bil prepričan, da bi bila znanost nepotrebna, če bi predstave stvari neposredno sovpadale z njihovim bistvom. To je bila zanj ena osrednjih napak takratne vulgarne ekonomije, ki je z interpretacijo in s sistematizacijo obstoječega podajala le apologijo buržoaznim proizvodnim odnosom ter v njih spregledala nerazdružno povezane antagonistične odnose.

- **Protifenomenalnost.** Znanje o globljih strukturah nečesa lahko gre onkraj, ovrže ali nasprotuje zunanjim oziroma površinskim predstavam. To kaže zgoraj podani primer eksploatacije. »Brez protislovja med predstavami in realnostjo bi bila znanost odveč ter lahko bi ostali le pri predstavah.« (Collier 1994, 7) Slednje se mi zdi močno problematična predpostavka. Že za Marxa je veljalo, da je videl vlogo abstrakcije in dialektike prav v razkrivanju pojavov pod površino (prim. Eagleton 1996, 9). Amin (2009, 9) je v povezavi s tem poudarjal, da »znanost na katerem koli področju realnosti postane nujna šele takrat, ko za takoj očitnimi dejstvi delujejo zakonitosti, ki niso takoj vidne, se pravi, ko področje zaradi zakonitosti, ki določajo njegovo gibanje, postane neprosojno.«

Vsi štirje pogoji so podlaga za ločitev med področji *realnega*, *dejanskega* in *empiričnega*, kar so tri vrste globine, ki jih predpostavlja kritični realizem. Med cilji tega pristopa je namreč ostra kritika klasičnega empiricizma in pozitivizma. Z ločitvijo teh področij je Bhaskar namreč poskušal (1975/2008) dokazati predvsem popolno neustreznost klasičnega empiricističnega pristopa, ki ga vidi kot popolno nasprotje lastnega pristopa. Empiricistični pristopi namreč v najboljšem primeru nadgrajujejo enonivojsko pojmovanje tega, kar obstaja (*izkušnje*, ki so interpretirane skozi občutke, in zaznave podatkov) z dodatno ravno *dogodkov in reči*. Ta raven, ki jo Bhaskar imenuje *dejansko*, je ločena od *neposrednih izkušenj*. Preučevani dogodki se torej *lahko* zgodijo brez tega, da bi jih empirično izkusili. O njih lahko namreč sklepamo iz (v njih prisotnih) učinkov. A empiricistični aktualizem, ki ostaja le na ravni *dejanskega*, ne priznava oziroma ne preučuje obstoja osnovnih *struktur*, ki vzročno povzročijo določene posledice/dogodke prek v njih prisotnih mehanizmov. Osredotoči se na vzroke in posledice na ravni dogodkov, torej na rezultate, ne pa na to, kaj le-te sploh sproža oziroma bi jih ob primernih pogojih lahko sprožilo.¹⁶

Kritični realisti zato k nivoju dejanskega dodajajo tretjo raven – *realno*, na kateri delujejo mehanizmi. »Svet namreč sestoji iz reči, ne dogodkov,« pri čemer je večina reči v svojih temeljih izjemno kompleksnih, saj posedujejo skupek tendenc in zmožnosti (Bhaskar 1975/2008, 51). Na ravni realnega je mogoče pridobiti znanje, ki potencialno napoveduje

¹⁶ »Na ta način so vzročni zakoni zreducirani na zaporedje dogodkov, dogodki pa na izkustva. Kar koli razen tega, kakršen koli "dodatni element" v njihovi analizi, je posledično dozdevno prispevan s strani uma« (Bhaskar 1998a, 15). Zaradi tega je argument o prisotnosti struktur opredeljen kot idealističen. Bhaskarjeva razčlenitev, ki temelji na treh ravneh realnega, je v tem primeru obratna. Strukture namreč dejansko obstajajo, čeprav se morda v praksi nikoli ne izvršijo. Njegova opredelitev struktur je torej ontološka.

določene oblike moči, sile ali zmožnosti, le-te pa izhajajo iz resnično obstoječih struktur (prav tam; Collier 1994, 42–45). Reči potemtakem vsebujejo določene oblike moči ali zmožnosti zaradi struktur, v katerih so te prisotne. Strukture, ki generirajo zmožnosti in različne oblike moči, lahko znanstveno raziskujemo in jih v določeni meri napovedujemo.

»Ko se sprašujemo o strukturah, ki generirajo določene zmožnosti [powers] neke entitete, se sprašujemo o mehanizmih, ki generirajo dogodke. Mehanizem v tem pomenu ni nujno mehanski v smislu Newtonove mehanike. Lahko bi bil tudi živalski nagon, ekonomska tendenca, sintaktična struktura, freudovski "obrambni mehanizem". [...] Mehanizem v Bhaskarjevem pomenu je tisto, na kar se nanaša zakon. Dobro je seveda znano, da so zakoni narave v nekem pogledu zelo daleč od "zakonov, ki naj se jih nikoli ne bi prekršilo". Nikoli namreč nič ne deluje, kot zapoveduje zakon narave, da bi moralo, kajti v odprtih sistemih delujejo tudi drugi zakoni. [...] V odprtih sistemih deluje množica mehanizmov in združeno ustvarja serijo dogodkov, ki ne bi mogli biti ustvarjeni s strani kakor koli dovršene podvrste teh mehanizmov. Zaporedje dogodkov, ki se zgodijo, je mogoče imenovati dejansko. [...] Ampak mehanizmi, ki sodoločajo [dejansko], so enako realni, kljub temu da nobeden od njih nikdar ni v popolnosti ponazorjen s strani dogodkov.« (Collier 1994, 43–44)

Strukture lahko v določeni meri napovedujemo, vendar je to v odprtih sistemih, kot je človeška družba, zelo omejeno ali celo nemogoče znanstveno početje. Bhaskar (1989/2011, 4) poudarja, da »naši kriteriji za empirično testiranje družbenih teorij ne morejo biti napovedovalni, zaradi česar so [te teorije] neizogibno samo razlagalne.«

Kot je vidno na sliki 2.2, je področje realnega »najgloblje« in vključuje možnost obstoja mehanizmov, ki so prisotni v strukturah. Zaradi tega se kritični realizem označuje za postempiricistično metateorijo znanosti, ki na ravni epistemologije ostro zavrača ekskluzivnost scientističnega (pozitivističnega) pristopa, temelječega izključno na logiki in ozkih empiričnih podatkih (t. i. empiricistični realizem). Po tej metateoriji ne obstaja ena in edina *domnevno pravilna* metoda raziskovanja (glej Morrow in Brown 1994, 77–80; Brglez 1999, 128). Te predpostavke so skupaj z zavrnitvijo tako pozitivizma kot različnih relativističnih pristopov dejansko značilne za pomembnejši del kritične teorije družbe (glej Mills 1959/2000; Wallerstein 1999; 1991/2001; Marcuse 2004), na izhodiščih katere gradim svoj ožji teoretski pristop.¹⁷

¹⁷ Bhaskarjev naturalizem, ki ga avtor označi za diametralno nasprotje pozitivističnemu naturalizmu, zavrača hermenevitično tradicijo, ki je bila zgodovinsko gledano precej bliže Kritični teoriji kot pozitivizem (glej npr. Marcuse 2004). Le-ta na podlagi Kanta in Hegla vleče relativno ostro dihotomijo med naravoslovnimi (znanost fizičnega, nečloveškega, naravnega sveta) in

Slika 2.2: Prekrivajoča se področja realnega (vir: Bhaskar 1975/2008, 56).

	Področje realnega	Področje dejanskega	Področje empiričnega
Mehanizmi	✓		
Posledice	✓	✓	
Izkustva	✓	✓	✓

Bhaskar empiricistični realizem (oziroma empiricistični aktualizem) opredeljuje za plitki oziroma površinski realizem.¹⁸ Le-tega med drugim pesti že omenjena težava – nezmožnost ločevanja med izboljšavami znotraj danih družbenih struktur in transformiranjem samih struktur (ter kako se do njih pride). Slednje močno ovirajo ali celo onemogočajo določene oblike delovanja (na primer polna zaposlenost znotraj prostotrzne kapitalistične ekonomije). Obenem za svet predpostavljajo ontologijo atomističnih dogodkov, ki jih je mogoče preučevati skorajda, kot bi obstajali v zaprtih sistemih. Enaka težava nepriznavanja struktur velja za številne idealistične in postmodernistične pristope, saj nobeden od teh raznolikih pristopov na ravni ontologije ne more priznavati ali sprejemati ideje o obstoju in delovanju bolj ali manj neodvisnih vzročnih struktur. Pomembne posledice teh predpostavk so opazne tudi na ravni političnega dojemanja sveta.¹⁹

Prekrivajoča se področja realnega predpostavljajo tri ravni realnosti, pri čemer realno vključuje vse preostale ravni in priznava potencialno množico mehanizmov (realno), ki lahko ustvarijo določene dejanske posledice (dejansko), le-te pa se v nekaterih primerih lahko izkusi (empirično). To ne pomeni, da so posledice kakor koli *manj resnične* od mehanizmov.

družbenimi znanostmi (kulturne, zgodovinske in druge znanosti) oziroma med vzročno *razlago* [*Erklären*] in interpretativnim *razumevanjem* [*Verstehen*] (glej Bhaskar 1998a, 17–22). Bhaskar na to dihotomijo ne pristaja in poskuša v tradiciji (in z nadgraditvijo) Marxa obe konstruktivno preseči. Kljub njegovi kritiki je oddaljevanje od hermenevtike zelo opazno v večini pristopov h Kritični teoriji (čeprav je ta tradicija nanjo močno vplivala). Sohn Rethel (1983, 34) izpostavlja Horkheimerjevo ugotovitev, da je pozitivizem filozofska tehnokracija. Za analizo in kritiko pozitivističnega (plitkega) empiricizma glej tudi prispevek frankfurtske šole (Frankfurt Institute for Social Research 1972, 8. pogl.). V njej avtorji izpostavljajo, da »empirično družboslovno raziskovanje preti, da bo omejeno na postranske stvari zavoljo natančnosti [*correctness*], ki je zavarovana pred vsemi pomisleki. [...] V mnogih primerih empirične ugotovitve obravnavajo samo epifenomene.« (prav tam, 121) Gre za ostro kritiko površinskega empirizma in slepe vere v natančnost empiričnega raziskovanja, ki lahko (posebej brez dodelanega teoretskega aparata, kritične kontekstualizacije širše družbe, političnih in ekonomskih dejavnikov) zaobjame le majhen del realnosti, istočasno pa za zagovor preučevanja družbene totalnosti, kar omenjeni pristop že v principu onemogoča. Te kritike frankfurtske šole ne smemo dojemati kot zavrnitve empiričnega raziskovanja kot takšnega, ampak kot zavrnitev pozitivističnega empiričnega raziskovanja in izpostavitev pomanjkljivosti izključno takšnega raziskovanja, ki gradi na ignorantski predpostavki, da je »znanost merjenje«. Avtorji istočasno zagovarjajo empirično raziskovanje in ga navezujejo na obstoječi političen, ekonomski in kulturni kontekst in strukture (npr. dehumanizacija in abstrakcija s strani kapitalizma kot aktualnega ekonomskega sistema).

¹⁸ Ta pristop je mogoče povezati z že omenjenim mehanicističnim materializmom, ki ga je v *Tezah o Feuerbachu* kritiziral Marx. Po Aminu (2009, 60) gre za ideološki okvir kapitalističnega sveta, buržoazno družboslovje pa nikoli ni uspelo preseči tega robatega materializma, »ker je le-ta pogoj za reprodukcijo odtujenosti, ki omogoča specifično izkoriščanje dela s strani kapitala. Ta znanost neizogibno vodi v prevlado tržne vrednosti, ki mora prežeti vse vidike družbenega življenja in jih podvreči svoji logiki.« (prav tam) Pristop je neposredno povezan tudi s tehnološkim determinizmom.

¹⁹ O teh vprašanih glej Collier (1994), Bhaskar (1975/2008; 1989/2011); primerjaj z Mills (1959/2000), o hermenevtičnem obratu in kulturnih študijah pa z Wallerstein *in drugi* (2000, 68–72).

Nasprotno: so »le« rezultat delovanja mehanizmov, ki so del struktur. In obratno: »strukture in mehanizmi so resnični in ločljivi od vzorcev in dogodkov, ki jih generirajo; kot so dogodki resnični in ločljivi od izkustev, v katerih so opazovani.« (Bhaskar 1975/2008, 56) Ključno je, da kritični realizem nadomešča ontologijo dogodkov, značilno tako za hermenevtično kot pozitivistično tradicijo, za ontologijo struktur (Bhaskar 1998a, 20).

2.1.3 Ontologija in temeljni pojmi: k stratificirani razvrščenosti sveta

Pristop kritičnega realizma na ontološki ravni razmejuje strukture od dogodkov. V tem kontekstu je ključna ontološka ločitev med *realno obstoječimi* strukturami in mehanizmi, ki delujejo v svetu, ter *dejanskimi* vzorci in dogodki, ki jih le-ti generirajo. Ne le zato, ker svet sestavljajo reči, ki prek struktur generirajo mehanizme,²⁰ dogodki pa so »le« posledica kombinacije mehanizmov, ampak zato, ker sta ti dve ravni ločeni ontološko. Vzročni mehanizmi so neodvisni od dogodkov, ki jih potencialno generirajo (prav tam, 46). Mehanizmi so v strukturah trajno ohranjeni tudi v primeru, da ne delujejo, in delujejo lahko tudi, če niso realizirani (prav tam, 49). Zaradi tega ni nujno, da na ravni dejanskega te mehanizme sploh (lahko) zaznamo. To ne pomeni, da ne obstajajo; ta *globinska* analiza je temeljna razločevalna točka kritičnega realizma glede na ostale pristope.

Štirje že nakazani ključni pojmi, ki tvorijo teoretsko ogrodje kritičnega realizma, so: **strukture**, **zmožnosti** [*powers*], (generativni) **mehanizmi** in **tendence**. Med njimi obstaja tesna vzajemna povezanost. *Reči* imajo *zmožnosti* zaradi *struktur*, ki so del teh reči. Strukture torej vsebujejo in generirajo zmožnosti, vendar ni nujno, da se bodo te dejansko izvršile.²¹ *Zmožnost* je potemtakem termin, ki opisuje, kaj bi ob primernih pogojih neka *reč* (kamor spadajo posamezniki ali kakšen drug povzročitelj) lahko naredila.

Človek zaradi govorne zmožnosti ustvarja in spreminja specifične politične institucije (in drugih ne, čeprav bi jih lahko), medtem ko ostale živali te zmožnosti nimajo. Vendar vzročni zakon, ki izhaja iz generativnih mehanizmov, prisotnih v rečeh, ne more biti analiziran v smislu zmožnosti, ampak v smislu tendence. »Medtem ko so zmožnosti potencialnosti, ki utegnejo biti realizirane ali pa tudi ne, so tendence potencialnosti, ki so

²⁰ Kar je za Bhaskarja (1975/2008, 50) ontološki temelj za obstoj vzročnega zakona, generativni mehanizmi narave namreč obstajajo kot vzročne zmožnosti reči (to je nekih *vzročnih akterjev*).

²¹ Družbene strukture so lahko, kot poudarja Bhaskar (1998a, 20), »prav tako "prisilne" kot naravni zakoni. In obratno: podobno, kot so pravila lahko prekršena, tako lahko ne pride do realizacije naravnih tendenc.« Podobnega mnenja je bila na primer Arendtova (1996, 12): »Ljudje torej ne živijo samo v pogojih, ki predstavljajo doto njihove posvetne eksistence nasploh, temveč tudi v pogojih, ki so jih ustvarili sami in ki imajo, ne glede na svoj človeški izvor, isto moč pogojev kot naravni pogoji.« Ob tem je pomembno, da »zakoni ne opisujejo vzorcev ali legitimirajo napovedi o vrstah dogodkov,« ampak postavljajo in vsiljujejo omejitve na tipe delovanja, ki so za določeno reč mogoči (Bhaskar 1975/2008, 105).

lahko izvršene ali tako rekoč "v teku", brez da bi se realizirale ali manifestirale v kakršnem koli rezultatu.« (Bhaskar 1975/2008, 50; prim. Gramsci 1971, 408) Procesi se na ravni realnega zares odvijajo, ne glede na dejanske rezultate. Za tendence je mogoče reči, da so dejanske, niso samo potencialnosti.²² Vzročni zakoni morajo zato biti analizirani kot tendence. Namen pojma tendenca je, da bi zaobjel idejo nenehne aktivnosti, ki bi bila ločena od trajno ohranjene zmožnosti. »V pojmu tendenca je pojem zmožnosti potemtakem dobesedno dinamiziran oziroma sprožen v gibanje.« (Bhaskar 1975/2008, 50) V tem smislu struktura torej ni statična, ampak dinamična (enako velja za ontologijo, ki je dinamična in ne statična). Generativni mehanizem je po drugi strani način, kako neke reči delujejo. Lahko je trajno *ohranjen* v določenih strukturah in potemtakem v njih obstaja; le v primernih okoliščinah se izvrši in prične delovati.

Zaradi skupka različnih mehanizmov in tendenc, ki so na delu v kapitalističnem sistemu (oziroma v družbi nasploh), je v njem prisotna tendenca po periodično gledano večjih in manjših krizah. Te tendence sta izpostavljala tako Marx kot kasneje Schumpeter (2010), le da slednji v nasprotju z Marxom prek afirmativnega pojma kreativne destrukcije, ki »uničuje staro in ustvarja novo«, in se osredinja predvsem na vlogo tehnoloških revolucij (o krizah glej tudi Mandel 1975; 1995). Prisotnost te tendence v kapitalizmu ne pomeni, da ni mogoče omiliti, zaobiti ali okrepiti njenih učinkov s pravimi mehanizmi (ki jih lahko izvaja država ali njen funkcionalni ustreznik) ter da bi jih z deterministično natančnostjo celo bilo mogoče časovno napovedovati. Enako velja za tendenco padajoče profitne stopnje (Marx 1981/1991, 13.–15. pogl.), ki jo je Marx pripisoval predvsem pričakovanemu naraščanju organske kompozicije kapitala, proti kateri se ta bolj ali manj uspešno bori z raznolikimi mehanizmi, ki lahko delovanje te tendence nevtralizirajo ali onemogočijo.

Velja omeniti, da določena tendenca móra delovati, ko so za njeno delovanje izpolnjeni vsi pogoji. Pri tem učinkuje tako v primeru, ko se njeno delovanje ne izraža (ker je na primer nevtralizirana s strani drugih tendenc ali mehanizmov, prisotnih v odprtih sistemih), kot tudi, kadar se. Tako tendence kot mehanizmi delujejo in realno obstajajo, brez da bi jih bili v odprtih sistemih zmožni dejansko zaznati in brez, da bi se kadar koli izvršili v celoti. Kot omenjam v naslednjem poglavju (poglavje 3), v kapitalizmu obstaja tendenca po občem poblagovljenju vsega, vendar obstajajo različni mehanizmi, s katerimi se je tej tendenci mogoče upreti in jo zamejiti.²³

²² Čeprav obstaja razlika med *tendenco*, da se bo nekaj zgodilo (a se nujno ne zgodi), in tem, da se *nekaj dejansko zgodi*.

²³ Med njimi so različne oblike političnih posegov ali upor multitudine, ki izgrajuje in ohranja področja skupnega. Vendar so tako politični posegi s strani države kot ljudstva v svojem vplivu omejeni.

Prav dejstvo, da je družba odprt sistem, v katerem je nemogoče eksperimentalno uveljavljanje zaprtih in nadzorovanih okolij, kjer bi se nato kazali dogodki, predstavlja največjo omejitev družboslovnemu raziskovanju. Družboslovne teorije so zato že zaradi ontoloških razlogov nujno nekončane in pomanjkljive; zgodovino je potrebno pisati vedno znova (glej Bhaskar, 1998a). Učinki tendenc na ravni dogodkov, ki bi se v primernih pogojih zaprtega sistema izražali v nekem opredeljivem rezultatu, so v odprtih sistemih potemtakem zaradi obstoja izjemne kompleksnosti lahko povsem drugačni in v veliki meri nepredvidljivi. Pri tem lahko eksperimente, prisotne v naravoslovnih znanostih (ki se izvajajo v kontroliranih razmerah zaprtih sistemov), pri analizi in posledični razlagi v družboslovju nadomesti le *moč abstrakcije*,²⁴ proces odmišljanja od konkretnega.

Na tem mestu je ključno opozorilo, da predpostavljane tendenc v okvirih družboslovja nikakor ne more determinirati določenih konkretnih družbenih dogodkov, kar je precej pogosta, a v resnici močno zgrešena kritika tako tendenc kot vloge abstrakcije v znanosti. Njihova analiza in razlaga namreč poteka na ravni struktur in abstrakcije, zato je z njimi nemogoče kakršno koli deterministično napovedovanje konkretne prihodnosti (mogoče je le nakazovanje *potencialnega* vpliva določene tendence v družbi, ki je glede na njeno moč in ostale /kontra/tendence in mehanizme lahko večje ali manjše). Ne gre spregledati, da dlje od konkretnega, kot je neka teorija, bolj mogoče so »napake« v njeni aplikaciji na konkretno, saj s tem nujno odmišlja ostale tendence, ki so na delu v odprtih sistemih, kot je družba. Vendar to ne pomeni, da bi se kot raziskovalci zaradi tega morali podati v preučevanje konkretne kompleksne celote. Ta predpostavka bi bila zgrešena iz številnih vidikov. Poudariti velja predvsem dejstvo, da je na ravni konkretnega mogoče izključno preučevanje konkretnih reči in dogodkov, torej tistega, kar se je dejansko izražalo v družbi, ne pa mehanizmov in tendenc, ki so te dogodke, ki se kažejo na ravni dejanskega, tudi povzročili (slednje je pristop plitkega realizma /Collier 1994, 255–259/).²⁵ Zato lahko uporabimo Marxovo (1973/1993, 101) znano trditev in zapišemo, da je prav zato konkretno »konkretno zaradi koncentracije mnogih determinant, zaradi česar gre za enotnost v raznolikosti.«

²⁴ Glej Marx (1976/1990, 90) in primerjaj s Collier (1994, 41). Abstrakcija se nujno napaja na *empiričnem*. V materializmu je empirično torej temeljna podlaga za nadaljnjo pojmovanje.

²⁵ Eagleton (1996, 50) opominja, da je bil cilj Marxa pri analizah vendarle predvsem konkretno, ne pa splošno. Vendar potrebno se je zavedati, da »ne obstaja noben način razlage konkretnega brez splošnih kategorij.« (prav tam)

[Bifurkacija na ravni besedila]

Možnost analize na ravni abstrakcije je potemtakem pomembna v okviru osnovnih predpostavk globokega realizma, ki se ne osredotoča le na raven aktualnega. Kljub temu so analize na ravni aktualnega pomembne, saj nudijo možnost gibanja raziskovanja od manifestnih pojavov na ravni aktualnega oziroma dejanskega do struktur, ki te pojave ustvarjajo in so del same realnosti (to je gibanje od konkretnega k abstraktnemu). Ker so teorije zmeraj abstrakcije od empiričnih realnosti, je Wallerstein (1999, 103–107, 120; 1991/2001; Wallerstein in drugi 2000) pozval, da v njihovo formulacijo vključimo *puščico časa*. Čeprav je slednja neizbežna in teče v eno smer, je obenem nepredvidljiva. Pred nami se namreč odpirajo bifurkacije, katerih intrinzična značilnost je vnaprej nedoločljiv izid. To po eni strani pomeni, da je neizogibno konec kakršnih koli gotovosti, saj prihodnost nikakor ni le ena sama mogoča (linearna) pot [ta poskus na ravni besedila je način ponazoritve možne razcepitve]; po drugi strani pa nakazuje na zgodovinsko nepovrnjivost in kopičenje. Svet je namreč »takšen, kakršen je, zaradi vsega, kar se je zgodilo pred tem trenutkom« (Wallerstein 1999, 120; prim. Braudel 1980, 34), vrnitev v predhodno stanje je nemogoča.

Marxovo predpostavko o naravi konkretnega (ki ima svoja izhodišča v hegeljanski dialektiki) je potrebno navezati na zgoraj začrtane temeljne pojme kritičnega realizma: »Družbeni pojavi (kot večina naravnih) so proizvod mnoštva struktur. Tovrstne strukture je mogoče hierarhično razporediti glede na njihovo pojasnjevalno pomembnost. Takšen pristop nam dovoli, da se izognemo tako pastem surovega determinizma (na primer nekakšnega ekonomskega redukcionalizma) kot tudi nediferenciranega eklecticismu.« (Bhaskar 1989/2011, 2) Slednjega je Mills (1959/2000, 85) ironično poimenoval za *demokratsko teorijo znanja*, po kateri naj bi bila vsa ustvarjena dejstva enaka, družbeni pojavi pa so nujno proizvod številnih neznatnih vzrokov. Ta zmešnjava, ki jo prinaša popolnoma pluralistični pristop k vzročnosti, je bila po mnenju Millsa v svojih temeljih uslužna liberalni politiki posamičnih in majhnih reform. Če je vse potencialno povzročeno s strani nešteti dejavnikov, potem moramo biti pri vseh praktičnih dejanjih in ukrepih, ki se jih lotevamo, namreč izjemno previdni. Kritični realizem pristopa k problemu kompleksnosti iz drugačne perspektive: hierarhije ravni realnosti.

[Bifurkacija na ravni besedila]

Po Bhaskarju (1998a, 46) nepovrnjivost ontološko nereduktibilnih procesov pomeni, da so poleg kvantitativnih potrebni pojmi, ki vključujejo kvalitativne spremembe. V primeru, da bi bile spremembe le kvantitativne narave, bi namreč pogosto bile preprosto reverzibilne, kar pa ne drži za kvalitativno spremembo ali transformacijo. To točko je potrebno analizirati podrobneje, saj ontologija kritičnega realizma predpostavlja hierarhično razvrstitev sveta v ločene sloje, te pa spremlja mnogoterost struktur, mehanizmov in tendenc. Temelj te predpostavke je, da višji sloji realnosti bazirajo v nižjih, osnovnejših, le-ti pa nanje bolj ali manj pomembno vplivajo in jih omejujejo, ne determinirajo ali napovedujejo pa vzorcev delovanja (prim. Williams 1997, 232; Jay 1973; Gramsci 2000, 6. pogl.). Kljub temu da ta vpliv nikakor ni enosmeren, nižji sloji očitno v določeni meri strukturno omejujejo delovanje v višjih (obenem v vseh primerih niti ne predpostavljajo obstoja višjih ravni; obstaja lahko na primer svet brez ljudi in brez ekonomije). Naše znanje o mehanizmih, ki delujejo na osnovnejših ravneh (v primeru materialistične zastavitve, ki jo prevzemam sam, je to baza s proizvodnimi odnosi), potemtakem razloži nekaj o manj osnovnih ravneh (za materializem na primer ideologija, kultura, politika kot deli vrhnje zgradbe), vendar tovrstna vertikalna razlaga nikakor ne more biti kakor koli celovita ali popolna.²⁶

Kritični realizem stratifikacijo konstitutivnih ravni realnosti, ki je pomembna za razlago samega globokega realizma, opredeljuje kot izvirajočo [*emergent*] urejenost sveta. Zaradi stratifikacije je število posredno in neposredno vplivajočih mehanizmov v višjih slojih precej večje kot v osnovnejših. Prvoomenjeni vključujejo specifične strukture in mehanizme, ki so delujoči in prisotni v zadnje omenjenih. Posledično je najpogosteje večja tudi kompleksnost (in težavnost) razlage na višjih nivojih te »lestvice« stratifikacije sveta. Izvor in ukoreninjenost v osnovnejših ravneh označujeta dejstvo, da kompleksnejši vidiki realnosti (na primer življenje, mišljenje) predpostavljajo osnovnejše (na primer materija) (Creaven 2002). Po Collierju (1994, 47) se je »pri diskusiji o stratifikaciji narave potrebno zavedati, da so *mehanizmi* tisti, ki so stratificirani, ne pa reči ali dogodki.« Zaradi tega pogosto nastajajo težave, saj se napačno zamenjuje mehanizme za konkretne aktivnosti ali institucije (težava, ki sem jo izpostavil že zgoraj). Obče je tako na primer sprejeto, da so »določene družbene institucije "ekonomske", druge "politične" in tretje "ideološke". Če te zadnje omenjene termine

²⁶ Ta napaka je zagotovo ena ključnih težav redukcionističnih in determinističnih oblik materializma. Le-te so blizu sovjetskemu dialektičnemu materializmu, poznanim pod skovanko *diamat*. Lefebvrova knjiga, ki je prav tako kot Stalinova naslovljena *Dialektični materializem* (glej Lefebvre 1968/2009), je neposredni in provokativni odgovor na uradni »nauk« Kominterne. Z izhodišči v hegeljanski dialektiki namreč Marxovo metodo prikaže za spreminjajočo, dinamično in predvsem povsem odprto, naravi sličen determinizem ekonomskih sil pa ostro zavrne. Filozofi in družboslovci, ki ne izhajajo iz marksizma, izraz materializem pogosto opredeljujejo prav v tovrstnem, precej bolj ozkem, mehanicističnem pomenu, po katerem so fizični objekti edina realnost, kar ne drži za Marxov materializem (Collier 1994, 30; Creaven 2002).

raje obravnavamo na način, da se sklicujejo na mehanizme, od katerih lahko vsi vplivajo na določeno institucijo in soodločajo njene aktivnosti, se lahko izognemo številnim napakam.« (prav tam) V odprtih sistemih torej več mehanizmov, ki so morda radikalno različne vrste (in so medsebojno ločeni in stratificirani), učinkuje istočasno. S tem kombinirano proizvajajo konkretne učinke in dogodke, ki jih je povsem nemogoče natančno napovedovati in jih je zaradi tega potrebno šteti za obliko *konjunktur* (Bhaskar 1975/2008, 118–119). Zaradi njih lahko v konkretnih primerih prihaja do kvalitativno *drugačnih* dogodkov, kot bi bili proizvedeni le s preprostim seštevanjem vseh učinkov. Posledično torej s prehajanjem med različnimi ravnmi stratificirane realnosti obstajajo kvalitativne razlike.

2.1.4 Materialistična interpretacija

Zares konsistentno stratificiran model realnosti mora biti po prepričanju Creavena (2002) materialističen, zaradi česar sam zagovarja pristop antiredukcionističnega »izvirajočega« materializma. Ključni razlog za vključitev Marxovega materializma v kritični realizem sam izpeljuje iz dejstva, da se slednji ne opredeli do »fundamentalnega vprašanja, kateri od slojev realnosti so osnovni oziroma katere ravni izhajajo iz katerih, kar je sicer v enaki meri uporabno za stratifikacijo narave kot tudi družbe.« (prav tam, 142) Čeprav se je Bhaskar temu vprašanju izogibal, to ne velja nujno za Collierja, po katerem je mogoče z ontologijo, ki jo predpostavlja kritični realizem, dobro interpretirati znani Marxov model baze in vrhnje zgradbe, ki vključuje hipotezo o razlagalnem prvenstvu baze nad političnim in kulturnim (vrhnja zgradba) (glej Collier 1994, 48). »Ekonomske mehanizmi razlagajo politične in ideološke mehanizme, ampak ne razložijo vseh zgodovinskih dogodkov. Ekonomske, politične in ideološke mehanizmi vsi prispevajo, brez vnaprej določene razsežnosti, k takšni razlagi (kot tudi mehanizmi popolnoma zunaj družbene sfere).« (prav tam) Mehanizmi nižjega, osnovnejšega sloja lahko torej pomagajo pri razlagi dogodkov, na katere vplivajo tudi mehanizmi v višjih slojih. Težko si je predstavljati, da bi družba ali kultura obstajali v odsotnosti proizvodnih in reproduktivnih (!) ali še osnovnejših, bioloških mehanizmov, ki vsak po svoje vplivajo na njihov obstoj.²⁷

²⁷ Tovrstno razlago mehanizmov in struktur, ki so prisotne v proizvodnih silah in organizaciji dela, je v politični ekonomiji, njeni kritiki in v družboslovju nasploh mogoče dojemati kot obliko vertikalne razlage vpliva proizvodnih odnosov na politiko, ideologijo in drugo. Williamsova kritika pogoste relativizacije v družboslovju ali celo marksizmu je podobna Creavenovi ali Collierjevi. Kljub reinterpetaciji Williams (1997, 234) namreč predpostavlja ohranitev Marxove sheme baze in vrhnje zgradbe: »Ena od nepričakovanih posledic togosti modela baze in vrhnje zgradbe je vse prehitro sprejemanje modelov, ki so videti manj togi – modelov totalnosti ali kompleksne celote –, ki pa izključujejo dejstva družbene namere, razrednega značaja določene družbe itn.« Težava v nekaterih interpretacijah te matrice – vključno s Collierjevo – je, da bazo enači z ekonomsko ravniho. To pa je netočna poenostavitvev.

Pri tovrstni vertikalni razlagi nikakor ne gre in niti ne more iti za obliko redukcionističnega determinizma, saj so različni ločeni sloji v veliki meri drug od drugega avtonomni, pri čemer mehanizmi osnovnejših ravni nikakor nimajo nujno večje razlagalne moči, niti ni neizbežno, da imajo večjo vlogo pri oblikovanju vzorcev konkretnih dogodkov v svetu (Creaven 2002, 135). Podobno velja za mehanizme v višjih slojih, saj je za razumevanje konkretnih dogodkov v družbi ali v naravi potrebno poznati njihovo vlogo: kapitalistična ureditev svetovne akumulacije na primer močno vpliva na ostale ravni. Med drugim bistveno prispeva h globalnemu segrevanju, torej močno vpliva na sam svetovni ekosistem, pri ohranjanju tega političnoekonomskega sistema pa igra pomembno vlogo tudi ideologija.

Kljub veliki meri avtonomnosti mora med konstitutivnimi ravnmi realnosti kljub vsemu obstajati precej visoka mera koherentnosti in ujemanja. Zgodovinski materializem se na primer s tem pojmovanjem v popolnosti prekriva. Pri tem seveda ostaja pomembno, kako interpretiramo ta pristop.²⁸ Williams (1997, 5. pogl.) je, podobno kot avtorji frankfurtske šole kritične teorije (glej Jay 1973, 53–54), poudarjal, da deli vrhnje zgradbe (s katerimi ima Marx v mislih kulturo, pravo, religijo, politiko in filozofijo oziroma na kratko ideologijo /glej Marx

²⁸ Od načina, kako beremo Marxa, je torej odvisno, ali takšno obliko povezanosti, koherentnosti, a tudi relativne neodvisnosti med bazo in vrhno zgradbo pripisujemo njegovi filozofiji (ali ne). Vsekakor je temeljna predpostavka materializma, da je baza temeljnejša (npr. v smislu moje opredelitve v besedilu) od vrhnje zgradbe. To je pomembno za zgodovinsko primerjavo različnih družb (za Marxovo analizo teh premikov v *Grundrisse* glej povzetek Hobsbawma /2011, 130–132/ in poglavje 3.2.1), kjer je prav tako ključna njegova predpostavka o bazi in vrhnji zgradbi, o kateri piše skozi celoten opus in v različnih časovnih obdobjih: od *Bede filozofije*, izdane leta 1847 (glej Marx in Engels 1976, 165–166), v kateri poudarja, da so družbeni odnosi tesno povezani s proizvodnimi silami, z njihovim spreminjanjem pa se spreminjajo družbeni odnosi, do bržkone ključnega zaznamka v *Prispevku h kritiki politične ekonomije* (glej Marx in Engels 1987, 263) in tudi v prvi knjigi *Kapitala* (glej Marx 1980, 40, 42) (vmes še v *Nemški ideologiji*). Dogmatična koncepcija zgodovinskega materializma se gotovo ne sklada z omenjenim pojmovanjem (glej prav tam; Barbalet 1983, 87; eno prvih kritik je podal Gramsci /1971, 408/, ki to pojmovanje vnovič premisli s teoretizacijo hegemonije; kasneje s kritičnimi odzivi sledijo številni drugi avtorji, med drugimi Lefebvre /1968/2009/, Williams /1997, 5. pogl./, Marcuse /2004/ idr.), saj v njej eden od nivojev neposredno nad določa oziroma determinira ostale. Gre za bazo oziroma ekonomijo (med njima obstaja enačaja), ki je v tej shemi prevladujoča. Prav iz tega vidika se mi zdi izjemno problematična, celo nevzdržna, teza althusserijanskih avtorjev, ki gradijo na prednosti ekonomije »v zadnji instanci« (ki izhaja iz Althusserjevih zgodnjih del). V *zadnji instanci* se namreč po tej teoriji za kapital eksistencialne potrebe *morajo* uresničiti, kar pa je nesprejemljivo in v nasprotju z empirično realnostjo. Predvsem ni jasno, kje in kdaj naj bi se ta zadnja instanca udeležila. Na katerih točkah v zgodovinsko-časovnem kontinuumu se ta zadnja instanca *zgodí*? Odgovor je arbitraren (in zgodovinsko nemogoč). Z nemalo sarkazma lahko zapišem, da je ta teza »v *zadnji instanci* povsem deterministična«. Navsezadnje ni niti potrebe po tem, da se kapitalizem kot takšen obdrži, ali – in še posebej – da se obdrži v enaki obliki, kot se je do sedaj. Skozi svojo zgodovino je prešel množico različnih faz in se prav prek svoje prilagodljivosti ter zmožnosti premagovanja kriz uspešno ohranjal. Pri tem je na primer ključno vlogo igrala politika, v dvajsetem stoletju praviloma skozi regulacijsko pomoč nacionalne države. O tem vprašanju in odnosu regulacionistične šole do Althusserja (glej tudi Jessop /2002b/). Lefebvre (glej npr. 1968, posebej 2. pogl.) je v svojih delih kot alternativo Marxovi shemi baze (proizvodne sile, organizacija dela), (infra)strukture (sama proizvodnja in lastninska razmerja) in vrhnje zgradbe (institucije, ideologija, kultura) zastavil lastno shemo treh ravni praxisa: ponavljanja, inovativnosti in mimetičnega delovanja, pri čemer je slednje umeščeno med prvooomenjena ekstrema (prav tam, 51–52). To zastavitev, ki je bila usmerjena v kritiko potencialne dogmatičnosti ključne sheme zgodovinskega materializma in se je namesto na strukture osredotočala na procese, je kasneje nadalje razvijal v študijah vsakdanjega življenja, predvsem v seriji, naslovljeni z *Kritika vsakdanjega življenja*. Sam sem mnenja, da shemi brez dvoma lahko dopolnjujeta druga drugo, saj se osredotočata na različne poudarke v družbi. Omeniti velja, da pri analizi razmerja strukture in delovanja tudi Lefebvre ne zavrže niti zgodovinskega materializma niti ne zanika, da ima vsaka družba določeno obliko baze: »Ampak ta baza determinira družbene odnose le v takšni meri, da omejuje aktivnosti skupin ali posameznikov; naprti jim verige; ovira njihove potencialne s tem, ko jih omejuje. [...] Zaradi vsega omenjenega transformacija kapitalistične družbe kliče po modifikacijah ekonomske baze – proizvodnih odnosov in lastništva, organizacije dela in družbene delitve dela.« (prav tam, 15) S tem se že pri Lefebvru v celoti zrcali zgoraj očitana zastavitev omejitev in pogojenosti, kot je razvita pri kritičnem realizmu.

in Engels 1987, 263/) nikoli niso preprosto sopojav baze, a istočasno niso nikoli povsem avtonomni, temveč so v kompleksnem odnosu vzajemnega učinkovanja, kjer materialna baza pomembno *omejuje* vrhno zgradbo. Tendence, ki izhajajo iz baze, v konkretnih zgodovinskih trenutkih niso nujno izvršene. Politika jih lahko na primer z nasprotujočimi mehanizmi tako ali drugače *suspendira* (prim. Gramsci 2000, 190–193).²⁹ Williams (1997, 5. pogl.) je že na nivoju baze opozoril na globoka protislovja, ki so prisotna v (teh) proizvodnih (in iz njih izhajajočih družbenih) razmerjih. To opredeli kot eno ključnih Marxovih tez o zgodovini (čeprav so prav dialektični marksisti bazo pogosto predstavljali kot povsem statično). Tovrstno dinamično variiranje, spreminjanje in protislovnost je po Williamsu brez dvoma mogoče najti na vseh ravneh in področjih realnosti, ne le na ravni baze.

Po Splichalu (1981) v Marxu iz *Grundrisseja* v materialno bazo potencialno spada vse, torej celotna družbena totaliteta, kar Marx (v Marx in Engels 1976, 166) na primer trdi že v *Bedi filozofije*, ko zapiše, da bodisi »proizvodni odnosi vsake družbe oblikujejo celoto« bodisi točno določena proizvodna sredstva (prim. Marx 1973/1993, 85–88). Nerazumevanje, kaj konstituira bazo, je pogosto, še posebej, kadar se to področje abstraktno reducira na polje »ekonomskega«. Engels je v enem od pisem poskušal dosledno razjasniti dilemo (prim. Splichal 1981; Hoffmann 1983, 12–13).

»Glede na materialistično koncepcijo zgodovine je odločujoč [bestimmende] element zgodovine v zadnji instanci proizvodnja in obnavljanje realnega življenja. Kaj več od tega nisva niti jaz niti Marx nikoli trdila. Iz tega sledi, da če kdor koli izkrivlja to v izjavo, da so ekonomski elementi edini determinirajoči dejavniki, spreminja to trditev v nesmiselno, abstraktno, absurdno frazo. Ekonomske razmere so osnova [die Basis], ampak različni elementi vrhnje zgradbe [...], prav tako izvršujejo svoj vpliv na

²⁹ Gramsci (2000, 191) kot primer podaja posamezno politično dejanje, ki je lahko »napaka« ali posledica »napačne presoje« politične elite ali oblastnikov, katerih vpliv se v konkretnih situacijah prepogosto podcenjuje – rigidni dialektični materializem takšnih »napak« ne dopušča, kljub temu da so pogoste. »Napake« so lahko posledica neznanja ali kompleksnosti situacije, ki ne ponuja možnosti za jasne ali enoznačne odgovore. Kot primer lahko podam aktualno svetovno gospodarsko krizo, za katero lahko brez večjih zadržkov zapišem, da nihče ne ve točno, kako vrniti kapitalizem v tokove njegovega »normalnega« delovanja, čeprav si vsi, ki *naj bi vedeli*, za to še kako prizadevajo. Prav tako se prepogosto podcenjuje element naključja, da je prišlo do neke spremembe ali političnega premika. Gramsci je specifično zgodovinsko povezavo baze in vrhnje zgradbe opredelil s pojmovanjem zgodovinskega bloka [it. *blocco storico*]: »Strukture in vrhnje zgradbe tvorijo "zgodovinski blok". Rečeno drugače: kompleksni in protislovnosti skupek vrhnjih zgradb je odsev skupka družbenih odnosov proizvodnje.« (prav tam, 192) Pri analizi »baze« zato vzpostavlja ločitev med *organskimi premiki*, ki so relativno trajni, in spremembami, ki so stvar kriznih ali *konjunktornih premikov*, s čimer so nenadni, občasni in celo povsem naključni (prav tam, 201–203). Konjunktorni pojavi so prav tako odvisni od organskih sprememb, ampak nimajo nujno dolgoročnih zgodovinskih posledic. Ta distinkcija je za Gramscija pomembna predvsem pri proučevanju zgodovinskih razdobj, ki so pomembna tudi v moji doktorski disertaciji. Omenjeni avtor pri tem poudarja kompleksnost in pogosto nezmožnost vzpostavitve primerne razlikovanja ter odnosa med organskimi in konjunktornimi premiki (odnos med tema oblikama premikov ponazarja s formulo *permanente revolucije*). Ob tem je pomembna njegova teza, da se lahko tovrstne družbene krize pojavijo in trajajo desetletja, kar pomeni, da so dosegle fazo zrelosti »nepopravljivih strukturnih protislovij in da politične sile, ki se borijo za konzerviranje in obrambo obstoječih struktur, ne glede na ta protislovja napenjajo vse moči, da bi jih (z določenimi omejitvami) ozdravile in premagale.« (prav tam, 201) Nobena družbena formacija namreč ne bo brez upora priznala lastnega konca.

potek zgodovinskih bojev in imajo v mnogih primerih premoč v določanju njihove forme. Obstaja interakcija med vsemi temi elementi, v katerih se, med vsemi neštetimi množicami slučajev [...], ekonomsko gibanje končno uveljavi kot nekaj neizogibnega. V nasprotnem primeru bi bila aplikacija teorije na katero koli zgodovinsko dobo lažja kot razreševanje preproste enačbe prvega reda. Sami ustvarjamo svojo zgodovino, ampak v prvi vrsti pod zelo jasnimi predpostavkami in pogoji.» (Engels 1890, 34–35)

Morda je v kontekstu materialistične interpretacije kritičnega realizma, ki sem jo predstavil v tem podpoglavju, smiselna še kratka opomba o spremembah materialne baze, o strukturnih transformacijah kapitalizma. Ne nazadnje gre za predmet raziskave, ki je v naslovu disertacije, zato je razjasnitev toliko nujnejša. V skladu z dosedanjo metateoretsko zastavitvijo, ki daje poudarek na kvalitativne spremembe, je mogoče govoriti o vsaj dveh oblikah transformacij ekonomske ravni. *Prvič*: o transformacijah baze kot takšne, na primer iz določenih proizvodnih odnosov v povsem drugačno formacijo. Polanyi (2008) je takšno transformacijo iz fevdalne v kapitalistično družbo opredelil za *veliko preobrazbo*. Gre za celovito transformacijo baze s proizvodnimi odnosi in s samim sistemom proizvodnje, pri kateri pride do korenitih sprememb ideološke ravni oziroma vrhnje zgradbe, čeprav postopoma ter na tej ravni s številnimi protislovji in z nasprotji. Čeprav bom na številnih točkah disertacije poudarjal tovrstne kvalitativne spremembe, ki so se zgodile z vzponom kapitalistične družbe (le braudelovski *longue durée* /glej Braudel 1980/ lahko pokaže njihovo korenitost), bo moje zanimanje tudi v drugačni obliki transformacij, in sicer v tistih, ki so se zgodile *znotraj* kapitalizma v zadnjih desetletjih (in morda dolgoročno gledano celo nakazujejo korenitejšo spremembo celotnega političnoekonomskega sistema) in ki so prav tako izjemno pomembno vplivale na temeljne pojme, s katerimi se ukvarjam v nalogi: blagovno formo, skupno itd.

2.2 Družbena ontologija

Pristop kritičnega realizma, ki bi na ravni epistemologije glede na povedano lahko pretendiral v smer *razlagalnega* objektivizma, bi bil s takšnim pristopom aplikabilen le v okvirih znanstvenega raziskovanja v naravoslovju, mnogo težji ali na trenutke celo nemogoč pa pri analizi družbe in družbenih pojavov. Potencialnih nevarnosti in omejitev se avtorji, izhajajoči iz tega metateoretskega pristopa, zavedajo. Collier (1994) skeptično meni, da je družboslovje nujno obsojeno na večno neotenijo, saj poskuša »mapirati neprepustni gozd, presekan s številnimi ozkimi potmi«. To je po njegovem mnenju ključni razlog za vedno večji pomen in vlogo, ki jo imajo danes v raziskovanju hermenevtični pristopi. Podobno poudarja Bhaskar (1998a), ki meni, da sta družbena realnost in teorija vzajemno pogojeni, zaradi česar nevtralnost ni niti zaželeni niti mogoča (glej tudi Bhaskar 1989/2011; Gunn 1989).

Med pomembnimi razlogi za omejitve v družboslovnem raziskovanju niso le nenamerne posledice, nepriznane okoliščine ali povsem nezavedne oblike motivacije, ki so v družbenih okvirih potencialno zmeraj prisotne, ampak težave izhajajo že iz zgoraj nakazanih ontoloških temeljev, ki jih na ravni posebnosti družbenega izpostavljam v nadaljevanju tega poglavja. V družbi se namreč zdi nemogoče objektivno razlaganje vsega, kar je proizvod množstva družbenih in človeških vplivov ali kar je proizvod (kolektivne) interpretacije ljudi. Razlog je že v samih analizah, ki pogosto vplivajo na družbo in na delovanje v njej. To je jasno že pri raznolikih teoretskih pristopih, ki tako na abstraktni kot na konkretni ravni podajajo povsem protislovne razlage za družbene pojave. V družbi igra izjemno vlogo že *način*, kako se neke stvari sploh interpretirajo in kakšni (arbitrarni) kriteriji pri njihovi analizi obveljajo, saj imajo ta interpretacije lahko pomembni širši družbeni vpliv na nadaljnji potek dogodkov (še posebej v trenutno obstoječih razmerah, ko lahko neposredno spreminjajo družbo). Meehanova, Mosco in Waskova (1994, 351; prim. McChesney 1994 idr.) dobro povzemajo to pomembno težavo: ker je naše »raziskovanje zamotano v sami družbeni totalnosti, ki jo poskuša preiskovati [...], se tudi, če bi poskušalo, posledično ne bi moglo izogniti vrednotnim vprašanjem, ki prežemajo to totalnost. Cilj je potemtakem več kot le preprosta refleksija družbene realnosti, ampak samorefleksivni proces preizpraševanja in delovanja glede na analizirane objekte.« Ob tem je nezanemarljivo, da se družba na različnih ravneh danes spreminja vedno hitreje, nekatere njene strukture pa so skorajda v utekočinjenem stanju (Bauman 2002). Zaradi tega so postale precej bolj (hitro) spremenljive, kot so bile v preteklosti, njihovo preučevanje je zaradi tega pogosto občutno oteženo.

Pomembna epistemološka težava je po drugi strani dejstvo, da lahko zahteva po abstrakciji hitro vodi v pretirano zanemarjanje konkretnih premikov ali celo v nezgodovinski pristop. Posledično zanemari praktično politično delovanje, kar neposredno nasprotuje zahtevam in izhodiščem praxis pristopa. Poskus nevtralističnega objektivizma bi bil v takšnem primeru bodisi politično povsem impotenten bodisi bi zaradi izjemne kompleksnosti družbe celo nehote in nevede težil v »ekspertni idiotizem«. Že sama zahteva po znanstvenosti skupaj z ontološko predpostavko stratifikacije sveta namreč predpostavlja določeno mero specializacije. To predstavlja še eno težavo: potencialno zanemarjanje mehanizmov in tendenc, prisotnih na ostalih ravneh, ko je govora o njihovem vplivu na konkretne družbene premike in spremembe. Osredotočenje na strukture in mehanizme lahko istočasno izpusti vlogo, vpliv in delovanje družbenih akterjev ter vodi v desubjektivacijo, kar je opazno pri številnih znanstvenih pristopih, med drugim pri regulacionistični šoli (npr. Jessop 2002a; za kritiko glej Gambino 2003).³⁰ Obenem ne smemo spregledati, da je prav opredmetenje osebkov in subjektivnega pomemben proces v delovanju samega kapitala, ki med drugim izhaja iz poblagovljenja, prek katerega se resnično izvaja abstrakcija. Slednja prek dialektike torej ni le način analize kompleksne realnosti in njenega predstavljanja, ampak obnavljajoči se proces v kapitalističnih družbah; abstrakcija je v tem smislu delo kapitalizma samega (glej Marcuse 2004, 292).³¹

Morda je najpomembnejša dilema, s katero se je smiselno soočiti na epistemološki ravni, v kakšni meri se načrtane metateoretske predpostavke lahko (pre)prosto prenašajo izven politične ekonomije, njene kritike pa na druga področja družboslovja, še posebej humanistike. Dilemo na tem mestu puščam odprto, saj se mi zdi sporna in malo verjetna možnost univerzalne aplikabilnosti (vseh) teh izhodišč na vsa področja raziskovanja. Sam sem zato smiselnost teh predpostavk pri analizi pripravljen priznavati le za projekt politične ekonomije, ne pa nujno za ostale discipline in pristope, ki analizirajo druge vidike družbene realnosti (prim. Gramsci 2000, 193, ki trdi, da je bazo mogoče preučevati z metodami eksaktnih znanosti). To odzvanja tudi v besedah *frankfurtske šole*: »Praktična aplikabilnost neke znanosti do družbe je v bistveni meri odvisna od razmer v njej. Ne obstaja splošna družbena dilema, ki bi jo neka znanstvena metoda terapije lahko univerzalno obravnavala, kot se to brez

³⁰ Do podobne desubjektivacije, čeprav ne v celoti zaradi omenjenih razlogov, a v pomembni meri zaradi političnih, povezanih tudi z epistemološkimi in z ontološkimi izhodišči, pride s teorijami javne sfere v devetdesetih letih dvajsetega stoletja, saj je vloga javnosti kot družbene kategorije v vzpostavljanju javne sfere povsem zanemarjena (glej Splichal 1997; za kritiko tudi H. Hardt 1996). V branjih Marxa se kot pristop, ki odvrže revolucionarni potencial kritike politične ekonomije, pogosto označuje z Althusserjevo linijo in z njegovim pojmovanje znanstvenosti. Kot je znano, Althusser v lastnem branju *Kapitala* predlaga, naj se ga prične brati šele v petem poglavju, medtem ko številni drugi avtorji poudarjajo, da so prav prva poglavja – namenjena blagu in blagovni formi – ključna za primerno razumevanje Marxove teorije (glej npr. Šešerko 1980).

³¹ Več o problemu realne abstrakcije v družbi v poglavju o blagovni formi in poblagovljenju (poglavje 3.2).

vprašanj počne v medicini ob iznajdbi novega zdravila – če je sploh mogoče smiselno govoriti o čem takšnem.« (Frankfurt Institute for Social Research 1972, 126)

Zaradi številnih razlogov je poudarjanje toge znanstvenosti v družboslovju na trenutke utopično, pogosto celo škodljivo. Velikokrat je težavno že samo razumevanje aktualnih procesov v družbi, na katere se je potrebno odzivati sproti, če hočemo nanje s kritiko tudi aktivno vplivati. Zaradi tega je smiselno vprašanje, ali je ostra delitev med *razlago* in *interpretacijo* res zmeraj smiselna, še posebej, ker se zdi, da sta interpretacija in razumevanje nekega dogodka ter konteksta predpogoj razlage, ki pride kasneje in je zmeraj kvečjemu *poskus* razlage (saj jo moramo vsaj poskusiti ovreči). Te ugotovitve veljajo še posebej v ekonomiji (in posredno politični ekonomiji), pri kateri je prišlo do zasuka v ozko zamejen scientizem ekonometrije. V njeni razlagi ljudje obstajajo kot instrumentalno-racionalni človeški avtomatoni (glej Heilbroner 2000). Za Bhaskarja je prav zato – podobno kot za Gramscija – poleg nujne ovrgljivosti bistvo razlage v tem, da mora biti družbena, ne preprosto individualna stvaritev.

Predpostavka o možnosti ene epistemologije, ki bi bila primerna za vsako disciplino, področje in predmet raziskovanja, se torej zdi v najboljšem primeru simpatično naivna in v najslabšem primeru nevarna za širjenje znanja. Interpretativno razumevanje tako o svetu pove več kot poskusi *kvazi objektivne* razlage. Morrow in Brown (1994, 57, 77) v skladu s tem poudarjata, da poskuša kritična teorija družbe iti onkraj razdora med subjektivizmom in objektivizmom. Kot primer takšnih izhodišč na metateoretski ravni podajata prav pristop kritičnega realizma, ki v svoje predpostavke vključuje refleksivne in subjektivne vidike.³² Pojem *razlaga* je največkrat omejen na primere vzročne razlage, a pogosto je uporabljen z ozirom na razumevanje in interpretacijo družbenih pojavov (prav tam, 45). Pri tem ima pomembno vlogo predvsem razmerje med strukturo in delovanjem, ki se ga lotevam v nadaljevanju. Jasno je, da lahko binarno ločevanje med razlago in razumevanjem pri analizi konkretnih premikov hitro razpade (precej hitreje kot pri preučevanju na abstraktni ravni), še posebej takrat, kadar (individualno) ugotavljamo, kateri razlogi so k tem spremembam prispevali in predvsem v kakšni meri – pri tem lahko pogosto kvečjemu bolj ali manj uspešno znanstveno *špekuliramo*, torej te spremembe *interpretiramo*. Te omejitve v primeru družboslovja izhajajo predvsem iz samih specifik družbe, v kateri so procesi in dogodki še mnogo bolj odprti, kontingentni, nedoločljivi, kompleksni in zgodovinsko ter prostorsko

³² To se kaže tudi skozi transformacijski model in relacijsko koncepcijo družbe. Kot že nakazano, je dialektično umevanje razmerja subjektivno – objektivno in poudarek na prvem v zgodnji kritični teoriji družbe značilen predvsem za Marcuseja in Blocha, odvisno od interpretacij tudi za Marxa, s čimer jih je nujno ločiti od strukturno-funkcionalističnih pristopov (glej Fuchs 2011a, 58–71). Poudarek na subjektivaciji je v marksizmu po drugi strani značilen predvsem za avtonomizem.

pogojeni, kot velja za spremembe v naravi (prim. Harvey 2011a). Kaj je o družbi mogoče vedeti (epistemologija), je močno pogojeno s tem, kakšna družba sploh je (družbena ontologija). Zaradi tega v nadaljevanju podrobneje razjasnujem temeljna izhodišča o značilnostih družbe, družbenega in človeških bitij.

2.2.1 Logos politične živali: politika, komuniciranje in proizvodni odnosi

Odprta politična žival z generično prirojeno sposobnostjo govora, z visoko stopnjo nedefinirane potencialnosti in z mankom nespremenljivega okolja je morda najpreprostejša opredelitev človeškega bitja, ki ima izjemne posledice na (in za) vse, kar je povezano s človekom in z družbo. Nakazuje namreč njuno izjemno arbitrarnost in nedeterminiranost. Dar govora, ki je ključni predpogoj človekove političnosti, ni le značilnost, ki človeka na ontološki ravni ločuje od ostali živali in ga dela za *nedokončnega*, ampak nakazuje izjemno visoko stopnjo kontingentnosti in fakultativnosti družbenih institucij, njihovo (in človeško nasploh) nedeterminiranost v času in prostoru, omogoča pa tudi predvidevanje določene ontološke *primarnosti* političnega pred družbenim. Tovrstni pomen vloge politike je mogoče zaslediti že skozi Hayevo (2002) predpostavko, da mora biti politično definirano tako, da vključuje vso sfero družbenega: »Vsi dogodki, procesi in prakse, ki se zgodijo na družbenem področju, imajo zmožnost, da postanejo politični in posledično dostopni za politično analizo.« (prav tam, 3) S tem seveda ne postanejo le možen predmet analize, ampak so s političnim delovanjem specifični procesi in prakse lahko preoblikovani ali strukturno transformirani.

Predpostavko, da je človek v svojem bistvu politična žival, bi težko označil za *novum*, saj v prav takšni zastavitvi izhaja že iz Aristotelove filozofije. Aristotel v uvodnem delu *Politike* piše o političnem bitju oziroma o politični živali [*πολιτικόν ζῷον*], katere političnost izhaja iz njene govorne sposobnosti, iz jezika.

»Zato je jasno, da je človek bolj politično bitje kot vsaka čebela in vsaka čredna žival. Narava namreč, kot pravimo, ne počne ničesar zaman; človek pa je med živimi bitji edini, ki ima govor [λόγος].³³ Glas je torej znamenje bolečine in ugodja, zato ga imajo tudi druge živali (njihova narava je namreč segla do tod, da imajo zaznavo bolečine in ugodja ter da ju naznanjajo drug drugemu); govor pa rabi temu, da razkriva koristno in škodljivo, in tako tudi pravično in krivično. Ljudje pa imajo

³³ Človeško bitje je torej edino, ki ima sposobnost oziroma dar govora, logos [*λόγος*]. Prav ta vidik – jezik kot temeljno ontološko izhodišče človeških bitij – jemljem tudi sam. Obstaja temeljna razlika med sposobnostjo govora, govorico, jezikom in na drugi strani *glasom*. (Op. J. A. P.)

drugače kot druga živa bitja to posebnost, da imajo edini zaznavo dobrega in slabega, pravičnega in krivičnega in tako naprej. [...] Jasno je torej, da polis obstaja po naravi in da je pred vsakim posameznikom. Če namreč posameznik, ki je ločen, ni samozadosten, bo do celote v takem razmerju kot drugi deli; tisti pa, ki ni zmožen živeti v skupnosti ali pa zaradi samozadostnosti ničesar ne potrebuje, ni del polis; je bodisi zver bodisi bog.» (Aristotel 2010, 113–114, oglati oklepaj prevajalčev)

Vloga in pomen govora, ki naj bi človeka ločevala od ostalih živali in ki sta bila izjemnega pomena že pri Aristotelu, sta imela pomembno vlogo v družbeni ter filozofski misli na Zahodu vsaj od konca devetnajstega stoletja naprej (glej Agamben 2004; Virno 2007). To na primer velja že za družbeno misel ameriških pragmatistov, ki so predpostavljali, »da družba ne obstaja s pomočjo komuniciranja, pač pa v *komuniciranju*.« (Splichal 1997, 80). Pragmatist Cooley (1956, 70) je na prelomu iz devetnajstega v dvajseto stoletje med prvimi poudarjal, da je »dosežek govora splošno in primerno štet kot razločevalna značilnost človeka, kot prelomnica, zaradi katere je izšel iz svojega predčloveškega stanja.« To dejstvo je po njegovem mnenju istočasno nakazovalo spremenljivost človeške *narave* [sic!]. V enem od zgodnejših prispevkov je bil še natančnejši. Za komuniciranje kot ključno sestavino družbenega življenja je dejal, da je prav to tisto, kar človeka dela »za voljnega, plastičnega, primernega, da ga oblikuje družbeno okolje.«³⁴ (Cooley 1897/2004, 21)

Podobno kot za Cooleya velja za Meada (1997), ki je videl komuniciranje kot predpogoj nastanka človeške družbe in temeljno načelo človeške družbene organiziranosti. Komuniciranje je tako pri Meadu, kot pred njim že pri Cooleyu (pa tudi pri Tardu) in kasneje pri še enem pragmatistu, Deweyu, mogoče videti predvsem kot širše družbeno uporabo človeške inherentne zmožnosti: govora. Komuniciranje je posledično (nujno!) skupno izražanje človeške govorne sposobnosti, ki je predpogoj za tvorjenje družbe.³⁵ Do ugotovitve,

³⁴ Po Cooleyevo (1897/2004, 21) prav »obstoječi sistem komuniciranja določa doseg [družbenega] okolja.« Moderna doba je z revolucijo v komunikaciji in z novim komunikacijskih sistemom za nas tako odprla povsem nov svet (glej Cooley 1956, 64–65). S temi predpostavkami je Cooley napovedal komunikacijske teorije o *pristranosti komuniciranja*, ki jih je Innis objavil v petdesetih letih dvajsetega stoletja.

³⁵ Primerjaj z Moscovo (2009, 67) opredelitvijo: »Na splošno povedano sta komuniciranje in družba vzajemno konstituirani.« Po Meadovem (1997, 189) mnenju je komuniciranje mogoče z uporabo inteligence, razvije pa se preko sebe. Vloga komuniciranja je za njegovo dojetje družbe neobhodna. Pri tem je pomembno, da gre za obliko komuniciranja, ki se *razlikuje* od drugih živalskih vrst. V kontekstu naloge velja izpostaviti predvsem njegovo ugotovitev, da je »komuniciranje [je] v bistvu proces, ki posamezniku omogoča uporabo njegove inteligence. Toda posameznik, ki ima to sposobnost, je družbeno bitje. Te sposobnosti ni razvil sam in se nato z njeno pomočjo vključil v družbo. Prav nasprotno: človek postane sebstvo in pridobi omenjeno sposobnost nadzora prav s tem, ko je družbeno bitje. [...] Pri človeku daje funkcionalna diferenciacija, ki poteka prek jezika, povsem drugačno načelo družbene organiziranosti, ki ne ustvarja različnih posameznikov, temveč tudi različne družbe.« (Mead 1997, 183) Podoben je pomen komuniciranja v Deweyevi misli, kjer je zame najzanimivejša povezava, ki jo izpelje med komuniciranjem, skupnostjo in skupnim [*communication, community, commons*], češ, da med njimi obstaja več kot le verbalna povezanost (glej mdr. Czitrom 1982, 4. pogl.). Cooley (1956, 62–63) je bil prepričan, da brez komuniciranja človek ni zmožen razviti svoje *prave narave*, zaradi česar obstaja v neopredeljivem stanju, v katerem ni niti človek niti zares brutalnejš; prav skozi

da je komuniciranje temeljni družbeni proces, dejansko »sine qua non človeške eksistence in razvoja družbe,« kot pravi Hanno Hardt (1979, 19), so prišli številni utemeljitelji modernega družboslovja (prav tam). Vključuje namreč vse posameznike in je ključno za vsako teorijo družbe. Je bistveni instrument ne le konstrukcije vsakdanjih življenj, sporazumevanja in proizvodnje simbolov, ampak političnega mišljenja, znanosti in znanja nasploh. Herbert Schiller zato o komuniciranju pravi:

»Vključuje veliko več kot sporočila in krogotoke, ki se jih da prepoznati in skozi katera se pretakajo sporočila. Določa družbeno realnost in s tem vpliva na organizacijo dela, lastnosti tehnologij, učne načrte izobraževalnih sistemov (formalne in neformalne) in uporabo prostega časa – dejansko temelje tega, kako je urejeno družbeno življenje.« (H. Schiller 1976, 3)

Družbena in politična misel imata dolgo zgodovino priznavanja vloge, ki jo ima pri vzpostavljanju družbe človeška govorna sposobnost, ki je konstitutiven del komuniciranja.³⁶ Korak dlje sta bila pripravljena narediti Searle (2010) in Virno (2007; 2008, 3. del), saj sta oba prepričana v možnost naturalizacije ugotovitev o človeški govorni sposobnosti. Searle (2010) podaja povsem naturalistično razlago jezika, na kateri utemeljuje svojo družbeno ontologijo. Človeška in družbena realnost je zanj naravna posledica osnovnejših (fizičnih, kemičnih in bioloških) pojavov. Njegova ključna ugotovitev je: »Ko imamo jezik, ki si ga delimo, že imamo družbeno pogodbo; vsekakor, že imamo družbo. Če z "naravnim stanjem" mislimo stanje, v katerem ni družbenih institucij, *potem za jezik – govoreče žival, ne obstaja takšna stvar, kot je naravno stanje.*« (Searle 2010, 62) Searlov naturalizem poleg zanimivega poskusa naturalizacije ni zanimiv le zato, ker v samem temelju zavrača pomembni del liberalne politične misli, ampak zato, ker s tem odprto kritizira velik del moderne politične filozofije. Mnogi avtorji so namreč svoja izhodišča gradili na kombinaciji naravnega stanja in družbene pogodbe. Čeprav so nekateri zavestno poudarjali kontrafaktičnost svojih miselnih poskusov (najpomembneje brez dvoma zadnji veliki teoretik družbene pogodbe Rawls /1971/), to nikakor ni veljalo za vse, ki so s svojimi teorijami (prostovoljno ali ne) nudili legitimacijo političnim projektom, ki so temeljili na liberalnem individualizmu, čigar zgodovinski predpogoj je bil v resnici razvoj in obča ekspanzija kapitalistične blagovne menjave (glej poglavje 3.2).

komuniciranje namreč po njegovem dosegamo višjo stopnjo razvoja. O ameriškem pragmatizmu v povezavi z javnim mnenjem glej Splichal (1997, 80–86).

³⁶ A ob tem dejstvu se pre pogosto pozablja, da tako na komuniciranje kot zmožnost govora vpliva človeško delo (glej Splichal 1981), da so sredstva komuniciranja proizvod dela in da ta sredstva vplivajo na oblike dela.

Jezik je v Searlovem (1995; 2010) smislu konstitutiven za družbeno realnost in v njej obstajajoče institucije. V svojem temelju zato vse človeške institucije izhajajo iz jezika, saj izvirajo iz lingvistične sposobnosti človeške živali. To jih ne dela za relativne ali prosto spremenljive, saj se morajo v družbi *materializirati* in potemtakem *objektivizirati* (postati morajo objektivna in bolj kot ne obče sprejeta dejstva). Bodisi jih morajo skozi vsakdanje prakse in/ali delo eksplicitno ali implicitno kolektivno obnavljati ostali člani družbe bodisi v njej te institucije obstajajo kako drugače kot (morda ne nujno zmeraj aktualizirane) tendence določenih družbenih struktur. Pri institucijah ne gre nujno za procese in načine namernega vzpostavljanja ter obnavljanja neke družbene realnosti (kar velja tako za obnavljanje kot nastanek nekih institucij in struktur, ki so lahko nenamerni stranski proizvod določenih dejanj v družbi). Poleg tega ni nobene potrebe, da so izjave, ki vzpostavljajo realnost, kakor koli iskrene, ali da same po sebi ne predpostavljajo *odprtih prostorov*, ki jih mora posameznik z lastno interpretacijo zapolnjevati sam.³⁷ Pri družbenih institucijah in sami realnosti potemtakem ne gre nujno za zavedna dejanja akterjev v družbi, kar je moč povzeti z znano Marxovo (1980, 37) besedno igro, »da tega ne vedo, ampak to *delajo*«. ³⁸

Izjemni pomen teh ontoloških predpostavk se bo v nadaljevanju disertacije pokazal na dveh ravneh: pri vlogi delovanja (ki je tako zavestno kot nezavedno) najprej v naslednjem poglavju, kjer poudarjam izjemni družbeni pomen blagovne forme in poblagovljenja, ki vpliva na delovanje celotne družbe. Nato pa predvsem skozi ključne značilnosti postfordističnega kapitalizma, ki ga različni avtorji poskušajo opredeliti prek oznak, kot so komunikativni kapitalizem, kognitivni kapitalizem ali biolingvistični kapitalizem; to nakazuje posebne značilnosti obstoječe stopnje zgodovinskih proizvodnih odnosov. Biološka stalnica človeškega bitja v trenutno dominantnem proizvodnem okviru oziroma v obstoječem družbeno-zgodovinskem kontekstu namreč na različne načine stopa v ospredje in postaja neposredni predmet ekonomske (ne nazadnje pa tudi politične) prakse. Na trgu dela so, če si

³⁷ To je pomembna točka kritike, ki jo proti Austinu in Searlu z izhodišči v Lacanu in Durcotu usmerja Saleclovea (2010). Njena razprava je zanimiva predvsem v navezovanju na politično, saj po njenem »politični diskurz uspe takrat, ko se prepoznamo kot njegov naslovník. Bistveno pri tem je razlikovanje med sedanjim in poznejšim diskurzom. "Trik" uspešnega političnega diskurza ni, da nam direktno ponuja podobe, s katerimi se identificiramo [...], politični diskurz mora oblikovati "poznejši diskurz" tako, da pušča odprt prostor, ki ga zapolnijo podobe našega idealiziranega jaza.« (prav tam, 27) V slovenski institucionalizirani politiki sta primera takšnega odprtega prostora pogosto uporabljena izraza »sile kontinuitete« ali »strici iz ozadja«, ki ga tako del politike kot njihovi naslovníki dokazano lahko zapolnjujejo precej arbitrarno.

³⁸ Primerjaj z zastavitvijo Lefebvra (1968, 8): »V najširšem smislu praxis vključuje tudi dejanja, ki imajo učinke in vplive, ki so odtujene od človeka, določene oblike odtujevanja in odtujenega uma, to je ideologije. [...] A kljub temu se ta racionalnost s svojimi težavami, s svojimi očitnimi vrzeli in s svojimi potencialnostmi nahaja v bistvu praxis.« V tem Lefebvrovem stavku je ideologija jasno opredeljena kot *lažna zavest*, ki jo je mogoče demistificirati. Sohn-Rethel (1983, 35) za temelj lastne družbene sinteze (s tem pojmom razume funkcije, ki posredujejo povezanost ljudi v vsakdanjem življenju) predpostavlja, da je vsaka družba »bivanjska povezanost številnih ljudi, ki se konstituira z njihovimi dejanji. Za družbeno povezanost ljudi je primarno, kaj delajo, sekundaren je pomen njihovih misli.« Do družbenih sprememb torej prihaja s spreminjanjem vrste človeških *dejanj* v družbi.

izposodim terminologijo Virna (glej 2003; 2007; 2008; 2009), navzoči človeška narava sama, človekova potencialnost in zmožnost. Njegova odprtost *svetu* ključno vpliva na številne druge plasti političnega in družbenega življenja. Zgodovinsko stalnico človeških bitij je mogoče pojasniti skozi Virnovo (2007, 128) predpostavko, da gre pri vsaki izjavi za preplet biologije (dejstvo oziroma potencial, da govorimo), ki je svojevrstna metazgodovina človeške vrste, in zgodovine, torej tega, kaj v določenem času in kontekstu dejansko rečemo. S tem gradi na ugotovitvah številnih avtorjev pred njim, a pušča povsem odprto polje človeške govorne sposobnosti. V njegovi interpretaciji gre zato predvsem za področje izjemne potencialnosti.³⁹

Edini način za razumevanje Virnove (2007, 155) precej radikalne teze, da lahko postfordistični kapitalizem razložimo le, če »naturaliziramo družbene vede«, je skozi njegovo razlago ontologije človeškega bitja na eni strani in enako pomembnih značilnosti kapitalizma v postmodernih družbah na drugi strani. Že omenjena biološka stalnica je namreč zanj v središču zaradi prevladujočih proizvodnih odnosov v obstoječi stopnji kapitalizma – jezik postaja tako rekoč surovina kapitalizma in posredno družbenih nasprotij. Smythova (1986, 66) trditev, da so »komunikacije področje, kjer pridejo v žarišče vsa protislovja sveta«, bi s prenosom na Virnove ugotovitve danes dobivala potrditev kar skozi materialno manifestacijo v družbenih bojih in v samem delovanju kapitala. Kot poudarja Virno, je namreč »poglavitni vir sodobnega kapitalizma v jezikovno-relacijskih sposobnostih človeškega bitja, v celoti

³⁹ Glavne predpostavke »svetnosti« po Virnu (2007 idr.) so, da človek v nasprotju z živalmi ni »okoljsko« bitje, nima torej točno definiranih nagonov in specializiranih instinktov. Človek je bitje, ki *nastaja*, ki ga definirajo sposobnost in potencialnost, nedokončnost in nedefiniranost, plastičnost (prim. Cooley 1897/2004, 21). Je neveden glede tega, kaj naj stori, njegova kultura izhaja iz njemu konstitutivne dezorientacije. Vse, kar je najvišje, izvira iz dejstva praznine, potencialnosti in nepolnosti. Ključno v Virnovi ontologiji je, da tisto, kar je za žival okolje, je za človeka kultura, ki nadomešča večno obstoječi *manjko*, ki je značilen za *homo sapiens*. V tem pogledu človek torej sploh nima *narave*. Če *ima* po eni strani žival okolje in pravzaprav *je* okolje, v katerem živi (okolje je logičen podaljšek njegovega telesa), človek kot nedefinirano bitje nima okolja, ampak splošnost sveta. Svet je vselej delno nedoločen življenjski kontekst, medtem ko na drugi strani okolje ponuja končni niz možnosti, stalnost. Med svetom in okoljem tako obstaja odnos vzajemnega izključevanja: svet je splošen, vselej delno nedoločen, s skoraj neskončnim nizom možnosti, naseljuje pa ga nespecializirana žival, ki so ji te lastnosti odprtosti svetu prirojene. Kronično potencialnost človeške živali, možnost v čisti obliki, lahko ponazorimo z govorno sposobnostjo, ki je splošna zmožnost izrekanja, ne pa omejen seznam možnih izjav ali definirani nabor instinktivnih potez. Vsi ti elementi, potencialnost sama po sebi in nedokončnost, so po Virnu (2007, 153) »razlog obstoja zgodovine in družbe, vendar v ničemer ne prejudicirajo vsebine zgodovine niti ne dajejo navodil, kako naj bi bila družba urejena.« Prav ta prirojena potencialnost človeške živali – biti v svetu – je obenem vir večne negotovosti. Ob neposrednem soočenju s svetom, ki s seboj prinese preobilico čutnih dražljajev, se zato človek sooča s tipičnimi duševnimi stanji, kot so tesnoba, izgnanstvo, dolgčas, regresija v neskončnost in praznina (prav tam, 102). A le takrat, ko je posameznik soočen z neskončnostjo sveta. Človeško ustvarjanje psevdokoljskih niš (družbenih ritualov, institucij, kulture itd.) je namreč prilagoditvena praksa, ki odpira stalna pribežališča, varna zavetja, v katerih prevladuje ponavljanje in avtomatizem. Osrednja težava sodobne družbe je, da smo »priča sistematičnemu usihanju psevdokolj in istočasnemu razkazovanju biološke zgradbe človeške vrste. Prišli smo torej do točke, ko je človeška praksa na najbolj neposredne način uporabljena na vsem, kar to prakso naredi človeško [...] Postfordistični trg dela – s svojimi prekinitivami in prekernostjo – je svetna (ne psevdokoljska) situacija. Svetna situacija, ki ni začasna, ampak redna, stalna, neizogibna. Tako rekoč stalno izgnanstvo.« (Virno 2007, 111) Ta vprašanja so zaposlovala tako Marxa (t. i. problem *species-being* oziroma *Gattungswesen*, glej Dyer-Witheford 2004; Marx in Engels 1975a, 175, 277 idr.) kot Gramscija (glej npr. 1971, 355). Slednji je o *problemu človeške narave* trdil, da ni dana z »biološko« naravo človeka. Dilemo je poskušal rešiti na različne načine: naravo je opredelil kot skupek družbenih odnosov in celo dejal, da je človekova narava preprosto zgodovina, kar je še najbližje Virnovi potezi, ko funkcijo okolja pri živali primerja s kulturo pri ljudeh.

komunikacijskih in spoznavnih sposobnosti (*dynámeis*, zmožnosti), ki ga zaznamujejo.« (Virno 2003, 84)

Prav na tej točki je mogoče zaznati temeljni prelom pri prehodu v postfordistično stopnjo kapitalizma, saj delavec ni več togo disciplinirani *človeški avtomaton*, ki za tekočim trakom opravlja ponavljajoče se delo, kot je zanj veljalo v fordizmu (glej Gramsci 1971, 277–320; Thompson 2010, 6. pogl.). Biolingvistični kapitalizem, kakor mu pravi Virno, je namreč s svojimi specifikami in s skrajno nestalnim proizvodnim načinom močno spremenil načine akumulacije, ki so bili značilni za fordizem. V mnogih primerih se je zato pričela krhati poprej očitna in precej ostra družbena delitev dela na »mentalno«, »duhovno«, »kognitivno« oziroma »intelektualno« delo na eni strani in »materialno«, »fizično« (kot edino »pravo«) delo na drugi strani, ki so ga opazali številni avtorji (eksplicitno na primer posebej Braverman /1974/1998/, Sohn-Rethel /1978; 1983/ in Splichal /1981/).⁴⁰ Z odpravljanjem dolgoročnosti⁴¹ kapital v dani razvojni stopnji v resnici uspešno izkorišča (le) človeškemu bitju inherentne sposobnosti. Divjo spremenljivost trga dela je zato mogoče videti kot odlitek človeške odprtosti, potencialnosti in prilagodljivosti, samo komuniciranje (in zmožnost za komuniciranje) pa je postalo eden najpomembnejših virov kapitalističnega profita. Nespecializiranost in komunikativne sposobnosti človeških bitij torej niso več zavrte, kot so bile v klasični industrijski proizvodnji, kjer je veljalo pravilo »Tišina! Delamo!«, ampak je (seveda v pogosto natančno zamejenem in *ad hoc* določenem obsegu, ki se mu delavka in delavec ves čas prilagajata) postala cenjena proizvodna vrlina (za ustvarjalno nadgrajevanje Virnovih tez glej Marazzi 2008; Marazzi 2011).

K tem vprašanjem se podrobneje vračam v nekaterih odsekih v nadaljevanju disertacije, saj je po mojem mnenju brez podrobne razčlenitve teh ontoloških temeljev razlaga obstoječe faze kapitalizma neustrezna. Na tem mestu velja le še enkrat posebej poudariti dejstvo, da je Virnova odločitev za izhajanje iz t. i. *filozofske antropologije* v celoti utemeljena v materialnih družbenih transformacijah in posebnostih proizvodnje v zadnjih desetletjih, torej v tem, kako danes deluje kapitalizem in kaj se v njem lahko upošteva kot (vedno pomembnejši) del proizvodnih sredstev.

V aktualnem zgodovinskem kontekstu je vloga komuniciranja in jezika v proizvodnih odnosih precej očitnejša, kot je bila v preteklosti. Zaradi tega je mogoče precej lažje zaznati

⁴⁰ Nedvoumno je ta delitev na »možgane« in »roke« prikazana v filmu *Metropolis* Fritza Langa. Posebej zanimivo je, da je v njem sfera namenjena »rokam« (delavstvu) v podzemlju (torej je metaforično del baze), »možgani« pa so nad njimi, na dobro vidnem površju (vrhnja zgradba). Možgani se v buržoazni maniri ukvarjajo s športom in se kulturno udeležujejo, a so istočasno bivanjsko odvisni od proizvodnje v bazi, s katero praviloma niso v stiku.

⁴¹ Sennett (1999, 31) novi kapitalizem na primer povzema z stavkom »No long term«.

njeno podrejenost pod obče kapitalistične odnose. Komuniciranje igra izjemno pomembno vlogo v občih proizvodnih odnosih in ne le v ožje zamejeni komunikacijski sferi (katere del bi na primer bila osnovna kulturna industrija ali pa zametki modernega tiska in novinarstva, ko se ti dve področji pričneta skozi devetnajsto stoletje vzpostavljati kot obliki kapitalističnega podjetništva). S tem, ko se je komuniciranje »razlilo« skozi celotno družbo, je pridobilo v vseh njenih kotičkih izjemno vlogo, kar posredno nakazujejo teorije mediatizacije družbe, še bolj zgodaj pa so prve zametke teh sprememb napovedale teorije informacijske družbe. Vendar je potrebno opozoriti, da so na dejstvo, da komuniciranja (posebej v kapitalističnih družbah) ni mogoče jemati ločeno od proizvodnje, torej od t. i. materialne baze, opozarjali že/še avtorji v fazi prevlade industrijskega kapitalizma (med drugim Williams, Splichal, Murdock, Garnham in Smythe).

Williams, ki je opozarjal na dinamični odnos med vrhno zgradbo in bazo, je v prispevku iz leta 1978 predpostavil nujnost teorije, ki bi bila zmožna obravnavati komunikacijska sredstva kot proizvodna sredstva (glej Williams 2005, 56–70; prim. Williams 1997, 5. pogl.). Takšna teorija bi zanj lahko bila le materialistična. Bistvo njegovega premisleka je v tem, da sredstev komuniciranja ni (več) mogoče dojemati le kot delov vrhnje stavbe (to je ideoloških mehanizmov), saj gre pri njih za »nujno potrebne elemente tako proizvodnih sil kot družbenih odnosov proizvodnje,« (Williams 2005, 56) torej baze. Sredstva komuniciranja imajo ob tem »specifično proizvodno zgodovino, ki je vselej v bolj ali manj neposrednem odnosu z občimi zgodovinskimi fazami proizvodnih in tehničnih zmožnosti.« (prav tam) Poleg tega so zgodovinsko spreminjajoča se sredstva komuniciranja v (istorodnem, včasih protislovnem) odnosu s splošnejšimi družbenimi proizvodnimi silami v družbi. Komunikacijska sredstva so zaradi tega zmeraj pogojena z zgodovinskim razvojem. Rečeno drugače: v kapitalističnih družbah so pomembno omejena z materialnimi pogoji, ki jih narekuje kapital; od njegove ureditve je v veliki meri odvisen njihov razvoj.

Do zelo podobnih ugotovitev kot Williams, ki so mu na tej točki pritrjevali tudi drugi avtorji, ki spadajo med začetnike politične ekonomije komuniciranja, med njimi Murdock (1978), Garnham (1979) in Smythe (1977b; 1981a; 1981b), je v istem obdobju prišel Splichal (1981), in sicer z lastno materialistično teorijo komunikacijske sfere. Osnovne nastavke za takšno perspektivo je mogoče najti že v pojmovanju kulturne industrije pri Adornu in Horkheimerju (2002, 4. pogl.). Splichalova kritika je bila, podobno kot Williamsova, uperjena proti dolgi zgodovini komunikološkega preučevanja (in širše proti osrednjemu toku družboslovja), ki je komunikacijsko sfero obravnavalo ločeno od razvoja proizvodnih sil in vladajočih proizvodnih odnosov v določenih družbah. Najpogosteje se je s tem vzpostavljala

neprimerna dihotomija, v kateri je bilo delo reducirano na (ozko opredeljeno) proizvodnjo, na »čisto« ekonomsko sfero »materialnega« (fizičnega) dela, proti kateremu je bila postavljena od dela neodvisna, avtonomna in »osvobojena« komunikacijska sfera.⁴² S tem je bila sfera komuniciranja s komunikacijskimi sredstvi ločena od družbeno-zgodovinskega konteksta, v katerem je nastala (in rezultat katerega je bila). V takšnih pristopih »tako ostane prikrito, da na primer kapitalistični proizvodni način loči specifična dela in jih razdeli med različne nosilce, vendar je nosilec različnih dejavnosti skupno, da neposredno producirajo presežno vrednost za kapitalista, čeprav na specifičen način, in torej materialno bogastvo ni le rezultat materialne produkcije [proizvodnje], ampak **skupni produkt** posebnih, na videz ločenih dejavnosti.« (Splichal 1981, 11, poudarek avtorjev) S tem, ko sta kultura in komuniciranje postali industriji, posebni obliki kapitalistične proizvodnje, so potemtakem zakoni, pod katerimi deluje kapitalizem, pričeli veljati tudi za ti dve sferi.

Specifike komunikacijske sfere in posebni načini proizvodnje, ki so njen del, torej ne smejo zamegliti (ali celo izgubiti) bistva, da je ta sfera postala del kapitalističnega proizvodnega sistema.⁴³ S tem, ko je komunikacijska infrastruktura zmeraj del tega zgodovinskega konteksta, je z njim pogojen tudi njen razvoj. V materialistični koncepciji niti sposobnost komuniciranja niti jezik »nista več nekaj "od narave danega", ampak od preteklih generacij (minulega dela) ustvarjenega« (Splichal 1981, 38).⁴⁴ Zgoraj zastavljeno pojmovanje Splichal (1981, 32) nadgrajuje in nedvoumno poudarja, da zato »govor nima le pomembne vloge pri organiziranju dela, ampak je sam delo.« Zgodovina je pri ugotavljanju vloge komuniciranja v procesih kapitalistične proizvodnje ključnega pomena. Za Garnhama (1979, 138) je – podobno kot za Splichala, Smytha ali Williamsa – to vprašanje povezano s procesi

⁴² Abstrahiranje, ki komuniciranje ločuje od materialnih proizvodnih odnosov, je značilno za prenekatero Habermasovo delo, ki s tem zapade v naivni idealizem, ločen od (v družbi zmeraj prisotnih) razmerij moči. To dejstvo opazha Splichal (1981, 124), ki mu očita paralelizem med delom in komuniciranjem; po njegovem Habermas za družbo konstitutivni moment vidi izključno v komuniciranju in ne v delu. O tej problematiki glej tudi Marazzi (2011).

⁴³ Gre za Marxovo *specifičnost v splošnosti* – posebne oblike dela v novinarstvu (specifičnost) so še zmeraj omejene z mehanizmi in s tendencami, ki so del kapitalistične proizvodnje (splošnost).

⁴⁴ Svojevstveni materialistični pristop k preučevanju komuniciranja je poskusil razviti Jhally (2006, 4. pogl.), ki poskuša marksistični materializem združiti z Innisovim pristopom. Slednji se je poskušal oddaljiti od (izključno) ekonomskih pojmovanj družbenih sprememb (ki pa, kot že omenjeno, v marksizmu seveda niso le ekonomske narave, kar morda najlepše dokazuje Gramscijev pristop, ki je podrobneje razčlenjen zgoraj). Jhally poskuša na podlagi teorij teh dveh avtorjev razviti pojmovni model komunikacijskega načina [*mode of communication*], ki v veliki meri prevzema marksistično terminologijo (to je proizvodni način). *Komunikacijski način* je sestavljen iz *komunikacijskih odnosov*, na katere se je najpogosteje opirala marksistična kritika (lastništvo in nadzor, npr. tiska), in *sredstev komuniciranja*, pri katerih se Jhally opira na Innisa in na njegovo teorijo pristranosti komunikacijskih tehnologij [*technology biases*] (glej npr. Oblak in Prodnik 2012). Po Jhallyju (2006, 69) bi primerna materialistična teorija zgodovine iz perspektive komuniciranja »poskrbela, da bi širši proizvodni način vase vključil komunikacijski način. Razvoj komunikacijskega načina je odvisen od potreb, ki jih ustvarjajo spremembe v širši družbeni ureditvi. Ko je enkrat mobiliziran, komunikacijski način postane ena od ključnih karakteristik proizvodnega načina.« Po eni strani gre pri Jhallyju za alternativni model, podoben Gramscijevemu, ki bi lahko pojasnjeval, kako prihaja do družbenih sprememb, pri čemer poskuša vključiti vlogo komuniciranja in posledično ideologije (vprašanje vloge baze pri družbenih spremembah); po drugi strani pa njegov pristop kaže tudi na pogosto prisoten *impasse*, ki izhaja iz dejstva, da se komuniciranje najpogosteje opredeljuje kot del vrhnje zgradbe, kar pri marksističnem preučevanju komuniciranja postavlja prenekateri problem, ki pa ga tako Williams kot Splichal primerno razrešujeta.

ekspanzije kapitala in njegovega podjarmljanja sfer, ki mu poprej niso bile podrejene, pri čemer gre po njegovem zmeraj za nedokončani in protislovni proces.⁴⁵ Danes je ta transformacija precej bolj obče sprejeta. Marazzi (2011, 23) na primer poudarja, da se »komuniciranje in proizvodnja prekrivata in sta danes v resnici eno in isto.«

Zgradba družbe izhaja iz jezikovne sposobnosti človeškega bitja in posledično komuniciranja (kot izhaja na primer iz Searla in Virna) in ne (le) iz del(ovanj)a, ki se je dolgo dojemalo kot edinstvena človeška dejavnost. Tudi komuniciranje je lahko posebna oblika dela; vsekakor je v obstoječi razvojni stopnji kapitalizma z delom v posebnem odnosu. Poleg tega z »delitvijo dela v komunikacijski sferi postane očitno, da abstraktna opredelitev jezika za "sredstvo komuniciranja" ne označuje nobene konkretne razvojne stopnje komuniciranja več; veljavna je le toliko, kolikor označuje najsplošnejšo skupno značilnost različnih oblik in razvojnih stopenj družbenega komuniciranja. Njihov razvoj predpostavljajo ravno razlike od tega splošnega in skupnega.« (Splichal 1981, 89–90) K izpostavljenim vprašanjem se (predvsem posredno) vračam v nadaljevanju tega dela.

V mnogih pogledih je prav zaradi zgoraj omenjene jezikovne sposobnosti človeških bitij, kot pravi Wallerstein (1991/2001, 184), »človeška pogojenost protislovna«. Za Arendtovo (1996, 12–13), ki je izpostavljala pogojenost človeka, je bil problem njegovega bistva preprosto nerešljiv. Pri tem igra izjemno vlogo množstvo družbenih procesov in odnosov, v katere človek vstopa in ki so v svojem temelju vsaj potencialno tudi politični odnosi. Arendtova (1996, 6, 10), ki se je v svoji politični filozofiji opirala na Aristotela, je izpostavila naslednje dejstvo: »Kadar gre za relevantnost jezika, je politika nujno v igri; kajti ljudje so bitja, ki so nadarjena za politiko samo zato, ker so bitja, obdarjena z govorom. [...] Človeška pogojenost je sicer v vseh svojih aspektih povezana s političnim.« Političnost je torej tista druga ključna posledica človeške govorne sposobnosti, ki je v mnogih pogledih še pomembnejša od družbenosti in bi jo lahko jemali celo za predhodno družbi. To je po svoje kontrafaktična trditev, kajti družbeno dejansko obstaja le skupaj s političnim. Predpostavka kaže predvsem na dejstvo, da so družbeni odnosi in strukture spremenljivi ter največkrat odvisni od implicitnih ali eksplicitnih (političnih) dogovorov ter od odnosov moči v neki družbi. Aktivna *denaturalizacija* družbenih struktur, ki se lahko zdijo večne in

⁴⁵ Po Marxu (1973/1993, 85–88) na konkretni ravni ni mogoče govoriti o splošni proizvodnji (gre kvečjemu za racionalno abstrakcijo) in niti proizvodnji na splošno: v prvem primeru je zmeraj govora o proizvodnji posameznikov v določeni stopnji družbenega razvoja, torej v neki specifični zgodovinski dobi z določenimi proizvodnimi sredstvi, v drugem primeru pa velja, da je proizvodnja »zmeraj posamezna veja proizvodnje – na primer poljedelstvo, živinoreja, manufakture in drugo – ali pa je *totaliteta*.« (prav tam, 86)

nespremenljive, čeprav so zmeraj prostorsko in časovno kontingentne, je zagotovo mogoča le s političnim delovanjem.

Tovrstno dojemanje ljudi je bilo značilno že za antično filozofijo, saj je bila v resnici političnost razločevalna karakteristika človeškega bitja, ne pa njegova družbenost. Slednja je bila za Platona in Aristotela povsem samoumevna in je veljala tako za človeški kot živalski svet (prav tam, 26). Človeško sposobnost za politično delovanje so v antiki zato ločevali od »naravnega« življenja v zasebnosti. Če je torej družbeno (oziroma zasebno, saj *družbenega* antika sploh ni poznala) bilo prostor nujnosti in gospostva, je kakršno koli gospostvo znotraj političnega področja veljalo za *contradictio in adiecto*. Posameznik je postal človek šele z dejavnostmi, usmerjenimi v skupni javni svet, ki je veljal za prostor politike in svobode. V njem ni niti vladal niti bil vladan, nahajal se je med sebi enakimi. Prav zaradi tega je Arendtova kritizirala vdor družbe na vsa področja človeškega življenja, saj je videz, da v družbi ne vlada nihče, prav tako lahko despotski. Zajema in nadzoruje lahko namreč vse člane družbe: »Vladavina Nikogar je tako malo negospostvo, da se lahko v določenih okoliščinah razvije v eno od najbolj grozljivih in najbolj tiranskih oblik vladavine.« (Arendt 1996, 43) Na mesto delovanja (inherentno politične *praxis*) namreč stopi obnašanje.⁴⁶ Posameznikov um je za Virna (2007, 155) zaradi tega od vsega začetka *javni um*, političnost pa je skupaj z govorno sposobnostjo človeškemu bitju prirojena.⁴⁷ To je bila tudi ključna točka kritike, ki jo je uperil proti Chomskemu, saj je zanj javna sfera le »*opcijski dodatek*, ki ga je mogoče zmeraj tudi opustiti, "žival, ki ima govor", pa sama po sebi še ni "politična žival."« (Virno 2007, 82) Za razliko od tega je za Virna »bistvena značilnost govorne sposobnosti – v nasprotju s tem, kar misli Chomsky – v tem, da je še nedoločena, neizoblikovana in brez notranjih členitev. Skratka, sposobnost je zgolj možnost« (prav tam, 155) in ni torej univerzalni nadjezik, ampak odprta in nedefinirana potencialnost. Prav pogled na antično dojemanje politike nakaže še eno ključno značilnost, ki jo nakazuje tudi Virno: kljub temu da je jezik inherenten človeškemu bitju, te *zmožnosti* v resnici niso mogli uveljavljati vsi ljudje. Uporaba *logos* je namreč bila

⁴⁶ To širjenje družbenega na vse sfere življenja je v mnogih pogledih blizu Foucaultovemu pojmu vladnosti/vladovanja [*gouvernementalité*]. Pri njem gre za »skupek, sestojč iz ustanov, postopkov, analiz in premislekov, računov in taktik, ki omogočajo izvajanje te zelo posebne, čeprav zelo zapletene oblasti« (Foucault 2007, 129–130), ki se začne razvijati že s srednjeveško državo, zato država le postopoma postaja »vladnostna«. Čeprav obstajajo med Arendtovo in Foucaultom nekatere temeljne razlike pri dojemanju države, družbe in politike, je tudi pri Foucaultovih pojmovanjih ena temeljnih predpostavk naraščanje mehanizmov (mikro)nadzora nad družbo, podobno kot pri Arendtovi, le da sam to zgodovinsko vlogo upravljanja pripiše predvsem policiji. Ob tem poudarja, da obstaja izjemno nasprotje med grško politično mislijo in krščanstvom, saj slednja s pastoralnimi tehnologijami vodenja človeka obrne na glavo strukture antične družbe (Foucault 2007). Nove forme vodenja in predvsem nadzora se odlikavajo v njegovem opredeljevanju pojmovnega dvojca biopolitika/biooblast, ki sta ga poleg ostalih avtorjev nadalje razvijala Negri in Hardt (2009).

⁴⁷ Možna je primerjava z Arendtovo, predvsem tam, kjer se opira na vprašanje človeškemu bitju inherentne svetnosti (in pogojev za obstoj sveta), ki igra pomembno vlogo tudi pri Virnu. Arendtova (1996, 8) namreč poudarja, da se »temeljne sposobnosti človeka, ki ustrezajo temeljnim pogojenostim človeškega obstoja na Zemlji, ne spreminjajo; dokler teh temeljnih pogojenosti radikalno ne nadomestijo druge in se ne morejo nepreklicno izgubiti.« To je njeno pomembno ontološko izhodišče.

mogoča le v javnosti, v svetu svobode, torej politike, označevala pa je *vidnost*. Pripadala je torej svobodnim ljudem, ne sužnjem, ki niso smeli vstopiti v javnost, zato pravzaprav niso bili ljudje v polnem pomenu besede. (Glej Arendt 1996)

Kako (in če sploh) potegovati ločnico med družbo in politiko, je eno ključnih vprašanj politične filozofije, za katerega na tem mestu nimam prostora. Pomembno je, da sta moderna demokracija in »politika« (oziroma bolje rečeno: tehnično upravljanje) v mnogih pogledih diametralno nasprotna antični. V nasprotju z grškim polisom sta moderna država in prek nje suveren nosilca oblasti ter pravice do uporabe nasilja na nekem ozemlju, kar je v mnogih pogledih zgodovinski primer brez precedensa. Značilnost moderne države so tako odnosi neenakosti, podrejanja med vladajočimi oziroma nosilci moči in vladanimi. Formalna, ne pa tudi substantivna enakost,⁴⁸ pa je po drugi strani rezervirana za sfero zasebnosti, torej za ekonomsko sfero (glej Bobbio 1989, 4–6). Razjasnitev vloge javne sfere in javnosti kot socialne kategorije predpostavlja analizo vloge moderne suverenosti, ki močno zaznamuje razmerje med politiko in ekonomijo, s katero se šele pojavi politična ekonomija (glej Zanini 2008). Kot je poudarjala Arendtova, bi namreč v antični misli izraz politična ekonomija bil popolnoma nesmiseln, medtem pa je v moderni misli postalo ključno prav to razmerje med ekonomsko in politično sfero ter številne aporije, ki jih to razmerje neobhodno ustvarja (glej Negri in Hardt 1994; Zanini 2008). »Na tem istem konformizmu, ki ga zahteva družba in s katerim organizira ljudi, ki so sposobni delovati kot skupine, ki se zgolj obnašajo, temelji tudi *ekonomska*⁴⁹ znanost, ki je neposredno sledila nastanku družbe, namreč nacionalna ekonomija s svojim pomembnim orodjem – statistiko, ki obravnava človeške zadeve že samoumevno kot preračunljive. [...] Znanstvenost so lahko takšne gospodarske teorije zahtevale šele, ko je družba uveljavila enotno obnašanje.« (Arendt 1996, 44) V naslednjem podpoglavju se ukvarjam s pojmovanjem družbe in z njenim spreminjanjem. To je mogoče povzeti z Marxovimi (2008, 21) besedami, da (stari Feuerbachov) »materialistični nauk o spremembi okoliščin in vzgoje pozablja, da okoliščine spreminjajo ljudi in da mora vzgojitelj biti sam vzgajan.«

⁴⁸ Marcuse (2004, 288–289) je poudarjal, da je delovna pogodba *skrajšani izraz* za buržoazno enakost, svobodo in pravičnost. Individuum mora biti svoboden pri prodaji svoje delovne moči nekomu, ki jo je svoboden (in predvsem finančno sposoben) kupiti. Delo v kapitalizmu s tem dejansko poraja in perpetuira svojo lastno izkoriščenost in sredstvo izkoriščanja: kapital (glej tudi poglavje 3.2.1).

⁴⁹ V slovenskem prevodu je izpuščena pomembna oznaka *ekonomska* (torej ekonomska znanost), ki je prisotna v angleškem izvirmiku (glej Arendt 1958/1998, 42).

2.2.2 Relacijsko pojmovanje družbe in transformacijski model

Ključne ontološke predpostavke, nakazane v prejšnjem poglavju, dajejo vedeti, da so družbena dejstva odvisna izključno od človeške aktivnosti, saj so njihov proizvod. Vendarle to ne pomeni, da moramo zaradi tega zapasti v preprosti (idealistični) subjektivizmu ali voluntarizmu, kajti neko družbeno dejstvo je objektivno prav zaradi svoje *družbenosti*. Obstaja zaradi njegove potrditve s strani množice subjektov, ne le ideje ali prepričanja enega subjekta. S tem kaj hitro zapademo v svojevrstno protislovje, ki se v zgodovini družbene misli kaže v na videz nerešljivem nasprotju med strukturo in delovanjem. To nujno opredeljuje našo razlago o tem, kakšna je povezanost med posamezniki in družbo ter kaj sploh je družba. Če je prvi pristop objektivistični, saj naj bi delovanje in obnašanje posameznikov pogojevale (ali v nekaterih pojmovanjih celo determinirale) strukture, je njegovo nasprotje izhajanje iz delovanja posameznikov, pri čemer so družbeni *objekti* rezultat izključno njihovega delovanja, saj strukture ne morejo stati same od sebe.⁵⁰

Očitno je, da je nemogoče *izbrati* en ali drug pristop, saj oba v osnovi držita, a se istočasno izključujeta. Bhaskar (1998a) ponudi drugačni pojmovni jezik, s katerim uspe zaobiti oba pristopa, a obenem potrjuje njune osnovne predpostavke. Predpostavi namreč relacijsko dožemanje družbe, ki implicira nujno vzajemnost strukture in delovanja. Mogoče je namreč reči, da so v družbenem življenju trajne le *relacije*, ki med drugim vključujejo odnose med ljudmi, naravo in družbenimi stvaritvami kot medosebne odnose. Slednji držijo med družbenimi položaji in praksami, ne pa med posamezniki, ki v nekem zgodovinskem trenutku in prostoru zasedejo določene družbene položaje (prim. Marxova pripomba, da je kapitalist le *poosebljeni kapital, je personifikacija ekonomskih odnosov*); poleg tega je individualizacija teh praks, če sploh, mogoča le relacijsko (Bhaskar 1998a, 41). To se lahko ponazori s sledečim primerom: položaj delavca se v odnosu do kapitalista spreminja le tako, da ima sprememba odnosa vpliv na oba družbena položaja v tej družbeni relaciji in na dejansko obstoječe prakse med njima. Pri tem je govora predvsem o kolektivnih in ne o individualnih

⁵⁰ O teh dilemah glej Collier (1994, drugi del) in Bhaskar (1998a), za splošnejši vpogled Furlong in Marsh (2010), Hay (2002, 3. pogl.), McAnulla (2005). V zadnjih desetletjih sta bila pomembna predvsem Giddensov strukturacijski pristop in morfo-genetski pristop Archerjeve, ki izhajata iz kritičnega realizma, vplivna je tudi Bourdiejeva (Bourdieu 2003; Bourdieu in Wacquant, 2006, 1. del) reflektivna sociologija (npr. metodološki relacionizem). Jessopov strateško-relacijski pristop se prav tako napaja v kritičnem realizmu (glej Hay 2002, 126–134). Vsaj na videz Bourdieu ni ves čas pristajal na relacijski pristop in je nihal med nasprotujočima si poloma strukture in delovanja. V enem od besedil piše: »če se ukvarjamo s sociologijo, ugotovimo, da posamezni možje in žene sicer nosijo odgovornost, da pa so njihove možnosti oziroma nemožnosti v veliki meri določene s strukturo, v katero so postavljeni, in položajem, ki ga imajo v njej.« Človek je »le nekakšen epifenomen neke strukture, da je, kakor elektron, izraz nekega polja. Če ne razumemo polja, ki ga vzpostavlja in mu daje njegovo malo silo, ne razumemo ničesar.« (Bourdieu 2001, 48) Drugje pravi: »Agenti imajo nedvomno aktivno razumevanje sveta. Nedvomno konstituirajo svojo vizijo sveta. A konstituirajo jo pod strukturalnimi prisilami. [...] Dispozicije agentov, njihov habitus, se pravi mentalne strukture, s katerimi doumevajo družbeni svet, [so] v glavnem proizvod ponotranjenja struktur družbenega sveta.« (Bourdieu 2003, 86) Nprestano nihanje med prepuščanjem možnosti svobode posameznicam in njihovo izjemno pogojenostjo z družbenim svetom je pri Bourdieju očitno.

odnosih (v tem primeru med kapitalističnim razredom in proletariatom, izkoriščevalci in izkoriščanimi, lastniki proizvodnih sredstev in tistimi, ki nimajo neposrednega lastniškega dostopa do njih itd.).

Bhaskar je relacijsko zasnovano družbo v celoti izpeljeval iz Marxa, ki pravi, da »družba ne sestoji [*bestehen*] iz posameznikov, ampak izraža vsoto odnosov, razmerij, v katerih ti posamezniki stojijo.«⁵¹ (Marx 1973/1993, 265; prim. Barbalet 1983) Marx (1973/1993, 84) se je opiral neposredno na Aristotela in bil prepričan, da je človek žival, ki se v resnici lahko atomizira [*vereinzelt*] le v sami družbi in še to le v najrazvitejših oziroma kompleksnih družbah, kamor spada moderna kapitalistična družba, ki temelji na blagovni menjavi in vzpostavlja delitev dela na svetovni ravni. Dilema in razlogi, povezani z atomizacijo posameznika, so morda najočitnejše opazni skozi Marxovo opredelitev blagovnega fetišizma (Marx 1980, 35–43), ki se mu podrobneje posvečam v podpoglavju o blagovni formi in poblehovljenju (glej poglavje 3.2). Velja, da se je že Marxu (1973/1993, 84) »proizvodnja atomiziranega posameznika izven družbe« zdela »podobna neumnost kot razvoj jezika brez posameznikov, ki bi živeli *skupaj* in govorili drug z drugim«. Do podobne ugotovitve prihaja Splichal (1981, 32–33), ki piše, da se ljudje »morajo znati (se morajo naučiti) govoriti, da bi stopali v medsebojne odnose, in da bi lahko govorili, morajo stopati v medsebojne odnose.« Med tema kategorijama torej obstaja nujna vzajemna povezava. Zaradi tega je Balibar (2002, 137) Marxov pristop označil za primer ontologije *transindividualnega* – ne obstaja namreč od družbe izolirani »subjekt«. S tem je njegov pristop umestil čvrsto onkraj binarnega nasprotja med individualizmom in organicizmom.

Že Marx je torej zavrnil zmotno prepričanje, ki reducira sistem na njegove dele (atomizem) ali dele na sistem (holizem). Pri njem družbene strukture s svojim delovanjem *zmeraj* ustvarjajo posamezniki prek vsakodnevnih odnosov in procesov, ki se obnavljajo skozi družbena razmerja in relacije. Skorajda enako je bilo kasneje stališče Gramscija (1971, 352–355), ki je poudarjal, da je človeka potrebno dojemati v vrsti aktivnih odnosov, kjer je njegova individualnost vselej le eden od elementov, ki so del teh odnosov. Še pomembneje je, da lahko posameznik vanje vstopa kot aktivni akter (posebej, kadar jih dobro razume). To je bil po njegovem mnenju prvi korak k temu, da jih prične spreminjati, da torej skupek družbenih odnosov, katerih del je posameznik, transformira (v tem smislu je za Gramscija znanje *zares* moč, če parafraziram izrek Francisa Bacona, vendar je potrebno za spremembe znanje *zmeraj* pretvoriti v družbeno *delovanje* in praktično spreminjanje odnosov).

⁵¹ To je mogoče primerjati z zgodnejšo Marxovo (2008, 23) opredelitvijo, ki jo poda v že omenjeni šesti tezi o Feuerbachu. V njej človeško bistvo namreč opredeli kot »skupek družbenih razmerij«.

Z izhodišči v Marxu lahko s pomočjo kritičnega realizma predpostavimo možnost alternative redukcionizmu, ki se je v filozofiji in v družboslovju pri pojmovanju družbe osredotočal bodisi na metodološki individualizem ali družbeni holizem/kolektivizem. Marxovo relacijsko pojmovanje družbe kritični realizem s podrobnejšo razčlemba nadgrajuje, kar mu med drugim uspe tako, da družbeno ontologijo konsistentno utemelji v stratifikaciji narave, ki sem jo opredelil v podpoglavju o stratificirani razvrščenosti sveta (glej poglavje 2.1.3).

Predpostavka družbene stratifikacije se v celoti prenaša na razmerje med družbo in posameznikom. Med različnimi ravnmi obstajajo kvalitativne in ireduktibilne razlike. Kompleksne celote posledično niso in ne morejo biti reduktibilne na dele, ki jih sestavljajo. Znotraj raznolikih družbenih sfer se namreč vzpostavljajo močno različne oblike vpliva in moči, ki so posledica družbenih interakcij in odnosov, najpogosteje širših odnosov moči v družbi. Posamezniki, ki so del teh sfer, vanje nikakor ne vnesejo le svojih lastnih značilnosti, ki bi se po nekem ključu združile prek seštevanja z značilnostmi ostalih udeležencev, ampak ustvarjajo nove oblike družbenih organizacij in odnosov. Prav zato jih ni mogoče atomistično reducirati na sestavne dele. Z njimi in v teh odnosih ni drugačna le celota, ampak se spreminjajo njeni sestavni deli, v tem primeru torej posamezniki (glej Creaven 2002, 137). Brez dvoma na vseh ravneh obstajajo ireduktibilni mehanizmi, kar je ključni problem (in posredno temeljna kritika) enonivojskih ontologij. Morda bi zato bilo potrebno modificirati znano geslo, ki ga pripisujejo Aristotelu, da *celota nikoli ni enaka vsoti svojih delov*. Celota ni nujno nekaj več kot le seštevke njenih delov (Aristotel), prav tako ni nekaj manj (Tarde), ampak je predvsem nekaj drug(ačn)ega. Nikoli ni zaključena, ampak je odprta in nekončna (lahko izključujoča), prej sama po sebi močno spremenljiva in antagonistična kot koherentna in stabilna.

Relacijski pristop je alternativa binarnemu nasprotju med metodološkim individualizmom na eni strani (ohlapno ga lahko povežemo s humanizmom in z voluntarističnim dojetjem, na njem gradita liberalna in z njo utilitaristična politična filozofija) in kolektivizmom oziroma organicizmom na drugi strani (Bhaskar ga povezuje z durkheimovskim postvarjenjem in s strukturalističnimi pristopi, posredno torej vsaj delno z Althusserjem). Bhaskar relacijski pristop povzema s sledečimi besedami:

»Ne ustvarjamo družbe – napaka voluntarizma. Te strukture, ki obstajajo pred nami, so samo reproducirane ali transformirane v naših vsakodnevnih aktivnostih; družba torej ne obstaja neodvisno od človeškega delovanja – napaka postvarjenja. Družbeni svet je reproduciran in transformiran v vsakdanjem življenju. Vse družbene

strukture (na primer ekonomija, država, družina, jezik) so odvisne ali predpostavljajo družbene odnose, ki lahko vključujejo družbene odnose med kapitalom in delom, zastopniki in državnimi uradniki, starši in otroci. Relacije, v katere ljudje vstopajo, so predhodne posameznikom, ki vanje vstopajo in katerih aktivnosti [te relacije] reproducirajo ali transformirajo; zaradi tega so same strukture.» (Bhaskar 1989/2011, 3)

Ta opredelitev ni izjemno blizu samo Marxovi, ki se najbolj kaže v omenjeni predpostavki o *kapitalistu kot poosebljenemu kapitalu*, ali Gramscijevi, ampak tudi Lefebvrovi, saj je slednji analiziral prav pogoje in posebnosti vsakdanjega življenja, vključno s tem, kako se odnosi v družbi spreminjajo ali obnavljajo.⁵²

Bhaskar (1998a, 2. pogl.) na ravni povezave med družbo in zavestno aktivnostjo posameznikov predstavi transformacijski model družbene aktivnosti, pri katerem sprejme nekatere bistvene premise dveh pristopov, omenjenih zgoraj, a gre istočasno onkraj njiju. Po oceni Collierja (1994, 141) gre pri tem modelu za temelj Bhaskarjeve družbene ontologije, na katerem stojijo ali padejo vse ostale predpostavke. V družbeni ontologiji kritičnega realizma drži, da so ljudje tisti, ki ohranjajo in spreminjajo družbo, družbe so zmeraj rezultat človeškega delovanja. Vendar istočasno ne drži, da družbe preprosto (voluntaristično) ustvarimo (primer v prejšnjem poglavju omenjenih kontraktualističnih teorij). Nove ali drugačne družbe od trenutnih lahko zmeraj ustvarjamo le iz že obstoječih družb, naj to počnemo namerno ali ne, kompleksne posledice naših dejanj pa so nenapovedljive in zaradi odprtosti družb pogosto daleč od hotenih. Če jih ne bi aktivno obnavljali, družbe ne bi obstajale v obstoječih oblikah, a ključnega pomena je, da (kakršno koli) človeško (ne)delovanje že vnaprej predpostavlja predobsto družbe, saj brez nje delovanje kot takšno sploh nima smisla (prim. Marx 1973/1993, 265). Kot poudarja Collier (prav tam, 145), so družbe in ljudje vzajemno ontološko (so)odvisni. Ločevati jih je mogoče le analitično, kar pa obenem ne pomeni, da so preprosto ena in ista stvar.

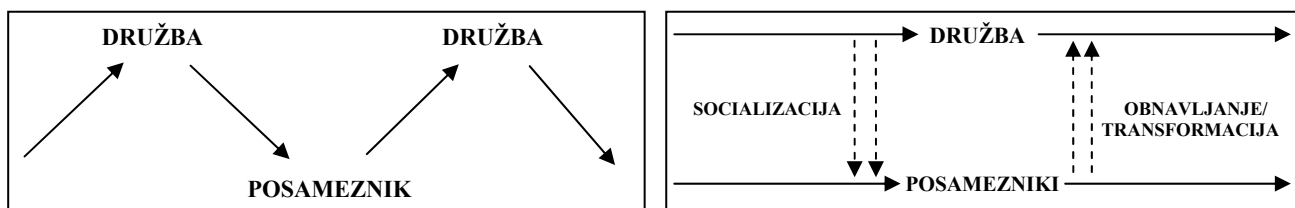
»Če je družba zmeraj že ustvarjena, potem jo kakršno koli konkretno človeško delovanje [praxis] ali, če vam bolj ugaja, dejanje objektivacije, lahko kvečjemu modificira; in totaliteta vseh tovrstnih dejanj jo ohranja ali spreminja. [...] Družba je v odnosu do posameznikov torej kot nekaj, kar nikoli ne ustvari, ampak tisto, kar obstaja le zaradi njihove aktivnosti. [...] Družba je tako zmeraj prisotni pogoj (materialni razlog) in nenehno reproducirani rezultat družbenega delovanja. In praxis

⁵² Podobno velja za Bourdieuja – glej Bourdieu (2003, 4. pogl.), Bourdieu in Wacquant (2006, 1. del).

je tako delo, to je zavestna proizvodnja, kot (navadno nezavedna) reprodukcija pogojev proizvodnje, torej družba.» (Bhaskar 1998a, 34)

Za utrditev te Bhaskarjeve ugotovitve je izjemnega pomena zgoraj omenjena Searlova in Virnova naturalizacija človeka kot družbenega bitja, ki je v tem primeru skoraj enaka pojmovanju kritičnega realizma. Slednji že *a priori* predpostavlja družbenega človeka, ki vselej vstopa v neke že obstoječe družbene odnose in jih hote ali nehote obnavlja ali z lastnim delovanjem preoblikuje. Kot je vidno na sliki 2.3, je največja težava nekaterih dialektičnih pristopov predvsem v tem, da združijo voluntarizem in holistični determinizem. Posledica te spojitve dveh konfliktnih pristopov je, da med pogoji, v katere stopajo posamezniki, in njihovim delovanjem ne obstaja več prava ločitev, čeprav ljudje in družba ne konstituirajo enega in istega trenutka v enoznačnem procesu (nanašajo se na različne reči) (prav tam, 33).

Slika 2.3: Bhaskarjeva (1998a, 32, 36) zasnova dialektičnega (levo) in njegovega lastnega transformacijskega modela (desno), ki povezuje družbo in posameznika.



V pristopu kritičnega realizma že zaradi predpostavke stratifikacije narave obstaja kategorično razlikovanje med ljudmi in družbami, posledično pa tudi med dejanji ljudi in spremembami v družbeni strukturi (Bhaskar 1998a, 35).⁵³ Zato je povsem mogoče, da so:

»odločnost, namera in včasih samozavedanje značilnosti človeških dejanj, ne pa tudi transformacij v družbeni strukturi. [...] Ljudje se tako ne poročijo zato, da bi obnavljali nuklearno družino, ali delajo zato, da bi vzdrževali kapitalistično ekonomijo. Vendarle gre za nenamerno posledico (in neizprosen rezultat) kot tudi za nujni pogoj njihove aktivnosti. Razen tega: ko se družbene oblike spreminjajo, se njihova razlaga navadno ne bo nahajala v zahtevah akterjev [agents], da bi jih spremenili na takšen način, čeprav je – kot zelo pomembna teoretična in politična omejitev – temu lahko tudi tako.» (Bhaskar 1998a, 35)

⁵³ Enako velja za poznejšo Marxovo družbeno ontologijo. Družbo je po njegovem mnenju potrebno dojemati drugače kot v terminih posameznikov. Njene značilnosti so namreč drugačne od značilnosti posameznih članov. S tem avtor poudarja nemožnost reduktibilnosti, ki obstaja v kritičnem realizmu. (Glej Barbalet 1983, 81, 87; Marx 1973/1993, 84)

Poudarek na materialni kontinuiteti v transformacijskem modelu lahko po mnenju Bhaskarja (prav tam, 37) nosi pojem *spremembe* in posledično *zgodovine*, model pa prav tako uspešno ločuje, a istočasno povezuje, družbo in ljudi. Med slednjimi obstaja očitna ontološka zveza, a skozi možnost aktivne transformacije družbe obstaja med njima oblika povezave. Tovrstnemu načinu družbene transformacije bi lahko rekli politični posegi (ali morda splošneje *politika*), ki so seveda pogosto že vnaprej obsojeni na posledice, ki so drugačne od načrtovanih. Kljub temu so takšne intervencije precej drugačne od preprostega obnavljanja obstoječih družbenih razmerij (to bi lahko označil za obliko političnega *upravljanja*, saj prav tako zahteva redne intervencije, ampak od zgoraj navzdol), ki ohranjajo obstoječe družbene strukture, katerih trajnost (in izjemna težavnost radikalnega spreminjanja, ki potrebuje širšo mobilizacijo) se, paradoksalno, pogosto tako podcenjuje kot precenjuje. Za radikalni demokratični način politične intervencije, ki potencialno vodi v progresivno družbeno transformacijo, bi lahko v postmodernejši družbi v tem smislu šteli odločni vstop ljudi v javno sfero in vidni upor proti obstoječemu družbenemu redu (kar lahko povzroči pospeševanje sprememb, ki so se sicer odvijale že poprej).

Metodološke posledice analize konkretnih družbenih odnosov v relacijskem modelu kritičnega realizma Brglez povzema s temi besedami:

»[Model dobi] 'empirični smisel' le ob hkratni uporabi: (i) strukturne analize, ki se osredotoča na možnosti, ki jih imajo posamezni (individualizirani ali institucionalizirani) akterji v določenih 'notranjih' in 'zunanjih' institucionalno strukturiranih kontekstih; in (ii) zgodovinske analize, ki odgovarja na vprašanje, zakaj je prišlo do točno določenega rezultata glede na strukturne zmožnosti in omejitve vseh relevantnih kontekstov. Pri tem velja opozoriti, da takšna metodologija poleg dela na razvijanju konceptualizacije predpostavlja uporabo vseh možnih empiričnih in neempiričnih metod, še zlasti pa intenzivni in kvalitativni pristop k posameznemu problemu preučevanja.« (Brglez 1999, 128; prim. Morrow in Brown 1994, 77–80)

Za konec tega poglavja je smiselno poudariti pomembni dejstvi.

Prvič. Naše raziskovalne odločitve, ki jih sprejmemo na ravni družbene ontologije, imajo izjemne in pogosto neposredne politične implikacije. Individualistična izhodišča, ki so značilna za liberalizem, libertarizem, utilitarizem in druge podobne pristope, prek naturalizacije lastnih ugotovitev le-te preobrazi v ideologijo. Geslo Thatcherjeve o neobstoju družbe izhaja prav iz Hobbsove atomistične ontologije, ki je ena od temeljev neoliberalizma. Ta ideologija lastne ontološke predpostavke v točno določenih primerih med drugim

uporablja za individualizacijo problemov, ki imajo strukturne razloge in predpostavljajo nujnost sistemskih rešitev (prim. Mills 1959/2000). Kot ugotavlja Bhaskar (1989/2011, 7) (v tem nikakor ni prvi, saj je do podobnih ugotovitev prišel že Macpherson /1962/), obstaja neposredna komplementarnost med ideologijo (prostega) trga, kjer tekmujejo posesivni posamezniki, in individualističnimi ontološkimi temelji omenjenih političnih filozofij.

Liberalno dojetje in konstrukcija človeka kot atomiziranega, tekmujočega in egoističnega *homo oeconomicus*, ki naj bi bil takšen po *svoji naravi* (glej Locke 2010; Smith 2010), ima že v svojih ontoloških izhodiščih izjemne posledice za družbo in kaj se v družbi (še) dojema kot politično. To se v teh teorijah kaže pri vlogi zasebne lastnine in »privatnosti«, pri čemer je vprašanje moderne zasebne lastnine tesno povezano s širitvijo blagovne menjave (glej tudi poglavje 3.3.2). Brez dvoma je zanimivo, da radikalni individualizem in kolektivizem kljub ali prav zaradi inherentnih nasprotij za svoj obstanek potrebujeta drug drugega. Dober dokaz je prav zgodovina liberalizma, ki ob skrajni družbeni in politični individualizaciji na ravni države predpostavlja močno unitarno kategorijo: ljudstvo kot enoto. Kar se v teoriji zdi nasprotujoča predpostavka (enotnost, unitarnost), se v praksi kaže kot njegov predpogoj: na eni strani atomizacija na ravni družbe in ekonomije ter na drugi strani vsaj prehodna enotnost na ravni političnega upravljanja. Različnost je obljuba, ki je liberalizem tudi sicer v kapitalizmu nikakor ne more uresničiti zaradi materialnih strukturnih omejitev družbenega reda. Kapitalistični političnoekonomski sistem, ki ga liberalizem ne preizprašuje v njegovih temeljih, temelji na blagovni menjalni ekvivalenci, s tem pa poskuša vse univerzalistično abstrahirati na kvalitativno enake elemente.

Drugič. Pristajanje na relacijsko dojetje družbe obenem ne predpostavlja teze, da so vse relacije in družbeni odnosi za družbo samodejno enako pomembni. V materialistični interpretaciji so vsaj na ravni političnoekonomske perspektive ključnega pomena predvsem (materialni) proizvodni odnosi, ki pomembno vplivajo in pogosto pogojujejo ter omejujejo ostale ravni družbenega življenja in političnih odnosov. Čeprav mnoge odnose v družbi mogoče deklarativno kritiziramo in se jim poskušamo na različne načine, tudi kolektivne, upreti, jih zelo pogosto s svojim delovanjem istočasno objavljamo, saj v lastnem delovanju mogoče preprosto nimamo prave alternative.

2.3 Dialektika

»Ena od odlik študentskih uporov je bila prav njihova zavrnitev pretirane specializacije ter neznanstvene in napačne izobrazbe, ki jo le-ta narekuje. Prizadevanje za premagovanje ekspertnega idiotizma je borba za razumevanje družbene totalnosti kot celote.«

Ernest Mandel (1975, 265)

Že skozi ontološke in epistemološke predpostavke sem posredno nakazal nujnost po dialektiki, ki jo je mogoče dojemati kot način, kako se družba spreminja, kot pristop k raziskovanju in k spremljanju spreminjajočih se procesov, odnosov in kategorij v družbi.⁵⁴ Po Jamesonu (2007, 193–196; 2009), Harveyu (1996, 46–68; 2006, XIV–XV), Ollmanu (2003), Fuchsu (2008, 17) ali Negriju (1984/1991, 12–13) spada med osrednje značilnosti dialektike *dinamičnost*; neprestano gibanje in medsebojno povezovanje ter vplivanje različnih procesov. To je bilo značilno že za Aristotelovo dojetanje sveta, kasneje tudi za Heglovo (glej Marcuse 2004). Dialektika kot način sprememb v družbi daje izjemni pomen časovni dimenziji oziroma predpostavki neprestanega spreminjanja družbe, družbenih pojmov in modelov skozi čas, pri čemer je izjemen dinamizem in vzajemno učinkovanje neločljiv del teh samih pojmov.⁵⁵ Obstaja vsaj možnost, da so zaradi tega strukture in družba zmeraj v procesu spreminjanja in v sebi vključujejo protislovja, ki odražajo protislovnost družbe. Ta nasprotja lahko tvorijo različne in nezaključene celote. Ujemanje teh struktur, kategorij in procesov v raziskovanju je že samo po sebi težavno, saj so različni trenutki realnosti zmeraj v vzajemnem odnosu, s čimer vplivajo drug na drugega. To po eni strani onemogoča kakršno koli končno obliko determiniranosti, po drugi strani pa nakazuje, da je potrebno v raziskovanju zaobjeti številne izjemno kompleksne relacije, ki so del širše družbe.

Ollman (2003, 12) to *težavo* povzema z besedami, da »dialektika kot takšna ne razloži ničesar, ne dokaže ničesar, ne napove ničesar in ne sproža dogodkov. Dialektika je prej način razmišljanja, ki spravlja v fokus skupek sprememb in interakcij, ki se dogajajo v svetu.« Njena dinamičnost torej predpostavlja ugotavljanje odnosov in povezav, ki jih povzročajo različne tendence ali mehanizmi, saj enega dela družbe na primer ni mogoče preprosto ločiti ali izolirati od preostalih njenih delov (oziroma od širšega družbenega konteksta, ki nanje in

⁵⁴ Primerjaj z opredelitvijo Lefebvra (1968/2009, 29): »Dialektična logika je torej tako metoda analize kot predelava gibanja, realnega skozi gibanje misli.« To, čemur sam pravim *odprta dialektika*, torej ni le (močno ohlapna) metoda, ampak način, kako v družbi dejansko prihaja do sprememb in transformacij.

⁵⁵ Podobno velja za zgodovinski materializem, ki je po Bonefeldu (2009, 125) »kritika dogmatičnega dojetanja stvari. Staplja in razkraja vse, kar se prikazuje kot trdno.« Gre za obliko subverzivne filozofske destrukcije, saj razbija navidezno naravnost družbenega sveta, njegovo družbeno konstitucijo in družbeno razmerja.

na njihovo spreminjanje močno vpliva). Marcuse (2004, 300) je bil prepričan, da je dialektika zaradi njenih temeljnih značilnosti nasprotni pol vsake oblike pozitivizma ali relativizma. Fuchs (2008, 2. pogl.), ki dialektiko med drugim povezuje z dinamičnim samoorganiziranjem, značilnim za številne povezave in omrežja na internetu, poudarja predvsem njen odpor do atomističnih filozofskih pristopov, ki sem jih sam problematiziral v prejšnjem poglavju.⁵⁶

Dialektika je največkrat dojeta bodisi kot sistem bodisi kot metoda. Obe alternativni sta bili, kot poudarja Jameson (2009, 1. pogl.), zgodovinsko diskreditirani.⁵⁷ V primeru metode predvsem zato, ker ni povsem jasno, kaj naj bi bili njeni rezultati, če jo jemljemo kot samo sredstvo. Poleg tega bi to predpostavljalo, da se je dialektike mogoče preprosto priučiti in jo nato uporabljati. Vendar je pri njej ključnega pomena predvsem specifični način mišljenja, ki se ga je potrebno učiti vsakič znova. Še večje so težave z unificiranim (pogosto hegelijanskim) filozofskim sistemom, ki je pogosto togo zaprt, kar je po mnenju Jamesona že samo po sebi značilnost nedialektičnega pristopa (prav zato za Marxa trdi, da ni imel filozofskega *sistema*). Pristop, ki izgrajuje filozofski sistem, je zato po Jamesonu (prav tam, 15) popačeni izraz resnične zahteve, ki jo vsebuje dialektika: totalitete. »Filozofska zahteva po enotnosti se izkaže za simptomatično transformacijo globlje zahteve ali prizadevanja po totaliteti sami, pri kateri moramo nasloviti številne nesporazume. Na tej točki je dovolj, če rečemo, da totaliteta ni nekaj, s čimer bi končali, ampak nekaj, iz česar izhajamo. Poleg tega je kapitalizem kot novi globalni sistem totalizirajoč, je sila poenotenja.«⁵⁸ (prav tam) Jameson (2009, 66–70) zaradi tega daje prednost tretjemu pristopu, v katerem je dialektika opredeljena kot pridevnik, ki dinamizira. Nekaj ali neki procesi so torej *dialektični*, takšno mišljenje pa pripomore k analizi različnih ravni realnosti.

Za dialektiko je nujna holistična oziroma *totalizirajoča* perspektiva. To pomeni, da je družbeni svet v izhodišču mogoče obravnavati le kot celoto, družbenih pojavov pa ni mogoče preprosto izolirati od družbene celote, saj nanje vplivajo ali jih celo določajo. Sovpadanja

⁵⁶ Livant (1979, 105) poudarja, da je ena izmed značilnosti buržoazne epistemologije predpostavljane neodvisnosti družbenih fenomenov (na primer kako so proizvedeni ali merjeni).

⁵⁷ Ollman (2003, 137) na primer sistematično, a dokaj dogmatično predpostavlja, da je mogoče dialektično metodo razčleniti na šest *trenutkov*. Na ontološki ravni gre za neomejeno število vzajemno odvisnih procesov, brez kakršnih koli jasnih ali trdno določenih meja, ki sestavljajo ohlapno strukturirano celoto oziroma totaliteto (kar je značilno za ontologijo kritičnega realizma). Na ravni epistemologije je pomembno predvsem, kako organizirati to znanje, ki predpostavlja tako filozofijo notranjih odnosov kot abstrakcijo. Tretji del je raziskava, ki z opiranjem na predpostavko notranjih relacij med vsemi deli uporablja kategorije, ki uspejo izraziti določene družbene vzorce. Temu intelektualna rekonstrukcija oziroma samorazjasnitev raziskovalca in njegovih rezultatov, šele nato sledi peti del – predstavitev teh rezultatov, ki jih je avtor prek dialektičnega raziskovanja pridobil. Zadnja točka je praxis, kjer razjasnitvam sledi zavestno delovanje v svetu, njegovo spreminjanje in poglobljanje posameznikovega razumevanja tega sveta. Kot argumentiram v nadaljevanju, je vnaprejšnje predpostavljane principov dialektike že samo po sebi problematično, čeprav so Ollmanovi napotki za dialektično misel brez dvoma uporabni, predvsem pa dovolj ohlapni, da pri raziskovanju dopuščajo veliko mero svobode.

⁵⁸ To stališče o kapitalizmu delita Negri in Hardt (2003ab), ko pišeta o vzpostavljanju Imperija, ki vase vključuje vsa področja, ki jih lahko. Trdita, da *zunanost ne obstaja več*. Mattelart (2000, 77) s podobnimi besedami označuje (kapitalistično) globalizacijo, ki je zanj v neposredni povezavi s holistično filozofijo: »Z idejo totalizirajoče ali sistemske enote.«

različnih trenutkov ne gre enačiti niti s seštevkom vseh sestavnih delov niti s celoto, ki bi bila samo več kot seštevek teh delov. V medsebojnih odnosih in dialektičnem sovpadanju ti procesi in elementi potencialno ustvarjajo drugačne procese in elemente, kar je predpostavka, ki ji sledi tudi kritični realizem. Iz te holistične predpostavke izhaja zgoraj že omenjena nujnost abstrakcije, ki sledi začetnemu preučevanju konkretnih, *površinskih* in dobro vidnih razmerij. Podobno, kot velja za metateoretski pristop kritičnega realizma, je za dialektiko značilno, da zunanji videz lahko vara. Osredotočanje na površino je zato lahko zavajajoče.

Pomembno je, da je dialektiko izjemno težko opredeliti in da je nemogoče govoriti o samo eni njeni vrsti. Sega namreč vse do antične Grčije. Več avtorjev (npr. Harvey ali Jameson) se strinja, da je mogoče dialektične trenutke najti celo pri filozofih, ki so sicer odkrito nenaklonjeni temu pristopu. Dialektično mišljenje po Jamesonu (2007, 194) vključuje vsaj tri elemente: *prvič* – poudarek na logiki razmerij in stalnega spreminjanja okoliščin, kar nekatere reči dovoljuje in drugih ne; *drugič* – kompleksno dialektiko zgodovine, ki demistificira določene že obstoječe zgodovinske naracije in obče sprejete oblike preproste zgodovinske vzročnosti (ki je hitro lahko deterministična), pri čemer sama dopušča izjemno kompleksne oblike družbene in zgodovinske vzročnosti, ki korigirajo poenostavljene zgodbe o zgodovini; in *tretjič* – poudarek na protislovjih, ki nasprotujejo navidezni stabilnosti in človeški želji, da bi bile reči in življenja nespremenljiva. Jameson (2007, 194) meni: »Vsakič, ko si nekaj predstavljamo na enotni način, to poskušamo odmisлити [*undo*] tako, da za posameznimi dogodki vidimo protislovja in mnogoterost, potem mislimo dialektično.« Podobnega mnenja je Wallerstein (1991/2001, 161), ki poudarja, da je bila ena ključnih tez v Marxovem korpusu ta, da je »družbena realnost proces neprestanih protislovij, ki jih je moč razumeti le dialektično.«

2.3.1 Odprto dialektično mišljenje

Pri Negriju (1984/1991), za katerega je mogoče reči, da je poskušal radikalno odprti dialektični pristop k raziskovanju, ta močno ohlapna metoda kot način razmišljanja nikakor ne vodi v linearni ali enoznačni proces.⁵⁹ Konstituira namreč *pluralni* univerzum kot odprti dinamizem, ki odpravlja in ponovno zadaja nove antagonizme. Ta dinamizem vodi v pojmovno in kategorialno eksplozijo in istočasno v eksplozijo kategorij, ki se zmeraj znova na

⁵⁹ O vprašanju dialektike in nujnosti odprtosti tega pristopa glej tudi Bonefeld, Gunn in Psychopedis (1992a), Ollman (2003), Bonefeld (2009), Lefebvre (1968/2009). O dialektiki in vplivu Hegla na Marxa glej Marcuse (2004) in Fuchs (2011a); dialektiko so za osnovo jemali praktično vsi člani frankfurtske šole (Jay 1973). Omeniti velja, da se je Negrijeva misel v zadnjih treh desetletjih spreminjala. Vpliv nanj je imelo bivanje in intelektualno vrenje v Franciji, zato zgodnja dela (tudi predavanja *Marx onkraj Marxa*) na ravni metateorije in metode niso nujno reprezentativna za njegov poznejši pristop.

novo opredelijo in rekonstituirajo, da se lahko ponovno (re)definirajo. V Negrijevem dojemanju je dialektika torej odprta in nikoli zaključena celota, kvečjemu kolaž, ki ga je kot mrežo mogoče dograjevati, pri čemer pa se ves čas spreminja sama preučevana celota, ki jo je zato znova potrebno na novo opredeliti celo tam, kjer je že bila zapisana. Gre torej za nikoli končan, raznolik in predvsem odprt dinamični proces, ki ga pri Marxu lahko vidimo na delu predvsem v nedokončanih *Očrtih*.⁶⁰

Ob predpostavki, da živimo v enem zapletenejših, povezanih, istočasno najbolj protislovnih zgodovinskih obdobjih in političnoekonomskih sistemov, ki je vedno bolj prepreden na globalni ravni, imam dodatni razlog, da lahko govorim o nujnosti *izbruha pojmov* (če si izposodim Negrijev izraz). Le-te moramo biti ob stalnem spreminjanju družbe zmeraj znova pripravljene premisliti na novo, vsaj, če hočemo zares razumeti te spremembe v družbi. Prepričanje v možnost nadčasovno obstoječih pojmov in kategorij je namreč v nasprotju z dialektiko, saj gre v svojem bistvu za dinamični in predvsem odprti pristop pri preučevanju družbenih procesov ter pripadajočih sprememb in protislovij, ki je usmerjen nadvse zgodovinsko (prim. Marcuse 2004, 293). Zaradi tega dialektika zmeraj ostaja nedokončan in odprt pristop k analizi družbe, katere ugotovitve nikoli niso niti končne ali popolne niti same po sebi stabilne. V tem smislu lahko trdim, da gre pri mojem dojemanju *odprte dialektike* na eni strani za nikoli dokončan dinamični *proces* raziskovanja, na drugi strani pa za neprestani napor predstavljanja, kaj naj bi ti procesi v družbi pomenili. Za Jamesona (podobno kot za Negrija) dialektika namreč ni metoda v polnem pomenu, ampak prej način opisovanja in predstavljanja rezultatov našega vseobsegajočega družbenega raziskovanja. Pomembne značilnosti uspešne dialektike ob tem naj bi bile šok, presenečenje in spodkopavanje vnaprej ustvarjenih stališč (Jameson 2007, 195–196).

Marx se z vprašanjem dialektične metode, kot je mestoma imenoval svoj pristop (glej Balibar 2002, 8), ni ukvarjal sistematično, zato se je mogoče opirati le na preučevanja njegove

⁶⁰ Marxov *Grundrisse* je po mnenju Negrija (1984/1991, 12–13) v osnovi odprto delo: »V *Grundrisse* lahko logični proces, ki se odvija med *Forschung* in *Darstellung*, opazujemo na vseh ravneh. Če vzamemo v račun poprejšnja namigovanja, hitro pridemo do spoznanja, da ta proces ni niti linearen in še manj enoznačen. Dialektika med raziskovanjem in predstavitvijo je, prav nasprotno, odprta na vseh straneh: vsak sklep, ki prevzame obliko predstavitve raziskave, odpre prostor za nove raziskave in nove predstavitve. To se ne zgodi preprosto s horizontalnim izčrpavanjem zaporednih področij raziskovanja, ampak predvsem skozi zgodovinski potek gibanja, kjer vsako določanje novega subjekta istočasno odpira nove antagonizme in skozi njih spravlja v gibanje procese, v katerih se pojavljajo novi subjekti. Torej *Darstellungu* nujno dialektično sledi *neue Darstellung*: gre za vprašanje procesa, ki konstituira celoto resničnega gibanja in je razumljen znanstveno, ki je obnovljen znanstveno. Ne obstaja torej linearna kontinuiteta, ampak le pluralnost gledišč, ki so nenehno spodbujene v trenutkih antagonizmov, z vsakim skokom predstavitve in skladnosti raziskovanja, zmeraj v iskanju nove predstavitve.« Razliko med *Forschung* in *Darstellung*, ki jo omenja Negri, lahko preberemo v sklepi besedi k drugi izdaji *Kapitala*. Marx (1976/1990, 102) jo razloži kot razliko med metodo predstavitve, ki se mora nujno razlikovati od metode raziskovanja. Slednja mora natančno razumeti materialno, če hoče analizirati njegove različne oblike in razvoj skozi njihove notranje povezave. Tudi kasneje so predstavniki frankfurtske šole kritične teorije zastopali enak pristop. Sama teorija je namreč zanje imela posredovalno funkcijo med raziskovanjem [*Forschung*], teoretsko konstrukcijo in predstavitvijo [*Darstellung*] – med različnimi domenami realnosti, deli in celoto, videzom in bistvom ter teorijo in prakso (glej Kellner 1989, 49).

uporabe te metode in drobce, ki jih je zapisal v različnih besedilih. V sklepni besedi *Kapitala* (1976/1990, 103) za prednost dialektike zapiše, da »opazuje vse zgodovinsko razvite oblike, kot, da so v fluidnem stanju, v gibanju, s čimer zajema tudi njihovo začasnost; in ker [dialektika] ne pusti, da bi nanjo kar koli vplivalo, je v svojem samem bistvu kritična in revolucionarna.« Najnatančnejši prikaz metode na konkretnih analitičnih kategorijah je mogoče zaslediti v *Grundrisse*, kjer Marx (1973/1993, 99–109) proizvodnjo, distribucijo, menjavo in potrošnjo sprejema kot dele celote, ki so v tej enotnosti ločeni. Med njimi ostajajo različni trenutki vpliva in sovpadanja, ko enega dela ni mogoče misliti brez drugega, saj s tem tvorijo kvalitativni presežek. Po Marxu torej obstaja dialektično razmerje. Pri analizi zato pričanja pri konkretnem, kjer je prikazana množica karakteristik (enotnost raznolikosti), in se spušča k abstraktnim kategorijam (čemur sledi obratni proces), ki so v specifičnem okolju kljub svoji abstraktnosti zmeraj proizvod zgodovinskih odnosov in dejansko obstajajo le znotraj njih.

Dialektika je na ravni konkretnih družbenih sprememb blizu temu, kar Thompson (2010, 462) dobro povzema s preходом v industrijski kapitalizem, čigar vzroki in posledice niso bili omejeni niti na tehnologijo niti na politično ekonomijo. Po njegovem mnenju je zato:

»[v]prašljiv poskus, da bi ponudili preproste modele za en sam, domnevno nevtralen, tehnološko determiniran proces, ki mu pravimo "industrializacija". [...] Prav tako tudi nikoli ni bilo enega samega tipa "prehoda". Prehod ustvarja napetosti na vseh področjih kulture, iz vseh področij sprejema impulze, ki ga ovirajo ali ga pospešujejo. Strukture moči, lastninska razmerja, religiozne institucije itn. se izražajo v kulturi, in če tega ne upoštevamo, nas to pripelje zgolj do površne obravnave pojavov in banalne analize.« (Thompson 2010, 462)

Pri prehodu v industrijski kapitalizem (ali še prej v sam kapitalizem) na primer nikakor ni šlo le za spremembe v proizvodni tehniki, ko je merjenje časa skupaj z njegovo delitvijo med drugim postalo eden pomembnejših mehanizmov izkoriščanja dela (glej Thompson 2010, 6. pogl.), ampak lahko govorimo kar »o radikalnem preoblikovanju človekove družbene narave in o preoblikovanju njegovih delovnih navad« (prav tam, 478), in posledično globokih družbenih transformacijah na vseh ravneh družbe kot celote.

Zelo podoben pristop, kjer gre prav tako za zgodovinsko materialistično uporabo dialektike, uporablja Williams (1997, 8. pogl.) pri kritiki tehnološkega determinizma, ki ostaja vseprisoten pri preučevanju družbenih sprememb. Tehnologije po njegovem namreč nikoli ni mogoče označiti za vzrok nekih sprememb, saj bi to povzročilo njeno ločitev od preostale

družbe in vodilo v prepričanje, da so se raziskave in razvoj porodile same in avtonomno privedle do novih tehnologij, ki nato narekujejo, kako bo prihajalo do družbenih sprememb in napredka. Ta osamitev od političnega, ekonomskega in zgodovinskega konteksta po Williamsu velja tudi za družbeni konstruktivizem, ki je kot zrcalna slika tehnološkega determinizma. Namesto ignoriranja človeškega vpliva na družbene spremembe, značilnega za tehnološki determinizem, ga namreč konstruktivizem povzdigne na piedestal, s čimer mu prepusti vlogo ključnega vzroka (glej tudi Hamilton in Heflin 2011). V obeh redukcionističnih pogledih samotni in relativno izolirani učinki in mehanizmi – bodisi tehnologij bodisi akterjev – determinirajo kompleksni tok zgodovine. Williamsov pristop se v samem bistvu razlikuje v tem, da procesu raziskovanja in razvoja vrača *namen*.

»To pomeni, da bi v tehnologiji videli nekaj, kar so odkrivali in razvijali tako, da so pri tem imeli v mislih določene namene in prakse uporabe. Hkrati bi se interpretacija razlikovala od razumevanja tehnologije kot simptomatične v tem, da bi namene in prakse videla kot neposredne: kot znane družbene potrebe, namene in prakse, pri katerih tehnologija ni obrobna, temveč osrednja stvar. [...] Nikoli ne moremo z gotovostjo reči, da bo v moderni družbi za vsako izraženo družbeno potrebo odkrita ustrezna tehnologija. Deloma zato, ker so nekatere realne potrebe katerega koli posebnega obdobja zunaj dometa obstoječega ali predvidljivega znanstvenega in tehničnega znanja. V še večji meri pa zato, ker ključno vprašanje tehnološkega odziva na potrebo ni toliko vprašanje potrebe same, kot je vprašanje njenega položaja v obstoječi družbeni formaciji. [...] Toda iz vseh teh sprememb so vznikala nova družbena in politična razmerja in potrebe.« (Williams 1997, 273, 278, 279; prim. H. Schiller 1976, 49–50)

Ohlapno metodo (kolikor je o njej mogoče govoriti), s katero analiziram družbo in transformacije v njej, imenujem odprta dialektika. S to opredelitvijo bi jo rad dosledno ločil od zaprtih dialektičnih sistemov.⁶¹ Pri tem se posredno opiram na Millsovo (1959/2000, 120–127) prepričanje, da mora vsakdo razvijati lastno metodo, ki ni ločeno avtonomno področje, ampak prej rezultat ustvarjalnega duha, ki nastaja ob raziskovalnem delu (z refleksijo lastne metode in teorije najlaže na novo opredelimo preučevane probleme). Po Millsu je naloga družboslovca zato v intelektualnem mojstrstvu, ki se idejno približuje klasikom družboslovja.⁶²

⁶¹ Za kritiko teh sistemov glej na primer Lefebvre (1968/2009) ali Marcuse (2004). Kritiko podaja Harvey bodisi neposredno (Harvey 2010a, 11, 26, 196) ali posredno z zastavitvijo lastne ekspanzivne dialektike (glej Harvey 2011a).

⁶² Millsova (1959/2000) kritika je bila usmerjena proti prevladi pozitivističnega (abstraktnega) empiricizma (npr. proti Lazarsfeldu in javnomnenjskim meritvam; glej tudi Splichal /1997/) in vseobsegajočih sistemskih teorij, pri katerih se kritično sooči s Parsonsom. Eden pomembnejših problemov zanj je dejstvo, da se kot empirično raziskovanje razumejo le še na

2.3.2 Dialektika, totaliteta in (ne)disciplinarnost

Dinamizem interakcij, ki pri dialektiki vodijo v družbene transformacije, predpostavlja, da nikoli ne more obstajati le en determinirajoči dejavnik. Takšen redukcionizem je ena pomembnejših in obče prisotnih nevarnosti v družboslovju. Harvey (2010a, 196) zato spreminjanje družbe primerja z ekološko totalnostjo oziroma *skupkom*⁶³ trenutkov, ki se sočasno razvijajo v odprti dialektični maniri. Podobno, kot velja za ostale procese in premike, razvoj komunikacijskih tehnologij, ki predstavljajo žarišče pričujočega dela, ne more (in ni mogel) determinirati družbenih sprememb. Zato pa lahko kot tehnologije marsikaj *razkrivajo*.

Slika 2.4: Harveyev (2010a, 195) primer dialektičnega pristopa k povezovanju različnih procesov in elementov realnosti v Marxovem *Kapitalu*.



Glede na to, da Marx nikoli ni napisal principov dialektike, najlažje razumemo njegovo metodo tako, da sledimo njegovi praksi. Harvey (1996, 48–57) je prek preučevanja njegovega pristopa v enajstih trditvah povzel nekaj ključnih načel dialektike.

1. Za razliko od elementov, reči, struktur in organiziranih sistemov dialektično mišljenje poudarja procese, tokove in odnose. Slednji ne obstajajo izven procesov in odnosov ter jih lahko ustvarjajo ali spodkopavajo. Dialektika zato predpostavlja, da reči in procesi niso vzajemno izključujoči, ampak najpogosteje medsebojno odvisni (tako kapital kot denar sta na primer odvisna od cirkulacije in menjave).
2. Reči in elementi izhajajo iz procesov in odnosov, ki delujejo na zamejenih področjih in s tem konstituirajo celote. Posamezne reči so torej deli sistema, celote oziroma totalitete, pri čemer dialektično dojetje temelji na razumevanju procesov in relacij, prek katerih so te reči in

statistične analize, vse ostale raziskave pa so dojete kot ničvredne, čeprav je mogoče abstrakcijo od vsakodnevnega mišljenja izvesti tudi iz družbenih in zgodovinskih struktur. Tovrstnih analiz po mnenju Millsa (1959/2000, 124–125) ni mogoče dojemati kot manj empiričnih, kvečjemu so bliže vsakdanjim izkušnjam in pomenom.

⁶³ Enači ga z Lefebvrovim pojmom *ensemble* in Deleuzovim *assemblage*, ki ju lahko prevedemo kot *skupek* (oba se nanašata predvsem na odnose). Zanimivo je, da je Deleuze odkrito zavračal (predvsem Heglov) pristop k dialektiki.

celote konstituirane. Dialektika nas sili, da se zmeraj znova sprašujemo, kako so konstituirani in kako se ohranjajo.

3. Reči in sistemi oziroma celote so notranje protislovni zaradi številnih procesov, ki jih konstituirajo (to je *enotnost v raznolikosti*). Posameznik je v odnosu z okoljem, v katerem živi, njegova družbenost je del družbenih procesov, sam kreativno sodeluje v njihovem spreminjanju in tako dalje.
4. Na vseh ravneh so reči zmeraj notranje heterogene. To pomeni, da:
 - a) je vsaka stvar lahko razdeljena na neskončno zbirko drugačnih reči, ki so v nekem medsebojnem odnosu (glej tudi stratifikacijo pri kritičnem realizmu). To pomeni, da lahko neka reč na določenem nivoju analize deluje kot sistem oziroma celota, na drugem pa tvori le del neke druge celote. Raziskovati je mogoče več ravni organizacije brez iskanja neke temeljne enote. Ob tem se je potrebno zavedati, da predpostavka dekompozicije in dekonstrukcije pomeni, da se vse (vsaj na videz) zamrznjene kategorije lahko razkrojijo.
 - b) je edini način za razumevanje njihovih kvalitativnih in kvantitativnih atributov ta, da razumemo procese in odnose, ki jih internalizirajo. S tem, ko reči nujno internalizirajo heterogenost, si priključijo številna protislovja, ki lahko vsebujejo istočasno delujoče (in celo medsebojno izključujoče se) procese.
 - c) seveda ne prihaja do internalizacije vsega, ampak do absorpcije tistih procesov, ki so relevantni za neki odnos v nekem zamejenem polju.
 - d) pri razvoju abstrakcij, pojmov in teorij postavljanje meja (glede na čas, prostor in obseg) predpostavlja strateški premislek.
5. Čas in prostor nista absolutna ali eksterna procesom, ampak kontingentna in vključena vanje. Obstaja množstvo prostorov in časov, ki jih procesi aktivno izoblikujejo (prim. Harvey 2011a).
6. Deli in celote so med seboj vzajemno konstitutivni (glej Bhaskarjev transformacijski model).
7. Prepletenost delov in celote predpostavlja izmenljivost subjektov in objektov, vzrokov in posledic.
8. Transformativno delovanje (kreativnost) izhaja iz protislovij, ki se navezujejo na internalizirano heterogenost reči kot na (največkrat očitnejšo) heterogenost znotraj sistemov oziroma celot.
9. Spremembe so značilnost vseh sistemov in njihovih vidikov, zato sta v resnici normi nestabilnost in sprememba, ne statičnost. Potrebno je torej razložiti (le navidezno) stabilnost in ne obratno.
10. Dialektično raziskovanje je samo proces, ki pa ustvarja stalnost v obliki pojmov, abstrakcij ali teorij. S tem institucionalizira strukture znanja, ki jih je potrebno vedno znova premišljevat.
11. Raziskovanje mogočih svetov je integralni del dialektičnega mišljenja, ki preiskuje zmožnosti za spremembo, samorealizacijo, nove totalitete, kolektivne identitete itd. Ne gre toliko za razlago realnosti, ampak za njeno izboljšanje, kar pomeni, da ima že dialektika v sebi vgrajene etične, moralne in politične izbire v lastnem procesu ustvarjanja znanja.

Podobno kot Negri tudi Harvey (1996, 2. pogl.) poudarja, da bi dialektično raziskovanje moralo ustvarjati neprekinjeno gibanje, ki je odprto in ekspanzivno, ki torej ni zaključena celota, ampak mreža, ki jo je na vseh koncih mogoče dograjevati in ki med protislovji ne predpostavlja nujno sinteze ali njihovega razreševanja (značilnost hegelijanske dialektike). Negativna plat te fleksibilnosti in odprtosti je brez dvoma v tem, da, kot kaže, ne ustvari nujno kaj drugega kot široko mrežo nestabilnih pojmov, kategorij in ugotovitev.

Poudarek na totaliteti, ki sem ga izpostavil že pred Harveyevimi principi, ima poleg problematiziranja preučevanja izoliranih in fragmentiranih delov družbe še drugo plat, namreč potrebo po združevanju največkrat disciplinarno ločenih področij raziskovanja, na primer ekonomije, zgodovine, sociologije in tako dalje, kar nakazuje nujnost teoretske multidimenzionalnosti. Kot poudarja Lefebvre (1968), je Marxova misel v tem smislu *globalna*, s čimer dejansko ustvari totalitete.⁶⁴ Če jih hočemo raziskovati kot oblike procesov, ki vključujejo različne, včasih ločene, drugič komplementarne in tretjič protislovne ravni in vidike (pri čemer vpliv teh momentov v različnih kontekstih seveda ni nujno simetričen), potem je dialektiko težko disciplinarno specializirati. Čeprav po Lefebvrovem (1968, 22–23) mnenju danes ni več mogoče zaobjeti totalitete družbenega znanja v takšni meri, kot jo je bilo mogoče v Marxovem času, zaradi česar zmeraj operiramo s *skrčenimi* totalitetami, v družboslovju prav tako ne smemo podpirati fragmentacije, saj lahko zaradi tega hitro pozabimo na družbo kot celoto.⁶⁵

Številni (predvsem marksistični) avtorji v celoti podpirajo tovrstni vseobsegajoči pristop. Negri in Hardt (2003, 13) na primer poudarjata, da po svojih najboljših močeh uporabljata širok interdisciplinarni pristop, ki hoče biti filozofski, zgodovinski, politični in ekonomski. Po njunem »to široko interdisciplinarnost deloma zahteva sam predmet proučevanja, ker se v Imperiju meje, ki so prej morda upravičevale ozke disciplinarne pristope, vse bolj rušijo. Na primer, v imperialnem svetu potrebuje ekonomist osnovno znanje o kulturni proizvodnji, da bi razumel ekonomijo, kulturni kritik pa potrebuje osnovno znanje o ekonomskih procesih, da bi razumel kulturo.« (prav tam)

⁶⁴ Lefebvre (1980, 29) na drugem mestu ta *globalni* način mišljenja imenuje za metafilozofijo, saj ne gre več za filozofijo v klasičnem pomenu besede. To je mogoče navezati na materialistične metateoretske predpostavke, očrtane v poglavju o stratificirani razvrščenosti sveta, po katerih so na primer mehanizmi baze osnovnejši od ideoloških ali političnih in jih torej ne moremo povsem spregledati, ko preučujemo mehanizme, ki delujejo v višjih nivojih.

⁶⁵ Bhaskar (1998a, 43–44) zanimivo trdi, da so predmet preučevanja sociologije natanko različne oblike proizvodnih odnosov, sociologija bi dejansko morala uzurpirati prostor totalizirajoče in zgodovinske znanosti družbe, ki jo je predpostavil že marksizem. Čeprav je totalizacija po Bhaskarju (prav tam, 43) miselni proces, pa totalitete kljub temu realno obstajajo: »Družboslovje ne ustvarja totalitet, ampak jih razkriva, čeprav je čisto lahko eden njenih aspektov.« (prav tam)

Ostro institucionalno-disciplinarno razmejevanje, ki se je pojavilo v družboslovju in ga je Marx dosledno zavračal,⁶⁶ je predvsem posledica poskusov devetnajstega stoletja, da bi na podlagi empiričnih izsledkov zagotovili in povečali *objektivno* vednost o *realnosti*, kar je pogosto značilnost pozitivističnih pristopov (glej Wallerstein 1999). Pomembno je, da je aktualni obrat v interdisciplinarnost, ki se mu danes po mnenju Wallersteina (1999, 123) vsi klanjamo, velikokrat vaba, saj lahko le podpira obstoječe discipline, ki naj bi imele neko posebno znanje, raziskovalci pa ga nato povezujemo z drugimi znanji. Po Wallersteinovem (prav tam, 124) mnenju »na tako imenovanih področjih sociologije, ekonomije, političnih ved ni mogoče postaviti smiselnih trditev, ki ne bi bile zgodovinske, prav tako pa ne moremo delati smiselnih zgodovinskih analiz, ne da bi pri tem uporabljali tako imenovane generalizacije, ki jih uporabljajo v omenjenih družbenih vedah.« Zgodovinsko in ekonomsko mišljenje je zato za Wallersteina (glej 1991/2001; 1999; Wallerstein *in drugi* 2000) zmeraj obveznost družboslovja, ne glede na disciplinarno umestitev. S tem pritrjuje tako pristopu Negrija in Hardta kot Lefebvrovi (1968, 23) opazki, da pravzaprav težko govorimo o kakršni koli *interdisciplinarnosti*.⁶⁷ Pri svojem raziskovanju sta Jessop in Sumova (2006) posledično pričela pisati o postdisciplinarno orientiranem raziskovalnem programu, ki je preddisciplinaren v svojem navdihu. Ta vprašanja se neposredno vežejo na kritičnoteoretsko obravnavo družbe, o kateri razmišljam v nadaljevanju.

⁶⁶ To pomembno prispeva k težavam pri razumevanju *enotnosti* njegove misli (glej Hobsbawm 2011, 133–135).

⁶⁷ Harvey (glej 2011a) bi šel še dlje in bi – podobno kot Lefebvre – k nujnosti zgodovinskega, in brez dvoma tudi ekonomskega mišljenja, dodal še antropologijo in geografijo, ki ju vidi kot propedeutiko za vse drugo. Pri tem poudarja, da sta obe vedi prepomembni, da bi ju prepustili geografom in antropologom (prav tam, 156). Temeljni pojmi prostora, kraja in okolja imajo tako po njegovem mnenju odločilno vlogo v praktično vseh disciplinah, saj artikulirajo »"pogoje zmožnosti" vseh drugih oblik vednosti« (prav tam, 163).

2.4 Kritična teorija družbe

»Naloga kritične teorije družbe je demistifikacija togih, popredmetenih, strjenih odnosov, s čimer se v vsej transparentnosti prikaže njihova trenutnost.«

Werner Bonefeld (2009, 125)

Osnovna aksiološka umestitev vsakega raziskovalnega pristopa najpogosteje predpostavlja bodisi kritični bodisi afirmativni pristop k preučevanju družbene realnosti.⁶⁸ V mnogih pogledih gre torej za najosnovnejšo zavzetje stališča s strani raziskovalca, saj z njim implicitno sprejema obstoječi družbeni red oziroma konfiguracijo, s čimer jo posredno afirmira (kar je predvsem značilnost pozitivističnih pristopov, ki v najbolj reakcionarnih izvedbah končujejo v teorijah avtoritete, obnavljanja družbene *harmonije* in podložnosti /glej Marcuse 2004, 301–359/), ali pa se do temeljnih odnosov v družbi opredeljuje kritično. Nasprotja uporabnosti, ki se ga vedno pogosteje išče v družboslovju, torej ni mogoče kategorizirati kot *neuporabnost*, temveč prav kot kritičnost. Pri tem je uporabnost oziroma aplikativnost kot nasprotje kritičnosti prek servilnega asistiranja lahko izključno v funkciji objavljanja obstoječega (ekonomskega, političnega ali kulturnega) reda oziroma v današnjem času v službi obnavljanja dominantnih modelov kapitalizma in elitistične politike (glej Kellner 1989, 45). Po mnenju Splichala (2008, 29) kritično raziskovanje za razliko od administrativnega pristopa (kot tradicionalni /Horkheimer/ oziroma pozitivistični pristop po Lazarsfeldu imenuje Adorno /1945; prim. Frankfurt Institute for Social Research 1972/) *jemlje svojo družbeno odgovornost resno*. Prispeva namreč k razumevanju širših družbenih odnosov in razmerij moči, ki vplivajo in včasih celo pogojujejo delovanje posameznikov v danem zgodovinskem kontekstu.

Po Adornovem (1945) mnenju je administrativnemu pristopu, ki ga je mogoče označiti tudi za afirmativnega, inherentna eksploatacija. V kapitalizmu je tovrstno raziskovanje usmerjeno predvsem v prodajo blaga, njen vodilni namen je manipuliranje množic (prav tam, 229). K tej Adornovi opredelitvi je zato smiselno dodati Bhaskarjevo (1989/2011, 5) ugotovitev, da imajo »izkoriščani, za razliko od svojih izkoriščevalcev, neposredne materialne

⁶⁸ Aksiologija najpogosteje povezuje teorijo in prakso ter predpostavlja raziskovalčevo opredelitev in sodbo glede obstoječe družbe in struktur; posredno torej vključuje vsaj implicitne normativne sodbe (glej npr. Fuchs 2008, 21–22). Fuchs (prav tam, 20) aksiologijo razlaga kot eno od treh dimenzij znanstvenega znanja (poleg ontologije in epistemologije). Opredeljuje jo kot »filozofsko vprašanje o človeškem praxisu kot posledici kognicije biti. (Kakšna oblika obstoja je zaželena za ljudi in kako je lahko dosežena?)«

interese pri razumevanju strukturnih razlogov lastne izkoriščenosti,« kar je eden od osnovnih razlogov in temeljev kritike. Manipulativno raziskovanje, ki z namenom prodaje služi interesom kapitala, ima v sebi namreč vgrajeno serviranje skrajno partikularnim interesom (npr. višanje dobičkonosnosti posameznemu kapitalu), ne pa delovanje za obče dobro celotne družbe oziroma človeštva in njegovih potencialov (prim. Fuchs 2011a, 12–17).

Paradigmatski delitvi med kritičnim in administrativnim raziskovanjem, ki jo je prvi postavil Lazarsfeld v predgovoru v prvi knjigi Herberta Schillerja, sledi tudi Smythe (v H. Schiller 1969, VII–VIII; prim. Smythe 1954a; 1984). Meni, da v komunikologiji administrativni pristopi zaobjemajo predvsem tržne raziskave, ki so »tipično namenjene temu, da bi množični mediji učinkoviteje delovali v smeri svojih ciljev kot podjetij na trgu.« (Smythe v H. Schiller 1969, VII; prim. 1984) Kot značilnost administrativnega pristopa na področju komunikologije opredeljuje referenčni okvir, izhajajoč iz podporne strukture oglaševalcev, različnih agencij in države. Te osnovne predpostavke in politike, ki izhajajo iz njih, administrativni pristop nato opredeli kot samoumeven in ga vzame iz zgodovinskega konteksta. Po mnenju Smytha (1984, 205) so osnove za ločevanje administrativne in kritične teorije naslednje: 1) izbira problemov, ki jih pristop analizira; 2) metode, ki jih uporablja v študijah, in 3) ideološka izhodišča raziskovalca, ki bodisi branijo in krepijo obstoječi političnoekonomski red bodisi ga kritizirajo. Sestavni del vsakega raziskovanja in teorije so zato tako subjektivne kot objektivne prvine (prav tam).

V osnovi lahko kritično teorijo razdelimo na kritično teorijo družbe, ki se začneja s Karlom Marxom in z njegovo kritiko politične ekonomije (glej Marcuse 1989; 2004), in na kasneje razvito kritično teorijo, ki se v ožjem smislu nanaša na frankfurtsko šolo oziroma frankfurtski *Institut za družbene vede* (*Institut für Sozialforschung*). Kritična teorija družbe je širši denominator, saj ni postala ekskluzivna za člane frankfurtske šole, čeprav se ta dva pojma največkrat izmenjujeta, in sicer še posebej od takrat dalje, ko je beseda »kritično« prešla v popularno rabo in se jo uporablja za različne oblike skeptične, odklonilne *drže*. Pristop kritične teorije družbe torej obsega kritično teorijo. Ko je Horkheimer (1981) ločil kritično teorijo od tradicionalne, je prej v mislih imel prvoomenjeno, širšo pojmovanje. Izpeljal ga je namreč prav iz Marxovih nastavkov in ne iz specifične skupine avtorjev. Enako velja za ostale avtorje frankfurtske šole, na primer za Marcuseja (2004, 247; prim. 1989), za katerega je Marxova teorija »v jedru kritična teorija družbe in prelom z vsemi tradicionalnimi formulacijami in s tendencami.«

Horkheimer (1981) je bil med prvimi, ki so poskušali konsistentno definirati pomen kritične teorije, ki za svoj predmet preučevanja jemlje »ljudi kot producente njihovih celotnih

življenjskih form. Razmerja dejanskosti, iz katerih izhaja znanost, se ji ne prikazujejo kot danosti, ki bi jih veljalo zgolj ugotoviti in preračunati vnaprej po zakonih verjetnosti. To, kar je vsakokrat dano, ni odvisno samo od narave, temveč od tega, koliko moči ima človek nad njo.« (prav tam, 74–75) Čeprav potemtakem ljudje morda ne vemo, da nekaj delamo, da se konstrukcija sveta dogaja za našimi hrbti, še vseeno nujno gre za stvaritev ljudi (Marcuse 1989, 69), torej jo je mogoče demistificirati in razkriti temeljne razloge ter mehanizme izkoriščanja. Podobno je bil prepričan Horkheimer (1981). Menil je, da ne obstajajo splošni kriteriji za kritično teorijo, temveč je njen splošni interes lahko kvečjemu odpravljanje družbenih krivic, s čimer je cilj na emancipacijo človeka iz zaslužujočih razmerij. Njen temelj kritike *statusa quo* postaja (in v kapitalistični družbi nujno ostaja) kritika ekonomije oziroma ekonomizma (prim. Marcuse 1989), zaradi česar v temelju ostaja filozofska. »Njena vsebina je sprevrčanje pojmov, ki obvladujejo gospodarstvo, v njihovo nasprotje, pravične menjave v poglobljanje družbene krivičnosti, svobodnega gospodarstva v gospostvo monopola, produktivnega dela v utrjevanje razmerij, ki zavirajo proizvodnjo, ohranjanje družbenega življenja v ubožoženje ljudstev. Tu ne gre toliko za to, kar ostaja isto, ampak za zgodovinsko gibanje epohe, ki naj bi prišlo do svojega konca.« (Horkheimer 1981, 76–77)

Kritična teorija je v svojem pristopu odkrito politična, saj hoče postati »preoblikujoča moč, ki vpliva na realne boje dobe« (Schmidt 1981, 266). Med njenimi osrednjimi cilji je ukinitve izjemnih asimetrij moči, eksploatacije in razrednih razmerij. Le-ta so namreč nerazdružno povezana s kapitalizmom, podobno, kot so mu inherentni zunanji in notranji antagonizmi (ki lahko vodijo *novemu barbarstvu naproti*), kot je njegov nujni del rezervna armada delovne sile ali, kot so neizogibne ponavljajoče krize, ki zmeraj vodijo v zaostrovanje neenakosti in s tem tudi družbenih nasprotij. V skladu z Marxom (1843) je zato lahko govora le o »neusmiljeni kritiki vsega obstoječega, neusmiljeni tako po tem, da se ne boji rezultatov, do katerih prispe, kot po tem, da se prav tako malo boji konflikta z vladajočimi silami.« Kritična teorija si zato ne domišlja, da je lahko politično nevtralna, ne izhaja iz družbene celote, ni pogojena z družbo, lahko ostro ločuje dejstva od vrednot, s svojimi raziskovalnimi izbirami nima vpliva na družbo ali ni pogojena z razmerji moči v družbi (prav tako se ne pretvarja, da s svojim raziskovanjem nanje ne vpliva). Družbe ne jemlje za dano, ampak ustvarjeno. Kot takšno jo je potrebno kritizirati in se zoperstavljati njenim vladajočim miselnim navadam in kot takšno je družbo tudi mogoče spremeniti: tukaj in zdaj.⁶⁹

⁶⁹ Ali kot piše Horkheimer (1981, 61): »Med oblikami sodb in zgodovinskimi epohami obstajajo povezave, za katere nam bo dovoljeno, da na kratko opozorimo nanje. Kategorična sodba je tipična za predmeščansko družbo; tako je, človek ne more spremeniti ničesar. Hipotetična in disjunktivna oblika sodbe sodita predvsem v meščanski svet: v določenih okoliščinah utegne nastopiti ta učinek, tako je ali pa drugače. Kritična teorija pa trdi: ni treba, da je tako, ljudje morejo spremeniti bit, razmere za to

Ta izhodišča so precej drugačna od izhodišč tako imenovane tradicionalne oziroma administrativne teorije, ki ji je kritična teorija očitala, da se ne zaveda, na kakšne načine je navezana na družbene procese ter kako pripomore k njihovi proizvodnji in k obnavljanju, zaradi česar se konformistično prilagaja dominantnim instrumentalnim in kvantitativnim kapitalističnim vrednotam (s čimer je nujno ideološka). Kljub inherentni odprtosti kritične teorije nikakor ne more veljati, da danes zagovarja nekaj, jutri pa drugo, saj docela novi nazor ni mogoč, in sicer vsaj ne tako dolgo, dokler se ne spremeni obstoječa zgodovinska doba, v kateri je politična sfera v preveliki meri podvržena ekonomskim antagonizmom in pritiskom ter kjer se neprestano akumulirata oblast in profit.⁷⁰

Kljub temu da za kritično teorijo vprašanja ekonomske teorije družbe ostajajo prvovrstnega pomena, to ne pomeni, da se jo lahko redukcionistično opredeli za ekonomizem. Ravno nasprotno: ne izgublja se v ekonomski »znanosti« in zato tudi iz te perspektive podaja kritiko instrumentalnega uma. Dejstvo, da je odvisna od politike in še posebej ekonomije kot temelja družbe, gre iskati v predmetu (in celovitem načinu) njenega preučevanja in nikakor ne v programu (kar je možno trditi tudi za Marxovo pisanje) (prim. Therborn 2008, 74). Ker materializem kritične šole v svojih temeljih ohranja možnost spreminjanje družbe, ne drži, »da je potek zgodovinske dialektike enoznačno in neomajno določen; tudi njegova lastna konstrukcija je minljiv produkt, "ki ga ljudje zasnujejo v spoprijemu z njihovim družbenim in naravnim okoljem". Če je kaj značilno za kritično teorijo, potem je to ta nenehna refleksija o lastni pogojenosti,« je bil prepričan Schmidt (1981, 282–283). Odločilno je namreč »soodločena z živimi ljudmi in z njihovimi interesi za umnejše razmere.« (prav tam) Podobno je bilo prepričanje Marcuseja (1989, 72) in Smytha (1984, 206): kritična teorija mora biti kritična tako do sebe in lastnih ugotovitev kot do družbenih sil, ki ustvarjajo njeno podlago.

Za poznega Horkheimerja je bila glavna naloga kritične teorije ohranjati preteklost, zbirati zgodovino v strahu, da ne bi bila pozabljena, njene emancipatorne boje in bistvo kritičnega mišljenja (Held 1990, 25). Podobno kot ostalim kritičnim teoretikom se mu je torej nujna zdela zgodovinskost, ki je zmožna pokazati na »časovnost« (prehodnost) družbeno ustvarjenih form in struktur, ki se sicer lahko zdijo nespremenljivi ali celo naravni (kar velja

so zdaj tu.« Herbert Schiller (v Nordenstreng in Varis 1974, 49) je na enem od kolokvijev – posredno v odgovoru na kritike Elihuja Katza, da empirična analiza, ki so jo obravnavali, izhaja iz specifičnih vrednot – poudaril: »"Da", vrednote vpeljujemo ves čas. Prepričan sem, da so vrednote zmeraj v uporabi, naj se jih zavedamo ali ne. [...] Vsa obstoječa uveljavljena pravila – vse, čemur včasih pravimo "naravno" – vsebujejo vrednote. Zato menim, da je nujno zelo jasno izreči vrednote, ki jih imamo. [...] Enako zaželeno je prepoznati, da ne obstaja kaj takšnega, kot je objektivni družbeni red brez vrednot, objektivni televizijski sistem brez vrednot, sistem, v katerem so odločitve določene s strani strokovnjakov, ki nimajo absolutno nobenega odnosa do družbene ureditve. Stališče o vrednotni "nevtalnosti" dojemam za sleparsko.«

⁷⁰ Glej Frankfurt Institute for Social Research (1972), Jay (1973), Smythe (1971/1978; 1984), Horkheimer (1981), Splichal (1981), Marcuse (1989), Kellner (1989, 43–50), Fuchs (2011a, 2. pogl.).

za celotno družboslovno raziskovanje) (prim. Smythe 1971/1978, 176; 1984, 205–206; Braudel 1980; Bonefeld 2009, 125). Pomembna premisa kritičnih pristopov, kot omenja politični ekonomist McChesney (2004, 46), je zato »zavračanje nazorov, da kar obstaja; obstaja zato, ker je naravno in dobro.« Ker kritična teorija ne sprejema obstoječih družbenih struktur, kakršne so, družbe ne dojema le v njeni aktualnosti, ampak tudi potencialnosti: ne le, kaj je, ampak kaj bi lahko postala. To pomeni, da poskuša odkriti nerealizirane družbene potenciale (Fuchs 2011a, 22). Prav izguba zgodovinske perspektive, ki je nujna za zavedanje o minljivosti družbenih form, je po Debordu (1999, 155–160) ključna karakteristika, ki jo prinese spektakel.⁷¹ Prepričan je bil, da »to, o čemer spektakel za tri dni preneha govoriti, je, kot da ne bi obstajalo.« (prav tam, 159) Obenem to omogoča »prijeten počitek za vsako trenutno oblast.« (prav tam, 155) Kritična teorija kot celota je nasprotovala temu toku misli in uspela razviti koherentni in široki vpogled v *zgodovinsko naravo* kapitalistične družbe. Tesno je bila povezana predvsem z zgodovinskim materializmom in z močno heterogenimi marksističnimi tokovi.⁷² V njenih temeljih je poleg tega (ali prav zato) že omenjena široka interdisciplinarnost oziroma družboslovna protidisciplinarnost (prim. Morrow in Brown 1994, 98–107). Vseh teh predpostavk se držim v nadaljevanju te disertacije. Le prek globokega zgodovinskega vpogleda je namreč mogoče pokazati minljivost na videz nepremičnih družbenih struktur in razmišljati o prihodnosti.

2.4.1 Neomarksizem

Marksizem je brez dvoma skozi vso zgodovino za kritično teorijo ostajal najvplivnejši miselni tok. Imel je tudi najpomembnejši vpliv na člane kritične šole, ki niso nikoli zapadli v dogmatični materializem. Vsi člani frankfurtske šole so na primer zavračali *diamat* in so bili kritični do marksističnega humanizma (Held 1990). Čeprav se je marksizem skozi leta politične uporabe in zlorabe v dvajsetem stoletju izrodil v zaprt sistem *fosilizirane ortodoksije*, predvsem z njegovo praktično in z močno sporno institucionalizacijo, za Marcuseja ta teorija nikoli ni bila falsificirana, temveč jo je bilo potrebno premisliti na novo. Ta nujnost je po njegovem zapisana že v sami teoriji; vsaj, če hoče aktualizirano misliti sodobne probleme in zgodovinske situacije. To se je Marcuseju kazalo v nujnosti kreativne

⁷¹ »Prvi namen spektakelske dominacije je bil doseči splošno izginotje zgodovinske zavesti; najprej pa vseh informacij in vseh razumnih komentarjev o bližnji preteklosti. [...] Spektakel spretno obvladuje nepoznavanje tega, kar se bo zgodilo, in takoj zatem pozabo tistega, kar bi bilo o preteklosti morda kljub temu znanega. Najpomembnejše je najbolj skrito.« (Debord 1999, 155)

⁷² Bonefeld (2009, 125) je zato prav za zgodovinski materializem trdil da če kaj, potem zanj velja, da »je kritika reči, ki so razumljene dogmatično. Tali in raztaplja vse, kar se dozdeva strjeno.«

uporabe marksizma, saj je zanj šlo za *metodo analize in instrument kritike ter družbene transformacije, ne pa za dogmo ali sistem absolutnega znanja*. (Glej Kellner 1984, 7–9) V samih izhodiščih kritične teorije lahko najdemo odpor do zaprtih filozofskih sistemov. To je po Jayu (1973, 41) značilnost večine dialektičnih pristopov, saj obče sledijo odprtosti in ne končnosti.⁷³

Svoj pristop bi najlažje uvrstil v tok neomarksizma, in sicer v širšem pomenu te besede. Vanj umeščam tako večji del (neortodoksne) kritične teorije družbe od Karla Marxa naprej kot italijanski postoperaizem, tako imenovani *odprti* marksizem, teorijo svetovnega sistema in v veliki meri tudi regulacionistično šolo.⁷⁴ V skladu s heterodoksnimi interpretacijami, ki govorijo o različnih Marxih in marksizmih,⁷⁵ se uvrščam med bralce, ki tako Marxov pristop kot njegovo teorijo jemljemo za odprto misel, ki ima zmožnost znatne prilagodljivosti za preoblikovanje, in sicer glede na spremenjene lastnosti različnih razvojnih stopenj kapitalističnih družb. To ne pomeni, da v osnovi ne prevzemam velikega dela Marxovih predpostavk, za katere menim, da so temeljne za moje pisanje, a obenem kaže, da se ne oziram dosledno na to, ali so moje interpretacije Marxove *filozofije* povsem *pravilne*. Trdim namreč, da *ne* obstajajo nujno pravilne interpretacije njegovih misli, še posebej v primeru njihove aplikacije v precej spremenjenih družbenih pogojih. Podobno je mogoče zapisati, da se kritika politične ekonomije ne končuje z Marxom.

Lefebvre (1980) je v govoru iz leta 1976 poudaril, da je že davno nazaj prišlo do spoznanja o *eksploziji marksizma*, kar je bilo neizogibno zaradi dogmatizma *diamata*, s čimer se je kasneje strinjal Wallerstein (1991/2001, 178). A do zelo očitne eksplozije je po Lefebvrovem mnenju prišlo že mnogo prej, kot je bilo obče prepoznano. Vsekakor pred prvo svetovno vojno, in sicer z ostro razdelitvijo na teorijo in prakso (slednja je bila izvršena v oktobrski revoluciji). Eksplozije lahko nadalje vidimo že v samem Marxovem mišljenju in

⁷³ Kritika zaprtih pristopov je del vseh heterodoksnih pristopov. Eno od lucidnejših je podal Sohn-Rethel (1983, 40), ki pravi, da »danes ne gre za to, da bi Marxovo delo interpretirali imanentno glede na njegovo besedilo – kot zbirko navedb iz Biblije, ne da bi se pri tem ozirali na nadaljevanje zgodovine. Če marksisti prenehajo slediti materializmu zgodovine, prenehajo biti marksisti.«

⁷⁴ O razvoju marksistične misli v zadnjih desetletjih glej na primer pregled, ki ga podaja Therborn (2008), o odprtem marksizmu, ki je tesno povezan z avtonomizmom pa Bonefeld (2009), Bonefeld, Gunn, Psychopedis (1992a; 1992b). O italijanski radikalni misli, iz katere izhaja ta miselni tok, več v Virno in Hardt (1996). Vanj lahko med drugim uvrščamo Virna, Negrija, Michaela Hardta, Bonefelda in Hollowaya. Dyer-Witheford (1999 idr.), Terranova (2004; 2010 idr.) in Södeberg (2008) so ta miselni tok bržkone najuspešneje in neposredno integrirali v teme, značilne za komunikologijo. Med različnimi neomarksističnimi avtorji (v to linijo misli se pogosto uvršča frankfurtsko šolo, od poznejših nemških avtorjev lahko dodamo vsaj še Offeja) zagotovo obstajajo nezanemarljive razlike, vsaj, kar se tiče poudarkov pri raziskovanju in političnih ciljih teh avtorjev. Zame so pomembnejše točke in ugotovitve, ki jih družijo. Podobna izhodišča na primer za svoj pristop predpostavljata Negri in Hardt (1994, 18–19), ki ju ne zanimajo odnosi med teoretskimi tokovi in avtorji, ampak preseki, ki vzpostavljajo kolektivno kritiko obstoječih razmerij, sinergija vseh teh poskusov, ki omogočajo razumevanje predmetov raziskovanja. Kot pravita sama: »Ne skrivava svojega neugodja, ko prosijo, da naj se situirava v neko tradicijo in bova del parade.« (prav tam, 18)

⁷⁵ Glej na primer Dyer-Witheford (1999, 6), Negri (1991), Wallerstein (1991/2001, 159–161, 12. pogl.). Medtem ko za Lefebvra (1980) *marksizem ne obstaja, obstaja kvečjemu več marksizmov*, Foucault celo trdi, da *ne obstaja Marx*.

pisanju,⁷⁶ kasneje pa k njim bistveno prispeva razvoj same marksistične misli, s čimer k eksploziji te misli prispevajo še *pritski od zunaj*. Kot sem argumentiral že v prejšnjih poglavjih, enotni marksistični sistem ne obstaja. Obstajajo številni pojmi, s katerimi je mogoče izgraditi koherentno teorijo. Dejansko niti znotraj »marksizma« nikoli ni bilo strinjanja, kaj naj bi konstituiralo njegovo »resnično jedro« (glej Wallerstein 1991/2001, 159–161, 12. pogl.; Therborn 2008; Heinrich 2012). Onkraj epistemologije, ki podreja Marxovo delo na natančno in sterilno jedro, je po mnenju Lefebvra (1980, 30) izjemni metajezik, ki omogoča brezmejni marksistični diskurz in njegovo nadaljnjo nadvse produktivno eksplozijo ter plodno fragmentacijo (h kateri je poskušal prispevati tudi sam). Če naj ta misel ohrani zgodovinsko pomembno vlogo pri kritiki družbenih odnosov v nadalje, se bo na spreminjanje družbe prilagajala in odzivala tudi sama.

Kritični (npr. neomarksistični) pristop k politični ekonomiji in kritična teorija družbe kot takšna sta skozi zgodovino spadala med temeljne pristope k neafirmativnemu raziskovanju komuniciranja in medijev.⁷⁷ Ta pristop je vpliven na vseh področjih raziskovanja, med drugim tudi (ali še posebej) pri vprašanjih, povezanih z občinstvi in z njihovim poblagovljenjem. Hanno Hardt (1992, 27) je kot eden ključnih avtorjev kritične komunikologije na primer poudarjal, da »marksizem nudi koherentno teorijo družbenih sprememb, ki bazira v zgodovini, in je zavezan premisleku o totaliteti kulturnih, političnih ter ekonomskih izkušenj.« Podrobneje se z odnosom med kritično teorijo, marksizmom in komunikologijo soočam v nadaljevanju, predvsem v poglavju o politični ekonomiji komuniciranja (poglavje 4).

⁷⁶ Najpogosteje se njegovo pisanje deli na (ideološko) mladostno in zrelo (znanstveno) obdobje. Med njima naj bi obstajal epistemološki prelom (to znano delitev je vpeljal Althusser), vendar je na primer po mnenju Barbaleta (1983) bilo teh preskokov in sprememb v Marxovem mišljenju bistveno več, ne le ena. Osebnostno se mi zdi relevantnejše ločevanje na različne tipe spisov (novinarske, politične, političnoekonomske, zgodovinske itd.), ki več kot očitno uporabljajo različne pristope, kot pa omenjena delitev na »znanstvenega« in »ideološkega« Marxa, ki se mi zdi zgrešena.

⁷⁷ Glej med drugim Mattelart in Siegelau (1979), Splichal (1981), Hanno Hardt (1992), Vreg (1992), Wasko (2005), Artz, Macek in Cloud (2006), Kumar (2006), McChesney (2007), Fuchs (2008; 2011a), Babe (2009), Christians *in drugi* (2009, 179–195) ter Mosco (2009, 1. pogl., 54–58). Velik vpliv na razvoj kritične komunikologije so imeli tudi pragmatisti (glej Czitrom 1982; Hanno Hardt 1992).

3 Blagovna forma, poblagovljenje in strukturne transformacije kapitalizma

»Poznajo ceno vsega in vrednost ničesar.«

Oscar Wilde

Naraščajoči pomen vprašanj in dilem, povezanih s procesi poblagovljenja, je opazen tako v vse pogostejših laičnih kot v znanstvenih zapisih, ki se ne pojavljajo več izključno na obrobjih znanosti.⁷⁸ Komodifikacijo oziroma poblagovljenje⁷⁹ pri tem pogosto zamenjujejo termini, ki se zaradi pomanjkljivega razlikovanja in teoretske utemeljitve dojemajo kot enakovredni temu pojmu. Ne glede na izrazoslovje za večino analiz te vrste velja, da kot eno ključnih težav postmoderne družbe izpostavljajo naraščajočo podrejenost različnih družbenih sfer in področij denarju. Martin (2002) te prodorne procese na primer pojmuje kot financiacijo vsakdanjega življenja. Zaradi nje so posamezniki zmeraj bolj prisiljeni v podrejanje tržni ekonomiji, kjer je denar tako sredstvo kot (edini) cilj človeškega obstoja. Življenja številnih ljudi se danes posledično spreminjajo v neskončno šolo podjetništva (prav tam, 3–5). Financiacija se je po Martinovem mnenju razširila v življenjske aktivnosti skoraj vseh ljudi in s tem eksplodirala onkraj korporativnega sveta, na katerega je bila omejena v preteklosti. Ta nova prodorna logika naj bi spreminjala človeške odnose in zaradi nje so se poprej nepoznane navade normalizirale. V hiperkompetitivnem svetu se je pričelo življenje opredeljevati kot posebna osebna podjetja, posamezniki pa so ga prisiljeni kot takšnega tudi dojemati, če hočejo biti uspešni v obstoječem družbenem kontekstu. Na vsakem koraku je namreč potrebno iskati priložnosti za ustvarjanje denarja, to pa je logiko merjenja in računovodstva vpeljalo v vse pore človeških življenj. »Brez pomembnega kapitala se od ljudi

⁷⁸ To poglavje sem (od podpoglavij 3.1 do 3.3.1) v delno spremenjeni obliki objavil v angleškem jeziku, in sicer v posebni številki revije *tripleC: Cognition, Communication, Co-operation*, naslovljeni *Marx is Back: the Importance of Marxist Theory and Research for Critical Communication Studies Today* (let. 10. št. 2) (glej Prodnik 2012a). Številko sta uredila Christian Fuchs in Vincent Mosco.

⁷⁹ Namesto pri nas pogosto uporabljenega termina *komodifikacija*, ki je slovenjen iz angleške besede *commodification*, v nadaljevanju uporabljam termin *poblagovljenje*. Angleški termin *commodity* (iz katerega izhaja izraz *commodification*, ki se prvič pojavi v sredini dvajsetega stoletja), se prvič pojavi na prehodu v šestnajsto stoletje in je izpeljan iz besede *commodité*, ki je bila v uporabi v srednjeveški francoščini, le-ta pa izhaja iz latinske besede *commoditas*. Termin označuje nekaj, kar je prikladno, pravočasno, pripravno in uporabno, kar zelo primerno pojasnjuje širšo vlogo blaga v družbi (glej posebno podpoglavje o blagovnem fetišizmu; ob pripravnosti blaga, ki je zmeraj na dosegu roke, se pogosto namreč pozabi kje in v kakšnih pogojih blago nastaja). Zaradi tega bi skozi besedilo bila smiselna uporaba termina *komodifikacija*, saj se ta izvorni pomen s terminoma *blago/poblagovljenje* v veliki meri izgubi. Del pomena, ki ga je beseda nosila v latinščini, se je namreč ohranil v slovenski besedi *komod*, ki med drugim označuje 'nekaj, kar je lagodno'. Izraz *komodifikacija* je sicer mogoče razčleniti na *commodum facere*: 'napraviti nekaj prikladno, pripravno, prilagojeno, ugodno, obzirno' (avtorica tega pojasnila je Barbara Šega Čeh, ki se ji za korespondenco na to temo in pomoč najlepše zahvaljujem). Vendar se z uporabo termina *komodifikacija* pojavi težava, ker v slovenskem jeziku ne gre za neposredno izpeljavo iz osnovnega termina (*blago*), s takšnim ločevanjem pa hitro pride do zmede (za termin *blago* seveda ni mogoče sloveniti z besedo *commodity*, saj se beseda *komod* navezuje na drugačni pomen).

pričakuje, da razmišljajo kot kapitalisti,« poudarja Martin (2002, 12). Pri tem je pomembno, da si financializacije nihče ni nujno izbral z avtonomno odločitvijo, vendar kljub temu vodi v odpravo starih družbenih razmerij in v spremembe tega, kako se kot posamezniki opredeljujemo do družbe in kaj kot državljani pričakujemo od svojih političnih predstavnikov.

S temi relativno novimi procesi se pojavljajo številna moralna vprašanja, ki jih Sandel (2012) primerno nakazuje z vprašanjem: »Česa denar ne more kupiti?« Danes lahko namreč skoraj vsako stvar kupimo in prodamo. Trg in tržne vrednote so pričele vladati nad človeškimi telesi in življenji, ekonomika pa postaja prevladujoče področje. V zadnjih desetletjih se je trg razširil v vse življenjske sfere, tudi tja, kamor naj ne bi spadal. Prodira namreč na vse ravni človeških teženj in prizadevanj. »Poblagovljenje vsega je izostrilo ost neenakosti,« meni Sandel (prav tam, 9). Denar je postal še pomembnejši kot poprej, pri čemer je ključno, da je tendenca trga »pokvarljivost«. S tem, ko se nekatere reči spremenijo v blaga, se namreč pokvarijo in razkrojijo: »Ko se odločimo, da so določene reči lahko kupljene in prodane, se vsaj implicitno odločimo, da jih je primerno obravnavati kot blaga, kot instrumente profita in uporabe.« (Sandel 2012, 9) Podobno kot Martin tudi Sandel (prav tam, 5) ugotavlja, da do te zgodovinske točke nismo prišli prek kakršne koli namerne odločitve.

Ugotovitve Martina in Sandela niso daleč od generalizacije, ki jo je že v sredini osemdesetih let prejšnjega stoletja zastavil Herbert Schiller (1984, XIV). Ugotavljal je, da je »prežemanje korporativnega gospostva in korporativnega razmišljanja danes tako ekstenzivno, da je računica poslovnega delovanja postala skorajda samodejna mera posameznega cilja in dosežka.« Zgodovina teh procesov je torej v resnici zelo dolga in sega precej dlje od konca dvajsetega stoletja, ko je nanj postal pozoren osrednji tok družboslovja.

Poblagovljenje je eden izmed ključnih procesov pri ekspanziji kapitalizma. Gre za pojem, ki je močnejši, globlji in v podrobni analizi kapitala tudi konsistentnejši, kot so na primer pojmi potrženja, marketizacije, komercializacije, financializacije ali opazke o podrejanju življenja denarju. V večini primerov gre pri teh pojmih za evfemizme, ki ne razkrivajo ali pa celo poskušajo prikriti dejstvo, da je blago osnovna »enota« kapitalizma. Analiza in opazovanje družbe je z uporabo teh evfemističnih pojmov zato pogosto samo površinsko. Prej kot *vzroki* se z njimi preučujejo *posledice* mehanizmov, ki so del temeljnih struktur kapitalizma. V skladu s kritiko politične ekonomije je blagovna forma namreč tesno povezana s celotnim akumulacijskim procesom, torej ne le s sfero potrošnje ali blagovne menjave, ki obstajata na površini kapitalističnih odnosov (trg blaga), ampak tudi z distribucijo in predvsem s proizvodnjo. Pričujoče poglavje bo zato služilo podrobnejši razjasnitvi tega ključnega pojma, ki sem ga opredelil kot rdečo nit svoje raziskave v disertaciji.

Namen tega poglavja je po eni strani predstavitev osnovnih značilnosti blagovne forme in poblagovljenja, po drugi strani pa me bo zanimalo, kako je ta proces analiziran v nekaterih temeljnih delih kritične teorije. S tem imam v mislih tako Marxova dela, v katerih je bila blagovna forma brez dvoma prvič podrobno analizirana in kontekstualizirana, kot tudi dela avtorjev, ki so mu v večji ali manjši meri sledili. Med drugim me bo zanimalo, kakšne so po mnenju avtorjev osrednje posledice globalne univerzalizacije blagovne forme za družbo in družbene odnose v njej. Čeprav ne gre preprosto odsloviti moralnih vprašanj, ki se odpirajo z naraščajočim poblagovljenjem (omenjal sem jih zgoraj), moje zanimanje v disertaciji ne bo osredotočeno na njih. Ne le zato, ker je na te procese nujno iskati politične rešitve in odgovore (ne moralnih), ampak predvsem zato, ker odgovarjanje na moralna vprašanja ni osrednja naloga politične ekonomije. Kljub temu ni mogoče spregledati, kakšne so družbene posledice teh procesov.

V nadaljevanju bom najprej predstavil, kako je blagovno formo v svojem opusu analiziral Marx in kako ta analiza sovпада s širšimi zgodovinskimi transformacijami in z vzpostavljanjem kapitalistične družbe. V drugem podpoglavju bom to razpravo razširil in podrobneje analiziral, kako so te procese obravnavali avtorji, ki so sledili Marxu, in kakšne zaključke je mogoče povleči iz Marxovih ugotovitev. To mi bo pomagalo razjasniti vlogo, ki jo igra poblagovljenje pri vzpostavitvi blagovnega fetišizma. Ta teorija odpira pot eni od možnih teoretizacij ideologije. Pri tem bom izpostavil vlogo anonimnih mehanizmov blagovne menjave v kapitalističnih medijskih in kulturnih industrijah, ki pomembno vplivajo, da te institucije v družbi posredujejo in reproducirajo prevladujočo ideologijo. Ob tem poudarjam, da blagovna menjava tudi ključno prispeva k človeški individualizaciji.

V tretjem delu tega poglavja bom pokazal, da prihaja do globalnega poblagovljenja vsega, vendar ti procesi niso preprosto posledica »normaliziranega« delovanja kapitalizma, ampak jih je pogosto potrebno zagotavljati z ekstraekonomskimi posegi. Trg namreč ne uspe zmeraj širiti poblagovljenja z lastno logiko delovanja, ampak so ti procesi odvisni od političnih posegov, ki omogočijo vzpostavitev moderne zasebne lastnine in prvotno akumulacijo. Slednjo je v nasprotju s tradicionalnimi opredelitvami potrebno dojemati kot permanenten proces, ki je še danes tesno povezan s privatizacijami in s kolonizacijo nepoblagovljenih področij. To velja tudi za dolgo revolucijo spreminjanja kulture, kreativnosti, informacij in komunikacij v posebne oblike blaga. Ta področja in kategorije postajajo temeljnega pomena v – kakor bi lahko dejali – informacijsko-komunikacijskih kapitalističnih družbah. V četrtem delu tega poglavja obravnavam vzpon teh oblik blaga v kontekstu zgodovinskega razvoja kapitalizma. Zanimalo me bo tudi, kako je ta tema

obravnavana v kritičnih komunikoloških študijah, še posebej v kritiki politične ekonomije komuniciranja. To bo pomembno v nadaljevanju disertacije, saj se bom v tem poglavju osredotočil predvsem na značilnosti komunikacijskih vrst blaga. V nekaterih lastnostih se namreč razlikujejo od »oprijemljivih« vrst blaga, značilnih na primer za industrijski tip kapitalistične proizvodnje. Pri tem je pomembna predpostavka, da igra komuniciranje vedno pomembnejšo vlogo v postfordističnem kapitalizmu. Komuniciranje se širi, nastaja in izvira iz vseh kotičkov družbenega tkiva, to pa se zdi še posebej pomembno v obstoječi zgodovinski dobi, za katero se dozdeva, da je popolnoma prežeta s komuniciranjem na vseh ravneh človeškega in družbenega življenja (kar nakazujejo tudi teorije o družbeni mediatizaciji). Ob vseh teh spremembah je bistveno, da se komuniciranje spreminja v blago in s tem tvori novi vir in sredstvo kapitalistične akumulacije. V pomoč pri pojasnjevanju teh sprememb na koncu četrtega podpoglavja vpeljujem pojem *pronicajočega poblagovljenja*.

V zadnjem, petem delu tega poglavja, obravnavane teme umeščam v širši kontekst strukturnih transformacij kapitalizma in družbenih perturbacij, ki so se odvijale v zadnjih petih desetletjih. Raznolike, a vzajemno povezane transformacije na politični, ekonomski, kulturni in tehnološki ravni so povzročile kvalitativni preskok na vseh omenjenih družbenih ravneh, zaradi česar je prišlo do občutnih sprememb v obstoječi zgodovinski dobi, in sicer glede na predhodna družbena obdobja. Čeprav je procese v teh področjih družbe mogoče analitično ločevati, kar je storjeno v pričujočem besedilu, so dialektična razmerja in povezave med njimi, ki so skupaj vodile v te spremembe, potrebno premisliti skupaj. Ti širši strukturni prehodi in transformacije mogoče nakazujejo paradigmatški premik v povsem globalno stopnjo kapitalizma, v kateri potekajo neposredne ekonomske povezave in ostale oblike odvisnosti na globalni ravni. V tem kontekstu je mogoče pisati o globalnem imperialnem vladovanju (politična raven), postfordistični fleksibilni proizvodnji, vzponu nematerialnega dela in financiaciji globalnega kapitalizma (materialna, političnoekonomska raven), postmodernizaciji kulture in potrošnje (kulturna raven) in svetovni povezanosti z globalnimi informacijskimi in s komunikacijskimi digitalnimi tehnologijami (tehnološko-komunikacijska raven). Če pojem *pronicajočega poblagovljenja* nudi obliko zelo omejenega vpogleda v spremembe, ki so se s širitvijo blaga v vse pore človeških življenj dogajale v zadnjih desetletjih, z analizo zelo konkretnih sprememb na makroravni v tem zadnjem delu podajam še drugo možno plat večplastnih družbenih transformacij. Ekspanzija poblagovljenja na vsa področja življenja ob tem nakazuje, da kapital ljudi ne izkorišča več samo v ozko dojetem proizvodnem procesu, ampak tudi v sferi reprodukcije. Le-to poizkuša kar se da podrobno nadzorovati in z njo upravljati.

3.1 Vloga blagovne forme pri Marxu

Blagovna forma⁸⁰ in poblagovljenje sta igrali pomembno, a pogosto spregledano vlogo v kritičnih študijah kapitalističnih družb. Avtorji, kot so Adorno (1991/2001), Debord (1999, 2. pogl.), Lukács (1971), Sohn-Rethel (1972; 1978), Mattelart (1978), Mosco (1989; 2009), Dyer-Witheford (1999), Wallerstein (1983, 1. pogl.), Murdock (2000; 2005a), Huws (2003), Postone (1993/2003) in Dan Schiller (1988; 2007), so velik del svoje pozornosti namenili tako imenovani »celični formi« kapitalizma, kot je v svojih besedilih Marx označil blagovno formo. V Marxovem kategorialnem aparatu predstavlja blago eno temeljnih točk: ključno vlogo je igralo skozi večino njegovega teoretskega opusa, od zgodnejšega pisanja o politični ekonomiji do njegovih poznejših pojmovanj, ki vključujejo celostni razvoj te kategorije in njeno vlogo pri konstituciji in reprodukciji kapitalističnih družb ter kapitala.⁸¹

Celo za obdobje postmoderne lahko brez dvoma trdimo, da je proces poblagovljenja eden temeljnih predpogojev za obče ohranjanje kapitalističnih družbenih odnosov ter nadaljnjo ekspanzijo kapitala v nove prostore in sfere. Zgodovinsko gledano so procesi spreminjanja praktično *česar koli* v privatizirano obliko (fiktivnega) blaga, ki ga je mogoče izmenjati na trgu, potemtakem ključnega pomena tako za vzpon kot za nadaljnjo reprodukcijo in ekspanzijo kapitalizma. Samo prek proizvodnje blaga, namenjenega menjavi na trgu, lahko namreč kapital ekstrahira presežno vrednost iz dela (Huws 2003, 61; Marx 1976/1990).

Po mnenju Lukácsa (1971) ni bilo naključje, da je Marx svoja temeljna dela pričenoval z analizo blaga, ko se je odločil, da bo razgrnil totaliteto kapitalistične družbe. Probleme, povezane z blagom, bi namreč morali dojemati kot »osrednji, strukturni problem kapitalistične družbe v vseh njenih vidikih.« (Lukács 1971, 83) Blaga torej ne smemo dojemati niti v izolaciji niti kot središčni problem izključno »ekonomije«. To posledično pomeni, da je to temo težko ignorirati, ko se soočamo s kritiko *realno obstoječih* družbenih odnosov.

Za Marxa (1976/1990, 90) je blagovna forma, ki je proizvod abstraktnega človeškega dela (obe kategoriji sta zgodovinsko vezani na kapitalistično družbo), ena od ekonomskih celičnih form obstoječe zgodovinske dobe. Te osnovne kategorije so mu omogočile, da je analiziral kapitalizem v njegovi najabstraktnejši formi in obenem na najbolj temeljni ravni. Marx je, kot že omenjeno (glej poglavje 2), abstrakcijo dojemal kot osrednji (in morda celo

⁸⁰ Sohn-Rethel (1978, 17) je podrobneje analiziral pojem *forma*. Poudarja, da je le-ta specifični za marksizem, obenem pa je časovno vezan: »Izvira, odmira in se spreminja s časom.« (prav tam) Po njegovem mnenju to ločuje Marxa in njegovo dialektično misel od ostalih paradig in šol mišljenja. Za Jamesona (2011, 35) beseda »forma« preprečuje postvarjenje denarja, menjalne vrednosti (itd.), saj gre pri teh kategorijah najprej in najpomembneje za družbene odnose.

⁸¹ Glej Marx in Engels (1976; 1987), Marx (1973/1993; 1976/1990); tudi Barbalet (1983, 90–91) in Murdock (2006a).

edini mogoči) način znanstvene analize družbe, ki skupaj z dialektiko omogoča raziskovalcu, da gre onkraj zunanjega videza reči.

Osrednja vloga blaga je razvidna od Marxovih zgodnejših del o politični ekonomiji do njegovih poznejših besedil. Številni avtorji, ki so mu sledili, so – podobno kot on – izpostavljali, da gre za ključno startno točko pri analizi kapitalistične družbe.⁸² V zgodnjih delih, na primer v *Bedi filozofije* (Marx v Marx in Engels 1976, 105–212), se je Marx osredotočil na uporabno in predvsem menjalno vrednost blaga, pri čemer je slednjo dojemal kot neizogiben del proizvodnje blaga v družbah, v katerih proizvajalci menjajo proizvedena blaga. V približno tem času je definiral zakon vrednosti, ki naj bi ga determiniral delovni čas, nerazdružljivo povezan z blagom. V tem obdobju je Marx še zmeraj pisal o delu, nedelovni zmožnosti in delovni moči, kar sta natančnejši pojmovanji, ki ju je vzpostavil kasneje (ko postaneta ključni »sestavini« blaga abstraktno delo in abstrakten čas). Vložen čas dela je v tem zgodnjem pojmovanju mera vrednosti in delo je, kot je poudarjal sam Marx (prav tam, 130), samo postalo blago: *delo kot blago*, ki je kupljeno in prodano na trgu. Ko prihaja do menjave dveh reči (blag), potemtakem prihaja do menjave enakih količin dela oziroma natančneje do menjave delovnega časa, ki je nerazdružljivo povezan z blagom (prav tam, 126). V tem času je zapisal: »Čas je vse, človek ni več nič, kvečjemu je utelešenje [*Verkörperung*] časa. Kvaliteta postane nepomembna. Kvantiteta sama odloča o vsem. Uro za uro, dan za dnem.« (prav tam, 127) Gre seveda za zgodovinsko posebnost kapitalističnih družb in ne, kot so verjeli nekateri avtorji (med njimi tudi Proudhon), za večno resnico.

Murdock (2006a, 3) omenja, da je že v času, ko je napisal *Bedo filozofije*, Marx identificiral »poblagovljenje kot osrednjo gonilno silo, ki poganja ekspanzijo kapitalizma.« Po njegovem je bilo le vprašanje časa, preden se bodo vse reči, od fizičnih do moralnih, ki se morda poprej v zgodovini človeštva nikoli niso kupovale ali prodajale, znašle na trgu (prav tam; Marx in Engels 1976, 113). Vlogo blagovne forme v kritiki politične ekonomiji lahko torej le stežka precenimo celo v Marxovih zgodnjih delih. Že takrat je bila dojeta kot nujno potrebni del kapitalizma, kot kri v njegovem akumulacijskem ciklu in kot temeljna sestavina njegove nadaljnje reprodukcije.⁸³ To istočasno pomeni, da je v resni kritiki kapitalizma analiza in kritika blagovne forme neizogibna. Ta kritični tok misli so pomembno nadgradile kritične medijske in komunikacijske študije, predvsem avtorji, ki so sledili Smythu (glej 1977b; 1981b; Jhally 2006, 3. pogl.; Mosco 2009; Fuchs 2012a). Za Mosca (2009, 129, 7.

⁸² Glej na primer Lukács (1971), Sohn-Rethel (1978), Postone (1993/2003), D. Schiller (2007).

⁸³ Opredeljevanje blaga kot krvnih celic v kapitalističnem akumulacijskem ciklu ni nujno le analogija ali metafora. Kot v analizi prvotne akumulacije poudarja Marx (1976/1990, 920), je velik del kapitala dejansko povezan s prelivanjem krvi. To se vsaj posredno dotika blagovnega fetišizma, s katerim se ukvarjam v nadaljevanju.

pogl.) je bil proces poblagovljenja, ki ga definira kot »proces transformacije uporabnih vrednosti v menjalne vrednosti«, na primer eden osrednjih procesov, ki tvorijo mogočo začetno točko politične ekonomije komuniciranja.

Čeprav je Marx analiziral blago že v svojih zgodnjih delih, je šele v poznejšem obdobju izgradil natančen pregled vloge, ki jo ima ne le v reprodukciji kapitalizma, ampak tudi družbenega življenja kot takšnega. Njegov morda najpodrobnejši vpogled je v *Prispevku h kritiki politične ekonomije* (glej Marx v Marx in Engels 1987, 257–417), ki je bil napisan med leti 1858 in 1859 ter je služil kot temelj za njegovo natančnejšo elaboracijo blaga v prvi knjigi *Kapitala* (Marx 1976/1990). V teh dveh delih je ta celična forma kapitalistične ekonomije razgrnjena v celoti, vključno z abstraktnim delom, iz katerega izhaja menjalna vrednost blaga, in konkretnim delom, ki lahko proizvede neskončne raznolike uporabne vrednosti in ki je vir dejanskega materialnega bogastva. Tako menjalna vrednost oziroma preprosto vrednost in abstraktno delo sta *zgodovinski* celični formi, ki sta nujna sestavna dela blagovne forme,⁸⁴ vse te kategorije pa tvorijo osnovo kapitalistične ekonomije v najabstraktnejšem smislu. Po Marxu (Marx in Engels 1987, 277) je ključna razlika med abstraktnim in konkretnim delom v tem, da je »delo, ki predpostavlja menjalno vrednost, *abstraktno univerzalno* [*allgemeine*] in *uniformno* delo,« medtem ko je »delo, ki predpostavlja uporabno vrednost, konkretno in posebno delo, ki obsega neskončne variacije dela v oziru do forme in materiala [*Stoff*], na katerega je aplicirano.« Povedano drugače: abstraktno delo je družbeno uporabno delo, a je brez posebne uporabne vrednosti za posameznika. Po Marxu (prav tam, 286) »univerzalno družbeno delo posledično ni gotova predpostavka [*Voraussetzung*], ampak nastajajoči rezultat;« v blagu namreč obstaja le v latentnem stanju in postane univerzalno šele prek menjalnega procesa (glej Heinrich 2012, 52–55). Heinrich (prav tam) zato poudarja, da je zelo problematična pogosta predpostavka, da se za Marxa vrednost blaga vzpostavlja v proizvodnem procesu (gre za proizvodno teorijo vrednosti), saj mora sočasno vstopati v sfero cirkulacije. Vrednost dejansko obstaja le znotraj (menjalnega) razmerja in podobno velja za blago: »Proizvod dela, preučevan v izolaciji, ni niti vrednost niti blago.« (Heinrich 2012, 53)

Na tem mestu velja omeniti, da sta predmet preučevanja politične ekonomije le abstraktno delo in (menjalna) vrednost, vsa blaga, dojeta kot menjalne vrednosti, pa so »samo določene kvantitete [*Maße*] *strjenega* [*festgeronnener*] *delovnega časa*.« (Marx v Marx in Engels 1987, 272, avtorjev poudarek). Prav na tej podlagi je Marx (1976/1990, 352) kasneje

⁸⁴ Prav zato, ker je abstraktno delo značilno le za kapitalizem, obenem pa je temeljnega pomena za njegovo funkcioniranje, sta Marcuse (2004, 270–276) in Postone (1993/2003) pozivala k *odpravi dela* (kot ga poznamo v kapitalističnih družbah).

lahko zapisal, da so »trenutki elementi profita.« To se je natančno pokazalo v Tayloristični menedžerski doktrini, ki je v industrijskem proizvodnem procesu upravljanje s časom analizirala in optimizirala v najmanjše podrobnosti.

Posebej pomembno je, da je »menjalna vrednost odnos med osebami; ampak k temu je potrebno dodati, da gre za odnos, ki je skrit za stvarnim [*dinglich*] zastorom [*die Hülle*].« (Marx v Marx in Engels 1987, 276) Ta trpežna mistifikacija je ena najpomembnejših premis, ki jih predpostavlja Marx; na njej izgradi teorijo blagovnega fetišizma. A njeno bistvo je razvil že v *Prispevku h kritiki politične ekonomije* (izdanem leta 1859):

»Značilna poteza dela, ki vzpostavlja menjalno vrednost, je, da povzroča, da se družbeni odnosi med posamezniki prikazujejo tako rekoč sprevrženo, in sicer kot družbeni odnosi med stvarmi. [...] Zgolj zaradi navade vsakdanjega življenja se zdi trivialno, kot bi bilo samoumevno, da družbeni proizvodni odnos zavzame obliko predmeta, tako da se odnos med ljudmi v njihovem delu kaže kot odnos, v katerem stvari občujejo med sabo in z ljudmi. V blagu je ta mistifikacija še zelo preprosta. Vsem se bolj ali manj zdi, da je odnos blaga kot menjalnih vrednosti v resnici odnos oseb do njihove vzajemne proizvodne dejavnosti. V višjih proizvodnih odnosih ta videz preprostosti izgine. Vse iluzije monetarnega sistema izvirajo iz tega, da se denarju ne pozna, da predstavlja družbeni proizvodni odnos, temveč se pojavlja v obliki naravne reči z določenimi lastnostmi.« (Marx v Marx in Engels 1987, 275, 276)

Iz teh ugotovitev izhajajo številne posledice. Ena osrednjih je, da obstaja v obstoječi zgodovinski dobi, ki ji vlada blagovna menjava, realna abstrakcija na ravni vsakdanjega življenja. Poleg miselne abstrakcije, ki je po Marxu potrebna za razumevanje kapitalizma, obstaja neprestani proces realne abstrakcije (na primer blagovne abstrakcije), ki omogoči menjalno vrednost in s tem vzpostavi ekvivalenco (enakovrednost) med faktično različnimi blagi, kar je predpogoj blagovne menjave. »Gre za abstrakcijo, ki se v družbenem proizvodnem procesu izvaja vsakodnevno,« poudarja Marx (prav tam, 272). Redukcija različnih oblik uporabnega dela v homogeno abstraktno delo je na primer neizogibna, saj omogoči monetarno menjavo med raznolikimi uporabnimi vrednostmi, ki so neločljive povezane z različnimi vrstami blaga.

Druga pomembna posledica teh ugotovitev se kaže pri načinu vzpostavljanja družbenega življenja v obstoječih kapitalističnih družbah. To je posebej opazno pri širši družbeni vlogi blaga in pri vzpostavitvi blagovnega fetišizma, obenem pa pri vlogi, ki jo pri individualizaciji človeških bitij igra menjava blaga (kar vpliva na razvoj instrumentalne racionalizacije). S temi vprašanji se natančneje ukvarjam v naslednjem podglavju.

3.2 Poblagoavljenje in individualizacija: zgodovinske transformacije in blagovni fetišizem

»Kar je odprto v kapitalizmu, je njegova dinamika ekspanzije (akumulacije, apropiacije, imperializma). Ampak ta dinamika je tudi obsodba in nujnost: sistem se ne more ne širiti; če ostane nespremenjen, stagnira in umre; nadaljevati mora z vsrkavanjem vsega na svoji poti.«

Fredric Jameson (2011, 146)

Blago je mogoče opredeliti kot določeno reč, namenjeno menjavi, ki je bila z namenom menjave tudi proizvedena. Samo v kapitalizmu bogastvo prevzema formo *zbirke blag* in le v kapitalizmu je blago *elementarna forma bogastva* (Heinrich 2012, 39–41). Posamezna dejanja menjave se odvijajo v vseh človeških družbah, a specifična značilnost kapitalistične družbe je, da je mogoče na trgu menjati skorajda vse (prav tam, 41). Za razliko od vsebine določene reči, ki je njena »naravna forma« oziroma materialna kompozicija, je ključni del *reči kot blaga* njena družbena oziroma ekonomsko določena forma. Kot poudarja Dan Schiller (2007, 21), je blago »vir, ki je proizveden za trg s strani meznega dela,« in nepomembno je, ali je »otipljiva dobrina ali storitev, ki lahko izgine, če je univerzalno vabljava ali splošno ozmerjana, potrošniški proizvod ali proizvodna dobrina, blago vsebuje različne povezave s kapitalistično proizvodnjo in, drugič, s tržno menjavo.«

Blago kot proizvod abstraktnega dela in rezultat svetovne delitve dela obsega specifične karakteristike in prek kapitalističnega trga medira med posamezniki ter njihovim zasebnim delom. V menjalnem procesu pri blagu niso pomembne njegove fizične karakteristike, ampak njegove družbeno pridobljene značilnosti: osrednji je odnos posameznega blaga do vseh ostalih blag, ki so na voljo za menjavo (kot proizvodov abstraktnega dela in istočasno različnih oblik uporabnega dela). Ta blaga tvorijo *blagovni svet*, sočasno pa prek trga vstopajo v odnos s celoto vsega družbenega dela. Odnos med različnimi blagi in ekvivalenco med različnimi oblikami dela se lahko vzpostavi le skozi trg. Ne le, da v vsakem blagu obstaja enotnost uporabne vrednosti in menjalne vrednosti, blago lahko obenem obstaja kot blago le v odnosu do ostalih blag, kar predpostavlja *niz izenačitev* (že omenjeno realno vzpostavljanje ekvivalence). Braudel (2010, 14) je v skladu s tem zapisal: »Vse kar ostaja zunaj trga, ima zgolj uporabno vrednost, vse, kar stopi skozi njegova ozka vrata, dobi menjalno vrednost.« Za Marxa (v Marx in Engels 1987, 282) je »*dejanski* odnos med blagi *menjalni proces*. To je družbeni proces, v katerega se posamezniki spuščajo neodvisno drug od drugega, ampak v

njem delujejo le kot lastniki blag; vzajemno obstajajo drug za drugega samo, v kolikor obstajajo njihova blaga, in se torej prikazujejo, kot da so dejansko zavestni nosilci menjalnega procesa.« (Marx v Marx in Engels 1987, 282) Kot je Marx (1976/1990, 164–166) ugotovil v prvi knjigi *Kapitala*, to ustvarja zelo poseben družbeni odnos, ki se vzpostavlja skozi reči in ustvarja izhodišča za blagovni fetišizem:

»Skrivnostnost blagovne oblike sestoji tedaj enostavno v tem, da zrcali ljudem družbene značaje njihovega lastnega dela kot predmetne značaje delovnih produktov samih, kot družbene naravne lastnosti teh reči, in zato tudi družbeno razmerje producentov do celokupnega dela kot neko zunaj njih eksistirajoče družbeno razmerje med predmeti. [...] To je le določeno družbeno razmerje med ljudmi samimi, ki tu zanje zadobiva fantazmagorično obliko razmerja med rečmi. [...] Ali, posamezna privatna dela se zares aktivirajo šele kot členi družbenega celokupnega dela po odnosih, v katere postavi menjava delovne produkte in prek njih producente. Le-tem se zato prikazujejo družbeni odnosi med njihovimi privatnimi deli kot to, kar so, t.j. ne kot neposredna družbena razmerja med osebami samimi v njihovih delih, temveč, nasprotno, kot stvarna razmerja med osebami in družbena razmerja med stvarmi.« (Marx 1980, 35–36, avtorjevi poudarki)

Marx ta proces imenuje fetišizem, ki »se lepi na delovne produkte, brž ko so producirani kot blaga, in ki je zato neločljiv od blagovne produkcije [proizvodnje].« (prav tam, 36) Družbeni odnosi med rečmi (blagi) torej medirajo med ljudmi, s tem pa vzpostavljajo ključno mistifikacijo družbenega življenja v kapitalizmu. Družbeni odnosi med ljudmi so premeščeni v nekaj drugega, v odnose med različnimi blagi, kar istočasno ustvarja stvarni zastor (v nadaljevanju besedila me bo to vodilo neposredno do vprašanja človeške individualizacije). Osnovna ideja za to premestitvijo je razmeroma preprosta, a kljub temu je težavnost teorije blagovnega fetišizma, kot izpostavlja Balibar (2002, 66), splošno znana. Da gre za težavno teorijo, dokazujejo predvsem njene interpretacije, ki izpostavljajo, da je zaradi te mistifikacije posameznikom v kapitalizmu vcepljena »napačna zavest« [*false consciousness*]. Marx v resnici trdi obratno: ne gre preprosto za iluzijo, ki jo je potrebno samo odstriti, blagovni fetišizem *dejansko* vzpostavlja takšne odnose, gre za realno obstoječo situacijo in *ne* samo za zaslepljenost. Ljudje namreč prav zares stopajo v odnose skozi menjavo (ki posreduje, mediira) in ne na neposredni način, nad menjavo blaga pa obenem nimajo neposrednega nadzora, podobno kot nimajo prav veliko vpliva na vrednost določenega blaga; odvisna je namreč od kompleksnih interakcij na trgu.

Pri blagovnem fetišizmu gre za nezavedno proizvedeno mistifikacijo, ki vsebuje *materialno moč*, saj je nerazdružljivo povezana z blagovno menjavo. Njena ključna posledica je, da pričnejo *reči kot blaga* vladati nad posamezniki (in ne obratno). Ključni odnosi dominacije pri Marxu torej niso nujno osebni, ampak objektivni in stvarni, saj posamezniki nujno stopajo v odnos z rečmi. Podobno tudi fetišizma potemtakem ni mogoče odpraviti s teoretsko analizo oziroma z demistifikacijo tega razmerja, ampak izključno prek odprave dejanskega materialnega razmerja, torej blagovne proizvodnje in menjave blaga (glej Heinrich 2012, 72–77; Balibar 2002, 71). Rečeno drugače: videz je mogoče ukiniti samo z ukinitvijo dejanskega družbenega razmerja in blagovne menjave (prav tam).

Eden od razlogov za težavnost te teorije je prav v tem, da ustvarja izjemno daljnosežne posledice za to, kako živimo svoja življenja v kapitalističnih družbah. Balibar (prav tam, 77) poudarja, da Marxova teorija fetišizma »ni le eden izmed vrhuncev njegovega filozofskega dela, ki je v celoti vključen v njegovo "kritično" in "znanstveno" delo, temveč je tudi ena od velikih teoretskih konstrukcij sodobne filozofije.«

3.2.1 Zgodovinske spremembe in družbeni odnosi v kapitalističnih družbah

Ključne Marxove abstraktno-zgodovinske ugotovitve, ki so bistvenega pomena za podrobnejšo analizo širših posledic poblagovljenja in vladavine blagovne forme za družbo, je na zgoščen način predstavil Hobsbawm (2011, 130–132). Celotna Marxova teorija družbene in ekonomske evolucije temelji, tako Hobsbawm, na njegovi analizi človeka kot družbenega bitja (prim. Barbalet 1983). To je mogoče videti kot osnovno Marxovo ontološko predpostavko glede človeške narave, ki je bila nakazana že v metateoretskih izhodiščih moje disertacije. Marxov precej abstraktni prikaz posameznih stopenj družbenoekonomskih formacij, kot jih opisuje v *Očrtih [Grundrisse]*, se začneja s človeškimi bitji, ki delajo v naravi, s čimer jo spreminjajo in iz nje jemljejo. Marx to dojema kot samo osnovo in »naravne« okoliščine, ki omogočajo ustvarjanje in reprodukcijo življenja posameznikov. Jemanje in spreminjanje narave je po njegovem mogoče opredeliti kot morda prvo obliko apropiacije. Slednje je kvečjemu eden od vidikov človeškega dela: materialna izmenjava med naravo in človeškimi bitji, ki je nujna za njihovo preživetje. Appropriacija je namreč izražena tudi v pojmu lastnine, ki pa se močno razlikuje od zgodovinsko specifične *zasebne lastnine*, ki je značilna za kapitalistične družbe (prav tam, 130; May 2010). Kot poudarja (Marx 1973/1993, 87, 88), je »vsa proizvodnja apropiacija narave s strani posameznika skozi in v specifični družbeni formaciji. V tem smislu je tautologija dejati, da je lastnina (appropriacija)

predpogoj proizvodnje. Ampak povsem absurdno je preskočiti od tega do specifične forme lastnine, na primer zasebne lastnine. [...] Apropiacija, ki ne spreminja nečesa v lastnino, je *contradictio in subjecto*.«⁸⁵ (Primerjaj z Marxovo zgodnejšo razpravo v Marx in Engels 1976, 197.)

Človeška bitja kot družbene živali razvijejo sodelovanje in družbeno delitev dela, pri čemer slednja ni nič drugega kot specializacija funkcij in dolžnosti. To ljudem omogoči proizvodnjo *presežka* onkraj tega, kar je potrebno za ohranjanje in reprodukcijo posameznikov in skupnosti. »Obstoj presežka in družbene delitve dela omogoči menjavo, ampak prvotno imata tako proizvodnja kot menjava za svoj cilj le uporabo.« (Hobsbawm 2011, 131) V trenutku, ko se človeška bitja emancipirajo od narave in jo pričnejo »nadzorovati« (s čimer spreminjajo tudi proizvodne odnose), se pojavijo občutne spremembe v družbenih odnosih, v katere vstopajo. Natančnejša razlaga teh sprememb je podana v nadaljevanju, a v zgodovinskem smislu so te spremembe rezultat specializacije dela in iznajdbe denarne forme oziroma denarja kot univerzalnega (menjalnega) ekvivalenta, s čimer se pojavita blagovna tržna menjava in blagovna proizvodnja. Številne spremembe, ki jih ni mogoče označiti za vnaprej determinirane, podajajo »temelj za poprej nezamisljive procese, vključno z akumulacijo kapitala.« (prav tam) V zadnji (aktualni) zgodovinski stopnji, ki se zgodi pod kapitalizmom, je delavec posledično zreduciran na nič več kot delovno moč. V proizvodnem procesu se uveljavi popolna ločitev med uporabno vrednostjo, menjalno vrednostjo in akumulacijo, kar je posebnost obstoječe (kapitalistične) zgodovinske dobe. Reprodukcijska je namreč dejansko ločena ali celo nasprotuje proizvodnji (blaga), čeprav je v predkapitalističnih družbenih formacijah v tem odnosu obstajala enotnost (Fortunati 1989, 8).

Ekonomski cilji kapitalizma so s tem radikalno drugačni od ciljev proizvodnih načinov, ki so mu bili predhodni in ki so bili primarno usmerjeni v proizvodnjo uporabnih vrednosti, povezanih z reprodukcijo človeških življenj.⁸⁶ Kot opozarja Fortunatijeva (prav tam), to pomeni, da je potrebno proizvodnjo blaga predpostaviti kot »prav tisto temeljno točko kapitalistične proizvodnje, zakone, ki ji vladajo, pa kot zakone, ki so značilni za kapitalizem.« Ključni cilj *de facto* postane neskončna akumulacija še več kapitala: akumulacija zaradi akumulacije same. Racionalna namera maksimiziranja akumulacije postane »zakon«, ki upravlja in vodi vso ekonomsko aktivnost v kapitalizmu (glej Marx 1976/1990; 1973/1993;

⁸⁵ Glej tudi Marxovo zgodnejšo krajšo razpravo na to temo v *Bedi filozofije* (v Marx in Engels 1976, 197).

⁸⁶ Tega dejstva ne izpostavljajo le politični ekonomisti z globokim zgodovinskim vpogledom, ampak tudi številni ekonomski antropologi, na primer Godelier (2006) ali Polanyi (2008).

Wallerstein 1983; Heinrich 2012, 5. pogl.).⁸⁷ Po Aminu (2009, 9–10) ta proces pomeni korenito spremembo v *vidnosti*; če je bil končni cilj proizvodnje v sistemih predhodnih kapitalističnemu transparenten, prosojen, saj so ustvarjena sredstva in dobrine v večjem delu potrošili proizvajalci sami, to za nove odnose proizvodnje ne drži več: »Ekonomske zakonitosti v reprodukciji sistema zdaj torej delujejo kot skrite objektivne sile. Neprosojna ekonomska instanca, ki postane prevladujoča, je zdaj področje, ki zahteva znanstveno analizo,« (prav tam, 10) to pa se neposredno navezuje na teorijo blagovnega fetišizma. Za Amina (2009) prehod iz predkapitalističnih v kapitalistične družbene odnose posledično nakazuje prehod iz prevlade ideološkega oziroma političnega v prevlado ekonomskega.

Trditi je mogoče, da mora že samo na ravni proizvodnih odnosov – torej tako imenovanega »ekonomskega«, pri čemer se niti ne dotikamo političnega ali kulturnega – obstajati obsežen skupek različnih kategorij, ki morajo biti razvite (in skupaj tvorijo kvalitativno družbeno spremembo), da je kapitalistična družba, kar je: od abstraktnega dela in obče ekspanzije blagovne forme, ki predpostavlja proizvodnjo z izključnim ciljem menjave (in posledično prevlado menjalne vrednosti) (glej Marx 1976/1990, 733), do ekspropriacije presežne vrednosti v proizvodnem procesu, družbene (in sčasoma svetovne) delitve dela, akumulacije zaradi akumulacije same in še ene zgodovinske novitete, neskončne akumulacije kapitala (ki jo posredno omogoči denarna forma). Da je zadnje omenjeno sploh mogoče, je pri akumulaciji kapitala obenem potrebno uvrednotenje, trajno povečevanje vrednosti kupljenega blaga, ki se odvija skozi proizvodni proces (prav tam, 711). Prav povečevanje denarja skozi uvrednotenje je za Marxa predpogoj kapitala: ne gre le za denar, ampak predvsem za denar, ki se večja skozi akumulacijski proces; denar, ki se vedno in vsakič znova vlaga, da bi prinesel

⁸⁷ Braudel (2010, 2. pogl.) je kapitalista opredelil z besedami, da je »nared za vsak dober posel, ki mu je prišel pod roke.« (prav tam, 47) Proizvaja torej izključno zaradi profita. Svoje dejavnosti takoj, ko je le mogoče, razdeli v več sektorjev in s tem omeji tveganje. Seli se po sektorjih, ki so najbolj dobičkonosni, sama vsebina menjave pa zanj nujno postane irelevantna (iz njegove perspektive je formula C-M-C' v resnici M-C-M' in končno preprosto za M-M', kot je poudarjal tudi Arrighi /2009/). »Še danes je ena njegovih največjih moči ta, da se zlahka prilagaja in preusmerja,« je menil Braudel (prav tam, 48). Marxovo (1976/1990, 254) stališče je bilo podobno. Po njegovem mnenju lahko akter deluje kot kapitalist šele, ko postane nenehno gibanje ustvarjanja profita njegov edini cilj: to je mogoče, ko je akter povsem osvobojen tako skrbi za lastno reprodukcijo kot tudi od vsebine tistega, kar proizvaja ali menja. Šele takrat je lahko usmerjen izključno v uvrednotenje kapitala. V takšnem položaju se seveda nikakor ne znajde vsak akter, zaradi česar je Braudel (2010, 46) poudarjal, da je svet blaga in menjave strogo hierarhičen – od najskromnejših poklicev na dnu do kapitalističnih velikih trgovcev (dodajmo: in proizvajalcev) na vrhu, ki so v resnici oblast in so nad konkurenčnim in transparentnim trgom. V tem se je Braudel tudi delno razlikoval od Marxove analize v prvi knjigi *Kapitala*, kjer abstraktna analiza predpostavlja smithovski konkurenčni trg. Braudelova zgodovinska analiza, ki jo prevzema tudi Arrighi (glej 2009), namreč kaže na možnost analitičnega (čeprav redkeje praktičnega) razlikovanja med dvema različnima ravnema v družbi. Na zgornji ravni je tendenca kapitala v resnici v samo eni vrsti specializacije: trgovanju z denarjem. »Naj povzamem: dve vrsti menjave; ena vsakdanja, konkurenčna, saj je bila transparentna; druga višja, zapletena, oblastna, [...] in sfera kapitalizma ni bila v prvi, ampak je bila v drugi,« pravi Braudel (glej tudi Wallerstein 1991/2001, 14. in 15. pogl.). Podobno piše Arrighi (2009, 13): »Tisto, zaradi česar je akter ali družbeni sloj kapitalistični, ni njegova nagnjenost do vlaganja v določeno blago (na primer delovno silo) ali področje delovanja (na primer industrijo). Akter je kapitalističen zato, ker ima njegov denar moč, da se sistematično in nenehno "redi" (Marxov izraz), ne glede na naravno posamičnega blaga in dejavnosti, ki so vedno le slučajno sredstvo.« Tudi za Arrighija (2009, 26) je zato »vrhni sloj "resnična domovina kapitalizma",« z Braudelom pa ga imenujeta kar »nasprotni trg«, v katerem »vlada zakon džungel«.

več denarja. Ta družbeni skupek vzajemno delujočih kategorij potrebuje specifični kapitalistični odnos, njegovo proizvodnjo in njegovo reprodukcijo: kapitalista na eni strani in mezdnega delavca na drugi (prav tam, 724).

Že površinska obravnava kapitalizma mora vključevati očiten prelom med kapitalističnim razredom in proletariatom, čeprav se v spremenjenih zgodovinskih okoliščinah to razmerje morda kaže na drugačen način, kot se je v bližnji ali daljni preteklosti. Za Lazzarata (2012) se na primer po zadnji gospodarski krizi kaže predvsem v (neoliberalnem) odnosu med upnikom in dolžnikom. A gre za odnos, ki je kvalitativno dejansko enakovreden prvo omenjenemu alternativnemu razmerju sil med lastniki in nelastniki (kapitala) (čeprav gre za različni empirični manifestaciji). Podobno velja za odnose med rentniki in tistimi, ki so rento prisiljeni plačevati, oziroma z besedami Herberta Schillerja (1973): med *tistimi, ki imajo*, in *tistimi, ki nimajo* [*haves and have-nots*], med peščico zmagovalcev in večino poražencev. V vseh teh družbenih odnosih namreč ne obstaja idilična enakost izmenjanih blag med posamezniki (kot prek preučevanja površinskih odnosov predpostavljajo idealistična liberalna teorija, pluralizem, futurizem itd.), ampak gre v samem temelju za izkoriščevalsko asimetrijo, ki bazira v (ne)lastništvu. Definicija Negrija in Hardta (2003b, 56–57) se zato zdi povsem primerna: »Pod kategorijo proletariata razumemo vse tiste, ki jih izkorišča in podjarmlja kapitalistična dominacija. [...] Različne oblike dela so tako ali drugače podvržene kapitalistični disciplini in kapitalističnim produkcijskim [proizvodnim] odnosom. Proletariat kot razred določa dejstvo, da je znotraj kapitala in ga vzdržuje.«⁸⁸

Omenjena družbena delitev med kapitalom in proletariatom je najpogosteje označena kot Marxova razredna teorija, čeprav bi jo težko opredelili za teorijo v polnem pomenu te besede (glej Heinrich 2012, 91–92). V njegovem primeru je termin *razred* namreč rezerviran preprosto za družbeni položaj znotraj družbenega proizvodnega procesa: obstaja razlika med lastniki proizvodnih sredstev in tistimi, ki si jih ne lastijo in jim je neposredni dostop do njih onemogočen (od njih so ločeni).⁸⁹ Ta temeljna ločnica se vzpostavi predvsem s procesi tako

⁸⁸ Politično teorijo multitudine Negrija in Hardta se pogosto napačno označuje za pristop, ki nasprotuje razrednim teorijam (ali pa, da gre za teorijo, ki je alternativna in s tem v konfliktu z marksističnimi teorijami razreda), čeprav avtorja izhajata iz Marxa in tudi zelo jasno in na več mestih zapišeta, da je multituda razredni pojem (glej npr. Negri in Hardt 2005, 108). V *Multitudi* tako na primer poudarjata, da povsem drži, »da kapitalistično družbo označuje delitev na kapital in delo, na tiste, ki posedujejo produkcijsko [proizvodno] lastnino, in tiste, ki je ne; še več, da pogoji dela in življenja tistih, ki nimajo lastnine, težijo k prevzemanju skupnih značilnosti.« (prav tam, 108–109) Pomembni razlog, da so nekateri sicer kritični avtorji (kot je Gorz /1982/) v drugi polovici dvajsetega stoletja »opustili« termin *proletariat*, ni toliko v Marxovi opredelitvi te besede, kot jo podaja v *Kapitalu*, ampak prej v dejstvu, da so termin uzurpirala sindikalna gibanja, po katerih so v ekskluzivno kategorijo »proletarca« spadale le osebe moškega spola, ki so delale v klasičnem industrijskem (kapitalističnem) proizvodnem procesu. Vsi ostali so bili iz te kategorije, ki je zaobjemala le ortodoksno delo, izključeni (za feministično kritiko glej na primer Huws /2003/). V obdobju teh kritik so razpadle številne iluzije o nujno progresivni zgodovinski vlogi (prav tega) proletariata.

⁸⁹ Povsem napačna je predpostavka, da iz te delitve nujno izhaja »razredna zavest«. Vsaj v Marxovih besedilih, ki se osredotočajo na kritiko politične ekonomije, gre v prvi vrsti za strukturno kategorijo. Posameznik seveda nima veliko izbire, če se znajde v razredu tistih, ki v kapitalizmu nimajo dostopa do proizvodnih sredstev. Ne gre za subjektivno izbiro (oziroma gre

imenovane primitivne oziroma prvotne akumulacije. Gre za ekstraekonomski proces, ki nima veliko s tem, kako naj bi se ekonomija v kapitalizmu »normalno« reproducirala. Podrobneje se mu posvečam v nadaljevanju tega poglavja (poglavje 3.3). Prav procesi prvotne akumulacije in sorodna dejanja ločevanja proizvajalcev od proizvodnih sredstev omogočajo ograjevanje skupnega in ekspropriacijo navadnih ljudi, izgon kmetstva iz posestev in kopičenje teh posestev ter predvsem vključitev različnih aktivnosti, področij in sfer v kapitalistični krogotok.⁹⁰ Ti kompleksni procesi so vodili v ustvarjanje delovne moči kot blaga in širitev mezdnega dela, ki je ključnega pomena za obstoj kapitalistične proizvodnje – dejansko je njen predpogoj.⁹¹ Učinkovito namreč onemogoča dostop do proizvodnih sredstev in posledično do sredstev preživetja, zaradi česar so posamezniki hočeš/nočeš prisiljeni v mezdno delo v kapitalističnem proizvodnem procesu (s čimer istočasno ustvarjajo in reproducirajo prav to konstitucijo družbe). Liberalno-demokratska moralna utopija J. S. Milla, ki je vsakega delavca hotela pretvoriti v kapitalista (glej Macpherson 1973, 172–178), je zaradi tega izven teoretskih abstrakcij *de facto* neuresničljiva. Po Duménilu in Lévyju je prav to podlaga za razlikovanje med temeljnima pojmomoma ter s tem tudi perspektivama – med evfemističnim tržnim gospodarstvom in kapitalizmom:

»Medtem ko tržno gospodarstvo namiguje na idealiziran svet menjav med zasebnimi gospodarskimi akterji, izraz kapitalizem poudarja koncentracijo lastništva nad proizvodnimi sredstvi v rokah nekaj ljudi, ki jim stoji nasproti množica tistih, ki lahko živijo samo, če prodajo svojo delovno silo, torej v vlogi zaposlenih.« (Duménil in Lévy 2012, 1, poudarki avtorjev)

zanjo relativno redko). Bistvena razlika je torej med razredom po/na sebi in razredom za sebe (slednji vključuje t. i. *razredno zavest* oziroma organizirano politično življenje, prvi pa dejstvo podobnih življenjskih pogojev, kar je objektivno družbeno dejstvo); gre za formulacijo, ki jo uporablja Marx (glej Balibar 2002, 65) in jo je kasneje uporabljal na primer tudi Marcuse. Očitek Bourdieuja (2003, 84) o *teoristični napaki*, ki naj bi jo našli pri Marxu, »da razrede na papirju obravnava kor realne razrede,« je spričo tega močno problematičen. Po mnenju Bourdieuja naj bi »razrede v Marxovem pomenu« šele bilo potrebno »narediti s političnim delom, ki ima toliko več možnosti, da se posreči, kolikor bolje se oboroži s teorijo, ki je dobro utemeljena v realnosti.« (prav tam) Bourdieujevo stališče bi težko dojemali, kot da je v nasprotju z Marxovim; ključna razlika je, da razred *po sebi* za Marxa v kapitalističnih družbah realno obstaja in je odvisen od proizvodnih razmerij. Razred *za sebe* pa se mora seveda šele vzpostaviti (da že obstaja, so trdili predvsem ortodoksni tokovi marksistične misli).

⁹⁰ Z besedami Sohn Rethela: »družbo zasebne apropiacije« v nasprotju z družbami z drugačno proizvodnjo.

⁹¹ V teh večplastnih družbenih spremembah iz ene v drugo zgodovinsko stopnjo, ki jih je podrobno opisoval tudi Polanyi (2008), bi bilo seveda znanstveno nesprejemljivo spregledati na eni strani raznolikost teh procesov v različnih okoljih in po drugi strani subjektivnost posameznikov in njihovih hotenj, ki so v mnogih primerih avtonomno in zaradi lastnih ciljev ter naporov (ali pritiskov ožje okolice) prispevali k širitvi mezdnega dela (npr. težavne razmere v ruralnih predelih in na kmetijah v ožjem jugoslovanskem okolju, mikavnost mestnega življenja in drugačnega, industrijskega dela ter kasneje mogoče izobrazbe itd.); gre za široko množico različnih razlogov, ki bi potrebovali podrobnejšo empirično analizo, za katero nimam niti prostora niti ji to delo ni namenjeno. Ključni dejstvi sta: a) da se je v zadnjih stoletjih v večini »razvitih« držav razširilo mezdno delo na večino polnoletne populacije ter b) da je mezdno delo – predvsem z njim povezana ločitev navadnih ljudi od proizvodnih sredstev – temeljnega pomena za kapitalistično proizvodnjo. Kljub temu da je prodaja delovne sile za mezdo danes skorajda samoumevna, so še tekom devetnajstega stoletja s kapitalistično industrializacijo – in s tem spremenjeno socializacijo, discipliniranjem delavcev, transformacijo njihovih življenjskih vzorcev in navad ter novimi oblikami družbenega nadzora – bili v razvitih kapitalističnih državah delavski upori usmerjeni prav proti samemu mezdному procesu in »mezdному suženstvu« (glej Ewen 1976, 6–9; Thompson 2010, 6. pogl.).

Murdock (2011, 18–20) je eden od avtorjev s področja politične ekonomije komuniciranja, ki je poudarjal prav zgodovinsko vlogo ograjevanja in procesov *akumulacije kot odvzemanja* oziroma prvotne akumulacije pri pohodu občega družbenega poblagovljenja, zaradi katerega so ljudje prisiljeni prodajati svojo delovno moč za mezdo. Podobno kritičen je Jhally (2006, 47), ki dobro povzema bistvo kapitalizma: »Za kapitalizem je značilno, da so moč in nagrade vedno bolj skoncentrirane v rokah tistih, ki si lastijo proizvodnja sredstva, in sicer na račun precej večje skupine ljudi, ki si lastijo le delovno silo, ki jo prodajajo v zameno za mezdo.« Po njegovem je takšno razmerje, v katerem manjšina ohranja prevlado nad večino populacije, mogoče le na dva načina: bodisi z brutalno silo bodisi s privolitvijo vladanih, torej tako, da se večina vsaj implicitno identificira s sistemom in je prepričana, da tovrstna razdelitev moči dejansko vodi v svobodo (v tem primeru je ključna prav vloga množičnih medijev pri reprodukciji obstoječega družbenega reda).

Jasno je torej, da »kapitalizem potrebuje hierarhijo,« kot poudarja tudi Braudel (2010, 59). Vendar kapitalizem ni izumil hierarhij, ampak jih je kvečjemu uporabil. »V dolgi zgodovini je večerni obiskovalec,« nadaljuje Braudel (prav tam) in dodaja, da je prišel, »ko je bilo vse že na svojem mestu. Z drugimi besedami, vprašanje hierarhije samo po sebi ga presega, se razteza čezenj in ga vnaprej vodi. Žal tudi nekapitalistične družbe niso odpravile hierarhij.« (prav tam, 59–60)

Faktična nemožnost dostopa do proizvodnih sredstev (vedno pogosteje tudi distribucije) je ključna karakteristika proletariata. Ekspanzija kapitalizma sčasoma prispeva k zmeraj večji proletarizaciji delovne moči v tem zgodovinskem sistemu (glej Wallerstein 1983, 1. pogl.). Prodaja delovne zmožnosti na trgu je zgodovinska novost, ki jo vzpostavijo šele kapitalistične družbe (glej Polanyi 2008).⁹² V tem menjalnem odnosu ljudje prodajajo svojo delovno zmožnost v svobodni in vsaj navidezno pravični menjavi, ki poteka na trgu med kupcem (kapitalistom) in prodajalcem (delavec, proletarec) te blagovne forme. Praviloma gre za dejansko edino blago, ki si ga proletarci lastijo in ga posledično lahko prodajo: lastno telo in kapacitete, ki so temu telesu neločljive.

»Prodajalci delovne moči morajo biti legalno svobodni ljudje in prav tako morajo biti svobodni od znatne posesti, kakršnih koli proizvodnih sredstev, tako da so vodeni v prodajo svoje delovne moči. Na ta način specifični odnos med družbenimi razredi tvori osnovo kapitalističnega proizvodnega načina: po eni strani mora obstajati razred

⁹² Ni zanemarljivo, da je tovrstni razvoj potekal dolgo časa, s konstantnimi upori eksproiriranih ljudi in s poskusi vzpostavljanja alternativnih (in začasno uspešnih) modelov, ki jih je sila kapitalizma zmeraj znova odnašala; velikokrat je vodil tudi v skrajno revščino in pavperizem (glej npr. Thompson 2010, 4. in 5. pogl.).

lastnikov imetja (*lastniki denarja in proizvodnih sredstev*), na drugi strani pa mora obstajati razred delavcev, ki so v veliki meri brez lastnine, ampak formalno svobodni. Ta odnos med družbenimi razredi je mišljen, ko Marx govori ne o kapitalu, temveč o kapitaliskem odnosu.« (Heinrich 2012, 91–92, avtorjevi poudarki)

Kapitalistu je kot kupcu blagovne delovne moči v tem odnosu omogočeno samo to, da »najame« delavca oziroma natančneje njegovo zmožnost za delo, in sicer za določeno časovno obdobje.⁹³ To je istočasno eno ključnih načel liberalne politične ekonomije in liberalnega pogleda na človeško svobodo v družbi. Omogoča (vsaj na videz) svobodno menjavo med dvema strinjajočima se stranema, ki se odvije na trgu, s tem pa tudi razvoj in obstoj trga dela. V nasprotju z nekaterimi predkapitalističnim družbami v kapitalizmu torej ne obstaja osebni odnos sile oziroma zunanja prisila (Heinrich 2012, 14–15). Kot poudarja Marcuse (2004, 288–289), je dejstvo, da posameznik svobodno razpolaga s prodajo svoje delovne zmožnosti, osnovni predpogoj, da delovna moč sploh lahko postane blago. Podobno lahko po Marxovo (1976/1990, 271) delovna moč postane blago le, če jo njen lastnik ponudi na trgu kot takšno; a da to lahko naredi, jo mora imeti na razpolago, biti mora svobodni lastnik lastne delovne zmožnosti. »Za meščansko družbo je delovna pogodba,« kot poudarja Marcuse, zato samo »skrajšani izraz za to svobodo enakost in pravičnost. Ta zgodovinska oblika svobode, enakosti in pravičnosti je tedaj naravnost predpogoj izkoriščanja.« (prav tam, 288)

»Individuum je "prost". Ni je avtoritete, ki bi mu smela predpisovati, kako naj se ohrani; sleherni sme izbrati tisto delo, ki mu je všeč. [...] Toda dobrine, ki jih vsak producira, so blago, uporabne vrednote [vrednosti, op. J. A. P.] ne zanj, temveč za druge individue. Vsakdo mora zamenjevati svoje produkte za druge uporabne vrednote [vrednosti, op. J. A. P.], ki bodo zadovoljevale njegove potrebe. Z drugimi besedami, zadovoljitev njegovih potreb predpostavlja, da njegovi lastni produkti težijo družbeno potrebo. Tega pa ne more vedeti vnaprej. Šele ko prinese produkte svojega dela na trg, bo zvedel, ali je investiral družbeni delovni čas ali ne. Menjalna vrednost njegovih dobrin mu bo pokazala ali zadovoljujejo družbeno potrebo ali ne. Če jih lahko proda po svojih produkcijskih [proizvodnih] stroških ali nad njimi, je družba bila voljna oddeliti nek kvantum svojega delovnega časa za njih produkcijo [proizvodnjo], v

⁹³ Ni dovolj pogosto poudarjeno, da posamezniki kot takšni nimajo v kapitalizmu nobene (menjalne) vrednosti in je niti ne morejo imeti. Gre za blago, ki je del vsakega posameznika in vsebuje vrednost za proizvodno zmožnost oziroma delovno silo. Kapitalist si torej ne prilasti delavca kot takšnega (v tem primeru bi šlo za sužnjelastniški odnos, posameznik pa svojega dela ne bi mogel prodajati na trgu!), ampak njegovo delo. V konkretnih okoliščinah se ta menjava ne more zgoditi na noben drugi način kot med posameznikom kot zmožnostjo za proizvodnjo in kapitalom (glej Fortunati 1989).

nasprotnem primeru pa je zapravljaj družbeno nujni delovni čas ali pa ni investiral nobenega. Menjalna vrednost njegovih blag odloča o njegovi družbeni usodi.»
(Marcuse 2004, 281–282, avtorjeva poudarka)

S tem, ko kapitalist začasno kupi delavčevo delovno zmožnost, jo/ga lahko zaposli v proizvodnem procesu, kjer jo/ga lahko nadzoruje in zagotavlja, da bo delo, za katero je bila/je bil najet/najeta, opravljeno. V proizvodnem procesu delavka/delavec proizvede tako (menjalno) vrednost kot presežno vrednost. Slednja je pri tem temeljni vir kapitalistične eksploatacije,⁹⁴ istočasno pa služi nadaljnji širitvi kapitalistične proizvodnje in povečevanju akumulacije (torej največkrat tudi širitvi trgov, ekspanziji poblagovljenja itd.).

Prav na tej točki lahko zaznamo nekatere nujne meje poblagovljenja v liberalnih kapitalističnih družbah, če naj se kot takšne ohranijo. Gre za strukturne omejitve tega sistema. Čeprav je delovna moč posameznikov podrejena blagovni menjavi (za preživetje so jo praviloma prisiljeni prodajati), »posamezniki kot osebe, kot telesne in duhovne singularitete,« če si izposodim besede Godelierja (2006, 251), ne morejo prodati svojih teles (česar ne moremo trditi za vse zgodovinske družbe):

»V družbi, v kateri je mogoče skoraj vse kupiti ali prodati, se posamezniki ali osebe sami ne morejo prodajati niti jih ne more prodajati ali kupiti nekdo tretji. Seveda je mogoče prodati dele sebe [...] in ta proces razdruževanja in komercializacije

⁹⁴ Kapitalistična eksploatacija je Marxova temeljna ugotovitev, ki jo je dokazal na abstraktni ravni v prvi knjigi *Kapitala* (Marx 1976/1990, 293–306): menjava med kupci in prodajalci delovne moči je le delno pravična oziroma celo ni pravična, ampak ne na trgu, ki je površina kapitalističnega družbenega reda. Ta neenakost je razvita v proizvodnem procesu, v katerem delavec praviloma proizvede več vrednosti s svojo delovno močjo, kot pa je zanj plačan: »Vrednost delovne moči in vrednost, ki jo ta delovna moč uvrednoti [verwertet] v delovnem procesu, sta dve popolnoma različni magnitudi; ta razlika je tisto, kar je imel kapitalist v mislih, ko je kupoval delovno moč,« poudarja Marx (1976/1990, 300). To je presežna vrednost in v prvi instanci jo je potrebno misliti kot tehnični in nikakor ne kot moralni pojem, kot se ga je dojemalo (in nato uporabljalo) v različnih močno površnih branjih Marxa. Delovna moč je obenem tudi edino blago, iz katerega je mogoče ekstrahirati več vrednosti, kot pa se je zanj plačalo na trgu. Za Negrija (1984/1991, 79) se zato za hrbtom menjave dogaja kraja. Eksploatacija je s tem lahko dojeta kot neposredno politični pojem. Kapitalizem namreč bazira na permanenti kraji neplačanega dela delavcev s strani kapitala (Fuchs 2011a, 141). Nadalje: ker je delavec začasno prodal svojo delovno moč kapitalistu, preden je stopil v dejanski proizvodni proces, so proizvodi, ki jih je v tem procesu proizvedel, alienirani od njega s strani kapitalista na koncu delovnega dne (odtujenje je še eden od pojmov, ki so imeli v zgodovini marksizma pomembni vpliv, pojmovanje pa se je samo skozi Marxovo pisanje pogosto spreminjalo). Končni proizvodi delovnega procesa so potemtakem lastnina kapitalista in ne tistega, ki jih je neposredno proizvedel, torej delavca. Delavec se je pravici do proizvodov odrekal, ko je začasno prodal svojo delovno moč kapitalistu. Namesto lastništva proizvodov dobi v zameno mezdo za svoje delo, ki je nižja od vrednosti od tega, kar je proizvedel (posledica: eksploatacija). Menjava med delavcem in kapitalistom je torej *de facto* le formalno menjava enakih stvari med enakimi. Kot poudarja Fortunatijeva (1989, 9), gre v resnici za menjavo neekvivalentov med neenakimi. Marxova abstraktna argumentacija ob tem predpostavlja, da mezda, ki jo prejema delavec, ni višja od življenjsko potrebne mezde (eksistencialni minimum za reprodukcijo lastne delovne zmožnosti). Do te ugotovitve je prišel že leta 1847, ko je poudaril, da je »delo, ki je samo blago, merjeno kot takšno z delovnim časom, ki je potreben za proizvodnjo dela kot blaga. In kaj je potrebno za proizvodnjo tega dela kot blaga? Ravno prava količina delovnega časa za proizvodnjo reči, ki so neizogibne za konstantno ohranjanje dela, se pravi za ohranjanje delavca pri življenju in v stanju, da lahko širi svojo vrsto.« (Marx v Marx in Engels 1976, 125) Številni avtorji so kasneje trdili, da je to dober pokazatelj, kako je zgodovina Marxu pokazala, da se popolnoma moti. Ob tem so (najbrž namerno) pozabili, da gre za abstraktni argument, ki gradi na racionalni tendenci, kako bo kapitalist deloval. V konkretni in kompleksni družbeni realnosti so seveda poleg te na delu številne druge tendence in mehanizmi; med drugim je potrebno omeniti vsaj politične intervencije s strani države (regulacija delovnih ur, minimalna plača), ki so pogosto rezultat razrednih antagonizmov in odnosov moči v določeni družbi. Poleg tega je eksistencialni minimum v veliki meri zgodovinsko kontingenten in prav tako odvisen od razrednega boja.

človeškega bitja bi šel lahko še mnogo dlje. A posameznikovo telo ostaja njegova lastnina, lastnina, ki jo zagotavlja zakon in ki se je ne more nikoli spremeniti v blago. V naši trgovski družbi torej ni vse prodajno. [...] Tako kot so posamezniki kot osebe neodtujljivi, navzoči v sferi trgovskih menjav in obenem zunaj nje, tako je tudi ustava družbena realnost, skupno imetje, ki po svojem bistvu ne more biti proizvod trgovskih razmerij.» (Godelier 2006, 251–252)

3.2.2 Menjava blaga in družbena totaliteta

Zgoraj zapisani povzetek Marxovih izhodišč, ki nakazujejo temeljne značilnosti kapitala (in kapitalizma kot sistema), je za poznavalce njegovega dela bržkone odvečen. A je ključen za razumevanje vloge, ki jo imajo menjava, ekvivalenca in blago v njegovi širši teoretski argumentaciji. Proizvodi, narejeni v kapitalističnem proizvodnem procesu, so nujno narejeni s ciljem, da postanejo blaga in s tem namenom tudi nastajajo. Nujno morajo iz proizvodnega procesa v menjalni odnos, v katerem preidejo v odnos z ostalimi proizvedenimi blagi, kar je mogoče le prek trga. Prav to jih dela za blaga: njihove družbene značilnosti, njihova zmožnost, da so zamenjane zaradi njihove družbene zaželenosti. In vstop na trg je edini način, da »dokažejo« svojo družbeno zaželenost, da se jih proda in da je blaga tudi mogoče primerjati. V nasprotnem primeru bi šlo samo za uporabne vrednosti njihovih neposrednih proizvajalcev, celotni namen proizvodnega procesa pa bi bil preprosto na uporabnih vrednostih proizvodov.⁹⁵

Edini cilj kapitalistovega proizvodjanja in prodajanja teh proizvodov je v proizvodnji menjalne (oziroma natančneje: presežne) vrednosti, ki je v večini primerov na trgu izražena v obliki cene (to je skozi denarno formo, ki je univerzalni ekvivalent in mera menjalne vrednosti). Možnost menjave teh reči za univerzalni ekvivalent, ki obenem relativno preprosto omogoča ekstrakcijo presežne vrednosti, je edini razlog, zakaj kapitalist zaposluje delavce, ki proizvajajo ta blaga. Tudi, če bi nekaj bilo zelo uporabno za družbo, ampak ob tem ne bi imelo (direktno ali indirektno) menjalne vrednosti, po pravilu ne bi moglo biti kakor koli

⁹⁵ Blago *mora* biti izmenjano na trgu. Paradoksalno je, da določeno blago ne bi bilo blago, če bi bilo samo uporabna vrednost za svojega lastnika. »Za svojega lastnika je, ravno nasprotno, *neuporabna vrednost*,« v *Kritiki* piše Marx (v Marx in Engels 1987, 283). Blago je »samo fizična shramba menjalne vrednosti ali preprosto *sredstvo menjave*. [...] Blago je uporabna vrednost za svojega lastnika izključno, če je menjalna vrednost. Blago torej mora šele postati uporabna vrednost, v prvi vrsti uporabna vrednost za ostale.« (prav tam, avtorjev poudarek) Podobno kasneje trdi v *Kapitalu* (1976/1990, 1044), ko za specifično uporabno vrednost zapiše, da je »njena uporabna vrednost za kapital v njeni zmožnosti, da omogoča menjalno vrednost (presežno vrednost).«

pomembno za kapitalista.⁹⁶ V najboljšem primeru lahko za to poskrbijo različni *podporni sistemi* v kapitalistični družbi (npr. država blaginje), a še zdaleč ne gre za kakršno koli pravilo. Pri tem gre, kot poudarja Splichal (1981, 13), za kapitalu imanentne meje: kapitalistična proizvodnja uporabnih vrednosti je namreč omejena z menjalno vrednostjo, vendar to nikakor niso tudi meje proizvodnje *nasploh* (prim. Harvey 2006, 104).

Ker je kapitalistični razred tisti, ki prodaja proizvode (blaga) na trgu, je delavec tisti, ki mora te proizvode kupiti, saj gre največkrat za sredstva, ki so nujna za njegovo preživetje. S tem nenamerno podpira reprodukcijo akumulacijskega cikla in kapitalistični sistem kot celoto, delavec pa posledično nenamerno ohranja lastno eksploatacijo (glej Marcuse 2004, 289; Hobsbawm 2011; Marx 1976/1990, 935). Splichal (1981, 125) pri tem poudarja, da je pglavitni rezultat proizvodnega procesa prav reprodukcija samega družbenega odnosa med delom in kapitalom. Ta odnos je morda še pomembnejši od rezultata procesa (to je od eksploatacije, ekstrakcije presežne vrednosti). Delavec v tem procesu proizvaja samega sebe kot delovno zmožnost v prihodnosti in obnavlja neegalitarni družbeni odnos, ki nujno temelji na asimetričnih odnosih moči; to obenem implicira različne oblike discipliniranja v delovnem procesu.⁹⁷

Delavec (brez, da bi to nujno hotel) torej pomaga pri ohranjanju obstoječih razrednih odnosov, saj zagotavlja ločitev dela od proizvodnih sredstev. Proletariat (kamor spadajo tudi mezdni delavci in delavski razred) je integralen za kapitalizem, nujen in neizbežen del sistema (Postone 1993/2003; Marx 1976/1990, 716, 724, 935 idr.), ki temelji na odnosu zasebnega lastništva proizvodnih sredstev in konstantnem samoreproduciranju prek sebi lastne interne logike. Na tem mestu sta ključna dva poudarka:

Prvič. Eksploatacija ne predpostavlja, da se standard življenja delavcev ne more izboljševati (kot se skozi zgodovino tudi dejansko je). Gre za tehnični pojem, ki pa brez mehanizmov redistribucije družbenega bogastva, ki ga ne more izvajati kapital sam (ampak na primer država), nujno vodi v naraščanje razlik med lastniki in nelastniki proizvodnih ter drugih (finančnih, distribucijskih idr.) sredstev.

⁹⁶ Razlog ni v moralni pokvarjenosti kapitalista (čeprav je ni mogoče izključiti), v to je namreč prisiljen zaradi tekmovalnega tržnega sistema v kapitalizmu, zaradi *prisilnih zakonov tekmovalja* (Marx 1976/1990, 433–435). V primeru, da vsak individualni kapitalist v faktučni izolaciji od drugih kapitalistov, ki delujejo na trgu, ne bi sledil sebičnim interesom, bi hitro bankrotiral. Kapitalist si torej strukturno gledano nikakor ne more sam postavljati meja pri svojih dejavnostih v tovrstnem tekmovalnem sistemu (npr. stopnja eksploatacije), kar je ključna napaka, ko se poskuša individualizirati družbene težave na *posamezna pokvarjena jabolka*. Ta tendenca je na primer zelo pomembna tudi, ko je govora o ekoloških dilemah in kako se z njimi spopadati.

⁹⁷ Enako velja na primer za Lazzarato (2012) pojmovanje dolga in zadolženega človeka. Funkcija dolga po njegovem namreč ni le v tegobah finančnega odplačevanja, ampak v ostalih neposrednih (subjektivnih) posledicah, ki iz tega izhajajo. Dolg proizvaja »dolžnika«, posebno subjektiviteto zadolženega človeka, ki je prisiljen v samodiscipliniranje (življenjsko disciplino in življenjski slog) in ne(s)končno podrejanje trgu.

Drugič. Čeprav je zgodovina moderne družbe in kapitala vsekakor družbeno vzpostavljena, kljub temu vsebuje »kvaziavtonomno razvojno logiko« (Postone 1993/2003, 31; prim. Godelier 2006, 91). Delovanje kapitalističnega sistema je v številnih zgodovinskih obdobjih in v različnih prostorih bolj kot ne »avtomatizirano«, saj generira dinamiko, ki je onkraj nadzora katerega koli od individualnih akterjev, ki ta sistem vzpostavljajo (ne pa nujno koalicije subjektivitet, politično organizirane multitudes ali celotnega družbenega razreda, ki se lahko skupno upre njegovi dominaciji; ta vprašanja na tem mestu niso primarnega pomena).⁹⁸

Dinamika, ki je ne more zares nadzorovati nihče od akterjev, je posebej očitna, ko Marx piše o (menjalni) vrednosti, ki je *nematerialni privesek* blaga. Kljub temu da je nematerialen, ga to še ne dela za subjektivnega: je tako (družbeno) objektivni, kot istočasno konstantno spremenljiv v prostoru in času, saj je blago rezultat družbeno uporabnega in družbeno nujnega dela, ki v različnih tipih družbe in v časovnih obdobjih variira (na primer zaradi naraščanja ali padanja produktivnosti, povezane s tehnološkimi spremembami, z naravnimi okoliščinami, spremembami v družbenih hotenjih itd.).⁹⁹ Kot poudarja Marx (1980, 12), se nam menjalna vrednost »zdi nekaj naključnega in čisto relativnega; notranja, blagu imanentna menjalna vrednost (valeur intrinsèque), se zato zdi contradictio in adiecto.« S podrobnejšo teoretizacijo vidimo, da je to argumentacija, ki je značilna za vulgarne ekonomiste. Cena blaga se vsekakor spreminja, ampak niti vrednost niti njena tržna reprezentacija (prek cene in denarja) ne more biti opredeljena za arbitrarno. Njihov skupni denominator je kvantiteta objektiviziranega (abstraktnega) dela, ki je umeščena v kontekst celotne kapitalistične blagovne proizvodnje. Delovni čas, »objektiviziran v uporabnih vrednostih blag, je tako substanca, ki jih spreminja v menjalne vrednosti in posledično v blaga kot standard, s katerim je zmerjena natančna magnituda njihove vrednosti.« (Marx v Marx in Engels 1987, 272) Kljub vsemu temu imajo delavci sami malo dejanskega vpliva na to, koliko delovnega časa je družbeno potrebnega za proizvodnjo določenega blaga – določajo ga tržne

⁹⁸ Na tej točki je smiselna primerjava in ločnica, ki se vzpostavlja med družbeno-konstruktivističnim in materialističnim pristopom, ki jo vzpostavljam v metateoretskih izhodiščih disertacije, vključno s kritiko naivnega voluntarizma pri konstruktivizmu. Zanimivo je, da so antropologi podobno avtonomizacijo neskončnega gibanja družbe in objektivizacijo človeških bitij prepoznali že v predhodnih tipih družb. Mauss je tovrstno totalizacijo navezoval na logiko potlača, ki lahko, ko enkrat sproži sistem darov in povračilnih darov, vzpostavi stalno gibanje brez jasnega začetka in konca (glej Godelier 2006, 90–91). »Ta ples bogastev, ki so ga sprožili sami, bi jim zagospodoval in si jih podjarmil.« (prav tam, 91)

⁹⁹ Smotno se zdi podati daljši citat Marxa, saj gre za pomembne in pogosto nerazumljene predpostavke: »Delovni čas, izražen v menjalni vrednosti, je delovni čas posameznika, ampak posameznika, ki se v nobenem pogledu ne razlikuje [...] od vseh drugih posameznikov, v kolikor opravljajo enako delo; delovni čas, ki ga torej ena oseba potrebuje za proizvodnjo danega blaga, je *nujno potrebni* delovni čas, ki bi ga potrebovala katera koli druga oseba za proizvodnjo tega istega blaga. Je delovni čas posameznika, njegov delovni čas, ampak le kot delovni čas, ki je skupen vsem; posledično je pravzaprav nematerialno, za *čigav* individualni delovni čas gre. Ta univerzalni delovni čas najde svoj izraz v univerzalnem proizvodu, univerzalnem ekvivalentu. [...] Le kot takšna *univerzalna* velikost lahko predstavlja *družbeno* velikost. [...] Delovni čas posameznika je potemtakem dejansko delovni čas, ki ga družba potrebuje za proizvodnjo določene uporabne vrednosti, s katero zadovoljuje posamezne potrebe.« (Marx in Engels 1987, 272)

sile, ki upravljajo s temi odnosi v svetu blaga – in prav tako seveda ne vstopajo v neposredne osebne odnose (vsaj ne nujno oziroma relativno redko) z ostalimi delavci na trgu. Vsi ti odnosi se predstavljajo predvsem kot objektivni kvantitativni odnosi med blagi (najpogosteje reprezentirani prek denarne forme) in le z odgrnitvijo stvarnega zastora je mogoče videti, da gre v resnici za antagonistične proizvodne odnose, kar lahko vzpostavlja razredni konflikt in boj za odpravo teh odnosov (v primeru, da razred po sebi postane razred za sebe).

Nobenega dvoma ni, da je razvoj Marxove misli pri teh vprašanih kompleksen. Mogoče je trditi, da je potreben koherentni dialektični pristop, če hočemo njegovo misel razumeti in zaobjeti v njeni celoti. Le tako je mogoče, da ne spregledamo katerega od vidikov kapitalističnega reda kot celote. Družbena totaliteta je torej nujna za primerno razumevanje celo najabstraktnejših kategorij, kot so blago, vrednost in abstraktno delo. Vse so konstitutivni celični deli sistema. Le-ta nanje vpliva in jih pogojuje, kar obenem pomeni, da te družbene kategorije ne morejo biti primerno analizirane, kadar so obravnavani v izolaciji druga od druge ali od širšega družbenega sistema in proizvodnih odnosov. Zahteva po vključitvi totalitete v analizo je seveda ena od predpostavk dialektike, zaradi česar se Marxovo teorijo opredeljuje za vseobsegajočo (glej poglavje 2.3).

Obravnavana blagovne forme kot ločene od ostalih kategorij bi dejansko zgrešila njen pomen: gre za objektivni družbeni odnos. Ne le, da je ta odnos mogoč le, kadar vstopa v menjalne odnose z drugimi blagi in z univerzalnim ekvivalentom (denarjem), s čimer postane del blagovnega sveta. Obenem predpostavlja polno razvito družbeno delitev dela,¹⁰⁰ upoštevati pa je potrebno tudi ostale dele akumulacijskega procesa: sfero cirkulacije, kjer se menjalna vrednost blaga *meri*¹⁰¹ in z dejansko menjavo tudi realizira, in sfero proizvodnje, kjer živo delo ta blaga proizvaja. Kot lahko vidimo, je potrebna določena societalna struktura, ki mora obstajati in funkcionirati za polno poblagovljeno družbo, kjer se menjava blag dogaja na bolj kot ne »avtomatiziran« način. Z besedami Balibarja (2002, 71): »Struktura produkcije [proizvodnje] in cirkulacije, ki produktom [proizvodom] dela [to je blagom, op. J. A. P.] podeljuje menjalno vrednost, tvori celoto, in obstoj denarja, "razvite" forme splošnega blagovnega ekvivalenta je njena funkcija.« Če se sistem hoče izogniti (sicer periodičnim) krizam, morajo biti v kapitalizmu vse te kategorije in odnosi funkcionalno delujoči.

¹⁰⁰ Pomembno: delitev dela je predpogoj menjave, ampak menjava zato še ni predpogoj delitve dela (Heinrich 2012, 44).

¹⁰¹ Ne more namreč biti merjena neposredno, kajti, znova, vstopiti mora v odnose z ostalimi blagi; ne obstaja drug način, kako naj vemo, kaj je družbeno potreben delovni čas za proizvodnjo določenega blaga, kot da vstopijo v ta odnos (za daljšo razpravo glej Heinrich 2012).

3.2.3 Realna abstrakcija, ekvivalenca in »računska racionalizacija«

V predkapitalističnih družbah je bilo pojavljanje blagovne forme kvečjemu epizodično. Kot piše Lukács (1971, 84), v teh zgodovinskih obdobjih menjalna vrednost še nima lastne forme in je zato neposredno vezana na uporabno vrednost. Namen proizvodnje v tem zgodovinskem kontekstu je zato ustvarjanje uporabnih vrednosti, ki postanejo sredstva menjave le, kadar oskrba z njimi presega potrebe. Šele z obćim poblagovljenjem, ko blago uspešno prodre v različna področja družbe do te mere, da postane prevladujoče, pride do kvalitativne spremembe in brezmejna (kapitalistična) akumulacija postane mogoča. Prav zato je za Lukácsa (prav tam, 86) »blago mogoče razumeti v njegovem nepopaćenem bistvu šele, ko postane univerzalna kategorija družbe kot celote.« To se ne zgodi pred prihodom modernega kapitalizma, ko aktivnost in delo posameznikov postane popolnoma neodvisno od njihovih želja in njih samih, kot »nekaj, kar jih nadzoruje z avtonomijo, tujo človeku.« (prav tam, 87) Nujna abstrakcija človeškega dela je na tej točki vključena v blago in proces abstrakcije v proizvodnih odnosih, ki je s tem zaključen. Če je v predhodnih načinih proizvodnje bila cilj proizvodnja uporabnih vrednosti, ki so služile reprodukciji posameznikov znotraj (največkrat) specifičnih komunalnih odnosov, pod kapitalizmom izključna namera postane »proizvodnja menjalnih vrednosti, to je ustvarjanje vrednosti za vrednosti.« (Fortunati 1989, 7) Kot poudarja Fortunatijeva (prav tam), to vodi neposredno do »blaga, do menjalne vrednosti, ki dobi prioriteto prednost nad posameznikom kot uporabno vrednostjo, in to kljub dejstvu, da je posameznik še vedno edini vir ustvarjanja vrednosti.«

Tovrstni družbeni razvoj potrebuje posebni tip racionalizacije, ki po Lukácsu (1971, 88) temelji na tistem, kar je mogoče računati, tako rekoč na instrumentalno-racionalističnem merjenju, ki je edini način za vzpostavitev ekvivalenca (menjalne vrednosti blag) med faktično neenakimi rečmi (uporabne vrednosti blag kot posebnih sredstev, virov, reči itd.). Sohn-Rethel (1972, 54) je to opredelil za obliko matematične racionalnosti. Njene korenine je mogoče slediti vse do menjalne abstrakcije (povezuje jo tudi z objektivnim znanjem in z /pozitivistično/ »eksaktnimi« znanostmi) (prim. Martin 2002).¹⁰² Posledica teh procesov je, da je za učinkovito delovanje in reproduciranje menjalnega procesa v družbi potrebna obče

¹⁰² Zanimivo je, da se računska racionalizacija prek prisilne kvantifikacije vedno pogosteje vpeljuje tudi v formalno (še) nepoblagovljena področja, na primer na področje znanosti. Špekulirati je mogoče, da gre za posebno obliko družbene legitimacije, ki se sklada z racionalnostjo na blagu temelječe proizvodnje, ki ji je uspelo penetrirati že v večino kotičkov življenja. Zna biti, da je zaradi tega logika, ki je neločljiva od blagovne menjave, pomembnejša tudi na ostalih področjih. Simmel (2002) je v začetku dvajsetega stoletja napisanem eseju, naslovljenem *Velemesto in mentalno življenje*, opozarjal na *nepričakovano silovite stimulse*, prisotne pri življenju v metropolah, ki naj bi ustvarile psihološko osnovo za racionalistično preračunljivost modernega človeka, za njegovo brezbriznost do vseh osebnih reči in za primarno instrumentalne odnose. Po njegovem človeška bitja pričnejo »ravnati z osebami kot s številkami« s tem, ko zase ustvarijo »varovalni organ zoper nedoumljivo razdiralnost« modernega mesta – sedeža denarne ekonomije, komercialnih aktivnosti in trga.

razvita univerzalizacija ekvivalence. Polno razvita ekvivalenca mora biti vzpostavljena med neenakimi rečmi, narediti jih mora za merljive in posledično primerljive prek določenih osnovnih značilnosti (v primeru Marxove delovne teorije vrednosti gre za abstraktno delo in abstraktni delovni čas, v primeru površinskega gledanja vulgarnih ekonomistov pa gre samo za njihovo tržno določeno ceno prek povpraševanja in ponudbe), če naj bodo izmenljive na trgu. To nas vodi nazaj do celičnih form kapitalizma, do temeljnih in najabstraktnejših kategorij v Marxovi analizi, torej do blaga, abstraktnega dela in vrednosti, ki so vsi nujni sestavni deli kapitala.

Povsem jasno je, da abstrakcija ni le miselni proces za analizo družbe, ampak realna, faktična abstrakcija – »abstrakcija ne po misli, ampak po učinku; delujoča v času in prostoru.« (Sohn-Rethel 1972, 71) Je abstrakcija, ki se uveljavlja skozi številne temeljne kategorije: menjalno, blagovno, delovno, časovno abstrakcijo in tako dalje (glej Sohn-Rethel 1972; 1978). Kot poudarja Marx (1980, 36, avtorjevi poudarki): »*enakost* toto coelo [v celoti, op. J. A. P.] *različnih del* lahko obstoji samo v *abstrakciji od njihove dejanske neenakosti*, v redukciji na skupni značaj, ki ga imajo kot *trošenje človeške delovne moči*, kot abstraktno *človeško delo*.« To je mogoče razširiti na ostale kategorije v kapitalistični družbi, onkraj abstraktnega dela. Pri tem se lahko opremo na Marcusejevo natančno opredelitev abstrakcije:

»Socialni svet le s procesom abstrakcije, ki je dialektični metodi vsiljen s strukturo njenega predmeta, kapitalistične družbe, postane negativna totaliteta. Lahko celo rečemo, da je abstrakcija delo kapitalizma samega in da Marxova metoda le sledi temu procesu. Marxova analiza je pokazala, da kapitalistična ekonomija temelji na stalni redukciji konkretnega dela na abstraktno in s tem dalje obstoji. Ta ekonomija se korak za korakom umika iz konkretnega področja človeške dejavnosti in potreb in dosega integracijo individualnih dejavnosti in potreb le prek kompleksa abstraktnih odnosov, v katerem individualno delo nekaj velja le v toliko, kolikor reprezentira družbeno nujni delovni čas, in v katerem se odnosi med ljudmi prikazujejo kot odnosi med rečmi (blagi). Blagovni svet je "ponarejen" in "mistificiran" svet, in njega kritična analiza mora najprej slediti abstrakcijam, iz katerih sestoji ta svet, in mora nato izhajati od teh abstraktnih odnosov, da bi dospela do dejanske vsebine. Drugi korak je torej abstrakcija od abstrakcije ali opustitev napačne konkretnosti, tako da je lahko postavljena resnična konkretnost.« (Marcuse 2004, 292, avtorjev poudarek)

Te predpostavke so dodatno razvili nekateri drugi avtorji, na primer Sohn-Rethel (1972, 51–52), ki je poudarjal, da abstrakcija prevzema oblike v različnih družbenih institucijah,

predvsem v denarni formi. V času in prostoru se zgodi, da gre abstrakcija mimo nas neopaženo. Razlog je med drugim v tem, da v večini primerov transakcije vključujejo fizične objekte in blagovna menjava ni nič manj resnična, kot je kar koli drugega (niti se ne *zdi* nič manj resnična). Abstrakcija ohranja formo misli, čeprav ne izhaja iz njih, ampak iz dejanskih praktičnih aktivnosti. Sohn-Rethel (1972) nas poziva, da na primer pogledamo primer abstrakcije, ki se odvija v procesu menjave: v dejanju menjave pri blagu ne pride do nobene »materialne« spremembe, fizični vidiki so v tem procesu na absolutnem minimumu. V resnici niti *ni* dovoljena nobena kvantitativna sprememba pri zamenjanem blagu pred in po menjalni transakciji (itd.). Celotno dejanje temelji na predpostavki, da pri samem blagu *ne bo* prišlo do fizične spremembe po opravljeni transakciji. Pri menjavi se zato dejansko spremeni samo *družbeni status* lastništva specifičnega blaga, ki je prešlo od enega k drugemu akterju.

Prav dejstvo, da se dejanska abstrakcija odvija povsem neopazno, je morda najpomembnejši praktični rezultat tega, kar se vsakič znova dogaja v vsakodnevnih aktivnostih. Pri vseh celičnih formah kapitalizma so prav aktivnosti in dejanja, ki jih vede ali nevede vsakodnevno izvajamo posamezniki (mikrosituacije, ki konstantno reproducirajo obstoječi sistem in strukture), tiste, ki sistem in strukture pogojujejo v veliki meri.

Pogled onkraj vsakodnevnih situacij in njihove reprodukcije razkriva, da je imel, družbeno gledano, pri občem uveljavljanju teh procesov na praktično vseh ravneh izjemen vpliv vzpon novih tehnologij, med drugim računalnika, internetnih omrežij in digitalizacije. Te nove informacijske in komunikacijske tehnologije vsekakor niso *sprožile* računske racionalizacije in/ali abstrakcije, a so v zadnjih desetletjih pomagale in pomembno olajšale njuno nadaljnjo širitev (kar je postalo kasneje neposredno povezano s tehnološkim nadzorovanjem in s kategorizacijo posameznic in posameznikov). Lyotard je za te procese, ki jim je sam pripisoval pretirano velik tehnološki značaj, uporabljal pojem *performativnosti* (glej Hill 2012; prim. H. Schiller 1984, XIV). Slednji je po njegovem princip delovanja »tehnostvenega kapitalizma«. Obstoječi sistem namreč zmeraj optimizira svoje izvrševanje in delovanje, a edina legitimacija zanj je sama učinkovitost nadaljnjega izvrševanja in delovanja, zaradi katere mora vse biti prevedeno v (kvantitativne) informacije (glej Hill 2012). Kot piše Hill (2012, 109–110), je za Lyotarda v informacijskih družbah opazna prevlada »računalniškega kapitalizma«, ki naj bi omogočil, da se je vse pretvorilo v številke in blago.

Kljub pesimističnem pogledu Lyotarda, ki med drugim vključuje dehumanizacijo in zavračanje možnosti kakršnega koli upora proti tem procesom (upor naj bi sistem le krepil), ostaja dejstvo, da je tovrstno računsko racionalizacijo mogoče opazovati na skoraj vseh

področjih življenja. Ni več vezana le na bančništvo in finančne tokove, ki so podrejeni logiki zapletenih računskih algoritmov, ki preračunavajo (ne)smiselnost naložb. Ta instrumentalno-racionalistična logika je bila prenesena tudi v zavarovalništvo, zdravstvo, kulturno proizvodnjo, medosebne odnose, medije in občinstva, ne nazadnje v znanstveno raziskovanje. Aktualni trendi v družbi nakazujejo, da se bo proliferacija računske logike na vseh področjih življenja kvečjemu intenzivirala. Izjemni pomen informacij, njihovega zbiranja v podatkovnih bazah in njihovega deljenja prek tehnične podlage omrežne infrastrukture za največje akterje na globalnem kapitalističnem trgu (predvsem za korporacije, ki so med prvimi uporabile nove tehnološke zmožnosti), je bil eden od pomembnih razlogov (in spodbud) za nagel razvoj novih IKT v zadnjih nekaj desetletjih (glej D. Schiller 2000; 2007). Livant (1979, 105) je lucidno ugotavljal, da je »v resnici osrednja spodbuda za vzpon merjenja vzpon blagovne proizvodnje. Kjer se neko reč prične meriti gre za domala gotov znak, da se z njo trguje.«

3.2.4 Blagovna menjava kot sila individualizacije

Kljub temeljni ontološki predpostavki, da so človeška bitja družbene živali,¹⁰³ Marx ni bil naiven. V njegovem času je v družbi že prihajalo do izjemne individualizacije in Marx se je zavedal, da živi v družbi svobodnega tekmovanja, kjer se posamezniki zdijo ločeni od naravnih okovov in so »emancipirani« od narave (glej Marx 1973/1993, 502). Družbeni odnosi so se že močno spremenili in posamezniki so bili v večji meri neodvisni drug od drugega, vsaj v primerjavi z zgodnejšimi zgodovinskimi obdobji, ko so bili *del trajnega in omejenega človeškega skupka* (prav tam, 83–85; Barbalet 1983, 3. pogl.).

A za Marxa individualizacija ni bilo naravno stanje človeških bitij, kar se je zdelo prevladujoče filozofsko mnenje sedemnajstega in osemnajstega stoletja. Šlo je za *rezultat* določenega zgodovinskega procesa. Liberalni filozofi – vključno z Ricardom in s Smithom – so to kontingentno družbeno stanje predstavljali kot ideal in ga projicirali v preteklost (Marx 1973/1993, 83–84). V nasprotju s tem stališčem je človeško bitje za Marxa (prav tam, 84) zmožno individualizacije le v sami družbi (kar je največji paradoks). Vse drugačne predpostavke so se mu zdele zgodovinsko gledano absurdne. Podobno velja za Braudela (2010, 5), ki piše o tesno povezanih skupnostih, ki so živele skoraj samozadostno, ter njihovem spreminjanju s strani *kapitalizma v ekspanziji*. Po Hobsbawmu (2011, 132) je »ta proces emancipacije človeka od njegovih izvornih naravnih okoliščin proizvodnje« mogoče

¹⁰³ Marx (1973/1993, 84) dejansko govori o politični živali (*zoon politikon*, πολιτικόν ζῷον). Arendtova (1996) je zato imela prav, ko je poudarjala, da je Marx zлил polje družbenega in političnega, s čimer je zreduciral Aristotelevo opredelitev politične živali preprosto na družbeno žival (kar je za Arendtovo bil pokazatelj že omenjene zmage družbe nad področjem političnega v modernih družbah). Čeprav so razlike med tema pojmovanjema pomembne, na tem mestu niso bistvene.

videti natančno kot proces »človeške *individualizacije*.« (prav tam) Notranje protislovje v njem je, da so z njegovim razvojem ljudje skorajda povsod postajali vedno bolj (posredno) povezani s svetovno delitvijo dela in globalnimi blagovnimi verigami.

Pri dolgem procesu individualizacije je menjava ključna sila, ki se krepi in reproducira sama. Krepi se tudi možnosti individualizacije. Pomaga namreč razgrajevati specifične družbene in komunalne obveze, ki v kapitalistični blagovni menjavi in proizvodnji niso prisotne. Če ne za odvečne, tovrstne oblike družbene povezanosti menjava torej dela vsaj za precej manj potrebne. Blagovne transakcije s seboj seveda ne nosijo povsem nobenih družbenih ali medsebojnih obvez in obveznosti, kot je veljalo za predhodne raznolike tipe moralnih ekonomij, ki so bile vplivne pred vzponom kapitalizma, in klasične politične ekonomije (glej Godelier 2006, 58–59; Thompson 2010, 4. in 5. pogl.; Murdock 2011; poglavje 4.1.5). Neoliberalna misel celo ni sposobna dojeti, kako velike in temeljne družbene spremembe prinaša za tradicionalne kulture in družbe vpeljava blagovne menjave, vsiljevanje zasebnolastniških pravic in monetizacija tržnih institucij (glej Harvey 2011a, 69–71).

Barbaletova (1983, 69–70, 89–90) natančna analiza razvoja Marxove misli dokazuje, da je v njegovih zgodnjih besedilih prisotna teza, da so ljudje v kapitalističnih družbah dejansko nedružbena bitja. Gre za predpostavko, ki se je približevala liberalnemu individualizmu.¹⁰⁴ Z razvojem svoje misli je Marx spremenil mnenje in trdil, da so odnosi v kapitalizmu, z besedami Barbaleta (prav tam, 89), »samo posebna oblika družbenih odnosov, v vsebini drugačna od odnosov v fevdalni družbi.« Kapitalistično zgodovinsko dobo lahko zato še zmeraj opredeljujemo kot obdobje, ki vsebuje najrazvitejše družbene odnose. Vendar prej kot neposredne odnose ta družba proizvaja prostorske in posredne družbene odnose, poleg tega pa deluje povsem mimo želja in nadzora samih akterjev (Barbalet 1983, 90–91).

Odločilnega pomena je, da blagovna forma »ni samo temelj individualizirane družbe, ampak izvor prepričanja, da je posameznik brez družbenih odnosov.« (Barbalet 1983, 92) Prav z obćim poblagovljenjem, ki je predpogoj individualizacije, se potemtakem odpre možnost za neoliberalno vizijo, ki jo je Thatcherjeva povzela v stavku, da »družba ne obstaja, obstajajo le posamezniki in družine.« Ta opredelitev je v temelju skoraj vseh prevladujoćih ontoloških predpostavk, ki izhajajo iz liberalnih, libertarnih in ostalih individualistićnih pogledov na svet. V mnogih pogledih je za to dojemanje temeljnega pomena prav

¹⁰⁴ V *Komentarjih o Jamesu Millu*, ki so del *Ekonomskih in filozofskih spisov*, Marx (v Marx in Engels 1975a, 220) na primer trdi: »Moćnejša in razvitejša se kaže družbena moć znotraj zasebnih lastniških odnosov, bolj egoistićen, asocialen in odtujen od svoje lastne narave postane posameznik. Prav tako, kot se vzajemna menjava proizvodov *ćloveške aktivnosti* kaže kot prodaja na drobno, kot menjava, prav tako se vzajemna dovršitev in menjava aktivnosti same kaže kot *delitev dela*, ki, v kolikor je le mogoće, spreminja ćloveka v abstraktno bitje, mehanizem orodja idr. in ga transformira v duševno ter fizićno pošast.«

kapitalistična blagovna menjava, saj omogoča, da posamezniki delajo ločeno drug od drugega in da si preživetje zagotavljajo kot *ločeni posamezniki* (prim. Godelier 2006, 8–9).

3.2.5 Blagovni fetišizem in realna mistifikacija družbenih odnosov

Marxova teorija fetišizma¹⁰⁵ je kulminacija procesov, omenjenih v prejšnjih podpoglavjih. V celoti je razložena v prvi knjigi *Kapitala*, in sicer v poglavju o *Fetišističnem značaju blaga* (Marx 1976/1990, 163–177). Harvey (2010a, 38) je eden od avtorjev, ki so prepričani, da je pojem *fetišizma* »osnovno orodje za razreševanje skrivnosti kapitalistične politične ekonomije.« Različne temeljne predpostavke, ki so ključne za Marxovo pojmovanje, so že bile nakazane zgoraj, in opazno je, da gre za zapletena vprašanja.

Ena izmed posledic fetišizma, ki je neločljiv del kapitalistične proizvodnje blaga, je v dejstvu, da so strukturne značilnosti kapitalističnega proizvodnega načina zakrite. Prav zaradi tega buržoazne ekonomske analize največkrat simptomatično ostajajo – če se opremo na metateoretska izhodišča kritičnega realizma (poglavje 2.1.2) – na ravni posledic (področje dejanskega) ali celo samo izkustev (področje empiričnega) kapitalistične »ekonomije«, namesto da bi preučevale njegove temeljne strukture (področje realnega). Povedano drugače: tovrstne analize zanimajo renta, profit in obresti, ki se odvijajo na površju akumulacijskega procesa (v sferi distribucije in menjave), spregledajo pa vlogo živega dela, ki dejansko proizvaja vrednost v kapitalizmu (sfera proizvodnje). Ni torej nenavadna naslednja Marxova opomba: čeprav se zdi blago na prvi pogled samoumevna, naravnost trivialna reč, »njegova analiza kaže, da je zelo kočljiva reč, polna metafizične zvitosti in teoloških muh. Kolikor je *uporabna vrednota*, ni na njem nič skrivnostnega [...], kakor hitro pa nastopi *kot blago*, se preobrazi v čutno nadčutno reč.« (Marx 1980, 35, avtorjeva poudarka)

Na blagovni fetišizem so se v svojih delih opirali številni kritični komunikologi (glej Mattelart 1978; Jhally 1987; Maxwell 1991; Wayne 2003, 7. pogl.; Murdock 2000; 2006a; 2011; Fuchs 2011a, 152–154). Po Jhallyjevo (1987, 29) obstajata dva ključna razloga, zakaj (in kako) nastane: *prvič* – zaradi menjave blaga; in *drugič* – zaradi odnosa med kapitalom in

¹⁰⁵ Balibar (2002, 74) izpostavlja Marxovo ugotovitev, da denar (kot obči ekvivalent oziroma univerzalno blago, ki je lahko zamenjano za katero koli drugo blago) vsebuje enake fetišistične karakteristike kot blago: »uganka fetiša denarja je torej zgolj uganka fetiša blaga« (Balibar 2002, 74). Do te ugotovitve je seveda lahko prišel samo z natančno analizo blagovne forme in posebne vloge menjalne vrednosti v njej, ki v Marxovih zgodnejših delih ni bila prisotna. V teh zgodnjih delih je na primer posebna vloga, ki jo kasneje pripisuje blagu, pripisana neposredno denarju: »Popolna dominacija odtujene reči *nad* človekom je postala očitna v *denarju*, ki je povsem indiferenten – tako do narave materiala, to je do posebne narave zasebne lastnine, kot do osebnosti posestnika lastnine. Kar je bila dominacija človeka nad človekom, je sedaj obča dominacija *reči* nad *posameznikom*, proizvoda nad proizvajalcem. Prav tako, kot je pojem ekvivalence vrednosti že impliciral *odtujevanje* zasebne lastnine, tako je denar čutna, celo objektivna eksistenca tega *odtujevanja*.« (Marx v Marx in Engels 1975a, 221)

delom (ali natančneje: med kapitalisti in proletariatom kot družbenima razredoma), ki sloni na meznem delu in je konstitutiven za širše kapitalistične družbene odnose. K temu dodaja:

»Na kratko: fetišizem sestoji iz razumevanja pomena reči kot neločljivih delov njihove fizične eksistence, čeprav je pomen dejansko ustvarjen z njihovo integracijo v sistem pomenov. [...] Za Marxa blagovni fetišizem sestoji iz reči, ki imajo vrednost na videz neločljivo prisotno v njih, čeprav vrednost proizvajajo posamezniki: gre za naturalizacijo družbenega procesa. Reči se torej predstavljajo, kot da imajo vrednost neločljivo v samih sebi. Vendar bistvo je, da vrednost proizvajajo ljudje. [...] Povsem jasno je, da za Marxa blagovni fetišizem in skrivnost blaga zadevata napačno pojavljanje blaga, kot da ima vrednost samo po sebi, namesto zaradi rezultatov dela. Teorija fetišizma je potemtakem v resnici teorija mistifikacije.« (Jhally 1987, 29, 39, avtorjevi poudarki)

Kot je omenjeno že zgoraj, ne smemo pozabiti, da gre obenem za realno mistifikacijo, ki *dejansko* obstaja. Realnost se *ne more* prikazovati drugače. Primarni razlog za to mistifikacijo je v dejstvu, da posamezniki resnično ne stopajo v neposredne osebne odnose, vendar so v posebnem vzajemnem odnosu v sferi cirkulacije prek trga blag. Ta blaga so proizvedli sami in to prav za prodajo na trgu (ne primarno za lastno uporabo, kot to velja za druge proizvodne načine v zgodovini). Poleg tega je vrednost nekega blaga družbeno objektivna: vzpostavi se v procesu menjave, prav v tej sferi pa s kupovanjem in s prodajo posamezni akterji dostopajo do različnih vrst blag. Na vrednost slednjega v teh dejanjih (nakup) sami zares nimajo neposrednega vpliva (prisiljeni so se na primer prilagajati nihanjem cen), zato se zdi, kot da je vrednost neločljiv del blaga samega, njegovih fizičnih značilnosti (v tem primeru gre za naturalizacijo). Resnica je obratna. Dejansko je vrednost družbena značilnost blag, ki izhaja prav iz ločenih dejanj posameznikov samih, vendar gre za vse posameznike v družbi. Temelji na njihovem (skupnem) delu in individualnih dejanjih prodajanja/kupovanja (ustvarjanje »povpraševanja«), torej dveh vrst dejanj, ki jih počnejo neodvisno drug od drugega, a tvorijo družbeno totaliteto. Tudi vrednost različnih blag torej vzpostavljamo sami, a le posredno in brez jasnega zavedanja, da to počnemo.¹⁰⁶

¹⁰⁶ »Posamezniki se prostovoljno podajo na trg, toda vrednosti (ali cene) blaga na trgu ne nihajo zaradi njihovih odločitev, temveč samo nihanje vrednosti določa pogoje, pod katerimi imajo posamezniki dostop do blaga. Ljudje morajo torej v "objektivnih zakonih" cirkulacije blaga, ki ga urejajo gibanja vrednosti, iskati sredstva za zadovoljitev svojih potreb in med seboj urediti medsebojna razmerja uslug, dela in skupnosti, ki se posredujejo skozi ekonomske odnose oziroma so odvisna od njih.« (Balibar 2002, 68–69) K temu dodajmo pomembno opazko Heinricha (2012, 46), ki piše, da »v nasprotju z obče sprejetim napačnim razumevanjem, njegova [Marxova, op. J. A. P.] teza ni, da se vrednosti blaga skladajo z delovnim časom, družbeno potrebnim za njihovo proizvodnjo zato, ker tisti, ki sodelujejo v menjavi, hočejo, da bi se. Ravno nasprotno: Marx poudarja, da ljudje, ki sodelujejo v menjavi, v resnici *ne* vedo, kaj dejansko delajo.«

Z družbeno univerzalizacijo blagovne forme proizvodnje blaga izvajajo posamezniki neodvisno drug od drugega. Eden pomembnih predpogojev za to je družbena delitev dela. To pomeni, da se v samem bistvu *družbeni* odnosi proizvodnje kažejo samo v menjavi, in, kot že poudarjeno, so ti odnosi še v okvirih menjave v resnici skriti za stvarnim zastorom: za blagom samim. Ta stvarni zastor ne le da prikriva družbene odnose, ampak prikriva tudi delo, ki proizvaja blaga v proizvodnem procesu (ki je mogoči prostor antagonističnih odnosov med lastniki in ekspropriiranimi delavci). V tem odnosu je ključna vloga denarja in fetišizma, ki se lepi nanj, saj igra vlogo mediatorja v tej mistifikaciji:

»Če je videti, da blaga [...] imajo menjalno vrednost, pa je videti, da denar je menjalna vrednost sama in da lahko tako blagom, ki "vstopajo v razmerje z njim", sam iz sebe podeli to vrlino ali moč, ki je značilno zanj. Zato se ženemo za njim zaradi njega samega, ga kopičimo, obravnavamo kot predmet obče potrebe, ki ga spremljata strah in spoštovanje, želja in gnus.« (Balibar 2002, 69, avtorjev poudarek)

Različne ekonomske rabe v vsakdanjem življenju nenehno reproducirajo oziroma ohranjajo funkcijo mediacije, ki jo igra denar, pri čemer le-ta »služi za neposredno izražanje obče forme ali "ideje".« (prav tam, 74)

Ena možnih posledic fetišizma je (poleg omenjene *nujnosti videza*), da posamezniki, razumljeni kot potrošniki blag, pozabijo, od kje so blaga v resnici prišla (Murdock 2000, 50–51; 2011, 19; prim. Mattelart 1978); kot potrošniki ta vprašanja odmišljajo in uživajo v udobju in zadovoljstvu, ki jih blaga prinašajo. Mogoči končni učinek je opustitev kakršne koli analize delovnih odnosov, eksploatacije, proizvodnega procesa ali degradacije okolja, ki nastaja s procesi neskončne akumulacije, saj so »skriti« v blagovni menjavi. Vsa pozornost pri kupovanju blaga in potrošnji je osredotočena izključno na blago samo: na reč, ki omogoča instantno potešitev potrebe. Nujna vzajemna povezanost vseh sfer (proizvodnje, distribucije, menjave in potrošnje) v akumulacijskem procesu s tem izginja. Dober primer so variacije sloganov, ki jih uporabljajo banke (na primer »Naj denar dela za vas.«) in ki povsem zameglijo dejstvo, kje v kapitalizmu nastaja vrednost. Te dileme so še posebej pomembne v zgodovinskem obdobju finančnega kapitalizma, saj finančne transakcije ne morejo ustvariti denarja iz nič (v nasprotnem primeru ustvarjajo finančne balone oziroma v primeru povečevanja denarja v obtoku prek monetarnih politik inflacijo).

Že sama forma denarja kot univerzalnega ekvivalenta je takšna, da po eni strani omogoča njegovo neskončno akumulacijo in kopičenje, ki ima pri ostalih blagih po pravilu vsaj neko fizično mejo, po drugi strani pa je brez prave zgodovine, brez barve in vonja. Ta

značilnost denarja je na primer imanentna tudi Disneyevim stripom, ki sta jih kritično analizirala Dorfman in Mattelart (2007, 88–91): pustolovci iščejo zaklade in bogastva po vseh kontinentih sveta (gre za imperialne in neoimperialne prakse), a v trenutku, ko najdeni zaklad zapusti deželo ali državo, kjer je bil najden, izgubi svojo prvotno obliko in se nenadno ter nevidno pretvori v denar. »Z njega so olupljeni zadnji ostanki tiste ročno izdelane oblike, ki bi jo bilo mogoče povezati z osebami, kraji in časom. Spremeni se v zlato brez vonja po domovini in zgodovini.« (prav tam, 88) Vse se preobrazí v denar. Zanj ni bilo potrebno delo/proizvodnja, ampak gre za »brezmadežno spočetje bogastva,« (prav tam, 90) ki je očiščeno nadležnih delavcev.

»Proizvodni proces je odpravljen, tako kot tudi vsak namig na njegovo genezo; dejavni udeleženci, predmeti in okoliščine tega procesa sploh ne obstajajo. V resnici sta bila izbrisana očetovstvo predmeta in možnost, da bi ga povezali s proizvodnim procesom. [...] V Disneyevem svetu je proletariát pregnan iz družbe, ki jo je ustvaril, s čimer se končajo vsa nasprotovanja, konflikti, razredni boj in celo koncept družbenega razreda.« (Dorfman in Mattelart 2007, 91–92)

Vloga fetišizma je tudi drugje. Kot izpostavlja Wayne (2003, 184), fetišizem pripisuje lastnosti življenja, avtonomije, moči in celo dominacije sicer mrtvim rečem: blagom. Predpostavlja izčrpavanje teh kvalitét stran od človeških akterjev, ki blagom podeljujejo te značilnosti prek vlaganja *živega dela*. Blaga s tem pridobijo subjektivne značilnosti, subjektom pa so prav te značilnosti istočasno odvzete (a nikoli v popolnosti, saj se tem procesom zmeraj upirajo). Reči s tem zadobijo lastno življenje, ki je v veliki meri *avtonomno*. Trg blaga je tisti, na katerem se določa družbena vrednost nekega dela, menjava pa razoseblja medosebne odnose. Temeljna značilnost kapitalistične družbe, ki temelji na blagovni menjavi, je, da posamezniki v resnici nimajo prav veliko izbire, ali bodo v njej sodelovali ali ne. Racionalnosti te specifične družbene strukture se posamezniki *morajo* podrediti, ne glede na to, kaj si o njej mislijo. To pa »avtomatizirano« reproducira družbene odnose, na katerih temelji blagovna menjava (glej Heinrich 2012, 46). V družbi, ki proizvaja blaga, so zato ljudje pod nadzorom reči in odločujoči odnosi dominacije niso toliko osebni, kot so *stvarni*, odvisni od reči (prav tam, 75; prim. Debord 1999, 136).

Pomembna posledica blagovnega fetišizma je, da blaga obstajajo neodvisno od človeških bitij, ki jih dejansko proizvajajo, in s tem zadobijo povsem svojsko življenje. A v resnici ne pridobijo samo neodvisnosti od človeških bitij, ampak postanejo stvarni dejavniki njihovega zatiranja (glej Marx 1976/1990, 175; Barbalet 1983; Postone 1993/2003). Prav

tržne sile so namreč tiste, ki jih nihče od nas ne nadzoruje, a v kapitalističnih družbah urejajo naša življenja (Harvey 2010a, 42).

3.2.6 Različna pristopa k preučevanju ideologije (in vloga medijskih ter kulturnih industrij)

Blagovni fetišizem je primer tega, kar se pogosto opredeljuje za najosnovnejšo definicijo ideologije.¹⁰⁷ Prav v tem odseku *Kapitala* Marx (1980, 37) namreč zapiše stavek, da »tega ne vedo, toda to *delajo*.«¹⁰⁸ V primeru blagovnega fetišizma gre v nasprotju z drugimi pojmovanji ideologije za *dejansko obstoječo* ideologijo, ki izhaja iz materialne baze družbe in je ni mogoče preprosto ignorirati, odmisлити ali demistificirati. Blagovni fetišizem ima materialno moč, ki je v kapitalističnih družbah neizogibna, saj se *lepi* na blago. To je še posebej očitno v obstoječem kontekstu svetovne delitve dela in globalnega kapitalističnega trga. Ta stvarni fetišistični konstrukt zastira specifične družbene odnose eksploatacije v proizvodnem procesu. Že omenjena razlika med videzom (blagovni svet) in bistvom (družbeni proizvodni odnosi) se v blagovnem fetišizmu razvije v svoji celoti. Predvsem pri fetišizmu pa Marxova zahteva po abstrakciji in dialektiki zato pokaže svojo moč, saj lahko izključno z njuno uporabo gremo onkraj površine zunanosti in analiziramo strukture.

Problem blagovnega fetišizma je »alternativni« pristop k dilemi ideologije. V marksizmu dvajsetega stoletja sta se razvila vsaj dva različna (mestoma celo konfliktna) tokova kritične analize ideologije, oba sta prisotna v Marxovih delih (glej Eagleton 1991). Eden je za svojo startno točko vzel blagovni fetišizem, v katerem je blagovna forma dejansko obstoječi stvarni zastor, ki se razvije že na ravni baze (v marksistični shemi baze in vrhnje zgradbe). Ta kritični pristop k analizi ideologije med drugim vključuje teoretike, kot so Lukács, Adorno, Sohn-Rethel in Postone, med kritičnimi komunikologi pa posebej Garnhama, ki jo je prenašal v uredniško politiko ključne znanstvene revije na področju komunikologije – *Media, Culture and Society*, in Smytha (1977b; 1981a; glej Meehan 1993).

V drugem toku misli o ideologiji, ki ga zastopa predvsem Althusser (2000, 2. pogl.) s teorijo ideoloških aparatov države (pa tudi lakanovci in Žižek, sledil mu je Hall), je osredotočenost precej ekskluzivno na ravni preučevanja ideologije kot ločenega dela vrhnje zgradbe in na ideoloških aparatih, ki naj bi v družbi proizvajali in obnavljali prevladujočo

¹⁰⁷ Glej tudi podpoglavje *Media and ideology* v Fuchs (2011a, 152–154).

¹⁰⁸ Pomembno je, da v opombi, namenjeni temu stavku, nato k Galianijevi opredelitvi, da je »vrednost razmerje med osebama«, dodaja: »pod stvarnim ovojem skrito razmerje.« (Marx 1980, 37)

ideologijo.¹⁰⁹ Ideološki vpliv na družbo ali njene dele prek aparatov vrhnje zgradbe je v tem pristopu bolj kot ne centraliziran in zavestno usmerjen: družbeni akterji si ga zagotavljajo z lastništvom oziroma z nadzorom nad ideološkimi aparati, njihov namen posledično ni v prvi vrsti delovanje po načelih kapitalističnega trga, ampak proizvodnja manipulativne ideologije. V resnici teh aparatov zato ni mogoče dojemati kot sestavnih delov baze, saj njihov primarni namen ni delovanje po načelih kapitalistične proizvodnje in akumulacije, zaradi česar bi ustvarjali presežno vrednost za lastnika, ampak so primarno v funkciji diseminacije ideologije. Pri Althusserju (prav tam) je žarišče na primer na dejanskem lastništvu ali nadzoru nad ideološkimi aparati, pri čemer predpostavlja bolj ali manj namerno proizvajanje prevladujoče družbene ideologije, ki pomaga ohranjati obstoječi red (v tem pristopu je razred, ki je na oblasti, zmožen definirati ideologijo na ravni vrhnje zgradbe, nato pa se prek različnih aparatov in mehanizmov posreduje v družbo). To obenem pomeni, da naj bi se proizvajanje ideologije odvijalo prek manipulacije »od zgoraj« in je »vsiljeno« iz političnih, družbenih, kulturnih ali ekonomskih centrov moči (implicitno je prisotna predpostavka, da je gre za *nameren* ideološki vpliv).

Jhally (2006, 52–59) je na podlagi podobne razdelitve možnih pristopov k preučevanju ideologije potegnil ločnico med pristopoma, ki sta bila značilna za kritično komunikologijo. Poimenoval ju je a) pristop industrije zavesti in b) pristop industrializacije kulture. Za začetnika prvega pristopa opredeljuje Enzensbergerja (1982, 1. pogl.), ki je v leta 1962 objavljenem eseju, naslovljenem *Industrializacija misli*, izpostavljala predvsem vlogo medijev kot primarno ideoloških institucij, ki pomembno vplivajo na mišljenje posameznikov. Svoje teze je kasneje nadgradil še z esejem *Lepljenka na temo množičnih medijev* (prav tam, 4. pogl.; 1980). Čeprav Jhally tega ni storil, lahko v ta pristop vključimo še nekatera dela Herberta Schillerja (prim. 1973) in Ewenovo (1976) analizo *Vodje zavesti [Captains of Consciousness]*, v kateri se avtor osredotoča na družbeni vpliv oglaševanja. V pristop industrializacije kulture Jhally vključi še Adorna, Horkheimerja in Smytha. Za ta pristop je po

¹⁰⁹ Moj namen na tem mestu ni in niti ne more biti natančnejša predstavitev teh dveh pristopov, ki bi si zaslužila podrobnejšo obravnavo. Pristop kritike blagovne forme in poblagovljenja je relativno blizu Williamsovi (2005) reinterpetaciji baze in vrhnje zgradbe ter Gramscijevemu (1971) pojmovanju hegemonije, ki se ga pogosto jemlje kot alternativno pojmovanje ideologije. Oba pristopa sta blizu Fuchsovi (2011, 48–53) interpretaciji te matrice baze in vrhnje zgradbe. Prek Gramscijevega pristopa bi lahko dejali, da se blagovni fetišizem reproducira skozi vsakdanje aktivnosti človeških bitij, naj to hočejo ali ne. Istočasno je mogoče trditi, da je baza daleč od statične ali brez konfliktov (to je posebej odločno poudarjal Williams v svojih kritikah statičnih pojmovanj baze), saj jim nasprotujejo alternativne (nepoblagovljene) družbene prakse. V vsakem primeru ta pristop k ideologiji vključuje materialno bazo, torej proizvodne sile, proizvodne odnose in konflikte ter antagonizme, ki izhajajo iz te ravni družbe. Temu je tako, ker je baza osnovnejša od vrhnje zgradbe in v veliki meri vpliva ter omejuje vrhno zgradbo, ki nastaja na »realni osnovi«. To se zdi precej bližje temu, kar je Marx predpostavil v predgovoru h *Kritiki* (glej Marx v Marx in Engels 1987, 263), vsaj v primerjavi z Althusserjevimi poudarki, do katerih je bil Smythe na primer izjemno kritičen (glej Smythe 1984, 211). S sklicevanjem na Thompsona je Althusserja označil za idealista s psevdoznanstvenim pristopom, ki zgodovino in teorijo dojema mehansko.

njegovem značilno to, da poudarja ekspanzijo blagovne forme, ki v odnosu med uporabno in menjalno vrednostjo podreja uporabno vrednost (pomen) sistemu menjalne vrednosti (cena).¹¹⁰

Po mnenju Garnhama (1983) je tok misli, ki izpostavlja medijske in kulturne industrije kot primarno ideološke institucije (Jhally ga opredeli za pristop industrije zavesti), dejansko opustil matrico baze in vrhnje zgradbe. Kulturnih in medijskih industrij namreč ni dojemal kot delov baze, čeprav so v dvajsetem stoletju, ko so postale kapitalistične korporacije, v resnici postale njen del. Tega pristopa zaradi tega ni bilo več mogoče opredeliti za materialističnega, ampak kvečjemu za idealističnega (Curran 2004, 16). Pristop kritike blagovne forme in blagovnega fetišizma, ki ga je zagovarjal Garnham, je zagovarjal obratni pristop: že samo delovanje blagovne menjave na tem področju omejuje možnosti za delovanje akterjev, ki delujejo znotraj teh družbeno ustvarjenih odnosov. Ideološki vpliv teh institucij je neizpodbitno dejstvo, vendar ni nujno proizveden namerno ali narekovan s strani neke centralne instance. Prej gre za posledico specifičnih procesov blagovne proizvodnje in menjave blaga (na primer prevlade menjalne vrednosti nad uporabno vrednostjo, stvarnega zastora, izhajajočega iz blagovne menjave, ali imperativov profitabilnosti).

Kot je bistvo tega pristopa povzel Jhally:

»Kulturne industrije ne proizvajajo ideologije primarno zato, ker jih nadzorujejo korporacije, ampak zato, ker je to nujni rezultat, ko je kultura obravnavana kot blago. Razlog ni zarota, ampak logika industrijske proizvodnje, aplicirana na kulturne proizvode. [...] Investicije v medije niso izvedene z namenom ideološkega nadzora, ampak z namenom prinašanja čim višjih dobičkov.« Jhally (2006, 52)

Ideologija je v tem pristopu potemtakem nerazdružljivo povezana s samim kapitalističnim proizvodnim načinom, ko mu postanejo podrejene medijske in kulturne

¹¹⁰ Po Jhallyjevem zadnji omenjeni pristop nima veliko z ideologijo, ampak je ta interpretacija precej sporna, če ne v celoti napačna (kar je očitno ob razlagi vloge blagovne forme in fetišizma, ki sem jo podal zgoraj). To je posebej očitno v vplivnem delu Hermana in Chomskega (1994), naslovljenem *Proizvodnja pristanka [Manufacturing consent]*, v katerem avtorja iz perspektive politične ekonomije (množičnih) medijev razvijeta tako imenovani propagandni model. Čeprav se osredotočata na proizvodnjo ideologije, prepoznava širše strukturne razloge za njen nastanek in ne predpostavljata teorije namerne manipulacije. Podobno kot Jhally je Murdock (1978) v odzivu na članek o slepih pegah Smythu na primer očital, da iz svoje teorije povsem izpusti vprašanje ideologije. Smythe (1978, 125) mu je pravilno odgovoril, da je dejansko opustil samo močno poenostavljeni »model *direktno* manipulacije s strani države ali vladnega propagandnega ministrstva.« Kot je zapisal, je s tem poskušal poiskati: »bolj realističen, čeprav zapletenejši in trenutno nejasen proces, s katerim industrija zavesti proizvaja ideologijo.« (prav tam) Smythov pristop, ki ga podrobneje obravnavam v nadaljevanju (poglavje 4.3.3), omogoča presejanje pristopov, ki izpostavljajo *nameren* in *neposreden* ideološki vpliv, ki se ga pogosto izpeljuje iz lastništva nad mediji (lastnik medija naj bi neposredno, in sicer na ravni določanja vsebin, vplival na posredovana sporočila). Pristopa Herberta Schillerja in Smytha sta v resnici precej bolj komplementarna, kot se zdi na prvi pogled. K razreševanju večplastnega vprašanja o vlogi kapitalističnih množičnih medijev in kulturnih industrij v reprodukciji obstoječega sistema sicer pristopata iz različnih »strani« in na različne načine, vendar prihajata do precej podobnih končnih ugotovitev (čeprav zanje identificirata različne strukturne razloge). Kljub tej pomanjkljivosti se Jhallyjeva razdelitev v veliki meri sklada z razdelitvijo, ki sem jo podal sam.

industrije. S tem se vzpostavlja predvsem v vsakodnevnih odnosih, reproduciramo jo ljudje z lastnimi dejanji, brez da bi to vedeli, nastaja pa brez nujne namere točno določenih družbenih akterjev po njenem ustvarjanju. Poleg tega ta ideologija *dejansko obstaja*: izhaja iz materialne baze. Njeno odpravljanje je zato mogoče le na ravni kritike in odprave same blagovne forme.

Ta pristop sta zagovarjala Adorno in Horkheimer (2002, 4. pogl.), ko sta pisala o kulturni industriji. V tem pristopu k ideologiji določene institucije proizvajajo ideologijo prav zato, ker so del baze in ker se morajo podrežati kapitalistični blagovni proizvodnji. Ideologije torej ne proizvajajo zato, ker bi kapital neposredno vplival na pomen proizvedenih vsebin in s temi aparati namerno ustvarjal točno določni tip ideologije, ki bi odgovarjal kapitalističnemu razredu kot celoti. Garnham (1979) je podobno kot Williams (2005) in Smythe (1977b; 1981a; 1981b) zato opozarjal, da institucije, ki v družbi ustvarjajo pomen in simbole (na primer medijske in kulturne industrije), v razvitem kapitalizmu niso več »samo« institucije vrhnje zgradbe. Slednja se je *podrla* v bazo in postala njen sestavni del. Proizvodnjo prevladujoče ideologije je zato v tem pristopu potrebno dojemati predvsem kot stranski in nenamerni rezultat delovanja teh institucij. Kapital je do vsebine izmenjanega blaga namreč vsaj na abstraktni ravni indiferenten. Njegov temeljni cilj je ekstrakcija presežne vrednosti in nadaljnja ekspanzija, ne ideološki vpliv.¹¹¹

Množični mediji in za njimi kulturne industrije so se v obliki pravih kapitalističnih konglomeratov vzpostavili konec devetnajstega in v začetku dvajsetega stoletja, ko je prišlo do njihove popolne podreditve kapitalu. Šele v tem času postanejo te industrije kapitalistične v polnem pomenu te besede, saj postane vsebina izmenjanega blaga (torej njegova uporabna vrednost) drugotnega pomena in podrejena ustvarjanju menjalne ter presežne vrednosti. V ameriškem tisku je devetnajsto stoletje veljalo za stoletje konsolidacije poslovanja medijev. Iz aparatov politične agitacije ozke družbene elite so se mediji postopno spremenili v kapitalistična podjetja (Schudson 1978; McChesney 2008, 27).¹¹² Ti procesi so vodili v

¹¹¹ To je posebej očitno pri kapitalistični proizvodnji vrst blaga, katerih osrednji namen ni prenašanje ideoloških sporočil. Blago mora zmeraj posedovati (družbeno sprejeto) uporabno vrednost. Dejanska vsebina te uporabne vrednosti in njen pomen sta za sam kapital popolnoma nepomembni (Jameson 2011, 35–37; prim. Marx 1976/1990; Marx in Engels 1987, 270, 277; Prodnik 2012a, 292).

¹¹² Schudson kot prvo veliko revolucijo v ameriškem tisku omenja trideseta leta devetnajstega stoletja s časopisi za peni [*Penny paper*]. Z njimi je naklada časopisov zrastle, z višjo cirkulacijo so časopisi pritegnili oglaševalce (prim. Park 1922, 360–365). Pred dvajsetim stoletjem je bil obsežen del tiska orodje v rokah politike in družbenih elit, a kljub temu je šlo za obdobje, ko je del medijev uspel ohranjati opozicijsko držo do komercialnega tiska in preizpraševal uveljavljeni družbeni red. S tem se je medijski prostor vsaj delno uspel približati liberalnemu idealu pluralistične svobodne izmenjave mnenj. Zaradi relativno nizkih vstopnih stroškov na medijski trg so časopise uspeli ustanavljali socialisti, feministke, sindikati in ostale marginalizirane in radikalne skupine, ki jim drugače ni uspelo prodreti v javno sfero (McChesney 2008, 27–28, 384; prim. Park 1922; Williams 1962, 2. pogl.; Curran 2004, 3. pogl.). Kljub Garnhamovemu (1992, 359–360) prepričanju, da je bil zgodnji tisk namenjen predvsem hitremu zaslužku kapitalistov, je potrebno potegniti črto ločnico med tem, da morajo mediji, podobno kot druga podjetja, na trgu ekonomsko preživeti (radikalni časopisi so se bodisi morali preživljati s prodajo bodisi so jih skupine morale financirati iz drugih finančnih presežkov) in med kapitalistično proizvodnjo, pri kateri je v akumulacijskem procesu pomembna izključno valorizacija, torej ustvarjanje presežne vrednosti, uporabna vrednost proizvedenega blaga pa je nepomembna. Če slednje velja za

»racionalizacijo« ekonomskega modela časopisov in v relativno visoko mero njihove neodvisnosti od vpliva politike. Ekonomski izmenjavi je postalo podrejeno oglaševanje (vsaj deklarativno je oglas lahko objavil vsakdo, ki ga je bil zmožen plačati). Podobno kot v ZDA je bilo z razvojem tiska v večjem delu Evrope, ki ga je sprva spremljal razredni konflikt in nato ekonomska »racionalizacija« poslovanja. Časniki so sprva služili kot orožje »ekonomsko osamosvajajočega se meščanstva zoper fevdalno državo«, nato so se spremenili »v sredstvo njegove ekonomske konsolidacije in politične legitimacije« ter postopno v posebno obliko kapitalistične proizvodnje (Splichal 1981, 98; prim. H. Hardt 2004, 18–19, 72).

Iz na novo pridobljene politične neodvisnosti tiska je v začetku dvajsetega stoletja izhajal zasuk v objektivno poročanje in profesionalizacijo novinarstva.¹¹³ Temeljlil je predvsem na profesionalnem standardu ločitve medija na uredniški (novičarski) del in oglaševalsko-marketinški del (tako imenovani *The Wall of Separation between Church and the State*). Poslovni del medijev (»država«) po tem »svetem« standardu naj ne bi posegal v vsebinsko delovanje medija (»cerkev«) (glej Bagdikian 2004, 104, 246), novinarjem pa naj bi to omogočilo dovolj visoko mero avtonomije. A obče sprejeta predpostavka, da so ti procesi medije odrešili političnega pritiska, ignorira vpliv ekonomske cenzure, na katerega je opozarjal že Marx.¹¹⁴ Dokončna podreditev delovanja medijev kapitalu je v resnici precej učinkovitejša kot politična cenzura prispevala k pozitivni vlogi medijev pri konsolidaciji in reprodukciji obstoječega družbenega stanja. Namesto nove ere svobode tiska se je proti koncu devetnajstega stoletja pričel vzpostavljati novi sistem časopisne cenzure, ki je bil učinkovitejši

kasnejše medijske konglomerate, pri katerih je izključni interes lastnika skoraj po pravilu profit, to vsekakor ne drži za ves tisk pred dvajsetim stoletjem. Časopisi so bili pomembni organi politične agitacije (nadzorovani predvsem s strani elite), profitabilnost ni bila *nujno* primarnega pomena (prim. Williams 1962, 24; Splichal 1981, 97; 2002, 113).

¹¹³ Profesionalizacijo medijev bi bilo sporno opredeliti za namerni proces, ki ga je mogoče opazovati izven pogojenosti medijev kot posebne oblike kapitalistične proizvodnje. Razlogi za razvoj »objektivnega« novinarstva so bili predvsem v potrebi po višji cirkulaciji, ki je bila povezana z naraščanjem pomena oglaševalskih prihodkov (glej tudi poglavje 4.2.5). Za razliko od razvitih kapitalističnih držav v slovenskem časopisju še v dvajsetih letih dvajsetega stoletja ni prišlo do vzpona »nepriistranskega« in »objektivnega« novinarskega poročanja. Prispevki so temeljili na moraliziranju in mnenjih (glej Amon in Erjavec 2011, 11; Zajc in Polajnar 2012). V tem času je večina jugoslovanskih dnevnikov pripadala političnim strankam (Amon 1996, 111). Trend se je pričel spreminjati po prvi svetovni vojni in ustanovitvi Kraljevine SHS z ustanavljanjem informativnih dnevnikov, ki so se financirali iz oglaševalskega denarja (prav tam, 116). »Izogibali so se odkriti politični usmerjenosti, kajti visoke naklade so jim zagotavljale nadaljnje naročanje oglasov,« poudarja Amonova (prav tam) in dodaja, da so zaradi visoke odvisnosti od dohodkov iz oglasov ti dnevnik »ščitili interese oglaševalcev.« (prav tam, 120) Delniške družbe so se v jugoslovanskem novinarstvu ustanavljale že pred vojno, vendar so pravi razmah doživele po letu 1920 (prav tam, 118). Amonova (1996, 118) ob tem omenja, da je v tem času prišlo do akumulacije kapitala na področju novinarstva, najpomembnejša oblika kapitala pa so bile prav delniške družbe, v katerih je bila »zveza med lastniki kapitala in upravljavcem kapitala prekinjena.« (prav tam) Posebej po diktaturi je od leta 1929 tudi v slovenskem prostoru prišlo do prevlade »nepriistranskega« informativnega tiska. »Iz napol zasebnih in političnih listov je razrasla močna industrijska panoga, ki se je ravnala po tržnih zakonih ponudbe in povpraševanja.« (Amon 1996, 143) Njihova politična pripadnost je s tem izgubljalna na pomenu, pojavile so se nove novinarske zvrsti, politične članke so zamenjale vesti, med časopisi je naraščala konkurenca. Boj za višjo cirkulacijo, ki je bila ključna pri pridobivanju oglaševalskega denarja, je v slovenskem časopisju potemtakem sledil trendom v najbolj razvitih kapitalističnih okoljih. To tendenco je prekinila šele socialna, politična in ekonomska revolucija.

¹¹⁴ Glej Marx (1984, 90–94) in Splichalovo (1981, 93, 100–105; 2002, 124–126) analizo. O tej temi glej tudi poglavje 4.2.2.

od vseh predhodnih – sile trga so bile tiste, ki so uspešno uveljavile tisk kot orodje družbenega nadzora (glej Curran 2002, 81).

Še v devetnajstem stoletju je bila delen korektiv neenakemu dostopu do javne sfere ekonomska odprtost trgov in nizki vstopni stroški. Za ustanovitev časopisa niso bile potrebne velike količine denarja. A ta odprtost je z vzponom množičnih medijev dvajsetega stoletja, ki so bili znatno podprti z oglaševalskim denarjem, izginila (Smythe 1954a, 35). Število časopisov, predvsem njihova raznoterost, se je kljub večanju bralstva v večini primerov manjšalo (Williams 2005, 215). Koncentracija lastništva se je povečevala – odražala se tako v koncentraciji tiska kot kapitala. Posebej očitna je postala po drugi svetovni vojni (glej Splichal 1981, 145–146). Že konec sedemdesetih sta Golding in Murdock (1978b, 83) opozarjala, da čeprav »teoretično odprti, so glavni časopisni trgi v resnici zaprti za vse, razen za najpremožnejše organizacije in podjetja, katerih mnenja in interesi so že tako dobro predstavljeni znotraj obstoječega obsega naslovov.« V zadnjih treh desetletjih se je koncentracija dodatno povečala. Pomemben razlog pri vzpostavitvi globalnega medijskega trga je McChesney (1998a, 13) videl v oglaševanju, ki je postalo razširjeno po vsem svetu. Po njegovem obstajata vsaj dva ključna mehanizma, zaradi katerih je globalni medijski sistem postal tesno povezan z globalno kapitalistično industrijo (McChesney 1998b, 29–39). *Prvi* razlog je videl v neoliberalnih politikah, ki so prispevale k vzpostavitvi globalnih trgov in k odpiranju lokalnih trgov transnacionalnim korporacijam. *Drugi* razlog je bilo oglaševanje, saj se z njim ukvarjajo največja svetovna podjetja, ki za ohranjanje svojega položaja na trgu vlagajo v oglaševanje največ denarja.

Park (1922, 360–365) je že v začetku dvajsetega stoletja v ZDA opazal, da se v razmerju med oglaševanjem, naročninami in subvencijami, ki jih je v tistem času prepoznaval kot tri temeljne vire dohodka časopisov, vpliv vztrajno premika v smer oglaševanja. Prihajalo je do porasta deleža, ki ga je oglaševanje predstavljalo kot vir dohodka časopisov. Šlo je za začarani krog: »Dokler je bil glavni vir prihodka za tisk cirkulacija, je bil tisk relativno neodvisen od oglaševalcev. A boj za cirkulacijo je bil konstantno usmerjen k nižjim cenam prodaje. Nižja prodajna cena je pomenila višjo cirkulacijo in višja cirkulacije je pomenila višji prihodek od oglaševanja.« (prav tam, 365) Za konec devetnajstega stoletja po Schudsonovo (1978, 93–94) velja, da so časopisi že prodajali svoj prostor in bralstvo oglaševalcem. Slednji so ocenjevali časopise glede na cirkulacijo in tip bralstva.

Do enakih transformacij kot v ZDA je v primerljivem časovnem obdobju, torej na prehodu v dvajseto stoletje, prihajalo na Otoku. S tako imenovano northcliffsko revolucijo v ekonomski reorganizaciji tiska je časopisna industrija prek oglaševanja zmanjševala ceno

posameznega izvoda, s tem višala cirkulacijo in posledično bila še zanimivejša za oglaševalce (Williams 1962, 17–19; 2005, 200).¹¹⁵ Temu je sledila širša medijska reorganizacija: »Skorajda vsi časopisi in revije so iz predhodnega statusa neodvisnih zasebnih podjetij prešli v člene novih oblik kapitalističnih trustov,« omenja Williams (1962, 19). Tipični časopis devetnajstega stoletja je uporabljal oglaševanje, a ni bil odvisen od njega. V začetku dvajsetega stoletja je prišlo do korenite spremembe: oglaševanje je pričelo predstavljati vsaj polovico dohodkov medijev. Časopisi, ki niso bili sposobni pritegniti oglaševalskega denarja, so se bodisi prilagodili novi realnosti bodisi se zaprli. Eksemplarični primer je otoški delavski časopis *Daily Herald*, ki je bil nekaj časa najbolje prodajani časopis na svetu. Na smrtni postelji ga je bralo 4,7 milijona ljudi, skoraj dvakrat toliko, kot je bilo skupno število bralcev dnevnikov *The Times*, *Financial Times* in *Guardian* (Curran 2002, 95, 99, 102). Ker so njegova občinstva prihajala iz revnejših družbenih slojev, so se ga oglaševalci namerno izogibali. Vložek so dojemali kot zapravljanje denarja. Do sredine dvajsetega stoletja so v kapitalističnih družbah praktično vsi komercialni mediji postali eksistencialno odvisni od denarja iz oglaševanja (glej Williams 2005, 207). To je s seboj prineslo objektivno diskriminacijo medijskih in kulturnih trgov ter ideološko pristranost teh industrij, ki ne izhaja iz neposrednega lastniškega vpliva na posredovane vsebine, ampak iz kompleksnih razmerij in mehanizmov kapitalistične blagovne menjave, saj se množični mediji vsebinsko prilagajajo interesom ciljnih občinstev.¹¹⁶ Zaradi tega ne zadovoljujejo potreb vseh članov družbe v enaki meri (posebej tistih, ki bi najbolj potrebovali dostop do kvalitetnih vsebin in glas v javni sferi), širina v javni sferi predstavljenih perspektiv pa je zaradi poglobljenja medijev in kulture močno omejena (Jhally 2006, 55).

Herman in Chomsky (1994) sta oglaševalsko podporo opredelila kot enega od petih filtrov v svojem propagandnem modelu množičnih medijev, ki je razlog, da mediji podpirajo obstoječi red in interese družbenih elit. Mit o domnevni demokratičnosti medijskega in

¹¹⁵ Lord Northcliffe (Alfred Harmsworth), angleški časopisni magnat, je z bratom ustanovil dnevnik *The Daily Mail*, ki še danes s cirkulacijo približno dveh milijonov spada med najbolj prodajane časopise na Otoku. Northcliffe je v modernem oglaševanju prepoznal potencial za novo finančno osnovo časopisov, s čimer je soustvaril moderno strukturo tiska kot industrije, ki je tesno povezano z oglaševanjem (glej Williams 2005, 200).

¹¹⁶ Na razredno pristranost oglaševalcev je v svojih prispevkih opozarjal predvsem Curran (1977; 1978a; 1981/1986; 2002, 4. pogl.). Poudarjal je, da »politična neuravnovešenost tiska deloma odraža razredne neenakosti v družbi,« (Curran 1981/1986, 322) to pristranskost pa v tisku ustvarja predvsem neenaka oglaševalska podpora. Poleg pomembnega primera, časopisa *The Daily Herald*, omenja primer časopisa *Times*, ki je v nekem obdobju z višjo cirkulacijo postal manj zanimiv za oglaševalce, kot je bil poprej. Dodatni bralci so namreč samo zredčili ključne ciljne skupine, oglaševalci pa so jih zaradi povišanih cen težje dosegli (prav tam, 329). Časopis se je zato poskušal namerno znebiti manjvrednih bralcev. Rezultat je bilo drastično zvišanje profitabilnosti. Bagdikian (2004, 11. pogl.) omenja podoben primer dolga leta izjemno profitabilne in vplivne revije *The New Yorker*. Revija je še leta 1966 podirala rekorde po številu prodanih oglasnih strani, le leto kasneje pa so se kljub enako visoki cirkulaciji njeni prihodki s strani oglaševanja skrčili za skoraj polovico. Razlog je bil v kritični obravnavi vojne v Vietnamu, ki je privabila napačen tip bralcev (predvsem študente). Čeprav so nekatere korporacije umaknile oglase zaradi konteksta, v katerega so bili postavljeni njihovi oglasi, nekatere pa zaradi protesta nad objavljanjem protivojnih vsebin, je bil temeljni razlog v povsem neosebnih statistikah občinstev, torej v anonimnih mehanizmih kapitalistične blagovne menjave.

kulturnega trga, na katerem naj bi delovali suvereni posamezniki, sta povzela s sledečo analogijo: »Mnenje, da so zaradi gonje za velikimi občinstvi množični mediji "demokratični", trpi za izhodiščno pomanjkljivostjo, po kateri je njena politična analogija volilni sistem, obtežen glede na zaslužek!« (prav tam, 16; prim. Napoli 2003, 4. pogl.) Tudi v primeru, če bi sprejeli predpostavko, da s spremljanjem posameznih programov na *prostem trgu idej* posameznice in posamezniki oddajajo svoj volilni glas za točno določene vsebine in programe, to istočasno še ne bi pomenilo, da so na tem trgu glasovi vseh posameznic in posameznikov vredni enako (ravno nasprotno). Oglaševalce poleg tega zanimajo le določeni tipi občinstev, zaradi česar obstaja tendenca po nadaljnji segmentaciji občinstev in s tem po fragmentaciji ter specializaciji programov, medijskih okolij in vsebin, ki industrijam omogočajo lažje doseganje ciljnih skupin. To je postalo posebej očitno z digitalizacijo (glej Napoli 2011), a je s specifičnimi izbirami tematik v medijih in s pristopom k tem tematikam bilo prisotno skozi celotno dvajseto stoletje.¹¹⁷

Za vse komercialne medije z velikimi občinstvi velja, da so skozi dvajseto stoletje delali z občutnimi izgubami, ki so jih pokrivali z denarjem iz oglaševanja (Curran 1977; Baker 1994, Williams 1961/2011, 210–212). Williams (1997, 23; prim. 2005, 207) je poudarjal: »Vsa mogoča zbirka množičnih kulturnih ustanov ima temeljni kamen: denar od oglaševanja.« Pri tem ni pomembna samo višina cirkulacije oziroma gledanosti, ampak v prvi vrsti »kvaliteta« občinstev (predvsem njihova kupna moč) (prim. Curran 1981/1986, 310; Baker 1994; Bagdikian 2004, 228–238; Jhally 2006, 54). Če je pred vzpostavitvijo množičnih medijev še bilo moč predpostavljati, da so osrednji proizvod kapitalističnih medijev novice in informacije, to vsaj od konca devetnajstega stoletja po Smythovem (1981a, 249–250) mnenju ni imelo več veliko z ekonomsko realnostjo njihovega delovanja (vendar je ta ideja dobro služila industrijskim praksam in oglaševalcem, saj je učinkovito prikriivala, da so osrednji proizvod v resnici občinstva). Po Curranu (1981/1986, 311) je prav oglaševalski denar »v samem temelju neosebni način, s katerim so množični mediji preoblikovani glede na tržne potrebe ekonomskega sistema in razredne neenakosti moči, vpliva in potrošnje.« Zaradi tega dejstva bi bila napaka, če bi večplastni odnos med lastništvom in nadzorom nad mediji ter

¹¹⁷ Pri analogiji Hermana in Chomskega velja ob tem poudariti, da so za razliko od političnih volitev, kjer se volivec z oddajo glasu (prav tako omejenemu naboru kandidatov) jasno odloči za posamezno izbiro, izbire odjemalcev medijskih in kulturnih vsebin praviloma implicitne. Posameznikovo spremljanje določenega programa ali branje neke vsebine ne predpostavlja nujno, da ju dojema kot družbeno zares relevantna. Vendar zaradi zakonitosti ekonomskega delovanja kapitalističnih medijev le-ti tovrstnih izbir ne morejo interpretirati drugače, kot da *naj bi* izbire zmeraj odražale relevantnost vsebin. To je posredno povezano z dejstvom, da medijske organizacije vsaj na abstraktni ravni nujno proizvajajo vsebine, ki so pri doseganju in privabljanju občinstev s primernimi karakteristikami čim bolj ekonomsko učinkovite, ne pa kar se le da kvalitetne (čim manj vložene denarja v proizvodnjo vsebine, ki bo privabila čim večja in čim *kvalitetnejša* občinstva) (prim. Curran 1981/1986, 330; Jhally 2006, 50–58).

proizvodi, ki jih ti mediji proizvajajo, razlagali v smislu zavestne namere ali zarote. »Za udeležbo medijev v utrjevanju soglasja v kapitalističnih družbah je samo tu in tam značilno očitno prikrivanje ali namerno izkrivljanje,« izpostavljata Murdock in Golding (1973, 228; prim. Garnham 1979, 137).

Zaradi celovite integracije teh industrij v kapitalističnem blagovnem trgu obstaja odločna tendenca po povsem neosebnih mehanizmih, ki močno vplivajo na vsebino proizvedenih sporočil. Jhally (2006, 55–56) je na primeru televizijskih programov prepoznal (vsaj) tri vrste premislekov, ki jih imajo pri posameznih vsebinah televizijske mreže. *Prvič*: da bo program uspešno pritegnil veliko število gledalcev. *Drugič*: da bo program pritegnil primerni tip ljudi, pri čemer bodo vsebine ciljanje na primerna občinstva. *Tretjič*: program mora poleg izpolnitve prvih dveh pogojev pomagati vzpostaviti primerno duševno stanje občinstev, ki bo spodbujalo potrošnjo, s čimer bo učinek oglasov učinkovitejši. Vedno pomembnejši je torej sam kontekst, v katerem se pojavljajo oglasi (prim. Bagdikian 2004, 230, 240–248; Meehan 2005, 3–4). Mediji so zaradi teh tendenc še dodatno omejeni pri možni širini predstavljenih mnenj: poleg zasledovanja nekonfliktnih in nekontroverznih vsebin (v smislu njihove primernosti za ciljana občinstva, ne nujno družbe kot celote), morajo vsebine odgovarjati tudi samim oglaševalcem. Vpliv na medijske vsebine se zaradi večplastnih procesov blagovne menjave, ki potekajo v teh industrijah, potemtakem ne odraža le zaradi tendence po privabljanju *primernih* občinstev, ampak zaradi pričakovanj samih oglaševalcev, v kakšnem kontekstu se bodo pojavljali njihovi oglasi. Baker (1994, 2. pogl.; prim. Curran 1978a; Murdock in Janus 1985, 58–59) je podobno kot Jhally izpostavljala štiri sistematične načine, na katere oglaševanje neposredno vpliva na preostale vsebine objavljene v medijih (s čimer učinkovito ruši profesionalni standard ločitve oglaševalskega dela od uredniško-novinarskega). *Prvič*: prek pozitivne obravnave oglaševalskih proizvodov in njihovih širših interesov. *Drugič*: z vsebinami, ki ustvarjajo nakupovalno vzdušje. *Tretjič*: z odstranjevanjem kontroverznih elementov in morebitnih pristranskosti, s čimer povečujejo doseg medijev in se izognejo temu, da bi užalili mogoče kupce od oglaševalcev. In *četrtič*: s favoriziranjem občinstev z višjimi dohodki. Pri tem je pomembno, da se le redko pojavljajo neposredne intervencije oglaševalcev, saj niso potrebne: samocenzura stori svoje (prav tam).¹¹⁸

Prav z oglaševanjem se je kapital v največji meri polastil »komunikacijske sfere, s čimer postane presežna vrednost poglavitni cilj produkcije [proizvodnje], redakcijska vsebina,

¹¹⁸ V resnici gre za posredno cenzuro in strukturne pritiske, zaradi česar je (liberalni) termin samocenzura problematičen (prim. Splichal 1993). Nakazuje, da je težava v novinarjih samih, ne v pritiskih, ki izhajajo iz sistemske ureditve.

ki sama po sebi prinaša celo izgubo, pa zgolj nujno sredstvo za uresničitev tega cilja.« (Splichal 1981, 159) Nasprotje med ekonomijo in javnim publicističnim delovanjem se prevesi k zasebnim interesom medijskih podjetnikov:

»Zadovoljevanje obćih interesov, (konsumpcijskih) potreb ali uporabna vrednost časnika za bralce je za založnika "zanimiva" le kot snovna nositeljica menjalne vrednosti, kot pogoj za realizacijo menjalne vrednosti in s tem presežne vrednosti kot neposrednega namena in določujočega motiva kapitalistične produkcije [proizvodnje], s čimer je hkrati določena "optimalna točka" in meja razvoja množičnega komuniciranja v kapitalistični družbi.« Splichal (1981, 166–167)

Proizvodnja obćinstev je postala zavoljo oglaševalcev ključna dejavnost medijev (glej Smythe 1977b), dejanska tendenca množičnih medijev v kapitalističnih družbah (valorizacija, večanje tržnega deleža) pa s politično relevantnimi potrebami demokratičnih družb (kot je delovanje v interesu javnosti) sovpada kvečjemu po naključju oziroma kot občasni stranski produkt omenjenih temeljnih tendenc. V tem razmerju lahko prepoznamo tristrano poglobljenje: v blagovni menjavi so vključena tako obćinstva kot medijske vsebine in delovna zmožnost neposrednih proizvajalcev vsebin (in posredno obćinstev). Cilji medijskih industrij zaradi teh razlogov le po naključju sovpadajo z normativnimi funkcijami medijev v kritičnih teoretizacijah demokracije ali javne sfere. Ne le, da ti procesi občutnemu delu družbe onemogočajo enakovreden glas v javni sferi, ustvarjajo globoke razlike v informiranosti, prek spremljevalnih mehanizmov pa posredno (re)producirajo razredne razlike. Ozko ekonomistična logika, ki so ji podrejeni množični mediji, namreč »identificira in definira razred prek oskrbovanja partikularnih kulturnih okusov v družbi, ki krepijo razredne razlike.« (H. Hardt 2004, 34)

Političnoekonomski pristop je pogosto osredotočen na procese monopolizacije na medijskih trgih (glej Downing 2011). Analiza procesov poglobljenja obćinstev in anonimnih mehanizmov kapitalistične blagovne menjave v teh industrijah je pomembna prav zaradi *preusmeritve* raziskovalnega poudarka *stran* od vprašanj povezanih z monopolizacijo. Pogosto (domnevno kritični) političnoekonomski pristopi problematizirajo le koncentracijo lastniških struktur, ki naj bi bila edina prava ovira za zares demokratično delovanje medijev. Ampak čeprav gre pri monopolizaciji za pomembno tematiko, je potrebno poudariti, da pluralizem na kompetitivnem kapitalističnem trgu ni nujno manj diskriminatoren in pristranski (in s tem problematičen, ko je govora o normativnih teorijah demokracije). Že samo poglobljenje medijskih in kulturnih vsebin namreč pomembno vpliva na svobodo in

širino javnega diskurza. Težava pristranosti medijev in njihove vloge pri reprodukciji prevladujočih ideologij torej ne izhaja nujno iz neposrednega lastniškega vpliva na vsebine ali iz pritiska na novinarje (čeprav lahko), ampak že iz strukturnega dejstva, da gre za kapitalistična podjetja, ki so v mnogih primerih za preživetje močno odvisna od oglaševanja, njihov temeljni namen pa je zaradi *zakonov kapitalizma* čim višja profitabilnost za lastnike. Novice in informacije, za katere ni primerne povpraševanja (ali pa so mogoči odjemalci nezanimivi za oglaševalce), na kapitalističnem medijskem trgu posledično ne bodo proizvedene (Winseck 2011, 21). Kljub temu teorije o svobodi tiska ohranjajo pričakovanje, da bodo komercialni mediji v družbi prevzemali naloge, ki jim niti niso naklonjeni niti jih zaradi potrebe po maksimizaciji profitov ne morejo izvajati (prav tam). Prav razprava o občinstvih kot posebni obliki blaga lahko razloži del mehanizmov objektivne diskriminacije, ki so v okviru tržnih menjav v teh primerih na delu. K njej se vračam v obravnavi Smythovega pristopa k politični ekonomiji komuniciranja (poglavje 4.3.3).

Teoretski cilj Sohn-Rethelovih analiz je bil prav v povezovanju baze in vrhnje zgradbe. Doseči jo je hotel s *stopniščem* med »proizvodnimi silami in proizvodnimi odnosi, ki skupaj tvorijo materialno bazo za zavest kot vrhnjo zgradbo.« (Sohn-Rethel 1978, XI) Kot je zapisal: »Stopnišču moramo dati trdno sidrišče v kleti in ta je v družbah, ki proizvajajo blaga, lahko najdena le v formalni analizi samega blaga.« (prav tam) Za ta pristop je stvarni zastor blagovnega fetišizma temeljno izhodišče razumevanja mistifikacije, ki v kapitalističnih družbah ne more neobstajati. Družbeni odnosi namreč prav zaradi blagovne menjave ne morejo biti neposredni in nemedirani (glej Postone 1993/2003, 167). Kljub temu da posamezniki postanejo zavestni glede razrednih antagonizmov na ravni ideologije in lahko ta antagonizem izbojujejo le s prevzemom aparatov, ki ustvarjajo vrhnjo zgradbo, ni nobenega zagotovila, da bo to nujno spremenilo nekatere osnovne kategorije in odnose na ravni baze (kot je prevlada blagovne forme ali zasebno lastništvo proizvodnih sredstev, ki lahko v primeru medijskih in kulturnih industrij proizvajajo ideologijo, primerno za obstoječi red).

3.3 Političnost globalnega poblagovljenja vsega: permanentnost prvotne akumulacije in nove oblike ograjevanja

»Vse poti torej vodijo k lastnini.«

C. B. Macpherson (1973, 121)

V poskusu razlage, zakaj je kapitalizem nastal kot družbeni sistem, Wallerstein (1983, 40) piše, da odgovor ni tako preprost, kot se nam morda zdi na prvi pogled.¹¹⁹ V nasprotju s trditvami apologetov, ki trdijo, da gre za *naravno* političnoekonomsko ureditev, je kapitalizem precej očitno nenavadna tvorba: »Nekdo akumulira kapital, da bi akumuliral še več kapitala. Kapitalisti so kot bele miši na vrtečih kolesih, ki tečejo hitreje samo zato, da bi tekle še hitreje,« je absurdnost kapitalizma opisal Wallerstein (prav tam). Podobnega mnenja je bil Deleuze (v Deleuze in Guattari 2009, 35–36), ki je menil, da se pod površjem kapitalistične racionalnosti skriva delirij: »Vse v kapitalizmu je racionalno, razen kapitala oziroma kapitalizma samega. Borza je vsekakor racionalna; mogoče jo je razumeti, preučevati, kapitalisti vedo, kako jo uporabljati, a vseeno je popolnoma blazna, nora. Prav v tem smislu [z Guattarijem, op. J. A. P.] praviva: racionalno je zmeraj racionalno iracionalnega.«

V kapitalističnem sistemu lahko imajo lastniki kapitala v svojem delovanju samo en cilj: to je akumulacija kapitala (in še več kapitala). To obenem predpostavlja proizvodnjo zaradi proizvodnje same.¹²⁰ Zaslužki kapitala ne služijo primarno potrošnji s strani lastnika kapitala, ampak nenehni valorizaciji, torej konstantnemu povečevanju kapitala. Ključna tendenca kapitala je zato ekspanzija, ki je mogoča prek (re)investiranja presežne vrednosti, ustvarjene v proizvodnem procesu. Pri blagu je prav zato primarnega pomena njegova menjalna vrednost, uporabna vrednost je le nujno potrební privesek. Posledica tega je, da so družbeni odnosi v kapitalizmu nujno pod oblastjo menjalnega odnosa kapitalistične

¹¹⁹ Dele tega poglavja (posebej podpoglavja 3.3.2 in 3.3.3) sem v spremenjeni obliki objavil v dveh prispevkih v tematski številki *Časopisa za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* naslovljeni *Transformacije dela* (let. 39, št. 244), ki sem jo leta 2011 uredil skupaj z Andrejem Kurnikom (glej Prodnik 2011a; 2011b). V teh prispevkih podrobneje obravnavam procese ekspropriacije skupnega.

¹²⁰ Prav zaradi funkcioniranja posameznih kapitalistov na trgu, ki tendenčno gledajo le na individualno korist in imajo pred seboj predvsem kratkoročni lastni cilj, kar lahko proizvaja za sistem povsem iracionalne rezultate, je tako pomembna določena intervencijska vloga kapitalistične države pri vzpostavljanju ali ohranjanju kapitalizma, trgov in akterjev na njem. To lahko med drugim počne prek regulacije, poskusov razreševanja periodičnih kriz, z uveljavljanjem dolgoročnih razvojnih perspektiv in s splošnim pospeševanjem kapitalistične akumulacije v proizvodnji, ki je sicer primarno v zasebni lasti, ali z odpiranjem področij za privatizacijo in poblagovljenje (glej mdr. Mosco 1982, 38–39; Offe 1985a).

ekonomije (Garnham 1979, 126). Za takšen sistem je torej potreben specifični tip družbe, v katerem se morajo vzpostaviti posebni odnosi med ljudmi.

A naj se gonja za zmeraj več zaslužka zdi še tako absurdna, ne gre za individualna dejanja norosti. Gre za nujno racionalnost. Posamezni kapitalisti so v tovrstno nagnjenje prisiljeni, saj so v konstantnem tekmovanju z ostalimi kapitalisti na trgu. Iz tega tekmovalnega odnosa ne morejo preprosto izstopiti. »Kapitalistu, ki se hoče umakniti iz tega procesa konstantnega akumuliranja in inoviranja, grozi bankrot. Prisiljen je sodelovati, naj mu je to všeč ali ne,« poudarja Heinrich (2012, 16). Prav zato »v kapitalizmu "pretirano prizadevanje za profitabilnost" ni moralna napaka na strani posameznikov, ampak prej nujnost, če hočejo kot kapitalisti preživeti.« (prav tam) Marx (1976/1990, 433–435) je to poimenoval *prisilni zakon tekmovanja*. Prav zaradi teh *prisil* ga pri analizi in kritiki politične ekonomije niso v takšni meri zanimale individualne poteze posameznikov, katerih dejanja bi veljalo moralistično obtoževati, ampak predvsem njihove družbene vloge in možnost za spreminjanje teh vlog v širšem družbenem kontekstu. Pri teh tendencah namreč ni šlo za osebne napake posameznikov.

Čeprav je danes kapitalizem naturaliziran kot prevladujoči političnoekonomski sistem in je pogosto težko misliti alternative, ki bi šle onkraj njega, je bil njegov razvoj težaven. Ovirale so ga številne prepreke.¹²¹ Pred njegovim modernim obdobjem je bil na primer celotni akumulacijski cikel kapitala le redko zaključen. Številne nujne povezave v tem ciklu so manjkale, množica procesov se ni izvajala skozi trg in torej niso bili poblagovljeni v dovolj obsežni meri (Wallerstein 1983, 15). Po Wallersteinu (1983, 1. pogl.) se namreč zgodovinski kapitalizem na prvem mestu kaže kot proces splošno razširjenega poblagovljenja raznolikih družbenih procesov. S tem ustvarja kompleksne blagovne verige, ki s časom postanejo globalne. Razvoj zgodovinskega kapitalizma zato ne vključuje le menjalnega procesa, ampak tudi poblagovljenje proizvodnje, distribucije in investicijskih procesov.

3.3.1 Komercializacija, objektivizacija in poblagovljenje

Prav na tej točki obstaja ločnica med komercializacijo in poblagovljenjem, torej med procesoma, ki se ju pogosto nepravilno enači. K njima se pogosto priključuje še tretjega – objektivizacijo (glej Mosco 2009, 132–133). Sinonim za komercializacijo bi lahko bil tudi *marketizacij*, saj je najožji izmed omenjenih procesov. Nanaša se na površino kapitalistične ekonomije, na transparentno viden trg, torej na menjalni proces in sfero cirkulacije. V

¹²¹ Wallerstein (1983, 18) piše o neskončni akumulaciji kapitala kot edinem cilju, ki je prevladal nad ostalimi ekonomskimi aktivnostmi. Ampak s prodiranjem teh procesov v družbeno tkivo je postajalo močnejše in glasnejše tudi nasprotovanje.

komunikologiji bi se ta pojma na primer navezovala na (površinski) odnos, ki se vzpostavlja med občinstvi in oglaševalci (prav tam). Ampak kapitalistični trg nujno obsega precej več kot samo površinske menjalne odnose. Kot omenjeno, nujno predpostavlja poblagovljenje delovne sile, zaradi česar mora nujno zaobjemati proizvodni proces. V tem smislu je poblagovljenje, ki je osrednje žarišče politične ekonomije komuniciranja (Mosco 2009, 7. pogl.), precej širši pojem od komercializacije.

Objektivizacija se po drugi strani dotika predvsem specifičnih procesov dehumanizacije. Lukács (1971) je na primer razvil pojem postvarjenja, s katerim je označeval, kako človeška bitja in medosebni odnosi postajajo *podobni predmetom*. Ni nujno, da je vse, kar je objektivizirano, blago, vsekakor pa drži obratno: vso blago je objektivizirano.

Jameson (2011) je na podlagi analize Marxovega *Kapitala* zapisal, da blagovna forma ni le predpogoj kapitalističnih procesov akumulacije, ampak dejansko sestavlja »predzgodovino« kapitala. Zaradi tega naj dosledno gledano *še ne bi bila* o kapitalu. Čeprav je Jamesonov prispevek pomemben, je ta trditev močno problematična, posebej ob njegovem siceršnjem zagovarjanju dialektike. Kot poudarja Heinrich (2012, 39), se prva poglavja v *Kapitalu*, kjer je analizirana blagovna forma, nikakor ne ukvarjajo s predkapitalističnimi odnosi (čeprav se jih je pogosto interpretiralo prav tako). Šele v kapitalistični družbi namreč blago postane tipična forma bogastva in obenem njegov nujni predpogoj. Blagovna forma prav tako ni le trajni predpogoj kapitalistične akumulacije, ampak tudi njen zmeraj prisoten konstitutivni del. Dialektična obravnava procesa kapitalistične akumulacije razkriva, da so številne kategorije znotraj njega vzajemno povezane, ena pa predpostavlja nujnost obstoja druge. V polno razviti obliki je blago v kapitalizmu zaradi tega v praksi na primer nemogoče obravnavati v izolaciji od menjalne in presežne vrednosti, pa tudi od proizvodnje in drugih temeljnih kategorij in procesov, značilnih za kapitalizem. Zgodovinsko gledano se morajo te kategorije in procesi razvi(ja)ti in potekati sočasno. Kot celična forma kapitalizma je blago integralno v vseh sferah akumulacije in čeprav je proizvodni proces v teh sferah primaren, kapitalizem ne more obstajati, brez da bi se reproduciral skozi poblagovljenje, ki mu omogoča nadaljnjo ekspanzijo.

Ne glede na to, ali se glede omenjenih dilem strinjamo z Jamesonom ali ne, vsekakor drži njegova ugotovitev, da je v družbeni dobi, ki ji zmeraj bolj vlada poblagovljenje, ta proces ključnega pomena pri kritiki družbe. Medtem ko Murdock (2006a) piše o *poblagovljenju skorajda vsega*, sta tako Wallerstein kot Jameson šla še dlje, saj trdita, da lahko v kapitalizmu v resnici *vse* postane blago. Jameson (2011, 16, 26) izpostavlja, da v kapitalistični družbi poblagovljenje postane tendenčno univerzalno, zaradi česar je moč

govoriti o tendenčnem gospostvu blagovne forme. Wallerstein (1991/2001, 24–25) podobno piše, da se »procesi globalne akumulacije razvijajo prek poblagovljenja vsega.« Do enakih zaključkov prihaja Husson (2011, 143), saj po njegovem mnenju obstaja v sodobnem kapitalizmu težnja po prisvajanju celotne družbene sfere, ki jo kapital v celoti podreja svoji tržni logiki. Tudi Harvey (2011a, 73) opozarja na splošno razširjeno tendenco k poblagovljenju vsega, medtem ko Jhally (2006, 101), podobno kot Herbert Schiller (1989), omenja, da potrošnja in poblagovljenje brezmejne zbirke blag kolonizira vedno več področij človeške kulture. Teh tendenc, prisotnih v kapitalističnem sistemu, se je zavedal že Marx (1976/1990, 1041–2). Poudarjal je namreč, da postane v kapitalistični proizvodnji tendenca, da bi vsi proizvodi postali blaga in vse delo mezdno delo, absolutna. A najbrž si ni predstavljal, da je kolonizacija mogoča v takšnem obsegu. S tem njihovo vrednotenje postane podrejeno zakonom, ki določajo ceno blaga in meznega dela na trgu. »Samo v povsem razvitem kapitalističnem sistemu sta proizvodnja in trženje blag osrednja gonilna moč rasti in profita,« poudarja Murdock (2011, 18).

Svetovni kapitalistični trg je osrednji del razvitega kapitalizma (Hobsbawm 2011, 145), ki je razvoj pričel v trinajstem in začetku štirinajstega stoletja v italijanskih mestnih državah (glej Arrighi 2009; Braudel 2010, 51–59). V zadnjih desetletjih se je s padcem nekaterih poprej prisotnih meja in z izjemno rastjo moči transnacionalnih korporacij kapitalizem razširil prek večine sveta in oblikoval univerzalizirano totaliteto, v kateri je (skoraj) vse postalo subsumirano pod vladavino kapitala (prav tam; Negri in Hardt 2000; 2003; 2009). V resnici je bila ekspanzija kapitalizma izjemno hitra. Kot omenja Braudel (2010, 31), je celo v najrazvitejši Evropi vse do osemnajstega stoletja obstajalo precej prostorov domače porabe, ki so ostajali povsem izven procesov gospodarskih menjav: »V svoji osami [so] trdovratno živela lastno življenje, domala zaprto samo vase.« (prav tam). Tako tržno gospodarstvo kot kapitalizem, ki ju Braudel ločuje, sta po njegovem bili do tega stoletja manjšinski dejavnosti. To je ob dejstvu, da je število iz kapitalističnega trga (iz)ločenih področij na Zahodu danes zmeraj bolj zreducirano na minimum, brez dvoma fascinantno.¹²² Takšni prostori in sfere namreč danes prej predstavljajo izjeme, ki potrjujejo splošno pravilo (da je skoraj vse podrejeno kapitalu), kot kar koli drugega.

¹²² Po Aminu (2009, 55) je imel novi kapitalistični način ekonomske in družbene organizacije »v sebi osvajalsko dinamiko, s katero se ni mogla kosati nobena starejša družba.« Glede na Braudelovo časovno umeščanje ni nenavadno, da je »očetovstvo« moderne politične ekonomije pripadlo Adamu Smithu (2010), ki je temeljno delo klasične politične ekonomije, *Bogastvo narodov*, izdal »še« leta 1776, s čimer je postal ekonomizem vladajoča ideologija (glej tudi Amin 2009, 64). Po Heilbronerju (2000, 41–42) je Smith svetu podal sliko samega sebe in novo vizijo njegove prihodnosti. Thompson (2010, 249) je ob tem izpostavljal, da je bilo *Bogastvo narodov* intelektualno središče za razprave osemnajstega stoletja; torej v času, ko je novi političnoekonomski red prevzemal vedno večje dele družbe. Za Thompsona Smithovo delo niti ni bilo toliko novi model kot

Splošni procesi poblagovljenja niso temeljni le za delovanje kapitalizma, ampak tudi za njegovo ekspanzijo, ki je eden ključnih predpogojev ohranjanja sistema (prim. Mandel 1975, 2. pogl.). Brez konstantne ekspanzije in novih mogočih področij za rast se kapitalistični sistem namreč nujno znajde v krizi. To je glavni razlog, zakaj je ekspanzija poblagovljenja tako odločna in zakaj ta proces vsa področja spreminja *po lastni podobi*. Po mnenju Huwsove (2003) je zato *prav* poblagovljenje potrebno dojemati kot proces, ki je osrednjega pomena za razumevanje družbenih sprememb.¹²³

Ob tem je ključnega pomena zavedanje, da na ekspanziji poblagovljenja pogosto ni ničesar samoumevnega. Trg je ne uspe nujno širiti z lastno logiko delovanja, ampak so zanj potrebni ekstraekonomski (predvsem politični ali psevdopolitični) posegi. Poleg tega splošni procesi poblagovljenja le redko minejo povsem brez uporov prizadetih populacij, zaradi česar morajo pogosto temeljiti na neposrednem nasilju oziroma prisili. Zgodovinsko gledano so zaradi teh razlogov bili pogosto odvisni od (največkrat nasilne) prvotne akumulacije, ki je sprva bila povezana predvsem s procesom ograjevanja skupnih področij in fizičnih prostorov, kar je omogočilo njihovo pretvorbo v zasebno lastnino in fiktivno blago. Danes podobni procesi potekajo na področju komuniciranja in informacij, zaradi česar je mogoče govoriti o *novem valu ograjevanja*, kot je ta proces imenoval Boyle (2008). Pri prvotni akumulaciji zaradi tega ne gre za dejanje, ki se je zaključilo v nekem že preteklem zgodovinskem obdobju, ampak za permanentni proces, čigar temeljna značilnost so predvsem stalni in obnavljajoči se akti (pogosto povsem fizičnega) ločevanja proizvajalcev od proizvodnih sredstev.

3.3.2 Politična vzpostavitev moderne zasebne lastnine

Obstoj moderne zasebne lastnine se je zgodovinsko gledano izkazal kot eden od temeljev učinkovitega delovanja kapitalizma. Je namreč med predpogoji kapitalistične akumulacije, pri čemer je ključnega pomena predvsem lastništvo nad proizvodnimi sredstvi in faktična možnost neomejene zasebne akumulacije. Ob proučevanju teh karakteristik postane jasno, da je mogoče nastajanje, razvoj, širitev in ohranjanje kapitalizma dojemati le kot inherentno politični proces, ki ga ob vključitvi različnih področij v krogotok kapitala prežema bolj ali manj očitno nasilje.

Naturalizacija lastnine kot zasebne lastnine, *ki je tukaj že od nekdaj*, uspešno mistificira zgodovinsko dejstvo, da je bilo v preteklosti pojmovanje lastnine precej širše in

antimodel, usmerjen proti politikam in drugačnemu ekonomskemu tipu (moralni ekonomiji), ki je prav v njegovem času že razpadal.

¹²³ Po Huwsovi (2003, 17) poblagovljenje vključuje »tendenco kapitalistične ekonomije, da proizvaja nove in vedno bolj standardizirane proizvode za prodajo na trgu, ki bo ustvarila profite v sorazmernem delu s stopnjo proizvodnje.«

pestrejšje, kot je v postmodernih kapitalističnih družbah. Spregleda dejstvo, da se je pojmovanje lastništva po eni strani skozi zgodovino močno spreminjalo (glej Berry 2008, 3. pogl.) in da so po drugi strani zasebna lastnina ter vsi sistemi lastništva kot oblike družbenih institucij vedno človeško *ustvarjeni*; med ljudmi vzpostavljajo določena družbena razmerja in relacije, pri čemer so po pravilu izraz globoko ukoreninjenih zgodovinskih razmerij moči v družbi (glej Macpherson 1973, 4. pogl.; May 2010, 16–22). Šele skozi oblike pravnega nadzora nad skupnimi področji, ki narekuje oblike njihovega razlaščenja in privatizacije (Negri in Hardt 2005, 192–202), in z vzpostavitvijo primata zasebnolastninskih pravic¹²⁴ se skozi dolgo zgodovino liberalizma in kapitalizma zasebna lastnina ne le legalizira ter legitimira, temveč sčasoma naturalizira kot edina smiselna in mogoča – ter za kapitalizem nujna – oblika (zasebne) posesti.¹²⁵

Lastnino je potrebno misliti kot družbeno institucijo, ki se je skozi zgodovino spreminjala in s tem odzivala na družbene, politične in ekonomske okoliščine, skozi katere se je sočasno legitimirala; imeti nekaj v lasti odraža specifični odnos v družbi, ki se formalizira skozi normativne in pravne akte. Prav zato lastnine ni mogoče preprosto enačiti s posestjo neke materialne stvari, kar postaja še posebno očitno z vzponom lastništva nematerialnih in neotipljivih stvari. Če je za predkapitalistično Anglijo na primer veljalo, da lastnina daje pravico do rente in ne pravice do določene stvari, na primer zemljišča ali nekega imetja, se (še) z modernim, s kapitalističnim pojmovanjem zasebne lastnine vzpostavi absolutna in dvojna narava te lastninske pravice: ta dvojna narava se po eni strani definira kot pravica do razpolaganja, odvzemanja ali uporabe neke stvari, po drugi strani pa kot univerzalna pravica, ki ni pogojena z nikakršnim posebnim izvrševanjem kakšne družbene funkcije (na primer plemiški stan). Zasebna lastnina s tem postaja neomejena v količini in prosto *prenosljiva*, kar pomeni, da jo je mogoče prodati. V tej lastnosti je mogoče videti neposredni odgovor na zahteve kapitalistične tržne družbe (glej Macpherson 1973, 123–131).

¹²⁴ Gre za osnovo skoraj vseh modernih političnih ustav, ki skrbijo za nedotakljivost ekonomskih interesov (glej Negri in Hardt 2009, 3–1).

¹²⁵ Današnja popolna samoumevnost zasebne lastnine kot edine res smiselne oblike lastnine se morda najbolj izkristalizira ob očitkih zagovornikom skupne posesti, ki jih lahko strnemo v dva pogleda: prva pogosta kritika prihaja s strani avtorjev, izhajajočih iz državnega socializma, ki predvideva, da je realno alternativo zasebni lastnini mogoče misliti le prek državnih posegov od zgoraj oziroma kot državno lastnino, saj se je tovrstni projekt že izkazal za *realno izvedljivega in mogočega*; dolge zgodovine predkapitalističnih in antikapitalističnih praks kolektivnega upravljanja skupnega (glej Linebaugh 2008) očitno tem avtorjem niso dokaz *realno mogoče alternative*, ki je zgodovinsko gledano obstajala precej dlje od resnično obstoječih socializmov in zagotovo tudi dlje od modernega dojetanja zasebne lastnine v kapitalizmu. Drugi, danes še pogostejši očitke, ki prihaja predvsem iz liberalnih vrst, pa je predpostavka, da sta ustvarjanje in kreativnost odvisna prav od zasebne lastnine same, med drugim na primer od varovanja avtorskih pravic in patentov; v primeru njune ukinitve naj bi egoistični individuum (gre za ključno ontološko predpostavko) namreč ne bil več motiviran za delovanje in/ali delo. Naj na tej točki omenim le, da gre za skrajno ozko dojetanje ne le človeške kreativnosti in ustvarjanja, ampak tudi tega, kaj sploh dojemamo kot kreativno (prim. Shiva 1997, 8–13).

Zasebna lastnina svoj status *lastnine* potemtakem pridobiva šele prek državnega zakonodajnega aparata ali podobne avtoritete ter se nato reproducira skozi vsakodnevne prakse. May zato ugotavlja:

»Lastnina kot lastnina časovno gledano ni pred aparati oblasti (ali države), čakajoč, da bo pravno prepoznana; v resnici zakonodajno priznanje lastnine vzpostavlja njen obstoj v obliki, ki jo lahko identificiramo [...]. Lastnina je konstruirana in reproducirana z državno zakonodajo, pri čemer ne varuje nečesa, kar je obstajalo poprej, kar je že prepoznano kot lastnina, ampak prej varuje določene obstoječe interese, s čimer kodificira njihovo zaščito skozi 'lastnino'.« (May 2010, 16, poudarek avtorja)

Resničnega in učinkovitega obstoja zasebne lastnine v njenem modernem pomenu ne bi moglo biti brez države ali njenega funkcionalnega ustreznika. Šele prek sodnega in represivnega aparata se namreč lahko zagotavljajo in uveljavljajo specifične moderne lastniške oblike. Čeprav ne gre za edino možnost v kapitalističnem političnoekonomskem sistemu, po prepričanju Harveyja (2003, 90–91) kapitalistična akumulacija zagotovo najbolj cveti tam, kjer obstajajo institucionalne strukture zasebnega lastništva in zasebnih (poprej določenih) pogodb, pravne varnosti in utrjenih denarnih oblik. Za zagotavljanje teh lastnosti je potrebna močna (buržoazna) država. V skladu z Offejevimi (1985a, 3. pogl.) ugotovitvami velja tudi obratno: sama kapitalistična država bi le težko obstajala v takšni obliki brez dopuščanja zasebnega lastništva.¹²⁶

Poudarek politične konstrukcije modernega zasebnega lastništva, njenega družbeno določenega vzpostavljanja, utrjevanja in spreminjanja, je nujen in ključen. Ko pride do vprašanj akumulacije in upravičenosti same zasebne lastnine, namreč ta poudarek omogoči na eni strani izpostavitve neločljive povezave med državnim kot javnim ter na drugi strani zasebnim (slavna liberalna dihotomija), predvsem pa razbija utemeljevanja pravice do zasebne lastnine, ki se ga ontološko izpeljuje iz (domnevne) človekove narave in se začneja že z liberalnimi teorijami lastništva – predvsem z naravnim pravom Johna Locka (2010, 150–163) in s klasično ekonomijo Adama Smitha (2010) (glej Harvey 2011b). Kot piše Macpherson (1973, 228–233), iz Lockovih predpostavk v *Drugi razpravi o oblasti*, njegovem

¹²⁶ Privatizacija proizvodnih sredstev je za Offeja eden od strukturnih pogojev obstoja kapitalistične države, saj »javna oblast strukturalno ne more organizirati materialne produkcije [proizvodnje] po lastnih "političnih" merilih.« (Offe 1985a, 60) Državna oblast je davčno odvisna od obsega zasebne akumulacije, s tem pa proces akumulacije postane splošna navezna točka dejavnosti države. Obenem gre za ključni razlog univerzalizacije blagovne forme na čedalje več področij družbe, ki jo pomaga zagotavljati tudi kapitalistična država. Blagovno formo lahko imamo zato »za nekakšno splošno "točko ravnotežja" kapitalistične države. Obenem je tudi splošna točka ravnotežja akumulacije.« (prav tam, 61)

temeljnem delu, namreč izhaja, da imajo posamezniki *po naravi* dano pravico do lastnine, ki je predhodna morebitni državi ali oblasti. Lastnina po tej interpretaciji torej ne izhaja iz privoljenja ali potrditve koga drugega.¹²⁷ Lockova teorija predvideva, da je lastnina *predhodna* kakršni koli družbeni oziroma političnoekonomski institucionalizaciji, izhaja namreč: a) iz pravice do preživetja oziroma samoohranitve in b) iz vložene delo posameznika v naravo, ki dodaja *vrednost* tej operaciji.¹²⁸ Čeprav Locke (2010, 155) za to (po njegovem mnenju) po naravi dano pravico postavlja zdravorazumsko omejitev, da »naj ima vsak toliko, kolikor lahko uporabi«, se razmere drastično spremenijo z »izumom denarja« in s »tihim dogovorom ljudi, da mu prisodijo vrednost.« (prav tam) S tem pa Locke v resnici »povozi eno najpomembnejših omejitev (omejitev neskončnega prilaščanja), s čimer odstrani enakost naravnih pravic. Konča s priznanjem, da je naravni zakon popolnoma neefektiven porok za naravne pravice, ki posledično izgubijo izvirne značilnosti, ki so jim bile podeljene.« (Macpherson 1973, 228)

Locke je domnevno tiho privolitev ljudi v uporabo denarja uporabljal kot utemeljitev neskončne »naravne« pravice do prilaščanja, s tem pa je podajal legitimacijo vzpostavitvi skrajnih ekonomskih neenakosti. Po njegovi interpretaciji namreč le-te izhajajo primarno iz neenakosti v delu, opravljenem v preteklosti.¹²⁹ A ni povsem razumljivo, o kakšni *preteklosti* je tu govora. Morda je Locke verjel v reinkarnacijo [sic!],¹³⁰ a bistvenejše je, da s tem

¹²⁷ Smithova izhodišča so blizu tistim, ki jih je zapisal Locke skoraj stoletje pred njim. Prvi med drugim poudarja, da »lastništvo, ki ga ima vsak človek nad svojim delom, ni samo prvotni temelj vsega drugega lastništva, je tudi najsvetlejša in neoskrunljivo.« (Smith 2010, 142) Pri tem gre za človekova *naravna* nagnjenja (prav tam 259), podobno, kot je naravna sebičnost posameznikov in nagnjenje, da trguje, baranta in menja eno reč za drugo (prav tam, 21–23). Za Smitha (2010, 41–44) je bila vrednost blaga odvisna od »napora telesa«. Pravo merilo vrednosti je količina vložene delo, s katerim je mogoče primerjati vrednost izdelkov. Temeljna naloga oblasti ob tem je po Smithovem mnenju zagotavljanje svobodne trgovine, ki je ključni pogoj dobrega življenja, to pa je pogojeno z uveljavljanjem zakonodaje, ki omogoča zasebnolastniške pravice.

¹²⁸ Kot povzema May (2010, 27, poudarek J. A. P.), je »nagrada za vlaganje tega napora, s katerim se dodaja vrednost, *lastništvo rezultata*.« Ta Lockova zastavitev se najpogosteje omenja za tako imenovano delovno teorijo lastnine. Ključno seveda je, da si v kapitalistični družbi delavec v resnici *ne* lasti rezultata dela, ampak mu je le-ta odtujen, sam pa za delo prejme mezdo.

¹²⁹ Ta za današnje razmere reakcionarna poteza teorije, ki sicer hoče temeljiti na vložene delo, se izkristalizira v petdeseti sekciji druge razprave: »Ker izvira vrednost zlata in srebra [...] samo iz soglasja ljudi, pri čemer je velik del njenega merila vsebovan v delu, je jasno, da so se ljudje strinjali z nesorazmernim in z neenakim lastništvom nad ozemljem, saj so z molčečo prostovoljno privolitvijo našli način, kako si lahko človek pošteno prilasti več ozemlja, kakor je njegovih proizvodov, ki jih more uporabiti, kajti v zameno za presežke lahko prejme zlato in srebro, ki ju je mogoče kopičiti, ne da bi komu storili krivico [sic!], saj se ti kovini v rokah lastnika ne uničita in ne razpadeta. Po tej razdelitvi stvari na neenake zasebne posesti so ljudje utrli zunaj družbenih omejitev in brez pogodbe, zgolj s pripisovanjem vrednosti zlatu in srebru ter le z molčečim strinjanjem z rabo denarja.« (Locke 2010, 162–163) Locke je omejeno naravno pravico lahko izpeljeval iz predpostavke, da je »na svetu dovolj ozemlja, da bi zadostovalo za podvojeno število prebivalcev,« ki pa je bila bližja resničnemu stanju v novem svetu Severne Amerike kot v Evropi, za katero so bili že takrat značilni konflikti in srdit boj za nadzor nad viri preživetja. To pojasnjuje skorajda diametralna nasprotja pri tem vprašanju med dvema ključnima teoretikoma naravnega prava, Hobbesom in Lockom, in posledično različne oblike širjenja suverenosti v Evropi in ZDA, ki sta ju prepoznala Negri in Hardt (2003, drugi del, predvsem 137–153): v ZDA je širjenje temeljilo na utopiji vedno odprtih prostorov in mirne ekspanzije Imperija, ki preprosto vključuje nova področja v svojo mrežo. Sicer premostljive ovire pri tem procesu postavlja kvečjemu narava (kamor med drugim spadajo staroselci) in ne zgodovinske ovire (kulturni in družbeni vzorci). Ta ekspanzivni proces je v ZDA, za katere je bil značilen izolacionizem navzven, trajal vse do konca devetnajstega stoletja.

¹³⁰ Marx (1976/1990, 26. pogl.) je to predpostavko šaljivo primerjal z izvirnim grehom v teologiji. Skoraj enako *teologijo*, namreč da kapitalisti držijo svoj oblastniški položaj zaradi prihrankov, ki so jih nakopičili v preteklosti, je ponujal Adam Smith (2010; glej Perelman 2000, 29).

odpravlja lastni poskus *naturalističnega* utemeljevanja lastnine, ki bi jo v prvotnem pojmovanju pravzaprav lahko dojemali *le* kot obliko posesti. S tem *ново* obliko zasebne lastnine *de facto* prenese na raven legitimiranja kapitalistične družbe kot takšne.

To nikakor ni le površinski premik, saj zareže v temelje tega, kako se definira zasebna lastnina. Omogoči namreč arbitrarno postavljanje ali odstranjevanje omejitev v akumulaciji. Iz tega izhajata dve posledici. *Prvič*: »zasebna lastnina, ki je pridobljena osebno [...], je izpodrinjena s kapitalistično zasebno lastnino, ki temelji na eksploataciji odtujenega, a formalno svobodnega dela,« poudarja Marx (1976/1990, 928). Nadaljuje, da klasična »politična ekonomija v osnovi zamegljuje dve različni vrsti zasebne lastnine; ena se opira na delo proizvajalca samega in druga na eksploatacijo dela drugih. Pri tem pozablja, da je zadnja omenjena oblika ne le neposredna antiteza prve, ampak temelji na njenem grobišču in nikjer drugje« (prav tam, 931). *Drugič*: ključen je premik od *imeti nekaj v posesti* do pravice po odrekanju, se pravi do možnosti za omejevanje in preprečevanje uporabe ali dostopa do nečesa (Macpherson 1973; May 2010, 18–22).

Polanyi (2008, 6. pogl.) je menil, da je v določenih primerih nujno družbeno legitimirati pretvarjanje skupnih področij in reči v zasebno lastnino in blago. Po njegovem mnenju je to pomembno vsaj tam, kjer določene dobrine ali stvari v družbi poprej niso imele funkcije blaga, torej predmeta, ki je proizveden za prodajo in nakup na trgu – obenem pa je zanje pravzaprav *povsem očitno, da jih ne moremo dojemati kot klasične oblike blaga*. Za prodajo blaga na trgu je zato v nekaterih primerih nujna vzpostavitev *fikcije o blagu*. Kot primere podaja delovno silo, zemljo in naravno okolje, ki so morali pridobiti fiktivno utemeljitev, prek katere so se šele lahko uspešno vzpostavili kot blago v družbi. Šele s tem je posledično nastala možnost za nastanek trgov s temi oblikami blaga:

»Definicija delovne sile, zemlje in denarja kot blaga je povsem fiktivna. Toda dejanski trgi za delovno silo, zemljo in denar so nastali prav s pomočjo te fikcije. [...] Fikcija o blagu je potemtakem najpomembnejše organizacijsko načelo za vso družbo in na kar najbolj različne načine vpliva na skoraj vse njene institucije – gre namreč za načelo, po katerem ne bi smeli biti dovoljeni nikakršni dogovori ali vedenje, ki bi utegnili onemogočiti tržni mehanizem, ki deluje na podlagi fikcije o blagu.« (Polanyi 2008, 137)

Omenjena fiktivna blaga so seveda postala ključni del kapitalistične proizvodnje in pravzaprav predpogoj kapitalizma (čeprav se je, kot piše Polanyi /2008, 135/, vsem upirala njihova komercializacija). Vse tri *fiktivne* oblike blaga, ki jih omenja Polanyi, so ta status

pridobile s postopnim prehodom iz fevdalizma v kapitalizem. S tem se je trgu po mnenju Polanyija podredilo *samo substanco družbe*.

Mogoče je špekulirati, da skoraj vsaka nova oblika dobrine, ki poprej ni bila dojeta kot blago, potrebuje svojevrstno fikcijo, če naj se uspešno legitimira kot blago. To je še zlasti očitno v času nematerialnih, neotipljivih oblik blaga, kjer lastništvo z omejevanjem dostopa pogosto predvideva oddajanje in dohodek v obliki rente, ne pa na primer dejansko prodajo fizično oprijemljivega blaga. Kot opaža May (2010, 34), je trg vedno »skonstruiran skozi politične odločitve,« vendar zagotovo »nikjer to ni očitnejše kot na trgu intelektualne lastnine.« (prav tam) A ključna karakteristika intelektualne lastnine tako pri patentih in zaščitnih znakih [*trademark*] kot pri različnih založniških in intelektualnih pravicah ni samo, da zelo očitno *ustvarja* lastništvo, ampak da z omejevanjem neposrednega dostopa *naknadno* ustvarja *redkost* neke dobrine (ali vira, znanja, informacije), kjer ta redkost sicer ne bi mogla obstajati (prav tam). Le s takšnim posegom, ki ustvari monopolni nadzor nad neko informacijo, je namreč tovrstne dobrine sploh mogoče spremeniti v (fiktivno) blago (Jessop 2002a, 14). Vsekakor lahko pojmovanje fikcije o blagu služi kot trajno opozorilo, da je kapitalistični trg z blagi ustvarjen in ne naraven. Nujnost te fikcije je posebej očitna, kadar je blagovna menjava v določenih sferah šele v vzpostavljanju, torej tam, kjer določena sfera poprej ni bila podrejena trgu.

3.3.3 Permanenčnost prvotne akumulacije: akumulacija kot odvzemanje

Pri zgodovinskem vzpostavljanju kapitalističnih družbenih odnosov in širitvi poblagovljenja je brez dvoma še precej pomembnejšo vlogo od fikcije o blagu igral proces prvotne akumulacije. Prvotna akumulacija, izraz, ki ga je Marx izpeljeval iz analize klasične političnoekonomske misli Adama Smitha, je proces, ki je predhoden precej manj opazni in *anonimnejši*, idealnotipski kapitalistični akumulaciji. Je namreč njen zamolčani začetek, izhodiščna točka, ki jo je treba uvrstiti zunaj neosebni, avtomatiziranih *zakonov* ekonomskega delovanja, ki zaznamujejo dovršeno kapitalistično proizvodnjo in zanjo značilno prisvajanje presežne vrednosti. Šele s prvotno akumulacijo kapital vključi (in *zaključi*) v svoj krogotok področja, ki s tem postanejo izpostavljena tržnim odnosom in mogoči uporabi pri ustvarjanju presežne vrednosti (glej Marx, 1976/1990, 8. del).

Proces prvotne akumulacije je zaradi vztrajnosti, očitne nasilnosti in številnih uporov *navadnih ljudi*,¹³¹ ki so jim jemali zemljo (torej osnovni vir preživetja, s čimer so jih posledično prisilili v mezdno delo, pri čemer gre za ločevanje proizvajalcev od proizvodnih sredstev), v angleškem jeziku dobil znamenit izraz ograjevanja [*enclosures*], najpogosteje pa se je pomensko uporabljal v povezavi z ograjevanjem skupnih prostorov [*enclosing the commons*]. V sebi nosi dvojnost narave tega vulgarnega procesa, ki ga po eni strani označujejo različne tehnike in strategije razlaščenja, prilaščanja in ograjevanja skupnega, po drugi strani pa tudi vključevanje različnih področij in dejavnosti v menjalne odnose, ki so temeljni pogoj kapitalističnih odnosov in delovanja kapitala. Medtem ko *tiha prisila ekonomskih odnosov* zapečati usodo dominacije nad delavcem v polno razvitih kapitalističnih odnosih, morajo ta razmerja vedno biti najprej, kot je opozarjal Marx (1976/1990, 899–900), zagotovljena skozi neposredno zunajekonomsko silo. Blaga, ki jih je mogoče izmenjati na trgu za univerzalni ekvivalent, denar, morajo namreč to *šele postati*.

Prvi pomemben in za redke sporen poudarek v zgodbi o prvotni akumulaciji je, da do vzpostavitve disciplinarnih kapitalističnih odnosov ni prihajalo in ne pride spontano. Za njihov vzpon so namreč, ravno nasprotno, potrebni netržni, pogosto s političnim nasiljem prežeti posegi. S takšnimi prijemi se je na primer pod kapital v njegovih začetkih med drugim asimiliralo ruralno prebivalstvo, to nasilje pa so spremljali hudi upori prizadetih množic. S temi procesi se je namreč povsem spremenilo njihovo življenje in posledično celotno podeželje, predvsem pa so ti nasilni posegi močno pospešili možnost za razvoj kapitalizma (glej Perelman 2000; De Angelis 2007, 10. pogl.; Linebaugh 2008; Linebaugh 2010).

Perelman (2000) je prav prek delovanja teh prvotnih procesov kapitalistične akumulacije razbral enega ključnih razlogov, zakaj so nekateri klasični politični ekonomisti, med njimi najočitneje Adam Smith, vzpostavljali teorije, ki so bile v resnici diametralno nasprotje tega, kar se jim v znanstvenih krogih največkrat pripisuje. Kot ugotavlja na podlagi podrobnega branja zgodnjih predstavnikov buržoazne klasične ekonomije, namreč ti avtorji na teoretski ravni podajajo legitimacijo za prisiljevanje ljudi v mezdno delo in opravičujejo ter utemeljujejo racionalnost delitve dela.¹³² Zaradi množičnega zavračanja dela v tovarnah in v proizvodnih obratih je v mestih obstajalo izjemno pomanjkanje delovne sile, ki jo je bilo

¹³¹ Najbolj smiseln prevod besede *commoners* je bržkone *navadni ljudje*. Pri tem velja poudariti, da je izraz tesno povezan s prvotnimi oblikami protokomunizma *The Diggerjev* [*kopači*] in *True Levellerjev* [*resnični borci za enakost*]; slednji že v svojem imenu poudarjajo nujnost redistribucije bogastva in zemlje. Eden ključnih protokomunistov je bil revolucionar in ustanovitelj *Diggerjev* Gerrard Winstanley, ostrí nasprotnik zasebne lastnine, revščine, meznega dela, uničevanja in lastninjenja skupnega ter suženjstva. Že v sedemnajstem stoletju je prvi jasno in javno zapisal, da so nujne družbene spremembe (glej Linebaugh in Rediker 2000, 140–142; Hands 2011, 163–166). Z upori množic je povezano vprašanje moralnih ekonomij skupnosti, množic ali revežev, ki so v svoji srži protikapitalistične (glej Thompson 2010, 4. in 5. pogl.).

¹³² Delitev dela je pravzaprav ključno izhodišče Smithove politične ekonomije (glej Smith 2010, 11–31).

mogoče zagotoviti le prek nasilnih netržnih posegov ekspropriacije, prek katerih so posameznikom odvzemali proizvodna sredstva, nujna za preživetje. Nevidna roka trga je posebej v začetkih kapitalizma zato bila nemogoča brez nadzora in nasilja: represivnih aparatov države.

Marx (1976/1990, 928) pri kritiki razlaščenja neposrednih proizvajalcev ni skoparil z ogorčenjem in je med drugim zapisal, »da je bila dosežena s posegi najkrutejšega barbarizma in pod spodbudo najnižkotnejših, najstrašnejših, najgnusnejših poželenj.« Te ocene niso daleč od ugotovitev Polanyija (2008, 2. del), da trgi ne vsebujejo neizogibne težnje po razraščanju in da pri njihovem širjenju ni bilo nič naravnega, ampak je šlo za učinke povsem »umetnih« spodbud. Polanyi je hkrati zavračal splošno sprejete predsodke devetnajstega stoletja (kot jih je imenoval sam), da je bil že prvotni človek v naravnem stanju – se pravi po svoji naravi – nagnjen k dejavnostim, ki prinašajo dobiček. Takšne oblike dela namreč glede na njegove antropološke raziskave v resnici nikoli poprej niso imele pomembne vloge za gospodarstvo človeštva (prav tam, 4. pogl.).¹³³ Pri vzpostavljanju zasebne lastnine in dejanskih ciljev procesov ograevanja je kot Marx podal sliko, podobno nasilnim procesom:

»Ograjevanju so povsem ustrezno rekli revolucija bogatih proti revnim. Zemljiški gospodje in plemiči so pretresli družbeni red, prelomili stare zakone in navade, včasih z nasiljem, pogosto s pritiskom in zastraševanjem. Reveže so dobredno oropali za njihov delež občinske zemlje in jim podrli hiše, ki so jih ti v skladu z običajnim pravom, ki so ga dotlej vselej spoštovali, imeli za svojo lastnino in lastnino svojih dedičev. Družbena struktura je razpadla; opustošene vasi in razvaline človeških domovanj so pričale o tem, kako surovo je besnela revolucija in ogrožala obrambo dežele, razdejala mesta, zdesetkala njihovo prebivalstvo, spremenila izčrpano zemljo v pesek, izmučila ljudi in jih iz spoštovanja vrednih kmetov spremenila v tolpo beračev in tatov.« (Polanyi 2008, 91; prim. 9. in 10. poglavje)

Ni dvoma, da je bila prvotna akumulacija s tem, ko je navadnim ljudem [*commoners*] onemogočila dostop do virov preživetja, ključna za vzpostavitev kapitalističnih odnosov (glej tudi poglavje 3.2.1). Linebaugh (2008, 49–52) pri tem izpostavlja pogosto spregledano

¹³³ »Ker je njegov [Smithov] aksiom veliko bolj ustrezal neposredni prihodnosti kakor megleni preteklosti, je pri njegovih privržencih zbudil nenavaden odnos do prvotne zgodovine človeštva.« (Polanyi 2008, 103) Polanyi je poskušal utemeljiti tezo, da »vse do našega časa še ni bilo gospodarstva, ki bi ga, pa čeprav le v načelu, nadzorovali trgi,« (prav tam, 101) kar podkrepi skozi odkritja novejših raziskav, »da je človekova gospodarska dejavnost praviloma vpeta v njegova družbena razmerja.« (prav tam, 105) Ekonomske sisteme so v preteklosti po njegovem mnenju poganjali predvsem neekonomski motivi, na primer vedenjska načela recipročnosti, redistribucije in gospodinjstva (proizvodnja za lastno porabo) (glej Polanyi 2008, 105-116), medtem ko so izključno tržni ekonomski motivi ločeni od vseh družbenih razmerij: *družba je zgolj privesek trga* (prim. Godelier 2006; Thompson 2010).

dejstvo, da se je z ekspropriacijo skupnih zemljišč in vzpostavitvijo trgovanja z zemljo proletariziralo ljudi ter jih posledično podjarmilo raznovrstnim oblikam delovne discipline: »Odprava veselja in zabave, odprava kratkočasje in oblik razvedrila, odvrčanje od plesa, odpravljanje festivalov in stroga disciplina nad moškimi in ženskimi telesi. Zemlja in telo sta izgubila svojo čarobnost. Delavski razred je postal kriminaliziran, ženske sposobnosti in talente so javno ožigosali kot kvarne.« (prav tam) Šlo je torej za spremembe, ki so se odražale na vseh ravneh življenj navadnih ljudi, tudi v njihovi vsakodnevni kulturi in dejavnostih.

Drugi pomembni poudarek, ki izhaja iz preučevanja prvotne akumulacije, je njena neizpodbitna aktualnost. Manifestne in nasilne oblike privatizacije javnega in skupnega po vsem svetu sprožajo ponavljajoče se pozive k obnovitvi vprašanj o delovanju procesov ekspropriacije, pri čemer se zdi razumevanje prvotne akumulacije osnova za njihovo razumevanje, saj učinkovito ponazarja pogoje za vznik kapitalističnih odnosov. Reinterpretacije prvotne akumulacije zaradi tega teoretsko-praktično utemeljujejo trajnost teh procesov za obstoj kapitalističnih družbenih odnosov. Proces razlastitev in posledična integracija teh na novo vzpostavljenih področij in sfer življenja v kapitalistični krogotok tako niso več le značilnost predzgodovine kapitala, kot se je najpogosteje interpretiralo Marxa (glej npr. 1976/1990, 928), ampak njegovo aktualno stanje, zmeraj prisotna tendenca in temeljna osnova kapitalističnih družbenih odnosov.¹³⁴

Predvsem vzpon neoliberalizma in z njim agresivnih procesov kapitalistične privatizacije ter ekspropriacije lahko jemljemo kot jasen pokazatelj, da pojmu prvotne akumulacije ne pripada izključno pred nekaj stoletji minulo mesto v dozdevno zgodovinskih začetkih konstitucije kapitalizma. Desetletja napadov neoliberalne ureditve bi namreč morali definirati predvsem kot proces poblagovljenja področij, ki poprej niso bila izpostavljena tržnim odnosom, kot proces razlaščenja prvotnih proizvajalcev, ograjevanja in izkoreninjanja skupnega, ali morda še natančneje rečeno – kot transformacijo skupnih področij v področja zasebnega lastništva. Neoliberalizma namreč nikakor ne definira le boj zasebnega lastništva proti javni (državni) lastnini, ampak – kar je morda še precej pomembnejše – boj proti različnim oblikam skupnega (De Angelis 2007, 134; Negri in Hardt 2009, 137; M. Hardt 2010, 136): naj gre za kulturno ali javno sfero (prim. H. Schiller, 1989), javne »približke« skupnemu v obliki šolstva ali zdravstva, genetsko dediščino človeštva in narave, družbene odnose in aktivnosti, skupne institucije in prostore (glej Bollier 2002).

¹³⁴ Glej Perelman (2000), Bonefeld (2001), Harvey (2003, 4. pogl.), De Angelis (2001; 2007, 10. pogl.), Linebaugh (2008).

Med čedalje več avtorji zato obstaja konsenz o prvotni akumulaciji kot trajnem temeljnem pogoju za ohranitev in širitev kapitalistične proizvodnje skozi daljše zgodovinsko obdobje. Bonefeld (2001, 1–2) na primer poudarja, da je prvotna akumulacija »nujni element kapitalizma. Bolje: je predpostavka kapitala in rezultat njegove reprodukcije. Na kratko: prvotna akumulacija je družbena konstitucija kapitalističnih družbenih odnosov.« Kljub očitno *predhodni* naravi prvotne akumulacije se vsekakor ni končala s procesi modernizacije na posameznih ozemljih in v določenih sferah družbe. Še več. Trdimo lahko, da se v postmoderni družbi ti procesi odvijajo predvsem na področjih, kjer *nekaj* že obstaja, kjer so aktivnosti in skupno delovanje že vzpostavljeni in se potemtakem lahko razlašajo.

Za ključno točko reinterpretacije pojmovanja prvotne akumulacije bi lahko označili premik od zgodovinske kategorizacije do političnoteoretskega razumevanja tega procesa. Slednji vključuje zgodovinskega, a ga hkrati občutno razširja, saj poudarja vseprisotno nujnost političnega: njegova časovna dimenzija vključuje zgodovinsko obdobje vzpostavljanja kapitalističnih proizvodnih odnosov, ki ga poudarjajo tradicionalne interpretacije, a odpravlja njihovo nesposobnost spopadanja z očitno permanentnostjo in nujnostjo tega nasilnega procesa pri ohranjanju in ekspanziji kapitalistične proizvodnje. Čeprav gre pri teh procesih za vprašanje genealogije kapitala, se le-ta predstavlja ponavljajoče, ciklično. Bistvo tega razlikovanja je predvsem v preizpraševanju dojemanj o linearnem modelu *razvoja kapitalizma* in linearnosti časa na splošno, ki postavlja ostre meje začetkov tega sistema, čemur naj bi posledično sledila logična pot stopenj razvoja (v smislu napredka kapitalizma kot sistema: od začetne do zrele stopnje itd.). (De Angelis 2001; 2007, 10. pogl.)

Na trajno prisotnost prvotne akumulacije je med prvimi opozoril Perelman (2000, 2. pogl.),¹³⁵ a kot ključnega avtorja nove interpretacije je potrebno omeniti predvsem De Angelisa (2001; 2007), ki poudarja, da je za proces prvotne akumulacije pri Marxu ključna predvsem ločitev proizvajalcev od proizvodnih sredstev, kar gre po njegovem dojemati kot eno osrednjih kategorij Marxove kritike politične ekonomije (glej tudi poglavje 3.2.1). Ta ločitev je skupna značilnost akumulacije in prvotne akumulacije, zato razlika med njima ni substantivna, ampak gre za razliko v pogojih in oblikah, skozi katere se ta razlika implementira. Medtem ko se pri prvotni akumulaciji za De Angelisa vzpostavlja ločitev

¹³⁵ Čeprav so na to opozarjali že avtorji pred njim, med drugim Mandel (1972, 2. pogl.), ki je poudarjal, da akumulacija kapitala in prvotna akumulacije ne potekata le druga za drugo, ampak tudi hkrati (prav tam, 46). V zadnjih dveh stoletjih mednarodna rast in ekspanzija kapitalistične proizvodnje poteka v dialektiki med: a) kapitalistično akumulacijo na področjih, kjer že poteka kapitalistična proizvodnja, b) prvotno akumulacijo kapitala, ki poteka na področjih izven kapitalistične proizvodnje, in c) bojem ter tekmovanjem med prvima dvema trenutkoma (prav tam, 47).

proizvajalcev od proizvodnih sredstev v raznolikih družbenih razmerah in na različnih področjih, ki se dosejajo s pomočjo različnih strategij in tehnik ločevanja, pri kapitalistični akumulaciji ta ločitev že obstaja in se le reproducira po kapitalu lastni logiki.

Strategije ločevanja so torej ključnega pomena za vzpostavljanje kapitalističnih proizvodnih odnosov, na kar pa ne smemo gledati le kot na proces, ki nastane pred kapitalističnimi oblikami proizvodnje, ampak, kar je pomembnejše, kot temeljni pogoj, če naj do akumulacije kapitala na nekem področju sploh pride (prim. Perelman 2000, 28; Bonefeld 2001). Razliko med prvotno akumulacijo in akumulacijo je torej po De Angelisu mogoče opredeliti tudi kot razliko med vzpostavljanjem kapitala, se pravi njegovim *postajanjem*, in pogoji bivanja kapitala, torej njegovim *obstojem*.¹³⁶

Predpostavka, da prvotna akumulacija na določenih točkah v zgodovini kapitala ne igra (več) pomembne vloge, je torej vsaj problematična, če ne napačna. To bi namreč veljalo predvsem za kapitalistično akumulacijo, ki bi temeljila le na vsrkavanju presežne vrednosti kot vira dobička. Onkraj te abstrahirane predstave *normaliziranega* delovanja kapitala, katerega ekspanzija poteka brez uporov, je nujen obstoj permanentnih procesov nasilne akumulacije, saj lahko le tako sistem rešuje krize in kolonizira nova področja.¹³⁷ Temeljne karakteristike tega sistema slikovito opisuje Jameson (2011, 7): »Mašina se vztrajno kvari, ne popravlja se z reševanjem lokalnih problemov, ampak z mutiranjem proti vse večjemu in večjemu obsegu, s svojo preteklostjo, ravno pravi čas pozabljeno, s svojimi skritimi prihodnostmi, irrelevantnimi vse do točke, ko pride do kvantnega skoka.«

¹³⁶ S problematiziranjem linearnega razvoja De Angelis naprej poudarja časovno krožnost procesov ločevanja, saj ti procesi niso ireverzibilni, ampak vedno vsaj potencialno spremenljivi. Proti nasilnim razlastitvam in ločevanju od proizvodnih sredstev so se namreč razlaščeni skozi zgodovino skorajda po pravilu zmeraj bojevali. S tem pa De Angelis ne misli le *začetnih* bojev ob razlastitvi in vzpostavitvi pogojev za kapitalistično proizvodnjo, ampak permanentnost teh bojev skozi čas in zmage v bojih, ki izbrišejo omenjeno ločitev proizvajalcev od proizvodnih sredstev (ali pa se vsaj borijo proti tej ločitvi). Pomembna predpostavka teh bojev je brez dvoma ta, da zgoraj omenjene kapitalistične oblike zasebne lastnine niso dojele kot naravne, temveč kit družbeno konstruirane in s tem tudi politično spremenljive. Medtem ko ekonomistična interpretacija delovanja kapitala torej stavi na statičnost, nespremenljivost *stanja*, s čimer negira dejstvo, da so ti družbeni odnosi že zmeraj politični in se z vzpostavljanjem bojišč tudi spreminjajo, politična interpretacija na drugi strani zavrača to vulgarizirano dojetje Marxa kot apolitičnega ekonomista, ki se po tej logiki skorajda zavzema za normalizirano delovanje kapitala in odpravlja subjekte upora. Že sam boj izkoriščanih in upor proti kooptaciji živega dela torej predvidevata nujnost ekstraekonomskih posegov in neposrednih političnih intervencij *od spodaj*, kadar se poskuša *ekspropriirati ekspropriatorje*. S tem politična interpretacija navadne ljudi obravnava kot aktivne subjekte v antagonističnih bojih in ne le kot nemočne žrtve, to pa je osnovna predpostavka avtonomističnih marksističnih pristopov.

¹³⁷ Na tej točki ni govora o kakršni koli »napaki« pri Marxu, saj je poskušal natančno ločevati med tem, kaj naj bi kapital bil v svoji »čisti« obliki po svojih klasičnih apologetih (prim. Husson 2011), in tem, kaj je v svoji konkretni zgodovinski pojavnosti. Perelman (2000, 30) opozarja, da je relativno majhen pomen, ki ga je Marx podal prvotni akumulaciji, treba brati predvsem v skladu z njegovim primarnim namenom v *Kapitalu*: to je prikaz navidezno poštenih in objektivnih pravil kapitala, ki vodijo v eksploatacijo in so precej učinkovitejša kot (nasilna) prvotna akumulacija. S pretiranim izpostavljanjem prvotne akumulacije bi se lahko oddaljil od te tihe prisile in disciplinarnih mehanizmov, ki so lastni samemu kapitalu in kapitalističnemu trgu. De Angelis (2001) po podrobnejši branju Marxa utemeljuje svojo interpretacijo prvotne akumulacije kot interpretacijo, ki bi po njegovem mnenju (seveda ob podrobnejši razdelavi tega pojma) skoraj zagotovo bila tudi Marxova. Obe tezi podpira Negrijeva (1984/1991) ugotovitev, da so v *Grundrisse* (v nasprotju s *Kapitalom*) politični elementi, temelječi na politični in ekonomski oblasti, pravzaprav v središču analize; klasična hegemonija kapitala je za Negrija, podobno kot za De Angelisa, skrajno redka ali vsaj začasna, vsakokrat pa jo razbijajo delavski boji.

V aktualnih družbenoekonomskih razmerah postajajo procesi prvotne akumulacije z novimi oblikami prilaščanja skupnega čedalje očitnejše oblike kapitalističnega nasilja. Harvey (2003, 144–152) je zato izraz prvotna akumulacija zamenjal za pojem *akumulacije kot odvzemanja* [*accumulation by dispossession*], ki po njegovem mnenju bolje nakazuje proces, ki je v resnici neločljivo od kapitalizma. Vanj v skladu z Marxovimi ugotovitvami vključuje poblagovljenje in privatizacijo zemljišč ter izgon kmetov; transformacijo različnih oblik lastninskih pravic v že omenjene ekskluzivno zasebne lastniške pravice; prepoved dostopa do skupnega [*the commons*]; poblagovljenje delovne sile in zatiranje alternativnih oblik proizvodnje in porabe; kolonialne, neokolonialne in imperialne procese apropiacije, premoženja, dobrin in naravnih virov; monetizacijo menjave in obdavčenje, predvsem zemljišč; državni dolg; sužnjelastništvo; in konec koncev kreditni sistem s finančnim kapitalizmom kot radikalnim sredstvom prvotne akumulacije. Ti procesi prvotne akumulacije se po svetu vztrajno nadaljujejo. Kot v preteklosti pri njih igra ključno vlogo država in njeni nadnacionalni ter subnacionalni ustrezniki. (prav tam; prim. Perelman 2000) *Akumulacija kot odvzemanje* je za Harveya (2011a, 86–87) eden ključnih vidikov neoliberalnega kapitalizma, ki nakazuje obrat k plenilstvu in prerazporejanje svetovnega bogastva k vladajočim razredom. Pri tem so se v zadnjih desetletjih po njegovem mnenju vzpostavili povsem novi mehanizmi *akumulacije kot odvzemanja*:

»Poudarek na intelektualnih lastniških pravicah v pogajanjih Svetovne trgovinske organizacije (tako imenovani sporazum TRIPS) kaže na načine, s katerimi je patentiranje in licenciranje genetskega materiala, semenske plazme in številnih drugih proizvodov sedaj lahko uporabljeno proti celotnim populacijam, katerih prakse so igrale ključno vlogo v razvoju teh snovi. Biopiratstvo ravsaja nebrzdano in plenjenje svetovnih zalog genetskih virov se odvija v korist nekaj največjih farmacevtskih podjetij. [...] Poblagovljenje kulturnih form in intelektualne kreativnosti sproža obča razlaščenja.« (Harvey 2003, 147–148)

V tem kontekstu je mogoče govoriti o drugem zgodovinskem valu ograjevanja: prvotni akumulaciji *neotipljivih skupnih idej, znanja, kulture in informacij* (glej Boyle 2008, 3. pogl.; prim. Harvey 2003, 4. pogl.), ki pridobivajo na ekonomskem pomenu v postfordističnem kapitalizmu (glej Jessop 2002a, 128–132). Če Harvey v teh primerih govori o biopiratstvu, Shiva (1997) patentiranje narave (prek vsiljevanja trgovinskih sporazumov) označuje za sodobno obliko biokolonializma, Berry (2008, 53) pa govori kar o novem fevdalizmu. Reči in področja, ki jih je mogoče uvrščati v to kategorijo, družijo predvsem tri značilnosti:

nekonkurenčna oziroma netekmovalna logika, kar pomeni, da bi lahko (istočasna) uporaba tovrstnih dobrin ali virov bila neomejena; nizka subtraktivnost, ne glede na množičnost uporabe jih ne zmanjka; pri tem pa se primarno vežejo na neotipljive karakteristike in nematerialne dobrine (glej tudi razdelitev v poglavju 4.1.5).

Tako pri privatizaciji informacij, povezanih z genetskim in z naravnim materialom, kot pri vzpostavljanju lastništva nad znanjem, kulturo, kreativnostjo in samim komuniciranjem, je govora o lastninjenju *neotipljivih* lastnosti in karakteristik, največkrat informacij ali idej, kjer postane družbena konstruiranost lastništva – kot že omenjeno – povsem očitna. To velja posebej za obstoječi družbeni kontekst, v katerem možnost lastništva teh reči in dobrin v družbi (še) ni dojeta kot povsem nekaj povsem *samoumevnega*.

Kritiki procesov novega vala ograjevanja in lastninjenja informacij med seboj pogosto primerjajo vzpon zgodnjih oblik prvotne akumulacije na eni strani in vzpostavljanje patentnega lastništva nad življenjem, informacijami in simboli (oblik ograjevanja, ki onemogočata splošen dostop) na drugi. V obeh primerih morajo osrednjo vlogo igrati zunajekonomski posegi, ki institucionalizirajo, kaj je mogoče lastniti in kako se bo ta red uveljavljalo v praksi (prim. Perelman 2003; Harvey 2003, 4. pogl.). Hesmondhalgh (2008a) je le eden kritičnih komunikologov, ki so intelektualno lastništvo neposredno povezali z imperializmom in s prvotno akumulacijo oziroma z Harveyevim pojmom *akumulacije kot odvzemanja* (prim. D. Schiller 2007, 43). Po mnenju Harveya (2003, 66) obstaja tesna povezava med monopolnimi privilegiji, ki jih prinašajo zakonsko zapisani patenti in intelektualno lastništvo, in upadanjem nadvlade ZDA v svetovni proizvodnji. Po njegovem mnenju se namreč »ZDA premikajo proti rentniški ekonomiji v odnosu do preostalega sveta in storitveni ekonomiji doma.« (prav tam) Podobnega mnenja je Perelman (2003, 308), ki opozarja, da so »intelektualne pravice postale finančna protiutež deindustrializaciji,« ki se je z vzponom neoliberalizma pričela odvijati na Zahodu. Prispevale so tudi k nadaljnji koncentraciji lastništva – tokrat nad informacijami, izumi in kulturnimi dobrinami – v rokah kapitalističnega razreda in še bolj okrepile neenako razdeljevanje prihodkov in lastnine po svetu (prim. Bettig 1996; Perelman 2002; 2003). V teh primerih gre za aktivno razlaščenje, »krepitev intelektualne lastnine pa še naprej deluje kot najvažnejši cilj velikega biznisa kot celote.« (D. Schiller 2007, 47)

Pri informacijah o genetskem materialu in biotski raznolikosti, kar je mogoče pojmovati kot področja skupne človeške in naravne dediščine, na primer postajajo osrednjega pomena nove tehnike in načini lastninjenja, ki so se v praksi materializirale skozi patentiranje oblik življenja, živih bitij in drugih organizmov. Energična razprava o teh procesih se je

začela že v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, omogočil pa jo izjemni napredek v biotehnologiji. V istem času se je namreč pričela komercializacija tega raziskovalnega področja, ki se je razvilo predvsem z javnimi investicijami in s pomočjo širšega družbenega ter znanstvenega sodelovanja (glej King 1997). S popolnim podrejanjem genetike kapitalističnemu trgu, ki je bil spodbujen predvsem skozi (globalne) zakonske ureditve intelektualne lastnine, so se začeli patentirati mikroorganizmi in biološki organizmi, na primer celične linije, deli genetskega zaporedja in genetsko spremenjene rastline, živali ter drugi organizmi. Od osemdesetih let dvajsetega stoletja naprej je bilo registriranih že več sto patentov na živalih, skozi devetdeseta leta omenjenega stoletja pa so »življenske industrije« v blagovni trg začele vključevati gene in njihove različne sestavine, pri čemer je šlo za povsem novo obliko spreminjanja skupne dediščine v zasebno lastnino ter blago.¹³⁸ Bistveno je, da te spremembe seveda ne puščajo le ozko zamejenih posledic v relativno zaprtih znanstvenih krogih, čeprav se morda v njih dogajajo, ampak izjemne globalne družbene spremembe in globoka družbena tveganja. V samem temelju pomembno prispevajo k ohranjanju in h krepitvi neenakosti v svetu. Trendi razvoja v biotehnologiji ob tem nakazujejo, da raziskovanje v prihodnosti ne bo odprto, ampak bodo nadzor nad njim imele največje in najbogatejše korporacije (Bollier 2002, 81; prim. Shiva 1997; Perelman 2002).

V resnici lahko tovrstno omejevanje dostopa in uporabe celo onemogoča *uspešnost* širjenja neke informacije ali znanja v družbi (glej Nonini 2007a; Berry 2008; Negri in Hardt 2009; May 2010). Avtorji s kritično distanco do informacijskih oblik blaga, ki se brez večjih stroškov spreminja in deli ne glede na število dodatno ustvarjenih enot ali uporabnikov, menijo, da ta vrsta blaga in na splošno nadzor nad znanjem ter informacijami že igra ključno vlogo v aktualni stopnji kapitalizma (Perelman 2002; May 2010). Do občutno spremenjene vloge informacij v kapitalistični ekonomiji je postopoma prihajalo skozi celotno dvajseto stoletje. Do devetdesetih let dvajsetega stoletja so po mnenju Herberta Schillerja (1989) informacije postale integralni del kapitala, največje korporacije pa so uspele poseči v vse pore družbenega življenja. Informacije in podatki so (tudi s proliferacijo neposredno aplikativnih

¹³⁸ Čeprav je do leta 1980 veljalo, da se mikroorganizmov, različnih naravnih procesov in proizvodov ne da patentirati, saj so veljali za del skupne naravne dediščine človeštva, pride s tem letom prvič do uspešnega patentiranja mikroorganizma. Odločitev ameriškega vrhovnega sodišča, da odobri patent za gensko spremenjeno obliko življenja, je temeljila na ugotovitvi, da je mikrob, za katerega je Anand Čakrabarti leta 1971 vložil patentno prijavo, »človekov izum«. Z nadaljnjimi sodbami ameriškega vrhovnega sodišča v letih 1984 in 1987 se je ta možnost dokončno razširila na vse druge oblike življenja, saj je bilo v skladu s temi odločitvami mogoče biološko inženirane bakterije patentirati, ker so lahko človeško ustvarjene. (Glej Shiva 1997; Rifkin 2001; Scharper in Cunningham 2007) Po mnenju Rifkina (2001, 63) je ta odločba »imela osupljive razsežnosti. Ameriški patentni urad je z eno samo regulativno potezo svetovnemu gospodarstvu določil novo smer – preusmeril ga je na pot, ki bi nas iz industrijske dobe popeljala v biotehnološko stoletje.« Kaj pomeni možnost množičnega prilaščanja svetovnega genskega bogastva, so hitro razumele tudi korporacije. Več o nevarnostih uvajanja pravnih okvirov, s katerimi je »postalo načelno mogoče patentirati gensko spremenjene človeške zarodke in plodove kot tudi človeške gene, celične kulture, tkiva in organe« (prav tam), tudi v Rifkin (2000, 4. pogl.; 2001).

raziskav) postali potencialno izjemno dragocene dobrine, ki so se prek tržnih kriterijev pričele dojemati kot blago, ki ga je mogoče prodati kot vsako drugo lastnino. Transformacija informacij v lastnino in uporaba ter nadzor nad informacijami za zaščito same lastnine so tako med osrednjimi značilnostmi kapitalizma na prelomu dvajsetega v enaindvajseto stoletje, čigar pomembna karakteristika je posebni način poblagovljenja, ki lahko pronica v vse pore (družbenega) življenja. Sam zato ta proces v nadaljevanju (poglavje 3.4.4) razlagam s pomočjo pojma *pronicajoče poblagovljenje*.

3.3.4 Blago kot spektakel, spektakel kot blago

Debordova (1999, 2. pogl.) razlaga vloge blagovne forme v postmodernih družbah, ki so v celoti potopljene v spektakel, še danes ostaja eden pomembnejših opisov njene družbene invazivnosti. Dominacijo blaga nad totalnostjo človeških življenj namreč predstavlja kot permanentno opijsko vojno, ki se hrani prek blagovnega sveta in skozi njega. Vse je vključeno v svetovni trg in spremenjeno na način, da zadovoljuje pravila, ki jih je ustvarila kapitalistična ekonomija in njena instrumentalna racionalizacija. Ker blago postane neodvisno od česar koli, lahko po njegovem avtonomno vlada nad celotno ekonomijo in družbo; družbeno življenje posledično postane v celoti kolonizirano. Spektakel za Deborda (1999, 43–44, par. 42, avtorjev poudarek) dejansko »sovpada s trenutkom, ko blago doseže *totalno kolonizacijo* družbenega življenja. Ne samo da zveza z blagom postane vidna, vse, kar vidimo, je blago: svet, ki ga gledamo, je svet blaga. Diktatura moderne ekonomske proizvodnje narašča v ekstenzivnem in intenzivnem smislu.« Vse je potopljeno v spektakel in popolna nadvlada sveta blaga se izpolnjuje skozenj.

Debord je bil raziskovalno usmerjen proti množičnim medijem in družbi, preplavljeni s podobami in z drugimi senzoričnimi stimulusi. Šele desetletja po Debordu je večina teoretikov pričela govoriti o docela *mediatiziranih* družbah, kot postaja očitno, pa je mogoče spremeniti v blago in lastniniti tudi informacije, ki se pojavljajo v vseh drugih področjih družbe. Povsem možno je, da je bila Debordova kritika pred petimi desetletji, ko je bila napisana, celo upravičeno opredeljena kot pretiravanje. A večina njegovih opažanj se v postmodernih družbah, v katerih so človeška družbenost, afekti in komuniciranje pretvorjeni v blaga, zdi bolj in bolj samoumevnih. Kapitalizem je v svoj krogotok vključil kulturne proizvode, javne prostore in kreativne izdelke oziroma družbeno proizvedene simbole v najširšem pomenu te besede, obenem pa tudi informacije o povsem bioloških procesih.

Med začetke teh procesov poglobljenja se pogosto uvršča ustvarjanje kulturne industrije in človeške umetniške kreativnosti, ki sta jo omenjala Adorno in Horkheimer (Adorno 1991/2001; Adorno in Horkheimer 2002, 4. pogl.). S časom skozi proces poglobljenja niso šli le nekateri občasni primeri simbolov, javnega izražanja in posamičnih idej, ampak komuniciranje, informacije in znanje kot takšno. Vse te kategorije so namreč postale temeljne sestavine kapitalizma v postmodernih družbah.¹³⁹ Kot poudarja Marazzi (2008), informacije in komuniciranje niso več le surovi materiali, ampak so postale same delovni instrumenti oziroma proizvodna sredstva; s temi ugotovitvami se je pomembna linija kritične teoretske misli pridružila avtorjem iz osemdesetih let dvajsetega stoletja, ki so izhajali iz podobnih predpostavk: Williamsu (2005, 2. pogl.), Garnhamu (1979), Splichalu (1981) in Smythu (1981). Jhally (2006, 53) ta proces povzema z opazko, da z industrializacijo kulture »vrhnja zgradba postaja poglobljena.« Komunikacijska sfera tako postaja del materialne proizvodnje, sama se transformira v konstitutivni del kapitalistične baze, zaradi česar je podrejena enakim zakonom proizvodnje kot ostale industrializirane sfere in področja.

Informacije, kultura in znanje so postali blaga, primerljiva z vsemi drugimi blagi, dostopni v kapitalističnih družbah. Razvile so se povsem nove industrije v zasebni lasti. V večini primerov gre prav za industrije, ki imajo velik vpliv na to, kako razmišljamo in posledično delujemo v vsakdanjih življenjih (glej Jhally 1987; 2006; H. Hardt 2004 idr.). Herbert Schiller je uporabil podoben termin kot Enzensberger, ko je proizvodnjo kulturnih simbolov označil za *industrijo zavesti* [*the consciousness industry*] (H. Schiller 1989), njene ključne akterje pa že pred tem kot *upravljavce z zavestjo* [*the mind managers*] (H. Schiller 1973). Nakazal je, da prihaja celo do »vstopa profitnih motivov v področja, ki so zaradi različnih razlogov zgodovinsko ušle tej sedaj prodorni sili« (Schiller 1989, 91). Glavni namen upravljanja z zavestjo je videl v nevtralizaciji in pasivizaciji mogočih političnih in družbenih uporov proti tem procesom.

Obča ekspanzija poglobljenja na nova področja informacij in komuniciranja istočasno pomeni, da so le-ta neizogibno postala tematike, na katere se mora osredotočiti politična ekonomija komuniciranja. Če si je ta pristop v preteklosti lahko dovolil, da je bila njegova kritika usmerjena ožje, predvsem na tisk in komunikacijske kanale, te možnosti danes nima več (prim. D. Schiller 1996, VII; 1994, 359; 2007, 25–27). Politična ekonomija komuniciranja je prisiljena v razširitev področja raziskovanja in vzpostaviti širše usmerjeno kritiko teh invazivnih procesov poglobljenja. S poglobljenjem celotne komunikacijske in

¹³⁹ Glej med drugim Dan Schiller (1988; 2007), Herbert Schiller (1989), Parker (1994), May (2010) idr.

informacijske sfere je blagovna menjava namreč posegla na področja, za katera si je v preteklosti bilo težko predstavljati, da bodo lahko podrejena kapitalističnemu trgu. Prav zato je te procese potrebno podrobneje pogledati, in sicer iz perspektive njihovih zgodovinskih transformacij. Le tako je mogoče razumeti njihovo daljšo zgodovino, v kateri je potekalo postopno in vztrajno spreminjanje v posebno vrsto blaga, in vzpostavljanje informacijskih, komunikacijskih in kulturnih industrij, ki so povsem primerljiva s proizvodnjo ostalih reči in sredstev, ki se kot blaga prodajajo na trgu.

3.4 Obče poblagovljenje komuniciranja, informacij in kulture v zgodovinski perspektivi

»Če akumulacijo kapitala spodbuja aplikacija novih tehnologij, potem je akumulacija informacij v srcu akumulacijskega procesa kapitala.«

William H. Melody (1993, 68)

Pri vzponu informacijskih, kulturnih in komunikacijskih sredstev kot pomembnih delov kapitalistične proizvodnje in akumulacije nasploh se zgodovinsko najpogosteje sega le do šestdesetih let dvajsetega stoletja. V tem obdobju naj bi po teoretikih postindustrijske družbe¹⁴⁰ (in nato informacijske družbe) prišlo do temeljne družbenoekonomske transformacije. Radikalni prelom s preteklostjo, ki se je po njihovem mnenju kazal v prehodu iz industrijske v postindustrijsko družbo, naj bi spremenil dotedanji odnos med delom in kapitalom (glej na primer Bell 2004; prim. May 2002). Znanje in tehnologija naj bi nadomestila to antagonistično razmerje, s čimer naj bi družbe izobilja odpravile razredne konflikte in v temelju spremenile razmere za delo (glej Douglas in Guback 1984; D. Schiller 1988; 2007, 1. pogl.; Barbrook 2007).

Ideološke teorije avtorjev postindustrijske družbe s seboj niso nosile le prepričanja, da bodo klasične hierarhije v delovnem procesu razpadle, ampak so imele implicitno vgrajeno predpostavko, da se soočamo s prehodom iz kapitalistične v povsem novo, postkapitalistično družbo (glej Robins in Webster 2004, 62).¹⁴¹ Zaradi specifičnosti informacijskih dobrin naj bi namreč po nekaterih najbolj problematičnih trditvah prišlo celo do odprave zasebnega lastništva, ki naj bi se mu kapital odpovedal kar sam. Koncu zgodovine, ki ga je napovedal Fukuyama ob padcu realsocializmov v vzhodnem bloku, je bil predhoden Bellov konec ideologije, ki je v resnici služil kot temeljna ideologija postindustrijskega utišanja razrednih antagonizmov, poskus nevtralizacije »ene najspektakularnejših dekad družbenih konfliktov in manipulativnega nadzora v zgodovini Združenih držav Amerike.« (H. Schiller 1973, 13)

Primarni, čeprav morda le implicitni, cilj teh teorij je bila legitimacija političnoekonomske in družbene reorganizacije, ki je ostajala trdno zasidrana v neenakostih in

¹⁴⁰ Med pomembnejšimi sta bila Toffler in Bell (glej Bell 2004), na področju medijev pa tehnološki determinist McLuhan.

¹⁴¹ Garnhamova (2001) podrobna analiza Castellove (1996/2010) teorije družbe omrežij [*the Network Society*] dokazuje, da so podobne premise prisotne tudi pri njem: globalna finančna omrežja naj bi ustvarila »brezobrazni kolektivni kapital«, zaradi česar kapitalisti naj ne bi obstajali več; vzpon omrežnih podjetij je bil ob tem uporabljen kot osnova teze o koncu razrednega boja med kapitalom in delom (Garnham 2001, 146). Castellova teorija je po Garnhamu blizu Bellovi.

asimetrijah kapitalističnih družb. Podobno velja za poznejši diskurz o internetu, digitalizaciji in družbi omrežij (glej Fisher 2010). Dyer-Witheford (1999, 77) je v skladu s tem zapisal, da »v imenu neustavljivega razvoja in stvarnih napovedi informacijski teoretiki predlagajo program in legitimacijo za veliko tehnološko razvrstitev, katere bleščeči sijaj prikriva stare in brezčutne cilje: uničenje moči delavskega razreda, znižanje mezd in družbenih plač, restavracijo družbene discipline.« Trditve ideologov informacijske družbe je po Dyer-Withefordu (prav tam, 22–26) mogoče povzeti v sedem točk *revolucionarne doktrine*.

- 1) Svet je v tranziciji v novo stopnjo civilizacije, ki je primerljiva s prehodom iz agrarne v industrijsko družbo. Temelj prehoda so nove tehnologije, ki so *tisti pravi* ustvarjalci družbenih sprememb. S časom bodo te spremembe univerzalne in neizogibne. Šlo bo preprosto za zadnjo stopnjo strumnega pohoda napredka (glej tudi D. Schiller 2007; Barbrook 2007).
- 2) Ključni vir nove družbe je tehnoznanstveno znanje, ki je pridobilo neposredno vlogo v teh procesih. Čistega znanstvenega znanja naj ne bi bilo več mogoče ločevati od njegove praktične aplikacije, širši rezultat teh sprememb je »družba znanja«.
- 3) Ključni pokazatelj in primarno gibalno nove dobe je iznajdba in difuzija informacijskih tehnologij, ki lahko prenašajo, procesirajo, shranjujejo in širijo digitalizirane podatke. Skupni digitalni jezik omogoča konvergenco v tehnologiji.
- 4) Ustvarjanje bogastva je zmeraj bolj odvisno od informacijske ekonomije, ki vključuje menjavo in manipulacijo simbolnih podatkov. Informacije (in s tem intelektualne kapacitete in izobraževanje) postanejo osrednji ekonomski vir dvajsetega stoletja; obstaja odvisnost od menjave podatkov, informacij in znanja, manj pa zemljišča, delo, finance in surovi materiali.
- 5) Te tehnoekonomske spremembe spremljajo daljnosežne in v temelju pozitivne družbene transformacije, med drugim diverzifikacijo, lokalizem, fleksibilnost, kreativnost, enakost, telenakupovanje, participativno demokracijo, zgodovinsko nevideno difuzijo znanja in občo možnost samoizpolnitve in opolnomočenja.
- 6) Informacijska revolucija je v svojem obsegu planetarna, tendenca je poenotena svetovna ekonomija kot posledica komunikacijskih tehnologij. Videli bomo vzpon »globalne vasi«.
- 7) Ne bo prišlo le do nove stopnje v človeški civilizaciji, ampak v razvoju življenja samega.

Podobno kot Dyer-Witheford je tudi Mosco (2004) prepoznal tri ključne mite, h konstrukciji in krepitvi katerih sta prispevala vzpon kiberprostora in digitalizacije: mit o

koncu zgodovine, koncu geografije in koncu politike. Vsi miti so torej povezani s *končnimi točkami*: z radikalnim prelomom in z izjemnimi transformacijami družbe ter človeštva, ki naj bi jih prinesle komunikacijske tehnologije, kar je skozi zgodovino v resnici bila spremljevalna značilnost vseh tehnoloških prebojev v komunikacijah (prim. Czitrom 1982).

V teh dojemanih naj bi bil ključni *vzrok* za (napovedane) transformacije vzpon novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij. Avtorji teorij o postindustrijski družbi so na primer trdili, da če v današnjih družbah že zares obstaja eksploatacija dela in njegova degradacija, dehumanizacija, objektivizacija, pavperizacija (itd.) razlogov za te družbene tegobe, ne bi smeli iskati v kapitalizmu samem, ampak v industrijski civilizaciji, ki jo je zaradi tega potrebno preseči (Dyer-Witheford 1999, 27). Na tem mestu nimam prostora za daljši obračun s tehnološkim determinizmom, ki je impliciten v tem dojemanju in je bil po Barbrooku (2007; prim. Smythe 1963, 165) ena pomembnejših ideologij ZDA v tekmi s Sovjetsko zvezo.¹⁴² Pomembneje je, da je s to transformacijo šlo za prehod v spremenjeni tip kapitalistične proizvodnje in akumulacije (ne v povsem novo družbo), ki je v resnici predstavljal samo zadnje izmed bojišč med kapitalom in delom (Dyer-Witheford 1999, 2–3). Pomembna sestavina te kapitalistične reorganizacije je bila doktrina informacijske revolucije. V zadnjih desetletjih je zato kvečjemu šlo za konsolidacijo kapitalizma, za informacijsko dobo in nikakor ne za preseganje tega političnoekonomskega sistema in njegovih temeljnih značilnosti, kar vključuje ohranjanje temeljnih strukturnih neenakosti na globalni ravni.¹⁴³

Čeprav drži, da lahko pride do spremembe v sestavi proizvodnih sil in s tem tudi do sprememb v tehnologijah in procesih, ki se uporabljajo pri proizvodnji, te spremembe ne spreminjajo nujno tudi proizvodnih odnosov in njihove organizacije (May 2002, 42–43). Spremembe v komunikacijskih in informacijskih tehnologijah, ki so se dogajale v zadnjih desetletjih, so tako bile primarno namenjene poglobitvi, razširitvi in pospešitvi kapitalistične akumulacije ter procesov poblagovljenja in nadzora, ne pa temeljiti družbeni transformaciji ali

¹⁴² Temeljne zablode tehnološkega determinizma so bile primerno pojasnjene drugje; glej na primer Williams (1997, 8. pogl.), Prodnik (2012b), Oblak in Prodnik (2012). McChesney (1998a, 7) omenja, da se je morala skozi zgodovino svojega obstoja politična ekonomija komuniciranja bojevati z vplivnim tehnodeterminističnim nagnjenjem ne le v komunikologiji, ampak tudi širši družbi in kulturi. Podobno pišeta Dawson in Bellamy Foster (1998, 52), ki menita, da bi nas »celotna zgodovina komunikacij morala svariti zoper pogledu, da je tehnologija determinanta; prej bo mnogo odvisno od političnoekonomskega sistema in bojov v njegovi bližini.« Amin (2009, 60) v svoji analizi okvirov ideologije kapitalističnega sveta nakazuje, da je morda potrebno korenine in vzroke tehnološkega determinizma iskati globlje, in sicer v sami evropski filozofiji razsvetljenstva. Po njegovem mnenju »ta filozofija temelji na tradiciji mehanicističnega materializma, ki predpostavlja serije enopomenskih vzročno povezanih verig. Glavna med njimi je, da znanost in tehnika s svojim (avtonomnim) napredkom določata napredek vseh področij družbenega življenja ter da tehnični napredek povzroči preobrazbo družbenih odnosov. Razredni boj je odstranjen iz zgodovine: zamenja ga mehanicistična determiniranost, ki se uveljavi kot zunanja sila, kot naravna zakonitost.« (prav tam) Tudi Babe (1993, 16) je v podobni maniri na primer ugotavljal, da je za administrativni pristop v komunikologiji značilna mitologizacija tehnologije. Boj proti tehnološkemu determinizmu je očiten tako v delih Smytha (Melody 1993, 72–73; glej Guback 1994; Smythe 1984, 212–213) kot tudi Herberta Schillerja (glej Maxwell 2003; H. Schiller 1969, 150–152).

¹⁴³ Politična ekonomija komuniciranja je glede tega v popolnem strinjanju; glej Douglas in Guback (1984), H. Schiller (1996), Dyer-Witheford (1999), May (2002, 2. pogl.), Berry (2008, 2. pogl.), Mosco (2009, 75, 120).

celo revoluciji (Mosco 1989, 34–35). S pomočjo novih tehnologij je poblagovljenje ob tem doseglo do takrat nepojmljive razsežnosti.¹⁴⁴ Prav zato, ker je poblagovljenje videl kot temeljno silo teh družbenih sprememb, je Mosco (1989) raje kot o informacijski pisal o plačljivi družbi [*the Pay-Per Society*], ki prek novih komunikacijskih tehnologij omogoča različne oblike merjenja in (ekonomskega) nadzora informacij ter informacijskih transakcij.

Nujno je potrebno ločiti med na eni strani strukturnimi transformacijami, ki so se v družbi v resnici zgodile in so jih v določeni meri napovedali teoretiki informacijske družbe (kot izpostavlja Dyer-Witthford /1999, 19, 22/, je ta futurologija z novo mitologijo v resnici videla prihodnost, ki jo je v sodelovanju s političnimi odločevalci in z upravljavci šele nameravala narediti /prim. Mosco 2004, 24, 39; Barbrook 2007; Fisher 2010/), ter na drugi strani ideološkim balastom, ki je spremljal te teorije. Njihova vnaprejšnja popolna zavrnitev je podobno neznanstvena, kot nekritično prevzemanje ugotovitev teh teorij. Kljub nujnosti njihove kritike namreč drži eden pomembnejših poudarkov: da so v zadnjih desetletjih, »pogosto podprte s telekomunikacijsko infrastrukturo, informacije postajale vse pomembnejši dejavnik v proizvodnji v vseh ekonomskih sektorjih.« (D. Schiller 2007, 24) Podobnega mnenja glede teh sprememb kot Dan Schiller je bil že v začetku osemdesetih let dvajsetega stoletja Mosco (1982, 46), za katerega so informacije postale »nujno potrebne za korporativno akumulacijo kapitala.« Tudi za Splichala (1981, 14) v tem obdobju ni bilo nikakršnega dvoma »o eksponencialnem razvoju informacijske dejavnosti in njenega vse odločilnejšega pomena za urejanje medčloveških odnosov ter neposredno za razvoj produktivnih sil.« Vendar to nikakor ni pomenilo, da bodo odpravljena protislovja, antagonizmi in obstoječe neenakosti v političnih ali razrednih odnosih.

»Sistem je ostal kapitalistični,« številne družbene in tehnološke mutacije, vključno z novimi komunikacijskimi tehnologijami, na kratko povzema Jameson (1998, 171). Ob tem dodaja, da je prišlo do nezanemarljivih družbenih sprememb. Zato je k zapisani opombi o vztrajnosti kapitalizma pripisal, da ima prav »dialektika sama za svoj najpomembnejši filozofski namen koordiniranje dveh vidikov oziroma obrazov zgodovine, za katere smo sicer slabo opremljeni, da jih mislimo: namreč enakost in spremembo, oboje istočasno, način, kako se lahko neka reč spremeni in ostane enaka, kako lahko gre skozi najosupljivejše mutacije in ekspanzije ter še vedno vzpostavlja delovanje neke osnovne in nepopustljive strukture.« (prav tam; primerjaj s poglavjem 2.3) To je ključno raziskovalno izhodišče, ki ga je potrebno upoštevati ob družbenih transformacijah zadnjih desetletij: temeljna enakost in osupljive

¹⁴⁴ O teh temah glej med drugim Mosco (1989; 1993; 2004), Dyer-Witthford (1999, posebej 2, 35–37), Dan Schiller (1988; 2000; 2007), Herbert Schiller (1981; 1984; 1989; 1996 idr.), Elmer (2002), May (2002), Sholle (2002), Terranova (2004).

spremembe, oboje hkrati, sočasno (prim. May 2002). Čeprav je zato mogoče govoriti o revoluciji v samih proizvodnih silah, so sami proizvodni odnosi kvečjemu šli skozi stopnjo evolucije in konsolidacije (prim. Douglas in Guback 1984).

Mitologijo, povezano s postindustrijsko ekonomijo in z informacijsko družbo, se je pričelo razgrajevati takrat, ko se je le-ta uspela resno razviti. Dupuy (1980) je v besedilu, napisanem konec sedemdesetih let dvajsetega stoletja, opozarjal, da gre za stopnjo kapitalizma, ki se poskuša kosati z notranjimi protislovji: »Prej, kot da nas bo osvobodila od materialnih ovir, informacijska družba stopnjuje borbo za preživetje in krepi radikalne monopole ekonomskih aktivnosti nad družbenimi in političnimi dimenzijami našega življenja.« (prav tam, 4–5) Enako kritičen je bil Splichal (1981, 14), ki je poudarjal, da informacijska revolucija še ni nujno tudi družbena revolucija. Proizvodnja informacij s specifično uporabno vrednostjo namreč nikakor ne ukinja nujno njenega blagovnega značaja. Ob tem je hkrati izpostavljal, da so informacije postale osnovni *del* proizvodnje:

»Razvoj tehnologije je prav v sferi informacijske dejavnosti v 20. stoletju najbolj skokovit: postal je nujni pogoj nadaljnjega razvoja v vseh sferah človeške produkcije [proizvodnje]. Informacija je eden izmed osnovnih delovnih predmetov in delovnih sredstev znanstveno raziskovalne dejavnosti in – saj je znanost eden izmed posebnih načinov produkcije [proizvodnje] – vse bolj tudi produkcije [proizvodnje] sploh. Če je na eni strani informacija faktor razvoja znanosti in drugih oblik produkcije [proizvodnje], je na drugi strani (hkrati) njihov razvoj faktor razvoja informacijske dejavnosti.« (Splichal 1981, 37)

Informacijska dejavnost je poleg zadovoljevanja človeških potreb po komuniciranju postala neposredno tudi dejavnik v različnih posebnih načinih proizvodnje: bodisi materialne proizvodnje same bodisi kot podlaga normalnega funkcioniranja proizvodnega sistema (organiziranje nadzorovanja, vodenja, koordinacija pri delitvi dela itd.). Vendar vedno večje zaposlovanje v informacijskih dejavnostih po Splichalu (prav tam, 34–41) ni prispevalo (vsaj ne nujno) k večji produktivnosti v tem sektorju, ampak je prej omogočilo večjo produktivnost v drugih sektorjih in v različnih stopnjah proizvodnje, v katerih se ne proizvajajo neposredno informacije. To izhaja iz temeljnih značilnosti informacijskih oblik blaga, saj so informacije lahko bodisi a) končni proizvod, s čimer se ustvarja nova znanja in storitve, bodisi b) vmesni sestavni del kapitalistične proizvodnje kot takšne. Kot sestavni del različnih stopenj akumulacijskega procesa lahko na primer informacije in druge simbolne dobrine povečujejo

vrednost bolj »tradicionalnih«, fizičnih oblik blaga.¹⁴⁵ Pri tem zagotovo ni nepomembno, da je v nasprotju s Fordizmom in s Taylorizmom, kjer znanstveni menedžment upravlja s proizvajalci od zgoraj navzdol, v stopnji postfordizma kapital pričel izkoriščati tudi znanje, informacije in komunikativne sposobnosti proizvajalcev v proizvodnem procesu, torej samih delavcev (glej Virno 2003; Marazzi 2008; Pribac 2003; 2010).

Strukturnim transformacijam na ravni družbe se posvečam v nadaljevanju disertacije. Žarišče naslednjih podpoglavij bo predvsem na dolgoročnejših procesih poblagovljenja komuniciranja, kulture, informacij in znanja. Ti procesi bodo pomagali razložiti, zakaj so teorije postindustrijske družbe imele velike težave z resnejšim pojasnjevanjem ekspanzije poblagovljenja in posledično kapitalizma na ta področja (informacije v teh teorijah na primer največkrat niti niso bile opredeljene kot blago, a naj bi obenem imele vrednost same po sebi).

3.4.1 Dolga revolucija spreminjanja informacij in komuniciranja v blago

Človeške družbe so zmeraj temeljile na informacijah, zato Headrick (2000, 1. pogl.) poudarja, da je nemogoče opredeliti začetek »informacijske družbe«. Mogoče je govoriti le o zgodovinskih obdobjih, ko je prihajalo do izjemnega pospeševanja v njihovi družbeni vlogi: v količini informacij, do katerih so ljudje lahko dostopali, in v informacijskih sistemih, ki so bili temeljni za njihov prenos in shranjevanje. Zaradi tega je po njegovem mogoče govoriti le o številnih »informacijskih revolucijah«, ki so v precej večji meri bile odvisne od sprememb v informacijskih *sistemih* (na primer organizacija in klasifikacija delov informacij, njihovo zbiranje, spreminjanje informacij iz ene oblike v drugo, kar omogoča njihovo dostopnost in primerljivost, standardizacija, sistemi prenosa in sporočanja informacij) kot od razvoja *tehnologij* za prenos in občega ravnanja z informacijami. V različnih dobah je potreba po oskrbi z informacijami in njihovi organizaciji izjemno narastla, praviloma so jih sprožili kulturni, politični in ekonomski prevrati – začetki informacijske revolucije, ki jo spremljamo danes, so tako po Headrickovem (2000, 7–10, 7. pogl.) mnenju stari vsaj tri stoletja. Podobnega mnenja sta Winseck in Pike (2007); čeprav začetke aktualne revolucije postavljata vzporedno z vzpostavitvijo globalne komunikacijske infrastrukture in vseobsežnega globalizma v sredini devetnajstega stoletja, ostaja v obeh primerih prisotno temeljno dejstvo, da je vsekakor šlo za *dolgo revolucijo*, kot je dolgotrajne procese raznolike in večplastne družbene transformacije na ravneh kulture, ekonomije in politike poimenoval Williams

¹⁴⁵ Glej Splichal (1981), Mosco (1982; 1989, 103), May (2002, 6), Dan Schiller (2007, 21) idr. Negri in Hardt (2003b, 241) sta na primer podobno opozarjala na to, da je informatizirana industrijska proizvodnja »vključila komunikacijske tehnologije tako, da so preoblikovale sam produkcijski [proizvodni] proces.«

(1961/2011). S tem terminom je hotel opisati »resnično revolucijo, ki transformira človeštva in institucije,« (prav tam, 10) a istočasno gre za »težavno revolucijo za definiranje, njeno neenako delovanje se dogaja v tako dolgem času, da je skoraj nemogoče, da se ne bi izgubili v njenem izjemno zapletenem procesu.« (prav tam)

Za materialistično perspektivo je potreben aktualni izraz o novi »informatijski družbi« razumeti predvsem v povezavi s spremembami, ki so se dotikale naraščajoče potrebe po informacijah in predvsem tržno-blagovnih karakteristik informacij, ki so to družbeno potrebo spremljale. Doba informacij v tem smislu označuje predvsem dejstvo, da so informacije sedaj popolnoma privatizirane in spremenjene v blago, kar v temelju spreminja načine, kako se nanje gleda in z njimi ravna (H. Schiller 1981, 3. pogl.). »Informacija, ki je bila poprej izven trga in ni bila vključena v ekonomsko delovanje, je sedaj bila pritegnjena v trg,« to temeljno strukturno transformacijo povzema Melody (1993, 75). Poblagoavljenje komuniciranja in informacij se je več kot očitno dogajalo že precej pred vzponom t. i. postindustrijske družbe in pred vzpostavitvijo občutno razširjene kulturne industrije.¹⁴⁶ Drži lahko torej le ugotovitev, da so v dvajsetem stoletju informacije postale eden ključnih tipov blaga v akumulacijskem procesu, ne pa tudi trditev, da sta se njen družbeni pomen in poblagoavljenje zgodovinsko pričela šele z vzponom »informatijske družbe« (kot nakazujejo transparentno ideološke teorije) (prim. Headrick 2000; D. Schiller 2007). Pri tem so pomembno vlogo igrale investicije v ameriški vojaškoindustrijski kompleks, ki so prispevale k vzpostavitvi novih informatijskih tehnologij in komunikacijskih sistemov, vključno z internetom. Le-ti so omogočili tehnološke infrastrukturne temelje, znotraj katerih so se informacije proizvajale, procesirale in prek katerih so zaradi novih komunikacijskih kanalov lahko potovale. Izjemna potreba kapitala po deljenju in menjavi informacij (vzpostavilo se je znotraj organizacij /predvsem transnacionalnih korporacij/, med organizacijami in med korporacijami ter posamezniki) je spodbudila izboljšave v sredstvih komunikacijskega (omrežnega) povezovanja, sopojav teh procesov pa je bila pomembna širitev dosega kapitalističnega trga (D. Schiller 2000, 1. pogl.). Pomembno je, da je uveljavitev nove komunikacijske infrastrukture na finančna omrežja prinesla posebej daljnosežne političnoekonomske posledice pri onkraj državnih kapitalskih in finančnih tokovih. Digitalna omrežna tehnologija je namreč omogočila eksponentno rast v menjavi vrednostnih papirjev in različnih finančnih derivativov ter spekulativnih finančnih instrumentov (prav tam, 14). Vodilne korporacije so

¹⁴⁶ Po mnenju Dana Schillerja (2007, 30) se je podlaga za moderno kulturno industrijo vzpostavila vzporedno z vzponom industrijskega kapitalizma, torej že vsaj z osemnajstim stoletjem. Omeniti je treba, da je zares polno razvita kulturna industrija značilnost poznega devetnajstega in predvsem dvajsetega stoletja.

praktično na vseh področjih svojih gospodarskih aktivnosti poskusile v lastno delovanje integrirati omrežja, od proizvodnje in distribucije do marketinga in administracije (prav tam).

Po mnenju Dana Schillerja (2007) je teoretikom postindustrijske družbe uvid iz daljše zgodovinske perspektive onemogočil predvsem omenjeni tehnološki determinizem. Zaradi tega niso uspeli dojeti širših in predvsem zgodovinsko gledano precej dolgotrajnejših procesov spreminjanja komuniciranja, kulture in informacij v posebno vrsto blaga. V teh teorijah se namreč postindustrijska oziroma informacijska družba predstavlja kot popolni rez s preteklostjo (glej na primer Bell 2004). Kot poudarjata Robins in Webster, so informacije bile kapitalu dejansko podvržene že prej:

»V nasprotju s tistimi razlagami, ki opredeljujejo informacijsko družbo v terminih tehnološke revolucije, je prav tako pomembno izpostaviti, da je apropiacija informacij in informacijskih virov zmeraj bila konstitutivni del kapitalističnih družb docela izven vsakršnega tehnološkega konteksta. Appropriacija znanja (veščin) v tovarni lahko na primer deluje izključno skozi hierarhični nadzor. [...] Zbiranje, shranjevanje, kopičenje in izkoriščanje informacij je lahko – in je bilo – doseženo na osnovi minimalne tehnološke podpore.« (Robins in Webster 2004, 63)

Prej kot same tehnološke iznajdbe in z njimi nove tehnologije, ki jih izpostavljajo tehnološko-deterministične interpretacije, je po Robinsu in Websterju (2004) v tem zgodovinskem obdobju postal pomemben različen in neenak dostop/nadzor nad informacijami. Teza teoretikov postindustrijske družbe o posebni vrednosti informacij, ki naj bi se pojavila z vzponom drugačnega tipa družbe (poprej pa samo naj ne bi bila prepoznana), zgodovinsko gledano zagotovo ne drži. Komuniciranje in informacije so se kot blaga proizvajala in prodajala že mnogo prej, a je bila njihova vloga v kapitalističnem proizvodnem in širšem akumulacijskem procesu manj izpostavljena in tudi relativno manj pomembna, bistveno drugačen pa je bil tudi dostop in nadzor nad njimi.

Dan Schiller (2007) pri zgodovinski analizi postopnega spreminjanja informacij v posebno vrsto blaga izpostavlja osemnajsto stoletje, ko se prvič formalno pojavi zakonska ureditev avtorskih in založniških pravic (prim. Bettig 1996, 22–23) (čeprav je mogoče govoriti o protoavtorskih pravicah v obliki kronskih privilegijev in patentnih listin že od iznajdbe tiskarskega stroja koncem petnajstega stoletja /glej Kretschmer in Kawohl 2012, 35–41/). V osemnajstem stoletju se pojavi pravna opredelitev intelektualne (zasebne) lastnine, kar je pustilo daljnosežne družbene posledice (Bettig 1996, 29), ki so opazne predvsem z današnjo izjemno ekspanzijo in intenzifikacijo vloge intelektualnih pravic. Le-te so po

besedah Perelmana (2002, 5) namreč »prispevale k eni najmogočnejših prerazdelitev bogastva, kar se jih je kadar koli zgodilo.« Prve moderne intelektualne pravice so se pojavile leta 1710 v Angliji (t. i. Anin statut – po kraljici Ani, ki je bil sprejet leta 1709, v veljavo pa je stopil leto dni kasneje). Za dvajseto stoletje je danes že mogoče trditi, da so bili prav »napori za utrjevanje zasebno-lastniških pravic v informacijah nujni za realizacijo profita iz [tega] novega blaga.«¹⁴⁷ Bettig (1996, 16) piše, da so s tem »patenti in založniške pravice podpirale ekspanzijsko področje kreativnih človeških aktivnosti, ki so lahko bile poblagovljene.«

Potrebno je zavedanje, da se poblagovljenje kulture in informacij ni pričelo šele s celovito družbeno utrditvijo kapitalizma in širitvijo srednjega razreda (v Angliji torej od osemnajstega stoletja naprej) in niti zanjo ni bil predpogoj vzpon avtorskih pravic. Odvijala se je namreč že znotraj strukturnih sprememb in bojov, ki so spremljali dolgotrajno tranzicijo družbe v kapitalizem (D. Schiller 2007, 34). »Poblagovljenje kulture in informacij je bil vztrajni, čeprav nestanovitni in konfliktni proces skozi celotni razvoj kapitalizma,« poudarja Dan Schiller (2007, 35).¹⁴⁸ Bücher (1893/1901, 226–227) tako na primer omenja, da so se prvi primeri posredovanja novic, ki so bili namenjeni izključno profitu, pojavili v petnajstem stoletju v Benetkah in v Rimu. Benetke so bile ob tem prvo mesto v Evropi, v katerem sta se dejavnosti tiska in založništva pojavili kot pomembni obliki trgovine (Bettig 1996, 16). Prav tam so v tem stoletju bili zabeleženi zgodnji tiskarski (oziroma kronski/vladarski) privilegiji, iz konca petnajstega stoletja pa so prvi znani privilegiji pravice tiskanja in prodajanja glasbe (Kretschmer in Kawohl 2012, 37). Tudi Williams (1961/2011, 191) piše o številnih založniških hišah, ki so v Angliji obstajale že v šestnajstem stoletju.¹⁴⁹ A blagovna menjava

¹⁴⁷ Glej Bettig (1996, 47) ter Kretschmer in Kawohl (2012, 41–52). Enega pomembnih razlogov, zakaj so se intelektualne pravice pojavile relativno pozno (še pozneje so postale zares ključnega pomena za ekonomsko delovanje podjetij na tem področju), je mogoče najti v visoki ceni reprodukcije medijev, ki so bili nosilci znanja, kulture in informacij. Zaradi tega je bila cena reprodukcije z vsakim novim izvodom še zmeraj precej bolj blizu proizvodnji prvega izvoda, kot pa je danes. Cena same proizvodnje informacij je bila s tem še vedno najpogostejše sekundarnega pomena. Ravno obratno je z izpopolnitvijo in z razvojem tehnologij reprodukcije, na primer strojev, namenjenim tisku, še posebej pa z vzponom digitalizacije. S slednjo postane cena vsakega nadaljnega izvoda informacije zaradi preproste distribucije praktično irelevantna. Vsaj iz perspektive razvoja sredstev reprodukcije to deloma pojasnjuje izjemni pomen, ki so ga pridobile intelektualne pravice v zadnjih petdesetih letih. Bettig (1996, 17) v sozvočju s tem ugotavlja naslednje: čeprav se zdi uvedba intelektualnih pravic na prvi pogled ključna za kapitalistično založniško industrijo, to nikakor ni pravilo. V resnici so bile (proto)intelektualne pravice tesno povezane s cenzuro (glej Kretschmer in Kawohl 2012, 42), saj ni smel objavljati kdor koli. Tudi (individualno) avtorstvo intelektualnih del, ki je danes seveda samoumevno, se je po nekaterih virih sprva pojavilo in bilo povezano s potrebo politične oblasti po prepoznavanju posameznikov, ki bi lahko kršili zakone o cenzuri.

¹⁴⁸ Do podobnih ugotovitev so prišli Smythe (1954a, 31–34), H. Schiller (1996, 35) in Hanno Hardt (2001, 1. pogl.). V nekaterih primerih je dober indikator teh procesov zaporedje sredstev informacijske proizvodnje in reprodukcije, saj jih je vsakič *obkrožilo* poblagovljenje. Pričenjajo se z litografijo in s fotografijo ter nadaljujejo s filmom, z avdio- in videosnemanjem, z digitalnim procesiranjem informacij in končno z biotehnologijo (glej D. Schiller 2007, 23). Mosco (1989, 26) v povezavi s tem poudarja, da je vsekakor bil prav razvoj tiska tisti, ki je omogočil »začetek blagovne forme v informacijah, aktualni razvoj v tehnologiji pa pospešuje te procese.«

¹⁴⁹ Briggs in Burke (2005, 21, 20) poudarjata, da »je v Franciji in v drugih evropskih državah, vključno z Italijo, Anglijo in Nizozemsko, v sedemnajstem stoletju, če ne že prej, tisk postal pomembni del popularne kulture.« Kretschmer in Kawohl (2012, 37) sicer omenjata, da je bila prva knjiga s kronskim privilegijem v Angliji natisnjena leta 1518. Pred tem so tovrstne privilegije zabeležili že v Milanu, Nemčiji, Franciji in (kot omenjeno) v Benetkah.

knjig se je tam, v tem elizabetinskem obdobju, kljub porastu kulture dojemala za vulgarno. Pri cirkulaciji literature je obstajal občuten odpor do založniškega trga, kar nakazuje protislovnost in konfliktnost teh procesov, ki niso bili dojeti kot povsem samoumevni ali neizogibni, ampak so proti njim pogosto obstajale aktivne oblike upora.

V Angliji je predvsem od leta 1690 naprej po Williamsu (prav tam, 192–193) opazen vzpon bralne javnosti srednjega razreda, ki je bila neposredno povezana z rastjo in s pomenom tega razreda v družbi (od trgovcev in obrtnikov do pisarniških delavcev). To je vodilo v občutno ekspanzijo prodaje časopisov, revij in knjig, s tem pa tudi občutno poblagovljenje medijev in informacij (prim. Headrick 2000, 1. pogl.). Časopis je bil proizvod komercialnega srednjega razreda v osemnajstem stoletju, pri čemer je stregel predvsem potrebam, ki so bile relevantne za njihov posel (npr. informacije in zapisi podatkov o cenah, trgih in blagu). Prek tega se je lahko kasneje vzpostavil kot finančno neodvisna institucija – ne le od politične oblasti, ampak postopoma tudi od *družbe* (Williams 1961/2011, 208, 222; Mosco 1989, 50).

Zaradi visokih cen so bili v osemnajstem stoletju ti izdelki še zmeraj omejeni na ozek krog ljudi. Do resnične bralne revolucije, ki ji je sledil tržni razvoj tiska, je v Angliji prišlo šele v devetnajstem stoletju, torej v obdobju dokončnega »zmagoslavja buržoazije, ki se ni več bala ne preteklih gospodarjev ne sil prihodnosti.« (Amin 2009, 59) Do prvega pravega preboja pride med leti 1830 in 1850, ko se zaradi velikosti bralne javnosti prvič pojavijo tudi tržni špekulanti. V tem obdobju je pisanje postalo pomemben del angleškega blagovnega prometa in se je zaradi večje velikosti trga zmeraj bolj organizacijsko preobražalo v tipično kapitalistično industrijo (glej Williams 1961/2011, 200). Po Williamsu (1962) se je ta proces dokončno utrdil šele v dvajsetem stoletju. Podobno velja za ZDA, kjer so skozi devetnajsto stoletje novice postale blago, podjetniški imperativi v tisku pa popolnoma prevladujoči, kar se je odražalo v kvaliteti novic, ki so bile zaradi slabo plačanih novinarjev pogosto slabe (Schudson 1978; Baldasty 1993).

Najbrž ni dvoma, da je imela pri ekspanziji blagovne menjave informacij v številnih državah pomembno vlogo poštna revolucija z znižanjem cene poštnih storitev (v ZDA so bili časopisi že od konca osemnajstega stoletja podprti s strani zvezne vlade, poštnina pa je bila zanje nizka) in komunikacijska revolucija z vzpostavitvijo železniške infrastrukture ter kasneje električnega telegrafa (Innis 1942; Headrick 2000, 6. pogl.). Obe »revoluciji« sta bili odziv na naraščajoče potrebe kapitala. Skozi devetnajsto stoletje je v izjemno poblagovljenje novic in informacijskih storitev namreč vodila predvsem širitev svetovne menjave, investicij in kapitala, kar je vključevalo vzpon multinacionalnih korporativnih in finančnih institucij.

Vzporedno s tem je v Evropi in ZDA prihajalo do ustanavljanja tiskovnih agencij ter do vzpostavitve globalne informacijske infrastrukture (glej Thussu 2006, 1. pogl.; Winseck in Pike 2007). Prav mednarodna usmerjenost treh največjih evropskih tiskovnih agencij, ki so leta 1870 sklenile pakt in si razdelile različna ozemlja po svetu v sfere vpliva, po mnenju Mattelarta (2000, 23–24) označuje dokončni vzpon globalnega trga z informacijami. Posebej hiter je bil razvoj publicistične industrije v drugi polovici devetnajstega stoletja, in sicer pri vseh vrstah tiska: od časopisov do knjig (Williams 1961/2011, 202, 227–235). Pomembno vlogo je začel pridobivati oglaševalski prostor, ki je za časopise postajal vedno pomembnejša oblika blaga (Schudson 1978, 94; glej poglavje 3.2.6). Kljub tem občutnim družbenim spremembam, ki so se odražale v proizvodnji, v komunikacijskih kanalih in v samem tisku, je v devetnajstem stoletju še naprej relativno pomembno vlogo igral primarno družbeno in politično angažirani tisk in le počasi so se mediji pretvarjali v »prava« kapitalistična podjetja. Njihov osrednji namen v mnogih primerih še vedno ni bila (le) proizvodnja blaga zaradi proizvodnje same (torej zaradi akumulacije in profita), ampak v mnogih primerih politično delovanje in agitacija.

Mogoče je torej pisati dolgo zgodovino prvih zametkov poblagovljenja komuniciranja, informacij in kulture, ki je spremljala (globalno) ekspanzijo kapitalističnih družbenih odnosov. Nedvoumno velja, da je šlo, tako pri razvoju tiska kot medijev, za več stoletij *dolgo revolucijo*, v kateri so ta področja bila postopno spremenjena v blaga. Razdeliti jo je mogoče na vsaj tri značilne stopnje: 1) poblagovljenje fizičnih predmetov (na primer knjige: prične se že v petnajstem stoletju); 2) poblagovljenje samih informacij v fizičnih predmetih (z avtorskimi pravicami se prične na začetku osemnajstega stoletja); 3) poblagovljenje dostopa do elektronskih baz z informacijami (trenutna aktualna sprememba, ki se je pričela z digitalizacijo konec dvajsetega stoletja) (glej Hesmondhalgh 2007, 57). Pri tem je pomembno opozoriti, da so bili konstantni spremljevalec teh transformacij različno ostri razredni, kulturni in politični antagonizmi, ki so pogosto presegali nacionalne okvire.

3.4.2 Politični in družbeni vzroki aktualne transformacije

Ključno vprašanje, ki se nam zastavlja samo po sebi, je, kako je v družbi torej lahko prišlo do tako občutnega kvalitativnega preskoka: preskoka od tega, da so se mediji in informacije postopno spreminjali v blaga (blaga s še zmeraj relativno nizkim družbenim pomenom in vplivom, ki so bila povsem podrejena ostalim prevladujočim proizvodnim procesom v družbi, njihov cilj niti ni bil vedno izključno profitabilnost), do tega, da se ta

področja uvrščajo med temeljna sredstva in vire kapitalistične proizvodnje in same akumulacije, ki v mnogih primerih določajo vse preostale političnoekonomske procese v obstoječi zgodovinski stopnji kapitalizma.¹⁵⁰

Williams (1961/2011, 211) je med ključnimi faktorji transformacije, ki so služili kot družbena osnova za ustanovitev popularnega tiska, prepoznaval predvsem občutno izpopolnitev proizvodnih in distribucijskih metod (prim. H. Schiller 1984, 77), ki jih je sprožila industrializacija. Temu faktorju je dodal širitev svoboščin – vključno z boji za demokracijo – in inštitut oglaševanja, ki je spremenil ekonomsko organizacijo tiska (glej poglavje 3.2.6). Podobne vzroke lahko brez dvoma najdemo pri širitvi kulturne industrije, k čemur Jhally (2006, 50) dodaja pomembno opazko, da je te procese potrebno gledati v povezavi z urbano industrializacijo.¹⁵¹ Proces urbanizacije je pomembno oslabil starejše (ruralne) kulturne forme, kar je dodatno odprlo prostor za t. i. množično kulturo, ki je bila proizvedena kot posebna vrsta blaga. Skrhane tradicionalne kulturne vzorce je postopno menjal in zapolnjeval ta novi trg kulturnih dobrin in blaga. Množični mediji tako sedaj dobavljajo »zabavo, ki več kot zapolnjuje kvalitativno praznino, ki je nastala s premestitvijo starejših ritualov, namenjenih zabavi,« je te procese opisoval Smythe (1954a, 34; prim. Ewen 1976). Spremljevalni proces je bila v začetku dvajsetega stoletja (vzporedno z dokončnim vzponom množičnih medijev) eksplozija oglaševanja, kar je bil pomemben mehanizem stabilizacije družbenega reda in transformacije delavskih zahtev po večji politični participaciji ter ekonomski enakosti v množično kulturo in »participacijo v potrošnji« (glej Murdock in Janus 1985, 56–57; prim. Ewen 1976). Podobne zgodovinske vzporednice je zaznaval Hanno Hardt (2001, 1. pogl.). Po njegovem mnenju sta bila vzpon in zgodovina modernega tiska tesno povezana z vzponom liberalizma in liberalne demokracije, industrializacije in kapitalizma ter širjenja urbane družbe. Po Mattelartu (2000) to velja tudi za širitev in internacionalizacijo ostalih komunikacijskih sistemov, katerih ekspanzija je bila najodločnejša skozi devetnajsto stoletje. Njihov vzpon je bil povezan z razsvetljskimi ideali (liberalizmom in univerzalizmom), z industrijsko revolucijo in z modernim vojskovanjem.

Ekspanzija proizvodnih zmožnosti na področju medijev, kulture in informacij je »logično-dialektično« sledila tem korenitim družbenim transformacijam. Tendenca posameznih kapitalistov je zmeraj iskanje višjih profitov in s tem ekspanzija proizvodnje, s

¹⁵⁰ Da je prišlo do kvalitativnega preskoka, ki ga je najlaže opisati z vzpostavitvijo *komunikacijskih sredstev kot proizvodnih sredstev*, sta konec sedemdesetih let dvajsetega stoletja opozarjala Garnham (1979) in Williams (2005, 4. pogl.), čeprav bi tezo lahko izpeljali že iz Adornove in Horkheimerjeve (2002, 4. pogl.) kulturne industrije. Glej tudi Splichal (1981) in H. Schiller (1984, 5. pogl.)

¹⁵¹ Urbano industrializacijo je ob tem potrebno povezati s prvotno akumulacijo (glej poglavje 3.3.3).

katero lahko povečujejo akumulacijo in s tem poskušajo vsaj ohranjati, če ne povečevati, svoj tržni delež ter s tem reproducirati lastni obstoj (izboljševanje tehnologije jim pri tem pomembno pomaga, saj lahko vodi v kratkoročne prednosti pred ostalimi kapitalisti). V primeru proizvodnje komunikacijskih dobrin in virov je pri tem ključnega pomena mogoči doseg odjemalcev in večanje občinstev teh medijev. Andrejevic (2007, 77) v tem smislu omenja, da ni nobeno naključje, da je prvi nacionalni množični medij v ZDA »nastal skupaj z razvojem industrializirane množične proizvodnje v devetnajstem stoletju, ne nazadnje zato, ker je bil njegov uspeh odvisen od istih tehnologij, ki so omogočile množično proizvodnjo in distribucijo.« Tudi on omenja pomembno vlogo oglaševanja, glede česar obstaja med avtorji občutno soglasje (glej poglavje 3.2.6). V povezavi s tem je potrebno omeniti, da se je poglobljenje razširilo na področja, ki so bila tudi v kapitalizmu tradicionalno rezervirana za reprodukcijo delovne zmožnosti posameznic in posameznikov.

Ne glede na pomen teh procesov pa z njimi kljub temu ne moremo adekvatno razložiti pomembnega kvalitativnega preskoka, zaradi katerega lahko danes govorimo o *tako* izjemnem političnoekonomskem pomenu komuniciranja in informacij. Medijske, kulturne in informacijske industrije z izjemno ekspanzijo zaradi novih tehnologij namreč predstavljajo precej manjše področje, kot ga je uspel zaobjeti zadnji obsežni val poglobljenja, ki mu je sledila uspešna akumulacija na podlagi teh vrst blaga.

Po mnenju Dana Schillerja (2007) so do tega preskoka poleg tehnološkega razvoja v prvi vrsti dejansko vodile politične spodbude in pritiski, ki so prispevale tudi h kapitalistični ekspanziji na tem področju.¹⁵² Do zavedanja o naraščajočem pomenu informacijskih in komunikacijskih sistemov je med političnimi upravljavci, največjimi korporacijami in vojsko v ZDA prišlo že kmalu po drugi svetovni vojni, vsekakor pa vsaj konec petdesetih in tekom šestdesetih letih dvajsetega stoletja. To zavedanje je bilo povezano z imperialističnimi tendencami v ameriški politiki in v gospodarstvu, udejanjati pa se je pričelo prek t. i. vojaškoindustrijskega kompleksa, ki mu je bila dodana komunikacijska infrastruktura (kot pomembna tehnična podlaga za uspešnost te širitve). Skupaj s Herbertom Schillerjem bi zato lahko govorili kar o *vojaško-industrijsko-komunikacijsko-zabavnem kompleksu* (Maxwell 2003, 2. pogl.). Te povezane industrije naj bi skupaj pomagale pri izgrajevanju sistema, ki bi kar se le da ustrezal ZDA in ki bi ji pomagal pri širitvi njenih političnih ter predvsem gospodarskih interesov izven območij pod njenim neposrednim nadzorom.

¹⁵² Podobnega mnenja so Mosco (1982; 1989), Smythe (1981a; 1984, 215), Herbert Schiller (1969; 1984) in Perelman (2002).

Te tendence je prvi natančno analiziral Herbert Schiller (1969) v delu *Množično komuniciranje in ameriški imperij*. Prepričan je bil, da se imperialna ekspanzija ameriške moči dogaja prek tesne zveze med političnimi upravljavci, zasebnimi kapitalskimi interesi in tehnološkimi sistemi, pri čemer jim pomembno pomagajo vplivni komunikacijski kompleksi. Množične medije je videl kot temeljni steber nastajajoče imperialne družbe, saj so si ZDA pri globalni ekspanziji po njegovem mnenju v prvi vrsti pomagale s širitvijo komunikacijske infrastrukture in vsebin, ki so bile bolj benigni način »kooptacije« področij, ki še niso bila podrejena kapitalističnemu trgu, kot pa neposredne politične ali celo vojaške intervencije. Širile so namreč primerno ideologijo brez nasilja, čeprav jih je v resnici ves čas spremljala širitev vojaških kompleksov na »priključena področja« (tudi zato, ker je bila vojska ključni »vir« teh komunikacijskih sistemov) (prim. Brady 1937/1978).¹⁵³ Za tovrstno širitev se je pogosto uporabljal izraz neoimperializem, ki je bil izjemnega pomena za visoko stopnjo vpliva te države v svetu po drugi svetovni vojni in za vzpostavljanje ameriške globalne hegemonije.¹⁵⁴ »Nastajajoče imperialno omrežje ameriškega gospodarstva in financ izkorišča komunikacijske medije za svojo obrambo in utrditev položaja, kjer koli že obstaja, in za svojo ekspanzijo na področja, kjer se nadeja, da bo postalo aktivno,« je te težnje povzemal Herbert Schiller (1969, 3). Tudi štiri desetletja kasneje se je teh procesov spominjal podobno: »Osrednji cilj je bil zagotoviti, kolikor je le mogoče, velik del poprej koloniziranega sveta za svetovni tržni sistem.« (H. Schiller 2000, 42) To je po njegovem mnenju ostal cilj največjih korporacij in Washingtona vse do njegove smrti. Aktualne politike in dejanja so bile »potomke« procesov, starih več kot pet desetletij, temelji so kljub majhnim površinskim spremembam ostajali isti.

Tovrstna ekspanzija, ki jo je zaznal že konec šestdesetih let dvajsetega stoletja, je bila po Schillerjevo pomembna iz vsaj dveh različnih, a vzajemno povezanih razlogov (H. Schiller 1969; 1998). *Po eni strani* je širitev komunikacijskih kompleksov sama po sebi odpirala nova področja za širitev kapitala. Tako informacijsko-komunikacijski sistemi kot mediji in medijske vsebine, prenesene prek te komunikacijske infrastrukture, so v tem obdobju pričeli tvoriti zmeraj pomembnejše industrije, ki so doživljale najbolj občutno ekspanzijo. V to področje je izdatno vlagala tudi ameriška država (predvsem posredno, prek vojaškega aparata), ki se je pričela zavedati izjemnega pomena, ki bi ga lahko za njihove interese v svetu

¹⁵³ Vzpostavljanje enormnega vojaškega kompleksa je seveda potrebno videti tudi v hladnovojni perspektivi (glej Baran in Sweezy 1966, poglavje 7).

¹⁵⁴ Neoimperializem, ki je vzpostavljale nove oblike odvisnosti, se je s tem ločevalo od »starih« imperialnih praks, ki naj bi temeljile na bolj kot ne neposredno nasilnem priključevanju ozemelj (o neoimperializmu in kulturnem imperializmu glej poglavje 4.3.2).

igrala tehnološka premoč države (ki bi dopolnjevala ekonomsko moč). *Po drugi strani* je bila širitev pomembna tudi zato, ker se je z njo lahko po svetu širila ameriška vizija življenja. S tem je bil olajšan ameriški ekspanzionizem in širitev celotnega kapitalističnega političnoekonomskega sistema, torej so se odprla nova področja za ameriške gospodarske interese. Poleg tega so se s tem odpirala nova področja za korporacije, ki so delovale v preostalih sektorjih, ne le v telekomunikacijah in medijih. Namesto upora proti političnemu in ekonomskemu vdiranju, ki je spremljal takrat aktualne antiimperialistične boje, bi tendence po širitvi lahko bile sprejete manj zadržano ali celo z odprtimi rokami (ameriški imperializem bi bil lažje sprejet tudi med samimi Američani). Po mnenju Herberta Schillerja so bila namreč ideološka sporočila in podobe po vsem svetu zmeraj bolj pod nadzorom ameriških informativnih medijev; komunikacijski kompleks ni bil več pomemben le doma, »ta vplivni mehanizem sedaj neposredno zadeva življenja ljudi povsod,« je poudarjal (H. Schiller 1969, 17). Pri tem je dodajal, da je »obveza množičnih medijev, da krepijo status quo, razumljiva,« saj so njihove »lastnosti in strukture mikrokozmos širšega družbenega organizma.« (prav tam, 149)

Politične intervencije na področju novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij so se zelo očitno pričele odražati s šestdesetimi in sedemdesetimi leti dvajsetega stoletja. V tem času postanejo posebej izpostavljene tudi na področju širitve intelektualnih pravic. Služile so predvsem ekspanziji kapitala, a obenem nakazovale zametke občutnejše reorganizacije kapitalizma (glej Perelman 2003, 307–308). To namreč ni bil le čas, ko naj bi prišlo do prehoda iz industrijske v postindustrijsko družbo, pomembnejše je, da gre za obdobje, ki ga je spremljala resna sistemska kriza aktualnega kapitalističnega akumulacijskega načina. Prav zaradi tega se je pokazala potreba po temeljni reorganizaciji ekonomije, kar je predpostavljalo odpiranje novih trgov in politične spodbude za širitev kapitala na nova področja. Kljub splošno razširjenim mitom se noben večji trg v kapitalizmu ne vzpostavi sam, po neki spontani družbeni reakciji, prav tako, kot se sam ni zmožen ohranjati.¹⁵⁵ Na splošno so se kapitalistični trgi prisiljeni opirati vsaj na javna in (sub/nad)nacionalna regulativna telesa, ki postavljajo in vzdržujejo zakonske predpise in pravila igre, prek katerih se vzpostavljajo in vzdržujejo.¹⁵⁶ V praksi je tovrstnih političnih intervencij, kot sem poudarjal v poglavju 3.3, seveda še precej več.

¹⁵⁵ Glej Mosco (1989, 91), Perelman (2002; 2003, 309), May (2010) idr.

¹⁵⁶ Deregulacija, ki naj bi bila sestavni del neoliberalnega projekta, najpogosteje nima nič opraviti z dejanskim zmanjševanjem regulacije. Prav nasprotno: privatizacija pogosto poveča potrebo po regulativnih intervencijah s strani države oziroma njenih ustreznikov (na primer pri določanju, kako naj korporacije delujejo znotraj trga, kako omejiti oligopolizacijo, pri komunikacijskih sistemih pa med drugim tudi s podeljevanjem frekvenc ipd.) niti nujno ne zmanjša obsega birokracije (Mosco 1989, 86). Deregulacija v diskurzu (in praktični aplikaciji s strani) neoliberalne doktrine je kvečjemu evfemizem za privatizacijo. Z besedami Mosca (1982, 45): deregulacija služi predvsem redistribuciji in rekapitalizaciji (industrije in vojaško-informacijskega

Nedvoumno se je o ekonomski vrednosti znanja in informacij na primer govorilo že v začetku dvajsetega stoletja. To tendenco je ne nazadnje mogoče prepoznati v zgodnjem menedžerskem (npr. Taylorističnem) diskurzu o nadzoru nad proizvodnim procesom (May 2002, 4–5). Z intelektualnimi in z avtorskimi pravicami se je ekonomsko vlogo informacij opredeljevalo še par stoletij poprej, a, kot zapisano, predvsem implicitno in zagotovo brez zavedanja o možnih izjemnih dolgoročnih posledicah. Vse do zadnje tretjine dvajsetega stoletja je obstajalo prepričanje, da znanja ni mogoče zares dobro obvladovati in nadzorovati, da bi bilo iz njega mogoče ekstrahirati dobičke, prav tako naj bi bilo problematično njegovo merjenje.¹⁵⁷ Prav nadzor in njegovo obvladovanje (na primer prek stroge regulacije) je bilo ključnega pomena, da je sploh bilo mogoče pričeti razmišljati o njegovem pomenu. Torej je bilo med drugim potrebno zaustaviti prosto distribucijo teh sredstev in virov (prav tam).

Ključno vlogo političnih intervencij pri teh pomembnih transformacijah v družbi je po Danu Schillerju (2007, 39–48) mogoče prepoznati na številnih področjih, med njimi pri:

1. sofinanciranju razvoja in raziskav;
2. liberalizaciji telekomunikacijskih industrij;
3. privatizaciji poprej javnih oziroma prosto dostopnih informacij;
4. krepitvi zakonodaje in pravic pri možnostih zasebnega lastništva informacij;
5. spreminjanju globalnih trgovinskih in investicijskih pravil.

Intervencije na vsakem od teh področij so pomembno prispevale k obsežnemu poblagovljenju in k širjenju potencialov novih akumulacijskih strategij. Novo vzpostavljena področja, ki so prešla pod vladavino blagovne forme, so se namreč za tem hitro in intenzivno širila, pogosto (znova) s pomočjo javnih sredstev in investicij.¹⁵⁸ Ključna so bila na primer predvsem finančna vlaganja ameriške vlade v telekomunikacije in v razvoj novih tehnologij, ki so bila enormna in so bila v prvi vrsti usmerjena v vojaški kompleks. Mosco (1982, 49–51) na primer omenja, da je bil v letu 1982 proračun Pentagona za področje informacijskih in komunikacijskih tehnologij kar 14,5 milijarde dolarjev, kar je bilo primerljivo z dohodki vseh

kompleksa). Kot poudarja May (2002, 157), bo »vladavina zakona« še dodatno naraščala v pomenu, ker se znanje in informacije obravnavajo kot zasebna lastnina (obenem so ključni viri informacijske dobe).

¹⁵⁷ Robert Sarnoff, predsednik RCA (*Radio Corporation America*), od druge svetovne vojne ene največjih in najvplivnejših korporacij, ki je spadala med največje proizvajalce elektronike, v lasti pa je imela tudi NBC (glej H. Schiller 1969, 52), je na primer v nagovoru Mednarodni komunikološki zvezi (ICA) leta 1967 dejal, da ni daleč čas, ko bodo v svetovni ekonomiji »informacije postale osnovno blago enakovredno energetiki,« delovale bodo kot »oblika valute v svetovni menjavi, konvertibilne v dobrine in storitve kjer koli.« (v H. Schiller 1969, 7)

¹⁵⁸ Podobno kot v preteklosti tudi ti procesi niso minili brez uporov. Eden takšnih je potekal proti nadaljnjemu poblagovljenju informacij in znanja prek restriktivnih intelektualnih pravic ter neoimperialnih praks, in sicer v okviru gibanja NWICO [*The New World Information and Communication Order*], o katerem podrobneje pišem v poglavju o razvoju politične ekonomije komuniciranja (glej poglavje 4.3.2).

radijskih in televizijskih postaj v ZDA (več kot 8000 radijskih in 1000 televizijskih postaj).¹⁵⁹ Pentagon je bil poleg spodbud tako tudi sam pomembna sila kapitalistične akumulacije. Zaradi investicij ima še zmeraj izjemno visok vpliv na posamezne politike na področju telekomunikacij kot tudi na odvisnost ekonomije od vojaške industrije. Herbert Schiller (2000, 53) meni, da je popolnoma nemogoče, da bi do tako silovitega razvoja na področjih informacijskih in komunikacijskih tehnologij prišlo brez izjemne finančne podpore za raziskovanje in razvoj s strani države. K temu dodaja oceno, da je bilo od leta 1945 za tehnološke raziskave in razvoj (predvsem prek Pentagona) vloženi bilijon dolarjev ameriškega davkoplačevalskega denarja (prav tam; H. Schiller 1996, 64). Velik del se ga je pretočil neposredno v zasebne informacijske industrije in korporacije, ki so delovale izključno po načelih čim višje profitabilnosti (glej H. Schiller 1981). Vojaška industrija je bila po besedah Dana Schillerja (2011, 267) ogromna, večplastna in izjemno profitabilna. Njeno središče so predstavljale komunikacije.

Največje transnacionalne korporacije so bile skozi večino dvajsetega stoletja široko usmerjene v informacije. Njihovi interesi so obsegali precej širše območje kot le samo ožji del industrijskega sektorja, ki se je ukvarjal s proizvodnjo komunikacij in informacij (D. Schiller 2007, 39). Kot opozarja Dan Schiller (prav tam), je »vloga korporativne države pri prodoru v informacije in pri njenih poskusih uporabe informacij kot nove osnove za profitabilno rast izražala *obči* imperativ,« ki se je takrat že izrisal v družbi in ključnih gospodarskih formacijah v njej. Potreba po organizaciji, procesiranju, shranjevanju, združevanju in distribuciji informacij se je namreč pričela raztezati prek vseh gospodarskih sektorjev, potrebe korporacij pa so se na tem področju zato samo še povečevale. Informacijske in komunikacijske tehnologije so s tem postajale ključna kategorija, v katero je pričel investirati tudi kapital, zaradi česar je to vlaganje postalo pomembno gonilo celotne ekonomske rasti (prav tam, 40; Mosco 1989, 26; prim. H. Schiller 1981; 1984).

Pri vzponu informacijskih in komunikacijskih tehnologij (tako strojne opreme kot programov in storitev), ki so bile pomembni spremljevalni pogoj povečanega pomena informacij, ni šlo za planirani »zarotniški« načrt politike ali kapitala. Vendar je vsekakor šlo za oportunistično uveljavljanje primernih politik, ki so jih ZDA izvajale na nacionalni (na primer prek sofinanciranja razvoja in raziskovanja in t. i. vojaško-industrijskega kompleksa) ter na nadnacionalni ravni (H. Schiller 1998; D. Schiller 2000; 2007, 39). K političnim pritiskom so pomembno prispevale potrebe in pritiski korporacij, ki so rekonstruirale svoje

¹⁵⁹ Herbert Schiller (1981, 50) za leto prej navaja številko 36 milijard dolarjev. Ta denar naj bi jih zvezna oblast prek sredstev za raziskovanje in razvoj namenila enaintridesetim zveznim agencijam.

delovanje okrog novih tehnologij in nato tudi komunikacijskih omrežij (Mosco 1989, 7. pogl.; D. Schiller 2000). Že od konca druge svetovne vojne, predvsem pa skozi sedemdeseta, so namreč (v prvi vrsti ameriški) politični upravljavci delovali v smer transformacije globalnih telekomunikacij. Poskušali so si zagotoviti nadzor nad globalnimi telekomunikacijskimi strukturami, in sicer prek mednarodnih sporazumov, organizacij in teles (s postopki, pritiski, z lobiranjem ter z javnimi in zasebnimi napadi znotraj njih) kot prek unilateralnih akcij in sporazumov (glej H. Schiller 1984, 4. pogl.).

Privatizacijo in liberalizacijo telekomunikacij in informacijskega področja so s časom bile prisiljene sprejeti skoraj vse države in to kljub prvotnim uporom ter poskusom vzpostavitve avtonomnejših sistemov. Če so v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja še obstajali določeni poskusi alternativnih ureditev (glej poglavje 4.3.2), so skozi osemdeseta in posebej v devetdesetih (po koncu bipolarne svetovne razdelitve) to postale geopolitično gledano skorajda nemogoče zahteve. K temu so ključno pripomogle mednarodne institucije, kot sta Svetovna banka in Svetovna trgovinska organizacija, ki so zaradi političnega zasuka v Veliki Britaniji in ZDA narekovale »liberalizacijo« komunikacijskega trga in vzpostavitev globalnega informacijskega ter komunikacijskega trga.¹⁶⁰ Čeprav so bile očitne tendence po vzpostavitvi prostega trga z informacijami in po njihovi privatizaciji – kot omenjeno zgoraj – prisotne že v desetletjih pred tem, je v devetdesetih z mednarodnimi sporazumi prišlo do dramatičnega zasuka v liberalizaciji telekomunikacijskih trgov, do povečevanja obsega intelektualnih pravic in razmaha transnacionalnih pravnih struktur. Zakonodaja, ki je uveljavljala intelektualno lastništvo, je bila prenesena v splošne trgovinske sporazume na nadnacionalni ravni (npr. GATT), ki so prispevali h globalni harmonizaciji zakonodaje.

Že v osemdesetih letih dvajsetega stoletja so v globalni trgovini s kulturnimi dobrinami zagospodovali interesi transnacionalnih korporacij, predvsem tistih iz ZDA (med drugim z bilateralnimi sporazumi) (glej Laing 2012). Mednarodni sporazumi so omogočili dokončno globalno penetracijo do tedaj še nepoblagovljenih področij s strani največjih transnacionalnih korporacij, ki so nadzorovale globalno trgovanje na področju kulturnih, informacijskih in komunikacijskih industrij. Intelektualna lastnina je v tako razširjeni obliki

¹⁶⁰ O teh premikih glej Thussu (1998b; 2005, 53; 2006, 3. pogl.). Primerjaj s podobnimi ugotovitvami v analizah Herberta Schillerja (1989), Mattelarta (2000, 6. pogl.), Calabreseja (2004, 3–7), Dana Schillerja (2007, 41), Yong Jina (2008), McChesneya (2008, 14. pogl., idr.) in Hesmondhalgha (2008a). O trgovinskih sporazumih, ki jih omenjam v nadaljevanju, glej poleg omenjenih tudi Frith in Marshall (2012). Vzpostavljanje teh trgov je v osemdesetih letih dvajsetega stoletja med drugim vključevalo globalizacijo in združevanje največjih oglaševalskih agencij, ki so se restrukturirale v *globalna komunikacijska podjetja*, s ciljem diverzifikacije in integracije celovite ponudbe storitev za svoje kliente (Mattelart 1993). Do posebej velikega pospeška v globalni integraciji oglaševalskih podjetij je (podobno kot v ostalih komunikacijskih industrijah) prišlo v devetdesetih (Yong Jin 2008, 362–363). Storitve oglaševalskih korporacij so že tekom osemdesetih pričele obsegati tako raznolike usluge, kot so odnosi z javnostmi, sponzorstvo in pokroviteljstvo, lobiranje, promocijske dejavnosti, korporativno ali institucionalno komuniciranje, neposredni marketing itd. (glej Mattelart 1993).

(in s tako odločnim uveljavljanjem), kot jo poznamo danes, namreč relativno novi konstrukt, k implementaciji katerega je odločilno pripomogla Svetovna trgovinska organizacija (in še pred njo GATT) s sporazumom o Trgovinskih vidikih pravic intelektualne lastnine [*Agreement on Trade-Related Intellectual Property Rights*] oziroma sporazumom o TRIPS (glej May 2010).¹⁶¹ Sporazum univerzalizira intelektualne lastninske pravice na vse njene članice (153 držav), ki skupaj predstavljajo skoraj celotno svetovno trgovino (približno 97 odstotkov). Z njihovim vnosom v mednarodne trgovinske sporazume je pomembno prispeval k vzpostavljanju globalnih upravljalških struktur in mrež. Z vzpostavitvijo na nadnacionalni ravni so namreč pričeli tvoriti enega prvih primerov globalne zakonodajne implementacije zasebnega lastništva (glej Bettig 1996; Perelman 2002; Berry 2008; May 2010). Ob tem »prvaki globalnega trga močno pritiskajo, da bi ti zakoni postali enotna globalna norma,« (Bollier 2002, 80) vse podpisnike, ki se teh zavez ne bi držali, pa čakajo sankcije. V skladu s sporazumom TRIPS prihaja do poskusov nadaljnjega zaostrovanja zaščite intelektualnih in avtorskih pravic. Eden takšnih primerov je bil poskus sprejema trgovinskega proti ponaredek ACTA [*Anti-Counterfeiting Trade Agreement*] v letu 2011, ki zaradi protestov na ravni Evropske unije na koncu sicer ni bil potrjen (zavrnil ga je Evropski Parlament), a so že kmalu bili napovedani novi poskusi uveljavljanja še bolj invazivnih intelektualnih in avtorskih pravic.

Z neoliberalnimi silami je po svetu pričakovano prišlo tudi do naglega porasta oligopolov v lastniških strukturah medijskih industrij, ki so v devetdesetih letih dvajsetega stoletja postale pomembne tudi na preostalih telekomunikacijskih področjih (Downing 2011,

¹⁶¹ Ena ključnih konvencij na področju avtorskih pravic je bila *Bernska konvencija*, ki je imela leta 2003 sto trideset držav pristopnic. Sprejeta je bila leta 1886 in je pomenila dokončno uveljavitev moderne avtorskopravne zakonodaje (Kretschmer in Kawohl 2012, 68). ZDA k tej konvenciji niso pristopile vse do leta 1989 (ko je bila globalna hegemonija te velesile že utrjena), zaradi česar Frith in Marshall (2012, 24–25) zelo problematično predpostavita, da naj bi bil to dober pokazatelj, da morda avtorske pravice sploh niso tako pomembne, kot se pogosto namiguje. ZDA so namreč ob enem seveda bile največji izvoznik »kulturnih dobrin«. Takšen zaključek bi bil mogoč samo v primeru, če bi bila *Bernska konvencija* edina mednarodno veljavna konvencija, ki je urejala avtorske in intelektualne pravice v dvajsetem stoletju, kar pa ne drži (ena ključnih je bila leta 1952 v Ženevi sprejeta *Univerzalna konvencija o zaščiti avtorskih del*, ki so jo podpirale tudi ZDA), poleg tega so ZDA to področje urejale tudi z lastno nacionalno zakonodajo in z bilateralnimi sporazumi. Perelman (2002, 15) poudarja, da je bila panika ob pešanju ameriškega gospodarstva konec šestdesetih let prejšnjega stoletja eden ključnih razlogov, da so se politični in gospodarski voditelji obrnili k intelektualni lastnini kot načinu gospodarske podpore: »ameriške korporacije, ki so hitro izgubljale tla pod nogami v primerjavi s konkurenti iz tujine, so se obrnile k intelektualnim lastniškim pravicam kot načinu ekstrakcije ogromnih profitov.« (prav tam) Ta proces se je s strani ZDA torej pričel že v šestdesetih letih dvajsetega stoletja, kar nakazuje tudi naraščajoči pomen kulturnih, informacijskih in komunikacijskih industrij za gospodarstvo ZDA. Prvi zvezni zakoni o avtorskih pravicah v Ameriki so konec osemnajstega in v začetku devetnajstega stoletja na primer še aktivno podpirali piratstvo tujih del, saj je bila država na tem področju v podrejenem položaju in je potrebovala »hitro in poceni razširjanje najnovejšega napredka v znanstvenem in kulturnem mišljenju.« (Kretschmer in Kawohl 2012, 50) Tudi ta zgodovinski primer potrjuje tezo Kretschmerja in Kawohla (prav tam, 45), da se avtorskega zakona »ne da vrednotiti ločeno od ekonomskega ravnanja.« Ključni razlog, da se ZDA tako dolgo niso pridružile Bernski konvenciji, je bil v moralnih avtorskih pravicah [*droit moral*], ki so bile njen pomemben del ter so priznavale prvotno avtorstvo dela in pravico ugovora proti popačenju in spremembam, ki bi škodovale ugledu avtorja. Le pet let po tem, ko so ZDA pristopile k tej konvenciji, so bili bernski standardi vključeni tudi v sporazum TRIPS (Sporazum o trgovinskih vidikih pravic intelektualne lastnine) Svetovne trgovinske organizacije, moralne pravice pa so bile zaradi vztrajanja ZDA iz tega sporazuma izpuščene (prav tam, 68–70). ZDA zaradi pritiskov filmske industrije sicer že s pristopom k Bernski konvenciji tega dela sporazuma niso prevzele (Laing 2012, 106).

143). Globalna komunikacijska industrija je namreč od sredine osemdesetih šla skozi proces neoliberalne transnacionalizacije, od takrat pa se je vloga teh industrij iz relativno nepomembne spremenila v ključno na globalnih trgih (glej Yong Jin, 2008). Ti procesi so že v devetdesetih letih dvajsetega stoletja vnovič sprožili razprave o (elektronskih) imperijih, ki naj bi se vzpostavljali zaradi neoliberalne globalizacije, pospešene ekspanzije informacijskih in komunikacijskih tehnologij (s tem posledično tudi korporacij) ter medijskih in kulturnih vsebin po svetu.¹⁶²

Vladne oziroma politične intervencije države (v tem primeru predvsem ZDA, ki so že precej pred koncem hladne vojne uspele vzpostaviti svoj status globalnega hegemon) in nadsnacionalnih akterjev so bile pri teh celovitih transformacijah ključnega pomena. Odražale niso le interesov posameznih največjih korporacij, ampak tudi primarno ameriškega kapitala kot celote, ki ni bil več konkurenčen na področju industrijske proizvodnje, a je zato pričel nadzorovati globalne finančne tokove (glej Harvey 2003, 2. pogl.). Poskus vzpostavitve monopolnega nadzora nad patenti in intelektualnimi pravicami je po Harveyu (prav tam, 66) tako bil le eden od pokazateljev, da se ZDA premikajo v smer rentniškega gospodarstva v odnosu do ostalega sveta.

Ključni pomen političnih intervencij pri omenjenih celovitih premikih, ki so se dogajali na ravni družbe, je brez dvoma temeljni poudarek Dana Schillerja (2000; 2007). S svojimi ugotovitvami je zelo blizu Moscu (1989, 56–59, 7. in 8. pogl.; 1993), Perelmanu (2002; 2003), Mayu (2002, 5. pogl.) in Herbertu Schillerju (1969; 1981; 1984; 1996; 1998; 2000, 49–54). Po mnenju slednjega je bil informacijski sektor v ZDA dojet in predpostavljen kot mogoča odskočna deska za revitalizacijo kapitalizma (H. Schiller 1984, 48). Čeprav so državne finančne intervencije služile predvsem zagonu novega akumulacijskega cikla, ga torej ni neposredno sprožil sam kapital, ampak je šlo za ekstraekonomske spodbude. Le-te so v veliki meri odražale prav skupne interese kapitala.

Doktrina »prostega pretoka informacij«, v kateri so bile informacije primarno komercialne narave, je bila ob tem ključnega pomena za vzpostavitev in ohranjanje transnacionalnega sistema. Zaradi tega je bila povzdignjena na najvišjo raven ciljev ameriške zunanje politike (prav tam, 56; prim. H. Schiller 1969; Mosco 1993; Mattelart 2000, 50; Perelman 2002).¹⁶³ V osemdesetih letih prejšnjega stoletja je bila ta doktrina popolnoma spojena in redefinjirana v skladu z neoliberalno političnoekonomsko doktrino »prostega trga«,

¹⁶² Glej Thussu (1998a) in McChesney, Meiksins Wood in Bellamy Foster (1998).

¹⁶³ Ta doktrina ostaja skupaj z imperativom zasebnega lastništva (na primer nad informacijami prek patentov in intelektualnih pravic) izjemnega pomena v vladnih dokumentih ZDA tudi desetletja kasneje (glej H. Schiller 2000, 76–87) in se uveljavlja prek mednarodnih sporazumov.

ki se je utrdila v ZDA in v Veliki Britaniji (Thussu 2005; Hesmondhalgh 2008a). Kot omenja Mattelart (2000, 90–92), je te obsežne družbene transformacije v devetdesetih letih spremljala redefinicija svobode govora. Državlјanska pravica do izražanja je bila primorana na globalnem prostem trgu pričeti tekmovati neposredno s korporacijami, ki so pridobile *pravico do komercialnega govora*. V teh trgovinskih sporazumih je torej šlo za reciklacijo doktrine o prostem pretoku informacij.

Herbert Schiller (1981; 1984, 33; 1989) je v osemdesetih letih dvajsetega stoletja te premike umeščal v širši kontekst privatizacij in razgradnje javnega sektorja (prim. Mosco 1989). Informacijska sfera je po njegovem že takrat postala centralna točka ameriškega gospodarstva. Pomembna je bila za številna področja, med drugim za banke, finančni sektor, zavarovalništvo, oglaševanje, zabavo, promet, vojsko itd. Ključni akterji na teh področjih, predvsem največje korporacije, so bili močno odvisni od enormnih informacijskih tokov in so prepoznali osrednjo vlogo informacij ter komunikacijske infrastrukture za svoje dejavnosti (glej H. Schiller 1984, 34; Mosco 1989, 35; D. Schiller 2000). Poleg tega je po mnenju Herberta Schillerja in Mosca (1982, 5. pogl.; 1989) imel razvoj te sfere vpliv na (re)organizacijo globalne delitve dela, vplival je tudi na produktivnost:

»In ker se uporabe informacij množijo eksponentno zaradi svojih lastnosti močno povečanega izpopolnjevanja in fleksibilnosti – prek računalniškega procesiranja, shranjevanja, pridobivanja in prenašanja podatkov – informacije kot takšne postanejo primarna reč za prodajo. Vzpon informacij kot dobrin z vrednostjo, aplikabilnih na široko področje uporab, je zagotovo eden primarnih faktorjev v obsežnih spremembah, ki se dogajajo v ekonomiji. Poleg običajne gonje kapitala po rezanju stroškov in racionalizaciji proizvodnje pri spoprijemanju s krizo – in pomoči pri teh ciljih – je informacija v njeni blagovni vlogi postala osnovna determinanta v naraščajoči privatizaciji ekonomije na splošno.« (H. Schiller 1984, 33, avtorjev poudarek; prim. 1981, 3. pogl.)

Herbert Schiller (1981, 3. pogl.; 1984) je bil prepričan, da bodo dolgoročne posledice poblagovljenja informacij izjemne. Aktivnosti, funkcije in storitve, ki poprej mogoče niso bile namenjene ekstrakciji profitov, tudi v primerih, če ostanejo javno dostopne, namreč nujno spremenijo svojo vlogo v družbi (v nekaterih primerih že samo zato, ker javne institucije nimajo več dostopa do relevantnih informacij, ki preidejo v zasebno last). Splošna dostopnost informacij se v primeru komercialnih pobud ne spremeni le v smislu, da imajo dostop tisti, ki ga lahko plačajo; postanejo namreč tudi »razsodniki, kakšne vrste informacij naj bodo

proizvedene in kaj je narejeno za razpoložljivo.« (H. Schiller 1981, 55) Očitni primer tega je *anketna industrija*, na vzpon katere je Herbert Schiller (1973, 5. pogl.; 1989, 153; prim. Maxwell 2003, 54–56, 111) prvič opozoril že skoraj desetletje pred tem ter jo opredelil kot pomembni člen industrije zavesti. Prevladujoči tok komunikologije je po njegovem mnenju razvijal metode družbenega nadzora in kategorizacije ljudi, in sicer z namenom upravljanja s populacijo in usmerjanja javnega mnenja ter potrošnje. S tem je administrativna komunikologija služila predvsem prevladujočim interesom v družbi; tržne raziskave prevladujočih kulturnih industrij so se dinamično prilagajale potrošnikom in njihovim interesom.

V ZDA je pretvorba informacij v blago sovpadala z obsežno privatizacijo javnih institucij in z njihovo korenito reorganizacijo (podatkovnih baz, raziskovanja, univerz, knjižnic, zdravstva itd.) (glej tudi D. Schiller 1988; H. Schiller 1989). Prav v javnih knjižnicah so se najprej pokazale te tendence, saj je prišlo z uvajanjem komercialnih podatkovnih baz do privatizacije informacij, knjižnice pa so se znašle znotraj politične razprave o plačljivem dostopu proti prostemu dostopu (H. Schiller 2000, 40). »To ni bila trivialna dilema,« je kasneje poudarjal Herbert Schiller (prav tam, 41). »Gre namreč naravnost v srčiko izjemnih sprememb, ki so se dogajale čez vso ekonomijo – enakomerna ekspanzija komercialnih transakcij na račun javne in skupnostne aktivnosti.« Po njegovem mnenju (H. Schiller 1984, 42) je prav zasebno lastništvo nad komunikacijsko-kulturnim sektorjem onemogočilo možnosti resne javne obveščenosti in odprto razpravo o teh projektih. Javni diskurz o teh transformacijah in njihovih posledicah praktično ni obstajal, saj osrednji namen medijev ni bil služenje javnosti, ampak profit.

3.4.3 Pristopi k dojetju informacij in posebnost komunikacijskih, informacijskih in kulturnih vrst blaga

Dan Schiller (1988; 2007, 1. in 2. pogl.) je v analizi pristopov k informacijam, ki so se razvili skozi dvajseto stoletje, prepoznal tri glavne tokove razmišljanja: matematično teorijo komuniciranja, že predstavljeno teorijo postindustrijske oziroma informacijske družbe in političnoekonomski pristop. Razlike med njimi primarno izhajajo iz različnih raziskovalnih pristopov, ki kot predmet svoje obravnave jemljejo informacije, pri čemer gre v družboslovju predvsem za epistemološke in teoretske razlike.

Podobno razčlenitev možnih pristopov kot pri Danu Schillerju je mogoče prepoznati pri zgodnejših pojmovanjih Splichala (1981) in kasneje Mosca (1989). Splichal (1981, 25–28)

izpostavlja matematično (statistično) teorijo informacij, ki jo ločuje od pristopa meščanske komunikološke analize in političnoekonomskega pristopa. V slednjem se podobno kot Dan Schiller opira na Barana in Sweezyja. Tudi v Moscovi (1989, 1. pogl., 55) razčlenitvi so prisotni trije pristopi, ki se v veliki meri prekrivajo z že omenjenimi razdelitvami. Informacije se po njegovem dojema kot posebno formo *tehnologije* oziroma diskurz o tehnologiji, kjer gre za »otipljivo« uresničenje informacij v določenih komunikacijskih tehnologijah (informacija je tisto, kar pride iz tehnologij), lahko so dojete kot (informacijski) *sistem*, ki izhaja iz kibernetike in matematičnih modelov (ta tehnični pristop je po njegovem imel kasneje pomembni vpliv na funkcionalizem), tretja perspektiva pa informacije dojema kot *sredstva* oziroma *vire*, ki niso bistveno drugačni od ostalih virov. Zadnje omenjena perspektiva se prekriva predvsem s teorijami postindustrijske in informacijske družbe. Čeprav gre, vsaj v okvirih družboslovja, po Moscu (prav tam, 25) v tem primeru za primernejšo opredelitev od prvih dveh, ostaja pomembna težava, da opredelitev ne pove ničesar o tem, *kakšna* je organizacija informacij.¹⁶⁴ S tem so spregledani ključni trendi zadnjih stoletij: namreč poblagovljenje, širitev zasebnega lastništva in vzpon korporacij, ki določajo proizvodnjo, distribucijo in uporabo reči, virov in sredstev, kar v vedno večji meri vključuje tudi informacije.

Vsi trije avtorji v omenjenih pristopih k informacijam prepoznavajo očitne pomanjkljivosti. Dan Schiller (1988; 2007) na primer pri »klasičnem« političnoekonomskem pristopu prepozna predpostavko, da ustvarjanje informacij ne more biti produktivno. Ta zavrnitev ne izhaja iz družbene kontingentnosti posebnosti proizvodnje v različnih časovnih obdobjih, ampak temelji na moralni in teoretični podlagi; na tem, kar na primer Baran in Sweezy (1966) dojemata kot »uporabno« in »neuporabno« delo. S tem se abstrahirata od osnovnih in zgodovinsko dinamičnih odnosov v kapitalizmu, v katerem se proizvodnja spreminja, in podajata nezgodovinsko opredelitev, ki je bila značilna za fiziokrate (D. Schiller 2007, 10–12; prim. Harvey 2006, 104–106). V najortodoksnejših političnoekonomskih pristopih je ekonomska vloga informacij posledično celo popolnoma zavrnjena, saj informacije naj ne bi spadale v sfero proizvodnje, ampak kvečjemu v sfero cirkulacije.¹⁶⁵ Po drugi strani zavrnitev matematičnega pristopa s strani Splichala in Dana Schillerja temelji na dekontekstualizaciji, ki je implicitno vgrajena v ta pristop (in vodi v brezpomenskost). Zaradi tega so informacije dojete izven njihovega družbenega pomena (kar na primer preusmerja

¹⁶⁴ Mosco (1989, 24) na tej točki opozarja na možno alternativno (predhodno) ureditev, namreč obliko informacij kot skupnega. Gre za temo, ki ji sam posvečam zadnje vsebinsko poglavje.

¹⁶⁵ »Proti tistim političnim ekonomistom, ki odslavljajo informacijski sektor kot neproduktiven, vztrajamo, da je informacijsko blago postalo primarno področje sodobne ekspanzije znotraj in v korist svetovnega tržnega sistema.« (D. Schiller 1988, 41)

raziskovalni poudarek od kvalitete h kvantiteti). Splichal (1981, 28) v povezavi s tem pristopom poudarja, da »merilo uspešnosti komuniciranja ni količina prenesenih informacij, ampak njihov učinek na recipienta.« Za razliko od matematične teorije informacij v perspektivi družbenega komuniciranja informacija v resnici povečuje kompleksnost, s tem pa lahko povečuje težave v odločanju in negotovost (prav tam, 29). Realizacija informacij v komuniciranju in sporočanju, ki potencialno reducira kompleksnost, saj jo sporočevalec namenja prejemniku, mora prav zato biti dojeta kot oblika zavestnega dela; družbeno komuniciranje namreč implicira zavestno proizvodnjo sporočil (prav tam, 29–32).

Avtorji kot alternativo teoretizirajo pristop kritične komunikologije, ki ga je mogoče natančneje opredeliti kot perspektivo politične ekonomije komuniciranja. Po Moscu (prav tam, 55) pristop politične ekonomije komuniciranja z vključitvijo organizacije informacij omogoča »konkretnejšo, zgodovinsko specifično in natančno pojmovanje informacij.« V njem so le-te dojete kot ena od vrst blaga, ki jo z ostalimi vrstami družijo številne značilnosti, a se v nekaterih pogledih ta vrsta od njih tudi pomembno razlikuje. Zanje tako drži vrsta karakteristik, ki so značilne za ostala blaga: informacije vstopajo v menjalni proces in so praviloma proizvedene (v zadnjih desetletjih podobno kot ostala blaga vse pogosteje prek mezdne delo, pogosto gre tudi za drugačne oblike kompenzacije za vloženo delo), prek njih pa se poskuša ekstrahirati presežno vrednost. Poleg teh značilnosti Mosco (1989) izpostavlja še drugo pomembno karakteristiko informacijskih oblik blaga, namreč da informacije kot sredstva pogosto služijo različnim oblikam nadzora (česar druge vrste blaga ne omogočajo; vsaj ne v enaki meri in na enak način). Temu se bom posvetil v nadaljevanju.

Na tej podlagi je Dan Schiller (1988, 32–33; 2007, 7–8; prim. Mosco 1982, 46) vzpostavil osnovno razdelitev med: a) informacijami kot sredstvi oziroma viri, torej nečim, kar vsebuje možnost dejanske ali mogoče uporabe; in b) informacijami kot vrsto blaga, saj niso vsi informacijski viri in sredstva že sama po sebi blaga. Po njegovem mnenju nam to razlikovanje, ki je skoraj enako Marxovi razdelitvi med uporabno in menjalno vrednostjo, dovoljuje, da dojemamo informacije kot družbeno enake ostalim vrstam blaga – da postanejo blaga, morajo namreč skozi serijo sprememb v lastni družbeni organizaciji, podobno kot to velja za ostala sredstva, ki jih kapital vključi v svoj krogotok (kar sem sam pojasnjeval s Polanyijevim pojmom blagovne fikcije). Z vključitvijo poblagovljenja informacij lahko vstopimo na področje politične ekonomije komuniciranja, ki z analizami razgrinja zgodovinsko evolucijo samega kapitalističnega sistema.

Težava pristopa Dana Schillerja (2007) izhaja iz dejstva, da informacijskih, komunikacijskih in kulturnih vrst blaga v nobenem pogledu ne ločuje od ostalih blag na trgu.

V svoji analizi kaže na kontinuiteto, ampak ignorira dejstvo, da se te vrste blaga ob številnih skupnih karakteristikah tudi bistveno razlikujejo od nekaterih otipljivih vrst blaga (kar je očitna diskontinuiteta, ki spremlja kontinuiteto). Kulturne, komunikacijske in informacijske dobrine so vendarle *posebna* vrsta blaga (Bates 1988; Melody 1993; Bettig 1996 idr.): poleg možnosti nadzorovanja, ki ga omogočajo, gre skoraj po pravilu za neizključujoče dobrine. To pomeni, da si jih lahko deli in uporablja več ljudi, poleg tega pa z uporabo ne izginejo (pri čemer je smiselno ločevati med samimi informacijami in njihovimi »nosilci« oziroma fizičnimi prenašalci, za katere to ne velja, vsaj ne nujno).¹⁶⁶ Winseck (2011, 46) jih zaradi karakteristik, ki jih ločujejo od ostalih oblik blaga, imenuje kar za *nenavadna* blaga, ki so bila na silo in z izjemnimi težavami vključena v blagovne vzorce. Kot je ugotavljal že Garnham (1979, 140–141), je prav zaradi teh *posebnih* lastnosti glavna značilnost informacijskih dobrin njihova skorajda neskončna uporabna vrednost. Gre potemtakem za klasične javne dobrine oziroma po Perelmanu (2003, 306) celo za metajavne dobrine, saj lahko z uporabo mogoče celo povečujejo svojo vrednost (glej tudi Bates 1988, 82). Teoretiki postindustrijske družbe so imeli torej vsaj deloma prav s poudarjanjem *posebnosti* informacijskih dobrin.

Težav, povezanih z nematerialno proizvodnjo »neotipljivih« dobrin v kapitalističnih okvirih, se je zavedal že Marx (1976/1990, 1047–8; Perelman 2003). A ker v njegovem času v proizvodnji niso igrale pomembne vloge, jim ni pripisoval prav velike pozornosti. Prepričan je bil, da je kapitalistična proizvodnja kulturnih vrst blaga mogoča le znotraj relativno ozkih okvirov. Podobnega mnenja je bil glede proizvodov, ki jih ni mogoče ločiti od akta proizvodnje (kot so storitve). Po njegovem so mogoči le na določenih področjih, njihova proizvodnja pa naj bi bila možna le v manjšem obsegu. To se je bistveno spremenilo s poglobljenjem informacij in s širitvijo njihovega pomena za kapitalizem v postmodernih družbah. Z naraščajočim pomenom te vrste blaga v obstoječi stopnji kapitalizma je Marxova opazka o njihovi relativni nepomembnosti postala nesprejemljiva, zato jim je potrebno posvetiti več pozornosti (Garnham 1979; D. Schiller 1988, 36).

Čeprav je »blagovna forma, ki jo je analiziral Marx, danes še zmeraj relevantna«, se po mnenju Perelmana (2003, 304) »njen obseg naglo spreminja zaradi zelo razširjene uporabe intelektualnih lastninskih pravic. Ta nova blagovna forma radikalno pogloblja protislovja kapitalističnega sistema.« Lastništvo intelektualnih pravic in njihova prodaja za razliko od materialnih dobrin ne posreduje ničesar otipljivega. Poleg tega gre pri intelektualnem

¹⁶⁶ Pomembno je, da Mosco (1989) ne izpušča dejstva, da se informacije z uporabo ne »izpraznijo« oziroma »uničijo«; dejstvo, ki ga Dan Schiller nerazumljivo spušča iz svoje analize. Ta karakteristika vsekakor ni nepomembna, saj se zaradi nje ob vseh podobnostih te vrste blaga tudi občutno ločujejo od ostalih vrst, za katere to ne drži.

lastništvu nad informacijo v resnici za monopol, saj ima lastnik ekonomsko gledano nad to dobrino absolutni nadzor; lastniki posledično ne čutijo neposrednega tekmovanja, ampak le tekmovanje med navzkrižnimi izdelki (glej Bettig 1996; Perelman 2003). Ob visokih stroških prvega izvoda so stroški nadaljnje reprodukcije (posebej z digitalizacijo) postali povsem zanemarljivi; v neoklasičnem ekonomskem jeziku bi to pomenilo, da so fiksni stroški visoki, variabilni stroški pa neobstoječi, zaradi česar so bile informacije za to paradigmo v samem temelju pravzaprav brezplačne dobrine (Bates 1988, 79–80; prim. Bettig 1996). Prav to je eden večjih problemov, ki jih v teh dobrinah vidijo neoklasični pristopi, kar so kasneje pogosto pričeli uporabljati kot glavni vir legitimacije pri uveljavljanju in implementaciji intelektualnega lastništva. Brez dohodkov iz reprodukcije naj po tej paradigmi namreč ne bi obstajale primerne spodbude za zasebnolastniško proizvodnjo (neizključujočih) informacij (prav tam, 80). Po Perelmanu (2003, 305) naraščajoča vloga znanosti in informacijskih dobrin postavlja pod vprašaj Marxov zakon vrednosti oziroma njegovo nadaljnjo veljavo v družbi.¹⁶⁷

Prav zato, ker se informacije ne uničijo z uporabo, imajo po Garnhamu (1979) težko menjalno vrednost. V svoji analizi je že pred tremi desetletji prepoznal več metod, s katerimi se bo mogoče izogniti nekaterim problemom, ki so povezani z ekonomskimi protislovji kulturnih dobrin (prav tam, 141–143; prim. Melody 1993; Bettig 1996, 4. pogl.).

1. Z avtorskimi pravicami, ki pa so učinkovite le, če se ustvari redkost, kjer dejansko ne obstaja (unikatnost blaga). To je mogoče z nadzorom nad dobavo, torej z nadzorom sredstev reprodukcije; a previsoke cene lahko v tem primeru povzročijo razvoj piratskih alternativ.
2. Omejevanje potrošnje prek nadzora distribucijskih kanalov. Ključna težava, ki se pojavi v tem primeru je, da takšen nadzor nasprotuje ekonomijam obsega; močno je zato podvržen konkurenci s strani učinkovitejših tehnologij reprodukcije in distribucije (danes na primer predvsem internet, ki omogoča izjemno velike ekonomije obsega).
3. Vgradnja zastarelosti prek manipulacije s časom, kar so dosegli že časopisi z novicami, ki hitro zastarijo. Danes se je ta metoda razširila na številna druga področja, posebej očitna je na primer pri računalniških programih, ki jih podjetja neprestano spreminjajo in »nadgrajujejo«. S tem je ustvarjena konstantna potreba po ponovnem trošenju. A ta manipulacija ima tudi omejitve, saj je čas potrošnje fizično omejen. S temi vprašanji se je ukvarjal Marazzi (2008), ki je omenjal informacijsko prenasičenost postfordistične družbe,

¹⁶⁷ Da bo prišlo obdobje, ko delovni čas ne bo mogel več biti prava »mera«, je nakazal že Marx sam. Kot omenja Perelman, je na to Marx na primer opozarjal v *Očrtih* (glej Marx 1973/1993, 700, 705–706). Do enake ugotovitve je prišel Postone (glej 1993/2003, 26–27). Perelman v kontekstu metajavnih dobrin uporablja Marxov pojem univerzalnega dela, ki je lahko uporabljeno znova in znova, brez da bi bilo s tem razvrednoteno.

kjer je največja naloga podjetij pridobivanje pozornosti in diferenciacija blaga. To pomeni, da lahko v novi ekonomiji zares dobro uspevajo le največji monopolisti v svojih nišnih ekonomijah,¹⁶⁸ recesija pa nastopi, ko so polno zaposlene vse kognitivne človeške sposobnosti populacije. Zgornja meja tako v tej stopnji ni več polna zaposlenost, kot je veljalo za fordistično-keynesiansko konstelacijo, ampak popolno digitalno preobilje.

4. Proizvodnja, ustvarjanje skupin in prodaja občinstev oglaševalcem in ne kulturnih ter informacijskih dobrih neposrednim potrošnikom, na kar je opozarjal Smythe (1977b). Tudi ta metoda je povezana z ekonomijami obsega.
5. Državna podpora (ali »dobrodelna« podpora posameznih kapitalistov), ki lahko vodi v (ne)posredni ideološki nadzor.

Kasneje je Garnham (2005, 19) poudarjal, da visoka cena prvega izvoda in komajda obstoječi stroški nadaljnje širitve simbolnih dobrin favorizirajo ekonomije obsega, maksimizacijo občinstev in tako vertikalno kot horizontalno tržno koncentracijo (prim. Curran 2004, 25).

Melody (1993, 77–78) je v skladu s tem poudarjal, da je trge z informacijami možno klasificirati v dve splošni kategoriji (kar se v veliki meri prekriva s posebnimi značilnostmi informacij in s premagovanjem protislovij, povezanih z njimi, ki jih je ugotavljal Garnham). Ločiti jih je mogoče na tiste, a) pri katerih se najvišja tržna vrednost dosega takrat, ko se informacije čim bolj širi; in tiste, b) pri katerih se najvišja tržna vrednost doseže z omejevanjem dostopa do informacij, kar velja predvsem v primerih specializiranih informacij in vzpostavljanja monopolov pri njihovi uporabi (prav tam, 77). »Skratka: specifična narava blagovne forme znotraj kulturne proizvodnje vodi v konstantne probleme z realizacijo in tako v dvostranski pritisk, bodisi v smer oglaševanja bodisi v smer državnih financ,« je menil Garnham (1979, 142). Pri tem je izpustil tretjo možnost, ki je kasneje izjemno pridobila na pomenu: ekspanzijo intelektualnih in avtorskih pravic, vključno s penalizacijo kršiteljev. Ne glede na te pritiske je po Garnhamovem (prav tam, 143–145) mnenju dejstvo, da je bil zgodovinski razvoj vrhnje zgradbe odvisen predvsem od razpoložljivosti presežkov, ustvarjenih v sferi proizvodnje. A ker je z razvojem kapitalizma prišlo do industrializacije (in »odcepitve«) kulturne sfere, je bila le-ta v celotnem obsegu absorbirana v proizvodnjo blaga (bazo) in je s tem pričela igrati tvorno vlogo pri samostojni proizvodnji presežnih vrednosti,

¹⁶⁸ Gre za povezavo z ekonomijami obsega in področja [*economies of scale/scope*], glej mdr. Bettig (1996, 99–102). Ekonomije obsega so največkrat povezane z »naravnimi monopoli« in so pomembni mehanizem pri prehodu v tržne oligopole, ko nekaj konglomeratov obvladuje določeno področje (glej Towse 2012, 86).

značilnih za ostale vrste kapitalistične proizvodnje. Enako je mogoče trditi za komuniciranje, informacije in znanost.

3.4.4 Pronicajoče poblagovljenje

»Totalna absorpcija v komercialne tokove, ki prežemajo najbolj utesnjene nivoje družbenega reda, pronica navzdol na vse ravni.«

Herbert I. Schiller (2000, 45)

Poblagovljenje komuniciranja, informacij, kulture, kreativnosti, inovativnosti, znanja in znanosti je potrebno gledati v perspektivi dolge zgodovine tovrstnih procesov, ki so se širili na številna družbena področja. A občo podreditev teh pomembnih segmentov življenja, ki so bila poblagovljena v *zadnjem valu*, je obenem potrebno ločiti od reči in področij, ki so bila poblagovljena pred tem. Razlogov ne gre iskati le v posebnostih komunikacijskih oblik blaga, ki sem jih omenjal v prejšnjem podpoglavju. Gre namreč za področja, ki so temeljnega pomena za to, kako kot človeška bitja in družbe premišljamo, dojemamo, normaliziramo, razumemo, institucionaliziramo, raziskujemo, preizprašujemo, spreminjamo, ustvarjamo, utrjujemo, ohranjamo, vzpostavljamo, zamišljamo, reproduciramo, naturaliziramo in kritično obravnavamo družbo ter politični in ekonomski red, s tem pa tudi svoja življenja.

Skozi poglavje sem poskusil razložiti, da vse, kar je v kapitalizmu v celoti poblagovljeno, sledi močno partikularnim interesom akumulacije in ustvarjanja menjalne ter presežne vrednosti. To je edini možni temeljni cilj kapitala pri proizvodnji in prodaji blaga. Prevlada menjalne vrednosti je pravilo, ekvivalenca in instrumentalna racionalnost pa sta predpogoj blagovne forme. Cilj teh partikularnih tendenc je celo deklarativno gledano le stežka dobro življenje vseh članov družbe v enaki meri. Poblagovljenje informacij danes na primer ustvarja izjemne neenakosti in pogloblja razlike na tem družbenem področju (glej H. Schiller 1996; Bettig 1996). In ker lahko intelektualna lastnina danes pokriva praktično kar koli (glej Perelman 2002), poleg tega pa je lahko skoraj kar koli tudi digitalizirano (glej Mosco 2004), je v postmoderni družbi lahko v blago res spremenjeno skorajda vse.

Zelo pomembna posebnost komuniciranja je, da ga je težko povsem zamejiti. Pogosto je komuniciranje prej *sámo* fluidni proces kot pa neka *konstantna* in *strjena* reč. V angleškem

jeziku to primerno ponazarja izraz *informacijski tok* [*information flow*].¹⁶⁹ Kot pomoč pri mišljenju pomembnih kvalitativnih družbenih sprememb v zadnjih desetletjih zato predlagam pojem *pronicaočega poblagovljenja* [*a seeping commodification*]. Pojem združuje procese in transformacije, ki sem jih preučeval v tem poglavju. Tesno je povezan tudi z ugotovitvami, ki sledijo v preostalih poglavjih disertacije: je točka odboja, začetka in konca raziskovanja. Stoji na presečišču tendenc po totalni ekspanziji poblagovljenja in nove stopnje kapitalistične akumulacije v postmodernejši družbi spektakla. Je kot (pre)trdi zid, od katerega se lahko odbijajo raznolike tematike, povezane s spremenjenimi družbenimi okoliščinami. Temelji v občem poblagovljenju komunikacijskih procesov in že prek imena nakazuje, da je s kolonizacijo kapitala na dele družbe in človeških življenj, ki so širše povezani s komuniciranjem, prišlo do občutnega kvalitativnega preskoka v potencialni nadaljnji ekspanziji poblagovljenja. Zaradi pretočnosti in fluidnosti komuniciranja, ki ne pozna klasičnih meja ali morebitnih fizičnih omejitev, prihaja do pronicanja poblagovljenja v vse družbene pore in človeška življenja. Številne meje, ki so bile kapitalu postavljene še pred nekaj desetletji, se s tem rušijo, *in vse, kar je trdno, se razblinja*, bi dejala Marx in Engels v *Manifestu*. Le da se v tem primeru vse razblinja v blago.

Prav zaradi teh značilnosti je poblagovljenje danes zmožno »kapljati« tudi na (in dobesedno v) področja, za katera si je bilo v preteklosti skorajda nemogoče predstavljati, da bodo podrejena tržni obravnavi (najočitnejši primer je z vzponom biotehnologije – genom). Ne le da komuniciranje ne priznava in upošteva nikakršnih meja, obenem je postalo del skoraj vsake reči, institucije ali procesa v družbi, med drugim tudi proizvodnje v njeni postfordistični izvedenki. S tem, ko so komunikacije in komuniciranje postale neločljiv sestavni del vsakega kotička človeških življenj, se lahko razlivajo in prelivajo kot tekočina po celotni družbi ter tiho kapljajo na poprej nedotaknjena področja. To je še posebej očitno v zgodovinski dobi, v kateri je vloga komunikacij, informacij, kulture in znanja postala posebej izpostavljena. S tem, ko se je lahko »razlezel« po družbi, je dobil izjemen pospešek tudi nov val poblagovljenja.

Po mnenju Terranove (2004, 2, 8) je postalo težko misliti kulturne formacije kot ločene entitete. Razlog gre iskati predvsem v medsebojni in vzajemni povezanosti komunikacijskih procesov. Ne gre nujno za tehnološko povezanost, ampak za tendenco informacijskih in komunikacijskih tokov, da se pretakajo prek vseh mrež, skozi katere

¹⁶⁹ Ni si potemtakem težko predstavljati, zakaj je ob »nuji po poblagovljenju vsega« doktrina prostega pretoka informacij bila za zunanjo politiko ZDA po drugi svetovni vojni tako pomembna.

cirkulirajo.¹⁷⁰ S tem se vzpostavlja prostrani *informacijski milje*. Podobna izhodišča kot pri Terranovi je mogoče najti pri Marazziju (2008), za katerega neomejenost pronicanja *ekonomskega* v vse pore fleksibilne postfordistične družbe preprosto odseva dejstvo, da je brez omejitev tudi jezik, ki je ključen pri novih oblikah proizvodnje in prodaje dobrin. Na prodiranje komuniciranja v vse (tudi najintimnejše) dele človeških življenj, med drugim v sfero reprodukcije človeških življenj in (formalno) »prostega« časa, sta bila konec osemdesetih let dvajsetega stoletja pozorna že Robins in Webster (1988). Gorz (1982) je v zvezi s tem opazal, da bo s širitvijo kapitala na »prosti čas« profite mogoče ekstrahirati celo iz tistih človeških aktivnosti, ki so bila do tedaj zares prepuščena individualni fantaziji. Mosco (1989, 26) je v povezavi s širitvijo poblagovljenja na področja, sicer rezervirana reprodukciji, ločeval med ekstenzivno in intenzivno ekspanzijo poblagovljenja.¹⁷¹ Če ekstenzivno poblagovljenje označuje širitev od lokalnih do globalnih trgov, je značilnost intenzivnega poblagovljenja v tem, da se je blagovna forma razširila na polje družbene reprodukcije, kot so dom, šola, zabava in tako dalje.

Sopojav teh procesov je razpadanje številnih meja in njihovo preoblikovanje v težko določljiva območja: prihaja na primer do razdora ločnic med intimnim, zasebnim in javnim, do razpada razločevanja med informacijami in oglaševanjem. S prodiranjem komunikacij in novih tehnologij ter z njihovo normalizacijo se je razletela dihotomija med »virtualnim« in »realnim« življenjem. Podobno velja za ostro mejo med sfero proizvodnje in reprodukcije, ki mu je sledilo zlivanje prostega časa in časa dela. To velja tudi za globalni Imperij, ki je brezmejen, kot je brez meja širitev finančnih tokov kapitala. Ti odnosi prehajajo v drugačne konfiguracije in postajajo vedno bolj zamegljeni. S pronicanjem poblagovljenja ta področja družbe doživljajo erozijo in degradacijo. Intenzivna prodornost novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij prispeva k utekočinjanju meja, jih razjeda in spreminja. Ti procesi skupaj predstavljajo pomembni predpogoj za uspešno kapitalistično kolonizacijo področij, ki poprej niso bila podrejena vladavini blagovne forme.

Herbert Schiller (1989) je te spremembe opazal že pred dvema desetletjema, ko je opozarjal, da so se pričele zamegljevati meje različnih področij in delov družbe. Med ključnimi razlogi za to transformacijo je po njegovem bilo dejstvo, da je korporativni kapital pričel prodirati v vse družbene prostore in da so procesi »deregulacije, privatizacije in ekspanzije tržnih odnosov pričeli vplivati vse dele ekonomije.« (H. Schiller 1996, 46) Kar se

¹⁷⁰ Na padanje meja pri komunikacijskih tehnologijah, ki jih je navezoval na ameriške imperialne tendence, je na različnih mestih opozarjal že Herbert Schiller (1969, 100, 103) v svoji prvi knjigi. Pri tem je poudarjal, da nekomercialni komunikacijski sistemi nimajo proti komercialnim skoraj nobene možnosti za preživetje, zato so prisiljeni v spremembe.

¹⁷¹ O vstopu kapitala v sfero zasebnosti oziroma v »dom« glej tudi Mosco (1982, 4. pogl.), Martin (2002) idr.

zdi še posebej pomembno, je dejstvo, da poblagovljenje ni zaobjelo le novih področij družbenega življenja, ampak da so celo področja in dobrine, ki niso podrejene tem tendencam (vsaj za enkrat, vsaj ne v celoti), preoblikovane na takšen način, da odsevajo pravila delovanja kapitalističnega trga. Tudi tisto, kar ni blago na kapitalističnem trgu, vedno pogosteje *oponaša* njegovo delovanje ali pa igra neko z njim povezano vlogo v kapitalističnem svetu blaga. Celotni projekti in aktivnosti, ki jih ne vodijo neposredni tržni premisleki in niso del trga, so danes prisiljeni, da opravičujejo svojo eksistenco in nadaljnji obstoj prek različnih neoliberalnih kategorij, kot so učinkovitost, resnična uporabnost nekih javnih ali še pogosteje javnozasebnih projektov (ki v resnici pomenijo potencialno menjalno vrednost na trgu in za trg), ekonomistična racionalnost in tako dalje. »Koliko bo ta raziskava prispevala k naši konkurenčnosti? Bo doktorat na tem področju zares prispeval h gospodarski rasti? Je to znanje kaj vredno tudi na trgu?« Gre za instrumentalistično logiko kvantifikacije, ki je značilna za kapitalizem v njegovi čisti izvedenki (Husson 2011). Po njej mora biti legitimacija za vse dejavnosti v družbi bodisi neposredno bodisi vsaj posredno povezana s trgom in z njegovo logiko delovanja.

Pomembno je, da so karakteristike postmodernizma kot logike delovanja globalnega kapitala prav fluidnost, utekočinjenost in razpadanje nekaterih poprej nadvse trdnih struktur. Sočasno te procese spremlja skrajna rigidnost in iz blagovne forme izhajajoča ekvivalence: vedno intenzivnejša »postrojenost«, ki jo zahtevajo blagovna forma, trg in kapital, kjer je v resnici vse podrejeno *enakosti*, možnosti za blagovno menjavo.¹⁷² Oba procesa delujeta hkrati, brez oziranja na preteklost in brez premisleka o prihodnosti. Zdi se, kot da celovitih družbenih transformacij ni mogoče več osmišljati brez kvalitativnega preskoka v izjemnih *potencialih za poblagovljenje vsega*. Razbitje meja je namreč raztreščilo tudi blago samo, njegovo samoumevnost in uveljavljeno transparentnost: kaj je blago, kdaj je blago, kako je lahko blago in kdaj sploh *ni* blago. Kako drugače je sama *zaznavna* zmožnost človeških bitij danes lahko postala blago (če podam najbolj vsakdanji primer, ki je najočitnejši na svetovnem spletu), kot prek pronicanja poblagovljenja v same biolingvistične zmožnosti ljudi? Kako drugače kot prek pronicanja v vse razpoke družbenega je lahko psevdobjavni diskurz postal blago za največje korporacije na internetu? In kakšna družbena konfiguracija je vzpostavljena, da so blago lahko postali tudi medosebni odnosi: v nekem trenutku so blago in v naslednjem znova ne? Da ni povsem jasno, kaj je še lahko blago, čeprav so še pred desetletji blaga bila

¹⁷² O teh temah glej različne in včasih nasprotujoče si analize in razprave Harveya, Jamesona (1998, 8. pogl.), Bauman (2002) ali Negrija in Hardta (2003, 130–131). Če bi bilo potrebno za obstoječi globalni sistem poleg poblagovljenja potrebno uporabiti en termin, bi to bil termin *protislovje*. Slednje je prisotno na vseh ravneh, v vseh »kategorijah« sistema.

proizvedena izključno na tekočem traku dobrega in varnega življenja: trdna, jasna, nedvoumna, standardizirana, *katere koli barve, dokler so bila črna* (če si izposodim besednjak Henryja Forda, dobrega prijatelja nemških nacistov). Dolga družbena revolucija spreminjanja vsega v blago je potekala od prvotnih uporov proti poblagovljenju delovne zmožnosti do aktualnega zaobjetja njenih »emancipatoričnih« potencialov samoizpopolnjevanja, radostnega *delanja na sebi*, prostovoljnega grajenja lastnega simbolnega in kulturnega kapitala, samostojnega podjetništva in vzpostavljanja samega sebe kot *podjetnika v malem*, instrumentalizacije medosebnih odnosov, ki so postali človekova najdragocenejša *valuta* ... In da ne pozabimo: »*Pazite, kako vlagate svoj prosti čas, lahko vam prinese visoke dividende ali vas zaradi neprimerne investicije dolgoročno pogubi.*« Prehod od Tayloristične rigidnosti v proizvodnem procesu, kjer so se delavci upirali menedžerskemu discipliniranju, je prinesel *proizvedeni pristanek* z vključevanjem v odločanje, ki zadovoljuje potrebe kapitala, in brez prisile reproducira njegove potrebe (kar je opazal že Burawoy).

Ali drugače: aktualno družbeno transformacijo lahko razumemo kot prehod iz Foucaultove (1984) družbe discipline, v razvijajočo se družbo nadzora (Deleuze 1992) in biooblasti (Foucault 2007): gnetljivo, prilagodljivo, modularno, prožno, neprestano v spreminjanju. »V družbi nadzora je korporacija zamenjala fabriko in korporacija je duh [*âme*], plin. [...] Numerični jezik nadzora je narejen iz šifer, ki označujejo dostop do informacij ali ga onemogočajo. Nič več nismo postavljeni vpricho para masa/posameznik. Individuumi so postali "*dividuumi*" [*dividuals*] in množice, vzorci, podatki, tržišča ali "*banke*".« (Deleuze 1992, 4–5) Prav zato imperij nima več centra in je vladovanje, ni eno-/dvo-/multipolaren, ampak brezpolaren, kot nima pravega centra komunikacijska tehnologija tega Imperija, katerega centri so povsod, a zato hierarhije in asimetrije niso nič manjše. Zmagovalec tega reda je japi, vsaj tako se je prepričal; njegovi luzerji so zadolženi prekarci na pogodbi, ki so skozi življenje svoj prosti čas neprimerno *investirali* v za trg nezanimive aktivnosti.

Na podlagi teh ugotovitev je potrebno predlagati, da se tehnodeterministični, dekontekstualizirani in nezgodovinski pojem mediatizacije družbe podvrže primerni kritični zgodovinskomaterialistični obravnavi. Mosco (2004, 156–157) je med prvimi tesno povezoval digitalizacijo s poblagovljenjem in opozarjal, da je iz političnoekonomske perspektive vzpon kiberprostora potrebno videti v luči poblagovljenja celotnega komunikacijskega procesa. Ključnega pomena je prav njegov (Mosco 2009, 12–13, 130) vpogled v razmerje med politično ekonomijo komuniciranja in poblagovljenjem, saj izpostavlja dve temeljni značilnosti. Po eni strani komuniciranje in tehnologija podpirata poblagovljenje skozi celotno družbo, ta instrumentalna racionalizacija pa postaja še posebej

očitna z digitalizacijo. Po drugi strani tudi poblagovljenje danes lahko prodre v vse institucije, povezane s komunikacijo, s čimer posega v vsakodnevne družbene prakse, ki imajo ontološko osnovo v komuniciranju.

Nujno potreben je torej globok zgodovinski vpogled na mediatizacijo iz perspektive politične ekonomije komuniciranja. Čisto možno je namreč, da bomo morali, če uporabim besede Deborda (1999, 41, par. 35), med simptomi in posledicami spektakla (mediatizacije) prepoznati »našega starega sovražnika – blago!« Digitalno je namreč, kot pravi Sholle (2002, 22), samo po sebi postalo spektakel, le-ta pa ni nič drugega kot drugo ime za blago, je v prazno zavpil Debord (prim. poglavje 3.3.4). V tem smislu povsem drži opazka Adorna in Horkheimerja (2002, 139), da gre ves svet »skozi filter kulturne industrije«. Njena osrednja značilnost je proizvodnja blaga.

Spremembe predstavljajo nove izzive tudi za sam pristop politične ekonomije komuniciranja. Pomenijo namreč potrebo po radikalni širitvi njegovega obsega. Pristop je v analizo prisiljen zaobjeti tematike, ki gredo onkraj njegovega »tradicionalnega« predmeta preučevanja. Že inkluzivno pojmovanje informacij mora, kot pravi Dan Schiller (2007, 25–27), pričeti pokrivati vsaj bioinformacijske podatkovne zbirke.

»Prehod v informacijski kapitalizem ni odvisen ali izenačen z ozkim sektorjem medijsko osnovanih proizvodov. V enaki meri obsega družbeno-ekonomsko metamorfozo informacij prek obsežnih (in še nedoločenih) območij. S tem, ko so blagovni odnosi vsiljeni poprej spregledanim sferam proizvodnje, nove oblike genetičnih in biokemičnih informacij pridobijo nepričakovano enakost z ostalimi, bolj znanimi oblikami. [...] Povezave in sovpadanja med oblikami, ki so tradicionalno zanimalo komunikologijo – televizijske oddaje, časopisna poročila, računalniški informacijski tokovi, in oblike, ki so danes podvržene manipulaciji in nadzoru brez primere prek biotehnologije, izsiljujejo premislek kot sestavni deli enega pojmovnega in zgodovinskega procesa.« (D. Schiller 2007, 25)

Pronicajoče poblagovljenje vsekakor ni enoznačni proces. Konflikti in protislovja se pojavljajo na različnih ravneh družbene realnosti. Politična gibanja vzpostavljajo aktivne forme upora proti poblagovljenju. Obenem se pojavljajo teoretske alternative in praktične aplikacije drugačnih oblik organizacije komuniciranja, kulture in informacij. Z njimi pa se pojavljajo tudi nove forme in možnosti političnega organiziranja.

Večplastnost in protislovnost teh procesov je v prvi vrsti v dejstvu, da se singularitete in gibanja, ki ustvarjajo skupna področja življenja prek živega dela, zmeraj znova, bolj in

manj uspešno, upirajo tem procesom kapitalistične kolonizacije. A lekcije zgodovine nas učijo, da ne smemo naivno podcenjevati moči kapitala, ki je zgodovinsko gledano bil sposoben zavzeti množstvo tega, kar mu je prišlo na pot (a ne pozabimo, mnogo se je izbojevalo izpod njegovega nadzora in služi vsemu človeštvu). Upor je zato lahko prepogosto jalov ali hitro izničen, posebej ob dejstvu, da so zadnja stoletja videla permanentno ekspanzijo kapitalizma. Ob tem ne smemo spregledati, da totalno poblagovljenje vsega počasi odstira realni zastor trga in njegovo nasilno vlogo v družbi dela transparentnejšo. To odpira polje za nove politične upore (glej Wallerstein 1991/2001, 25).

To ni edino notranje protislovje teh procesov. Izjemnega pomena sta vsaj še dve. *Prvič*: kljub tendenci po popolnem poblagovljenju vsega si kapital v resnici nikoli ne bo uspel podrediti čisto vseh področij (oziroma ta točka predstavlja njegovo terminalno točko). Podobno je trdil že Habermas v teoriji komunikativne akcije. Ta predpostavka je blizu Virnovovemu pojmovanju virtuoznosti, ki izhaja iz njegove ontološke opredelitve človeških bitij. Kapital si ne more podrediti jezikovne sposobnosti in iz nje izhajajoče kreativnosti človeških bitij, a je zato zmožen spremeniti v blago vse, kar *izhaja oziroma je rezultat* teh svojevrstnih človeških dejavnosti (poleg dejstva, da lahko intelektualne pravice močno omejujejo človeško kreativnost). S širitvijo poblagovljenja na vsa mogoča področja se brez dvoma približujemo zgornji meji krivulje *blagovne kolonizacije*, vsak nadaljnji korak pa po Wallersteinu (prav tam, 24) ustvarja dodatni pritisk na globalni profit in povečuje notranje tekmovanje med posameznimi akumulatorji kapitala. Z namenom razreševanja teh težav nova področja, namenjena kapitalističnemu poblagovljenju, vedno pogosteje (p)odpirajo državne investicije prek javnega (so)financiranja. Ljudje zaradi tega ne reproducirajo svoje izkoriščenosti le prek proizvodnega procesa in nato potrošnje prav teh proizvodov, ki jih potrebujejo za svojo eksistenco, ampak tudi prek načela »*kralju, kar je kraljevega*«. Te asimetrije s poskusi razreševanja periodičnih kriz obnavljajo nacionalni, subnacionalni in nadnacionalni akterji in institucije (na primer prek javnozasebnih partnerstev, socializacije dolgov in privatizacije profitov, s privatizacijo področij, ki so bila ustvarjena oziroma vzpostavljena z javnim denarjem, s poigravanjem z monetarnimi politikami). Zdi se, da so v svojih posegih ti javni akterji omejeni, saj so z vsako nadaljnjo širitvijo poblagovljenja potrebe globalnega kapitala dodatno povečajo.

Drugo temeljno protislovje izhaja iz notranjih trenj v proizvodnji in v delu, ki se z ustvarjanjem informacijskih in komunikativnih oblik blaga dodatno intenzivira; gre predvsem za delo, ki se opira na znanje, kot takšno pa je nujno kolektivno in odvisno od družbene

proizvodnje znanja.¹⁷³ Negri in Hardt (2000; 2003) posebej poudarjata, da je značilnost vseh oblik nematerialnega dela kooperacija, ki je »popolnoma inherentna samemu delu. Nematerialno delo neposredno vključuje družbeno interakcijo in kooperacijo. Z drugimi besedami, kooperativni vidik nematerialnega dela ni vsiljen ali organiziran od zunaj, kot je to veljalo za prejšnje oblike dela, temveč *je kooperacija popolnoma imanentna sami delovni aktivnosti*. (prav tam, 241, poudarki avtorjev) Čeprav že sama forma blaga skozi svojo družbeno manifestacijo prispeva k ločevanju posameznikov, živečih v družbi, »ki že samo s svojim delovanjem ločuje posameznike med seboj, jih izolira v njihove družine in jih spodbuja le v njihovem medsebojnem nasprotovanju,« (Godelier 2006, 255) so le-ti obenem že skozi proizvodnjo »potisnjeni« v neposredno sodelovanje in kooperacijo. Čeprav je nujni sestavni del kolektivov notranje tekmovanje in medsebojno konkuriranje med posameznimi akterji, so odnosi znotraj teh kolektivov vedno bolj odvisni od sodelovanja in vzajemne notranje dinamike. Za razliko od nekaterih drugih tipov dela je na znanju temelječe delo obenem tudi težje nadzorovati, možnost konfliktov zaradi diskrepance med pričakovanji delavcev in realnostjo pa se še dodatno povečuje, na kar je že v začetku sedemdesetih opozarjal Herbert Schiller (1973, 147–149, 186–188).

Z obćim poblagovljenjem komuniciranja se torej vzpostavljajo številne nove dileme, nasprotja, antagonizmi, konflikti in protislovja. Med drugim prek uveljavljanja intelektualnih pravic prihaja do vzpona rente. Ta protislovja nakazujejo temeljnejšo strukturno krizo kapitalizma, ki prehaja v novo stopnjo svojega razvoja. Ob tem brez dvoma drži Wallersteinova (1991/2001, 167) opazka, da je buržoazija današnjega dne zagotovo že v procesu transformacije, da bi lahko vladala tudi nad novim proizvodnim načinom. A ta proces ni niti neizogiben niti edini mogoč.

¹⁷³ To izpostavljajo različni avtorji med drugim Lazzarato (1996), Virno (2003), Negri in Hardt (2003), Terranova (2004, 83, 88), Marazzi (2008).

3.5 Družbene perturbacije in političnoekonomski prehod

Širšo zgodovinsko kontekstualizacijo konkretnih sprememb na ravni družbe, s katero je mogoče osmisliti aktualne razmere, je smiselno pričeti vsaj v šestdesetih letih dvajsetega stoletja, čeprav so bili, kot sem poskusil pojasniti skozi celotno poglavje, nastavki podani že mnogo prej. Prav v tem časovnem razdobju so pričele potekati najočitnejše spremembe prek dramatičnih družbenih uporov, ki so bili (rečeno splošno) uperjeni proti etatizmu in tradicionalnim protisistemskim gibanjem, omogočili pa so deligitimacijo državnih struktur in obstoječega sistema. Čeprav so bili radikalni upori političnih in družbenih gibanj kritični do obstoječega reda in kapitalistične ureditve, so s svojimi kritikami posredno prispevali k vzponu neoliberalnega kapitalizma. Uperjeni so bili namreč tudi proti paternalistični državi in zahtevali več svobode, na kar je reakcionarna konservativna restavracija odgovorila z diskurzom o povečevanju osebne svobode (ki je bila le večja ekonomska svoboda za že tako močne) (prim. Pribac 2003, 130). Po Wallersteinu (2004, 24) so bile »neposredne politične posledice svetovnih revolucij leta 1968 minimalne, geopolitične in intelektualne reakcije pa so bile velikanske in nepreklicne. Sredinski liberalizem se je zvrnil s prestola.« Strukturni razlogi krize obstoječega zgodovinskega sistema so po njegovem mnenju izhajali iz omejitev in sprememb na treh temeljnih ravneh: politični, ekonomski in ideološki (Wallerstein 1991/2001, 25). Eno izmed interpretacij tega še vedno potekajočega prehoda podajata Negri in Hardt (2003, 199), ki ga povzemata s temi besedami:

»S stališča historičnega materializma smo priče kvalitativnemu prehodu v moderni zgodovini: od imperializma k Imperiju, od nacionalne države k političnemu urejanju globalnega trga. Ko smo nezmožni ustrezno izraziti neznanski pomen tega prehoda, ga včasih precej borno definiramo kot vstop v postmoderno. Sicer priznavamo pomanjkljivost tega opisa, pa vendar mu včasih dajemo prednost pred drugimi, saj postmoderna kaže na epohalen premik v sodobni zgodovini. Zdi se, da drugi avtorji podcenjujejo svojstvenost naše situacije in da njihove analize vodijo nazaj h kategorijam cikličnega razumevanja zgodovinske evolucije. V njihovih očeh bi bilo to, kar živimo danes, le še ena faza v redno ponavljajočih se ciklih oblik ekonomskega razvoja ali oblik vladanja.« (Negri in Hardt 2003, 199)

Že politična, ekonomska in družbena kriza koncem šestdesetih let dvajsetega stoletja je napovedala prehod iz modernih oblik vladanja, ki so temeljila na nacionalni suverenosti in predstavniki demokraciji, s čimer bi se poskusilo preseči takrat obstoječo krizo legitimnosti.

Spremembe, izhajajoče iz slednje, so bile povezane z zahtevami po redefiniciji odnosa države do družbe, kar je vodilo v korenite spremembe vloge države blaginje, razlog pa je bil predvsem v uspešno organizirani reakciji kapitala in elit (glej med drugim Offe 1987; 2002; Wallerstein 1999, 28–31; Cohen 2003). Zahteve družbenih gibanj je spremljala kriza keynesianske (državne) regulacije in akumulacije kapitala, ki je poprej omogočila razvoj togemu fordističnemu načinu proizvodnje. Krizi profitabilnosti je posledično sledil zasuk v režimu akumulacije od fordističnega režima v postfordistični neorganizirani kapitalizem oziroma akumulacijski režim, ki ga je mogoče označiti za prožno akumulacijo (glej Offe 1985b; Jessop 2002a; Harvey 2005; Kim 2010; Pribac 2010). Pri tem so politične elite in kapital integrirale nekatere kritike družbenih gibanj, večino pa so jih obrnile na glavo. Po rezultatih sodeč je zasuk prinesel predvsem odgovor na zahteve po minimalizaciji države na področju socialnih storitev, ki so zaradi krize absorpcije presežnega kapitala prihajale s strani kapitala in elit (Harvey 2010b). To je postalo vidno predvsem v zamegljevanju odgovornosti za socialna in ekonomska vprašanja (posameznik je odgovoren sam zase; v delovanje trga se ne vmešava s fiskalnimi stimulusi itd.), prikrita z diskurzom o svobodi posameznikov, individualnem opolnomočenju in tako dalje. To močno spominja na različne subjektivistične teoretske pristope v družboslovju, ki so v osemdesetih in še posebej v devetdesetih letih dvajsetega stoletja zavrgli domnevno rigidnost in redukcionistični pristop politične ekonomije (glej poglavje 4.3.5).

Temeljni proces, brez katerega je težavno razumeti spremembe na ostalih nivojih in sferah družbe, je vzpon neoliberalizma kot političnoekonomske ureditve, v kateri pride do pomembnih sprememb na ravni (ekonomskih) razrednih odnosov in vloge financ (glej Duménil in Lévy 2012). Če globalizacija predstavlja predvsem tendenco kapitalizma po izgradnji svetovnega trga, kar zgodovinsko gledano ni novost, neoliberalizem pomeni:

»nove načine delovanja kapitalizma, tako v centru kakor na periferiji: novo disciplino dela in upravljanja v korist upnikov in delničarjev; zmanjšanje državnih posegov na področju razvoja in socialne zaščite; spektakularno rast finančnih institucij; nastanek novih odnosov med nefinančnim in finančnim sektorjem v korist finančnega; novo držo, naklonjeno združitvam in prevzemom; veliko finančno deregulacijo; okrepitev moči in avtonomije centralnih bank, katerih delovanje je osredinjeno na stabilnost cen; odločenost odvajati vire periferije v center. Neoliberalizem je dal globalizacij nove oblike, zlasti dolg tretjega sveta in opustošenje, ki ga je povzročila prosta mednarodna mobilnost kapitala. Glavna značilnost njegove

zdajšnje faze je njegova postopna širitev na ves svet, njegova lastna globalizacija.«
(Duménil in Lévy 2012, 36–37, poudarki avtorjev)

Z vzponom neoliberalizma so posebej zaradi financializacije in uspešne transnacionalizacije korporacij tradicionalna delavska gibanja, ki so bila od vzpona neokonservativnih vlad v osemdesetih letih dvajsetega stoletja na Zahodu na udaru tudi politično, v veliki meri kolapsirala. Možnost geografske selitve proizvodnih sredstev je kapitalu omogočila, da se je iztrgal od »omejitev«, ki so mu jih po eni strani postavljala delavska gibanja in sindikalne strukture, po drugi strani pa prek nacionalnega državnega aparata politika oziroma država (na primer s protekcionističnimi regulativnimi posegi). S tem se je vzpostavila svetovna baza rezervne armade delovne sile, kar je na nivoju posameznih držav znatno oslabilo delavske pritiske. Same nacionalne države so v tem kontekstu v veliki meri postale ujetnice interesov transnacionalnega kapitala (posebej zaradi sistemske odvisnosti od davščin). Slednji lahko med seboj uspešno izigrava države. Zaradi lastne mobilnosti je globalni kapital med njimi namreč vzpostavil tekmovanje za pogoje, ki bodo njegovemu delovanju čim bolj naklonjeni (v nasprotnem primeru lahko svoje aktivnosti preseli drugam). Kot poudarjata Duménil in Lévy (2012, 51), je neoliberalizem »predvsem proces za izsiljevanje profitov s strani multinacionalk in svetovnih financ,« pri čemer je zanje dejanska gospodarska rast v resnici nepomembna. Neoliberalne politike so pogosto prispevale k zaustavitvi poprej praviloma stabilne rasti. »Počasna rast in nestabilnost, to je bilanca, ki jo pridnim učencem neoliberalizma nalaga nova smer kapitalizma.« (prav tam, 52) Financializacija se je ob tem vzpostavila kot ključna karakteristika sodobnega kapitalizma (glej Callinicos 2010). Prav dereguliranemu, prostotržnemu liberalnemu kapitalizmu se je pripisalo odgovornost za svetovni gospodarski zlom leta 2008, čeprav je imel le-ta predvsem sistemske vzroke in je izhajal iz same »narave« kapitalizma. Obsežna in prodorna financializacija je samo prispevala k njegovi izjemni nasilnosti in vplivu (prav tam), saj so finance s poblagovljenjem postale prisotne na vseh ravneh družbe.

Zadnji ameriški sistemski cikel akumulacije kapitala, katerega sestavni del je bila financializacija kapitala od sedemdesetih let naprej (oziroma obrat v finančni kapitalizem, ki je bil po Harveyu /2010b, 26–31/ zaradi problema presežne absorpcije kapitala nujen), je po prepričanju avtorjev svetovnosistemske teorije vodil v razpadanje ameriške hegemonije v svetovnem kapitalističnem sistemu in s tem do ustvarjanja novih družbenih struktur na

svetovni ravni (Arrighi 2009).¹⁷⁴ Po mnenju nekaterih avtorjev je s tem prišlo do dokončne vzpostavitve integriranega svetovnega trga in z njim paradigmatnega premika v povsem globalno in medsebojno odvisno stopnjo kapitalizma, ki je urejena z nadnacionalnimi političnimi institucijami. Ta interpretacija predpostavlja, da po vsej verjetnosti ne bo več mogoče govoriti niti o stopnjah kapitalistične ekspanzije niti o vzpostavljanju nove multilateralne meddržavne strukture, ki bi upravljala globalni sistem. Še manj verjetno je, da bi to lahko povsem samostojno počela posamezna nacionalna država.

Pri premikih na vseh ravneh družbe, ki so se odvijali v zadnjih desetletjih, so imele pomembni vpliv nove informacijske in komunikacijske tehnologije, predvsem razvoj interneta. Le-ta je odigral pomembno infrastrukturno vlogo pri financializaciji in transnacionalizaciji korporacij. Kot poudarjam tudi na drugih mestih, je bil Herbert Schiller (glej 2000, 93–94; Maxwell 2003, 82) eden ključnih avtorjev, ki so izpostavljali, da so pri deregulaciji in koncentraciji kapitala igrale temeljno vlogo nove komunikacijske tehnologije. Temeljnega pomena so bile tudi pri nadzoru nad proizvodnjo in delovno silo (prim. Douglas in Guback 1984, 234). Ogromna telekomunikacijska omrežja so služila delovanju transnacionalnega kapitala, ki se je s tem lahko lotil proizvodnje in distribucije na številnih globalnih prizoriščih. Herbert Schiller (prav tam, 93–94) je poudarjal: »Kombinacija deregulacije industrij, koncentracije kapitala in svetovne nemudne komunikacije so podporni stebri mogočne globalizacije kapitala v zadnjih dekadah.« Podobne značilnosti je izpostavljala Terranova (2004, 80; prim. Pribac 2003, 127–129), za katero so računalniška omrežja podlaga informatiziranega kapitalizma: »Širitev interneta je podala ideološko in materialno podporo sodobnim trendom v smeri naraščajoče prožnosti delovne sile, nenehnega prekvalificiranja, dela v svobodnih poklicih ...«

Podobno kot pri ostalih tehnologijah je po eni strani pomembno, kako se je internet kot specifično tehnološko orodje *vzpostavilo*, *uporabilo* in *zlorabilo*, po drugi strani pa, kako je diskurz o tej tehnologiji, predvsem o njenih materialnih specifikah, omogočil depolitizacijo, nevtralizacijo, naturalizacijo in univerzalizacijo družbenih procesov, ki so bili v resnici zastavljeni politično (glej Fisher 2010). Enako, kot velja za ostale procese in premike, je bil razvoj interneta pogojen z družbenim kontekstom: predvsem s potrebami ameriškega vojaškega aparata v hladni vojni, ki je bil financer in pobudnik njegovega začetnega razvoja. Kasneje je ključno vlogo odigral transnacionalni kapital, ki je z liberalizacijo komunikacijske

¹⁷⁴ Po Arrighiju (2009) gre za ponavljajoči vzorec zgodovinskega kapitalizma kot nekega svetovnega sistema. Materialni ekspanziji v prvi stopnji zmeraj sledi obdobje finančne ekspanzije in nato pojevanje. Obe obdobji skupaj tvorita sistemski cikel akumulacije. Kljub temu da se je Arrighija zaradi tega (pre)večkrat bralo kot determinista, je zmeraj poudarjal, da to branje nikakor ne determinira, kako se bo kapitalizem razvijal v prihodnosti oziroma če se sploh bo.

sfere prispeval k njegovi svetovni ekspanziji, saj je za svoje delovanje potreboval učinkovito informacijsko in komunikacijsko infrastrukturo (glej D. Schiller 2000; poglavje 3.4.2).

Brez dvoma bi bilo potrebno podrobneje analizirati prav zadnjo omenjeno povezavo med obdobji finančne ekspanzije v svetovnem kapitalističnem sistemu ter ekspanzijo komunikacijskih omrežij in tehnologij, ki se lahko štejejo kot pomembna infrastrukturna podlaga učinkovitega delovanja finančnega kapitalizma. V Arrighijevi (2009) opredelitvi sistemskih ciklov akumulacije je namreč tako za britanski kot za ameriški sistemski cikel akumulacije značilno, da prav okrog zgodovinskega obdobja, ko sta se prevesila v stopnjo finančne ekspanzije, prihaja do občutnejše širitve tehnične infrastrukture mednarodnih komunikacijskih sistemov (prim. Headrick 2000; Thussu 2006, 1. pogl.; Winseck in Pike 2007). V dolgem (britanskem) devetnajstem stoletju, ki je v materialni ekspanziji okvirno potekal med sredino osemnajstega stoletja in sedemdesetimi leti devetnajstega stoletja, nato pa mu je do tridesetih let dvajsetega stoletja sledila finančna ekspanzija, se eksplozija mednarodne komunikacijske infrastrukture zgodi prav v času finančne ekspanzije (Winseck in Pike /2007/ to imenujeta za *globoki globalizem*). Podobna je zgodba z ameriškim sistemskim ciklom akumulacije, ki je sledil britanskemu. V njem se finančna ekspanzija pričenja okrog sedemdesetih let dvajsetega stoletja in se okvirno prekriva z občutno ekspanzijo satelitskega telekomunikacijskega omrežja in komunikacijske ter informacijske infrastrukture, ki danes tvori internetno omrežje. Malo verjetno je, da bi šlo v teh primerih preprosto za naključje. Kot piše Maxwell (2003, 83), so nove informacijske tehnologije transnacionalnim akterjem omogočile, da so obšli politične varovalke, ki so obstajale na nacionalni ravni. To je posebej očitno pri komunikacijskih politikah, a je postalo pravilo tudi na ostalih področjih.

Ustvarjanje omrežij in svetovno integrirane kapitalistične ekonomije je tesno povezano s tematizacijami globalnega (mrežnega) vladovanja [*governance*].¹⁷⁵ Ena ključnih točk avtorjev, ki pišejo o prehodu iz centraliziranega vladanja in o razpadanju moderne nacionalne suverenosti, je strinjanje, da je prišlo do očitnega zamegljevanja meja med javnim in zasebnim sektorjem. To je le eno najočitnejših področij, v katerem se meje rušijo in zamegljujejo, na kar sem opozarjal že v kontekstu pronicajočega poblagovljenja (poglavje 3.4.4). V procese političnega odločanja in koordiniranega planiranja se vključuje vedno več nevladnih institucij in akterjev, ki so pri doseganju svojih ciljev vzajemno odvisni. S tem prihaja tako do horizontalne kot vertikalne razpršitve odločanja, a istočasno zaradi neenake

¹⁷⁵ Krajši del pričujočega podpoglavja sem napisal za prispevek, naslovljen (*Proti*)javnosti v globalnem kapitalizmu, ki sva ga objavila skupaj z Majo Turnšek Hančič (glej Turnšek Hančič in Prodnik 2011, 119–126).

razporeditve moči med temi akterji do reprodukcije in zaostritve hierarhičnih odnosov.¹⁷⁶ Širši strukturni prehodi in transformacije kažejo na paradigmatški premik v povsem globalno in medsebojno odvisno stopnjo kapitalizma in vladovanja, v kateri naj ne bi bilo več mogoče govoriti niti o stopnjah ekspanzije niti o vzpostavljanju nove multilateralne meddržavne strukture, ki bi upravljala globalni sistem – to naj bi bila doba globalnega vladovanja in oblikovanja Imperija, katerega značilnost je *brezpolarnost* (Negri in Hardt 2000; 2003; 2009; 2010; Fumagalli in Mezzadra 2010; Marazzi 2010).

Po mnenju Negrija in Hardta (2000; 2003, posebej 154–159) je v zadnjih desetletjih prišlo do privatizacije javnega v tako veliki meri, da dialektika med javnim in zasebnim ter med notranjostjo in zunanostjo niti nima več smisla.¹⁷⁷ To zamegljevanje je posredno pripeljalo do dokončnega preseganja liberalnih institucij in oblik politike, ki se je s krizo predstavniške demokracije soočala od konca šestdesetih let. To je po eni strani močno spremenilo funkcije, ki jih je imela država blaginje, po drugi strani pa se je s tem neposredno spreminjal njen pomen in vloga za državljanje. Minimalizacijo države se pogosto pomensko izmenjuje z neoliberalizmom, pri katerem je po Harveyu (2005) diskurz o osebni neodvisnosti, svobodi, dobrih straneh privatizacije, osebni odgovornosti in svobodnem trgu ter trgovanju le legitimacija za drakonsko vzpostavitev ostrejših razrednih razlik. Za mnoge avtorje je vladovanje zato (simptomatično) le ponovna iznajdba vladanja, ki mora biti boljše upravljano: zanj je potrebno uporabiti nova orodja in tehnike, saj naj bi se v tržno orientirani družbi staro, okorelo socialno državo težko *prodalo* (glej Stoker 1998, 18).

Dihotomije med javnim, ki označuje državne/obče interese, in zasebnim kot prostorom ekonomije in medosebnih odnosov, kamor država ne more posegati, ne gre zamenjevati z razlikovanjem med javnim kot odprtim, vidnim javnosti, in zasebnim kot skritim, zaprtim za ozki krog ljudi (glej Splichal 1997, pogl. 2; Bobbio 1989, 1. pogl.). Kot poudarja Bobbio (1989, 17–21), je tako pojmovno kot zgodovinsko problem *javnosti* oblasti ločen od problema narave *javne* oblasti: »Politična oblast je zmeraj javna oblast v pomenu velike dihotomije, celo takrat, ko ni javna, ne ravna v javnosti, je skrita od javnosti in ni nadzorovana s strani javnosti.« (prav tam, 18)

¹⁷⁶ O tem prehodu glej Stoker (1998), Negri in Hardt (2003, 154–159; 2009, 4. del) ter Marazzi (2008).

¹⁷⁷ O vprašanju »velike liberalne dihotomije« javno/zasebno glej Bobbio (1989, 1. pogl.). Zanj je značilno, da naj bi bila avtonomija zasebne sfere posameznika v neposrednem nasprotju s širitvijo kompetenc države in do kje lahko le-ta seže s svojim vplivom (širitev enega izničuje drugo): »Zasebna sfera se povečuje na račun javne sfere, če ne drugače do točke eliminiranja države in reduciranja njenega vpliva na minimum.« (prav tam, 13) Ta popolna širitev zasebnega potencialno vodi v tako imenovano minimalno državo, kar je libertarna utopija države, od katere v resnici ostane le represivni aparat.

Z družbeno-političnim prehodom od suverenega vladanja modernih nacionalnih držav¹⁷⁸ v postmoderno vladovanje je prišlo do pomembnih sprememb v obeh pojmovanjih med javnim in zasebnim, ki so bile značilne za obdobje sredinskega liberalizma. To je najočitnejše v zgoraj omenjenih ugotovitvah Negrija in Hardta. V prvem pomenu omenjene dihotomije namreč po teoretikih vladovanja prihaja do kooptacije med javnimi oblastmi in zasebnimi akterji, predvsem seveda tistimi, ki imajo občutno moč vpliva (predvsem ekonomsko), kot so na primer transnacionalne korporacije. To lahko posledično vodi do znatne koncentracije moči v primerjavi z ostalimi, *manj pomembnimi* akterji. Bobbio je ta dvojni, navidezno protislovni proces, kjer prihaja do privatizacije javnega ter ustvarjanja javnega iz zasebnih interesov, že pred dvema desetletjema opisoval kot degeneracijo države.¹⁷⁹ V liberalnem pogledu na državo sta omenjeni dihotomiji namreč v vzajemnem odnosu. Zasebno ni le nasprotje javnega, ampak njegov temelj, zaradi česar je ločitev pravzaprav ključnega pomena (prav tam; Splichal 1997, 34).

Predpostavka, da je prišlo do prerazporeditve področij odločanja ter razpršitve in vključitve novih akterjev, ki vplivajo na politične odločitve, ne pomeni, da bi ta prehod vodil v razširitev demokracije ali večjega vpliva državljanov na skupne odločitve – odgovor, ki bi ga lahko nudil nevtralni in bežni vpogled v problematiko. Nasprotno: koncentracija moči se je kvečjemu povečala in raste s koncentracijo ekonomske in politične moči, kar je bil očitni trend v zadnjih treh desetletjih (Harvey 2005; 2010b).¹⁸⁰ Na prehodu v dobo vladovanja bi zato v prvi vrsti in v zgodovinski luči morali biti pripravljene pogledati vzpostavljanja globalnega Imperija (Negri in Hardt 2000; 2003) in finančne ekspanzije, za katero je značilno, da se kapital akumulira na finančnih trgih. Zadnja omenjena tendenca »povzroča obsežno, vsesistemsko redistribucijo dohodkov in bogastva od vseh vrst skupnosti k akterjem, ki nadzorujejo mobilni kapital, ter tako povečuje in ohranja dobičkonosnost finančnih poslov, ki so v veliki meri ločeni od trgovanja in proizvodnje.« (Arrighi 2009, 320)

V perspektivi globalizacije kapitala in integracije držav v svetovni kapitalistični sistem – s tem pa tako ekstenzivnega kot intenzivnega poblagovljenja – je zato potrebno govoriti o globalnem imperialnem vladovanju in ne o vladovanju na nacionalni ravni. Za vladovanje

¹⁷⁸ Suverenost države se najpogosteje povzema z možnostjo odločanja nad usodo določene družbe. Oblast ima nadzor nad mejami, ki so v liberalnem dojetju ključnega pomena, in nad ozemljem. Na slednjem lahko oblast legitimno izvaja državni nadzor in nasilje ter ga edina politično obvladuje.

¹⁷⁹ Prvi proces po Bobbiu (1989, 17) izraža »podrejanje privatnih interesov kolektivnim interesom, ki jih predstavlja država, ki vedno bolj zaokroža in napada civilno družbo; drugi proces predstavlja odgovor privatnih interesov skozi formiranje velikih organiziranih skupin, ki uporabljajo javni aparat, da bi dosegle svoje cilje.« V primeru ustvarjanja javnega iz zasebnih interesov je Bobbio mislil predvsem na sindikate; z njihovo upadajočo močjo ta prostor učinkovito zasede kapital, ki je z transnacionalizacijo odločilno prispeval k njihovemu razkroju.

¹⁸⁰ Čeprav so državljani dodatno izgubljali moč, s tem ne predpostavljam, da je v okvirih paternalistične socialne države na odločitve dejansko v večji meri vplivala javnost kot socialna kategorija.

namreč ni več značilen enoten center moči, kjer bi se sprejemale odločitve (na primer koncentracija moči predvsem v parlamentu ali vladi), ampak delovanje po principu mrežne oblasti. To predpostavlja tako horizontalno kot vertikalno razpršitev odločanja. Kritični pogled na vladovanje predpostavlja, da gre za »proces nenehnega pogajanja, urejanja napotkov za konsenzualno planiranje in koordinacijo, v kateri sodeluje množstvo državnih in nedržavnih akterjev z izjemno neenako razporeditvijo moči. In samo sodelovanje med temi akterji lahko določa procese ustvarjanja javnih politik na globalnem nivoju.« (Negri in Hardt 2010, 225) Ta princip delovanja se nato prenaša na nižje ravni. Kljub pestremu množstvu akterjev, ki vplivajo na odločitve, gre za izjemno omejeno in privilegirano oligarhijo moči, akterji pa so med seboj v strogo hierarhičnem odnosu. Odprtost vpliva je zato ostro omejena z močjo in z lastnino, vladovanje pa po mnenju Negrija in Hardta (prav tam, 227) zaradi krize liberalne predstavniške demokracije opredeljujejo postdemokratske prakse (prim. Crouch 2004).

3.5.1 Povratek rente in družba kot tovarna

Ena pomembnejših, a redko omenjenih značilnosti postfordističnega finančnega kapitalizma je povratek rente (glej Harvey 2002; Fumagalli in Mezzadra 2010).¹⁸¹ V obstoječi političnoekonomski ureditvi obstaja tesna povezava med finančnim kapitalizmom, nematerialnimi oblikami fleksibilnega dela (in s tem specifično postfordistično proizvodnjo) in rento. Nadaljnjo povezavo je potrebno vzpostaviti tudi med rento in prvotno akumulacijo. Kot poudarja Vercellone (2010, 94–95), moderna oblika zemljiške rente namreč sovпада s procesi ograjevanja skupnih prostorov. Sam izvor (v tem primeru kapitalistične) rente je torej prav v procesih prvotne akumulacije. Čeprav sta za Vercelloneja ekspropriacija prvotnih skupnih prostorov na eni strani in postmoderne oblike izkoriščanja skupnega znanja, kulture, komunikacij in samega življenja na drugi strani, procesa, ki sta si po svoji logiki nadvse blizu, med njima obstajajo pomembne razlike. Ena pomembnejših ločnic je, da se izkoriščanje omenjenih oblik skupnega v danem zgodovinskem trenutku ne opira izključno na predkapitalistična fizična področja, ki so eksterna kapitalizmu (kot so bila skupna zemljišča). S poblagovljenjem se je pričelo izkoriščanje reči, ki so bila vzpostavljena in ustvarjena onkraj neposredne logike kapitala. Prav v tem je mogoče videti specifičnost in novost aktualne financializacije, vsaj, če jo primerjamo z zgodovinsko gledano zgodnejšimi epohami, v katerih je finančni kapitalizem igral hegemonsko vlogo: postmoderna kapitalistična

¹⁸¹ Prvi del tega podpoglavja sem v delno spremenjeni obliki objavil v članku *Permanenčnost primitivne akumulacije ali: o privatni lastnini, komodifikaciji in povratku rente*, ki je izšel v *Časopisu za kritiko znanosti* (glej Prodnik 2011b, 104–107).

financionalizacija ima namreč izvorno sposobnost, da (špekulativno) prikazuje vrednost, ki nastaja v nematerialnih oblikah skupnega življenja in ustvarjanja, ki segajo onkraj klasičnih prostorov organizirane proizvodnje.

Premik v značilnostih delovanja kapitala, ki sledijo ponovnemu vzponu rente, je zaznaval že Macpherson (1973, 6. pogl.). Opažal je, da se je moderno dojemanje zasebnega lastništva začelo spreminjati. Zopet naj bi začelo pridobivati značilnosti pravice do rente. Povedano drugače: že iz samega lastništva naj bi *avtomatično* izhajala pravica do dohodka, ki s tem ne sledi kakšni posebni aktivnosti, ki bi bila povezana z lastništvom (na primer aktivno udejstvovanje v proizvodnem procesu z nadzorovanjem delavcev in njegovo vodenje). Je preprosto posledica lastništva samega. Že sam status lastništva naj bi bil dovolj za rentni dohodek.¹⁸² Do podobnih ugotovitev kot Macpherson je v istem času prišel Mandel (1975, 8. pogl.), ki je poleg obstoja zemljiške rente prepoznava naraščajoči pomen tehnološke rente, ki po njegovem mnenju v poznem kapitalizmu, času *tretje tehnološke revolucije*, postane »osrednji vir presežnih profitov« (prav tam, 252). Ključni razlog za to spremembo je videl v čedalje večji oligopolizaciji in monopolizaciji trgov, kjer nekaj korporacij uspešno nadzoruje vstop na trg prek distribucijskih kanalov, svojo moč pa med drugim uspevajo ohranяти prek *know-howa*, licenc in patentov. Za ohranjanje tega stanja korporacije potrebujejo permanentno tehnološko obnavljanje in inovacije, ki postanejo, kot je napovedal že Marx, sistematično organiziran kapitalistični proces z enim samim ciljem: maksimizacijo dobička za korporacije, ki te raziskave plačujejo. Integracija intelektualnega dela v proizvodni proces po eni strani prinese krajši življenjski cikel fiksne kapitala, po drugi pa čedalje večje omejitve pri nadzoru nad vsemi vidiki socializacije procesov proizvodnje in reprodukcije.¹⁸³ Mandel je menil, da te spremembe vodijo v naraščanje kontradikcij na vseh ravneh, opažal pa je tudi, da »v tržni ekonomiji nikoli ne moremo biti od začetka povsem prepričani, ali bo nova odkritja in inovacije mogoče aplicirati, [zaradi česar] je riziko profitabilnosti investiranega kapitala v sferi raziskovanja večji kot sicer.« (prav tam, 254) Že Mandel je zaznaval, da se z neotipljivostjo intelektualnega dela in z nejasnostjo učinkov, ki jih takšno delo potencialno

¹⁸² Povedano z besedami Macphersona (1973, 131): »Investitorji so v smislu, da so čistokrvni rentniki, seveda svojo lastnino vedno dojemali kot pravico do vira dohodka. A z vzponom moderne korporacije in prevlado korporativnega lastništva čedalje več različnih individualnih investorjev postaja rentnikov in tega se vse bolj zavedajo. Manj kot lastništvo nekega dela fizične tovarne korporacij in zaloge materialov ter proizvodov njihova lastnina vključuje pravico do vira dohodka, ki izhaja iz zmožnosti korporacije, da ravna profitabilno na zelo nepopolnem trgu.«

¹⁸³ Nekateri radikalni avtorji to spremembo danes ponazarjajo s čedalje večjo (relativno) avtonomijo dela, ki jo omenja tudi Mandel. Slednji (Mandel 1975, 267–268) je že ob tem opozarjal na čedalje očitnejše podružbljanje dela, ki gre do skrajnih ekstremov, saj »akumulirani rezultati znanstvenega in tehničnega razvoja celotne družbe in človeštva postajajo čedalje nujnejši temeljni pogoj za vsak partikularni proces proizvodnje v vsaki partikularni sferi proizvodnje.« Največje nasprotje je tako videl v zasebni apropiaciji te sicer povsem socializirane proizvodnje, ki je podrejena pogojem valorizacije kapitala, človeštvu pa se s tem onemogoča prosta uporaba znanja. Šele dokončna odprava zasebne apropiacije lahko po njegovem mnenju vodi v osvobodjenje dela in človeka, ki bi se mu odprla možnost svobodne kreativne aktivnosti. (prav tam, 8. pogl.)

ima (oziroma nima) za kapital, špekulativnost pri vlaganju v to področje torej nujno poveča.¹⁸⁴

Na prelomu tisočletja je Rifkin (2000) te transformacije v logiki delovanja kapitalizma (podobno kot Macpherson) ponazarjal s spremenjenim dojemanjem lastništva in novo zgodovinsko obdobje poimenoval za »čas dostopa«. To je zelo blizu Moscovemu (1989) (pre)imenovanju informacijske družbe v plačljivo družbo [*pay-per society*], saj se je princip plačljivosti in poblagovljenja samega dostopa pričel širiti na številna področja, povezana z informacijami. Medtem ko so poprej tržni sistem tvorili predvsem prodajalci in kupci, ga danes po Rifkinovem (2000) mnenju predvsem dobavitelji in uporabniki, zato se na trgu vedno pogosteje omogoča ali omejuje dostop do določenih dobrin, virov ali celo do samega trga. Značilnost dostopa je, da v nasprotju z modernim zasebnim lastništvom ne preide v dejansko last kupca, ampak obstaja le v obliki najema, začasnega zakupa oziroma posoje, ki po določenem časovnem obdobju preteče. V teh nastavkih je mogoče videti podlago za vzpon rentniškega sistema. Le-ta sicer prevzema nekatere predmoderne značilnosti, a ga s tem obdobjem kljub temu ne gre zamenjevati. V nasprotju s prvotnimi oblikami je pričel princip rentništva precej širše zaobjemati delovanje družbe, poleg tega pa praviloma temelji na vložnem delu (posebej očitno v primeru proizvodnje kulturnih ali intelektualnih dobrin). Čeprav Rifkin poudarja, da to vodi v nadaljnjo koncentracijo ekonomske moči in da lastnina s temi premiki niti približno ne izgine (spremenil naj bi se le njen status), ob tem spregleda pomembno dejstvo, da prav moderna zasebna lastnina nikoli ni bila omejena le na fizično lastništvo oziroma posest nečesa. Prav iz njenih načel izhaja princip omejevanja dostopa in značilnosti, ki temeljijo v samem pravnem statusu zasebnega lastništva (glej poglavje 3.3.2).

Dostop do virov preživetja kot do distribucijskih kanalov postaja čedalje pomembnejše politično vprašanje, saj se z njegovim poblagovljenjem vzpostavljajo nove razlike pri vključenosti in izključenosti ter kakšne ovire bodo spremljale te družbene delitve. Kot eden pomembnejših vidikov se v tem kontekstu kaže umetno ustvarjanje redkosti, kjer le-ta ne izhaja iz »po naravi« danih karakteristik neke dobrine (najočitnejši primer je ekstrakcija rente iz intelektualne lastnine /glej Harvey 2002, poglavja 3.3.2, 3.3.3, 4.1.5/). V primeru aktualnega vzpona rente ne gre za revolucijo v lastništvu, ampak kvečjemu za postmoderno evolucijo, ki s kvalitativnimi spremembami, značilnimi za ta družbeni prehod, lastnini vrača njeno rentniško vlogo, hkrati pa ohranja tudi vse regresivne vidike, ki so značilni za moderno

¹⁸⁴ Vercellone prek avtonomističnih reinterpretacij *general intellecta* (prim. Virno 1996; Terranova 2004) to opredelitev razširi in poudari, da intelektualni, človeški kapital beži objektivnim meritvam – prav zato pa »njegova vrednost ne more biti nič drugega kot subjektivni izraz pričakovanj bodočih dobičkov, doseženih na finančnih trgih, ki si s tem priskrbijo rento.« (Vercellone 2010, 110)

lastnino. S tem se razlika med tistimi, ki si nekaj lastijo in iz tega lahko zaradi različnih razlogov dobivajo rento, in tistimi, ki nimajo ničesar, le še eksponentno povečuje.

V klasični politični ekonomiji med rento in profitom ni tako občutne razlike, kot se je najpogosteje ocenjevalo v teoriji. Po Vercelloneju (2010, 94–107) do marginalizacije rente pride šele z industrijskim kapitalizmom, ki je neposredno vključen v ustvarjanje presežne vrednosti, medtem ko v postfordističnem kapitalizmu razlika med profitom in rento znova razpada (to tendenco Marazzi ponazarja s formulacijo »renta postaja profit«). Ključni merili, ki naj bi pri Marxu in nekaterih drugih klasikih ločili profit od rente, sta: aktivna vloga pri razvoju proizvodnih sredstev (ki se pri Keynesu pokaže v boju proti redkosti) in udeležba kapitalista v sami proizvodnji. Medtem ko pri renti lastnik kapitala v proizvodnji nima posebne funkcije, torej nima vloge pri upravljanju in organizaciji dela, naj bi pri profitu bil interesen proizvodnemu procesu.

Chicchi (2010), Marazzi (2010) in Vercellone (2010) menijo, da je treba zaradi teh sprememb razmisliti o sami razliki med profitom in rento, saj ju je zaradi specifik zadnje financiranja čedalje težje ločevati. Pri tem sta poleg naraščajoče avtonomije dela (vsaj v nekaterih delih sveta) pomembna predvsem dva razloga. *Prvič*: podjetja, ki poprej niso imela popolnoma ničesar s financami, so v zadnjih desetletjih drastično povečala svoje investicije v finančne proizvode, s čimer so postala v veliki meri odvisna od teh profitov. Finančna in »realna« industrijska ekonomija sta se začeli izjemno prepletati (Marazzi 2010, 33; prim. Callinicos 2010).¹⁸⁵ *Drugič*: že nakazana novost finančne ekonomije je, da so finance prepredle skorajda vsa področja in pore življenja ter razširile celotni ekonomski cikel (prim. D. Schiller 2007, 9). To pomeni, da posegi in vloga financ ni občutna več le v proizvodnem procesu, ampak so del akumulacijskega cikla od njegovega začetka do konca (potrošnja). Med ključnimi razlogi je predvsem zmožnost kapitala, da črpa vrednost onkraj področij proizvodnje, ki so bila tradicionalno namenjena ustvarjanju vrednosti, kar nakazuje pojem *družbe kot tovarne*, ki ga je skoval italijanski postoperaistični pristop k neomarksizmu.

Avtorji, kot so Agamben (2000, 109–120), Virno (2003; 2007; 2009), Terranova (2004), Marazzi (2008), Negri (1984/1991; 1992), Negri in Hardt (2000; 2004; 2009), Deanova (2008), Pasquinelli (2009), Gorz (2010) ali Fumagalli in Mezzadra (2010), v povezavi z aktualnih političnoekonomskim sistemom pišejo o komunikativnem, kognitivnem ali celo biolingvističnem in semiotičnem kapitalizmu. Iz teh raznolikih pojmovanj izhaja, da sta se komuniciranje in celo človeška govorna zmožnost v obstoječi družbi vzpostavili kot

¹⁸⁵ Po Marazziju (2010) je skoraj nemogoče ločiti finance od realnega sektorja. Po njegovem mnenju so finance postale »soodločilne [*cosubstantial*] za samo proizvodnjo dobrin in storitev.« (prav tam, 29)

eden temeljev akumulacije kapitala in njegove nadaljnje reprodukcije, kar vzpostavlja neposredno stično točko s pristopom politične ekonomije komuniciranja. Ti avtorji ne predpostavljajo le, da je komunikacija postala ključna v postfordističnem proizvodnem procesu, kar so poudarjali že teoretiki pred njimi (glej Pribac 2003; 2010). V njihovem pojmovanju se je namreč zmožnost za ustvarjanje (ekonomske) vrednosti razširila v družbo kot celoto. Kapital je sposoben izkoriščati vsakodnevne dejavnosti in kreativnost ljudi ter celo njihovo komunikacijo, pri čemer gre za nepriznano in neplačano obliko dela. To je najočitnejše na internetu (Terranova 2000; 2004, 73–75; Wasko in Erickson 2009; Fuchs 2011b; 2011c; Scholz 2013). Na delo občinstev je že pred tremi desetletji opozarjal Smythe (1977b; glej poglavje 4.3.3), ki je razvpito poudarjal, da je »delovni čas danes za večino ljudi štiriindvajset ur na dan.« (Smythe 1981a, 121; glej Prodnik 2012a) Pojmovanje *družbe kot tovarne* izpostavlja prav širitev dela izven prostorov, ki so bili tradicionalno namenjeni proizvodnemu procesu, in sicer v družbo kot takšno (glej Negri 1984/1991; 1992; Terranova 2004). Ta transformacija poleg dejstva, da je nastal novi teren, na katerem je mogoča radikalna razširitev političnih uporov, govori tudi o precej negativnejših posledicah teh procesov: gre za celovito poglobljenje družbe in človeških življenj.

4 Politična ekonomija komuniciranja

»Komunikacije so področje, kjer pridejo
v žarišče vsa protislovja sveta.«
Dallas W. Smythe (1986, 66)

Razen redkih izjem (glej Splichal 1981; 1993) v slovenskem raziskovalnem prostoru ne obstaja veliko teoretskih prispevkov, ki bi jih lahko uvrščali v širše polje politične ekonomije komuniciranja. V poglavju podajam teoretsko-zgodovinski prispevek k razumevanju in izgrajevanju tega področja. Pomanjkljivost prispevkov je mogoče videti kot pomembno oviro medijskih in komunikacijskih študij. Poleg tega, da gre za temeljni kritični pristop h komunikologiji, se to osiromašenje odraža v težavah nekaterih sicer pomembnih empiričnih raziskav, ki jih je mogoče uvrščati v področje politične ekonomije. Zaradi nekonsistentne in slabo zgrajene teoretske podlage, iz katerih izhajajo tovrstne analize medijske krajine, namreč določene izhodiščne predpostavke niso le redukcionistične, ampak se jih lahko opredeli celo kot zavajajoče.

Med politiko in mediji v postmodernih kapitalističnih družbah pogosto obstaja *incestuožno* razmerje, mediji so velikokrat zlorabljeni za partikularne interese svojih lastnikov. Le-ti lahko neposredno posegajo v njihovo delovanje, jim vsiljujejo način poročanja glede posameznih tematik ali dogodkov in vplivajo na objavljene vsebine. Pri tem pritiskajo na urednike ali novinarje, jih menjajo in odpuščajo ali kako drugače kaznujejo. S tem medij, ki ga imajo v lasti, izkoriščajo za pridobivanje naklonjenosti političnih elit in ščitenje lastnih ekonomskih interesov, kar je posebej očitno v primerih, ko so mediji relativno majhen del večjega kapitalističnega konglomerata, ki deluje tudi na drugih trgih. To je posebej problematično v primerih, ko se koncentracija na trgih medijev in kulture povečuje.

Lastniških vplivov in procesov koncentracije, ki se v odvijajo v medijskih in kulturnih industrijah, zaradi teh dejstev ne gre podcenjevati. Že v začetku sedemdesetih let dvajsetega stoletja sta Murdock in Golding (1973, 210) (podobno kot kasneje McChesney /2008, 25/) pisala o stalni krizi novinarstva in tiska, ki naj bi se začela že pred desetletji. Opozarjala sta na naraščajočo koncentracijo medijev v rokah nekaj velikih kapitalističnih podjetij (prim. Williams 1961/2011, 247). Izpostavljala sta tri medsebojno povezane procese: (1) horizontalno in vertikalno integracijo, ki vodi v konsolidacijo nadzora nad medijskim sektorjem prek združevanj in prevzemov; (2) diverzifikacijo naložb na različna področja s

strani medijskih družb, ki omejuje vpliv morebitnih recesij v posameznih sektorjih na njihovo poslovanje, in (3) internacionalizacijo poslovanja teh korporacij, ki z imperialno ekspanzijo med drugim vodi v kulturni imperializem (prav tam, 213–223; glej poglavje 4.3.2). Koncentracija na teh trgih se je v naslednjih desetletjih nadalje povečevala, kar potrjujejo različne študije (glej McChesney 1998b; 2008; Bagdikian 2004; Thussu 2005; Yong Jin 2008; Schiffrin 2010; Winseck 2011), in se prenesla na internet, kjer se je v mnogih pogledih celo okrepila (glej Hindman 2009; Bellamy Foster in McChesney 2011; Oblak in Prodnik 2012; Lucas 2012; Curran, Fenton in Freedman 2012, 88–91; McChesney 2013). Največji kapitalistični konglomerati, ki imajo v lasti medijske in kulturne industrije, so pospeševali te procese in se širili na globalni ravni. Največji pospešek so dobili v devetdesetih letih dvajsetega stoletja z implementacijo neoliberalnih politik, ki so jo izvedle ključne nadvladane institucije (Yong Jin 2008). Eden od premikov, ki sta jih zaznavala že Murdock in Golding, so skupna podjetja [*joint ventures*], pri katerih največje korporacije skupaj nadzorujejo različna podjetja. McChesney (1998b, 32) je ta proces povzel s sledečimi besedami: »Na globalnem medijskem trgu prevladujoča podjetja agresivno tekmujejo v nekaterih koncentriranih oligopolističnih trgih, so ključni dobavitelji drug drugemu na drugih trgih in so partnerji na tretjih trgih.«

Kljub tem tendencam, ki so za demokratičnost družb izjemnega pomena, bi bil preuranjen skok do trditve, da so v razvitem kapitalizmu lastniki medijev po pravilu tisti, ki neposredno narekujejo vsebine. Takšna trditev bi bila prepogosto v konfliktu z empirično realnostjo. Še težje bi bilo teoretično in praktično utemeljiti *namerni* vpliv lastnikov pri reproduciranju obstoječega družbenega reda (po mnenju kritičnih in radikalnih pristopov k analizam kapitalističnih množičnih medijev te institucije namreč služijo interesom prevladujočih skupin v družbi). Celo v primerih, ko prihaja do namernega lastniškega vpliva na konkretne vsebine, so spremljevalni del medijev v kapitalizmu številni drugi mehanizmi, ki prispevajo k (re)produkciji obstoječega družbenega reda. Na te mehanizme vpliva sama forma in položaj medijskih in kulturnih industrij v določenem političnoekonomskem sistemu. V dvajsetem stoletju so se te institucije namreč vzpostavile kot kapitalistična podjetja, zaradi česar lastnike praviloma zanima njihovo ekonomsko delovanje (profitabilnost), ne pa politični in ideološki vpliv, ki bi ga s temi industrijami lahko pridobili. Čeprav se torej lahko zgodi, da lastnik proizvodnih sredstev (v tem primeru nekega medija) zavestno deluje v skladu z interesi prevladujoče ideologije, so v polno razvitih kapitalističnih družbah enako pomembni kot takšni interesi in vzgibi posameznih kapitalistov, *anonimni zakoni* delovanja kapitalističnega trga in objektivna diskriminacija zaradi mehanizmov blagovne menjave

(slednja v komuniciranju ne vključuje le informacij/vsebin in delovne zmožnosti proizvajalcev informacij, ampak tudi občinstva) (glej tudi poglavje 3.2.6). Poleg tega so del vsakega sistema protislovja in konflikti, ki se v sferi komuniciranja in medijev na primer odražajo v sporočilih in vsebinah, ki nasprotujejo hegemonskim dojemanjem družbe.

Garnham (1979, 137; 1990, 26) je skozi dolgo zgodovino analiz kapitalističnih medijev poudarjal (1979, 137; 1990, 26), da »ni nujnega sovpadanja med posledicami, značilnimi za kapitalistične procese, in ideološkimi potrebami prevladujočega razreda.« Ravno nasprotno: ekonomski mehanizmi v modernih družbah v to smer delujejo brez neposredne prisile, prevladujočo ideologijo pa prek vsebin reproducirajo kot stranski proizvod, brez odkrite namere po njenem obnavljanju (prim. Murdock in Golding 1973, 226–228).¹⁸⁶ Zato je potrebno vztrajati, kot vztraja Mattelart (1978, 19), da je iz teh odnosov izhajajoče gospostvo v prvi vrsti nenamerno. Ideologija je namreč pogosto neločljiva od vsakodnevnih aktivnosti in izkušenj posameznikov, kar pomeni, da prežema navade, okuse in dejanja, brez da bi se tega vladani nujno zavedali, in celo brez nuje, da bi se posledic svojega specifičnega delovanja zavedali sami vladajoči. Prav zaradi teh razlogov medijskih in kulturnih industrij ni mogoče razumeti brez razumevanja družbene totalitete, v kateri delujejo. Skrajna družbena neegalitarnost se na primer odraža v neenakosti pri dostopu in nadzoru nad sistemi komuniciranja (glej Golding in Murdock 1978a). Mediji lahko v kapitalizmu že zaradi podrejenosti zakonom tekmovanja in posebnosti blagovne menjave reproducirajo družbene neenakosti (z izbiro vsebin, ki nagovarjajo točno določena občinstva; s prilagajanjem obstoječemu sistemu; z izbiro omnibusnih in nekonfliktnih tematik, ki nagovarjajo čim večja občinstva; z instrumentalnim dojemanjem sporočil in občinstev itd.).

Poskus razlage vplivov na novinarje in vsebine pri poročanju medijev, ki se vzročno opira na lastništvo, lahko prehitro pripelje do napačnih zaključkov. S tem ponuja napačne odgovore, ko se sprašujemo, kaj so v kapitalističnih družbah temeljne težave komunikacijskih sistemov in širšega komunikacijskega področja, ter zakaj obstaja tako neenak dostop do ključnih komunikacijskih poti in slaba vsebinska zastopanost »spregledanih« delov družbe. Procesu koncentracije na teh trgih in neposredna vprašanja lastništva nas zato ne bi smeli zavesti v prepričanje, da bi večja tržna konkurenca in *boljši* lastniki razrešili te težave. Že s tem, ko te institucije delujejo kot kapitalistična podjetja, so močno omejene v svojem

¹⁸⁶ To je blizu Bourdiejevemu (2003, 91) pristopu, v katerem poudarja, da »legitimacija družbenega reda ni, kakor mislijo nekateri, proizvod preišljeno usmerjene propagandne akcije ali akcije simbolne prisile; izhaja iz tega, da akterji umevajo objektivne strukture družbenega sveta skozi strukture percepcije in vrednotenja, ki so izšle iz teh objektivnih struktur in za katere je zato svet videti samoumeven.« Ne gre spregledati, da je legitimacija vsekakor lahko rezultat propagandne akcije, ali v primeru, ki ga podajam sam, rezultat direktnega vpliva lastnikov na medijsko poročanje. Vendar to še zdaleč ni pravilo.

delovanju. Izjemna vloga oglaševanja v teh industrijah na primer brez neposredne namere povzroča upad raznolikosti vsebin in prispeva k ideološko obremenjenemu (»objektivnemu«) novinarstvu (Baker 1994, 44).

Z boljše razdelanim teoretskim okvirom se lahko izognemo nevarnosti, da bi z osredotočanjem izključno na medijsko koncentracijo in problematičnost lastništva zapadli v liberalni pluralizem, po katerem je konkurenca na delujočem (kapitalističnem!) trgu medijskih vsebin dovolj za raznolikost vsebin in neodvisno ter avtonomno novinarstvo, ki je v službi javnosti (mediji kot »psi čuvaji«). Večplastna razmerja in konflikti na komunikacijskem področju, za katerega je obče prepoznano, da je ključno za demokracijo (H. Hardt 2004, 71), bi po tej logiki bili razrešeni na preprost način: vse, kar je potrebno, je vzpostavitev delujočega prostega trga idej kot *normalnega medijskega stanja*.

Bourdieu ni sam, ko poudarja, da bi bila razlaga, ki bi upoštevala samo lastništvo medijev, podobno pomanjkljiva kot tista, ki ga ne bi: »Celo še bolj pomanjkljiva bi bila, zato, ker bi se zdela zadovoljiva,« poudarja (Bourdieu 2001, 35). Bourdieu ima prav, ko takšno analizo oceni za »neke vrste grobi materializem, [...] ki ničesar ne razlaga, ki obsoja, ne da bi kaj razjasnjeval.« (prav tam) V svoji kritiki gre predaleč, ker jo uporabi za enoznačno in popreproščeno odslovitev marksistične tradicije in posredno zelo kompleksnega ter razvejanega političnoekonomskega pristopa h komuniciranju, ki se je razvijal v zadnjem stoletju (posebej intenzivno v zadnjih štirih desetletjih). Kot bom razložil skozi pričujoče poglavje, je bila politična ekonomija komuniciranja (posebej v zadnjih petih desetletjih) usmerjena prav v *razjasnjevanje* večplastnih odnosov, značilnih za te kapitalistične industrije, ki jih ni mogoče reducirati na vprašanje lastništva in lastniškega vpliva.

Z nezadostnim poznavanjem področja politične ekonomije Bourdieu stori podobno napako kot raziskovalci, ki pristajajo na ekonomizem in redukcionizme, ki jih kritizira sam. Zaradi slabega razumevanja področja ga dezinterpretirajo ali pa pristop prehitro odpišejo, in sicer brez, da bi se seznanili z njegovo širino in z omejitvami, ki so z njim nerazdružljivo povezane. Čeprav Bourdieujeve (1986; 2003, 4. in 5. pogl.) teorije kulturnega polja (oziroma polja kulturne proizvodnje) in simbolnega kapitala, ki se akumulira in učinkuje na drugačni način kot ekonomski kapital, v pričujočem poglavju nočem zavračati, se mi zdi za celotno komunikacijsko sfero vedno pomembnejši podroben in razčlenjen političnoekonomski pristop. Zaradi tega je nujno čim natančnejše razumevanje struktur in tendenc, ki so na delu na tej družbeni ravni. Le tako je mogoče razumeti in razložiti naraščajočo invazivnost kapitala in izjemni vpliv, ki ga ima na to sfero. Če je pred desetletji namreč še bilo mogoče govoriti o relativni (čeprav zmeraj omejeni) avtonomiji novinarskega polja pred »ekonomskim« poljem

(oziroma pred kapitalom), se je to področje z neoliberalnim napadom izjemno zožilo in se v večini primerov v popolnosti podredilo ekonomskemu polju (to prav tako velja za različna polja, ki na polje medijev vplivajo »od zunaj«, in so bila v preteklosti v odnosu do logike, s katero deluje kapital, avtonomnejša).

Političnoekonomski pristopi h kritični komunikologiji niso nikoli trdili, da lahko prek svoje analize razložijo vse okoliščine komuniciranja, vsekakor pa so trdili, da so za komunikologijo v kapitalističnih družbah temeljnega pomena (glej McChesney 2004; Murdock in Golding 2005; Mosco 2009; Fuchs 2011a). Politična ekonomija je izhodišče večine materialističnih epistemoloških perspektiv, ki se pomembno, a ne izključno, napajajo v marksistični tradiciji in njenih številnih pritokih ter predpostavljajo primarno družbeno vlogo proizvodnih odnosov (t. i. baze), ki občutno omejujejo politično in kulturno delovanje (t. i. vrhajo zgradbo) (glej Williams 1997, 5. pogl.). Vprašanje potemtakem ni, ali ima politična ekonomija pojasnjevalno zmožnost (nasploh in konkretno v komunikologiji), ampak kvečjemu, do kakšne mere jo ima in katere vidike družbene realnosti lahko pomaga raziskovati ter pojasnjevati.

Zdi se, da Bourdieu (2001, 24) v svojih za komunikologijo in družboslovje zelo pomembnih analizah to vlogo politične ekonomije v (pre)preveliki meri spregleda, ko novinarski svet opredeljuje kot mikrokozmos z lastnimi zakoni, na katerega vplivajo globalni svet in preostali mikrokozmosi, s katerimi je v odnosu. Dejstvo, da je novinarstvo del kapitalizma, ga namreč umešča ne le v relacijo z ostalimi mikrokozmosi, ampak v prvi vrsti v *totalni kozmos* kapitala, ki občutno omejuje vse, kar je bilo s pobjagovljenjem kooptirano (in je s tem – vsekakor praviloma neprostovoljno – podrejeno diktatu kapitalističnega vrednotenja in akumulacije). Šele z razumevanjem teh okvirov je mogoče razjasnjevati načela delovanja znotraj novinarskega polja (to je struktur in tendenc, ki so na delu v medijih), ki je vede ali nevede v vedno večji meri podrejen zakonom kapitala. Te zakone le stežka in v praksi le občasno krši. Brez kritike politične ekonomije zato ni mogoče pojasniti čemu, kot pravi sam Bourdieu, v medijih »danes trg v vedno večji meri priznavajo za legitimno instanco legitimiranja« (prav tam, 24), zakaj v njih »povsod gledajo skozi komercialni uspeh,« (prav tam, 24) zakaj so ključni tisti boji, v katerih odloča gledanost (prav tam, 43–47), in, kar je še posebej pomembno, zakaj je z vladavino naglice čas »na televiziji zelo dragoceno blago,« (prav tam, 15–16) gledanost pa skrito božanstvo tega univerzuma (prav tam, 22). Prav ti zakoni v izjemni meri uokvirjajo in omejujejo možnosti znotraj te sfere oziroma polja, čeprav te pogojenosti ne izhajajo neposredno iz njega, ampak so mu vsiljene od spodaj (kapitalistični proizvodni odnosi).

Pričujoče poglavje je razdeljeno na tri dele. V prvem so izpostavljene temeljne predpostavke in značilnosti raziskovalnega pristopa politične ekonomije komuniciranja, ki ga postavljam v odnos s kulturnimi študijami. Predstavljam možne pristope k politični ekonomiji in poudarjam, da se v kritični komunikologiji za kritiko politične ekonomije komuniciranja obče uporablja termin *politična ekonomija komuniciranja*, ki ga prevzemam tudi sam. Vendar to ne pomeni, da gre za edini možni analitični pristop k ekonomiji in konkretnije k politični ekonomiji komuniciranja, saj je mogoče ločevati med vsaj štirimi: (1) radikalnimi političnimi ekonomijami, ki jih za izhodišče jemljem sam (imenujem jih politična ekonomija komuniciranja); (2) neoklasičnim pristopom k ekonomiji; (3) institucionalno politično ekonomijo in kreativnimi industrijami; ter (4) pristopom kulturnih industrij. V tem delu ob tem izpostavljam temeljne značilnosti pristopa, ki so: praxis, zgodovinskost, izhajanje iz družbene totalitete in moralna filozofija.

V drugem delu so izpostavljeni poudarki avtorjev, ki jih je mogoče opredeliti za predhodnike političnoekonomskega pristopa: Marxa, Kniesea, Schäffleja, Bücherja, Sinclairja, Tönniesea in drugih. Kljub osredotočenosti na tisk so nekateri med njimi že opozarjali na širši pomen komunikacijskih sistemov. Pri vseh je poleg tega zaznati številne raziskovalne poti, ki so se intenzivneje razprle s »formalno« vzpostavitev politične ekonomije komuniciranja.

V tretjem delu nato podrobneje predstavljam razvoj političnoekonomskega pristopa h komuniciranju od njegovih formalnih začetkov. Izpostavljam ključne avtorje in zgodovinski kontekst, v katerem so živeli in raziskovali, saj je pomembno vplival tako na raziskovalne tematike kot na njihova politična in normativna raziskovalna izhodišča. Pri tem izpostavljam predvsem pobudo za *Novo svetovno informacijsko in komunikacijsko ureditev* (NWICO), ki je spremljala razprave o kulturnem imperializmu. Pozornost posvečam predvsem ključnima raziskovalcema iz Severne Amerike, ki sta najbolj zaznamovala področje od njegovega nastanka in postavila njegove temelje: Dallasu W. Smythu in Herbertu I. Schillerju.

V tretjem delu ob tem ugotavljam, da je političnoekonomsko raziskovalno tradicijo mogoče razdeliti v pet povezanih obdobjih: (1) predzgodovina pristopa; (2) konfliktna vzpostavitev pristopa v represivnih političnih okoliščinah; (3) širitev in prosperiranje pristopa; (4) raziskovalna stagnacija in (5) vrnitev kritičnega raziskovanja, ki se odvija od konca tisočletja. Na koncu tretjega dela povzemam razloge za zadnji omenjeni obdobji – stagnacijo in nato vnovično vzpostavitev politične ekonomije komuniciranja. K temu dodajam krajšo kartografijo aktualnih tematik področja, ki je trenutno v občutni ekspanziji. Razlogi za ta različna obdobja, ki so bila bolj ali manj naklonjena kritičnim in radikalnim komunikološkimi pristopom k raziskovanju, so razložena v drugem in tretjem delu tega poglavja.

4.1 Temeljna izhodišča politične ekonomije komuniciranja

»Mediji so v središču bojev za oblast in nadzor v vsaki družbi; dokazati je mogoče, da je še posebej pogosto temu tako v demokratičnih državah.«

Robert W. McChesney (2013, 65)

Kritični pristop k politični ekonomiji, ki na primer izhaja iz marksizma ali neomarksizma, in predvsem (širše) kritična teorija družbe spadata med temeljne pristope neafirmativnega raziskovanja komuniciranja in medijev.¹⁸⁷ Okvirno jih je mogoče razdeliti v dva tabora: kulturne študije in politično ekonomijo komuniciranja (glej Mosco 1989, 49; McChesney 2007; Babe 1993; 2009).¹⁸⁸ Medtem ko se prvo omenjeni pristop osredotoča predvsem na ustvarjanje in cirkulacijo pomenov v družbi ter na njihovo interpretacijo, se politična ekonomija v prvi vrsti osredotoča na kontekst komunikacijske in kulturne proizvodnje. Ključna vprašanja za politično ekonomijo so: kako je proizvodnja organizirana politično, ekonomsko in institucionalno; kdo in zakaj proizvaja; kakšna je povezava med komunikacijskimi (proizvodnimi) sredstvi in splošnejšimi sredstvi proizvodnje ter reprodukcije v kapitalistični (svetovni) ekonomiji; kako pravičneje razdeljevati komunikacijsko moč.

Politična ekonomija na splošno torej obravnava predvsem ekonomske, finančne in politične vzroke ter posledice medijev, informacij in kulture na širšo družbo, pri čemer v analizo vključuje širši zgodovinski kontekst: ekspanzivni vpogled v nekatere ključne družbene procese (kot je poblagovljenje) in s tem strukturne spremembe ter vplive na ravni družbe (prav tam; Magder 1989; Mosco 2009 idr.). Prav tovrstni *braudelovski* globoki zgodovinski vpogled v zgodovinsko značilne procese, ki je značilen za samo kritično teorijo, omogoča prikaz družbenih struktur v njihovi spremenljivosti, »utekočinjenosti« in dinamičnosti. Zgodovina relacij moči, ekonomskih formacij in političnoekonomskih sistemov se namreč lahko (po)kaže šele skozi daljše obdobje (glej Murdock in Golding 2005, 62–65),

¹⁸⁷ Več o tem v Mattelart in Siegelau (1979), Splichal (1981), Hanno Hardt (1992), Wasko (2005), Artz, Macek in Cloud (2006), Kumar (2006), McChesney (2007), Babe (2009), Christians in drugi (2009, 179–195), Mosco (2009, 1. pogl., 54–58) ali Fuchs (2011a). Velik vpliv na razvoj kritične komunikologije so imeli pragmatisti (glej Czitrom 1982; H. Hardt 1992, 6. pogl.).

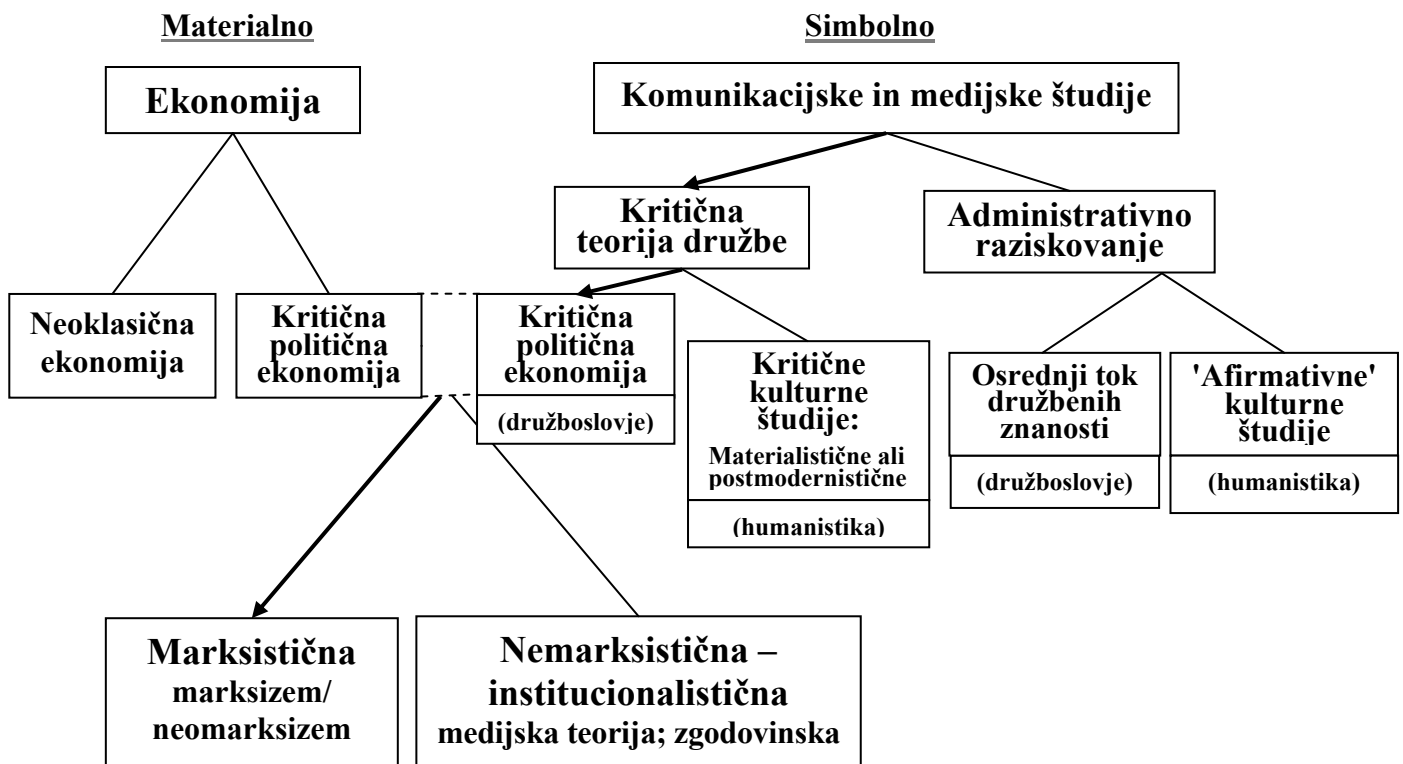
¹⁸⁸ Gre seveda za precej redukcionistično razdelitev, kar priznajo vsi citirani avtorji. Vsaj na videz v veliki meri izpušča normativno-kritične pristope h komunikologiji, ki se na primer osredotočajo na teorije javne sfere, javnosti in javnega mnenja ali na normativno vlogo novinarstva v demokratičnih družbah (glej npr. Splichal in Wasko 1993; Splichal 1997; Oblak 2003; Dahlgren 2009). Te teme deloma posegajo na področje politične teorije, vsekakor pa jih je mogoče umestiti v ekspanzivne definicije politične ekonomije komuniciranja, ki vključujejo tudi dileme demokra(tiza)cije. Vprašanja javnosti in javne sfere so intrinzično povezana s politično ekonomijo. Politologija poleg sociologije in psihologije zgodovinsko gledano spada med temeljne komunikologije (Nordenstreng 2004, 9; prim. Splichal 1997).

za kar pa je potrebno uiti neprestani tekmi po interpretaciji trenutnega, po služenju sedanjosti in osredotočenosti na pogosto eksplozivne dogodke, ki so na dolgi rok pogosto manj pomembni (prim. Braudel 1980; Mattelart 2011, 503).

4.1.1 Politična ekonomija, kulturne študije in akumulacijski proces

Tako zgodnje kulturne študije, ki jih je mogoče opredeliti za materialistične,¹⁸⁹ kot političnoekonomski pristop h komuniciranju imajo zaradi vpliva nekaterih temeljnih avtorjev precej podobna izhodišča (glej shemo 4.1). Prav tako je oba pristopa (vsaj v njunih začetkih) družilo osnovno strinjanje glede kritične obravnave kapitalizma in kulturnih procesov v njem. Čeprav bi le redki avtorji bili danes pripravljene zanikati velik medsebojni vpliv med kulturo, politiko in ekonomijo, obstaja med tema taboroma že nekaj časa polariziran, skorajda antagonistični odnos. (glej Babe 2009, 1. pogl.; Wasko 2005, 42–43)

Shema 4.1: Prikaz odnosa med ekonomijo in komunikologijo – paradigme in sovpadanje. Za izhodišča sheme glej Babe (1993, 17; 2009, 20).



Podrobneje se v razpravo med kulturnimi študijami in politično ekonomijo, ki se je odvijala predvsem v devetdesetih letih dvajsetega stoletja, ne bom spuščal. Ne gre namreč za

¹⁸⁹ Kamor lahko na primer uvrstimo Raymonda Williamsa ali Terryja Eagletona, Guya Deborda, E. P. Thompsona in Douglasa Kellnerja, v veliki meri tudi (predvsem zgodnejša) dela Stuarta Halla.

pomembnejšo temo te disertacije, poleg tega pa je razprava pogosto temeljila na slamnatih argumentih. Vseeno velja izpostaviti, da imata pristopa v komunikološkem raziskovanju največkrat močno različne poudarke glede predmeta svojega preučevanja [*subject matter*]. Prav tako se pogosto (ne pa zmeraj) razlikujeta na metateoretski ravni, torej pri ontoloških in epistemoloških izhodiščih. Ti razliki bi lahko označili za ključni ločnici med pristopoma. Medtem ko temeljni poudarek politične ekonomije komuniciranja v skladu z Marxovo zastavitvijo ostaja primarno na proizvodnji, so kulturne študije osredotočene predvsem na potrošnjo oziroma recepcijo (na primer recepcijske študije pri preučevanju občinstev). Na drugi strani je materialistična izhodišča politične ekonomije, ki so bila značilna tudi za zgodnje kulturne študije,¹⁹⁰ pri kulturološkem pristopu vzporedno z vzponom postmodernizma zamenjal naraščajoči vpliv idealizma (posebej v t. i. »*celebratory studies*«). To se občutno odslikava v prej omenjenem raziskovalnem poudarku (proizvodnja proti potrošnja), mestoma pa se odraža tudi drugod, na primer v relativizmu kulturnih študij ter pogosto v naivnem zagovoru liberalnega pluralizma, moči občinstev in posledično voluntarizma, ki ignorira ključno vlogo razmerij moči v družbi in omejitvev, ki izhajajo že iz proizvodnih odnosov.¹⁹¹

Napačno bi bilo trditi, da je različni raziskovalni poudarek tisti, ki vodi v konflikt med pristopoma. V primeru ohranitve enakih (materialističnih) izhodišč so namreč analize pristopov komplementarne (prim. Babe 2009). Razlogov je več, a po mojem mnenju sta bistvena dva.

Prvič. Pristopa zaradi svojega »poslanstva« in predmeta preučevanja analizirata v veliki meri ločene ravni družbe. Naj se zdi Marxova matrica baze in vrhnje zgradbe nemarksističnim pristopom še tako rigidna ali preživeta, je razliko med preučevanima ravnema vseeno najlaže pojasniti prav z njo. Če na ravni vrhnje zgradbe cirkulirajo pomeni vsebin, ki jih analizirajo kulturne študije, na ravni materialne baze cirkulirajo blaga in njihove ekonomske vrednosti. V političnoekonomski opredelitvi bi šlo za razliko med uporabno in menjalno vrednostjo blaga; naloga politične ekonomije ni analiza uporabnih, ampak menjalnih vrednosti. Kot piše McChesney (2013, 73), »politična ekonomija komuniciranja ne pove veliko o estetiki ali naravi vsebin; niti ne analizira načinov, kako občinstva ravnajo z medijskimi vsebinami.« Ampak to niti ni in niti ne more biti naloga tega pristopa, saj je vsak

¹⁹⁰ Birminghamška šola kulturnih študij se je skupaj s Stuartom Hallom napajala v Marxu; posebej z branjem Althusserja pa tudi skozi branje Marxovih *Očrtov* [*Grundrisse*] (glej na primer zbornik, naslovljen *Situating Marx*, ki vsebuje podrobnejše analize *Očrtov* in ga je leta 1973 skupaj s Paulom Waltonom uredil Stuart Hall).

¹⁹¹ Za analizo in kritike (poznejših kulturnih študij) glej med drugim McChesney (1994), Ferguson in Golding (1997), Kellner (1997), Curran (2002, 4. in 5. pogl.; 2004), Murdock in Golding (2005, 60–63), Babe (2009, 1. pogl.); Christians in drugi (2009, 184–186) idr.

pristop potrebno zamejiti, če naj omogoča natančno analizo nekega preučevanega pojava. Primarni namen politične ekonomije komuniciranja je, da analizira »strukturne in institucionalne dejavnike ter ugotavlja, kakšni tipi pritiskov obstajajo, ki bodo posledično krojili vsebine.« (prav tam) Pogost očitak proti politični ekonomiji, da v maniri modela hipodermične igle elitistično predstavlja občinstva, kot da so zaradi lastne neumnosti nezmožna reinterpreterirati posredovane vsebine, zato popolnoma zgreši dejstvo, da se pristop s temi vprašanji najpogosteje *sploh ne ukvarja* (čeprav bi bilo napačno trditi, da vpliv nanje sploh ne obstaja). Takšni očitki so leteli na teoretike kulturnega imperializma ter na propagandni model Hermana in Chomskega (1994; Herman 1998b; Mullen 2010). Herman (1998b, 193, 198) je kasneje to dezinterpretacijo zavrnil z besedami, da je cilj modela analiza *delovanja in obnašanja medijev*, ne pa *učinkov* njihovega delovanja, kar praviloma velja za vse političnoekonomske analize.¹⁹²

Kljub temu da obstaja med tema ravnema realnosti dialektična interakcija in različne oblike vpliva,¹⁹³ je v materialistični interpretaciji materialna baza tista, ki praviloma bistveno *omejuje* možnosti, ki so na voljo v vrhnji zgradbi. Možen je na primer precej širok razpon vsebinsko raznolikih medijskih in kulturnih vsebin, ki so proizvedene v kapitalističnih medijskih in kulturnih industrijah, vendar je primarni predpogoj njihova – primerjalno gledano – dovolj visoka profitabilnost (pri čemer doseganje te profitabilnosti znova omejuje omenjene možnosti). Čeprav torej vrhnja zgradba ohranja določeno mero avtonomije in je v notranjih dinamikah močno kompleksna (prim. Murdock 1978, 117), je pri proizvodnji konkretnih vsebin – in s tem »ideologije« – vnaprej *omejena* z možnostmi, ki izhajajo iz materialne baze. Poleg tega lahko med tema ravnema družbene realnosti prihaja do večplastnih in močno kontradiktornih odnosov, ki ustvarjajo tudi konfliktne situacije (le-ti lahko vodijo v organizacijske spremembe same baze oziroma proizvodnih odnosov).

Izjemna kompleksnost tega odnosa se kaže v številnih protislovjih. Eno od njih je mogoče ponazoriti s sledečo abstrakcijo: predpostavimo, da je lahko na ideološki oziroma simbolni ravni proizvod (neka medijska ali kulturna vsebina) namerno kritičen do obstoječih neenakosti; takšni pomen vsebine je imel v mislih neposredni proizvajalec te simbolne vsebine, na enak način pa so vsebino večinsko interpretirala tudi občinstva. S tem bi torej v vseh pogledih takšna vsebina učinkovito nasprotovala prevladujočemu vrednotnemu sistemu, se pravi hegemonskim predstavam družbenega reda (ne smemo namreč pozabiti, kot je

¹⁹² Herman (1998b, 198) je zgrešenost kritik ponazoril v primerjavi s sovjetsko *Pravdo*. Glede na logiko teh kritik bi namreč dejstvo, da državljani niso verjeli vsem sporočilom, ki jih je posredoval ta časopis, pomenilo, da *Pravda* ni bila državno propagandno trobilo.

¹⁹³ Glej podpoglavji 2.1.4 in 3.2.5.

poudaril Williams /1997, 238/, da lahko prevladujoča kultura sprejema tudi alternativne poglede na svet). Vendar ta idejna kritika, ki je del vrhnje zgradbe, lahko pod določenimi pogoji in ne glede na svoje nedvoumno ter obče sprejeto neodobravanje obstoječih neenakosti istočasno celo *povečuje* ekonomske neenakosti na materialni ravni (kar je v kapitalizmu dejansko prej pravilo kot izjema). Dober primer so kontrakturna gibanja in številne uporniške glasbene skupine, ki za sistem postanejo problematične šele v izjemnih družbenih okoliščinah. Kulturne industrije so ob tem namreč s temi *opozicijskimi* proizvodi dobro služile, njihova potrošnja pa je reproducirala sistem neenakosti in eksploatacije.

V primeru kulturološkega pristopa prihaja torej do analize simbolne ravni in pomenov vsebin, v političnoekonomskem pa do analize proizvodnje (vključno s proizvodnimi odnosi) in z njo povezane menjave blaga; ti ravni nista niti enaki niti *nujno* tesno povezani. Ta odnos v veliki meri odraža *posebnost* in *nenavadnost* komunikacijskih, informacijskih in kulturnih vrst blaga (glej poglavje 3.4.3), saj jih največkrat dojemamo predvsem kot nosilce kulturnih in simbolnih vsebin, s katerimi se osmišlja družbeni red, čeprav s poblagovljenjem postanejo za kapital v prvi vrsti nosilci menjalne in presežne vrednosti. Prejemniki konkretnih vsebin, ki nastajajo v medijskih in kulturnih industrijah, torej nujno vstopajo (tudi) v omrežje blagovnih potrošnih odnosov, saj nikoli niso le interpreti vsebin (Murdock 2000, 49). Pri tem bi za razlago tega odnosa bilo mogoče parafrazirati Marxovo (1980, 37) besedno igro iz blagovnega fetišizma, da občinstva tega morda ne vedo (niti tega morda nočejo početi), ampak to kljub temu *delajo*. Čeprav je mogoče za cilj opredeliti preseganje razlik med pristopoma, kot poziva Murdock (2000, 57–59; prim. 1978, 113–114), je prav zaradi omenjenih protislovij to pogosto precej težavneje, kot se sprva zdi (kljub temu da je razlikovanje med simbolnimi pomeni in menjalno vrednostjo v teh oblikah blaga analitična in ne praktična).

Drugič. Pristopa preučujeta tudi različne faze oziroma trenutke akumulacijskega in komunikacijskega procesa. Politična ekonomija analizira predvsem proizvodnjo in fazo cirkulacije, kulturne študije pa potrošnjo. Tudi zaradi tega prvi pristop analizira predvsem ekonomsko menjavo blaga, saj se menjalna vrednost ustvarja v fazi proizvodnje (in realizira s cirkulacijo), drugi pa preučuje pomene izmenjanih blag (kar sem omenil kot prvo značilnost pristopov).¹⁹⁴ Pritiski, ki izhajajo iz kapitalističnih proizvodnih odnosov, so (tudi kar se pomena vsebin tiče) zagotovo večji, kot smo si najpogosteje pripravljeni priznati, ko

¹⁹⁴ Povsem možna je sicer tudi analiza pomena sporočil, ki se osredotoča na fazo proizvodnje, torej kakšni pomen naj bi v sporočila »vgradili« njihovi neposredni proizvajalci (glej na primer Dorfman in Mattelart 2007) – a tudi v tem primeru gre za analizo različnih sfer: na eni strani interpretacije »izmenjevanja« simbolov in pomenov, na drugi pa menjave blaga in ustvarjanja vrednosti blaga.

podajamo vsebinsko kritiko medijske in kulturne proizvodnje. Z materialnim utrjevanjem neoliberalizma se pričakovanja ob tem le še stopnjujejo.

Oba pristopa pri analizi kljub tem razlikam nujno ostajata znotraj iste in neizogibne družbene ter komunikacijske celote, kar ju neizbežno povezuje. Hall (1993) v (za kulturne študije prelomnem) besedilu *Ukodiranje/razkodiranje* na primer v celoti prenaša Marxov krogotok kapitalistične akumulacije (proizvodnja → distribucija → menjava → potrošnja) v komunikacijski proces in mu dodaja pojem reprodukcije, ki ga po vsej verjetnosti izpeljuje iz Althusserja (glej 2000, 2. pogl.). Celotni proces nato umešča v širši družbenokulturni in politični kontekst.

V resnici bi moralo biti povsem samoumevno, da različnih načinov interpretacije in razlage pomenov posredovanih sporočil ni mogoče preučiti v fazi proizvodnje, na katero se v prvi vrsti osredotoča politična ekonomija (posebej je nemogoča analiza interpretacije s strani občinstev, če že ne proizvajalcev vsebin). Podobno bi moralo biti samoumevno, da pri sporočilih, ki nikoli niso bila proizvedena (pogosto zaradi samih proizvodnih odnosov, torej političnoekonomskih sistemskih omejitev) in nato tudi distribuirana (problematika naraščajoče monopolizacije distribucijskih kanalov oziroma nadzor nad njimi s strani največjih konglomeratov), do faze recepcije *sploh ne more priti*. S tem je samodejno onemogočena interpretacija sporočil s strani občinstev, kar je primarno raziskovalno žarišče kulturnih študij. Herbert Schiller (1976, 72) je prav zato v teoretizaciji kulturnega imperializma na primer kot ključna predpogoja zunanjega gospostva pri kulturnem sporočanju posameznih družb opredeljeval »nadzor nad proizvodnjo sporočila (slike, informacije)« na eni strani in »kanalov za prenos sporočil« (prav tam) na drugi. Pisal je torej o nadzoru nad proizvodnimi sredstvi in distribucijskimi omrežji oziroma kanali, to pa sta fazi, ki sta nujno *predhodni* fazi potrošnje nekih vsebin oziroma dobrin, saj določata, kaj je sploh lahko trošeno in interpretirano.

Omejitve, ki so neločljivo povezane s kapitalističnim komunikacijskim procesom, je znova mogoče abstraktno razložiti na primeru medijske industrije v kapitalizmu. Poglejmo: medijski sistem, ki zaradi tendence po čim višji profitabilnosti otežkoča ali celo onemogoča proizvodnjo za javnost ključnih novic (novic, ki bi temeljile na preiskovalnem novinarstvu, na poglobljenih analizah obstoječih družbenih razmerij, na tematikah, ki bi v prvi vrsti služile najbolj zapostavljenim skupinam in razredom /in ki prav zaradi zapostavljenosti najbolj potrebujejo medijski prostor/, na širitvi javnega diskurza in predstavljanju možnih alternativ obstoječi družbeni ureditvi, na analizi strukturnega nasilja in neenakosti), s tem precej onemogoča tudi vzpostavljanje javnosti, ki poteka primarno prek potrošnje medijskih vsebin

in širše družbene reprodukcije. Nekaj, kar bi *moralo* biti proizvedeno za krepitev moči javnosti v javni sferi in posledično za krepitev demokracije (gre za normativno raven argumentacije: če te predpostavke vidimo kot pomembne značilnosti demokracije), se v osrednjem toku zaradi strukturnih pogojenosti proizvede kvečjemu po naključju oziroma kot občasni stranski proizvod celotnega komunikacijskega procesa (kaj v neegalitarni družbi ni proizvedeno, ampak bi moralo biti, pa je praviloma težko ugotoviti /prim. H. Schiller 1996, 51/). Kot omenja McChesney (2008, 323), »s hiperkomercializacijo in z naraščajočim korporativnim nadzorom prihaja do implicitne politične pristranosti v medijskih vsebinah. Obstaja tendenca, da se potrošništvo, razredna neenakost in individualizem dojemajo, kot da so nekaj naravnega ali celo benevolentnega, medtem ko so politično delovanje, državljanske vrednote ali protitržne aktivnosti marginalizirane.« Očitna konsekvenca teh odnosov na materialni ravni je vzpon »infotainmenta«, tendenca po naraščanju zabavnih pred kvalitetnimi informativnimi vsebinami, senzacionalizem in tabloidizacija, naraščajoča vloga odnosov z javnostmi [piara] v političnem komuniciranju in njegovo spreminjanje v komercialni javni diskurz, katerega namen je *prodaja* politik in političnih kandidatov itd.

Vsaka od omenjenih faz totalitete v akumulacijskem in komunikacijskem procesu ohranja določeno avtonomijo, kar omenja tudi Hall (1993), vendar je obenem vsaka od njih nujno pogojena z omejitvami, ki jih podaja njej predhodna stopnja in sam sistemski okvir. Zdi se, da je že sam Hall, posebej pa kasnejše kulturne študije, to dejstvo v preveliki meri ignoriral. Ta odklon je postal posebej problematičen pri nekaterih avtorjih, izhajajočih iz kulturnih študij, za katere potrošnja medijskih vsebin in besedil ni več samo odločilna stopnja pri ustvarjanju in interpretaciji pomenov s strani občinstev in torej posledično »družbe«, ampak odločilna stopnja v komunikacijskem procesu *nasploh*. Takšno dojetje samodejno naturalizira proizvodne in distribucijske odnose ter predpostavi, da sta ti dve fazi bolj kot ne irelevantni in nimata (vsaj posrednega) vpliva na same vsebine, čeprav v njiju potekajo temeljne odločitve glede načrtnega razdeljevanja [alokacije] virov in denarja (prim. Meehan 2005). Herman (1998a, 132) je problematiko interpretativnih zmožnosti občinstev in domnevno vplivne vloge občinstev pri določanju, kateri programi in vsebine bodo proizvedeni, povzel z besedami, da takšna perspektiva v resnici »spregleda pomembnost potrošniške suverenosti – pravico do izbire tega, kaj bo v prvi vrsti sploh prikazano, in sicer v nasprotju s svobodo potrošnikov, da izbirajo med opcijami, ki jim jih ponujajo koncentrirani prodajalci, ki najprej strežejo poslovnim zahtevam oglaševalcev.« Občinstva imajo pravico trošiti vsebine, ki so jih medijskokulturni konglomerati dali na voljo, izjemno omejena pa so pri določanju, kaj sploh je tisto, kar je na izbiro (in posebej čemu takšne vsebine dejansko

služijo ter kakšni dejavniki odločajo, kaj bo na izbiro) (prim. Meehan 2005). Ob tem ne gre spregledati, da je izbira vsebin in programov s strani občinstev – s tem pa tudi njihova podpora – praviloma implicitna (poleg tega je s temi izbirami v veliki meri mogoče manipulirati in jih ustvarjati).¹⁹⁵

V holističnem pogledu na celotni komunikacijski proces, ki je značilen za politično ekonomijo, je mogoča primerjava tega procesa z naluknjanim lijakom: obstaja paleta možnosti (družbeni kontekst), kakšna vsebina bo zlita v lijak. Že ta osnovna paleta celotnega diapazona možnosti je v veliki meri pogojena in uokvirjena z ekonomskim, s političnim in s kulturnim kontekstom pa tudi z družbenimi pričakovanji ter »občo sprejemljivostjo« družbenih problematik in vsebin. Posebej materialne okoliščine, torej proizvodni odnosi v družbi, močno omejujejo, kaj bo v lijak nato tudi dejansko vlito. In ker ima lijak luknje, na koncu zaradi distribucijskih »zapletov« in neskladij v menjavni priteče v posodo le del dejansko proizvedenih vsebin. Le-te lahko kuharica ali kuhar preoblikujeta z omejenim naborom receptov, njuna kuharska sposobnost pa je povezana tako z njunim znanjem kot z njuno kreativnostjo, kar lahko interpretiramo kot njun kulturno-kuharski kapital (nenazadnje pa sta znova omejena s širšim družbenim kontekstom, torej totaliteto vseh odnosov, ki pogojujejo in uokvirjajo vse preostale faze).¹⁹⁶

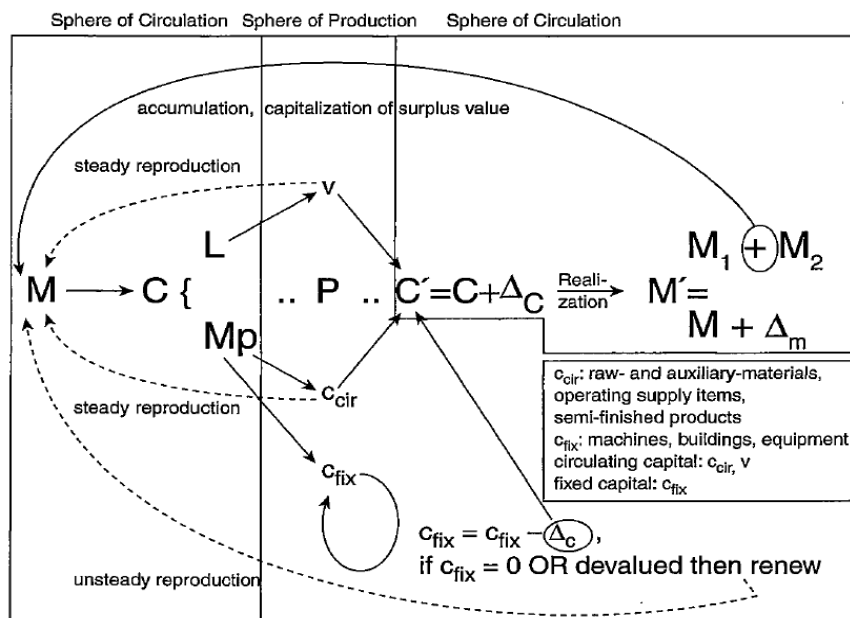
Omeniti velja, da so že od vseh začetkov bolj teoretsko usmerjeni pristopi k politični ekonomiji komuniciranja izpostavljali (podobno kot velja za kritični realizem), da ni mogoče govoriti o *determiniranju* med različnimi družbenimi ravni. Prej gre za opredeljevanje

¹⁹⁵ To implicitnost izbire občinstev je mogoče ponazoriti s hipotetičnim primerom, ki je blizu zgoraj omenjenemu nasprotju med bazo, ki jo preučuje politična ekonomija, in vrhno zgradbo simbolnih pomenov ter ideologije, ki jo preučujeta tako politična ekonomija (a relativno redko) kot (predvsem) kulturne študije (glej shemo 4.1): če bi jo vprašali, bi se naključna državljanka skoraj zagotovo lahko strinjala, da so poglobljene analize o ključnih političnih in ekonomskih tematikah ter resno preiskovalno novinarstvo družbeno gledano precej pomembnejše medijske vsebine od rumenih novic, tračev in televizijskih resničnostnih oddaj (čeprav jih sama morda ne spremlja ves čas). Vendar nedvoumno poudarjanje pomena resnega novinarskega poročanja še ne bi nujno vodilo v praktična (implicitna) dejanja te iste posameznice, ki bi tudi prek lastnih dejanj (in s tem materialno) »podprla« lastno stališče. Že če bi na spletni strani resnega časopisa namreč ta posameznica kliknila in prebrala dva tipa novic, tako resno novinarsko poročilo o aktualnih družbenih odnosih kot trač o neki lokalni zvezdnici, bi njena izbira negativno vplivala na resno novinarstvo (proizvodnja poglobljene analize je bistveno dražja, oglaševalski denar, ki ga je iz teh transakcij dobil lastnik, pa je pri teh dveh transakcijah skoraj enak). Gre za eksemplarični primer, kako lahko individualna *dejanja* ločenih posameznikov vodijo v družbeno močno nezaželene posledice (v nasprotju s smithovskimi zagovorniki nevidne roke trga, ki naj odloča o alokaciji vseh virov v družbi). Pri tem je bržkone pravilo, da se sami v večini primerov niti ne zavedamo, da naša dejanja vodijo v tovrstne posledice, saj teh vprašanj nimamo (in niti ne moremo imeti) pred očmi. Gre za očitni primer stvarnega zastora, ki je posledica (medijsko konstituiranega) blagovnega fetišizma (glej poglavje 3.2.5). Novice preprosto preberemo, ker nas pritegnejo in zanimajo, ne pa zato, da bi medij finančno preživel (oziroma da bi dobil oglaševalski denar na podlagi naših spletnih klikov). V primerih institucionalnega trošenja medijskih vsebin, ki nastanejo kot del kapitalističnih medijskokulturnih odnosov, se torej skoraj po pravilu reproducirajo družbeni odnosi na *materialni ravni*, in to ne glede na to, kako (ne)kritično dejansko interpretiramo potrošene vsebine.

¹⁹⁶ S tem se vrnemo k uvodu v to poglavje in k ugotovitvam Bourdieuja, da je vse podrejeno gledanosti – torej k občutni omejitvi, ki je postavljena že v izhodišni točki proizvodnje (in je kot pri ostalem blagu seveda pogojena z ostalimi stopnjami, tudi potrošnjo). Morda eksemplarični primer so v petdesetih letih dvajsetega stoletja v ZDA izjemno popularni televizijski kvizi *Twenty One*. Le-ti so bili dovoljo višje gledanosti [rejtingi gledanosti] dokazano prirejani. Globina te afere in televizije kot biznisa, ki je popolnoma podrejen oglaševalcem in profitabilnosti, le malo pa ima z zadovoljevanjem potreb javnosti, je dobro prikazana v Redfordovem filmu *Quiz Show* (1994).

določenih meja in okvirov, znotraj katerih nastajajo kulturna in komunikacijska blaga. Murdock in Golding (1973, 226) tako v enem prvih in temeljnih besedil tega področja poudarjata, da »opis in pojasnjevanje teh [komercialnih, op. J. A. P.] interesov ne nakazuje determinističnega odnosa, ampak prej riše zemljevid omejitev, znotraj katerih lahko operira proizvodnja mediirane kulture.« Kulturna proizvodnja je za njiju na primer ohranjala relativno visoko stopnjo avtonomije znotraj kapitalističnih proizvodnih odnosov.¹⁹⁷ »Vendar je osnovni problem sistema, da je informacija blago, ki je sestavljeno, distribuirano in prodano v katerem koli videzu in kontekstu, ki zagotavlja komercialno preživetje. Za tisk je to preživetje vedno težavnejše in obupno iskanje bralcev, pravih bralcev, zahteva vedno enostavnejši, nepolitični, k zabavi usmerjeni tisk.« (prav tam, 227)

Shema 4.2: Marksistični krogotok kapitalistične akumulacije (Fuchs 2011a, 137).¹⁹⁸



Temeljne razloge za nujnost (zgodovinskega) materialističnega pristopa k raziskovanju sem pojasnil v začetnem poglavju disertacije. V močno redukcionistični obliki ga je v komunikacijskih odnosih mogoče razumeti prav prek metafore z naluknjanim lijakom (primarnost proizvodnih odnosov in zavedanje pogojenosti vsake izmed nadaljnjih faz). Razlog za poudarek na proizvodnji in proizvodnih odnosih, ki je značilen za celotno kritiko

¹⁹⁷ Murdock (1978, 117) je opozarjal, da je to stališče veljalo za velik del tako imenovanega zahodnega marksizma.

¹⁹⁸ V shemi L predstavlja delovno silo, Mp proizvodna sredstva, M denar, P proizvodni kapital, v variabilni kapital (kot vrednostna forma delovne zmožnosti, ki se odraža v plačah), c konstantni kapital (npr. celotna cena proizvodnih sredstev, kot so stroji, in ostalih potrebnih dobrin), C blago (glej Fuchs 2011a, 137–141). Gre za razširjeno pojasnitev Marxove abstraktne formule $M-C-M'$ oziroma $D-B-D$ (vložen denar – blago – vložen denar vključno s presežno vrednostjo, ekstrahirano v proizvodnji), ki jo Marx predstavi že v prvi knjigi *Kapitala* (Marx 1976/1990), podrobneje pa je proces akumulacije predstavil v drugi knjigi.

politične ekonomije (in je druga ločnica med kulturnimi študijami in politično ekonomijo), izhaja že iz Marxove premestitve pozornosti s področja cirkulacije (distribucije in menjave) na proizvodnjo. Slednja je pri Marxu nujna začetna točka pri preučevanju kapitalističnega akumulacijskega procesa (glej shemo 4.2). Čeprav v uvodu v *Očrte* [*Grundrisse*] Marx (1973/1993, 81–111) opozarja na dialektično povezanost in vzajemnost vseh štirih že omenjenih sfer oziroma elementov kapitalistične akumulacije – proizvodnje, distribucije, menjave in potrošnje, ki skupaj tvorijo totaliteto, ni nobenega dvoma, da med njimi vsaj za kritične marksistične pristope proizvodnja ostaja temeljnega pomena (prim. Gandy 1992, 33–34). Vzajemnost namreč še ne predpostavlja enakega vpliva (prim. Murdock in Golding 2005, 63). Kljub temu da gre za trenutke enega procesa, zaradi česar proizvodnja in potrošnja nikakor nista v binarnem nasprotju, ampak sta oba konstitutivni del tega procesa (prim. Calabrese 2004, 10), je v njem »proizvodnja resnično izhodišče in s tem prevladujoči dejavnik. Potrošnja kot nujnost, kot potreba je sama intrinzični dejavnik proizvodne aktivnosti.« (Marx 1973/1993, 94) Kot piše Harvey (2010a, 95; prim. Marx 1973/1993, 91), mora presežna vrednost seveda biti najprej proizvedena, preden je lahko potrošena, zato se pri problemih, ki so nerazdružljivo povezani s proizvodnjo, ni mogoče obračati na potrošnjo.¹⁹⁹ Brez proizvodnje potrošnje seveda sploh ne more biti.

V začetku prve knjige *Kapitala* Marx (1976/1990) na primer sfero cirkulacije, kamor je mogoče abstrahirati menjavo in distribucijo, označi za »površje« kapitalističnih odnosov. Da bi zares razumeli delovanje kapitala, nas zato povabi, »da v družbi lastnika denarja in lastnika delovne sile zapustimo to hrupno sfero, kjer se vse dogaja na površini in vsem na očeh, in jima sledimo v skrito prizorišče proizvodnje, kjer je na pragu obešeno obvestilo: "*No admittance except on business.*" Tukaj bomo videli ne le, kako kapital proizvaja, temveč tudi, kako je kapital sam proizveden. Skrivnost izdelovanja presežkov se mora končno razkriti.«

¹⁹⁹ Ta opazka je še posebej relevantna v luči razprave med politično ekonomijo in kulturnimi študijami, ki sem jo načel zgoraj. Na enem redkih delov, kjer se Marx (1973/1993, 90–94) posveča potrošnji, pravi, da je »proizvodnja neposredno enaka potrošnji in potrošnja neposredno sovпада s proizvodnjo«. Po eni strani je »potrošnja takoj proizvodnja, med njima je takojšnja enotnost, vsaka stran je nasprotje druge«. Poleg tega »proizvodnja medira [*vermitteln*] potrošnjo, ustvarja namreč njen material, objekt«. »Proizvod dobi svoj zadnji zaključek v potrošnji.« In zadnjič: »brez proizvodnje ni potrošnje in brez potrošnje proizvodnje, saj bi drugače bila proizvodnja nesmiselna« (v tem delu se razkriva t. i. zakon ponudbe in povpraševanja). Nekatere površne interpretacije *Grundrisseja* zaradi teh Marxovih miselnih obratov predpostavljajo, da so zanj vse faze enako pomembne (in zaradi tega analizo pričenjajo s potrošnjo), kar pa ne drži. Potrošnja proizvaja proizvodnjo ker: a) proizvod postane pravi proizvod šele s tem, ko je trošen (s tem Marx implicira blagovno menjavo); b) potrošnja ustvarja potrebo, motiv za novo proizvodnjo. In obratno: proizvodnja »proizvaja objekt potrošnje, način potrošnje in motiv potrošnje.« (prav tam, 92) Proizvodnja torej ne proizvaja le objekta, ampak tudi način potrošnje; proizvodnja ustvarja potrošnika. Če sledimo Marxovi izpeljavi je jasno, zakaj postane proizvod takšen šele takrat, ko je potrošen: s tem namreč v praksi dokončno »dokaže« svojo uporabno vrednost, ki je skupaj z menjalno vrednostjo nujni del vsakega blaga, poleg tega pa odpre zmožnost za novo potrošnjo (in s tem proizvodnjo). Prav uporabna vrednost je v politični ekonomiji nujno že vnaprej predpostavljena v proizvodnji, saj drugače ne bi bilo nobene potrebe za proizvodnjo (ali gre za manipulativno ali kako drugače ustvarjeno potrebo je na tej točki irelevantno). To seveda ne pomeni, da je prodaja blaga na trgu nujno tudi dejansko zmeraj izvršena (argument je abstrakten), saj je to le še eno polje možnih protislovij kapitalističnega sistema. V dvajsetem stoletju se je težave v potrošnji na primer razreševalo z manipulativnim komuniciranjem (*oglaševanje*) in s trošenjem države (*Keynesianizem*).

(prav tam, 279–280) V proizvodnem procesu se namreč ustvarja presežna vrednost, ki se v sferi cirkulacije »samo« realizira v obliki profita; le-tega pa na abstraktni ravni (tržne konkurence) ni mogoče ustvariti drugače kot prek ekstrakcije presežne vrednosti v proizvodnem načinu, ki si jo z odtujevanjem ustvarjenega proizvoda prisvaja kapital (se pravi z eksploatacijo). Potrošnja se po Marxu celo dogaja izven trga, torej sfere cirkulacije, s tem pa se uvršča izven neposrednega zanimanja politične ekonomije. Razlog je preprost: v kapitalizmu je družbena uporabnost blaga nujno predpostavljena (in za kapitalista je irelevantna); v nasprotnem primeru ne gre za blago, ampak kvečjemu za uporabno reč za njenega neposrednega proizvajalca. Dejstvo je, da Marx »nikoli ni raziskoval kulturne konstrukcije povpraševanja in poželenja,« kar pa obenem ne pomeni, da sta v kapitalistični družbi irelevantni.

Skladno s tem Murdock in Golding (2005, 63) poudarjata, da »kritična politična ekonomija še zmeraj vztraja pri zahtevi, da je potrebno vsako analizo pričeti z organizacijo proizvodnje« in lastnine (prim. Gandy 1992, 33–34; Bolaño in drugi 2004, 54). Pogojuje namreč delovanje in vzpostavlja okvir kapitalističnih družb. Za korenitejše spremembe je potrebno spreminjati proizvodne odnose.²⁰⁰ Podobno trdijo Meehanova, Mosco in Waskova. Za primerno analizo:

»Aktualnih političnih, ekonomskih in kulturnih sprememb [je] nujno potrebna trdna osnova v politični ekonomiji. Opozarjamo, kot je opozarjal Marx, da je politična ekonomija edini izmed možnih pristopov in da je najprimernejši za preučevanje ekonomskih struktur, proizvodnih odnosov in političnih sistemov, ki ščitijo ekonomske strukture. V komunikacijskih industrijah, kjer so kultura in občinstva proizvedeni, politična ekonomija nudi ključni prvi korak pri analizi pogojev, pod katerimi se odvijata proizvodnja in distribucija.« (Meehan, Mosco in Wasko 1994, 348)

Tovrstno naziranje sprejema večina kritičnih političnih ekonomistov in velik del kritične teorije (glej Kellner 1997), čeprav zaradi tega ne zanemarjajo pomena ostalih sfer kapitalistične akumulacije (predvsem v kontekstu konkretnih zgodovinskih okoliščin). V obstoječem obdobju je postalo pomembno vprašanje distribucije in distribucijskih kanalov,

²⁰⁰ Največji »uspehi« uporov v sferi potrošnje so, da se določen artikel ne prodaja več, propad nekega podjetja ali ukinitvev spornih praks, kar posredno vpliva na konkretno proizvodnjo, ne pa na strukturni odnos. Skrajni uspeh potrošniškega upora, ki bi bil prekinitev potrošnje proizvodov na občutnem delu kapitalističnega trga, namreč v resnici ne bi spremenil razmerij nadzora nad določenimi proizvodnimi sredstvi, ampak bi lahko celo dodatno koncentriral ta nadzor v rokah elite (to se s svetovno gospodarsko krizo pravkar dogaja), velik del potrošnikov pa bi zaradi delne prekinitve akumulacijskega procesa ostal brez sredstev za potrošnjo in bi lahko pristal v eksistencialni krizi. Skrajno iluzorno je prepričanje, da je mogoče na ekonomski ravni spremeniti razmerja moči kakor koli drugače kot s spremembami v proizvodnih odnosih ali vsaj z naknadno redistribucijo družbeno ustvarjenega bogastva.

prav tako pa je (kot v preteklosti) ključna razprava o družbeni redistribuciji bogastva. Na ta vprašanja je predvsem v povezavi z monopolizacijo in oligopolizacijo distribucijskih kanalov opozarjal predvsem Garnham (1979, 25; 1990, 160–161), ki so mu kasneje sledili nekateri drugi avtorji pristopa kulturnih industrij, kot je na primer Hesmondhalgh (2007, 23; 2008b, 554), na njihov izjemni pomen pa sta opozarjala tudi Winseck (2011, 27) in Arditi (2012, 173).²⁰¹ Slednji v analizi izpostavlja, da so največje korporacije v glasbeni industriji svojo prevlado ohranjale prav prek nadzora nad distribucijskimi mrežami. Do podobnih ugotovitev je glede filmske industrije in nadzora distribucijskih omrežij s strani nekaj gigantov prihajal tudi Bettig (1996, 100–101). McChesney (2007, 131) je poudarjal, da velike korporacije, ki imajo monopol nad posameznimi komunikacijskimi sistemi, služijo prek rent (superprofitov), pri globalnih oligopolih pa je ključni prav nadzor nad medijsko distribucijo (in s tem tudi nad vsebinami) (McChesney 1998b).²⁰² Po njegovih besedah to dejstvo sedaj priznavajo ekonomisti, ki izhajajo iz različnih teoretskih izhodišč, korporacijam pa to omogoča državno podeljen nadzor nad trgom (npr. v obliki licenc). Tudi zaradi teh razlogov za McChesneya (2007, 130) medijski sistem v ZDA nima prav veliko s prostim trgom, o katerem govori neoliberalna mitologija. »Na kratko: globalni medijski trg je precej podobnejši kartelu kot konkurenčnemu trgu.« (McChesney 1998b, 32)

Politična ekonomija komuniciranja v primeru obravnave distribucije največkrat vključuje tudi fazo akumulacijskega procesa, ki ji je predhodna, torej proizvodnja. Waskova (2003) na primer v analizi filmske industrije (konkretno Hollywooda) sistematično analizira faze proizvodnje, distribucije in prodaje/razstavljanja blaga, temu pa dodaja načine širitve industrije prek poblagovljenja. Podobno Allmer (2012) pri kritiki nadzorovanja v

²⁰¹ Vredno je omeniti, da bi tako (poznega) Garnhama kot Hesmondhalgha težko uvrstili med avtorje, ki izhajajo iz marksistične kritike politične ekonomije. Hesmondhalgh (2007) je predstavnik pristopa kulturnih industrij, pri čemer poleg proizvodnje poudarja vlogo potrošnje, njegova perspektiva pa je na trenutke bližje mikro- in mezoekonomskemu pristopu kot široki makroekonomski kontekstualizaciji problematike. Njegova analiza – podobno kot Garnhamova v poznejših besedilih (glej Curran 2004; Garnham 2011) – je pogosto ambivalentna do tržnega kapitalizma in je prej kritično orientirana do koncentracije na trgih ter na vprašanja distribucije in cirkulacije kot pa na primer do problemov, povezanih s poblagovljenjem ali z eksploatacijo v proizvodnem procesu. Garnham (2011, 41–42), podobno kot Hesmondhalgh (2007, 56–57), problematizacijo poblagovljenja mestoma celo zavrača kot zgodovinsko ostalino, ki je postala nepomembna, pri čemer v poznejših besedilih nekritično sprejema Smithovo dojetje trga kot prinašalca javnega dobrega (glej Garnham 2011). V zgodnjih besedilih je Garnham (1979, 25) težave distribucije povezoval z določeno mero svobode posameznih avtorjev, glasbenikov in ostalih umetnikov z interesi kapitala. Tovrstna (omejena) svoboda bi po njegovem lahko bila »funkcionalna za kapital, dokler le-ta nadzira sredstva množične reprodukcije avtorskih proizvodov in sredstev množične distribucije, ker s tem zagotavlja potrebno proizvodnjo skupka heterogenih kulturnih artefaktov, iz katerih lahko kapital izbira za nadaljnjo eksploatacijo, brez da bi moral nositi tveganja in režijske stroške za to proizvodnjo, ki izhaja neposredno iz dela. Ideologijo kreativne svobode lahko kapital uporablja, da ohranja delovno silo deljeno, šibko in brez nadzora nad strateškimi dejavniki celotnega delovnega procesa.« V primeru tovrstnega nadzora nad sredstvi distribucije kapital ekstrahira kapitalistično rento (glej tudi poglavje 3.5.1). Eksemplarični primer tega so spletišča, kakršno je *YouTube*, ki v političnoekonomskem smislu parazitirajo na ustvarjalnosti multitudine.

²⁰² Monopol nad kulturno distribucijo vseeno ni nič novega. Kretschmer in Kawohl (2012, 38, 42–45) pišeta celo o monopolnem nadzoru knjižnih založnikov in izjemni moči knjigarskega ceha že v sedemnajstem stoletju v Londonu (izdajanje knjig je londonski ceh knjigarjev s pomočjo zakonodaje nadzoroval od leta 1403, ko je bil ustanovljen). Proti novim tekmeccem so se založniki bojevali z nadzorom nad distribucijskimi kanali in z določanjem cen.

informacijski družbi v sistematični analizi ločeno obravnava nadzor v sferah proizvodnje in cirkulacije, temu pa dodaja potrošnjo, ki je z novimi tehnologijami in s pronicanjem poblagovljenja konvergirala v druge sfere. Čeprav se torej političnoekonomski pristop primarno ukvarja s proizvodnjo, se je posebej s širitvijo množične potrošnje bil prisiljen osredotočiti na »celotni proces realizacije vrednosti, vključno v družbeno realizacijo in organizacijo potrošnje,« piše Mosco (2009, 70).²⁰³

Enako kot za obravnavo distribucije (oziroma širše cirkulacije) ali celo potrošnje velja za problematiko *akumulacije kot odvzemanja* (glej poglavje 3.3), ki je le posredno povezana s sfero proizvodnje: skupaj s patenti in z avtorskimi pravicami gre namreč za eno ključnih tematik obstoječe faze kapitalizma, ki je političnoekonomski pristop ne more spregledati.²⁰⁴ Čeprav je proizvodnja torej začetna in neizogibna točka ter dejansko konstitutivna za celotni proces kapitalistične akumulacije, to ne pomeni, da so ostale faze v analizi irelevantne. Vloga, ki jo ima pri kapitalistični akumulaciji proizvodnja, gre obenem skozi korenite zgodovinske spremembe. Kot že nakazano v poglavju o poblagovljenju in njenem pronicanju na področje komuniciranja (poglavje 3.4.4), se namreč sfera proizvodnje širi onkraj okvirov, ki so bili značilni za proizvodno dejavnost v zgodnejših stopnjah kapitalizma. Meje pri ostalih sferah akumulacijskega procesa s tem postajajo bolj zamegljene, kot so bile v preteklosti.

4.1.2 Pristopi politične ekonomije komuniciranja

V temelj vsakega raziskovanja in teoretskega »preračunavanja« je potemtakem potrebno vključiti kapitalizem, saj ima izjemen vpliv na kaj in kako se proizvaja ter na vsebino proizvedenega, politično ekonomijo pa mogoče videti kot enega temeljnih kamnov vsakega pristopa h komunikologiji (McChesney 1994, 344; 2004, 42; prim. Lent 1995). McChesney (2004, 44–45) razlogov ne vidi le v dejstvu, da je »osrednji in najpomembnejši vidik našega časa prevlada trga, kapitalističnih družbenih odnosov in primat profita,« ampak v

²⁰³ Hiter vzpon modernega oglaševanja, ki je prevzel nadzor nad promocijo blaga, se je odvil od konca devetnajstega stoletja dalje. Primarno ga je spodbudil vzpon korporativnega (monopolnega) kapitalizma, kasneje pa standardizirana množična proizvodnja, ki so jo omogočile močno izboljšane proizvodne tehnike in znanstveni menedžment proizvodnega procesa (pogosto ponazorjen s primeri Fordizma in Taylorizma). Nove oblike nadzora niso ostale omejene le na proizvodni proces, ampak je »znanstveni« pristop k nadzoru nad množicami kapital poskušal razširiti še na sfero potrošnje, torej družbene reprodukcije (glej Ewen 1976; Smythe 1981a; Murdock 2000, 55–56; Williams 2005, 10. pogl.)

²⁰⁴ Glej Harvey (2010a, 312–313). Čeprav morda ne neposredno, so ta vprašanja vsekakor povezana s proizvodnjo v smislu lastništva proizvodnih sredstev, kar je neposredno povezano s proizvodnimi odnosi (prim. Marx 1973/1993, 96–97). Marx (prav tam, 95) meni, da je »razčlemba [*Gliederung*] distribucije povsem determinirana z razčlemba proizvodnje. Distribucija je sama proizvod proizvodnje, ne le kot njen predmet [*Gegenstand*], ker so le rezultati proizvodnje lahko distribuirani, temveč tudi v njeni formi, ker specifična vrsta udeležbe v proizvodnji determinira posebne forme distribucije, to je vzorec participacije v distribuciji.« Zato se mu na primer zdi iluzorno postavljati zemljišča v proizvodnjo, zemljiško rento pa v sfero distribucije, saj eno predpostavlja drugo, podobno kot mezdnno delo predpostavlja mezdo. A istočasno je zgodovinsko gledano lahko distribucija »predhodna« proizvodnji in se lahko nahaja izven neposredno ekonomskih odnosov (primer primarne akumulacije je tukaj temeljen). Preden je distribucija lahko distribucija proizvodov, je namreč distribucija sredstev proizvodnje in distribucija članov družbe znotraj različnih oblik proizvodnje (oziroma subsumpcija posameznikov v določene proizvodne odnose) (prav tam, 96).

tem, da obstaja med politično ekonomijo in komunikacijami poseben odnos: zgodovinski vzpon obeh je namreč povezan z vzponom kapitalizma, oba pa sta tesno povezana z vprašanji pravičnosti, človeške svobode in politične oblasti. Potemtakem sta nujno potrebna za demokratično teorijo.

Sredstva komuniciranja in (še vedno predvsem) moderni množični mediji so prek komunikacijskih virov in kanalov tiste družbene institucije, ki pomembno opredeljujejo politični, ekonomski in kulturni diskurz. Množično komuniciranje tako ostaja »diskurz o družbi, ki določa, organizira in determinira življenje ter njegove družbene in politične manifestacije.« (H. Hardt 2004, 3) S tem pomembno vpliva na pomen in posledično na možnost materialnega delovanja preostalih institucij v družbi. Pri tem imajo forma (na primer dominanca zasebnega lastništva) in prakse (kot je dejanska širina dostopa) medijev zelo pomembno vlogo pri o(ne)mogočanju inkluzivnega in demokratičnega družbenega reda (H. Hardt 2004; prim. Dahlgren 2009). Iz te nujnosti vključevanja širšega družbenega konteksta sta v opredelitvi lastnega teoretskega pristopa izhajala Golding in Murdock (1978a), ki spadata med začetnike politične ekonomije komuniciranja. Kot ključno izhodiščno točko izpostavljata dejstvo, da so družbeni odnosi v modernih družbah radikalno neegalitarni. Raziskovanje zato ne more spregledati odnosa med širšimi vzorci neenakosti v distribuciji bogastva in moči ter neenakostjo pri nadzoru nad sistemi komuniciranja. Ti sistemi notranje in globalne stratifikacije se ne vzdržujejo sami, ampak se morajo ohranjati in reproducirati prek družbe. Pomembno vprašanje je zato, kako se legitimirajo kot neizogibni in naravni; s tem je pomembno tudi, kje je mogoče iskati vire in prakse družbenega ter političnega upora, ki pomembno vplivajo na odnos med kritiko in priključitvijo teh družbenih odnosov (raven demokracije in političnih praks).

Analitično je mogoče ločevati med različno širokimi političnoekonomskimi pristopi v komunikologiji, ki v svoje raziskovanje vključujejo več ali manj tematik, povezanih s komuniciranjem in komunikacijami. Ločevati je mogoče med: a) politično ekonomijo medijev, ki je osredotočena predvsem na delovanje medijskih sistemov, b) širšo politično ekonomijo komuniciranja in c) vseobsegajočim političnoekonomskih pristopom, ki je najobsežnejši in ki družbo razlaga s pomočjo sprememb v komuniciranju in komunikacijskih sistemih, le-te pa umešča v širši družbeni kontekst.

V ožjem smislu se političnoekonomski pristop osredotoča predvsem na medije (na primer na procese monopolizacije in koncentracije na različnih medijskih ter telekomunikacijskih trgih) in probleme, povezane z njihovim lastništvom (sprva v tisku, nato na televiziji in internetu). V povezavi z mediji se pogosto osredotoča na občinstva in vpliv ter

vlogo oglaševanja na medijske sisteme. Čeprav se ožji pristop s kritiko navezuje na procese, neločljive od delovanja kapitala, in je vsaj posredno povezan z vprašanji demokracije, je pogosto namenjen (empiričnim) raziskavam, povezanim z mediji in z institucionalnim okvirom, v katerih delujejo. Zaradi tega je primeren predvsem za analizo koncentracije, »komercializacije« in poblagovljenja medijev. V tem primeru je zato morda najbolj smiselno govoriti o politični ekonomiji medijev (oziroma o *kritiki* politične ekonomije medijev, kot razlagam v poglavju 4.1.3).²⁰⁵

McChesney (2007, 135–136, 2. pogl.; prim. 1998a, 3–4; 2004; Murdock in Golding 1973, 205–206) opredeljuje tri bistvene raziskovalne elemente politične ekonomije medijev. *Prvič*: kako se medijski sistem uravnava glede na širšo ekonomijo in kulturo. *Drugič*: kako tržne strukture, motivi profitabilnosti, podpora oglaševanja, posamezne politike, tehnologija in delovski odnosi vplivajo na upravljanje, delovanje in proizvodnjo medijskih industrij ter proizvedene vsebine. *Tretjič*: kakšni so procesi ustvarjanja tistih politik, ki sestavljajo medijski sistem. Kritični političnoekonomski pristop k preučevanju medijev McChesney povzema z naslednjimi besedami:

»Prizadeva si pojasniti, na kakšen način so mediji in komunikacijski sistemi zaznamovani z lastništvom, s tržnimi strukturami, s tržno podporo, s tehnologijami, z delovnimi praksami in z vladnimi politikami. Politična ekonomija medijev nato poveže medijski in komunikacijski sistem s tem, kako v družbi delujeta ekonomski in politični sistem in kako je v njima izvršena družbena moč. Specifično v ZDA in v velikem delu sveta, kakšno vlogo igrajo mediji in komuniciranje v delovanju kapitalistične ekonomije in kako tako mediji kot kapitalizem skupaj ter ločeno vplivajo na izvrševanje politične moči.« (McChesney 2008, 12)

Politično ekonomijo komuniciranja se povezuje predvsem s tem ožjim pristopom in se jo z njim pogosto celo enači. Zgodovinsko gledano je bilo področje raziskovanja tega pristopa v resnici precej širše, danes pa se je njegov obseg še dodatno povečal zaradi izjemnega pomena komuniciranja, informacij in kulture v družbi. Analitično gledano področje politične

²⁰⁵ Ključni avtor tega pristopa, ki sta ga prva začrtala Murdock in Golding (1973; 1977), je brez dvoma McChesney (2007; 2008; McChesney in Nichols 2011). Od zgodnjih opredelitev je pomemben tudi Garnhamov (1979) prispevek, ki je abstraktnější in se osredotoča na širše dojetje politične ekonomije komuniciranja, vključno s kulturo. Poudarja, da je množične medije potrebno videti v prvi vrsti kot ekonomske entitete, ne kot ideološke aparate države (althusserianska perspektiva, ki so ji sledile kulturne študije s Hallom). Kot takšni imajo »tako neposredno ekonomsko vlogo – kot kreatorji presežne vrednosti prek proizvodnje blag in menjave – kot posredno vlogo skozi oglaševanje, v ustvarjanju presežne vrednosti v drugih sektorjih blagovne proizvodnje.« (prav tam, 132) Iz ožjih izhodišč politične ekonomije medijev med drugim izhajata Bagdikian (2004) z uspešnico *The Media Monopoly* in Schiffrin (2010), v veliki meri pa tudi avtorji v zborniku o komercializaciji medijev *Media in the Age of Marketization*, ki sta ga uredila Murdock in Waskova (2007). Prav pri slednjem se najbolje vidi, da so postavljene meje med ožjim in širšim pristopom k politični ekonomiji komuniciranja do določene mere arbitrarne. V Sloveniji se s temi vprašanji ukvarja predvsem Bašič-Hrvatina (npr. Bašič-Hrvatina, Kučić in Petković 2004; Petković in Bašič-Hrvatina 2004).

ekonomije komuniciranja po Moscu (2009) zaobjema tri temeljne procese: a) poblagovljenje prostorov in področij komuniciranja (poblagovljenje informacij, znanja, komuniciranja in kulture; poblagovljenje področij, namenjenih javnemu diskurzu; problematiko avtorskih pravic in vprašanj, povezanih z mejami zasebnega lastništva pri intelektualnih »dobrinah«, povezanih s poblagovljenjem); b) družbeno strukturacijo, povezano s komunikacijsko sfero (vloga komunikacije in komunikacijskih sistemov ter komunikacijske proizvodnje pri vzpostavljanju in ohranjanju družbenih odnosov ter razmerij); c) spremembe v dojemanju prostora [*spatialization*] zaradi tehnološkega razvoja komunikacijskih sistemov in sredstev komunikacije, pri čemer je pristop osredotočen predvsem na spremembe, ki spremljajo razvoj komunikacijskih tehnologij (glej Mosco 2009).

Politična ekonomija komuniciranja s tem ne obravnava le ožjega področja (množičnih) medijev, ampak tudi informacijske in kulturne industrije v širšem pomenu, ki ga imajo za družbo. Zaradi analize proizvodnje glasbe, filma in drugih kulturnih »dobrin« so nekateri avtorji raje kot oznako *politična ekonomija komuniciranja* uporabljali termin *politična ekonomija kulture*, saj so termin *kultura* dojemali za širšega od termina *komuniciranje* (glej npr. Garnham 1979; 2011; Calabrese in Sparks 2004 idr.).

Pristop politične ekonomije komuniciranja poleg omenjenih tematik vključuje širši političnoekonomski okvir, ki je povezan s komuniciranjem kot konstitutivnim delom človeške družbe in njene demokratičnosti. Zaradi tega se pristop navezuje na vprašanja demokratizacije dostopa do komunikacijskih virov (možnost politične participacije v družbi) in predpogojev za demokratičnost družb (glej McChesney 2004, 44–45; 2007, 4; prim. Garnham 1990; H. Hardt 2004). Kot poudarja McChesney (1998a, 8), je kritični političnoekonomski pristop od ostalih oblik komunikološkega raziskovanja mogoče ločiti prav po njegovi »nedvoumni obvezi k participativni demokraciji.« Osredotoča se torej na strukturne predpogoje demokracije, javne sfere, javnosti, s tem pa tudi na tendence, ki v kapitalističnih družbah za vse člane družbe omejujejo razvoj vključujoče demokracije.²⁰⁶ Prav zato širši raziskovalni pristop nujno »razkriva povezavo med lastništvom, korporativnimi strukturami, finančnim kapitalom in tržnimi strukturami, s čimer razkriva, kako ekonomija vpliva na tehnologijo, politiko, kulture in informacije.« (Meehan, Mosco in Wasko 1994, 347)

²⁰⁶ Glej tudi naslednja podpoglavja. Vprašanje demokratizacije in vloge javnosti v demokracijah je v povezavi s politično ekonomijo gotovo najočitnejše pri predhodnikih politične ekonomije komuniciranja, ki jih obravnavam v nadaljevanju, (čeprav je posredno povezano s celotnim pristopom /glej McChesney 2004, 44–45; 2013/). Kasneje se je med političnimi ekonomisti s temi vprašanji ukvarjal predvsem Garnham z reinterpretacijo Habermasovega pojmovanja javne sfere (glej Garnham 1990, 7. pogl.; 1992; Curran 2004), a ta vprašanja se na primer pojavljajo že pri Moscu (1982; 1989, 3. pogl.) in vsaj posredno pri Herbertu Schillerju.

Vseobsegajoče opredelitve in pristopi k politični ekonomiji, ki s tem nakazujejo širši pristop k področju raziskovanja, se pogosto gibljejo od konkretnih do abstraktnjših raziskovalnih vprašanj in tematik. Za razliko od politične ekonomije medijev so zaradi pogosto prisotne teoretske naravnosti težje takoj neposredno aplikabilni na konkretne primere. V analizi pogosto prihaja do gibanja od teorije in abstraktne ravni do področja konkretnih empiričnih vprašanj, nato pa se analiza zopet giblje nazaj k teoriji (nihanje med konkretnim in abstraktnim). »Dokazi, zbrani na empirični ravni, so dojeti kot površinska manifestacija strukturnih sil, ki se nahajajo pod njimi.« (Bettig 1996, 6)

Eden od razlogov, zakaj politična ekonomija komuniciranja širi svoje raziskovalno področje, je v dejstvu, da je bilo dvajseto stoletje – predvsem v drugi polovici – zaznamovano z naraščajočo središčnostjo komuniciranja in informacij za obstoječo fazo (kapitalistične) ekonomije.²⁰⁷ Po McChesneyu (2007, 63) je bila to ena izmed utemeljitvenih opazk, na kateri je temeljil političnoekonomski pristop, kot sta ga med prvimi utemeljila Smythe in Herbert Schiller. Kot pravi Dan Schiller (1994, 359; prim. 1996, VII), je »zaradi različnih razlogov preučevanje komuniciranja kot družbene sile neposredno in na številnih točkah konvergiralo v obsežno kritiko sodobnega kapitalizma.« Komuniciranje je namreč postalo skorajda popolnoma integrirano v ekspanzivni ekonomski sistem globalnega kapitalizma. Prav to pa je eden od razlogov, zakaj področja politične ekonomije komuniciranja ni mogoče preprosto zakoličiti in definirati, kaj vse obsega, saj komuniciranje (in s tem poglobljeno, ki je pričelo zaobjemati komunikacijske procese) pronica in teče skozi celotno družbo (glej poglavje 3.4.4). Področja raziskovanja različnih pristopov so zato pogosto razdrobljena, ekspanzivna in razpršena na raznolike tematike, predvsem pa se z zmeraj hitrejšim spreminjanjem družbenih okolnosti vsebinsko prilagajajo tudi sama.²⁰⁸

Vseobsegajoči pristop k političnoekonomskemu komunikološkemu raziskovanju bi potemtakem vključeval teoretsko preučevanje razmerij moči in družbenih odnosov, ki vplivajo na nadzor nad komunikacijskimi viri v širšem političnoekonomskem sistemu in javnem diskurzu nasploh. Pri tem ti odnosi moči po Moscu (2009, 2) »vzajemno konstituirajo

²⁰⁷ S tem je mišljena predvsem vloga, ki jo ima komuniciranje v kapitalističnem sistemu, po drugi strani pa tudi izjemna ekspanzija kapitala na komunikacijsko sfero in področje informacij ter kulture itd. (glej med drugim poglavje 3 v disertaciji, namenjeno poglobljenju, in novejšje pristope h kritični teoriji, ki izpostavljajo prav vlogo informacij in komuniciranja v proizvodnji; do podobne ugotovitve prihaja Hanno Hardt /2004, 55/). Krajši pregled naraščajoče vloge komuniciranja in informacij v obstoječi fazi kapitalizma podaja Dan Schiller (1994, 359–361), ki je v začetku devetdesetih let dvajsetega stoletja poudarjal, da preučevanje komuniciranja seveda ne vključuje le vprašanj, povezanih z mediji. Na podlagi podobnih ugotovitev McChesney (glej 2007, 4) trdi, da politike, povezane z mediji, zadevajo vse posameznike.

²⁰⁸ McChesney (2007, 67) je v zvezi s tem zabavno pripomnil, da se zdi politična ekonomija komuniciranja odlična ideja, ampak da gre za pristop, ki se še kristalizira. Ko je prebral prvo izdajo Moscovice utemeljitvene knjige tega področja, ki je istočasno prvi sistematični poskus, da bi se ga definiralo (glej Mosco 2009), je namreč spoznal, da v resnici med avtorji ni soglasja glede temeljnih vprašanj in branj. Sam menim, da je pomanjkljivost trdnih okvirov raziskovanja v tem primeru prednost.

proizvodnjo, distribucijo in porabo virov, vključno s komunikacijskimi viri.«²⁰⁹ Tovrstni ekspanzivni pristop h komuniciranju zastopa Fuchs (glej 2008; 2011a idr.), ki ga opredeljuje na sledeči način:

»Politična ekonomija se osredotoča na analizo notranje zgradbe in dinamike ekonomskega sistema. Politična ekonomija je zato, ker vidi v moderni ekonomiji na delu politične interese. V kritični politični ekonomiji so ti interesi dojeti kot nasprotujoči si razredni interesi. Namen kritike politične ekonomije je odkrivanje omejitev, nasprotij in problemov kapitalistične ekonomije; preizprašuje legitimnost in logiko akademskih pristopov, ki dojemajo kapitalistične pojave (kot so blago, menjalna vrednost, profit, denar, kapital, delitev dela itd.) kot univerzalne in ne kot zgodovinsko kontingentne in spremenljive; preizprašuje tudi načine razmišljanja, ki predpostavljajo trajnost in postvarjenje obstoječe realnosti (kritika ideologije).« (Fuchs 2012b, 36–37)

Ne gre spregledati, da je politična ekonomija zmeraj tudi *politična*, kajti ta vidik se v analizah pogosto izgubi – na kar opozarjajo številni raziskovalci, ki izhajajo iz perspektive politične ekonomije komuniciranja. Za Herberta Schillerja (v Lent 1995, 140) je bilo po njegovih besedah ključno prav raziskovanje stične točke med politiko in ekonomijo. Tudi po Kellnerju (1997, 104) politična ekonomija na primer preučuje odnose med ekonomijo, politiko in drugimi področji družbe, na primer kulturo. To vključuje njihov zgodovinski kontekst in pogosto antagonistične odnose gospostva ter podrejanja, znotraj katerih se ustvarja kultura, ki pogosto reproducira razmerja moči. Hoffmann (1983, 12–13) je že v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja podobno trdil, da je za kritični političnoekonomski pristop h komuniciranju nujno izogibanje ekonomistični slepi ulici, torej da pristop v analizi ne pozabi na politične vidike. Namen *politične* ekonomije zato po njegovem ni nič drugega kot razlaga družbenih struktur v kontekstu medijev in komuniciranja. Z vzpostavljanjem povezav, ki morajo vključevati perspektivo družbenega življenja kot totalitete, mora pristop onkraj gole ekonomije. V nasprotnem primeru se kritični (marksistični) pristop v ničemer ne bi razlikoval od liberalnega, saj lahko že s slednjim pridemo do ugotovitev o naraščajoči monopolizaciji v medijih ali o poblagovljenju oglaševalskega prostora. Kritični pristop od nas torej po Hoffmannu zahteva *drugačni* analitični vpogled: da se vprašamo o posledicah, ki jih tovrstni procesi puščajo na medije, komuniciranje in na širšo družbo.

²⁰⁹ Ta pristop je v politični ekonomiji komuniciranja zagotovo najpogostejši (mdr. Mosco in Wasko 1988; Comor 1994). Vključuje na primer tudi širjenje in integracijo kapitalizma ter njegovo premagovanje prostorskih ovir prek različnih komunikacijskih sistemov, vprašanja poblagovljenja kulture (Calabrese in Sparks 2004) in informacij (glej poglavje 3.4), razmerje med kapitalistično državo in komunikacijskimi sistemi (Mosco 1982; 1989) pa tudi spremembe v sferi dela in proizvodnje (glej med drugim Mosco 1982, 5. pogl.; McKercher in Mosco 2007).

V primeru tovrstnega vseobsegajočega pristopa k politični ekonomiji bi po Moscu (2009, 3), ki se opira na Smytha, lahko govorili kar o preučevanju »nadzora in preživetja v družbenem življenju.« Pri tem je nadzor politični, preživetje pa ekonomski proces. Pojem preživetja se dotika predvsem tega, kako se družbe organizirajo, da (se) lahko (re)producirajo, pojem nadzora pa vprašanja, kako se vzdržuje red, da se v družbi dosežajo ekonomski, politični, družbeni in kulturni cilji (glej Meehan, Mosco in Wasko 1994, 349).²¹⁰ Pri širših pristopih dodatno pridobi na veljavi zgodovinski kontekst, ki kompenzira večjo abstraktnost. S tem je na konkretnih primerih v daljšem obdobju prikazana veljavnost abstraktnih tendenc in spreminjanje preučevanih kategorij.

4.1.3 Kritika politične ekonomije in primerjava z afirmativnimi perspektivami

Med avtorji, ki se uvrščajo v področje politične ekonomije komuniciranja, obstaja obče strinjanje, da gre za kritični komunikološki pristop, kar je razvidno iz zgoraj podanih opredelitev različnih ekspanzivnih k temu področju. Kritična komunikologija nasploh (in ne le politična ekonomija, ki je njen del) »razkriva odnose moči v proizvodnji znanja in diseminaciji informacij« (Hardt 2004, 71) ter deluje kot zgodovinski akter sprememb.

Že od začetkov se je pristop politične ekonomije komuniciranja povezovalo z radikalno-kritičnimi in marksističnimi pristopi, kar ostaja njegova značilnost še danes.²¹¹ Pristop je potrebno ostro ločiti od afirmativne medijske ekonomike in kreativno-industrijskih pristopov, vsaj na analitični ravni pa je smiselna notranja delitev med *kritično* politično ekonomijo in *kritiko* politične ekonomije. Medtem ko je kritična politična ekonomija pogosto kritična le do težav znotraj kapitalističnega sistema, na primer do koncentracije na trgih, monopolizacije, pretiranega podrejanja sfer življenja ekonomskim odnosom (na ravni politične teorije je mogoča povezava s socialnoliberalnimi ali socialnodemokratskimi pristopi), je namen kritike politične ekonomije predvsem kritika kapitalizma kot takšnega in temeljnih kategorij, ki ta sistem tvorijo. Gre torej za kritiko posledic, ki jih imajo že te osnovne kategorije in sistem za družbo, skupaj z možnostmi za njihovo preseganje. Kritika politične ekonomije je s tem blizu zgoraj podani opredelitvi Fuchsa (2012b, 36–37) (ki tega razlikovanja sam sicer ne vzpostavlja); Bettig (1996, 34) in Gandy (1992) pa jo primerno

²¹⁰ Na to najsplošnejšo raven se v analizi pogosto spušča Herbert Schiller. V sedemdesetih letih dvajsetega stoletja je na primer izpostavljal, da vprašanja komunikacijskih sistemov pridobivajo vedno večji pomen »v širšem boju za ohranitev ali spremembo celotnega sistema. Informacije in celotni komunikacijski proces so postali ključni elementi v opravljanju družbenega nadzora.« (H. Schiller 1976, 79)

²¹¹ Glej na primer Wayne (2003), Calabrese (2004), Wasko (2005, 26), Murdock in Golding (2005), McChesney (2007, 45–59), Babe (2009), Mosco (2009), Fuchs (2008; 2011a), Wasko, Murdock in Sousa (2011a), Meehan in Wasko (2013).

označujeta kar za *radikalno* politično ekonomijo komuniciranja, izraz, ki ga v lastni tipološki razdelitvi različnih političnoekonomskih pristopov uporablja tudi Winseck (2011, 21–25).

Morda se zdi razdelitev na kritično politično ekonomijo in kritiko politične ekonomije na prvi pogled nepotrebna, a je zgodovinsko predstavljala eno pomembnejših ločnic v pristopih k politični ekonomiji. To, kar se danes lahko izpostavlja kot kritični pristop k politični ekonomiji, je zgodovinsko gledano mogoče povezati s »klasično« politično ekonomijo Smitha, Ricarda, J. S. Milla, Schumpetra, Keynesa ali celo Galbraitha. Ta tok misli je predvsem z zgodovinsko perspektivo ohranjal določeno kritično razdaljo do ekonomskih procesov v družbi (čeprav ne nujno do kapitalizma), ki jih ni obravnaval v izolaciji. Ukvarjal se je s temeljnimi političnoekonomskimi vprašanji svojega časa: z vrednostjo; z vlogo dela pri konstituciji vrednosti; z vplivom ekonomije na širšo družbo in z njenimi omejitvami pri izpolnjevanju družbenega poslanstva *boljše družbe za vse* (normativna raven); z odnosom med različnimi sferami ekonomskega cikla in mogočimi krizami; z odnosom med trgom, državo in svobodo; s temeljnimi normativnimi predpostavkami, ki bi jih ekonomija morala zasledovati, da bi v družbi igrala pozitivno vlogo (kot je zagotavljanje obče blaginje) (glej npr. Heilbroner 2000). Šlo je torej za ekspanzivni, pogosto eruditski pristop s trdnimi filozofskimi temelji in z obsežnim znanjem, utemeljenim v politični teoriji, zaradi česar je Heilbroner (2000) te avtorje označeval za *svetne filozofe* [*worldly philosophers*]. Razlog, da si lahko dovolimo in ta pristop danes označimo za kritični, je prav v njegovi zgodovinskosti in normativnosti, istočasno pa tudi v *de facto* zmanjšanem vplivu, ki ga ima na dejanski polji ekonomije in politike. Pristop se je namreč skozi dvajseto stoletje z vzponom neoliberalnih dogem postopno, a skorajda v popolnosti, umaknil izjemno ozkim – predvsem mikroekonomskim in ekonometričnim – modelom in teorijam. Le-ti so nezgodovinski, lažno nepolitični, filozofsko gledano močno vulgarni in brez (celo ohlapnih) normativnih predpostavk (vsaj deklarativno, čeprav *de facto* reproducirajo obstoječi družbeni red in legitimirajo povečevanje neenakosti). Različne dele družbe preučujejo prek matematičnih modelov, njihovo nagibanje v pozitivistično-naravoslovni pristop pa naj bi dokazovalo znanstvenost in nepristanskost modelov ter analiz. Najpogosteje se jih označuje za *neoklasične*. Wallerstein in ostali (2000) so poudarjali, da je prišlo do konca politične ekonomije, ko so načela *laissez faire* postala *naravna*. Heilbroner (2000, 313–315) je prišel do podobne ugotovitve: nova ortodoksna ekonomska znanost je opustila razlago ekonomije kot *kapitalistične ekonomije* ter povsem zanemarila temeljna družbena in politična vprašanja.

V nasprotju s kritičnimi pristopi k politični ekonomiji osrednji predmet analize *kritike* politične ekonomije, ki se predominantno napaja pri Marxu in njegovih intelektualnih

naslednikov, ni izpolnjevanje idealnotipskih modelov ali reproduciranje prostorov čim uspešnejše kapitalistične menjave s čim manj ovirami, čeprav zmeraj izpostavlja notranja protislovja in mogoče antagonizme v kapitalistični menjavi, ampak prav celovita kritika teh normativnih predpostavk. Kritike politične ekonomije zato ne zanima, kaj je potrebno narediti, da bi *kapitalistični trg deloval, kot lahko najbolje deluje*, in kakšne pregrade je za to potrebno odpraviti; prej ga zanima, kakšen je aktualni vpliv kapitalizma na družbene odnose in kakšen bi mogoče bil tudi v primeru, če bi dejansko kdaj deloval na način, ki ga predpostavljajo idealnotipski modeli (čeprav se jim približa le v izjemnih zgodovinskih okoliščinah). Kritiko torej med drugim zanima: a) kakšne bi bile temeljne težave, kljub temu da bi določeni normativni modeli bili izpolnjeni; b) zakaj sta iz modelov tržnega kapitalizma izhajajoča pluralizem in konkurenca problematična ter včasih celo iluzorna; c) zakaj se nekatere prehodne kategorije dojemajo kot večne; č) kakšne so njihove družbene posledice. Gre za temeljno kritiko obstoječe politične ekonomije kot takšne in z njo normativnih utemeljitev kapitalistične politične ekonomije.²¹²

Marxov namen, kot kaže sam podnaslov prve knjige *Kapitala* [*Kritik der politischen Ökonomie*], ni bil niti postavljanje lastne alternative politični ekonomiji niti kritika partikularnih teorij (čeprav je šlo v njej /tudi/ za kritiko klasične politične ekonomije). Njegov primarni namen je kritika *kategorialnih predpostavk* celotne veje znanja, med njimi vrednosti in blagovne forme, pri čemer se sprašuje po razlogih, zakaj je vsebina teh kategorij prevzela zgodovinsko formo, kot jo je (Postone 1993/2003; Heinrich 2012). Kot poudarja Heinrich:

»Marx ne kritizira toliko zaključkov politične ekonomije, ampak prej način, na katerega postavlja vprašanja, s čimer misli na razlikovanje med tem, kar je politična ekonomija poskušala razložiti, in tistim, kar je sprejeto kot tako samoumevno, da sploh ne rabi razlage (kot je na primer blagovna forma kot proizvod dela). [...] Namera kritike je razčlenitev teoretičnega področja (s čemer so mišljena samoumevna stališča in spontano nastajajoče predstave), ki mu kategorije politične ekonomije dolgujejo svojo dozdevno verodostojnost; "absurdnost" [Verrücktheit] politične ekonomije je potrebno razkriti.« (Heinrich 2012, 34–35, avtorjevi poudarki)

²¹² Kot omenja Hoffmann (1983, 12), je (v nasprotju z anglosaksonsko tradicijo) bil termin *politična ekonomija* v zahodnonemškem kontekstu rezerviran prav za marksistično politično ekonomijo, ki pa je (prav tako) problematična oznaka, saj implicira, da je Marx razvil lastno politično ekonomijo, ki jo je mogoče postaviti ob bok buržoazni ekonomiji, torej šolam, ki gledajo na kapitalizem afirmativno. Po tem nazoru ni bistvene razlike v dojetanju temeljnih kategorij (čeprav je Marx bil kritičen prav do njih), ampak so razlike kvečjemu v zaključkih teh teorij. Ta pristop je značilen za t. i. »svetovnonazorski marksizem«, ki se je kasneje razvil v še bolj redukcionističen *diamat* (glej Heinrich 2012, 32–33).

Znotraj politične ekonomije družbeni odnosi, ki so neločljivi od menjave ali blagovne proizvodnje, niso samo naturalizirani, ampak so (kot sem razložil že v poglavju o blagovni formi /glej poglavje 3.2/) tudi postvarjeni: prikazujejo se kot značilnosti reči in »dozdeva se, kot da imajo *reči* lastnosti in avtonomijo *subjektov*.« (prav tam, 34; prim. Lukács 1971; Postone 1993/2003) Po Bettigu (1996, 5–6) je eden pomembnih ciljev v analizi političnih ekonomistov zato prav razkrivanje, kako strukture in prakse postajajo postvarjene, zaradi česar se predstavljajo kot neizogibne, nujne in onkraj vpliva posameznikov (naturalizacija).

S politično ekonomijo komuniciranja imam sam v mislih kritično politično ekonomijo (mdr. pozni Garnham, Hesmondhalgh, Schiffrin, Bagdikian, Miege, Lacroix in Tremblay), predvsem pa kritiko politične ekonomije, kamor je mogoče vključiti avtorice in avtorje, kot so Smythe, Murdock, Golding, Herbert Schiller, Dan Schiller, Bettig, Fuchs, McChesney, Meehanova, Waskova, Terranova, Mosco, Gandy, Jhally, Mattelart, Dyer-Witthford ali nemško marksistično šolo kritične komunikologije. S terminom torej vsekakor nimam v mislih ožjega mikroekonomskega pristopa k ekonomiji medijev, (menedžerske) medijske ekonomike ali neoklasičnih pristopov. Primera tovrstnih afirmativnih pristopov sta na primer znanstvena revija *Journal of Media Economics* ali knjiga Hoskinsa, McFadyena in Finna (2004), naslovljena *Media Economics*. V slednji je ekonomija opredeljena kot študij tega, kako so alocirani redki viri med neomejenimi in tekmujočimi željami. Po mnenju avtorjev (prav tam, 14–15) se pri tej načrtni delitvi [alokaciji] pojavljajo trije temeljni problemi, ki se tičejo medijske ekonomike, saj se razrešujejo skozi trg. *Prvič*: katere dobrine in storitve naj se proizvajajo in v kakšnih količinah; *drugič*: kako naj se proizvajajo in s katerimi redkimi viri; in *tretjič*: kdo naj prejme te omejene dobrine in storitve, ki so bile proizvedene.

Ekonomski sistem v teoretsko-epistemološki perspektivi medijske ekonomike razrešuje alokacijska vprašanja: kaj, kako in za koga, pri čemer kot nezgodovinsko in nepolitično sprejema predpostavko, da je cilj podjetij maksimizacija profita. Gre za vrsto ekonomizma, ki jo je Amin (2009, 13) opisal z besedami, da so zanj »ekonomske zakonitosti razumljene kot objektivne zakonitosti, ki se družbi vsiljujejo kot naravne sile.« Ontološka raven je v tem pristopu spuščena na skrajni redukcionistični idiotizem atomarnih in nezgodovinskih posameznikov. Kot na primer pišejo Hoskins, Mcfadyen in Finn (2004, 8), »ekonomika predpostavlja, da ljudje delujejo v skladu z lastnim koristoljubljem. V tržni ekonomiji so spodbude priskrbljene prek sistema cen.« Ta mikroekonomski pristop po njihovih besedah uporablja pozitivistično ekonomsko metodologijo in *znanstveno metodo* (kot, da obstaja ena!), ki je definirana kot zanimanje za razlage in napovedovanje ekonomskih pojavov, ki se jih da opazovati (prav tam, 9); pri analizi gre torej za plitki empirizem (glej

poglavje 2.1.2). Pozitivistična ekonomika poleg tega (po lastnih besedah) ne izhaja iz kakršnih koli normativnih predpostavk. Domneva o maksimizaciji profitov namreč ni normativna, ampak gre preprosto za teoretsko predpostavko, ki naj bi se najbolj skladala z družbenimi dejstvi (prav tam, 10). Kajti: »večja, kot je konsistentnost z dejstvi, boljša je teorija.« In nadalje: »Nobena vrednostna ali moralna sodba ni vključena.« (prav tam, 15)²¹³

Kritika politične ekonomije predpostavk medijske ekonomike ne kritizira kot povsem brez stika z družbeno realnostjo. Maksimizacija profitov je na primer več kot očitno zares ključna tendenca, ki ji kapitalisti sledijo na področju medijev in kulture (podobno kot na drugih področjih v kapitalizmu). Ravno nasprotno torej: dejstvo je, da številna načela in ugotovitve, ki jih izpostavlja medijska ekonomika, nikakor niso v nasprotju z realnostjo obstoječe kapitalistične ureditve (prim. Hoffmann 1983, 12), vendar jih precej tudi je (za takšno kritiko neoklasičnih pristopov glej npr. Gandy /1992, 26–32/). Ampak tudi v primeru, če držijo, jih je potrebno videti kot zgodovinsko kontingentno in spremenljivo dejstvo, ki ga je šele potrebno analizirati in v katerem je potrebno iskati povezave s širšo družbo. Preučevanje realnosti se mora ob tem prenesti onkraj preučevanja površinskih pojavov, ki so pogosto zavajajoči. Ključna težava je torej v tem, kakšna vprašanja se pri analizi sploh zastavljajo, kaj je iz analize posledično izpuščeno, kaj je izhodiščni namen analize ter kateri so temeljni mehanizmi in tendence, ki so na delu (prim. Heinrich 2012, 34). Kritični pristopi namreč izpostavljajo, da te predpostavke in kategorije veljajo prav v kapitalizmu, ki je *zgodovinski in prehodni* sistem, medtem ko povsem afirmativni pristopi izpuščajo širšo kapitalistično ureditev in vlogo tega sistema v/na družbi/družbo (prim. Meehan in Wasko 2013, 40). Poleg tega ima notranje delovanje teh kategorij in sistema izjemne družbene posledice za ostala področja družbe, na primer za svobodno družbeno komuniciranje in posledično za demokracijo (na primer, kakšna je družbena vloga medijev, ki bi morali biti v demokraciji – prav v njenem liberalnem dojetju – organ javnosti, v resnici pa je njihov odločno primarni cilj *zares* prav maksimizacija profita, s čimer se sproža obče poglobljenje osnovnih komunikacijskih kategorij). Tudi v primerih, ko kritična teorija ne predpostavlja nujno (!) lastnih normativnih modelov, vsekakor lahko primerja druge normativne modele (pa čeprav le implicitne) z materialno realnostjo: na primer liberalno zagovarjanje svobode govora in demokracije kot eno temeljnih predpostavk v okviru vrhne zgradbe družbe z realnimi materialnimi odnosi in s predpostavkami liberalne teorije v bazi (popolna svoboda podjetniškega delovanja), ki pogosto močno omejuje celo delno izpolnitev omenjenih

²¹³ Za zgodovinsko kontekstualizacijo in kritiko ekonomizma v kontekstu medijev in komuniciranja glej med drugim Mosco (2009, 1. pogl., 3. pogl., posebej 45–50), Wasko, Murdock, Sousa (2011b, 3), Meehan in Wasko (2013) in številne druge.

predpostavk. V podanem primeru liberalne teorije gre za zelo očitno notranjo protislovje med deklariranim in dejanskim.

Domnevno nepolitičnost, nezgodovinskost in nemoralnost nekaterih pristopov k preučevanju medijev in komuniciranja je mogoče opredeliti kot krinko. Neizpraševanje in nekritičnost do temeljnih predpostavk v raziskovanju ima namreč zmeraj pomembne politične posledice, ki se jim ni mogoče izogniti z njihovim ignoriranjem. Udejanjajo se kot reproduciranje ali celo ustvarjanje pogojev ter mehanizmov obstoječega reda, na primer razredne družbe ali/in eksploatacije. Kot piše McChesney (2004, 42), »medijska "ekonomika" pogosto izvaja mikroanalize, kako delujejo medijske firme in trgi, ampak podobno kot osrednji tok ekonomske misli sprejema obstoječe družbene in razredne odnose, kot da so dani in za povrh vsega dobrohotni.« Bettig (1996, 6) podobno kot nekateri drugi kritični avtorji poudarja, da se politična ekonomija komuniciranja za empirične podatke pogosto opira na poročila podjetniških revij (omeniti velja informacije samih kapitalističnih podjetij, njihove uradne podatke, državne in meddržavne statistike), vendar jim dodaja nujno potrebno interpretacijo glede strukturnih vzrokov sprememb. Kot poudarja (prav tam), »političnoekonomsko ogrodje nudi kartografijo z zgodovino in s kontekstom. Tako obvestilo o združitvi dveh medijskih podjetij ni obravnavano kot izoliran dogodek, ampak kot dokaz širših tendenc znotraj kapitalizma v smer koncentracije. Politični ekonomist se ne zanima za to, kako je nek posel vplival na cene delnic, ampak na njegov vpliv na zaposlenost, tržno strukturo in demokracijo.«

Oba (kritična) pristopa k politični ekonomiji sta uperjena proti tovrstnim – v temelju izkoriščevalskim – pristopom, ki so podobno kot v praksi tudi v raziskovanju v vseh pogledih prevladujoči (saj imajo omogočeno najmočnejše financiranje s strani medijske industrije). Kot omenja McChesney (prav tam, 47), bo namreč »kritični pristop po definiciji preizpraševal prevladujoče interese v družbi,« kar pa ga finančno gledano dela za nezanimivega.

Pristop (kritike) politične ekonomije komuniciranja je poleg tega potrebno ločiti od »novejših« ekonomskih pristopov k preučevanju medijev in kulture, na primer od pristopa medijskih industrij, »kritičnih« medijsko-industrijskih študij, kreativnih industrij, kulturne ekonomije itd., ki so se razvili predvsem v zadnjih letih (glej Winseck 2011; Meehan in Wasko 2013). Te perspektive in pristopi, ki se približujejo zgoraj omenjeni kritični politični ekonomiji, se s kritiziranjem politične ekonomije komuniciranja zanašajo predvsem na slamnate argumente, so brez resne diskusije in pogosto brez dovolj natančnega poznavanja področja ter njegove kompleksnosti (Meehan in Wasko 2013). To konfliktno razmerje je zato v mnogih pogledih podobno razmerju med kulturnimi študijami – iz katerih omenjeni pristopi

v mnogih primerih izhajajo – in politično ekonomijo (prav tam). Razloge za razvoj teh novih pristopov je v prvi vrsti mogoče iskati v spoznanju, da je širše področje komuniciranja, ki je del družbe in družbenih procesov, nemogoče misliti v izolaciji od (politične) ekonomije, naj nam je to vseč ali ne. Uperjeni so predvsem proti marksističnim in materialističnim pristopom, ki preizprašujejo družbeni *status quo*. Zaradi tega so blizu pristopom, ki slavijo obstoječi red oziroma ga vsaj ne preizprašujejo (t. i. »*celebratory*« pristopi).

Winseck (2011, 16–33) je na podlagi podobne razdelitve prepoznal štiri tipske pristope k političnoekonomskim komunikološkim analizam: 1) neoklasično politično ekonomijo; 2) radikalne politične ekonomije; 3) institucionalno politično ekonomijo; 4) pristop kulturnih industrij.

– **Neoklasična politična ekonomija**

Gre za (vsaj v konkretni praksi) najvplivnejši pristop, ki označuje ekonomiko oziroma mikroekonomske pristope ter njihovo poudarjanje »trga idej« [*the marketplace of ideas*] na konkurenčnem medijskem trgu. Pristop je mogoče razdeliti na dve krili: konservativno in liberalno, pri čemer je slednje bolj pripravljeno teoretsko dopuščati možnost, da trg ni popoln ter bo zaradi tega v izjemnih primerih na njem potreben vladni oziroma politični regulativni poseg. Ne glede na to razliko oba pristopa zagovarjata t. i. minimalno državo in princip *laissez faire*, zaradi česar se država nima pravice bistveno vpletati v delovanje trga in zagotavljati dostopa do dobrin in storitev, ki bi služile javnemu dobremu. S svojo kritiko je liberalni pristop še najdlje pripravljen iti pri vprašanih koncentracije na medijskih trgih, a tudi to težavo opredeljuje kot precej irelevantni problem. V primeru konservativnega pristopa naj bi morebitne težave na medijskem trgu razreševal vzpon interneta (glej tudi Gandy 1992, 26–32; Hesmondhalgh 2007, 30–31; Mosco 2009, 45–50).

– **Radikalne politične ekonomije medijev**

S tem terminom Winseck (2011, 21–25) označuje pristop, ki sem ga sam v tem poglavju označil za kritiko politične ekonomije komuniciranja (oziroma v disertaciji za politično ekonomijo komuniciranja). Winseck ta pristop nadalje deli na dve veji: a) šolo monopolnega kapitala in b) šolo digitalnega kapitalizma. Najpomembnejši predstavnik prve je McChesney; ta pristop je osredotočen predvsem na javno poslanstvo medijev in na njihov vpliv na demokracijo. Zaradi vzpona kapitalističnih konglomeratov in monopolizacije na medijskih ter kulturnih trgih po mnenju te šole liberalni ideali medijske svobode nimajo prav veliko z dejanskimi odnosi v družbi. Med ključne predstavnike druge šole, poimenovane digitalni kapitalizem, Winseck umešča Mosca, Dana Schillerja, Fuchsa in druge, ki se napajajo v frankfurtski šoli. V jedru tega pristopa naj bi bil (neo)marksizem in

dinamična ontologija, ki družbeni svet opazuje v njegovih konstantnih spremembah in opozarja na širše dinamične procese ter vplive.

– **Institucionalna politična ekonomija in pristop kreativnih industrij**

Gre za pristop, ki se primarno opira na Schumpetrovo (2010, 3. pogl.) teorijo »kreativne destrukcije« oziroma »ustvarjalnega uničevanja«. Inovacije so za to teorijo temelj konkurenčnosti v kapitalizmu. Podjetjem omogočijo začasne monopole in s tem superprofite. Schumpetrove ideje so po Winsecku (2011, 25–29) vplivale na različne pristope, med drugim na politično ekonomijo omrežij, šolo kreativnih industrij, pristop informacijske ekonomike, v določeni meri pa tudi na radikalnejšo šolo monopolnega kapitala. Institucionalni pristop naj bi poudarjal notranjo kompleksnost medijskih industrij in občutne razlike med posameznimi področji, ki jih je zato potrebno preučevati bolj osredotočeno in ločeno. Kreativno-industrijski pristop na primer poudarja pomen mezo- in mikroravni analiz posameznih medijskih organizacij, pri čemer je pogosto izpuščen širši kontekst, značilen za (baje) *veličastne vseobsegajoče teorije*, zaradi česar so v tem pristopu pogosto ignorirane nekatere ključne strukturne tendence, ki so nujno prisotne v kapitalizmu. Med avtorji najdemo Castellsa, Benklerja, Wuja, Lessiga in številne druge, ker gre za afirmativni pristop, pa v njem obstaja implicitni odpor do kakršnih koli radikalnejših kritik, značilnih za (neo)marksizem in druge heterodoksne političnoekonomske pristope.

Normativno se pristop pogosto bistveno ne razlikuje od uradnih dokumentov vlad ali nadnacionalnih institucij, kot je na primer Evropska komisija. Razvoj kreativnih industrij je na primer z namenom identifikacije sektorjev, ki bi gospodarstvo države lahko naredili bolj globalno konkurenčno, v devetdesetih letih dvajsetega stoletja nedvoumno promovirala vlada Tonyja Blaira v Veliki Britaniji, ideja pa se je nadalje širila v akademski sferi in med ključnimi odločevalci (glej Garnham 1990, 10. pogl.; 2005; Hesmondhalgh 2008b). Kot omenja Hesmondhalgh (2008b), pristop kreativnih industrij zavrača kritične analize, ki vsaj deloma ostajajo značilne za pristop kulturnih industrij, saj se je v veliki meri prilagodil neoliberalnim politikam. Čeprav obstaja med pristopoma zgodovinska povezanost (oba sta se uporabljala v javnih politikah /pristop kreativnih industrij je naslednik kulturno-industrijskega pristopa/), pa se »tisti, ki dajejo prednost terminu "kulturne industrije", nagibajo k precej večji treznosti v svojih trditvah glede vloge kulture ali kreativnosti v modernih ekonomijah in družbah [...] ter so občutno bolj skeptični glede prednosti marketizacije na področju kulture« (prav tam, 560) kot pa teoretiki kreativnih industrij. Hesmondhalgh (2008b, 567) obenem priznava, da teorije in politike kreativnih industrij s kulturnimi industrijami delijo »poudarek na specifičnih dinamikah ustvarjanja profita iz proizvodnje in diseminacije primarno simboličnih dobrih,« temeljna razlika pa je (samo)

pretirano ohlapna in zaradi svoje širine problematična definicija »kreativnosti« v pristopu kreativnih industrij (prav tam).

Morda ne gre spregledati, da (za razliko od Winsecka) Gandy (1992) v lastni razdelitvi izpostavlja tudi kritičnejše institucionalistične pristope k politični ekonomiji komuniciranja (npr. Bagdikian), ki nakazujejo omejenost individualne avtonomije posameznikov. Ti pristopi se osredotočajo na tržno koncentracijo in tesne povezave med člani uprav različnih korporacij, ki lahko vodijo v konflikte interesov (in so eden od virov odvisnosti), v analizo oblastnih struktur in v načine vzpostavljanja vpliva elit (prav tam, 35).

– **Pristop kulturnih industrij**

Tudi v tem primeru ima pomembni vpliv na pristop schumpeterianska institucionalna politična ekonomija. Po Winsecku (2011, 29–33) je ta šola osredotočena na edinstvene značilnosti medijske ekonomije in na ovire, ki naj bi omejevale popolno poblagovljenje kulture. Podobno, kot velja za šolo kreativnih industrij, tudi za pristop kulturnih industrij velja, da različnih kulturnih in informacijskih sektorjev med seboj ne bi smeli enačiti, saj obstajajo izjemne razlike že v njihovih organizacijskih značilnostih (glej Miège 1989). Med sektorji kulturnih industrij naj bi torej obstajale razlike, znotraj njih precej protislovij, poleg tega pa naj bi bile izjemno kompleksne. Pristop je kljub temu osredotočen predvsem na dejstvo, da gre za (raznolike) *industrije* (Hesmondhalgh 2007, 16–17, 34–35; 2008b, 553).

Garnham (1990, 156–157) je kulturne industrije v skladu s temi temelji definiral kot »tiste institucije v naši družbi, ki uporabljajo proizvodne in organizacijske načine, značilne za industrijske korporacije, za proizvodnjo in diseminacijo simbolov v obliki kulturnih dobrin in storitev, ki so običajno, čeprav ne zmeraj, blaga. [...] Za vse te kulturne procese je značilno, da v njih na neki točki najdemo uporabo kapitalsko-intenzivnih in tehnoloških sredstev množične proizvodnje ter distribucije, visoko razvito delitev dela in hierarhične načine menedžerske organizacije, in sicer s ciljem, če že ne maksimizacije profita, vsaj učinkovitosti.« Za prevladujoče kulturne industrije v dvajsetem stoletju je na primer veljalo, da temeljijo na *modelu »toka«* (radio, televizija), pri katerem je mogoče govoriti o *posrednem poblagovljenju*, saj se je medijska potrošnja vzdrževala in financirala prek oglaševanja in/ali z državnimi podporami (Winseck 2011). Model »toka« je nasproten *modelu založništva*, v katerem posamezniki dostop do kulturnih in medijskih dobrin plačujejo neposredno, zato je v tem primeru mogoče govoriti o *neposrednem poblagovljenju*. Z digitalizacijo naj bi prišlo do združevanja teh dveh modelov v *združeni model*, v katerem prihaja do mešanice neposrednega in posrednega financiranja in poblagovljenja, a tudi v tem primeru z medijskimi konglomerati nastajajo oligopolistična jedra. (prav tam)

Ključni avtorji tega pristopa po Winsecku (2011, 29–33) so Miede, Lacroix, Tremblay in Garnham, k njim pa lahko dodamo vsaj še Hesmondhalgha (2007; 2008b). Gre za predvsem evropske sociologe, ki se osredotočajo na posebnosti posameznih kulturnih industrij in se oddaljujejo od generalizacij ter splošnejših analiz, zaradi česar se pristop osredotoča na mezo- in mikroraven preučevanja pojavov. Gre za bolj ali manj kritični političnoekonomski pristop, ki se praviloma izogiba radikalnejšim kritikam temeljnih kategorialnih predpostavk kapitalizma (glej na primer Hesmondhalgh 2007; Garnham 2011), čeprav se od njih ne izolira v celoti (glej Hesmondhalgh 2008a). Poleg Schumpetra je vplive na pristop mogoče najti tako v marksizmu kot v osrednjem toku industrijske in informacijske ekonomije.

S to uporabno razdelitvijo je Winseck (2011, 16) hotel nasprotovati težnji, po kateri naj bi se politično ekonomijo komuniciranja pogosto predstavljalo, kot da konstituira enotno področje. A že pri Moscu (2009), proti kateremu je bila odkrito uperjena Winseckova kritika o (ne)enotnosti pristopov, je jasno, da s terminom *politična ekonomija komuniciranja* nikakor ni hotel predpostaviti homogenosti perspektiv. Omenjeni avtor (2009, 3. pogl.) je nenazadnje podobno kot Winseck podal razdelitev možnih aktualnih pristopov k političnoekonomskemu preučevanju medijev in komuniciranja, ki jih v temelju – podobno kot Gandy (1992) – ločuje na neoklasično paradigmo na eni strani ter na bolj ali manj heterodoksne pristope na drugi. Slednje nadalje deli na neokonservativni pristop, institucionalistični pristop (Veblen, Schumpeter, Galbraith), različne marksistične tokove, feministično politično ekonomijo in ekološki pristop. Kot omenjata Meehanova in Waskova (2013, 40), obenem drži, da v ZDA raziskovalci, ki se identificirajo s politično ekonomijo komuniciranja (oziroma medijev), praviloma delujejo znotraj različnih marksističnih tradicij. Zaradi tega je termin »rezerviran« za avtorje s kritičnimi raziskovalnimi izhodišči (podobno, kot je veljalo za Zahodno Nemčijo v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja /glej Hoffmann 1983, 12/). To je povezano predvsem s poimenovanjem pristopa, ki ga prevzemam tudi sam, in z zgodovinskimi značilnostmi, saj je v nasprotju z evropskim kontekstom v ZDA sfera kulture in medijec že tradicionalno v celoti prepuščena trgu.

4.1.4 Temeljne značilnosti raziskovalnega pristopa

V kritičnem političnoekonomskem raziskovanju medijev in komuniciranja, kot sem ga zastavil zgoraj, redno prihaja do aktivističnih pobud in aplikacij alternativnih ureditev. Kritiko obstoječega se torej prevaja na raven političnega delovanja in prakse. Zaradi tega so

izhodiščne predpostavke podobne že predstavljenim izhodiščem kritične teorije, po kateri *ne obstaja nevtrarno preučevanje družbe*. Kot svoj cilj lahko odkrit aktivistični pristop navaja povezovanje z družbenimi gibanji, ki si prizadevajo za radikalne družbene spremembe. Morda najbolj nedvoumne zagovore aktivizma v svojih delih podaja McChesney:

»Če imamo s kritičnim v mislih nedvoumni skepticizem do prevladujočih institucij (vključno z univerzo), ideologij in družbenih odnosov ter implicitno obvezo do bolj demokratičnega, egalitarnega in humanega družbenega reda, potem je pot za kritično znanje v komunikologiji morda usmerjena v popolnoma napačno smer. Kaže, kot da smo krenili proti točki, kjer bi termin kritično lahko izgubil svojo ostrino in se preprosto nanašal na zamejena območja preučevanja metodologij, s povezavo do gibanj za radikalno družbeno spremembo, pokopano pod množico akademskega žlobudranja.« (McChesney 1994, 340–341, avtorjeva poudarka)

Podobnega mnenja je Gandy (1992, 37), za katerega je prispevke radikalne politične ekonomije mogoče vrednotiti le glede na njen vpliv na konstrukcijo realnosti ter izpodbijanje *statusa quo*, ko uspešno seje dvom in kljubuje konvencionalnosti. Prav premoščanje razlikovanja med raziskovanjem in delovanjem je ena temeljnih značilnosti politične ekonomije. Za to značilnost se je najpogosteje uporabljal termin *praxis*. Gre za pojem, ki nakazuje preseganje dihotomije med teorijo in prakso prek povezovanja teh dveh kategorij (glej poglavje 2.1). Prve opredelitve *praxisa* izhajajo iz antične filozofije, saj je imel ta pojem pomembno vlogo že v Aristotelovih misli. Kot del praktičnega znanja, kamor je omenjeni filozof uvrščal ekonomijo, politiko in etične študije, naj bi bil njegov cilj – v nasprotju s teorijo, ki je iskala resnico – politično delovanje (Mosco 2009, 34). Svojo radikalno-kritično interpretacijo je pojem *praxisa* v modernih izvedenkah doživel predvsem v marksistični in anarhistični misli, zanjo pa se je še posebej zavzemal Gramsci (1971).

Temeljno enotnost med mišljenjem in političnim delovanjem, značilno za *praxis*, ki jo je v zgodnjih delih poudarjal Marx, je morda mogoče najpreprosteje povzeti z Marxovo (2008, 25, avtorjevi poudarki) razvpito enajsto tezo o Feuerbachu, v kateri zapiše: »Filozofi so svet samo različno *interpretirali*, gre za to, da ga *spremenimo*.« V njej se obenem zrcali pomembno in pogosto pozabljeno dejstvo, na katerega sem opozoril že zgoraj: radikalna analiza še ne vodi nujno v družbene spremembe, teoretska demistifikacija ne omogoči razbitja mita na ravni vsakodnevnih praks in dejavnosti. Interpretacija je le prvi korak v morebitnih družbenih spremembah, ki pa še zdaleč ni edini ali najtežji. Vloga *praxisa* se poleg tega kaže

v sami političnoekonomski analizi, pri kateri pogosto prihaja do že omenjenega gibanja od teorije do empirije in nazaj k teoriji.

Praxis je ena od štirih temeljnih značilnosti politične ekonomije komuniciranja, ki lahko tvorno prispevajo k bolj poglobljenemu razumevanju te raziskovalne tradicije. Z (zgoraj podanimi) definicijami si namreč pri razumevanju pristopa lahko pomagamo le do določene mere. Osrednje značilnosti, ki skupaj sestavljajo temelje politične ekonomije komuniciranja, so:

- praxis;
- opiranje na zgodovinske procese in zgodovino;
- izhajanje iz (družbene) totalitete;
- moralna filozofija.²¹⁴

Zgodovinski pristop je z razlago družbenih sprememb in zgodovinskih transformacij brez dvoma ena temeljnih značilnosti politične ekonomije komuniciranja, podobno kot velja za kritično teorijo nasploh (glej poglavje 2.4). Kritični pristopi k politični ekonomiji poudarjajo, da je kapitalizem posebni proizvodni sistem, ki ga je potrebno opisovati s prehodnimi kategorijami. Te ohranjajo svojo polno teoretsko veljavnost le v povezavi s tem proizvodnim načinom. V nasprotju s kritičnimi pristopi so pojmovanja osrednjega toka ekonomske misli nezgodovinska v smislu, da tovrstne kategorije predstavljajo kot nadzgodovinska in s tem »naravna«. Tudi nujnost izhajanja iz družbene totalitete (oziroma družbene celote, kar se včasih opredeljuje za holistični pristop), ki jo predpostavlja dialektika, sem podobno kot zgodovinski pristop podrobneje predstavil že v metateoretskih izhodiščih disertacije (glej poglavje 2), zato se k njima podrobneje ne vračam.

Drugače, kot velja za preostale tri značilnosti, o katerih obstaja znotraj politične ekonomije (komuniciranja) splošno strinjanje, je z vprašanjem moralne filozofije. Čeprav več avtorjev izpostavlja pomen moralnih norm pri političnoekonomski perspektivi (glej posebej Murdock 2011; prim. Hesmondhalgh 2008b, 553), vloga te značilnosti v tem pristopu ni tako enostavna. Zgodnji politični ekonomisti so po mnenju Mosca (2009, 33) kot filozofi praviloma prepoznavali svojo družbeno odgovornost pri prepoznavanju vizij, kaj naj bi bilo primerno in dobro življenje za celotno družbo. V tem smislu je mogoče zapisati, da so bile njihove teorije pogosto normativne. Do reza med moralno filozofijo in ekonomijo je prišlo

²¹⁴ Te značilnosti na različnih mestih izpostavljajo avtorji, ki se ukvarjajo s področjem politične ekonomije komuniciranja, med drugim Meehan, Mosco in Wasko (1994, 349–351), Wasko (2005, 26–27), Murdock in Golding (2005, 61), Mosco (1994; 2008, 89–90; 2009, 26–36), Wasko, Murdock, Sousa (2011b, 2), Winseck (2011, 23) ter Sevigiani, Prey, Sandoval, Allmer, Prodnik in Kreiling (2014).

šele konec devetnajstega stoletja s poskusi po vzpostavitvi objektivne in nevtralne ekonomije kot znanosti (glej Heilbroner 2000, 11. pogl.).

Mosco (2009, 34) priznava, da so v političnoekonomskih analizah mnenja o vlogi morale pogosto deljena, kar velja tudi za marksizem. Pri Smithu je na primer moralna filozofija (predstavi jo v zgodnjem delu *The Theory of Moral Sentiments*, ki je izšlo leta 1759, torej sedemnajst let pred *Bogastvom narodov*) vsebinsko dosledno ločena od njegove analize in dojemanja politične ekonomije (glej Smith 2010). Po mnenju Thompsona (2010, 332–335; prim. Heilbroner 2000, 3. pogl.) je »nova« politična ekonomija v resnici prav demoralizirala teorijo o trgovini in potrošnji. Smith je tako opustil moralne imperitive in če so stari pamfletisti (tradicionalisti) v njegovem časi bili v prvi vrsti moralisti, šele nato ekonomisti, se nova ekonomska teorija ni več spraševala o moralni politiki delovanja trga. Za maksimizacijo zadovoljstva na vseh straneh in vzpostavljanje skupnega dobrega naj bi poskrbel prosti trg. Na njem neodvisno delovanje akterjev, ki zasledujejo lastne egoistične interese, prinaša s seboj najboljše možne posledice za družbo kot celoto. »Prodor nove politične ekonomije prostega trga je bil hkrati propad stare moralne ekonomije skrbstva, [...] moralna ekonomija množice pa je še dolgo hiralala,« poudarja Thompson (prav tam, 318).

Enako velja za Marxa, čigar pozna političnoekonomska dela ne samo, da ne vključujejo moralnih sodb glede delovanja kapitalistov, za katere se zaveda, da delujejo po *intrinzičnih zakonih kapitala*, zaradi česar bodo na trgu praviloma propadli, če se jim ne uklonijo, ampak so ta dela s strani nekaterih avtorjev dojeta celo kot nepolitična (ali morda, bolje rečeno, predpolitična).²¹⁵

Dozdevalo bi se torej lahko, da opiranje na moralno filozofijo ali politično teorijo ni nujni del politične ekonomije, a gre za očitno notranje protislovje pri preučevani tematiki: zaradi izjemnega pomena tematik (med drugim proizvodnih odnosov in organizacije dela v družbi), s katerimi se ukvarja politična ekonomija, je pomen politične teorije in moralne filozofije izjemen tako takrat, kadar je govora o avtorjevih *izhodiščih* za političnoekonomsko

²¹⁵ Tezo o nepolitičnosti v analizi prve knjige *Kapitala* postavlja Jameson (2011), medtem ko je Lefebvre (1980) poudarjal, da Marxovo ekonomsko pojmovanje pušča politično problematiko odprto in nedodelano. Iz Marxove analize je izpuščena vloga države (ki jo je nameraval napisati kasneje), kar po Heinrichu (2012, 11. pogl.) dela kritiko kapitala za nepopolno, vodi lahko celo do nesporazumov. Podobno je z nekaterimi drugimi tematikami v marksizmu. Pogosto se pojem eksploatacije na primer predstavlja kot primer Marxove moralne kritike kapitalističnega akumulacijskega procesa, saj naj bi kapitalist nepravilno jemal delavcu. A gre za dosledno nemoralni, skorajda »tehnični« pojem. Marx namreč, ravno nasprotno, trdi, da je na ravni izmenjave na trgu menjava med prodajalcem delovne zmožnosti (kot oblike blaga) in kupcem v skladu s »pravili« kapitalistične blagovne menjave; pojem torej šele naknadno, izven te znanstvene analize, odpira polje za možnost političnega delovanja in boja. Podobno poudarja Heinrich (2012, 35): Marxov namen ni moralna kritika, prav tako ne obtožuje kapitalistov, da naj bi kršili večne norme pravičnosti. Prej mu gre za to, da bi dokazal faktično trditev o imanentni in destruktivni zmogljivosti kapitalizma, ki se reaktivira vsakič znova. To seveda ne pomeni, da te ugotovitve ne morejo aktivirati politične aktivnosti in ji služiti, dober primer nasprotnega je Negrijeva (1984/1991) reinterpetacija. Dojemati jih je mogoče kot predpolitične v smislu, da šele omogočijo politično delovanje na podlagi znanstvenih trditev.

analizo (iz kakšnih predpostavk raziskovalec izhaja), kot takrat, kadar je govora o *posledicah*, ki sledijo iz te ekonomske analize. Marxovo kritiko politične ekonomije se pogosto uporablja kot osnovni temelj zelo različnih oblik političnega delovanja, saj je bilo po njegovem mnenju le z dobrim razumevanjem (proizvodnih in drugih) odnosov v družbi mogoče vzpostaviti učinkovit politični boj. V tem smislu je politična ekonomija predpolitična, saj omogoči politično delovanje in spreminjanje prehodnih družbenih struktur in odnosov.

4.1.5 Moralna ekonomija in vzpostavljanje skupnega

Poleg ne povsem transparentne vloge moralne filozofije v politični ekonomiji je v njeno analizo mogoče vključiti vprašanje raznolikih moralnih ekonomij (glej Thompson 2010; Murdock 2011). V Smithovem času je bila to praktična negacija politične ekonomije, ki je v zadnjih stoletjih v družbi postajala postopno, a vztrajno, prevladujoča. Šlo je za praktični *odziv* navadnih ljudi na nove norme in pravila politične ekonomije. Če je za tradicionalno moralno ekonomijo še bilo mogoče reči, da je bila vsaj v časih draginje zavezana k simbolični solidarnosti med vladarji in reveži, je nova »narava stvari« z vzponom klasične politične ekonomije narekovala solidarnost med vladarji in vlaganjem kapitala (Thompson 2010, 311).²¹⁶ V tem pogledu je mogoče govoriti o raznolikih moralnih ekonomijah skupnosti, množic ali revežev (prav tam, 262), ki so bile neposredno protikapitalistične. Prek praktičnih uporov in vzpostavljanja alternativnih praks (ne pa le moralnih sodb) proti družbenim

²¹⁶ Represija nad množicami se je v Angliji osemnajstega stoletja pričela opravičevati z zmagoslavjem ideologije politične ekonomije. Do takrat značilni ljudski nemiri, ki so bili povezani s prepričevanjem pridelovalcev in trgovcev, da so znižali cene (in z akcijami množic, ki so postavljale poštene cene za dobrine), so postali prekršek proti politični ekonomiji: predstavljali so neupravičeni napad na zasebno lastnino. Za politično ekonomijo je bilo vsakršno »nasilno« poseganje v delovanje trga nedovoljeno (Thompson 2010, 308–309, 347–349). Polanyi (2008, 194) je to temeljno spremembo povzema s temi besedami: »Nobenega določanja višine mezd, nobene podpore delazmožnim nezaposlenim, a tudi nobenih minimalnih mezd ali varovanja pravice do preživetja. Delovno silo je bilo treba obravnavati v skladu s tem, kar je bila, namreč blago, katerega ceno določa trg. Zakoni trgovine so bili naravno zakoni in zato božji zakoni. [...] *Laissez-faire* je bil za politike in uradnike kratko malo načelo, kako za minimalne stroške uveljaviti zakon in zagotoviti red. Reveže je treba prepustiti trgu in vse drugo se bo uredilo samo po sebi.« Številni misleci so v tistem času bili (surovo brezbrizno) prepričani, da je življenje množice državljanov na robu revščine preprosto cena za najvišjo stopnjo družbene blaginje (prav tam, 195 in naslednje strani). Kot opominja Thompson (2010, 311–312), si ne moremo »zlahka predstavljati, da je v kakšni manjši in bolj povezani skupnosti obstajal čas, ko se je zdelo "nenaravno", da bi kdor koli koval dobiček iz stisk drugih in da bi morale cene "dobrin" ostati na običajni ravni tudi v času stiske, čeprav jih je povsod primanjkovalo.« Moralna ekonomija množic, ki se je zelo selektivno napajala v paternalističnem (tradicionalističnem) modelu ekonomije (predvsem v načelih, ki so bila blizu revežem, na primer v cenah žita) je bila usmerjena proti kopičenju, mešetarjenju, zadrževanju ponudbe in drugih oblik tržnega špekuliranja, pri svojih univerzalističnih pozivih pa se je napajala predvsem v splošnih pojmih o pravicah in enakosti (prav tam, 257–263). Značilna oblika neposredne akcije množic so bili predvsem ljudski pulti, pri katerih je bilo v središču postavljanje pravičnih cen (in ne kraja žita ali moke, ki se je dogajala redkeje). Po mnenju Thompsona (prav tam, 282) ni dvoma, da je te akcije podpirala večina prebivalstva, saj je obstajalo obče prepričanje, da je v časih draginje potrebno uravnavati cene in lovce na dobiček izvreči iz družbe (prav tam, 282, 311–312). Čeprav te moralne ekonomije ni mogoče imeti za politično v kasnejšem pomenu, je prav tako ni mogoče imeti za nepolitično, saj »je predstavljala trdno določene in strastno branjene pojme o skupnem dobrem.« (prav tam, 235) Svobodno razpolaganje kmeta, da bi počel z lastnino, kar bi hotel, bi pomenilo, da ima »naravno« svobodo (ne pa »civilno«), ki je svoboda divjaka; kdor se okoristi z njo, si ne zasluži varstva in tiste moči, ki jo nudi družba (prav tam, 246). Moralna ekonomija skrbstva je v Angliji po osemnajstem stoletju odmirala, kmalu pa je prišlo tudi do alternativnih oblik ekonomskega pritiska: do zahtev po višjih mezdah. Prostor razredne vojne se je iz tržnice, ki je predstavljala prostor družbenih in ekonomskih vezi, prestavil v tovarne in rudnike.

transformacijam so kazale na nemoralnost dobičkarstva, ki ne bi smelo biti pred potrebami ljudi (prav tam, 410).²¹⁷

Glede na povedano je mogoče zapisati, da gre v primeru moralnih ekonomij za združitev dveh značilnosti politične ekonomije komuniciranja: praxisa in (protikapitalistične) moralne filozofije. Pri tem ni potrebe, da so različne oblike moralnih ekonomij vselej tradicionalne ali zazrte v preteklost. Še danes se namreč v praksi obnavljajo kot kritika kapitalizma, kot upori, ki jih lahko odkrivamo v močno raznolikih praksah (prav tam, 413–414). Murdock (2011, 17–18) na primer ločuje med tremi področji, ki jim pripadajo trije tipi moralnih ekonomij (glej tabelo 4.3). Civilno družbo je pri tem tesno povezoval z vzpostavljanjem skupnega: z darovi, z vzajemnostjo in s solidarnostjo. Na digitalnih komunikacijskih platformah se po njegovem danes to kaže predvsem s souporabo, sodelovanjem in soustvarjanjem, ki gre onkraj blagovne menjave (prav tam, 27). V tem smislu je različne tipe moralnih ekonomij mogoče definirati kot praktične alternative kapitalistični ekonomiji, ki se vzpostavljajo tudi danes in jih je med drugim mogoče prepoznati v komunikacijski sferi.

Tabela 4.3: Nasprotujoče si in tekmujoče moralne ekonomije (Murdock 2011, 18).

KAPITAL	DRŽAVA	CIVILNA DRUŽBA
Blaga	Javne dobrine	Darovi
Cene	Davki	Recipročnost
Zasebna lastnina	Souporaba	Soustvarjanje
Potrošniki	Državljeni	Komunardi/občani
Svoboda	Enakost	Vzajemnost

²¹⁷ V slovenskem prostoru je mogoče zaznati močan vpliv moralne ekonomije in nasprotovanje kapitalističnemu dobičkarstvu še pred koncem devetnajstega stoletja, ko ideologija politične ekonomije v družbi ni prevladovala, kapitalizem pa se je šele pričel vzpostavljati. Časopisi so, podobno kot politika, bili v tem času zelo kritični do kapitalizma, borz in špekulantov (glej Zajc in Polajnar 2012, 3. pogl.). Ob sesutju dunajske borze leta 1873 so na primer nemški liberalci še naprej podpirali gospodarsko svobodo, slovenski pa so se zavzemali za protekcionizem (prav tam, 18). Ta zlom je imel tudi daljnosežne posledice, saj je liberalizem pričel izgubljati svojo privlačnost (prav tam, 47). Po krizi je v slovenskem političnem taboru na moči pridobivalo protiliberalno razpoloženje (prav tam, 48), ki se je močno odražalo v poročanju tiska. Časopisi so kritizirali finančne mahinacije, bankam očitali, da jim ni mar za ljudi, ampak le za dohodke; izpostavljali so »dunajsko korupcijo«, ki naj bi jo pospeševal obstoječi vladni sistem, in nasploh kritizirali ekonomski liberalizem (prav tam, 49–52).

Pojem skupnega je torej tesno povezan z moralnimi ekonomijami, v Murdockovi razdelitvi pa ga lahko ločimo tako od države oziroma državnega lastništva kot od zasebnega lastništva in kapitalističnega blagovnega trga.²¹⁸ Številni avtorji pojem *skupnega* zato dojemajo prav kot alternativo binarni opoziciji neoliberalne privatizacije in državne (javne) lastnine, s čimer se ga uvršča onkraj »slavne« liberalne dihotomije (glej Macpherson 1973, 6. pogl.; Mosco 1989, 24; Bobbio 1989, 1. pogl.; Negri 2008, 4. pogl.; Negri in Hardt 2009; 2010; Hands 2011; Murdock 2011). Macpherson (1973, 134) piše: »če državna lastnina lahko podpira, skupna lastnina ovira tržno alokacijo.« Podobno značilnost izpostavlja Dyer-Witford (2007, 28), ki poudarja: »Če je blago elementarni del kapitalizma, je celična oblika družbe onkraj kapitala *skupno*.« Slednje je zato mogoče dojeti kot praktično alternativo tendenci kapitala po poblagovljenju vseh vidikov materialnega in družbenega življenja.

Pojem skupnega ob tem omogoča alternativni pristop k oblikam kooperativnega del(ovanj)a, ki ni podrejeno diktatom trga, nemogoče pa ga je spregledati ob vzponu novih oblik kapitalistične akumulacije ter z njo povezanih tehnik lastninjenja (podrobneje sem jih analiziral v poglavju 3.3). Že v sami besedi *skupno* so nakazane tematike, s katerimi se vsaj posredno, če že ne neposredno, ukvarja politična ekonomija: ekonomsko izključevanje in dostop do virov preživetja, ki je tesno povezano z vprašanji ekonomske (ne)enakosti, z vprašanji lastnine in lastniških pravic, z alternativnimi pristopi do dela in urejanja ekonomije, ki se ne podrejata (i)racionalnosti kapitala in tako dalje.

Prvotno pojmovanje skupnega se je osredotočalo predvsem na skupno lastništvo oziroma na posest določenih področij, dobrin, sredstev in virov, kar je mogoče opredeliti za političnoekonomski pogled na skupno. Biopolitična interpretacija *skupnega* danes zaobjema še številne druge pomene: človeškim bitjem (generične) skupne lastnosti; *skupno* kot radikalno demokratično upravljanje oziroma kot obliko absolutne demokracije; *skupno* kot

²¹⁸ Beseda *skupno* oziroma *commons* ima v angleškem jeziku dvoimen pomen, kar se vsaj posredno prenaša tudi v slovenski jezik. Poleg nečesa, kar se pomensko navezuje na skupno v smislu 'neke skupne značilnosti, dobrine ali skupne »posesti« (zgodovinsko predvsem zemljišča)', beseda označuje tudi 'ljudsko, navadno, preprosto ali plebejsko'. Za elite je beseda pogosto označevala tudi nekaj, kar je prostaško ali vulgarno. K čedalje večji semantični zmedy v angleškem jeziku je dodatno prispevala uporaba besede v ednini in množini, saj se danes pogosto izmenjujeta besedi (*the*) *common* in *commons*. Za prvo omenjeno besedo je mogoče zapisati, da je širša, vključuje vse vidike, področja in sfere življenja ter je usmerjena v politično delovanje (je tako rekoč biopolitična /glej Negri in Hardt 2009; 2010/). Vendar izhaja iz besede *commons*, ki je od šestnajstega stoletja naprej v Angliji označevala svobodno proizvodnjo ljudi, ki nimajo gospodarjev in potemtakem z njihove strani niso zaslužjeni (Negri in Hardt 2009, 171; Hands 2011, 162–166). Prvotna uporaba v angleškem jeziku je bila torej bolj omejena in se je tesno navezovala na posest ter kolektivno lastništvo (ni zato naključje, da se v skoraj enakem zgodovinskem obdobju prične razvoj zasebne lastnine, ki postane prevladujoča v družbi, temelječi na kapitalistični menjavi blaga). Anglosaksonska uporaba besede *commons* je blizu tudi izvirniku, ki izhaja iz besede *commun* in se v tem okolju začne uporabljati v fevdalizmu s pohodi normandijskega vojvode Vilijema Osvajalca leta 1066, etimološko gledano pa je latinskega izvora (Lipietz 2009). Označuje komunalno lastnino kmetov, predvsem skupna zemljišča in gmajno. Lipietz (prav tam) na podlagi značilnosti, ki so bile značilne za besedo v latinščini, ocenjuje, da iz nje izhajajoči družbeni odnosi spadajo med progresivnejše oblike družbene organizacije. Že beseda v sebi nosi dvojen pomen: darila in obveznosti. To kaže prisotnost odnosov recipročnosti, ki niso nujno formalno institucionalizirani.

alternativo dihotomiji med univerzalnim in partikularnim; in skupne aktivnosti ter (nujno) kolektivno delo(vanje) živega dela (glej Prodnik 2011a, 26–29).

Za političnoekonomski pristop je značilno odmišljanje teh raznolikih (in vsekakor pomembnih) pomenov skupnega in osredotočanje na vprašanje lastništva. Eno osnovnejših tovrstnih definicij podaja Nonini (2007b, 1), za katerega gre pri *skupnem* »za tiste skupine in skupke stvari ter virov, ki jih imajo človeška bitja za skupna ali jih predajajo v uporabo v svojem imenu, v imenu drugih človeških bitij, prejšnjih in prihodnih generacij ter so ključna za njihovo biološko, kulturno in družbeno reprodukcijo.« Gre za »raznosterost naravnih, fizičnih, družbenih, intelektualnih in družbenih sredstev, ki omogočajo človekovo preživetje.« (prav tam) Težava te definicije je, da se preveč izolirano osredinja na sredstva, stvari in vire, s čimer se izgublja družbeni odnosi, ki so njihov nujni sestavni del. Kot nakazujejo Bollier (2002), Dyer-Witheford (2007, 28), Negri in Hardt (2009) ali Lipietz (2009), pri *skupnem* ne gre preprosto za skupne stvari ali *področja*. Podobno kot pri blagu je pomembnejša prisotnost družbenih odnosov, na primer dela oziroma delovanja, sodelovanja, upravljanja, in širše skupnega življenja v družbi. Ti odnosi ohranjajo, vzpostavljajo ali obnavljajo skupno in so usmerjeni k skupnemu delovanju ali k nekim določenim skupnim ciljem. Tako vzpostavljanje kot ohranjanje in proizvodnja tega, kaj naj bi v neki družbi bilo (in služilo kot) skupno, je poleg tega zmeraj (možno konfliktno) politično vprašanje.

Opredeliti je mogoče štiri tipe skupnega (glej tabelo 4.4): 1) materialni svet in okoljske vire; 2) družbena in kooperativno ustvarjena sredstva in področja; 3) genetski material in biotična raznolikost; 4) znanje, kulturo, kreativnost, komuniciranje in informacije kot oblike skupnega (glej Prodnik 2011a).

Tabela 4.4: Shematična razdelitev oblik skupnega iz gledišča politične ekonomije.

Tipologija oblik skupnega	VISOKO SUBTRAKTIVNO <i>Relativno konkurenčna logika</i> <i>Materialne in nematerialne oblike</i>	NIZKO SUBTRAKTIVNO <i>Nekonkurenčna logika</i> <i>»Neotipljive« oblike (informacije)</i>
»NARAVNE« OBLIKE	MATERIALNI SVET, OKOLJSKI/EKOLOŠKI VIRI	GENETSKI MATERIAL, BIOTSKA RAZNOLIKOST, TRADIC. ZNANJE
»USTVARJENE« OBLIKE	DRUŽBENE, KOOPERATIVNE OBLIKE SKUPNEGA	INTELEKTUALNO, KOMUNIKACIJSKO, KREATIVNO ZNANJE/PROIZVODNJA

Na prvi pogled tipi skupnega, ki jih opredeljujem, nimajo prav veliko s politično ekonomijo komuniciranja ali s področjem informacij in komuniciranja. A prav na tej točki se izkaže lucidnost že omenjene ugotovitve Dana Schillerja (1996, VII; 1994, 359; 2007, 25–27), da si zaradi širitve informacij in komuniciranja prek obsežnih območij družbe, kritična komunikologija ne more več privoščiti, da bi preučevala le ozko zamejeno področje medijev. Povezave in sovpadanja se s pronicanjem poblagovljenja vzpostavljajo tudi tam, kjer jih poprej ni bilo.

Poblagovljenje informacij o genetskem materialu ali drugih bioloških procesih, katerih karakteristike so mogoče povsem neotipljive in jih ne more zmanjkati (poleg tega jih lahko istočasno uporabljajo številni ljudje), lahko neposredno vplivajo na povsem otipljivi svet, saj zaradi omejevanja dostopa do informacij onemogočajo »fizično« proizvodnjo v naravnem okolju.²¹⁹ Poenostavljeno rečeno: če je *akumulacija kot odvzemanje* zgodovinsko bila sprva uperjena proti fizičnim prostorom in ozemljem, danes podobni procesi potekajo pri samih informacijah določenih bioloških procesov v fizičnem svetu. Podobno velja za polje družbeno ustvarjenih oblik skupnega. Nekateri tipi skupne kulturne, znanstvene in kreativne proizvodnje so namreč onemogočeni zaradi poblagovljenja in lastninjenja samih informacij s področja znanja, znanosti ali kulture (o teh procesih glej poglavje 3.3.3; Prodnik 2011a; 2011b).

²¹⁹ Nadvse simptomatično je, da je čedalje več kmetov in pridelovalcev (predvsem v finančno revnejših državah) odvisnih od patentiranih semen, v nakup katerih so zaradi pogojev korporacij v mnogih primerih prisiljeni vsako leto znova. Takšna semena namreč nikoli niso zares prodana, ampak kmet samo zakupi dostop do intelektualne lastnine za določeno obdobje (Rifkin 2000, 67–68). Korporacije, ki si lastijo to naravno bogastvo, z dobavljanjem semen nadzorujejo čedalje večji del svetovne agrikulturne proizvodnje, kar je neposredni pokazatelj hitrega razpadanja meja in vsaj posrednega vpliva, ki ga lahko ima lastništvo *neotipljivih informacij* na povsem materialno proizvodnjo in dobrine.

4.2 »Predzgodovina« politične ekonomije komuniciranja

»Tisti, ki plača goslarju, izbere pesem.«

Edward A. Ross (1910/1918, 82) o množičnih medijih.

Sami začetki politične ekonomije komuniciranja so povezani z radikalno kritiko modernih (množičnih) medijev in avtorji, ki jih štejemo med predhodnike tega pristopa (glej Theobald 2006; Berry in Theobald 2006; Berry 2010). Sistematično kritiko medijev in komuniciranja lahko v štiridesetih in petdesetih letih prejšnjega stoletja najdemo že vsaj pri Adornu, Horkheimerju in Innisu, kmalu za tem tudi pri Smythu.²²⁰ Čeprav se kot »legitimne« predhodnike političnoekonomskega pristopa omenja predvsem prve tri avtorje, je za vplive na ta raziskovalni pristop nujno potrebno pogledati dlje v zgodovino kritične družbene in komunikološke misli.

Pri političnoekonomskem pristopu k analizi komuniciranja in medijev so imeli na predstavnike zgodnje frankfurtske šole (posebej Benjaminu, Horkheimerju in Adornu) poleg Marxa pomembni vpliv začetniki komunikologije, med njimi Bücher in Kraus (glej Theobald 2006, 27). Zadnja omenjena avtorja je skupaj s Kniesom in Schäfflejem mogoče opredeliti tudi kot zgodnja radikalna medijska kritika, čeprav se »očetovstvo« kritične komunikologije pogosto nepravilno pripisuje frankfurtski šoli (Berry 2010, 320–321).²²¹ Ob tem vsekakor ne gre pozabiti na Marxa, ki je imel izjemni vpliv na celotno družboslovje, z analizo delovanja kapitala pa predvsem na področje politične ekonomije, ki se neposredno prenaša v pristop politične ekonomije komuniciranja. V kritiki politične ekonomije, ki jo je spisal v *Kapitalu*, je namreč predpostavil nekatere neizogibne pojme za ta pristop (med drugim vlogo presežne vrednosti in poblagovljenja pri delovanju in širitvi kapitalizma, blagovnega fetišizma,

²²⁰ Glej Adorno (1945; 1991/2001), Adorno in Horkheimer (2002, 4. pogl.), Innis (1942; 1950/2007; 1951/2008). Med pomembne predstavnike frankfurtske šole, bi lahko s prispevki k preučevanju tehnologije in posredno medijev uvrstili tudi Benjamin (1998) z besedilom *Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati*, in nekatera Marcusejeva besedila, ki se bodisi navezujejo na vlogo tehnologije v družbi (glej npr. Marcuse 1998) bodisi na t. i. enodimenzionalnost človekovega obstoja, pri kateri igrajo pomembno vlogo množični mediji. O vplivu frankfurtske šole na politično ekonomijo komuniciranja glej poleg Babejeve knjige (2009) in Fuchsovega uvoda v področje (2011) na primer tudi besedilo Bettiga (2002), ki vključuje premislek in kritiko, ki jo je proti pesimizmu Adorna in Horkheimerja kasneje podal Enzensberger. Le malo za omenjenimi avtorji je sicer s svojimi analizami pričel tudi Smythe, ki se je v enem prvih besedil opiral na analizo frankfurtske šole o avtoritarni osebnosti (glej Smythe 1954a).

²²¹ Med predhodnike radikalne medijske kritike Theobald (2006, 20–22) in Berry (2010) poleg Marxa uvrščata še H. Wuttkeja, F. Lassala, S. Kierkegaarda in K. Krausa. Berry (2010, 320) ob tem omenja, da se je radikalna kritika množičnih medijev občasno pojavljala že poprej, med drugim v Angliji v šestnajstem stoletju. Avstrijec Karl Kraus je mnogokrat spregledani satirik, ki je do leta 1920 izdal prek petsto števil kritične satirične revije *Die Fackel [Bakla]* (Berry 2010, 321). Hanno Hardt (2001) med zgodnje utemeljitelje poleg Marxa, Bücherja, Tönniesa, Webra in nekaterih drugih avtorjev v svojih analizah uvršča Schäffleja in Knies, ki ju podrobneje obravnavam v nadaljevanju.

kapitalistične akumulacije in kritike ideologije /glej npr. McChesney 2007, 55–57/), obenem pa je ponudil nezanemarljiv vpogled v vlogo kapitala pri tehnoloških in prostorskih spremembah, ki se neposredno dotikajo komunikacije in komunikacijskih sistemov (glej Harvey 2006; 2010a; 2011a). Z utemeljitvijo materialističnega pristopa je imel zelo pomemben vpliv na epistemološki ravni, medtem ko sta na metodološki ravni analize pomembni predvsem njegovi opredelitvi dialektike in abstrakcije.

4.2.1 Širši vpliv Marxa na kritične analize tehnologije in komunikacij

Dyer-Witheford (1999, 38–42) je prepoznaval različne obraze Marxa, ko je le-ta govoril o tehnologiji. Med drugim je po njegovem mogoče videti tehodeterminističnega Marxa, tehnofobičnega, distopičnega in neoludističnega, a tudi takšnega, ki prepoznava emancipatorične zmožnosti tehnologije.²²² Marx po besedah Dyer-Witheforda ni bil osredotočen le na industrijsko proizvodnjo in tovarne, ampak tudi na ostale tehnološke inovacije njegovega časa, med drugim na komunikacije in transport. Pri tem je izpostavljал predvsem vlogo novih komunikacijskih kanalov kot nujnih sestavin širitve in avtonomizacije svetovnega trga:

»Za Marxa so bili telegraf, parnik in železnice neločljive spremljevalne okoliščine razvoja proizvodnje v tovarnah, instrumenti za ustvarjanje svetovnega trga, nujnega pri oskrbovanju s surovimi materiali in absorpciji dobrin proizvedenih z industrijsko mašinerijo, širitev kapitalove nenehne revolucionizacije proizvodnih sredstev.« (Dyer-Witheford 1999, 41)

Šlo je za manifestacijo neizprosne dinamike, ki je buržoazijo prisilila v ugnezdenje in vzpostavljanje povezav povsod po zemeljski obli (kar je z drugimi besedami mogoče opredeliti za globalno ekspanzijo kapitalizma, katere spremljevalna značilnost je bilo obče poblagovljenje). Tendenco kapitala po preseganju prostorskih ovir, ki je predpogoj podjarmljanja sveta blagovni menjavi, je Marx (1973/1993, 539) ponazarjal s tezo o izničevanju prostora skozi čas [*den Raum zu vernichten durch die Zeit*]. Nekateri avtorji tezo povezujejo z napovedovanjem razvoja komunikacijskih sredstev in z njihovim izrabljanjem s

²²² Za Harveya (2006, 98) je ena najbizarnjših dezinterpretacij Marxa prav tista, ki iz njega dela tehnološkega determinista, s čimer se strinjam tudi sam. Ta napačna razlaga izhaja iz nerazumevanja dialektike kot temeljnega Marxovega raziskovalnega pristopa (o dialektiki glej poglavje 2.3). Harvey (2006, 4. poglavje) podaja interpretacijo vloge tehnoloških sprememb pri razvoju kapitalizma, ki je prisotna pri Marxu. Na tem mestu to splošnejšo vlogo tehnologije puščam ob strani in izpostavljam predvsem vlogo, ki so jo pri razvoju in širitvi kapitalizma v njegovi teoriji imele komunikacijske tehnologije. Zanimivo je, da so nekateri komentatorji Herberta Schillerja, ki ga je mogoče označiti kvečjemu za radikalno skeptičnega do tehnološkega determinizma, podobno obdolžili sovraštva do tehnologije (glej Maxwell 2003, 6–7).

strani kapitala (npr. hitrejši transport blaga, ljudi in sporočil v prostoru), čeprav pri Marxu ta povezava ni nedvoumna (glej Mosco 2009, 157–158).²²³ Ob očitni vlogi komunikacij pri globalni ekspanziji kapitala je dejstvo, da za Marxa niso bile nepomembne niti osvobodilne zmogljivosti komunikacijskih revolucij. Poleg transporta blaga so bili pomembni telegraf, hitre poštne pošiljke in potovanja, ker so lahko razbijali lokalizem in ozke nacionalne interese. S tem je razvoj komunikacijskih kanalov vseboval zmožnost za spodbujanje proletarskega internacionalizma in povezovanje delavcev po svetu (Dyer-Witheford 1999, 41).

Pri Marxu so bile tehnologije torej notranje dinamične, konfliktne in protislovne reči, odvisne od širših družbenih gibanj in materialnih odnosov moči. S seboj so nosile zmožnosti tako za zatiranje kot za svobodo in družbeno občevanje (prav tam, 42). Fuchsovo (2008, 215) kasnejšo opredelitev protislovnih zmogljivosti tehnologij, po kateri naj bi njeni dvostranski učinki »hkrati omogočali in omejevali človeška delovanja,« lahko zato vidimo kot skoraj neposredno preslikavo Marxovega pogleda, ki opozarja na njihova notranja protislovja.

Fuchs (2011a) je, podobno kot Dyer-Witheford, opozarjal, da so se Marxovi interesi pogosto osredotočali na področje komunikacijskih tehnologij in medijev, čeprav pomen teh tehnologij v njegovem času še ni bil tako močno izpostavljen, kot je danes. A obenem je imel srečo, da je živel v obdobju, ko je prihajalo do nekaterih največjih revolucij na področju komunikacijskih tehnologij. Že v sredini devetnajstega stoletja je na primer bila vzpostavljena telegrafska povezava med Londonom in Parizom. To je omogočilo komuniciranje v skorajda realnem času med borzama teh dveh mest. V šestdesetih letih tega stoletja je bil uspešno položen tudi čezatlantski podmorski kabel, še za časa Marxovega življenja pa je bila vzpostavljena več kot enajst tisoč kilometrov dolga neposredna povezava med Londonom in Kalkuto (prek Berlina, Varšave in Teherana), ki je bila v času britanskega imperija indijska prestolnica (glej Winseck in Pike 2007, 1. pogl.). Eksplozijo mednarodnih komunikacij so spremljali novi globalni tokovi kapitala, špekulativne finančne investicije onkraj nacionalnih meja (kapital se znotraj njih ni mogel več širiti /glej Harvey 2003, 43–44/) in integracija svetovne ekonomije. To je tudi zaradi tehnoloških sprememb takrat aktualno fazo (globokega) globalizma občutno ločevalo od predhodnih faz (Winseck in Pike 2007, 1. in 2. pogl.).

Fuchs (2011a) v natančni analizi dokazuje, da so omenjene nove komunikacijske tehnologije že igrale tako pomembno vlogo, da se je družbenih sprememb zelo dobro zavedal tudi sam Marx (prim. Melody 1993, 68–70). Prav na podlagi tega Fuchs (2011a, 142) trdi, da je »Marx predvidel vzpon medijsko osnovanega kapitalizma.« Prek nastavkov v njegovi misli

²²³ Vloga prostora in časa v povezavi s kapitalizmom je postala pomembna v kritični geografiji, na primer pri Harveyu (glej 2011a), ki je na podlagi tega razvil pojem časovno-prostorske kompresije, pa tudi pri Saskii Sassen in Neilu Smithu.

je namreč mogoče razumeti vlogo komuniciranja in medijev na različnih ravneh, ki so v njegovem obsežnem opusu bodisi nedvoumno bodisi le implicitno nakazani, je prepričan Fuchs (prav tam, 141–160).

- a) *V proizvodnji blaga.* Specifično gledano se le-ta kaže v iznajdbi medijskih tehnologij, ki naj bi bile s širitvijo znanja koristne za kapital. Medijske tehnologije naj bi v tem smislu posledično delovale kot tehnologije racionalizacije. Poleg tega je skozi Marxovo kritiko politične ekonomije mogoče prepoznavati specifične procese koncentracije kapitala in centralizacije na področju medijev. Medijski kapital je imel posebno vlogo pri proizvodnji medijskih vsebin, saj so v njem v prvi vrsti prisotni ekonomski interesi, posredno pa je ustvarjal mezdne kognitivne delavce v medijskih korporacijah. Mediji imajo splošno vlogo še v znotrajorganizacijskem korporativnem komuniciranju, saj pri transportu blaga komuniciranje postane ključnega pomena za koordinacijo. Ne gre spregledati niti splošne vloge medijev v globalizaciji kapitalizma, kjer so pri ekspanziji kapitala v času in prostoru nujno potrebna komunikacijska sredstva (prim. Melody 1993, 69).
- b) *V cirkulaciji blaga.* Na tej ravni se kaže predvsem infrastrukturna vloga komunikacijskih tehnologij. Vsebine morajo biti prenesene, kar je mogoče le prek tehnologij, ki omogočajo prenos, to pa omogoča akumulacijo kapitala v medijskem sektorju (te tehnologije so danes predvsem pod nadzorom profitno orientiranih korporacij). Mediji so ob tem nosilci oglaševanja, ki spodbuja prodajo blaga in potrošnjo nasploh. Poleg teh dveh specifičnih obstajata v cirkulaciji tudi splošni funkciji medijev, namreč pri pospeševanju cirkulacije blaga in zmanjševanju časa, ki je potreben za potek akumulacijskega procesa [*capital turnover*]. Svet ob tem postaja tehnološko omrežen s komunikacijskimi sredstvi, kar je skupaj s transportnimi sistemi izjemnega pomena za cirkulacijo kapitala. Komunikacijske tehnologije kapitalu tako omogočajo, da doseže in izgradi oddaljene trge, posledica česar je globalizacija svetovne menjave in globalna širitev cirkulacijske sfere kapitala (na kar je pred Marxom opozarjal že Knies). Prostorska širitev kapitala je zato povezana z različnimi dojemami prostora in časa ter s spremembami v teh zaznavah.
- c) *V cirkulaciji in posredovanju idej.* V širjenju in utemeljevanju ideologije v kapitalizmu sta Marx in Engels po mnenju Fuchsa anticipirala vlogo medijev kot a) tehnologij zavesti (na primer Enzensberger, Herbert Schiller) na eni strani in b) prek ideologije kot sestavnega dela blagovnega fetišizma na drugi (glej tudi poglavji 3.2.5 in 3.2.6).
- d) *Pri alternativnih medijih.* Pri tisku je mogoča alternativna medijska uporaba in interpretacija ter proizvodnja medijskih vsebin; pod posebnimi pogoji bi tisk tako lahko opravljal kritično funkcijo v družbi, zato po Marxu ni mogoče izpustiti vloge alternativnih medijev v družbi.

Melody (1993, 69) opozarja, da je Marx celo zaslutil možnost, da bi lahko prišlo do razvoja trga v samih informacijah. Pozornost je posvetil dejstvu, da bi lahko »izboljšave v sredstvih komunikacije spodbudile tekmovanje med delavci v različnih prostorih in lokalno tekmovanje spremenile v regionalno ali nacionalno tekmovanje.« (prav tam) Tega dejstva Fuchs posebej ne izpostavlja, ko omenja vzpostavitev svetovnega trga s pomočjo komunikacijske infrastrukture, a je opazka brez dvoma izjemnega pomena, saj nakazuje drugo možnost – zmožnost za razgradnjo in ne za vzpostavitev solidarnosti med proletarci zaradi občutne prostorske ločenosti (kar se danes kaže zaradi globalizma in delitve dela).

Marx se je v svojih besedilih neposredno dotikal (ožje) problematike tiska in medijev, omenjene pri Fuchsu v zadnjih dveh točkah. Pri tem gre predvsem za njegove zgodnje članke (glej Marx 1984; H. Hardt 2000; 2001; Splichal 2002, 112–128), ki jih je pisal za časopise in revije, v prvi vrsti za *Novi renski časnik* [*Neue Rheinische Zeitung*]. V njih se poleg kritike cenzure kažejo emancipatorične zmožnosti, ki bi jih po njegovem lahko pomagal vzpostaviti tisk, njegove analize pa je mogoče neposredno navezati na kritično komunikologijo in jih umestiti med prve resne zametke (kritike) politične ekonomije medijev.

McChesney (1994, 341–342) je kot nujnost političnoekonomskega pristopa h komuniciranju opredeljeval zgodovinsko perspektivo. S tem ni imel v mislih le družbenih procesov, ki so se mu za to področje zdeli pomembni in sem jih že izpostavljal, ali dolge zgodovine družbenih in političnih gibanj, ki so se mu zdela enako pomembna. Ciljal je na zgodovinsko zavedanje glede razvoja discipline, iz katere raziskovalec izhaja, in ključnih avtorjev, ki so vzpostavili določeno raziskovalno tradicijo in področje. V nadaljevanju se zato tudi sam podrobneje posvečam avtorjem, ki jih je mogoče dojemati kot ključne predhodnike politične ekonomije komuniciranja.

4.2.2 Marxova mladostna kritika cenzure in svoboda tiska

Nobenega dvoma ni, da poleg Marxovega temeljnega prispevka k celotnemu družboslovju in filozofiji ostajajo za področje kritične komunikologije temeljna njegova besedila o svobodi tiska in cenzuri. Ne le zato, ker je v njih postavil podlago za ostro kritiko cenzure, ampak zato, ker je lucidno prepoznal, da ne obstaja le politična cenzura, ki je bila v času njegovega pisanja najinvazivnejša in ki ji je sam posvetil največ prostora (glej H. Hardt 2000; 2001, 2. pogl.), ampak tudi ekonomska cenzura. Le-ta se razvije s tem, ko se tisk spreminja v obliko zasebnega lastništva, namenjenega kapitalistični tržni dejavnosti, kar naj

bi močno omejevalo njegovo dejansko svobodo.²²⁴ Interes buržoazije, ki se je borila za »svobodo tiska«, namreč ni bil, da bi se odpravila nesvoboda v celoti, ampak le ena oblika posegov v to svobodo: odprava zunanje (politične) cenzure, ki onemogoča svobodno razpolaganje z zasebno lastnino. Pri tem bi se ohranila notranja nesvoboda, ki izhaja iz načel in neločljivih omejitev kapitalistične proizvodnje. Zaradi tega bi šlo kvečjemu za negacijo, ne pa uveljavitev svobode tiska (glej Splichal 2002, 124–126). Slednja se je že od njenih začetkov v liberalni teoriji opredeljevala kot individualna svoboda, povezana z zasebnolastninsko pravico. To posledično ni pravica človeka, ampak zopet le privilegij, posebna pravica, pravica lastnika, saj je v njej tisk lahko *a priori* opredeljen le kot podjetje (glej Splichal 1981, 100–105). Stoletje kasneje je v znameniti izjavi, da je *svoboda tiska sicer zagotovljena, ampak samo v primeru, če imate časnik v lasti*, to dejstvo povzel A. J. Liebling, dolgoletni novinar New Yorkerja.

Po mnenju Hanna Hardta (2000; 2001, 2. pogl.) je očitno, da je Marx pripisoval izjemen, mogoče celo emancipatoren, pomen komuniciranju in tisku pri političnih premikih, pri čemer je sam bojeval ostri in pogosto bridki boj proti politični obliki cenzure. Marx v teh besedilih svobodo tiska zato obravnava kot potreben predpogoj demokratične družbe in kot politični cilj po sebi, saj je ta nujni za tekmujoča politična prepričanja in zasledovanje obče svobode v družbi. To nakazuje tudi podnaslov *Novega renškega časnika*, ki je bil organ demokracije [*Organ der demokratie*] (Marx ga je urejal med leti 1848 in 1849). Na nekaterih mestih je Marx tisk celo dojemal kot edino učinkovito obliko nadzora nad uradniki in birokrati (Splichal 2002, 122).²²⁵ Po njegovem je bila svoboda tiska v prvi vrsti osebna svoboda, da lahko posamezniki v javnosti objavijo svoja mnenja in sodbe brez kakršnih koli zunanjih posegov ali omejitev (prav tam, 113).

Marx (1984, 90–94) je v povezavi s tiskom svaril, da je zmotno eno vrsto svobode (v tem primeru ekonomsko svobodo) postavljati kot merilo in normo ostalim vrstam. To bi namreč nujno sprožilo »*netolerantnost* ene vrste svobode, ki je pripravljena druge prenašati samo, če se odpovedo samim sebi in se razglasijo za njene vazale.« (prav tam, 92). Pri tem nazorno piše, kako tisk vzklika obrti in podjetništvu: »Tvoja svoboda ni moja svoboda. [...] Tako, kot ti ubogaš zakone svoje sfere, hočem jaz ubogati zakone svoje.« (prav tam, 93) Kot poudarja Splichal (1981, 103): »Marxova kritika izenačevanja in redukcije svobode tiska na podjetniško svobodo zadeva temeljno nasprotje med politično deklariranimi cilji meščanske

²²⁴ Glej Splichal (1981, pogl. 3.5; 2002, 112–128; 2006, 42–43), Hanno Hardt (2000, 92), McChesney (2007, 56–57).

²²⁵ Za Marxa bi svobodno časnikarstvo, ki ga poimenuje ljudski tisk [*Volkspresse*], po Hannu Hardtu (2000, 91) moralo »konstituirati javno sfero, ki vključuje glas ljudi, torej delavskega razreda, s svojo lastno toleranco do ugovorov in različnosti mnenj.«

javnosti (svoboda tiska) in praktično realizacijo teh ciljev (podjetniška svoboda).« Prva svoboda tiska bi tako morala biti v tem, da ni podjetje, ki je podrejeno in pogojeno z načeli kapitala. »Vsekakor tudi tisk eksistira kot obrt,« piše Marx (1984, 94), »toda takrat ni stvar pisca, temveč tiskarja in knjigotržca. Tu pa ne gre za obrtno svobodo tiskarjev in knjigotržcev, ampak za svobodo tiska.« Namesto načelom ekonomske sfere, kjer v razviti kapitalistični družbi proizvodna sredstva pripadajo kapitalu, podjetja pa so podrejena zakonom kapitalistične konkurence, ustvarjanju blaga in presežne vrednosti, bi svobodni tisk torej moral biti podrejen zakonitostim svoje lastne sfere, v kateri bi lahko definiral lastno svobodo.

Razvoj tiska od Marxovih analiz do danes priča, da so mediji ostali podrejeni le eni vrsti »svobode«, in sicer ekonomski, lastne pa niso uspeli uspešno razviti in utemeljiti. Kot piše McChesney (2007, 101), še posebej v ZDA skorajda ni mogoče preizpraševati predpostavke, da je prav komercialni medijski sistem, ki temelji na ideologiji *trga idej*, »naravno demokratičen in najtipičnejše ameriški. Svoboda tiska [s tem] pomeni svobodo kapitalistov, da z medijskim trgovanjem ustvarijo kolikor denarja je le mogoče, v vsakem primeru,« in ne glede na vse.

4.2.3 Knies, Schöffle in nemška (kritična) časnikarska veda

V drugi polovici devetnajstega stoletja, v časovnem obdobju, ko je o tisku in predvsem o politični ekonomiji intenzivno pisal tudi Marx, je pričela nastajati nemška časnikarska veda. Pristop je mogoče označiti za močno ekspanziven, saj je vprašanja o medijih in komunikaciji umeščal v družbeno totalnost, na njen razvoj pa so vplivale zgodovina, ekonomija in sociologija (glej H. Hardt 2001, 2. in 3. pogl.; Splichal 2001). Šlo je za kritični pristop, ki poleg Marxa nudi prve zametke politične ekonomije komuniciranja, vendar so bili ti avtorji bližje klasični liberalni politični ekonomiji kot pa kritiki politične ekonomije, ki jo je v tem času razvijal Marx. Kot omenja Splichal (2001, XV), je bil tej tradiciji po pristopu kasneje najbližje prav političnoekonomski pristop, kot sta ga v ZDA skoraj stoletje kasneje pričela razvijati Herbert Schiller in Smythe.

Med najpomembnejšimi predstavniki te tradicije so bili Knies (1857/2001), Schöffle (1881/2001) in Bücher (1893/1901, 6. pogl.; 1893/2001), ki so vsi znanstveno preučevali politično oziroma narodno ekonomijo, nekateri pa so o njej predavali na univerzah (glej H. Hardt 2001). Že za Kniesa je veljalo, da politična ekonomija preučuje zgodovinske realnosti, pri čemer sta ekonomija in kultura vzajemno povezani sferi družbe (H. Hardt 2001, 68).

»Temelji na razumevanju, da skupni seštevek vseh ekonomskih podsistemov ne predstavlja celotne ekonomske strukture družbe, saj izpušča družbene in societalne procese,« njegovo stališče povzema Hanno Hardt (prav tam). Ekonomski vidiki življenja torej predstavljajo le del družbene totalitete, ki je potrebna za njegovo razumevanje, družbe pa ni mogoče razumeti le z razlago ekonomskega sistema in podsistemov.

Po Splichalu (2001, XVI) je bil Knies »prvi, ki je pomislil, da je bistvena funkcija časopisa utemeljena na gospodarstvu.« Posredovanje sporočil prek časopisov je tako v zadnjih stoletjih po njegovi analizi postalo »pridobitna naloga«, ki so si jo nekateri izbrali za življenjski poklic (Knies 1857/2001, 39).²²⁶ K temu je Knies (prav tam) dodal, da je njihova prodaja »podrejena podobnim pogojem, kot veljajo za prodajo gmotnih dobrin.« Posebej pomembna je njegova prodorna ocena, da je eden ključnih ciljev časopisov povečevanje občinstev, značilnost, ki se jo je kasneje opredeljevalo v povezavi z ekonomijami obsega. Dodatni natisnjen izvod časopisa namreč po njegovih ugotovitvah ni bistveno podražil proizvodnih stroškov.

»Ker tudi zelo velik prirast odjemalcev vselej le malo poveča celotno delo in proizvodne stroške, vse drugo pa je enako, če gre za sto tisoč ali samo sto odjemalcev, je sleherni napredek pri zagotavljanju velikega prometa za založnika in za uredništvo povezan z nenavadno velikimi prednostmi, prav tako pa takšen velik promet nujno narekuje tudi splošna presoja o gospodarnosti. [...] Tudi v proizvodni dejavnosti se vedno bolj uveljavlja sistem velike proizvodnje. In tudi tod gre, kot smo že omenili, za spremembo, ki ima dobre razloge. Zaradi povečane prodaje, v tem primeru zaradi množenja naročnikov, se še kako izplača povečevanje tistih stroškov izdelave, ki izboljšujejo ponudbo.« (Knies 1857/2001, 39, 42)

Poleg analize širše družbenopolitične vloge časnikov in vpliva, ki jo imajo komunikacijske tehnologije in sredstva sporočanja na dojemanje prostora ter časa, je Knies (prav tam, 43–44) opozarjal, da se je sporočanje trdno zakoreninilo v trgovini in poslovanju. Analize komunikacijskih tehnologij (v sredini devetnajstega stoletja je najprej objavil monografijo o železnicah in nato še o telegrafu) je tesno navezoval na specifične ekonomske probleme; blagovni promet naj bi namreč spremljalo in pospeševalo sporočanje (glej H. Hardt 2001, 4. pogl.), kar je bilo kasneje nakazano v Marxovih analizah. Z rastjo zunanje trgovine in

²²⁶ Podobno kot Splichal tudi Fullerton (1998, 60) omenja, da je bilo dojemanje časopisa kot podjetja v njegovem času presenetljivo in novo, saj so založnike in urednike dojemali kot ločene od komercialnega življenja: »Kot ekonomsko nezainteresirane voditelje, ki vodijo javno mnenje,« (prav tam) kakor so se dojemali tudi sami. To dojemanje je držalo le delno, tisk pa se je v skladu z Kniesovo morda malce preuranjeno sodbo v desetletjih kasneje nato dokončno pretvoril v kapitalistično industrijo in se »osvobodil« neposrednega vpliva politike (glej tudi poglavje 3.2.6).

mednarodnega prometa pri blagovni menjavi, ki je bila povezana z delitvijo dela, se je po Kniesu (1857/2001, 46) avtomatično povečevala vloga komunikacijskih sredstev: »Že zgolj za to, da bi sodelujoče sestavine proizvodnje spravili skupaj in jih ohranjali v stiku, je nujno živahno sporočanje,« je menil in dodajal, da je prav poslovno sporočanje tisto, ki za menjavo nujno potrebuje redne in zanesljive komunikacijske poti in sredstva sporočanja – teza, ki jo je v celoti potrdila tudi zgodovina (glej Mattelart 2000; Headrick 2000, 6. pogl.; Thussu 2006, 1. pogl.; Winseck in Pike 2007). Časovna raven in s tem hitrost sporočanja je bila po njegovem mnenju pri tem bistvenega pomena: »Zlasti v poslovnem prometu utegne hiter in pravočasen prihod nekega sporočila ali pa celo kar prvega sporočila prejemniku navreči veliko koristi, z nekaj zakasnitve ali če je namenjeno še drugim prejemnikom, pa bo zanj povsem brez koristi,« je lucidno poudarjal Knies (1857/2001, 47). Kasnejši razvoj komunikacijskih poti torej ne bi smel biti presenetljiv ob tej očitno izraženi »družbeni« potrebi po hitrem in po možnosti neprekinjenem sporočanju. Kot poudarja Headrick (2000, 194), je prav »potreba po hitri komunikaciji ustvarila telekomunikacijske sisteme, ne obratno.« To potrebo je v tistem času že pričel zadovoljevati telegraf, ki so ga prvi pričeli uporabljati prav akterji v poslovnem svetu (Thussu 2006, 3–9). Nasploh je Kniesova analiza tudi na tej točki za svoj čas nadvse natančna in aktualna, saj so se prav konec osemnajstega in posebej skozi devetnajsto stoletje v družbi pričele odvijati izjemne spremembe, ki so se odražale na področju komunikacij: intenzivna internacionalizacija, naraščajoči pomen komunikacij pri pospeševanju evropske menjave in konsolidaciji imperijev, pomembni tehnološki preboji, vzpostavljanje finančno in politično izjemno vplivnih multinacionalnih komunikacijskih podjetij ter tiskovnih agencij, ki so vzpostavljale kartele in si (raz)delile posamezne trge (Headrick 2000; Thussu 2006, 1. pogl.; Winseck in Pike 2007).

Knies je precej pozornosti namenjal oglaševanju, saj je tisk v času njegovega pisanja postal najpomembnejši nosilec komercialnih sporočil (H. Hardt 2001, 75–77). S svojimi prispevki na to temo spada med prve ekonomiste, ki so se z oglaševanjem ukvarjali natančno in poglobljeno, a je ostal ta vidik njegovega dela dolgo časa skoraj povsem spregledan (glej Fullerton 1998). V njegovi teoriji »oglasi stimulirajo potrošnjo in proizvodnjo, učinki komercialnega komuniciranja na ekonomski sistem pa so pomembni in vplivni.« (H. Hardt 2001, 76) Čeprav se je vloga oglaševanja v tisku v sredini devetnajstega stoletja bistveno razlikovala od kasnejše, je njegova analiza presenetljivo veljavna celo za današnje razmere. Kljub temu da oglaševanje še ni imelo tako temeljnega pomena za finančno preživetje časopisov (finančna vloga oglasov je bila v primerjavi z dvajsetim stoletjem relativno majhna), je Knies (1857/2001, 35) že poudarjal, da je oglas postal »poglavitna sestavina

"objave" in v veliki meri tista hranilna podlaga, na kateri so se prisiljeni ohranjati pri življenju veliki in mali časopisi.« Poleg tega je opozarjal na ciljna občinstva (potreba po ciljanem oglaševanju in realizacija čim širše distribucije, da bi dosegli ta občinstva) in na dejstvo, da je oglas sporočilo, ki je tako prostorsko kot časovno pogojeno: je minljivega značaja, saj je njihova aktualnost tesno povezana s časovnim obdobjem, v katerem so objavljeni, poleg tega pa so vezani na lokacijsko zamejenost samih časopisov (oglas, namenjeni neki lokalni skupnosti, spadajo v lokalne časopise).

Oglesi so bili v tem obdobju predvsem informativne narave, a so v nekaterih primerih obsegali tudi sporočila o »čudežnih zdravilih ljudskih zdravilcev«, zaradi česar so bili »v službi kot trobenta nekoristnega kričača in kot vaba šarlatana.« (prav tam, 34) Ne glede na te primere oglas predvsem »izraža javno sporočilo o ponudbi ali povpraševanju nekega človeka,« je zapisal Knies (1857/2001, 34). K temu je dodal, da oglas »usmerja k tisti posamični točki, kjer bo določena obstoječa potreba našla zadovoljitev.« (prav tam, 35) Poleg zadovoljevanja informacijskih potreb časopisi potrebe torej tudi ustvarjajo (H. Hardt 2001, 79). Oglaševanje naj bi po Kniesovo ne glede na negativne plati celokupno občutno izboljšalo življenja ljudi, pozitivni učinki pa bodo odtehtali njegove negativne plati (Fullerton 1998, 58). Tudi sicer je oglaševanje po njegovem zaradi svetovne širitve trgov postalo nepogrešljivi del tržne menjave.

Iz zornega kota ožje politične ekonomije Schäffle (1881/2001) s svojo analizo ni naredil zares velikega preskoka glede na ugotovitve svojega sodobnika Kniesa, vendar je pomembna njegova navezava tiska na javnost, javno sfero [*Öffentlichkeit*] in javno mnenje, torej na intelektualno življenje družbe (glej H. Hardt 2001, 3. pogl.). Pri vplivu na tisk je dodal tudi vlogo politike oziroma države in s tem omogočil dodatno političnoteoretsko dimenzijo pri analizi njegove širše vloge v družbi. Kritičnost pristopa je poleg tega v mnogih pogledih izostril in dodatno radikaliziral. Dnevni tisk je bil zanj (prav tam, 57, 61–62) tako glavni (čeprav ne edini) organ javnega mnenja in javnosti. Menil je, da s svojim delovanjem najmogočnejše vpliva na javno mnenje; označil ga je kar za *velesilo*. V posebnih primerih je lahko po Schäfflejevem mnenju pri tisku šlo celo za »delujoče možgane« publike oziroma občinstva [*Publikum*], saj je le-to lahko verjelo, da gre za njegovo lastno mnenje (kljub temu da mu je to mnenje mogoče v resnici »priskrbel« tisk). Čeprav se časopisi predstavljajo kot kanali »nezmotljivega mnenja naroda, kot zanesljivi barometer resničnega prepričanja naroda,« je lahko izraz javnega mnenja v tisku torej tudi ponarejen ali koruptiven, za kar so pogosto odgovorni voditelji (prav tam, 59, 62–66; H. Hardt 2001, 63).

Vendar Schäffle (1881/2001, 63) ključne krivde za težave, povezane z družbeno vlogo tiska, ni videl v novinarskem stanu ali političnih razmerah, ampak je poleg moralne krivde javnosti, ki dopušča slab tisk, kriv predvsem »napačni ali enostranski razvoj politične in gospodarske organiziranosti,« torej ekonomska organiziranost družbe (glej H. Hardt 2001, 63). Na podlagi tega je prepoznava dvojne razmer za mogočo korupcijo, ki ji je bil dnevni tisk ves čas izpostavljen: »Enostransko mehanično centralizacijo države in monopolistično izkoriščanje dnevnega tiska za namene špekulativne, posebno borzne plutokracije.« (Schäffle 1881/2001, 63) Po njegovem naj bi »že s prvim velikim razmahom tiska v zgodovini [bila] povezana skoraj nezaslišana korupcija,« (prav tam, 64) ki izhaja iz skušnjav po vplivu, ki ga s seboj nosi dnevni tisk. Pri tem gre krivdo pogosto pripisovati voditeljem narodov, »ki tisk zlorablajo za ponarejanje, očaranje in poneumljanje, ter tudi samemu narodu, ki ta slabi tisk prenaša na dolgi rok.« (prav tam) Poleg političnih vzrokov je bila za Schäffleja (prav tam, 65) ključna težava, da je dnevni tisk »prišel v roke špekulantskega kapitala ter celo borznega in bančnega kapitala ter postal v prvi vrsti sredstvo zaslužka.« Tisk je bil zato v mnogih pogledih prepuščen na milost in nemilost tistim razredom in delom družbe, ki so nadzorovali denar.

»Ta temeljni vzrok pogubljenosti tiska lahko razložimo z vladavino izrojenega kapitalizma. Zlo se povečuje s tem, da se rentabilnost špekulativnega tiskovnega podjetja določa glede na oglase in reklame ter njihovo publiko. Z enostavnim razmislekom lahko ugotovimo, da je s tem nastala v temelju napačna organiziranost enega najpomembnejših tkiv družbenega telesa. [...] Najbolj pri tej napačni zgradbi trpi dejansko duhovno delo samega novinarskega stanu, saj je degradiran v najslabšo vrsto delavstva in v kupljivega duhovnega sužnja časopisnega kapitala ter borznega in bančnega kapitala, ki izkorišča časopise. [...] Le splošna gospodarska reforma bi lahko ta najpomembnejši aparat za vzgibanje in izražanje duha naroda ohranila neodvisen od špekulativnega kapitala in izkoriščanja oglasov. Če bi se gospodarstvo očistilo v teh točkah, bi bila tudi tisk in novinarski stan prosta korupcije.« (Schäffle 1881/2001, 65)

Za razliko od Kniesa je bil Schäffle precej kritičnejši do oglaševanja. Poleg negativnega vpliva, ki ga je imel na samo organiziranost tiska, ga je dojemal za tratenje ekonomskih virov (H. Hardt 2001, 65).

Iz Schäfflejeve analize bi bilo mogoče izpeljati različne kritično-normativne predpostavke tiska, ki v njegovi teoriji ostajajo implicitne: kot organ javnosti bi tisk moral na primer povečati svojo neodvisnost od koruptivnosti države in kapitala, za kar pa bi bila

potrebna splošna reforma gospodarstva; poleg tega bi bilo potrebno onemogočiti centralni nadzor tako nad novinarstvom kot nad tiskom samim. S tem bi se omogočila decentralizacija nadzora nad javnim sporočanjem in posledično njegova širitev, ki je potrebna že zato, ker »javno mnenje sploh ni enoten tok, ampak množstvo posebnih tokov, ki so si pogosto povsem nasprotujoči. Ti različni tokovi se deloma izravnavajo s sosporočanjem, deloma pa ne.« (Schäffle 1881/2001, 59)

4.2.4 Bücherjev političnoekonomski pristop k zgodovinski analizi novinarstva

Prve sistematične in poglobljene analize modernega novinarstva je konec devetnajstega stoletja napisal Karl Bücher (1893/1901, 6. pogl.; 1893/2001), ki je tudi »najodločilneje prispeval k akademski institucionalizaciji časnikarske znanosti v Nemčiji.« (Splichal 2001, XIX). Bil je ustanovitelj Inštituta za časnikarske vede [*Institut für Zeitungswissenschaften*] na Univerzi v Leipzigu, kjer je ustanovil oddelek za preučevanje časnikarstva, nanj pa je pomembno vplival predvsem njegov predhodnik Schäffle (glej Splichal 2006, 44). Že leta 1884 je v Baslu postavil prvi akademski učni program, v svojem raziskovanju pa je pozornost posvečal predvsem političnoekonomskim vidikom časnikarske industrije in zgodovini novinarstva. Zaradi tega je mogoče trditi, da so bili začetki komunikologije kot akademske discipline (ne le zaradi vloge Kniesa in Schäffleja, ampak v prvi vrsti prav zaradi Bücherja) v samem začetku zasnovani na ekonomskih izhodiščih (glej Splichal 1981, 48; H. Hardt 2001, 85–87). To dejstvo je zanimivo tudi, če ga primerjamo z zametki komunikologije v ZDA. Navezovanje na političnoekonomsko realnost družbe je bilo namreč v tem okolju – ravno obratno kot v Nemčiji – prej izjema kot pravilo. Posebej to velja za pragmatiste Cooleya, Deweya, Parka in Meada; v določeni meri so iz politične ekonomije izhajali kvečjemu Albion Small, William Sumner in Edward Ross, ki pa so se intelektualno napajali tudi v nemški časnikarski vedi, posebej pri Schäffleju (glej H. Hardt 2001, 8. pogl.). Razlog za pomanjkanje kritične materialistične misli v ameriškem kontekstu je mogoče najti v dejstvu, da so že na prelomu stoletja (podobno kot kasneje) bili radikalni pristopi v akademskem družboslovju vztrajno disciplinirani. V skrajnem primeru so lahko bili povod za izključitev, s čimer je bil obseg raziskovalne svobode in političnega oporečništva s tem občutno omejen (glej D. Schiller 1996, 23–24).

Bücher je tisk, podobno kot mnogi drugi avtorji v tem obdobju, povezoval z javnim mnenjem.²²⁷ Tisk naj bi bil organ javnosti, vpleten v zbiranje in izoblikovanje idej, ki imajo svoje korenine med ljudmi. Pri tem naj bi sam imel vpliv na javno mnenje, a bi bilo po njegovem mnenju pretirano trditi, da ga zaradi tega tudi ustvarja (H. Hardt 2001, 92; Splichal 2006, 45). Bücher kot politični ekonomist nikakor ni slikal idealistične podobe tiska v družbi, prav nasprotno. Prepričan je bil, da so javni interesi »s strani časopisov naslovljeni le, v kolikor ne ovirajo profitnih motivov založnikov.« (Bücher v H. Hardt 2001, 96)

Vprašanja, povezana z novinarstvom, so bila po Bücherjevem mnenju v najneposrednejši povezavi s politično ekonomijo, pri čemer je poudarjal, da »je časopis v prvi vrsti tržni aparat, ki tvori enega najpomembnejših stebrov sodobne ekonomske aktivnosti. [...] Ustvarja povezavo v verigi modernih tržnih mehanizmov; je ena od tistih naprav, s katero je v družbi olajšana izmenjava intelektualnih in materialnih dobrin.« (Bücher 1893/1901, 216) Po eni strani je za Bücherja tisk torej igral konstitutivno in izjemno pomembno vlogo pri obči blagovni menjavi v družbi, torej ekonomski cirkulaciji, po drugi strani pa je bil tudi sam podjetje.

»Moderni časopis je kapitalistično podjetje, neke vrste tovarna za novice, v kateri so za mezdo zaposleni številni ljudje [...]. Kvalitete tega blaga ne določajo več preproste potrebe bralcev ali krog rednih odjemalcev, ampak zelo zapletene okoliščine tekmovanja na trgu publikacij. Na tem trgu, kot na splošno velja na velikih trgih, pa potrošniki dobrin, bralci časopisa, ne zavzemajo nobene neposredne vloge.« (Bücher 1893/1901, 242)

Bücherju se je zdelo dvoumna in problematična predvsem vloga oglasov v modernem tisku. Časopisi naj bi namreč objavljali novice in mnenja občega interesa, prek oglasov pa

²²⁷ Poleg Schäffleja velja omeniti predvsem Tarda (2007) in Cooleya (1956). Tarde je leta 1901 podal pionirski poskus (socialnopsihološke) definicije javnosti, poleg Le Bona pa je imel velik vpliv na Bücherjevo opredelitev javnega mnenja (glej Splichal 2006, 45). Zanj javnost, podobno kot prisotna množica, ni imela formalne organizacije, a je med njima kljub temu začrtal jasno razmejitev. Za nastanek javnosti je po njegovem mnenju eden infrastrukturnih predpogojev vzpostavitve in razvoj tiska, ki omogoči čisto duhovno kolektiviteto razpršenih, fizično ločenih posameznikov, za katere ni nujno, da se poznajo ali da med njimi obstajajo fizični stiki. To ne velja za prisotno množico. Če je slednja nujno omejena v svojem obsegu, to po Tardovem mnenju ne velja za javnost, ki potencialno nikoli ne neha rasti, prav tako pa so ljudje v nasprotju s prisotno množico lahko člani različnih javnosti. Po prvotni vzpostavitvi literarnih, filozofskih in drugih znanstvenih javnosti (zmožnih refleksije, ki lahko z združevanjem vodi v soglasje) se v drugi polovici osemnajstega stoletja vzpostavi politična javnost in zraste do takšne mere, da preplavi in absorbira vse ostale (Tarde 2007, 103–114). Precej ohlapna definicija je dovolila Tardu, da je devetnajsto stoletje označil kar za dobo javnosti, po njegovem mnenju pa naj bi šlo za družbeno skupino prihodnosti, s čimer se je poskušal ograditi od takrat vplivnega Le Bonovega pojmovanja, ki je navadne ljudi prikazoval kot neinteligentno maso. Elitističnemu pristopu je v veliki meri podlegel ameriški pragmatist Cooley (1956), a je zanj, podobno kot za Tarda, množični tisk vodil do demokracije, saj naj bi prinašal znanje (prav tam, 75). Za Cooleya (1956, 85) je obstajala neposredna povezava med komuniciranjem in demokracijo: »V politiki komuniciranje omogoča javno mnenje, ki je, ko je organizirano, demokracija.« Časopis se mu je pri tem zdel nujno potreben za organizacijo javne misli, saj je v funkciji prinašanja pomembnih novic, pisem, govorov in uredniških komentarjev služil kot medij izmenjave idej (prav tam, 83). Kot opominja Mattelart (2000, 30–31), so prav začetki množičnega tiska omogočili razpravo o pojavu demokracije mnenja.

prejemajo posebno nadomestilo ter s tem strežejo zasebnim in zasebnotržnim interesom: »Novice prodaja svojim bralcem in svoj krog bralstva prodaja kateremu koli zasebnemu interesentu zmožnemu, da plača strošek. V istem časopisu, pogosto kar na isti strani, kjer so oziroma bi vsaj morali biti predstavljeni najvišji interesi človeštva, kupci in prodajalci opravljajo svoj poklic v nizkotnem pohlepu po zaslužku. Za neizkušene je pogosto težavno razločiti, kje se prenehajo interesi javnosti in pričnejo zasebni interesi.« (prav tam, 241) Poleg tega je za Bücherja tisk tista stična točka, ki je kapitalizem povezovala z intelektualnim življenjem in mu omogočila, da je prevzel [*acquisition*] moderno civilizacijo (prav tam, 243).

Natančni zgodovinski pregled izvora in razvoja tiska od njegovih začetkov, ki ga podaja Bücher, je toliko zanimivejši, ker dokazuje, da je mogoče njegovo zgodovino neposredno povezati z razvojem kapitalizma in ekspanzijo blagovne menjave. Kot piše v knjigi *Industrijska evolucija* [*Industrial evolution*], katere temeljni osnutek je naredil že leta 1885, je edini namen njegove analize modernega razvoja novinarstva v tem, »da bi pokazal, kako je bilo zbiranje novic v vsaki dobi pogojeno s splošnimi pogoji menjave.« (prav tam, 241) Čeprav sam tega dejstva ne omenja (ali pa ga le posredno), si je le težko predstavljati, da bi bilo preprosto naključje, da se je zbiranje in posredovanje novic prepoznalo kot možni vir profita najprej v Benetkah in Rimu, kjer so zgodaj, v petnajstem stoletju, nastali prvi novičarski uradi za prodajo novic (skupaj s prvimi zametki novinarstva) (prav tam, 226–227).²²⁸ Prav v severnoitalijanskih mestnih državah sta Arrighi (2009) in Braudel (2010, 51–59) v enakem časovnem obdobju prepoznala izvore kapitalizma, kot ga poznamo danes (glej tudi Bettig 1996, 16–17; Amin 2009, 55–56). Kjer se kapitalistična usmerjenost k zasledovanju profitov v enakem razdobju še ni usidrila, na primer v Nemčiji, je izmenjava aktualnih političnih novic še nekaj časa primarno temeljila na prostovoljni osnovi in je med elitami potekala predvsem po načelih recipročnosti (Bücher 1893/1901, 221–222). V drugi

²²⁸ V tem primeru gre po vsej verjetnosti za prve zametke tiskovnih agencij, ki se v moderni obliki vzpostavijo šele v drugi polovici devetnajstega stoletja. Splichal (2000, 48–49) razvoj novinarstva sicer ločuje na štiri zgodovinska obdobja, ki se po njegovih besedah »razlikujejo predvsem po stopnji delitve dela in institucionalizacije novinarskega dela.« (prav tam, 48) Kot prvo obdobje omenja čas do srednjega veka, saj je ustvarjanje in razširjanje informacij značilnost človeških družb; v srednjem veku gre za postransko dejavnost; kot (pol)poklicna dejavnost se novinarstvo razvije v sedemnajstem stoletju, ko nekateri posamezniki (na primer tiskarji, poštarji, trgovci) na tem področju že dobijo zaposlitev; sodobno novinarstvo pa se dokončno razvije šele z industrijskimi in meščanskimi revolucijami, nato pa se institucionalizira z množičnim tiskom. Novinarsko v slovenskem prostoru je bilo tesno povezano z nemško govorečim prostorom in s habsburško monarhijo (do leta 1918), razvijalo pa se je drugače od novinarstva v srednjeevropskem okolju (Amon 2004). V primerjavi s preostalo Evropo se je razvijalo v zaostanku (odvisno od obdobji), še zmeraj pa znotraj evropskih komunikacijskih tokov. Amonova (2004; prim. Amon in Erjavec 2011) tako njegov razvoj ločuje na štiri obdobja: predhodništvo (od sedmega do konca osemnajstega stoletja), v katerem se razvijajo časopisi v nemškem jeziku, zamuda v primerjavi z ostalimi prostori pa je skorajda tri stoletja; obrtniška stopnja razvoja (od konca osemnajstega do sredine devetnajstega stoletja), ko še zmeraj prevladujejo časopisi v nemškem jeziku, zamuda za ostalimi prostori pa je pol stoletja; obdobje industrijskega razvoja (do konca druge svetovne vojne), ki je vezano na komunikacijski ustroj nemškega prostora, a je očiten vzpon slovenskega jezika, nacionalna gorečnost, politizacija javnosti in množičnost; in obdobje informacijske družbe (od sredine dvajsetega stoletja), ki ga do osamosvojitve Slovenije zaznamuje predvsem realsocialistična naravnost novinarstva.

polovici šestnajstega stoletja so se nato v večjih evropskih mestih, ki so delovala kot zbirni centri za novice iz vsega sveta (Antwerpen, Benetke, Rim, Köln, Nürnberg, Dunaj), pojavili specializirani biroji za korespondenco, ki so zbirali in posredovali novice (predvsem v obliki pisem) naročnikom. Prav v šestnajstem stoletju so namreč nastali redni sistemi prenosa sporočil, vzpostavljen je bil prvi poštni sistem.²²⁹

Prav zaradi predpostavke o precejšnji ekonomski pogojenosti tiska je Bücher (prav tam, 234–235) odkrito podvomil, da je bil pritisk cenzure glavni dejavnik, ki naj bi tako dolgo onemogočal uporabo tiska pri publikaciji novic. Ne nazadnje je v praktično vseh »razvitih« državah Evrope pisani časopis pričel svoj vzpon kot medij publikacije novic v istem času (ne glede na politične posege) in se nato obdržal precej dolgo obdobje. Časopis je svoj vzpon torej pričel ne glede na specifičnost različnih političnih kontekstov, zaradi izjemno visoke cene pa so prvi časopisi že tako bili namenjeni le družbeni eliti in so izhajali v zelo omejenih nakladah. S petnajstim stoletjem so nekatere redke izvide teh časopisov, predvsem tiste, ki naj bi domnevno nosili informacije posebnega pomena, redno tiskali. Bücher je zato vzrok za neuporabo in počasni razvoj tiska videl v nezadostno velikih krogih mogočega bralstva, ki bi jamčilo povračilo stroškov tiskanja, ne toliko v politični cenzuri.²³⁰

Bücherjeve obče ugotovitve o razvoju tiska in novinarstva ob omenjenih ugotovitvah nakazujejo še drugo pomembno lastnost, namreč to, da je bila že v zametkih prisotna izjemna razredna pogojenost pri dostopu do informacij in znanja: še v sedemnajstem stoletju tako časopisi pogosto niso prišli do širših množic (prav tam, 232). Odgovor na vprašanje, kdo lahko dostopa do najpomembnejših informacij (družbena elita, kamor so spadali vladarji in

²²⁹ Evropski poštni sistem je v tem stoletju obvladovala le ena družina (Tassis oziroma Taxis), ki je razvila sistem stalnih kurirjev: posebnih slov z rednim urnikom, ki so imeli svojo izhodiščno postajališče v Bruslju (glej Briggs in Burke 2005, 24–25). Družina Taxis (kasneje Thurn und Taxis) je redne in za občo populacijo zelo drage poštno storitve po večini Evrope javno zagotavljala skoraj štiristo let, od leta 1489 pa vse do leta 1867. Na vrhuncu je imela kar dvajset tisoč selov (Headrick 2000, 184).

²³⁰ Podobno je mnenje Curra (2002, 81), po katerem cenzura tiskane beseda v Angliji nikoli ni bila popolnoma učinkovita, razlog pa je bil predvsem v odsotnosti modernih agencij, ki bi lahko za državo uveljavljale sprejete zakone na tem področju, na primer kontrolirale proizvodnjo, nadzorovale njene rezultate, regulirale distribucijo ali preprečevale uvažanje prepovedanega materiala. Do cenzure prek zakonskega zatiranja je nato prišlo šele v prvi polovici devetnajstega stoletja, ko se pojavi resnično radikalni tisk, primarno namenjen delavski populaciji. Vendar se je izkazalo, da so tožbe politične oblasti kontraproduktivne, saj je z vsako radikalni tisk le dodatno pridobival na bralstvu; kot alternativa so se pojavili »davki na znanje«, ki naj bi omejili lastništvo in bralstvo na spoštovanja vredne člane družbe (prav tam, 82). Bücherjeve ugotovitve posredno potrjuje Schudson (1978, 33–34), ki poudarja, da so bile zahteve časopisov (kot je višanje cirkulacije) tiste, ki so najbolj vplivale na inovacije v tisku in ostalih tehnologijah transportacije (npr. telegraf). »Inovacije v tisku in časopisih niso bile avtonomne, ampak so jih stimulirali drugi dejavniki. Naraščajoče povpraševanje po knjigah in časopisih je bilo tisto, kar je eden zgodovinarjev tiska imenoval "permanentna spodbuda po inovacijah".« (prav tam, 33) Časopisi so sami podpirali iznajditelje in so konsistentno bili prvi, ki so uporabljali najnovejše stroje za tisk. Williams (1961/2011, 223; prim. Innis 1942, 5) omenja, da je tiskarski stroj, ki je deloval na paro, prvi na svetu leta 1814 uporabil angleški časnik *The Times* (po poskusih, ki so jih izvajali od leta 1807). Tehnična superiornost pri tisku mu je skupaj s komercialnim statusom in z bralno javnostjo srednjega razreda omogočila pomembno prednost pred ostalimi časopisi. Tudi po Innisovem mnenju (1942, 8) je bila moč časopisov utemeljena predvsem na tovrstnih tehničnih inovacijah. A obenem ne smemo spregledati, kot to stori Schudson, da je proces širitve potekal tudi v obratni smeri. Kot poudarja Splichal (1981, 98–99), je bilo nastajanje množičnega industrijskega tiska sicer povezano z razširitvijo trga (in z rastjo profitov), ampak trg so časopisi ustvarjali sami: proizvajali so bralca za častnik, torej občinstva.

državniki, univerzitetniki, veletrgovci in finančniki) in kdo ne (množice kmetov, navadnih delavcev, plebejcev), potrjuje Innisovo (1951/2008) tezo o zgodovinskih monopolih znanja.

4.2.5 Sinclairjev radikalni populizem in razvoj tiska v ZDA

Številne težave glede družbene vloge in moči časnikarstva so bile na prehodu iz devetnajstega v dvajseto stoletje prepoznane tudi v ZDA, kjer so se v javnosti vedno pogosteje pojavljale kritike stanja v tej relativno novi industriji (glej Scott in McChesney 2002). Ena prvih obsežnejših razprav se je na ameriškem kontinentu pojavila šele leta 1919, ko se je Upton Sinclair odločil na radikalni populistični način razkriti krizo časnikarstva v knjigi *The Brass Check*. Čeprav je del knjige namenjen predvsem osebnim tegobam, ki jih je s tiskom doživljal Sinclair (zaradi česar nekateri zgodovinarji njegovo knjigo označujejo za zgodovinsko nepomembni artefakt), Scott in McChesney (prav tam) poudarjata, da je vsekakor šlo za »prelomno kritiko strukturne osnove ameriškega novinarstva, čisto možno, da celo za prvo takšno kadar koli napisano sistematično kritiko.« Po njunem mnenju Sinclair namreč podaja jasno in obenem radikalno kritiko ene osrednjih ameriških institucij.²³¹

Sinclair je v knjigi vnaprej napovedal velik del kasnejše medijske kritike z izpostavljanjem vgrajene vloge elit in razredov v pristranskem poročanju modernega novinarstva. Predpostavil je štiri metode, s katerimi naj bi v Ameriki »imperij posla« ohranjal svoj nadzor nad novinarstvom (Sinclair 1919/2003, 241): *prvič* – z lastništvom nad časopisi; *drugič* – z lastništvom nad lastniki; *tretjič* – z denarno podporo prek oglaševanja; in *četrtič* – z neposrednim podkupovanjem. »Prek teh metod,« je bil prepričan Sinclair (prav tam), »obstaja v Ameriki nadzor nad novicami in obstoječimi razlagami, ki je bolj absoluten kot kakršen koli monopol v kateri koli drugi industriji.« Če bi neposredno lastništvo nad časniki in revijami s strani *finančne avtokracije* predstavili v številkah, bi po mnenju Sinclairja povzročili izjemno osuplost, saj naj bi pri novinarstvu posebni interesi (kot so na primer premogovništvo, jeklarstvo in druge industrije, ki imajo pogosto podporo železnic, bank, tovarnarjev in trgovcev) nadzorovali celotna območja, celo zvezne države. »Ko gospodarji industrije plačajo takšne vsote za časopise,« nadaljuje Sinclair (prav tam, 246), »ne odkupijo le stavbe, tiskarskih naprav in imena; kupijo tudi tisto, kar sami imenujejo "naklonjenost"; rečeno drugače: kupijo vas. In lotijo se spreminjanja vaše celotne psihologije – vsega, kar verjamete o življenju.« Predvsem s tem štiridelnim sistemskim modelom je Sinclair po mnenju McChesneya (2008, 85) prehitel vse najboljše kasnejše strukturne kritike medijev in uspešno

²³¹ McChesney (2004, 56) gre v enem kasnejših besedil celo dlje in pravi, da gre za knjigo, ki bi morala biti obvezna vstopna točka vseh obravnav novinarstva (če ne celo medijev) v ZDA.

razkril, kako so razredne neenakosti vgrajene v novinarstvo, mediji pa so osrednjega pomena v vseh težavah, povezanih z družbenimi neenakostmi, ki spremljajo vzpon modernega kapitalizma.

Podobno kot kritični glasovi pred njim, je tudi Sinclair izpostavljal, da so časniki preprosto institucije, ki delujejo pod kapitalističnim sistemom in s tem niso bistveno drugačni od ostalih podjetij. A gre za večplastne in izjemno drage institucije, ki počnejo še vse kaj drugega, kot pa da bi le pisale novice. Že v času, ko je pisal sam, so postale (ekonomske) ovire za vstop na trg izjemno visoke, v večini mest pa so v časnikarstvu obstajali monopoli (Sinclair 1919/2003, 221–224). Po njegovi oceni so bile le redke izjeme med dnevnim časopisjem v ZDA, ki niso predstavljale interesov bogastva in mu bile hlapčevske ter ki v končnem cilju niso branile obstoječih ekonomskih privilegijev v družbi. Po Sinclairjevem (prav tam, 224) mnenju tako »slej kot prej spoznaš, da kapitalistični časopis živi po načelih kapitalističnega sistema, se zanj bori in v naravi stvari je, da ne more biti drugače.« To je povezano z lastništvom v kapitalizmu, a istočasno tudi s cirkulacijo, saj v vsakem časopisu poteka boj med podjetniškim delom in oddelkom za novice, v katerem zaradi nujnosti visoke naklade podjetniški del nujno prevlada (prav tam, 234).

Sinclairjeva obsežna kritika ni bila daleč od ugotovitev nekaterih drugih ostrih kritikov takratnega medijskega sistema v ZDA, bila je kvečjemu obsežnejša in predvsem radikalnejša. Zavedanje o podjetniški naravi tiska, pri katerem je bila kvaliteta vsebin sekundarnega pomena, je obstajalo že v drugi polovici devetnajstega stoletja (glej Baldasty 1993), v začetku dvajsetega pa je kritično naziranje glede vloge tiska veljalo tako za politično angažirane aktiviste kot za akademike, na primer za Deweya (glej 1999; Splichal 1997, 5. pogl.). Vendar pri kritični analizi Deweya je zaradi idealističnega pristopa občutno umanjala vloga političnoekonomskega sistema, pojavljala pa se je idealizacija možnih (in nikoli udejanjenih) zmogljivosti novinarstva. V študiji *Javnost in njeni problemi*, izdani leta 1927, Dewey (1999, 128) tako le mimogrede nakazuje, da »dokler bodo denarni interesi imeli moč in dokler se javnost ne bo odkrila in prepoznala, bodo imeli posamezniki s takšnimi interesi nebremeneč motiv za poseganje v izvore političnega delovanja in v vse, kar nanj učinkuje.« Upravljanje s publiciteto naj bi po njegovem premagali »posli«, pri čemer je mogoče pri njem opaziti zelo podobne zahteve za spremembe v tisku kot v Marxovih mladostnih besedilih. Omenja namreč, da »če bi lahko novinarji pri zbiranju in poročanju o teh vsebinah svobodno uporabljali pristne interese, bi bile stvari povsem drugačne kot sedaj.« (prav tam, 128–129)

Le mimobežna kritika ekonomskih pritiskov, značilna za Deweya, na primer ni veljala za sociologa Edwarda A. Rossa (1910/1918) ali Lesterja Warda (1911, 487–489), ki sta o tej

tematiki pisala dobro desetletje pred njim. Aktivistično angažirani Ross je o komunikaciji in medijih pisal predvsem v zgodnjih esejih (H. Hardt 2001, 155–163). V vplivnem eseju *The Suppression of Important News* (Ross 1910/1918) je izpostavil tri posledice ekonomskega razvoja na področje časopisnega založništva. *Prvič*: zaradi visokih stroškov v velikih mestih postajajo dnevni časopisi kapitalistična podjetja, v katerih urednik ni več lastnik, saj imajo le redki dovolj denarja, da lahko začnejo s takšnim poslom. To pomeni, da bo časopis zelo verjetno namenjen le še bogatenju in služenju denarja, brez da bi zasledoval posebne standarde pri poročanju. »To drsenje k ultimativnemu nadzoru v roke ljudi s podjetniškimi motivi, je poznano kot "komercializacija tiska"«, je poudarjal Ross (prav tam, 81). *Drugič*: s prvoomenjeno tendenco je povezano tudi oglaševanje, ki je izjemno pridobivalo na pomenu, kar je opazil tudi sam Ross (prav tam, 82). Za razliko od diseminacije novic kot predpogoja svobode in demokracije, so oglasi namenjeni trgovanju. To meče senco na samo novinarsko posredovanje novic in mnenj, saj »tisti, ki plača goslarju, izbere pesem.« (prav tam) Oglaševalci imajo zato vedno večjo vlogo pri posredni ali neposredni cenzuri v tisku. *Tretjič*: časopisi so zmeraj bolj podrejeni ostalim podjetjem, njihova notranja politika lahko s prevzemi in z lastništvom velikega kapitala postane podrejena premislekom, ki nimajo prav veliko z novinarstvom (ta Rossova ugotovitev je še kako aktualna za velike kulturnomedijske konglomerate, ki so se pričeli pojavljati nekaj desetletij kasneje). Po mnenju Rossa bodo zaradi teh treh komercialnih razlogov časopisi utišali številne pomembne novice, kar ima izjemno negativne posledice za demokracijo. Ross je neposredno vplival na Sinclairja, ki se je v svoji knjigi pogosto skliceval na njegove ugotovitve in primere cenzure.²³²

Podobno kot Ross je tudi Ward krajši del svoje študije *Pure Sociology* namenil ostrim kritikam tiska, ki ga je opisal kot obliko sistematičnega zavajanja. Temu je dodal kritiko oglaševanja, ki je v časopisih prav na prehodu v dvajseto stoletje pričevalo igrati prevladujočo vlogo.²³³ Izjemni pomen oglaševanja je prepoznal tudi sam Sinclair, ki je poudarjal, da so finančno gledano veliki časopisi in popularne revije danes precej bolj odvisni od oglaševalcev kot od bralcev: »Ne gre za cinizem, ampak za navajanje podjetniškega dejstva, da sta časopis ali priljubljena revija sredstvi predaje konkurenčnega oglaševanja do

²³² Glej Sinclair (1919/2003, 293, 319, 345–348, 355).

²³³ Že pred Sinclairjem, Wardom in Rossom je v ZDA o tisku in kapitalizmu pisal Cooley (1956). Omenjal je, da so časopisi v večini v lasti bogatašev, a so za profit odvisni predvsem od oglasov. Najdonosnejši oglasi so po njegovih ocenah prihajali s strani bogatih trgovcev, ki (kot pravi sam Cooley /1956, 270/) seveda nasprotujejo doktrinom, ki jim niso v interesu. A sam v tem dejstvu ni videl večjih problemov. Podobno po njegovem velja za vpliv bogastva na »javno čustvovanje«. Po Cooleyevev (prav tam, 271) mnenju je bil ta vpliv precejšen, vendar tudi v tem primeru resnejše kritike v njegovem pisanju ni zaznati. To ni ravno nenavadno, saj je skozi njegovo pisanje očitna apologija kapitalizma in družbenega vzpona kapitalističnega razreda (glej Cooley 1956, 13. pogl.). O zametkih zgodnje ekonomske analize medijev v ZDA glej tudi Parkovo (1922, 360–365) analizo tiska, v kateri obravnava predvsem tisk, ki so ga izdajali migranti, pozornost pa namenja tudi alternativnemu (med drugim anarhističnemu in socialističnemu) tisku.

javnosti, obstoj bralnih vsebin pa je vaba, ki javnost pripelje do trnka.« (Sinclair 1919/2003, 282) Po njegovih opažanjih so oglaševalci pogosto narekovali ton in splošno razpoloženje časnikov, pri čemer je njihov nadzor nad konkretnimi objavljenimi vsebinami na trenutke šel že v groteskne podrobnosti.²³⁴ Sam sistem publicitete v zameno za oglaševanje se mu je zdel v temelju sleparski, a istočasno neločljiv od trga objavljanja novic za profit.²³⁵ (prav tam, 285) Sinclair temelj lastne kritike skorajda poetično povzema s sledečimi besedami:

»Zgrešili boste poanto te knjige, če ne boste povsem jasno razumeli, da sprevrčanje novic in izneverjenje javnega mnenja ni slučajna ali naključna stvar; [...] je preudarno načrtovana in sistematično izvršena znanost in tehnika. Zelo dobro plačani eksperti temu posvetijo svoja življenja, sedijo in se posvetujejo z gospodarji industrije ter poročajo o stanju javnega razpoloženja in določajo, kako natančno naj bi tisto bilo predstavljeno in kako naj bi ono bilo zamolčano. Ustvarjajo javno psihologijo, silo, v pesti katere ste vi, njihove žrtve, tako neboljani, kot je večča v bleščanju soja luči.« (Sinclair 1919/2003, 262)

Kot socialist in angažirani politični aktivist je bil Sinclair ostri kritik kapitalizma, ki je v njegovem času v ZDA že vzpostavil tako velike družbene razlike, kot so se od takrat ponovile le še z aktualnim vzponom neoliberalizma od osemdesetih let dvajsetega stoletja dalje. Pri tem je pogosto kazal prav na temeljno vlogo, ki jo igrajo v družbenih krivicah mediji, in istočasno izpostavljajal njihovo vlogo pri uspehu političnih gibanj in morebitnih družbenih spremembah (Scott in McChesney 2002; McChesney 2008, 3. pogl.). Za boljše razumevanje tegob časnikarstva, ki jih je v knjigi opisoval Sinclair, je potreben obsežnejši družbenopolitični kontekst časa, v katerem je pisal. Šlo je namreč za turbulentno obdobje, v

²³⁴ Dobrega pol stoletja kasneje se stvari očitno niso tako bistveno spremenile. Baker (1995, 54–55) podaja primer korporacije *Proctor & Gamble*, ki je na primer medijem prek memoranduma zapovedala izjemno podrobne in pogosto bizarne napotke, kakšne medijske vsebine morajo biti poleg njihovih oglasov.

²³⁵ Sinclair je še večjo težavo videl v dejstvu, da v tem sistemu oglaševanja legalno in nelegalno pogosto prehajata med seboj in to tako postopno, da je med njima težko potegniti razmejitveno črto. S tem je imel gotovo v mislih predvsem oglase, ki so bili vizualno enaki preostalim novinarskim in uredniškim vsebinam v časopisih. Praksa objavljanja takšnih novic je bila na prelomu iz devetnajstega v dvajseto stoletje namreč še povsem sprejemljiva, nato pa je zaradi etičnih razlogov skozi dvajseto stoletje skoraj povsem izginila (glej Baker 1994, 50–51). Zanimivo vprašanje je, ali se z vzponom spleta ta praksa v malce drugačnih oblikih zopet uveljavlja na spletnih portalih in blogih. V tem kontekstu je zanimiva Sinclairova ugotovitev, da prihaja celo do (posredno ekonomske) cenzure občasnih oglaševalcev s strani velikih in stalnih oglaševalcev. S temi težavami se je namreč srečeval sam, ko je hotel oglaševati nekatere svoje dogodke in publikacije: »ne le, da časopisi torej preprečujejo objavo nekaterih dejstev,« srdito omenja Sinclair, »dostopa do teh dejstev ni možno omogočiti niti z denarjem!« Kot je vidno skozi primere, ki jih podaja Baker (1994, 54), ta praksa kasneje ni izginila, razlog pa je predvsem v oglaševalski moči največjih korporacij in v visoki odvisnosti medijev od oglaševalskega denarja teh korporacij. Prav tovrstna »diskriminatorna« dejanja in dogodki so Sinclairja pripeljali do tega, da je spisal knjigo *The Brass Check*, ki pa jo je uspel izdati le v samozaložbi. Ne samo, da knjige nobeden izmed založnikov ni hotel izdati (čeprav Sinclair z namenom, da bi dosegel čim večji krog bralcev, knjige ni avtorsko zaščitil), kot omenjata Scott in McChesney (2002), se mu je na neki točki celo pripetilo, da za enega od ponatisov pri nekaterih trmastih prodajalcih niti ni uspel dobiti dovolj papirja za tisk knjige.

katerem je bil še zmeraj pomemben politično opredeljen tisk, ki je pogosto zagovarjal močno partikularne interese posameznih politikov ali največjih kapitalistov.²³⁶

Širše zgodovinske in družbene okoliščine razvoja tiska v ZDA podrobno preučujeta Schudson (1978) in McChesney (2008). Prvoomenjeni (1978, 1. pogl.) kot največjo revolucijo v ameriškem tisku omenja vzpon časopisov za peni [*Penny paper*], ki so se pojavili v prvi polovici devetnajstega stoletja, s čimer so »"novice" zmagale nad uredniškimi uvodniki in "dejstva" nad mnenji«. (prav tam, 14) Skozi devetnajsto stoletje so novice postajale blago, ki je bilo namenjeno profitu, časopisi za peni pa so se dokončno uveljavili v zadnjih desetletjih tega stoletja (Baldasty 1993, 99). Iz aparatov politične promocije in propagande najožje družbene elite, ki so ji bili prvotno namenjeni, so se časopisi v ZDA tekom devetnajstega stoletja spreminjali v podjetja, ki so delovala po klasičnih merilih ekonomske racionalnosti (Schudson 1978; Baldasty 1993; McChesney 2008, 27). Z naraščanjem oglaševanja so časnikarska podjetja postopno pričela postajati tudi specifični aparati potrošnje, namenjeni širši populaciji kot poprej, predvsem urbanemu zgornjemu srednjemu sloju.²³⁷ Kot piše Schudson (1978, 25): »S časopisi za peni so časopisi prodajali izdelek splošnemu bralstvu in bralce oglaševalcem.«

Kljub številnim pomanjkljivostim in prisotnosti politično opredeljenega tiska je bil proti koncu devetnajstega stoletja po McChesneyu (2008, 27–28, 384) javni diskurz neprimerno širši, odprt in bolj angažiran, kot kasneje. Številni mediji so uspeli ohraniti opozicijsko držo v razmerju do komercialnega tiska. Časopise so ustanovljale marginalizirane skupine in gibanja, ki sicer niso uspela javno izraziti svojih stališč in z njimi prodreti v javno sfero (prav tam; prim. Park 1922). Z začetkom dvajsetega stoletja pa je »prevladujoča časopisna industrija postajala osredinjena v vedno manjših verigah in večina skupnosti je imela le enega ali dva dnevnik.« (McChesney 2008, 28; prim. Splichal 1981, 99) Po mnenju McChesneya se je trgu popolnoma podrejeni medijski sistem vsaj delno še lahko toleriral,

²³⁶ Enako je veljalo za medije v slovenskem prostoru. »Z objektivnostjo se ni nihče obremenjeval,« za tisk v slovenskem jeziku konec devetnajstega stoletja pišeta Zajc in Polajnar (2012, 17). »Uredniki/novinarji in politiki so bili pogosto ene in iste osebe.« (prim. Amon 2004)

²³⁷ Po Schudsonu (1978) so tudi najprominentnejši časopisi pred vzponom časopisov za peni namreč imeli cirkulacijo v kvečjemu nekaj tisoč izvodih. Časopisi za peni so to drastično spremenili. Njihova naklada je izjemno zrastle, s cirkulacijo pa so časopisi lahko pritegnili tudi oglaševalce (prim. Park 1922, 360–365). Vse to naj bi vodilo v »racionalizacijo« njihovega ekonomskega modela in relativno visoko mero neodvisnosti od politike, saj je oglaševanje postalo podrejeno ekonomski izmenjavi (kdor je bil oglas zmožen plačati, ga je lahko objavil) (prav tam, 14–25). Procesi politične »demokratizacije« in tržne ekonomije so skozi devetnajsto stoletje po Schudsonu (1978) uveljavljali bolj »egalitarno« tržno družbo in omogočali tržno udejstvovanje večjemu krogu ljudi, zaradi česar se je v ZDA urbani (zgornji) srednji razred bistveno povečal, časopisi za peni pa so uspešno zrcalili prav aktivnosti tega nastajajočega in raznolikega (a še zmeraj ekskluzivnega) razreda. A uredniki časopisov za šest penijev so v tem času svoje interese videli onkraj ozkih ekonomskih interesov: »njihove moralne vojne niso bile toliko vprašanje podjetniškega tekmovanja kot pa smrtno resni družbeni konflikti, razredni konflikt, v katerem so bili sami v defenzivi proti novim oblikam obstoja v svetu.« (Schudson 1978, 57) Te družbene spremembe so s seboj prinesle resne konflikte, ki so se odražali v različnih vidikih družbenega življenja, najočitneje v boju za nadzor nad množičnim komuniciranjem. Podobno kot v ZDA se je v devetnajstem stoletju razvijal tisk v Evropi (glej Splichal 1981, 98; H. Hardt 2004, 18–19, 72; poglavje 3.2.6).

dokler so številni različni glasovi v družbi imeli svoje politično zastopstvo v strankarskem in alternativnem tisku, ki jih je predstavljal. Vendar so ti časopisi zaradi naraščajoče vloge oglaševanja in posledično nujnega povečevanja cirkulacije pričeli odmirati, povečana koncentracija na trgu pa je zaradi visokih vložkov praktično onemogočila lansiranje novih časopisov (prav tam).

V takšnih razmerah je živel, deloval in pisal Sinclair. Monopolizacijo na medijskem trgu so spremljali izjemni družbeni konflikti: demokratizacija je bila pod vprašajem s strani elit; ideji umnosti in racionalnosti sta postajali rezervirani za družbeno elito, do javnosti pa se je vzpostavljala paternalistični odnos (npr. Lippmann); liberalni demokrati so postajali liberalni elitisti; beli anglosaksonski protestanti (WASP's) so pričeli zaskrbljeno opazati, da njihovi glasovi niso več edini in najglasnejši v javnem prostoru; že pred tem je konec devetnajstega stoletja je z bojem za bralstvo prišlo do vzpona senzacionalizma; množice so bile dojete kot neumna in iracionalna masa (vpliv Le Bonovih študij); kapitalizem je bil pod hudo kritiko s strani množic in družbenopolitičnih gibanj; formalno naj bi kombinacija demokratizacije in kapitalizma širila dostop, a je koncentracija lastništva povzročila ravno obratni proces, saj so bili ljudje ločeni od vzvodov moči kot še nikoli poprej; celotni sistem je bil v krizi; pojavljala se je vzpon propagande in profesionalizacija stikov z javnostmi (do leta 1932 je število predstavnikov odnosov z javnostmi v New Yorku prehitelo število novinarjev), zaradi česar so novinarji postajali skeptični do posredovanih »uradnih dejstev«, javnost pa je dobivala močno izkrivljene informacije; delavstvo se je pričelo organizirati in upirati zaradi militantnosti, ki se je širila v tovarne in kazala v velikih protestih; prišlo je do krize družbenega nadzora in tako dalje (glej Schudson 1978; Ewen 1976).

McChesney (2013, 67–68) je obdobje med leti 1890 in 1920 (t. i. *Progressive Era*) opisal kot eno izmed kriznih konjunktur v ameriških medijih. Novinarstvo je bilo v globoki krizi, celotni politični sistem pa je šel skozi fazo resnih pretresov. Konkurenčni časopisni trgi so se do preloma stoletja že prevesili v oligopolistične (prav tam, 85). Večplastni družbeni konflikti so povzročili krizo legitimnosti novinarstva, ki je po eni strani očitno zagovarjalo le še interese elit, pogosto pa so delovali preprosto kot senzacionalistična propagandna trobila. Lippman je v leta 1919 napisanem eseju *Liberty and the News* izpostavljala predvsem negativno vlogo manipulativne propagande pri javnem predstavljanju prve svetovne vojne in demagoškem ustvarjanju protiboljševistične histerije. Propaganda je po njegovem mnenju spodjedala demokratične temelje in vodila v vladno cenzuro ter v vladavino terorja (Lippman 1920/2008). Krizo zahodne demokracije je videl predvsem kot krizo novinarstva. Spraševal se

je, ali lahko demokratični sistem sploh preživi v času, ko je »izdelovanje pristanka [*manufacture of consent*] stvar nereguliranega zasebnega podjetništva.« (prav tam, 2)

Kriza, ki je vplivala na stabilnost liberalne predstavniške demokracije, se je zdela nevzdržna in je v novinarstvu prispevala k vzpostavitvi profesionalnih standardov in k nastanku »objektivnega« poročanja, ki je pomenil žrtvovanje politične moči za ekonomsko »zdravi« položaj časopisov (McChesney 2008), posredno pa je prispeval k stabilizaciji kapitalističnega sistema. Spremembe so temeljile na profesionalizaciji novinarstva (novinarji naj bi po novem šli skozi izobraževalni proces) in »faktičnosti«, k obojemu pa je v svojem vplivnem eseju pozival tudi Lippman (1920/2008). Vzpostavljena je bila ostra ločitev na uredniški (novičarski) del in tržnomarketinški del, za katerega se je uveljavil izraz *The Wall of Separation between Church and the State* (glej tudi poglavje 3.2.6). Novinarje naj bi se tem načelom ločilo od trga in ljudske volje ter jim omogočilo določeno stopnjo avtonomije v poročanju.²³⁸ Skozi dvajseto stoletje se je ideal objektivnosti razširil v vse kapitalistične predstavniške demokracije, kjer so, kot pravi Schudson (1978, 3), medijske institucije v prvi vrsti poslovne korporacije namenjene ekonomskemu preživetju, zaradi česar je zahteva po objektivnosti še toliko nenavadnejša.²³⁹

Prej kot v jasno izraženih namerah bi po profesionalizaciji novinarstva razloge za vzpon ideala novinarske politične nevtralnosti morali iskati v *zakonu*, kot ga je imenoval Bourdieu (2001, 39), »ki ga zelo dobro poznamo: čim širšo publiko si hoče pridobiti nek medij ali katero koli sredstvo izražanja, tem bolj se mora znebiti ostrine, vsega, kar bi lahko ločevalo, razdvajalo. [...] Bolj, ko je časopis bran, bolj se ogreva za omnibusne teme, ki ne načenjajo problemov.« Tendence po maksimizaciji občinstev izhajajo iz naraščajoče odvisnosti medijev od oglaševanja, rezultat teh procesov pa so pogosto neškodljive teme, tendenca po

²³⁸ Ker so v praksi časopisi ekonomsko gledano morali preživeti na trgu, je bila že v začetku precej dvomljiva tako zahteva po objektivnosti kot po ločitvi na novinarski in tržni del. Celso Bagdikian (2004, 104) – kot zagovornik te ločitve – priznava, da je bil zid zmeraj porozen, čeprav je pomembno pripomogel k bolj etičnemu poročanju in uveljavitvi novinarskih standardov. Zanimivo je, da je v tridesetih letih dvajsetega stoletja, ko je bila objektivnost v novinarstvu že pomembna profesionalna vrednota, istočasno bilo tudi splošno sprejeto, da je poročevalska subjektivnost neizogibna; kritiko »mita« objektivnosti je ves čas spremljalo odrekanje temu načelu (Schudson 1978, 157). Že sama agenda objektivnega novinarstva je močno problematična. Po mnenju Hanna Hardta (2004, 121) je »pomagala legitimirati ne samo profesijo, ampak tudi industrijske prakse medijskega lastništva. Zares je objektivnost institucionalni mit, ki je namenjen ohranjanju *statusa quo* v medijskih industrijah: interno, da bi povečal zaupanje v moč profesionalne integritete, in navzven, da bi potrdil zanesljivost novinarskega diskurza in kredibilnost proizvodnje informacij.« Kot poudarja McChesney (2008, 1. pogl.; 2013, 87–89), so v *objektivnem* in *nevtralnem* novinarstvu uradni viri tisti, ki so zmeraj legitimni, s čimer oblastniki avtomatično določajo novičarsko agendo, novinarji pa postanejo njihovi stenografi (v najslabšem primeru gre za propagando). Ključni problemi tega pristopa so izogibanje kontekstualizaciji, pristranost do korporacij, komercializacija, poleg tega pa tudi globlja strukturna pristranskost, saj že zaradi občinstev, ki jih prodajajo kot blaga, časopisi služijo predvsem bogatejšemu sloju (čemur se posvečam v nadaljevanju). Mit novinarske nevtralnosti je morda najbolje povzel Herbert Schiller (1973, 11), ko je zapisal, da je manipulacija najučinkovitejša, kadar ne obstaja noben dokaz o njenem obstoju.

²³⁹ Uvajanje načela objektivnosti, ki je sledilo tradicionalno politično oziroma strankarskemu obarvanemu tisku, je kot pravilo najprej uveljavila tiskovna agencija *Associated Press*. V dvajsetih letih dvajsetega stoletja je bilo »sprejeto kot norma kakovostnega novinarstva v ZDA in v naslednjih desetletjih v večini zahodnih demokracij. V Evropi je ideal novinarske objektivnosti ali uravnoteženja poročanja vpisan tudi v temelje javne radiotelevizije.« (Splichal 2000, 51)

homogenizaciji in banalizaciji, po »konformnosti« in »depolitizaciji«, v skrajni izvedenki, ki se je na Zahodu razvila predvsem na televiziji v drugi polovici dvajsetega stoletja, pa v plehkem malomeščanskem moralizmu, dramatizaciji, senzacionalizmu in iskanju spektaklov. Za medije te tendence predpostavljajo, da se morajo gibati v družbeni sredini in se izogibati pozicioniranju v politično preveč kontroverznih temah, saj bi to od spremljanja medija lahko odtegnilo del občinstev. Do podobnih ugotovitev za vzpon objektivnosti kot novinarske ideologije je na primer prišel Baker (1994, 1. pogl.), ki je podobno kot številni drugi avtorji razlog videl predvsem v skrbi po maksimizaciji oglaševalskih dohodkov.²⁴⁰ Splichal omenja, da so bila načela objektivnega novinarstva »predvsem pragmatično ekonomsko utemeljena: nepreudarna uredniška politika objavljanja osebnih pogledov in interpretacij, skladnih z mnenji samo dela bralcev, bi lahko bistveno zmanjšala bralski krog – "kupujočo javnost", od katere so bili odvisni oglaševalski prihodki.« Smythe (1960b, 110) je to logiko še razširil in poudaril, da je vsa množična proizvodnja za množični trg zasnovana tako, da odbija čim manj ljudi. Razloge za razvoj »objektivnega«, nepolitičnega in dekontekstualiziranega poročanja je torej potrebno iskati predvsem v skrbi po višji cirkulaciji, ki je bila povezana s potrebo medijev po maksimizaciji oglaševalskih dohodkov. Prav v začetku dvajsetega stoletja se je v ZDA namreč vzpostavila moderna oglaševalska industrija in institucionalizacija množične potrošnje, s čimer se je nadzor nad ljudmi iz sfere proizvodnje preselil še v sfero zasebnosti (glej Ewen 1976; Smythe 1981a; Murdock 2000, 55–56; Williams 2005, 10. pogl.).

4.2.6 Javno mnenje in tisk pri Tönniesu

Podobno kot za sonarodnjake (Schäffleja, Kniesa in Bücherja pred njim) tudi za Tönniesa (čigar opus lahko dojemamo za zgodnji primer kritične analize medijev /glej H. Hardt 2001, 6. pogl.; Splichal 2006, 50/) tisk bil podrejen partikularnim interesom kapitala. Neposredno se je s to tematiko ukvarjal v dvajsetih letih dvajsetega stoletja, ko je izšla njegova knjiga *Kritika javnega mnenja* [*Kritik der öffentlichen Meinung*]. Pri analizi tiska ni posebej ovinkaril: »Vsi, ki so v zadnjem času pisali o tisku, se strinjajo, da časnik, posebej veliki, je in postaja predvsem kapitalistično podjetje, katerega najneposrednejši cilj je zatorej kovati iz poslovanja dobiček.« (Tönnies 1998, 143) Časnik se mora po njegovem zaradi tega prilagajati lastnemu krogu bralcev, naročnikov in predvsem oglaševalcev, ki so bili že takrat po mnenju Tönniesa izjemno pomembni:

²⁴⁰ Glej Curran (1977; 1978a; 2002, 81), Baker (1994), Williams (1961/2011, 210–212; 1997, 23), Splichal (2000, 51) itd.

»Za kupčijo s tiskom pomenijo oglasi veliko več – in s tem se poznavalci zadeve strinjajo – kot naročniki; zato je treba, če gre za golo vprašanje dobička, interese oglaševalcev upoštevati še bolj kot interese naročnikov. [...] Vodja nekega časnika bo po sodbi založnika in drugih ljudi iz ozadja založniškega kapitala slabo opravljal svoje dolžnosti, če bo tehten, "velik" oglaševalec časniku odrekel svoje oglase.« (Tönnies 1998, 143)

Tönnies se je s to oceno oglaševanja pridružil Bücherju in Sinclairu, ki sta prišla do enakih zaključkov. Bistveno je, da se zahtevam, ki izhajajo iz podrejenosti tiska kapitalu, morajo po mnenju Tönniesa hočeš – nočeš prilagajati tudi pisci oziroma novinarji (glej tudi H. Hardt 2001, 118–119), za katere je povsem oportunistično gledano precej boljše, da lastnih pogledov ali »prepričanj« sploh nimajo, kot pa da so politično opredeljeni. S tem namreč laže izražajo »predpisana« mnenja, ki jim bodo omogočila vsakodnevno eksistenco. Ni zato nenavadno, da je Tönnies opozarjal na prikrito oglaševanje, ki je zaradi nevsiljivosti in zaupanja do pisca ali urednika učinkovitejše, kot velja za navadne oglase, po njegovi oceni pa naj bi ga poznali vsepovsod (prav tam, 145).

Na Tönniesa je poleg Hobbesa, Spencerja in Comteja močno vplival tudi Marx. Hanno Hardt (2001, 108) omenja, da je prav zaradi slednjega Tönnies priznaval vpliv ekonomskih vidikov družbenega življenja in sprejemal osnovne premise njegovega zgodovinskega materializma (čeprav se je prej kot za ekonomsko razlago družbe zavzemal za sociološko). Kot enega najpomembnejših sociologov svojega časa – z Webrom in s Simmelom je na primer leta 1909 ustanovil nemško sociološko društvo (glej H. Hardt 2001, 107–108) – je Tönniesa pričakovano zanimalo vprašanje, kakšne so posledice tiska kot družbene sile (in mogočega orodja propagande) na politiko in javno mnenje. Kot je ugotavljal, je javno mnenje največkrat podobno mnenjem tiska. Čeprav časopisi niso edini vir informacij za člane javnosti, so na splošno gledano najpomembnejši (glej Splichal 2006, 52). Razlog je v njegovem naraščajočem vplivu:

»Časopisni tisk, ki je nastal in počasi rasel v sedemnajstem stoletju, je že v osemnajstem stoletju vse bolj postajal sila v družbenem in političnem življenju, v devetnajstem stoletju pa pomembna, vsesplošno priznana sila z globokimi učinki, "šesta" ali "sedma" sila, kot jo bahavo imenujejo; s svojo strašansko močjo pa se bo morda razkril šele v sedanjem (20.) stoletju. Kajti časnik je postal najodličnejše, najuporabnejše in tudi največkrat uporabljeno sredstvo za seznanjanje z mnenji, za njihovo uveljavljanje, za njihovo javno oznanjanje in obrambo, za napadanje

nasprotnih mnenj in za ustvarjanje sovraštva do njih in zaničevanja – večina časnikov je postala bojišče, na katerem se nenehno razplamteva in z vročim ognjem gori nenehna bitka misli in mnenj.« (Tönnies 1998, 73)

Zaradi korupcije, ki je bila povezana z nadzorom tiska s strani korporacij in z lastniškimi monopoli, je bilo za Tönniesa neodvisno časnikarstvo popolna iluzija (glej H. Hardt 2001, 120–121). Pri tem se je za ameriški kontekst med drugim opiral na Warda (1911), za katerega so bili časopisi kljub številnim slavonspevom v resnici preprosto pripomočki zavajanja [*organ of deception*]. Vsak časnik naj bi namreč branil določene posebne interese in kar koli je bilo v njih zapisano, jih je bodisi posredno bodisi neposredno podpiralo (glej Ward 1911, 487). Kot piše Splichal (2006, 54), je Tönnies časopise zato dojemal »kvečjemu kot (mogoče) mediatorje in pod nobenim pogojem ne kot subjekte ali akterje pri kreiranju javnega mnenja.« (prav tam) Zaradi naraščajoče vloge industrijskega kapitala v začetku dvajsetega stoletja je naraščala tudi vloga tega ekskluzivnega dela družbe pri upravljanju moči tiska, zaradi česar so za modernim tiskom po Tönniesovem (prav tam, 55) mnenju stale nove politične, ekonomske in intelektualne sile, ki naj bi tvorile novo družbeno elito.

Za Tönniesa torej izjemne vloge in moči ni imel tisk kot takšen, ampak interesi, ki so se kanalizirali skozi njega. Šlo je predvsem za interese ekonomske elite in njihovih lastnih podjetniških interesov (npr. svobodni trg, podpora strankam, carinska zaščita) (H. Hardt 2001, 119). Pri analizi je Tönnies šel dlje in napovedal, da je končni cilj medijskega sistema enotni svetovni trg, s čimer je po Hannu Hardtu (prav tam, 121–122) izjemno anticipiral globalno moč prostotrzne ekonomije in dominanco nekaj osrednjih proizvajalcev novic. Zdi se, da se je slabo stoletje kasneje njegova napoved uresničila z vsemi pripadajočimi protislovji.

4.2.7 Webrova (neizvedena) ekonomska sociologija tiska

Živahnost nemškega prostora pri zgodnjem političnoekonomskem preučevanju tiska poleg že omenjenih avtorjev ponazarjajo interesi Maxa Webra. Med leti 1909 in 1910 je imel namreč v planu obsežnejšo študijo sociologije tiska, v kateri se je hotel osredotočiti na sodobno časopisno industrijo, vendar se njegov projekt na koncu ni izšel, zato za razliko od ostalih predhodnikov političnoekonomskega pristopa, ki so že bili omenjeni, na to področje ni imel neposrednega vpliva (čeprav je plan natančne analize področja načrtoval, še preden sta o njem pisala Sinclair in Tönnies). Weber je imel izjemne težave že z zbiranjem denarja za raziskavo, poleg tega je bil prepričan, da bi za njeno uspešno izvedbo bila nujno potrebna

podpora vseh, ki so vključeni v ustvarjanje časopisov, posebej založnikov in novinarjev. Od projekta se je dokončno umaknil po pravnih sporih z enim izmed časopisov.²⁴¹

Kljub temu je ostalo ohranjeno njegovo neobjavljeno *Preliminarno poročilo o predlagani analizi, namenjeni sociologiji tiska*, ki ga je predstavil nemškemu sociološkemu društvu.²⁴² V njem lahko prepoznamo zametke političnoekonomskih okvirov, v katerih je primoran delovati tisk. Podobno kot ostale sociologe tega obdobja so Webra (1998, 111) zanimali odgovori na (kot jih je imenoval) »velika kulturna vprašanja časa«. Mednje je uvrščal načine, kako moderna družba asimilira posameznike, pri čemer je »tisk eden od načinov oblikovanja *subjektivne* individualnosti modernega človeka,« (prav tam) pa tudi kakšne so okoliščine, ki jih »ustvarja javno mnenje, čigar najpomembnejša determinanta danes je časopis, in sicer pri razvoju, ohranjanju, spodkopavanju in spreminjanju umetniških, znanstvenih, etičnih, religioznih, političnih, družbenih in ekonomskih kulturnih elementov: tisk kot sestavni del *objektivne* individualnosti moderne *kulture*.« (prav tam) V odseku o javnem mnenju Weber (prav tam, 118) piše kar o njegovi proizvodnji s strani tiska.

Po Webrovih (prav tam, 111–112) besedah so bile v takratnem času vse kulturne dejavnosti, ko pride do tiska, neposredno povezane z obstojem zasebnih podjetij. Prav ekonomsko poslovanje časopisov je bilo tisto, ki bi ga pri njihovem raziskovanju bilo potrebno umestiti v samo središče. To raziskovalno izhodišče je prisotno skozi celotno preliminarno poročilo. Webra so v prvi vrsti zanimala vprašanja na ravni posamezne časopisne enote, na primer: *prvič* – lastništvo časopisov in njihov razvoj v zadnjih desetletjih po posameznih večjih časopisih; kakšen je vpliv lastnikov, večjih delničarjev in donatorjev pri tendencah časopisov, da bi poročali, kot si želijo (ter kakšne so pri tem meje); kako prihaja do nakupov drugih časopisov in kakšen je pri tem odziv bralstva; *drugič* – kakšna je višina kapitala, potrebnega za poslovanje časopisov (na primer glede na velikost in ostale kriterije); in *tretjič* – kakšni so približni proizvodni stroški časopisov (na primer papir, tisk, distribucija, ostali materialni stroški; stroški za urednike in razlike med posameznim tipi časopisov; cena domačih tiskovnih agencij in primerjava s tujimi). Weber se je ob tem zavedal, da bo v mnogih primerih težko priti do natančnih podatkov. Poleg poročil založnikov časopisov se je zato nameraval opirati na posameznike z izkušnjami v tem poslu. Preko analize monopolizacije in tekmovanja v tisku je načrt vključeval širši vpogled v časopisni sektor: kupovanje časopisov s strani drugih časopisov, združevanje naslovov, uporaba istih

²⁴¹ O podrobnostih glej Hennis (1998, 109) in Hanno Hardt (2001, 136–139).

²⁴² Zanimivo je, da so Webrovo besedilo našli med Tönniesovimi dokumenti, ki je bil prvi (dolgoletni) predsednik nemškega sociološkega društva. Weber je besedilo društvu predstavil leta 1909.

proizvodnih obratov in tako dalje (prav tam, 116). Weber (prav tam) ob tem omenja, da je viden »*de facto* monopolni položaj uveljavljenih medijev: največji v Ameriki (zaradi *Associated press*),« obstaja pa tudi možnost obstoja časopisnih kartelov v Angliji, Ameriki in Nemčiji.

V planu analize je pomembno vlogo igralo tudi oglaševanje, pri katerem so Webra (prav tam, 114–115) posebej zanimali razlogi za vzpon oglaševanja, njegovi stili, možnosti merjenja oglaševalskega vpliva pa tudi kakšne so komercialne omejitve ter možnosti preračunavanja prostega prostora, namenjenega oglaševanju. Kot omenja Splichal (2000, 51), je Weber »obtoževal kapitalistične časopise, da spodbujajo politično indiferentnost, ker so njihovi lastniki ugotovili, da samostojnost (različnost) ne prinaša dobička.« To kritiko je Weber (1946, 97) nadalje razdelal v še enem »netipičnem« prispevku, in sicer v predavanju, naslovljenem *Politika kot poklic* [*Politik als Beruf*], ki ga je imel leta 1918 na Münchenski univerzi (objavljeno je bilo leto kasneje). Njegova širša argumentacija je bila povezana z naraščajočim pomenom vrednotno nevtralnega in nepristranskega novinarskega poročanja, ki je bilo v tistem času povezano z omenjenim privabljanjem oglaševalcev. Finančno gledano je imelo oglaševanje v tisku z naraščanjem naklade vedno pomenbnejšo vlogo, Weber (prav tam) pa je ob tem opazil, da so v oglaševanju obstajali primeri, pri katerih so bile zelo očitne tendence po političnem vplivu (kar je bilo problematično posebej za manjše časopise). Kot omenja Splichal (2000, 51), je v tem času vzpon nevtralnega novinarstva še dodatno »pospešilo ustanavljanje tiskovnih agencij, ki so zbirale in posredovale informacije mnogim časopisom z različnimi političnimi usmeritvami v različnih državah.«²⁴³

Weber je imel torej v planu natančno ekonomsko analizo področja, ki bi bila prva tovrstna raziskava tiska v kapitalizmu. Namenjena bi bila predvsem prikazu obstoječega stanja, v manjši meri pa bi – vsaj glede na poročilo – služila kot njegova kritika. V Webrovem načrtu namreč ni niti doslednih normativnih predpostavk niti nasprotovanja obstoječi ureditvi časopisnega sektorja. To je opazno tudi v njegovem kasnejšem besedilu z naslovom *Politika kot poklic*, ki ga je potrebno umestiti znotraj obstoječega in skrajno formaliziranega

²⁴³ Vloga tiskovnih agencij je Webra (1998, 113) sicer zanimala tudi v *Preliminarnem poročilu*, posebej pri zbiranju materiala (zunanj viri): med drugim pri vprašanjih pozicioniranja velikih telegrafskih agencij in komercialnih principov največjih obstoječih tiskovnih agencij. Poleg Wolffa in Havasa sta se mu posebej pomembni agenciji zdeli *Reuters* in *Associated Press*. Kot omenja Schiller (1976, 26), so na prelomu stoletja mednarodni nadzor nad informacijami še zmeraj imeli evropski novičarski karteli: agencije *Reuters*, *Havas* in *Wolff*. Glavne tiskovne agencije so bile ustanovljene v sredini devetnajstega stoletja, a ker se *Associated Press* ni internacionaliziral do dvajsetega stoletja, so informacijske trge in javno mnenje nadzorovale evropske tiskovne agencije, ki so tvorile mednarodni kartel, saj so si z dogovori razdelile različna geografska področja (Thussu 2006, 9–10; prim. Winseck in Pike 2007). Potrebno je omeniti, da Weber ni bil nič manj kritičen do politično opredeljenega tiska, ki je bilo v Nemčiji – podobno kot drugod – pod nadzorom političnih strank. Anonimnost avtorjev je po njegovem dodatno prispevala k »notorično najhujšim bulvarskim časopisom; z opuščanjem anonimnosti so [časopisi] težili k višji prodaji in jo tudi dosegli. Založniki kot tudi novinarji senzacionalizma so zaslužili bogastvo, ampak vsekakor ne spoštovanja,« je poudarjal (Weber 1946, 98).

liberalnoelitističnega dojemanja politike in uradništva kot oblike javne »politične« administracije. Weber (1946, 95–97) je sicer visoko cenil novinarstvo (posebej zaradi težavnosti poročanja, ki je s seboj nosilo veliko odgovornost), predvsem pa njegov pomen v (boljšem) delovanju *obstoječe* družbe. Težavno se mu je zdelo neprestano prilagajanje novinarjev na nove tematike (opažal je vedno višjo intenzivnost in tempo novinarskega delovanja), ki jih je pričakoval trg, in o katerih so se morali novinarji hitro ter prepričljivo izražati.

4.3 Formalni začetki političnoekonomske raziskovalne tradicije v komunikologiji in izgraditev področja raziskovanja

»Na neki način vsak političnoekonomski sistem v resnici sloni na zmožnosti nadzora nad uporabo informacij.«

Dallas W. Smythe (1981a, XV)

Formalni začetki politične ekonomije komuniciranja se pojavijo v Severni Ameriki v petdesetih letih dvajsetega stoletja. Pristop sta prva načrtala Dallas Walker Smythe in za njim Herbert Irwing Schiller, ki sta imela na razvoj področja bržkone največji vpliv (glej McChesney 2007, 2. pogl., 31; Meehan 2004; Mosco 2009, 5. pogl.). Šele kasneje se je področje razvilo tudi drugod, posebej v Angliji (npr. westminstrska šola) in Zahodni Nemčiji, delno po preostali Evropi (Kaarle Nordenstreng, Armand Mattelart, Slavko Splichal) in širše (Dorfman in Mattelart, Hamid Mowlana).²⁴⁴ V Severni Ameriki so Smythu in Herbertu Schillerju kmalu sledili drugi avtorji, pogosto njihovi raziskovalni sodelavci ali študentje, med njimi Thomas H. Guback, Janet Wasko, Eileen Meehan, Vincent Mosco in Oscar Gandy mlajši, kasneje Robert McChesney, Dan Schiller, Sut Jhally in drugi.

Pri razvoju področja so bile ključnega pomena družbene perturbacije in zgodovinski kontekst, v katerem so živeli avtorji. Politične, ekonomske in kulturne okoliščine so na osebni ravni vseh pustile izjemne posledice: pri Smythu in Herbertu Schillerju med drugim socialno opustošenje velike depresije konec dvajsetih let dvajsetega stoletja (zaradi katere se je, podobno kot danes, govorilo o izgubljenih generacijah), vzpon fašizmov, druga svetovna vojna in pogosto zelo očitni primeri rasizma.²⁴⁵ Kasneje sta na njuno politično opredelitev in raziskovalno dejavnost na eni strani vplivala hladnovojni antikomunizem in makartistični

²⁴⁴ Omenjeni avtorji so pogosto nedvoumno izhajali iz marksizma in kritike politične ekonomije, nekatere pa je mogoče uvrstiti med kritične komunikologe, ki niso nujno sledili Marxovi kritiki politične ekonomije (glej Lent 1995; Nordenstreng 2004; Meehan 2004; Mosco 2009). O westminstrski šoli glej na primer Curran (2004); na nekaterih mestih Curran (2002, 110) v to šolo uvršča tudi Murdocka in Goldinga. Podrobno analizo in dopolnitev marksistične politične ekonomije komuniciranja, kot se je razvila v Zahodni Nemčiji, je napisal Splichal (1981). Mattelart in Siegelau (1979) sta konec sedemdesetih let dvajsetega stoletja na primer izdala pomembno antologijo v dveh zvezkih, naslovljeno *Komuniciranje in razredni boj* [*Communication and Class Struggle*], Lent (1995) pa je v predstavitvi avtorjev, ki so z izhajanjem iz kritičnih pristopov »ubrali drugačno pot«, poleg Herberta Schillerja in Smytha vključil še Gerbnerja, Nordenstrenga in Hallorana.

²⁴⁵ Pri tem imam v mislih »površinske« zgodovinske dogodke in njihov vpliv na osebne zgodovine avtorjev ter njihova življenja (kar je pri obravnavi posameznih raziskovalcev pogosto spregledano), manj pa na globlje političnoekonomske procese. O teh (subjektivnih) vplivih na Herberta Schillerja in Smytha glej njuni avtobiografiji (Smythe 1994, 1. in 2. pogl.; H. Schiller 2000), v katerih se spominjata tudi ostalih pomembnih avtorjev iz tega obdobja. Na Herberta Schillerja je posebej velik vtis pustila velika depresija in strukturna brezposelnost, posledica katere so bile številne družinske tragedije, v njegovem primeru jo je občutil predvsem oče. »To vzdusje je preželo mojo bit z žalostjo in z jezo,« omenja v avtobiografiji. »Nikoli nisem pozabil, kako pomanjkanje zaposlitev razjeda človeška bitja, one brez dela in tiste, ki so z njimi v odnosu. In od tistega obdobja naprej sem bil proti ekonomskemu sistemu, ki je lahko z mirno vestjo poslal ogromni del lastne delovne sile na ceste.« (Schiller 2000, 12) To krizo je »razrešila« prihajajoča vojna in novo izgrajena vojna ekonomija, brez katere bi kriza v ZDA lahko trajala še dolgo časa (tako sta dobila zaposlitev tako oče Herberta Schillerja kot on sam) (prav tam, 14).

»lov na čarovnice«, ki je otežil kritiko obstoječega reda ter širitev intelektualnega in znanstvenega življenja, na drugi strani pa antiimperialistični boji, vzpon novih družbenih gibanj in obsežni študentski protesti proti vojni, ki so kulminirali v nasprotovanju ameriškemu napadu na Vietnam.²⁴⁶ Pri Smythu in Schillerju je šlo za aktivni upor proti prevladujoči struji administrativne komunikologije (Maxwell 2003, 26), s tem pa tudi za upor proti obstoječemu družbenemu redu.²⁴⁷ Komunikologija je bila, vsaj v ZDA, do vzpona kritičnih pristopov skoraj popolnoma podrejena ameriški zunanji politiki in interesom kapitala.

Obstaja še en pomemben vzrok za razvoj tega razvejanega področja v tem zgodovinskem obdobju, ki je najbolj na dlani in se ga morda prav zaradi očitnosti prepogosto niti ne omenja. Čeprav so bile skozi zgodovino komunikacije zmeraj pomembne, je v drugi polovici dvajsetega stoletja skupaj s komunikacijsko infrastrukturo, z informacijskimi sistemi in s kulturnimi ter z medijskimi industrijami to področje postopno prešlo v središče kapitalistične ekonomije. Kot meni Herbert Schiller (2000, 101), je »ekspanzija kulturnokomunikacijskih industrij postala odločilnega pomena za delovanje globalizirane tržne ekonomije.« (prim. Schiller 1976, 68–69) To je eden temeljnih razlogov, zakaj je v znanstvenem zanimanju do teh tematik prišlo do občutnega obrata in naraščajočega zanimanja. Prav zaradi tega je Gerbner (v Nordenstreng 2004, 13) v začetku osemdesetih let dvajsetega stoletja lahko razvpito zapisal, da »če bi bil Marx danes živ, bi njegovo osrednje delo bilo naslovljeno *Komunikacija*, namesto *Kapital*.«

Razvoj politične ekonomije komuniciranja je mogoče razdeliti v pet povezanih, a vseeno značilnih obdobjih (tabela 4.5), zaradi česar je mogoče med njimi potegniti bolj ali manj jasne ločnice: 1) predzgodovina; 2) konfliktno-formalno konstituiranje področja; 3) občutna ekspanzija in prosperiranje; 4) delni intelektualni in raziskovalni zastoj; 5) vrnitev pristopa kot temelja kritičnega komunikološkega raziskovanja. V nadaljevanju bomo obdobja poglobljeno pogledali.

- **»Predzgodovina« politične ekonomije komuniciranja**, ki je okvirno trajala od sredine devetnajstega stoletja do formalne konstitucije področja v sredini dvajsetega stoletja, je bila obravnavana v prejšnjem poglavju (poglavje 4.2). V tem obdobju nastajajo zametki pristopa, ki spremljajo vzpostavljanje znanstvenega in družboslovnega raziskovanja, zaradi česar nastanejo

²⁴⁶ O zgodovinskem kontekstu in političnoekonomskih vplivih na posamezne avtorje glej med drugim Lent (1995), Schiller (2000), Maxwell (2003), Murdock (2006b), Mosco (2009, 82–89) idr.

²⁴⁷ Smythe (v Lent 1995, 32) tako v intervjuju omenja, da je leta 1979 uspel dobiti svoj arhiv, ki ga je o njem zbiral FBI. V njem je med drugim lahko prebral, da je bil Wilbur Schramm (nekaj časa njegov nadrejeni) dolgoletni informant FBI, svetovalec pa je bil tudi za druge obveščevalne službe ameriške vojske in za CIA.

osnovni temelji za kasnejše raziskovanje (na primer kritika politične ekonomije, prvi zametki komunikologije kot vede).

- ***Konfliktno formalno konstituiranje področja*** je potekalo v antagonističnih družbenih razmerah. To obdobje traja od sredine dvajsetega stoletja do konca šestdesetih let. Spremljajo ga izjemni konflikti, in sicer tako na ravni širše družbe kot v akademski sferi. Kritično raziskovanje je bilo v tem času zaradi skrajne družbene paranoje in geopolitičnih konfliktov močno otežkočeno in je bilo tako družbeno kot »znanstveno« dojeto za skorajda nesprejemljivo.
- ***Občutna ekspanzija in prosperiranje*** politične ekonomije komuniciranja je bila povezana z odpiranjem političnega prostora in nasploh javne ter akademske sfere konec šestdesetih let dvajsetega stoletja. To je omogočilo širitev kritične komunikologije, ki je skupaj s politično ekonomijo komuniciranja pritegnila številne mlajše raziskovalce. Pritiske študentskih gibanj na nekaterih univerzah je v tem času povečal študentski vpliv pri ustvarjanju kurikulumov. Odprle so se tudi možnosti za predmetnike, ki so vsebovali kritično teorijo. Gre za kratko obdobje, ko področje zadira, a se prostor nato kmalu znova prične zapirati z obratom v neoliberalizem v začetku osemdesetih let omenjenega stoletja.
- ***Delni intelektualni in raziskovalni zastoj*** je bil povezan predvsem z ideološkimi napadi in z družbenim kontekstom v obdobju med osemdesetimi leti dvajsetega stoletja in novim tisočletjem. Pristop ni bil le pod zunanjim udarom, s strani politike in kapitala, ampak tudi s strani same akademske skupnosti. Afirmativni družboslovni pristopi so predvsem po koncu hladne vojne poskušali utemeljiti nepomembnost političnoekonomskega pristopa, ki naj bi postal irelevanten, saj so bila razrešena ključna vprašanja o ureditvi družbenega reda. Čeprav je bil pristop navznoter relativno konsistenten, je bil zaradi tega vnovič prisiljen utemeljevati lastni obstoj. Razlog, da ni prišlo do njegovega popolnega zamrtja, je najti predvsem v produktivnosti utemeljiteljev področja in vstopu raziskovalcev, ki so se intelektualno oblikovali v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja. Prva generacija te raziskovalne tradicije se je dokončno poslovila s smrtjo Smytha v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja in nato še Herberta Schillerja v začetku leta 2000.
- ***Vrnitev pristopa kot temelja kritičnega komunikološkega raziskovanja*** se dogaja postopoma od konca devetdesetih let dvajsetega stoletja, ko se marsikje že razpoči ideološki milni mehurček o kapitalizmu kot edinem možnem političnoekonomskem sistemu. Vzpon kritičnih pristopov je povezan z vzponom gibanj za alternativno globalizacijo. Čeprav je z 11. 9. protiteroristična zakonodaja v ZDA občutno zaustavila politični zanos gibanj, se je nujnost kritike kapitalizma in obstoječih družbenih razmer z vso močjo pokazala s finančno krizo na Wall Streetu, ki ji je sledila uničujoča svetovna gospodarska kriza. V tem času kritični političnoekonomski pristopi, vključno z marksizmom, znova postopno pridobivajo na veljavi – ne le v komunikologiji, ampak

širše v družboslovju. Tesna povezanost z aktualnim družbenim dogajanjem je ob tem vnovič pokazala, da znanstvenega raziskovanja v akademskem okolju ni mogoče preprosto (pozitivistično) ločiti od aktualnega političnega, ekonomskega in kulturnega konteksta.

V nadaljevanju se podrobneje posvečam političnemu in družbenemu kontekstu, ki je spremljal različne stopnje razvoja politične ekonomije komuniciranja, med drugim pozivom k *Novi svetovni informacijski in komunikacijski ureditvi* (NWICO), ki so raziskovalni tradiciji dali pomembno spodbudo. Posebej izpostavljam Dallasa W. Smytha in Herberta I. Schillerja, avtorja, ki sta bila ključna pri izgrajevanju področja, in njune prispevke.

Tabela 4.5: Obdobja razvoja politične ekonomije komuniciranja

Obdobje	Okvirno trajanje	Pomembnejši avtorji
»PREDZGODOVINA« PODROČJA	Od sredine 19. stoletja do sredine 20. stoletja (od ~1848 do ~1947)	K. Marx, K. Knies, A. Schäffle, C. Bücher, U. Sinclair (F. Tönnies, M. Weber, W. Benjamin, E. A. Ross, K. Kraus)
FORMALNA KONSTITUCIJA	Od konca štiridesetih do konca šestdesetih let 20. stoletja (od ~1948 do ~1969)	D. W. Smythe, H. I. Schiller (T. W. Adorno, M. Horkheimer, H. A. Innis, R. Williams)
OBČUTNA EKSPANZIJA IN PROSPERIRANJE	Sedemdeseta in začetek osemdesetih let 20. stoletja (od ~1969 do ~1983)	T. Guback, G. Murdock, P. Golding, C. Sparks, J. Curran, N. Garnham, H. Holzer, H. M. Enzensberger, J. Aufermann, O. Negt, A. Kluge, O. Dröge, B. Hoffmann, D. Prokop, A. Mattelart, B. Bagdikian, S. Splichal, K. Nordenstreng, O. Boyd-Barrett, V. Mosco
DELNI RAZISKOVALNI ZASTOJ (IDEOLOŠKI NAPADI IN POLITIČNI KONTEKST)	Od sredine osemdesetih let 20. stoletja do novega tisočletja (od ~1983 do ~1998)	H. Mowlana, K. McKercher, J. Wasko, S. Jhally, E. R. Meehan, W. H. Melody, B. Miede, Y. Zhao, F. Webster, J. Becker, R. Mansell, D. Schiller, R. V. Betteg, R. W. McChesney, D. K. Thussu, R. E. Babe, O. H. Gandy mlajši, M. Pendakur, C. E. Baker, (N. Chomsky, E. S. Herman, G. Sussman, J. D. H. Downing)
VRNITEV PRISTOPA KOT TEMELJA KRITIČNEGA KOMUNIKOLOŠKEGA RAZISKOVANJA	Od konca devetdesetih let 20. stoletja oziroma okvirno od začetka novega tisočletja (od ~1999)	N. Dyer-Witheford, Y. Zhao, R. Maxwell, D. R. Winseck, P. Chakravartty, W. Hope, A. Calabrese, C. Fuchs, H. Sousa, A. Schiffrin, E. Fisher, M. Wayne, J. Klaehn, D. Yong Jin, L. Artz (M. Andrejevic, A. Feenberg, R. Prey, T. Allmer, M. Sandoval, S. Seignani) [...]

4.3.1 Prvi zametki področja v represivnih političnih razmerah in njegova ekspanzija v kontekstu družbenih antagonizmov

Formalne začetke politične ekonomije komuniciranja lahko najdemo pri Dallasu W. Smythu, ki je leta 1948 na Univerzi v Illinoisu uvedel prvi univerzitetni predmet s tem naslovom (Smythe 1994, 43; Smythe v Lent 1995, 33). Skozi petdeseta leta dvajsetega stoletja je nato sodeloval v različnih, predvsem ekonomskih, analizah, ki so se ukvarjale s širšim področjem komunikologije. Napisal je več prispevkov, v katerih je pričel počasi izgrajevati lastne ideje in področje političnoekonomskega komunikološkega raziskovanja (glej Smythe 1994). V prispevku, objavljenem leta 1951, se je tako iz ekonomske perspektive spraševal, kaj so sploh proizvodi, ki jih množični mediji (radio in televizija) ponujajo odjemalcem (Smythe 1951). Njegov odgovor je, da gre v prvi vrsti za skupino proizvodov in storitev, ki so povezane z radijskimi in s televizijskimi sprejemniki, torej z njihovimi tehničnimi deli. V drugi vrsti pa gre za proizvode, kot so prodajanje časa v programu (na postaji) in lojalnost občinstev, ki je merljiva in jo postaje nato prodajajo oglaševalcem. »Kar je prodano, je *program za občinstvo* [...] in *verjetnost razvoja lojalnosti občinstva do oglaševalca*,« je menil (prav tam, 110, avtorjev poudarek). Šele kasneje je dokončno razvil idejo, da so v resnici občinstva blago, ki ga mediji prodajajo oglaševalcem. V srži je bila predpostavka prisotna že tem besedilu, saj je Smythe (komercialna) radio in televizijo prek oglaševanja umeščal v odnos s širšim ekonomskim sistemom. Poudarjal je, da je »eden bolj razširjenih mitov naše kulture, da so radijski in televizijski programi "brezplačni".« (Smythe 1951, 110) V resnici namreč odjemalcu oziroma občinstvom najpogosteje preprosto govori oglaševalec. Smythove ideje so se v tem času šele oblikovale. V pogovoru je kasneje priznaval, da je bil na primer njegov pristop pri poučevanju omenjenega predmeta v začetku precej naiven; nabor literature, ki jo je imel na voljo, pa je bil močno omejen (Smythe v Lent 1995, 33).

Leta 1953 je Smythe objavil pomembni prispevek o epistemoloških, teoretskih in metodoloških dilemah komunikološkega raziskovanja, naslovljen *Nekaj opazk o komunikološki teoriji* (glej Smythe 1954a), v začetku šestdesetih let prejšnjega stoletja pa članek, naslovljen *O politični ekonomiji komuniciranja* (Smythe 1960a). S slednjim je področje raziskovanja dobilo eno prvih znanstvenih utemeljitev. Prispevek je po vsej verjetnosti prvi koherentni prispevek k novonastajajočemu področju, v katerem se je avtor nesposredno skliceval na politično ekonomijo komuniciranja in področje prvič nedvoumno poimenoval na takšen način. Smythe (1960a) je v njem predpostavil, da bi raziskovanje politične ekonomije komuniciranja lahko vključevalo komunikacijske politike, povezane s proizvodnjo, z alokacijo, z organizacijo in z nadzorom, to pa bi študiju omogočalo praktično

neomejeno širino in nabor tematik. V tem času njegov pristop ni bil dosledno radikalen oziroma kritičen, ampak se je gibal med formaliziranim institucionalizmom, analizo posameznih politik na področju komunikacij ter mešanico liberalne in kritične teorije. V prispevku ga je na primer zanimal odnos med komunikacijskimi institucijami in posameznimi politikami v njihovem družbenem kontekstu (prav tam). Ne glede na zadržanost pri kritični obravnavi, je po mnenju Waskove (glej 2005, 28) članek pomenil pomemben korak stran od takrat prevladujočega preučevanja množičnih medijev, ki je bilo skrajno konformistično.²⁴⁸

Določeni odpor do radikalne kritike je potrebno razumeti v okvirih že nakazanega zgodovinskega konteksta, v katerem je Smythe v tem času delal in raziskoval, povezan pa je bil tudi z neizgrajenostjo področja. Odstopanja od osrednjega toka znanstvenega (pozitivističnega) družboslovja so bila močno nezaželena in na različne načine akademsko ter tudi družbeno-politično penalizirana. Kakršna koli temeljnejša sistemska kritika je lahko vodila celo v izgubo službe. Herbert Schiller (2000, 22) se je spominjal, da so po vojni in po predsedniški zmagi Harryja S. Trumana na volitvah leta 1948, opozicijski glasovi v ZDA postopno potihnil, nato pa poniknili v podtalje. »Prek Amerike je bil potegnjena zastora, ki je zadušil svobodno razpravo,« je zapisal v avtobiografiji (prav tam). Nekateri avtorji (glej Harvey 2003, 49, 51) so paranoidno ameriško politiko, ki je vključevala – in še vključuje – strah pred zunanjim *drugim*, povezovali s težavnostjo doseganja notranje kohezije v etnično mešani, razredno razdeljeni in izjemno individualistični družbi. Preseganje teh protislovij je potrebovalo *ustvarjanje* političnih solidarnosti, ki so se v času makartizma izražale v političnem konformizmu in notranjem redu.

Tako Smythe kot kasneje Herbert Schiller sta imela zaradi teh okoliščin že v začetkih akademske poti velike težave z represivnim aparatom in z obtožbami, ki so bile povezane z njunim akademskim delovanjem in s politično aktivnostjo. Pričakovanja znanstvene skupnosti in politični pritiski, ki so se za kritično misel v ZDA zrahljali šele proti koncu šestdesetih let prejšnjega stoletja, so bili v tem času izjemni in so vodili v raziskovalno cenzuro.²⁴⁹ Področje

²⁴⁸ Komunikološko raziskovanje je bilo predvsem pozitivistično (celo behavioristično) in je izpuščalo širši družbeni kontekst in vlogo, ki jo ima na komunikacijsko sfero političnoekonomski sistem; za analizo in kritiko tega pristopa glej npr. tudi Splichal (1981; 1997).

²⁴⁹ O političnih pritiskih in nadzoru kritičnih komunikologov glej Smythe (1994, 38–41), Smythe v Lent (1995); Maxwell (2003) idr. Smytha (glej 1994, 39) je med drugim nadzorovala *Komisija predstavnškega doma za protiameriške dejavnosti* [*House Committee on Un-American Activities*], ki je v ZDA obstajala skoraj tri desetletja, Smythe (1994, 39) pa je ta leta opredelil kar kot *novi inkviziciji*. Med drugim so preganjali t. i. preuranjene antifašiste [*premature anti-fascists*], kamor so uvrščali tiste posameznike, ki so bili pripravljeni javno nasprotovati Mussolinijevemu in Hitlerjevemu vzponu na oblast (ter fašizmu v španski državljanski vojni) že v tridesetih letih dvajsetega stoletja (glej Maxwell 2003, 19). Sumili so namreč, da bi mogoče lahko bili komunisti. Podobni so bili *Protivohunski programi* [*COINTELPRO*] FBI-ja, ki so med drugim vključevali sestavo *Varnostnega indeksa* [*Security Index*]. Le-ta je vključeval ljudi, ki naj bi predstavljali nacionalno varnostno tveganje, na neki točki pa naj bi bilo na tem seznamu kar pol milijona »osumljencev« (prav tam, 20). Smytha naj bi FBI nadzoroval v kar petih različnih obdobjih njegovega življenja, označen pa je bil tudi za protiameriškega [*unamerican*], pri čemer so razlogi varirali od tega, da je zaposлил temnopolto tajnico, do poročila, v katerem je s Cliffom Durrom leta 1946 ugotavljal, da licenca za

komunikologije je bilo v Ameriki skoraj popolnoma podrejeno parcialnim političnim in gospodarskim interesom. Številni ustanovitelji discipline v ZDA so tako bili rekrutirani za obveščevalne službe in različne zunanjepolitične agencije, mnogi raziskovalci so utrjevali lojalnost obstoječemu redu in pomembno prispevali k izgrajevanju histeričnega vzdušja z omogočanjem antikomunistične retorike (glej Herman in Chomsky 1994, 29–35; H. Schiller 2000, 108–118; Maxwell 2003). S tem so služili takratnim širšim mednarodnim težnjam Amerike po vzpostavitvi svetovne hegemonije s priključevanjem držav v svetovni kapitalistični red. Množični mediji so v tem planu skupaj s telekomunikacijami namreč igrali ključno vlogo (glej poglavja 3.4.2 in 4.3.2). Tudi v širšem mednarodnem prostoru je v tem obdobju pri raziskovanju množičnih medijev – disciplini, ki se je šele zares vzpostavljala – zevala praznina, ko je govora o kritičnih pristopih (Nordenstreng 2004, 6–7). Ta kontekst se je močno odražal na raziskovanju. Smythe je zgoraj omenjeni prispevek o dilemah komunikološkega raziskovanja (glej Smythe 1954a) sprva na primer uspel objaviti samo v italijanskem jeziku, ker v ZDA ni uspel najti založnika, šele naknadno mu je uspel preboj v ameriške znanstvene revije (Smythe v Lent 1995, 37). S podobnimi težavami se je še v šestdesetih letih prejšnjega stoletja srečeval Herbert Schiller, saj je eno izmed temeljnih knjig področja, *Množično komuniciranje in ameriški imperij*, poslal več kot osmim založnikom, a med njimi ni našel interesenta, ki bi jo bil pripravljen izdati (H. Schiller v Lent 1995, 143). Izdati mu jo je uspelo šele prek manjšega in skorajda neznanega neodvisnega založnika leta 1969, dve leti kasneje pa jo je nato izdala srednje velika založba *Beacon Press*.

Čeprav je Smythe do konca šestdesetih let dvajsetega stoletja že močno zaznamoval področje s številnimi prispevki in z udeležbami na konferencah (glej Nordenstreng 1993) – v njih se je med drugim dotikal političnega procesa, v katerem je imela kulturna industrija naraščajočo vlogo in je prispevala k pretvarjanju političnih kandidatov v blaga (Smythe 1960b), skorajda ni dvoma, da je prav prva knjiga Herberta Schillerja (1969) postala resnično utemeljitveno delo področja.²⁵⁰ Z njo je namreč interveniral v širši mednarodni prostor, ki se je vedno bolj odpiral za pristope, ki obstoječega stanja niso več dojemali za nespremenljivega (alternative pa so iskali izven črno-bele blokavske ureditve). Kritika je imela pomemben vpliv na številne mlajše raziskovalce v Severni Ameriki, a še večjega na kritične komunikologe izven ZDA; mnogi so namreč iskali referenčno točko za lastne študije, prek katere bi lahko

radiodifuzijo predpostavlja tudi, da morajo radijske postaje služiti javnosti, saj uporabljajo frekvence, ki so v skupni lasti vseh (Smythe 1994, 39).

250 Kljub temu da so bili v njej tudi prispevki, ki so bili že prej objavljeni v radikalnih revijah (mdr. v še danes pomembnih *The Nation* in *The Progressive*). Herbert Schiller v intervjuju z Lentom omenja, da mu je Nordenstreng pisal, naj na eno prvih srečanj pobude NWICO v Montrealu leta 1969 pošlje petdeset izvodov svoje knjige, ki je izšla prav takrat (v Lent 1995, 142).

podali kritiko ameriškega kulturnega imperializma (glej Maxwell 2003, 37–39; prim. Downing 2011, 146). Herbert Schiller (1969) je napisal ostro kritiko strukturnih protislovij kapitalizma. V tistem času je poskušal utreti pot na področja, ki še niso bila kolonizirana. V razpravi je informacijsko infrastrukturo in komunikacijske tokove skupaj s komuniciranjem umestil v jedro aktualnih procesov, ki so se odvijali na nadnacionalni ravni: med drugim v kontekst ameriške zunanje politike in imperialnih tendenc (vključno z vzpostavljanjem različnih oblik odvisnosti), naraščajočega militarizma in razraščanja vojaškega kompleksa, monopolnih tendenc na kapitalističnih in telekomunikacijskih trgih, vloge države v premagovanju kapitalističnih kriz in njenih spodbudah pri tehnološkem razvoju, ne nazadnje pa je podal tudi možnosti alternativnih sistemskih ureditev, ki bi služile vsemu človeštvu in dejanskim potrebam ljudi.²⁵¹ V vseh pogledih je torej delo Herberta Schillerja izpolnjevalo zahtevo, ki jo je za kritično komunikologijo kasneje postavil McChesney (1994, 341–342): da mora nujno preseči svojo izoliranost od kritik, ki so bile podane v drugih disciplinah in v širše levo usmerjeni intelektualni skupnosti. »Kritično komunikološko raziskovanje mora biti nit, ki povezuje različna področja kritičnega raziskovanja skupaj,« je poudarjal McChesney (prav tam, 342). Aktivistični, a obenem natančni in sistematični Schillerjev prispevek je to brez dvoma storil z vso močjo.

Tako pri Smythu in Herbertu Schillerju kot pri njunih intelektualnih naslednikih, ki so nadalje razvili in razvejali političnoekonomski pristop ter mu priključevali nove tematike, je opazen izjemen preskok v primerjavi s predhodniki pristopa, ki sem jih predstavil v poglavju »Predzgodovina« *politične ekonomije komuniciranja*. Analize so postale sistematične, strukturirane, precej bolj osredotočene in natančnejše. S tem so se pričela odpirati številna nova vprašanja. Že pri prvih raziskovalcih je bilo prisotno očitno zavedanje o kompleksnosti področja, predvsem pa o njegovem slabem poznavanju (kritičnih analiz je bilo malo), in potrebi po trdem delu, da bi se ga lahko s časom koherentno zaobjelo.²⁵² Poznavanje delovanja tega področja z novimi analizami ni bilo več le opisno in površinsko, ampak so se

²⁵¹ Z večino teh tem se je Smythe precej podrobno ukvarjal že v šestdesetih letih dvajsetega stoletja, ko se je v svojih analizah posvečal satelitski tehnologiji, v svojih aktivističnih in politično angažiranih govorih pa se je ostro opredeljeval proti nevarnostim, ki so jih prinašali hladnovojni konflikti, posebej možnost totalne jedrske vojne (glej njegova besedila v Guback 1994). Vendar so njegovi odlični govori o odnosu med »spiralo« vojnega terorja in množičnimi mediji (Smythe 1960c; 1963), ki jih je imel v začetku šestdesetih let prejšnjega stoletja, torej v času, ko so bili konflikti med Sovjetsko zvezo in Združenimi državami na vrhuncu (poskus invazije na Prašičji zaliv in nato kubanska raketna kriza), na primer ostali neobjavljeni vse do začetka devetdesetih let dvajsetega stoletja.

²⁵² To pomanjkljivost pri kritični obravnavi komunikacij, medijev in komuniciranja je Smythe izpostavljal še konec sedemdesetih in v začetku osemdesetih let dvajsetega stoletja. V svojem temeljnem delu *Dependency Road* omenja, da si pri kritični teoriji komuniciranja na primer ni mogoče prav veliko pomagati z besedili frankfurtske šole (Smythe 1981a, 268). S tem je imel v mislih predvsem ožjo teorijo komuniciranja, na primer delovanje medijev in oglaševanja v kapitalizmu (proizvajanje občinstev), ne pa epistemoloških in osnovnejših metateoretskih teorij, iz katerih je redno izhajal. Že štiri leta pred tem je poudarjal (Smythe 1977b), da obstaja v marksističnih pristopih slepa pega do medijev in komuniciranja.

kritike usmerile na konkretne industrije in posebnosti njihovega delovanja. S tem so se premaknile od splošnejših (in vsekakor zelo pomembnih) kritik, ki jih je bilo mogoče najti že pri Adornu in Horkheimerju (2002, 4. pogl.) ali kasneje pri Debordu (1999). Že skozi šestdeseta leta dvajsetega stoletja je Williams (glej 1961/2011; 1962) tako napisal nekaj pomembnih prispevkov, ki so vključevali političnoekonomsko perspektivo razvoja tiska, Guback (1971; 1974) pa je konec šestdesetih in v začetku sedemdesetih raziskoval filmsko industrijo in globalni vpliv Hollywooda na okolja, ki so na tem podočju prešla v povsem podrejen in odvisen položaj od svetovne filmske meke. Zaradi tega je bila močno ovirana mogoča raznolikost v filmih, ki bi izhajala iz različnih kultur. V istem obdobju je Herbert Schiller (1973) svojo kritiko razširil na ideološke funkcije množičnih medijev in mehanizme manipulacije, ki jih je opredeljeval kot sisteme nadzora.²⁵³

Spoznanje, da so mediji »predvsem in najpomembnejše industrijske ter komercialne organizacije, ki proizvajajo in distribuirajo blaga,« kot sta brez ovinkarjenja zapisala Murdock in Golding (1973, 205–206), za politično ekonomijo komuniciranja v začetku sedemdesetih let prejšnjega stoletja zgodovinsko gledano torej že ni bilo več sporno. Do podobnih ugotovitev so prišli že predhodniki tega pristopa, podobna je bila zastavitev kritičnih avtorjev iz Zahodne Nemčije. Hofmann je v prispevku, izvirno objavljenem leta 1968, pod prvo tezo zapisal: »Tisk je oblika komercialnega podjetja. Deluje na podlagi profita. Trži novice, mnenja in zabavo kot blaga in je posledično podrejen zakonom blagovne proizvodnje.« (Hofmann 1983, 25) Mediji naj bi bili motivirani z neizogibnimi komercialnimi imperativi, glavni namen komunikacijskih konglomeratov pa je korporativni boj za profitabilnost; a ker je ta namen abstrakten, je potrošnikom kulturnih podob prikrit (prav tam, 20–22). Herbert Schiller (1969; 1973) je v istem obdobju za medije in širši komunikacijski sistem izpostavljal podobne značilnosti. Kot je ugotavljal, je »radijsko in televizijsko oddajanje v ZDA v veliki meri zasebna aktivnost, ki je prerastla v vplivno industrijo, z daljnosežnimi, dasiravno v glavnem nepriznanimi družbenimi učinki.« (H. Schiller 1969, 147) Profitabilnost je gonilna sila korporativnega kapitalizma, ki ji ti kulturni konglomerati zaradi izjemne moči sistemskih okvirov, v katerih delujejo, po mnenju Herberta Schillerja ne morejo ulti. Zaradi tega se bistveno ne razlikujejo od preostalih industrij, ki proizvajajo dobrine in storitve v sistemu, ki mu podobno vladajo imperativi trga (H. Schiller 1976, 6–9). Nadaljeval je z ugotovitvijo, da je ena temeljnih značilnosti industrij, ki ustvarjajo zavest, »natančno v tem, da so industrije. V

²⁵³ Thomas Guback je bil študent Dallasa W. Smytha in je pod njegovim mentorstvom končal doktorat. Leta 1994, dve leti po Smythovi smrti, je uredil zbornik z njegovimi besedili, naslovljen *Counterclockwise: Perspectives on Communication*. V uvodu k posameznim besedilom je le-ta kontekstualiziral, v mnogih primerih s komentarji samega Smytha (glej Guback 1994).

tržni družbi se mediji v vseh svojih vidikih prilagajajo ekonomskim imperativom, ki zadevajo ostale industrije. Delavci proizvajajo vrednosti, ki jih lastniki apropiirajo. Eno podjetje se širi na račun drugega.« (prav tam, 79) Enako je veljalo za filmsko industrijo in filme, ki so bili po Gubackovo (1974, 91) »proizvedeni in trženi; pretok filmov okrog zemeljske oble je voden s preprostimi komercialnimi imperativi.« Ker so bili podrejeni značilnim imperativom kapitalističnega trga, je bilo potrebno ta kulturno-komunikacijska področja kot takšna tudi preučevati, vendar biti ob tem pozoren na posebnosti, zaradi katerih so bile te industrije drugačne od ostalih kapitalističnih industrij.

Vpliv Marxove kritike politične ekonomije je v kritični komunikologiji pričel naraščati predvsem koncem šestdesetih in v začetku sedemdesetih let dvajsetega stoletja. Po mnenju Smytha (v Lent 1995, 34), Herberta Schillerja (2000) in McChesneya (1998a, 11) je imela pri zasuku v ostrejšo kritiko pomemben vpliv implozija ameriškega neoimperializma, v prvi vrsti zaradi vedno pogostejše nasilnih mednarodnih intervencij. ZDA so se soočale s krizo politične legitimnosti, tako doma kot v mednarodnem prostoru. Ključni vpliv na vzpon kritičnih pristopov v komunikologiji in s tem politične ekonomije so imela nova družbena gibanja in vzpon Nove levice, saj so v zahteve po politični participaciji in demokratizaciji pričela vključevati tudi zahtevo po demokratičnejših medijih (glej Splichal 1981, 48–49; Nordenstreng 2004, 6–8; McChesney 2007, 37, 46–47). Pristop politične ekonomije komuniciranja se je v tem času konsistentno pričel razvijati v Evropi (glej Mosco 2009, 89–97) in predvsem v Zahodni Nemčiji, kjer je baziral v marksistični kritiki politične ekonomije, kjer je bil v tem času morda najvplivnejši med kapitalističnimi državami, v katerih je komuniciranje že igralo eno osrednjih gospodarskih vlog. Predstavnike tega pristopa (mdr. Enzensbergerja, Holzerja, Aufermanna, Negta in Klugeja, Drögeja, Hoffmanna, Prokopa) lahko uvrščamo med intelektualne naslednike frankfurtske šole. Leta 1973 sta tako izšla obsežna zbornika, naslovljena *Gesellschaftliche Kommunikation und Information* (prvi in drugi del), z zbranimi prispevki teh avtorjev, ki sta služila kot pomembna delovna zvezka pri kritičnem preučevanju komunikacijske sfere (uredili so ju Aufermann, Bohrmann in Sülzer). Nicholas Garnham (1983) je leta 1983 uredil tematsko številko vplivne komunikološke znanstvene revije *Media, Culture and Society*, naslovljeno *After the Frankfurt School*, ki vključuje deset angleških prevodov besedil te »nemške« šole.²⁵⁴

²⁵⁴ Veliko marksističnih raziskovalcev iz Zahodne Nemčije se je zaradi pritiskov bodisi umaknilo iz tega področja (celo iz akademskega prostora), bodisi omililo svojo kritiko, bodisi pa se preusmerilo na druga raziskovalna področja. Radikalnejša kritična političnoekonomska kritika je v nemškem raziskovalnem prostoru še danes nezaželena in se jo poskuša na različne načine onemogočiti.

S podrobno analizo, aplikacijo in kritiko teh pogosto zelo abstraktnih teorij, ki so nastale v nemški kritični komunikologiji, se je v jugoslovanskem prostoru kasneje ukvarjal Splichal (1981), ki je prvi (in pravzaprav zadnji) v slovenskem jeziku svojo monografijo posvetil resni in teoretsko zasnovani političnoekonomski komunikološki analizi. V širšem mednarodnem kontekstu je bil med nemško govorečimi avtorji v tem času vpliven predvsem Enzensberger, ki je esej *Constituents of a Theory of the Media* (Enzensberger 1980; 1982, 4. pogl.) leta 1970 objavil v vplivni znanstveni reviji *New Left Review*. V njem je načrtoval pojem *industrije zavesti*, kasneje pa je v angleškem jeziku izšla kolekcija njegovih esejev (glej Enzensberger 1982; Wayne 2011). Pristop se je z Murdockom, z Goldingom, s Curranom in z Garnhamom, posredno pa tudi s številnimi Williamsovimi deli pred tem, razvil tudi v Veliki Britaniji. S temi avtorji se je tam skozi sedemdeseta leta dvajsetega stoletja vzpostavil pomembni tok kritične komunikološke misli, ki je vplivna še danes.²⁵⁵

Prav sedemdeseta leta dvajsetega stoletja so bila po oceni Herberta Schillerja (v Lent 1995, 145; 2000, 118–120) v mnogih pogledih najugodnejši čas za kritično komunikologijo in posebej politično ekonomijo komuniciranja, ki je v tem času doživela obdobje svoje največje vitalnosti in najopaznejše intelektualne ter raziskovalne širitve. K pristopu so pristopili mlajši raziskovalci, zaradi česar se je področje lahko razširilo in poglobilo svoje analize. Z oceno Herberta Schillerja se strinjajo Meehanova (2004; prim. Meehan in Wasko 2013), McChesney (1998a, 11) in Nordenstreng (2004, 6–8). Meehanova (2004, 21) ocenjuje, da so bile ključne teme, obravnavane v času začasnega vzpona političnoekonomskega pristopa, med drugim: lastništvo, koncentracija, tržne in industrijske strukture, politična podpora, razred in globalni vpliv ameriških podjetij. Po mnenju McChesneya (1998a, 11) se prav v tem času prične »razkrivati, kako ameriški in zahodni korporativni nadzor nad mednarodnimi mediji in komunikacijskimi sistemi tvori osrednji vidik neokolonializma, ki pomembnemu delu tretjega sveta onemogoča resnično samoodločanje.«

²⁵⁵ Leta 1978 je na primer izšel zbornik *The British Press: A Manifesto*, ki ga je uredil Curran (1978b), v njem pa so s kritičnimi analizami poleg njega sodelovali Raymond Williams, Stuart Hall, Jane Seaton, Peter Golding, Graham Murdock in drugi. Na Garnhama je na primer pomembno vplivala zgodnja (materialistična) tradicija angleških kulturnih študij, v kateri sta pomembno vlogo igrala Williams in E. P. Thompson (Mosco 2009, 92).

4.3.2 Kulturni imperializem in pozivi k Novi svetovni informacijski ter komunikacijski ureditvi

»Cilj elektronskega gospostva se brez zatikanj prilagaja prepoznavnim modelom zgodnejših imperialnih struktur privilegijev in izkoriščanja.«

Herbert I. Schiller (1998, 23–24)

Odprt prostor za kritiko in razpravo, ki se je odprl konec šestdesetih in v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja, se je prenesel na mednarodno raven, obenem pa se je napajal v globalnem geopolitičnem kontekstu. Ključne so bile perturbacije zaradi družbenih uporov in protestov (vključno z dekolonizacijo), ki jih je kasneje spremljala sistemska kriza kapitalizma. Kulturnemu in medijskemu imperializmu – in s tem nadaljnjemu naraščanju mednarodnih neenakosti na eni strani ter poblagovljenju informacij, kulture in znanja na drugi – se je na nadnacionalni ravni upiralo predvsem Gibanje neuvrščenih držav. Prek Neuvrščenih so v okviru UNESCO potekali (bolj kot ne neuspešni) poskusi vpeljevanja *nove svetovne informacijske in komunikacijske ureditve* (NWICO).²⁵⁶

Temeljna izhodiščna predpostavka pobude NWICO je bila, da sta ekonomsko in kulturno gospostvo v mednarodnem prostoru nerazrešljivo povezana; teza, ki so jo podpirale že analize nekaterih kritičnih komunikologov (in kritičnega družboslovja nasploh) konec šestdesetih let dvajsetega stoletja (glej Nordenstreng 1993; Schiller 1969; Dorfman in Mattelart 2007, 141–162). Novim imperialističnim praksam, posebej kulturnemu imperializmu, ki je širil vpliv industrijsko najrazvitejših držav in povečeval neenakosti, bi se zato po prepričanju kritičnih družboslovcev bilo nujno potrebno upreti s primernimi političnimi ukrepi na širši mednarodni ravni.²⁵⁷ Šlo je namreč za vprašanja, ki so zaradi značilne »nezamejenosti« množičnih komunikacij in kulture presegala vpliv posameznih držav, države pa so ob tem postajale vedno bolj medsebojno povezane in vzajemno odvisne. Kot povzema Maxwell (2003, 39), je bil namen pobude NWICO »spodbuditi reorganizacijo globalnih komunikacij, da bi ustvarili pravičnejši sistem, ki bi služil informacijskim in komunukacijskim potrebam tistih držav, ki nimajo [*have-nots*].«

²⁵⁶ Gre za gibanje, ki se je pojavljalo pod imeni *The New International Information Order* (NIIO) oziroma *The New World Information Order* (NWIO), kasneje pa je zanj postal uveljavljen izraz *The New World Information and Communication Order* (NWICO), ki ga v pričujočem delu prevzemam tudi sam.

²⁵⁷ Glej Herbert Schiller (1976; 1978a; 1984, 4. pogl.), Boyd-Barrett (1977), Mattelart (1978; 2000, 66–69; 2011), Nordenstreng (1993; 2013), Roach (1993), Boyd-Barrett in Thussu (1993), Maxwell (2003, 39–40), Thussu (2005; 2006, 24–37), Osolnik (2005), Dan Schiller (2007, 3. pogl.), Mosco (2009, 72–75) idr.

Kulturni imperializem in neoimperializem sta se že s poimenovanjem ločevala od »starega« kolonializma in imperializma, torej od praks, ki naj bi temeljile na transparentno nasilnem priključevanju in vojaških intervencijah (in ne na strukturnem nasilju ter različnih posrednih oblikah vzpostavljanja odvisnosti). V drugi polovici dvajsetega stoletja, ko je potekal pomembni val dekolonizacije in protiimperialističnih bojev, so namreč tovrstni nasilni posegi postali povsem brez legitimnosti oziroma (vsaj) zelo težko politično opravičljivi. Podobe brutalnih imperialističnih praks so bile namreč še zmeraj živo prisotne, premika pa so se pričele zavedati tudi ZDA, ki so svoj položaj in (v bistvu iste) cilje bile primorane braniti na subtilnejše načine in z drugimi sredstvi (Benko 2000, 302).²⁵⁸ Ključna novost neoimperializma je bilo ohranjanje – v nekaterih primerih celo naraščanje – odvisnosti, ki je lahko bila kulturne, gospodarske, politične in/ali predvsem finančne narave (npr. krediti). Vzpon in vpliv množičnih medijev in kulturnih industrij je ob tem omogočil, da je bil novi imperialni nadzor izvršen bolj prikrito in nevpadljivo, saj si je pristanek podrejenih zagotavljal s pomočjo kulturnega gospostva in tako imenovane *Industrije zavesti* (Smythe 1981a, 3–4). Herbert Schiller, ki je bil na področju kritične komunikologije skupaj s Smythom in z drugimi kritičnimi komunikologi eden temeljnih avtorjev v takrat aktualnih razpravah, je v skladu s tem uporabljal izraze, kot sta *prostotržni imperializem* in *neformalni imperij* (H. Schiller 1969), preden jih je dopolnil s teorijo kulturnega imperializma in z načini upora proti tem praksam (H. Schiller 1976). Teorije medijskega in kulturnega imperializma so poudarjale, da medijska podjetja podpirajo širitev transnacionalnih korporacij, da ta podjetja že sama po sebi postajajo pomembne transnacionalne korporacije in da so postala del vojaško-industrijsko-komunikacijskega kompleksa (Roach 1993, 285).

V retrospektivi se je Herbert Schiller spominjal, da je bil za Ameriko ta pristop pri širjenju vpliva pomemben že med drugo svetovno vojno: »Nova sila, s svojimi materialnim bogastvom in z omamljajočimi podobami, je brezbrizno izrivala nekdanje prevladujoče avtoritete [posebej Anglijo, op. J. A. P.]. Ta vzorec so enega za drugim ponovili na koloniziranih področjih.« (H. Schiller 2000, 17–18) Pri kulturnem in informacijskem gospostvu so od druge svetovne vojne naprej pričele očitno prednjačiti ZDA, pri čemer so pomembno vlogo odigrale politične intervencije in investicije, ki so se posebej odražale v izjemno visokih investicijah v vojaškoindustrijski kompleks, prek katerega se je financiralo raziskave in razvoj na področju informacijskih in komunikacijskih tehnologij.²⁵⁹

²⁵⁸ O strukturnih premikih in procesih, ki so spremljali te spremembe, glej tudi poglavje 3.4.

²⁵⁹ Glej H. Schiller (1969; 1976; 1998, 20), Smythe (1981a, 3), Benko (2000, 226–227), D. Schiller (2011).

Zaradi industrijske moči in informacijsko-komunikacijskega (tehničnega) *know-howa* so bile ZDA po mnenju Herberta Schillerja sposobne voditi kulturno, medijsko in komunikacijsko ofenzivo. Le-ta je izhajala predvsem iz komercialnih imperativov in je imela ekonomsko podlago, vendar se je vpliv prodiranja in ekspanzije kulturnih industrij širil onkraj teženj po profitabilnosti. Posredno je namreč služil kot temelj širšega prodiranja največjih korporacij na nova območja, pogosto pa je bila (le stranski in nujen) sproizvod legitimacija kapitalistične ureditve.²⁶⁰ Thussu je nove imperialne oblike povzegal s sledečimi besedami:

»Ti novi imperiji v zadnji instanci ne temeljijo na nasilju ali vojaški moči. Njihov cilj ni podrejanje tujih populacij imperialnim diktatom, ampak prek lastnih globalnih elektronskih omrežij prepričevati potrošnike, da uporabljajo njihove medije ali kupujejo oglaševane proizvode in sprejemajo kot neizogibno globalno širjenje trga. [...] Podobno so se blaga, ki so tvorila temelje imperijev, spremenila – od začimb do tekstila, od zlata in srebra do nafte ter do elektronskih medijev in kulturnih proizvodov.« (Thussu 1998a, 1–2)

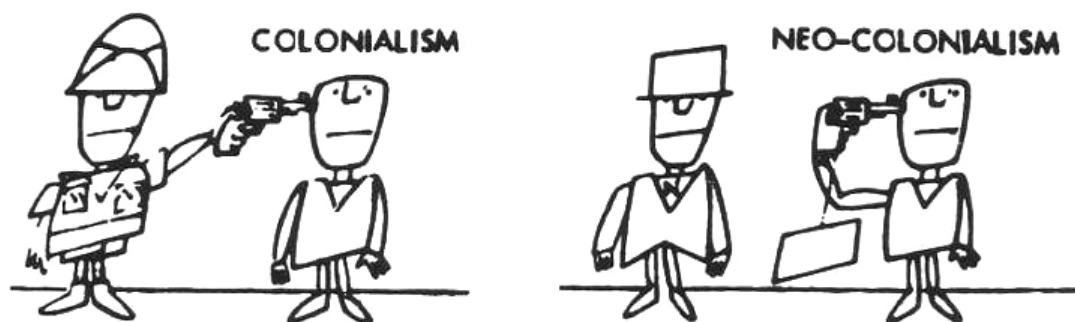
Najsi je šlo za zavestno politično strategijo pri izvažanju kulturnega vpliva ali preprosto za njegovo nenamerno diseminacijo, ki je izhajala iz splošnih procesov političnega, družbenega in ekonomskega vplivanja (Boyd-Barrett 1977, 119–120), je bila primarna posledica teh procesov torej vzpostavljanje globalne hegemonije posebnega pogleda na to, kakšna naj bi bila »pravilna« urejenost družb v prihodnosti; ne le v ZDA in na Zahodu, ampak po vsem svetu.

Najbrž ni dvoma, da so vsi imperiji v zgodovini na takšen ali drugačen način morali izrabljati obstoječe komunikacijske sisteme za lastno reprodukcijo, konsolidacijo in širitev (prim. Innis 1950/2007; Thussu 2006, 1. pogl.; Winseck in Pike 2007), vsi pa so poskusili vzpostaviti tudi hegemonijo, ki bi krepila ali vsaj ohranjala njihovo stabilnost, vendar primer ZDA v drugi polovici dvajsetega stoletja v teh postopkih kaže na pomembni kvalitativni preskok. Preskok je opazen tako v diapazonu uporabljenih tehnologij kot v njihovem družbenem dosegu, količinsko neprimerno obsežnejšem prenosu vsebin in informacij v primerjavi s preteklostjo ter v učinkoviti kombinaciji namernih političnih intervencij in posredne ekspanzije kapitalizma. Kapitalistično političnoekonomsko ureditev, ki je vključevala širitev korporacij in konglomeratov na nova območja, so pomagale legitimirati

²⁶⁰ Glej H. Schiller (1976, 8–9), Murdock in Golding (1973, 213–223), H. Hardt (2000, 53–57).

kulturne in medijske industrije, ki so (najpogosteje brez namere) širile ameriške vrednote.²⁶¹ Zaradi tega se abstraktno gledano ideja kulturnega imperializma lahko nanaša na vzpon kapitalizma in razvoj trgov, ki sta splošni in stranski posledici ekspanzije posebnega ekonomskega reda, ki postane orodje gospodstva (glej H. Hardt 2000, 55).

Slika 4.6: Kolonializem in neokolonializem (avtor karikature neznan).



Kulturnomedijski imperializem je neposredno in neizbežno povezan z raziskovanjem samega imperializma, ki ga je mogoče opredeliti kot proces gospodstva in odvisnosti (Boyd-Barrett 1977, 118). Harvey (2003, 2. pogl.) je pristop tega »neformalnega« imperializma, ki je prispeval k vzpostavljanju globalne kapitalistične hegemonije, poimenoval za *kapitalistični imperializem*. Gre za posebno obliko imperializma, ki je bil skozi dvajseto stoletje značilen za ZDA in je temeljil na kontradiktorni spojitvi dveh vsaj navidez nasprotujočih si pristopov: na eni strani širitve politične oblasti prek državnih in imperialnih politik, ki podobno kot klasični imperialni pristopi temeljijo na nadzoru fizičnih ozemelj, ter na drugi strani molekularnih procesov neskončne kapitalistične akumulacije, ki se prostorsko odvija kjer koli in v katerem koli sektorju, z izključnim ciljem visoke profitabilnosti (prav tam, 26–27; prim. Boyd-Barrett 1977, 129–130; Arrighi 2009). Pri tem kapitalistični imperializem za Harveya ni primarno usmerjen v neposredni politični nadzor ozemelj, ampak prej v ustvarjanje prostovoljnega pristanka za širjenje kapitalistične akumulacije. Nasilno priključevanje področij in populacij v svetovni kapitalistični sistem sicer ni izključeno, vsaj, če je potrebno, vendar ni preferirano; precej primernejši je samostojni pristanek in internalizacija vrednot, ki je učinkovitejši pristop, saj omogoča izognitev odkritim antagonizmom in protiuporom.

²⁶¹ Pri formalno neodvisnih medijih in vsebinah kulturnih industrij ni bilo nujne potrebe po neposredni »ideološki« intervenciji politike, saj so ameriški način življenja in njegove pozitivne plati bile internalizirane (kljub temu da so kapitalistično ekspanzijo omogočale tudi *namerne* politike). Po mnenju Mattelarta (2000, 62–63) so pomembno vlogo pri širitvi ideje o ameriškem načinu življenja z oglaševanjem odigrale ameriške oglaševalske agencije, ki jih je bilo mogoče dojemati kar kot neuradne diplomate države.

Že Arrighi (2009, 29–31) je na podlagi Gramscijevega pojmovanja poudarjal, da je hegemonija v mednarodnem kontekstu sposobnost nekega akterja oziroma akterjev, da uveljavijo funkcijo vodenja in upravljanja z določenim sistemom. Ne temelji na nasilni dominaciji, temveč na nadvladi z uveljavljanjem intelektualnega in moralnega vodenja. Interesi hegemonskih akterjev naj bi z oblikovanjem soglasja predstavljali splošne interese vseh vključenih (čeprav gre za sleparsko predpostavko, mora vsaj delno držati in prispevati k povečevanju moči tistih relevantnih akterjev, ki so del projekta), hegemonija pa se vsaj v Williamsovi (1997, 235–238) interpretaciji potrjuje z njeno vključitvijo v vsakodnevne prakse: nujno se torej obnavlja in udejanja s tem, da se jo dejavno živi. V primeru ZDA so bile ozemeljske pridobitve (torej neformalna vključitev področij v svetovni kapitalistični sistem) zakrite pod krinko brezprostorskega abstraktnega univerzalizma. Temeljna primera takšnih univerzalnih vrednost sta svobodni trg in pravica do zasebne lastnine (Harvey 2003; prim. H. Schiller 1973, 143–144), ki jih morajo ljudje pričeti dojemati kot realnost, ki se jo le s težavo preseže s smotrnejšimi družbenimi načeli in z vrednotami (Williams 1997, 237). Kasneje se je za širitev načel tega abstraktnega univerzalizma po Harveyevem (2003, 47) mnenju preprosto uporabljalo izraz *globalizacija*, s čimer bi se strinjal tudi Herbert Schiller (1996, 116), ki je ta proces primerjal s »fenomenalno uspešno širitvijo tržnih mehanizmov in potrošništva v svetovno skupnost« ter z ekspanzijo »nekontrolirane transnacionalne korporativne aktivnosti in z umikom odgovornosti nacionalne države.« (prav tam, 135)

Ameriški neoimperializem je v skladu s temi načeli praviloma spoštoval formalno neodvisnost in suverenost držav, gospodstvo in podrejanje pa je izvajal na drugačne načine in z drugimi sredstvi (Harvey 2003, 47–52). Vendar uveljavljanje teh kvaziuniverzalnih vrednot ni nikoli tako preprosto ali nekonfliktno. Kot omenja Eagleton (1991, 107), je namreč imperializem zmeraj nujno trčil ob temeljna nasprotja, saj je moral predstavljati »kot absolutno resnico svoje lastne vrednote prav na točki, kjer se te vrednote soočajo s tujimi kulturami.« (prav tam) V primeru, da gre za soočenje z družbami, katerih kulturne in ekonomske vrednote so radikalno drugačne, lahko to ustvari temeljno dezorientacijo in konflikte.

ZDA so dolgo časa uveljavljale svoje intelektualno in neformalno politično vodstvo v tistem delu sveta, ki je pristajal na neskončno akumulacijo kapitala in univerzalnost zasebnega lastništva, pri čemer so v ospredje zmeraj postavljale lastne interese. V praksi so se istočasno bile primorane posluževati tako prisilnih kot hegemonskih praks (Harvey 2003, 2. pogl.). Čeprav ne gre podcenjevati vloge nasilnih intervencij, so za širjenje in ohranjanje hegemonije pomembni pristopi, ki ustvarjajo sodelovanje in pristanek, od katerega naj bi vsi

imeli (vsaj navidez) vzajemne koristi. Že Braudel (2010, 50) je poudarjal, da mora za delovanje kapitalizma vsa družba »po svoje bolj ali manj zavestno sprejemati njegove vrednote.« Kajti »kapitalizma, privilegija maloštevilnih, si ni mogoče zamisliti brez dejavne soudeležbe družbe.« (prav tam) Kot meni Harvey (2003, 55), je bilo zato navzven potrebno gojiti in negovati idejo o ZDA kot vrhuncu civilizacije in braniku pravic posameznikov. Prav tukaj je bila ključna vloga kulturnega imperializma, ki je postal:

»[...] pomembno orožje v boju za obrambo celovite hegemonije. Hollywood, popularna glasba, kulturne oblike in celo celotna politična gibanja, kot so tista za državljanske pravice, so bila mobilizirana, da bi pospeševala željo po oponašanju ameriškega načina življenja. ZDA so bile oblikovane kot svetilnik svobode, ki ima ekskluzivno sposobnost, da popelje preostali del sveta v večno civilizacijo, katere značilnosti so mir in blagostanje.« (Harvey 2003, 56)

Kulturni imperializem je pomagal blažiti in dušiti konfliktna soočenja zaradi radikalno drugačnih vrednotnih sistemov. Referenčno kritiko tovrstne ideologije, ki se je širila s kulturnimi vsebinami, sta v začetku sedemdesetih let prejšnjega stoletja v Allendejevem Čilu podala Dorfman in Mattelart (2007) z analizo Disneyevih stripov. Ugotavljala sta, da stripi legitimirajo nove imperialistične prakse s širjenjem ideologije o *pravilnem načinu življenja* (prim. H. Schiller 1969, 3). Pri tem je bilo v stripih plenjenje, ki so ga izvajale najrazvitejše družbe in države, s strani podrejenih zmeraj sprejeto z odprtimi rokami. Plenjenje se v stripih pravzaprav sploh nikoli ni prikazovalo kot resnično plenjenje, ampak je šlo prej za »pravično« menjavo med enakopravnimi in enakovrednimi pogajalskimi partnerji (pri čemer divjaki nikoli niso bili zmožni prepoznati prave vrednosti določenih reči oziroma je njihovo vrednotenje reči bilo iracionalno). Naivne plemenite divjake so člani razvitejših družb paternalistično civilizirali in razsvetljevali, za kar so jim bili le-ti neskončno hvaležni.

Slika 4.7: Jaka Racman z infantilnim plemenitim divjakom (vir: Dorfman in Mattelart 2007, 71).



Disney je v skladu s spremenjenimi družbenimi razmerami stare neprikrite kolonialne in imperialne prakse torej zavrgel in jih zamenjal za neoimperializem, ki sta ga Dorfman in Mattelart (2007) videla kot prikrito obliko imperializma, ki je podkrepjen z nasmeški in zvijačami. Del novih imperialnih praks ostajajo brezsravno nepravilne menjave, a je narodom omogočeno minimalno sodelovanje in pristane na lastno izkoriščanje.

Disneyev stripovski svet, ki ga je korporacija širila kot nepolitično in nedolžno otroško literaturo po svetu, je po mnenju Dorfmana in Mattelarta (2007) svet prikazoval kot naravni svet hierarhij, tržnih medosebnih odnosov, izjemnih neenakosti, patriarhalne podrejenosti in izkoriščanja, v njem pa se samo troši, saj proizvodni proces ne obstaja. Disneyeva ideologija je bila enaka mitologiji ameriškega načina življenja, ki so ga ZDA širile onkraj lastnih meja. V njih se vse vrti okrog denarja in v tekmi za njim sodelujejo vsi akterji. Temelj je poraba zaradi porabe same, Dorfman in Mattelart (2007, 94) pa sta Disneyevo deželo metaforično opisovala kar kot *vrtljak porabništva*. Ker je solidarnost v Disneyevem svetu prepovedana, stripovskim akterjem zmeraj preostane le medsebojno tekmovanje. In ker gre za red, ki je samoumeven in edini možen, je potrebno zagotoviti njegovo nespremenljivost; v temelju tako ostaja večer, ne spreminjajo se niti sami liki niti njihovi družbeni statusi, prihodnost pa je enaka preteklosti in se ponavlja v večni sedanosti. Kakršna koli oblika upora podrejenih je v tem redu popolnoma nepredstavljiva. Vladani sprejemajo svojo podrejenost, kar jih dela za dobre fante, to pa jih obenem absolutno ločuje od slabih fantov, ki so moralno sprevrženi (za lopove jih dela individualno nesprejemanje pravil igre, kajti globlji družbeni konflikti ne obstajajo, s tem pa ne obstajajo niti legitimni razlogi za upor na širši družbeni ravni).

In zdaj pazite. Ta svet [v Disneyevih stripih] je neupogljiv, čeprav to morda ni vidno. Hierarhična struktura se ne izda zlahka. Toda: če bi sistem implicitne avtoritarnosti presegel samega sebe ali če bi njegova arbitrarna narava, po eni strani utemeljena na moči volje in po drugi na pasivnosti, postala eksplicitna in očitna, bi upor postal obvezen. Ni pomembno, da je tukaj kralj, dokler vlada tako, da jekleno pest skriva v žametni rokavici. Če pa bi se skozi pokazala kovina, bi bil njegov padeč nujnost. Kajti pri mehkem ohranjanju reda oblast ne sme pretiravati in seči onkraj določenih, tiho dogovorjenih meja. Če pride do prekoračitve teh meja in se pokaže arbitrarna narava takšnega dogovora, se poruši ravnovesje in ga je treba znova vzpostaviti. (Dorfman in Mattelart 2007, 51)

Že v sami vsebini stripov se zrcalijo večplastne prvine kulturnega imperializma in tudi širše neoimperializma. Domorodci sprejemajo svojo podrejenost, subjekti ponotranjijo svojo

odvisnost, ki je samoumevna in naravna, kot je samoumevna tudi nesamostojnost nerazvitih ljudstev, ki zaradi intelektualne inferiornosti in nerazumnosti potrebujejo vodenje. Na pomoč zmeraj priskočijo dobrohotni tujci, ki branijo preproste divjake iz nerazvitega (tretjega) sveta. Strip deluje kot navodilo za življenje in odnos do razvitejših, zato za Dorfmana in Mattelarta (2007, 139) »Disneyev svet ni golo zatočišče na območju občasne zabave, marveč snov, ki oblikuje naše družbeno zatiranje.« Kasneje, ko je Allendeja s pučem že zamenjala Pinochetova diktatura, je Mattelart (1978, 22) v tem smislu pripomnil, da je »množična kultura privilegiran prostor, kjer reakcionarne sile ne rabijo politične govornice za to, da bi delovale politično in da bi vsiljevale svojo partikularno mistifikacijo.« S to opredelitvijo je na »gramscijevski« način razširil polje političnega (prim. Dahlgren 2009).

Konec šestdesetih in v začetku sedemdesetih let dvajsetega stoletja so nastale številne študije, ki so spremljale dekolonizacijo in nove oblike odvisnosti, utemeljene na kulturi in komunikacijah. Čeprav je bila analiza Dorfmana in Mattelarta pomembna, je bila le ena izmed mnogih. Verjetno največ študij je nastalo v Latinski Ameriki in v španskem jeziku (glej Bolaño in drugi 2004, 50–51; Dorfman in Mattelart 2007, 141–162), pomembno vlogo pa sta – tako znotraj Gibanja neuvrščenih in NWICO kot z organiziranjem različnih mednarodnih konferenc in kolokvijev – igrala tudi jugoslovansko družboslovje in komunikologija. Leta 1968 je v Ljubljani na primer potekal simpozij s 120 znanstveniki in predstavniki Združenih narodov in Unesca, prispevke v zborniku *Mass Media and International Communication* pa je uredil Vreg (glej Vreg 2004, 12).

Odločni politični upor proti globalnim procesom očitnih informacijskih in kulturnih neenakosti, ki so bile predpogoj širitve kapitalistične ideologije in reprodukcije širših globalnih neenakosti, se je vzpostavil prav v okviru iniciative NWICO. Na čelu te pobude, ki je bila uradno sprožena v začetku sedemdesetih let dvajsetega stoletja, sta bili mednarodni organizaciji: Gibanje neuvrščenih in UNESCO. NWICO je izhajal iz širše pobude po *Novi mednarodni ekonomski ureditvi* (*New International Economic Order* – NIEO), ki je bila temeljna zahteva Gibanja neuvrščenih, formalno ustanovljenega v Beogradu leta 1961 (njeni zametki so se pričeli že leta 1955 v indonezijskem mestu Bandung) (Benko 2000, 298, 301). Pobuda NIEO, katere dejanski rezultati so bili enako skromni kot pobude NWICO (prav tam, 349), je prvič po drugi svetovni vojni mednarodne odnose reinterpretirala glede na ločnico med (razvitim) Severom in (nerazvitim) Jugom, ne pa glede na siceršnjo hladnovojno kategorizacijo Zahoda proti Vzhodu. Mednarodni ekonomski sistem je – posebej s temeljnim ciljem: dokončno odpravo razpadajočega kolonialnega sistema – poskušala spremeniti v sami

strukturi: v mehanizmi delovanja in ciljih (prav tam, 252–259, 340–342; Thussu 2006, 26–27, 31–35).

Po drugi svetovni vojni in valu dekolonizacije je revnejšim državam postajalo jasno, da se niti njihovo izkoriščanje niti njihova globalna podrejenost z odpravo formalnega kolonializma in politično neodvisnostjo nista zmanjšali (prav tam). Odvisnost je kvečjemu naraščala, kar je v tem času nakazovala izjemna svetovna ekspanzija ameriških transnacionalnih korporacij (Roach 1993, 284). Ta kontekst je vodil v intelektualno izgrajevanje tako imenovane teorije odvisnosti, ki se je napajala v neomarksistični politični ekonomiji in je imela vpliv predvsem v državah, ki niso predstavljale kapitalističnega »centra«.²⁶² Teorija je nudila možno alternativo pri preučevanju neenakosti v mednarodnem prostoru (glej Benko 2000, 228–231 idr.). K njenemu razvoju so pomembno prispevali kritični komunikologi (predvsem Mattelart, Boyd-Barrett, Nordenstreng, Smythe in Herbert Schiller), ki so izpostavljali ključno vlogo medijev in kulture pri reprodukciji teh neenakosti. Kot omenja Thussu (2006, 47), je bila osrednja predpostavka teorije odvisnosti, da transnacionalne korporacije s pomočjo vlad držav, v katerih so primarno nameščene, določajo pogoje globalne menjave in strukture globalnih trgov, kar prispeva k poglobljanju neenakosti. Ta odnos naj bi vodil v *odvisni razvoj*, v najekstremnejši obliki pa celo v *razvoj nerazvitosti*. (prav tam) Prispevki kritične komunikologije, ki se je združevala v okviru pobude NWICO, so k razpravam o odvisnosti prispevali predvsem z vzpostavljanjem veznega člena med širjenjem kapitalizma in naraščanjem ekonomske odvisnosti na eni strani ter proizvodnjo, distribucijo in potrošnjo medijev in kulturnih proizvodov na drugi (glej tudi poglavje 3.4). Kulturni in medijski imperializem sta se kazala kot pomembna ideološka predpogoja vzpostavljanja širših odnosov mednarodnih odvisnosti, ki so bili rezultat neoimperialnih praks (ali Harveyevega kapitalističnega imperializma oziroma strukturnega imperializma, kot ga je imenoval Galtung). Pomagala sta namreč vzpostavljati soglasje glede globalnega (kapitalističnega) sistema (Mattelart 1978; Thussu 2006, 46–52).

Nordenstreng (1993, 261) omenja, da se je prvo mednarodno povezovanje med kritičnimi komunikologi, ki so analizirali te dileme, pričelo že na konferenci *Mednarodne zveze za raziskovanje medijev in komuniciranja* (IAMCR) v jugoslovanskem Hercegovinu konec leta 1966, ko se je organizaciji pridružil tudi Herbert Schiller (glej Maxwell 2003, 39–40). Vsaj za finsko delegacijo, ki je v okviru NWICO kasneje odigrala pomembno vlogo, je bilo srečanje in povezovanje na njej prelomnega pomena. Bržkone ključna za nastanek

²⁶² Glej Thussu (2006, 46–52) in Mosco (2009, 101–102) ter primerjaj z analizami Mattelarta (1978), Bolaña in ostalih (2004, 50–51) ter Dorfmana in Mattelarta (2007, 135–140).

pobude NWICO je bila okrogla miza v Hanku (Finska) leta 1970, ko je prišlo do praktičnega kombiniranja liberalnih in radikalnejših idej, ki so se kasneje gibale v smer ostrejšje kritike kapitalizma iz marksistične perspektive (Nordenstreng 1993). V okviru UNESCO se je sicer že pred tem pojavljala ideja o *pravici do komuniciranja*, v različnih razpravah pa se je izpostavljala problematičnost vertikalnih modelov enosmernih informacijskih tokov, ki so izključevali dialoškost, recipročnost, dostop in participacijo (Mattelart 2011, 503–504). Kritični raziskovalci so tako v okviru UNESCO leta 1972 »branili svoje odklonilno stališče do ideje komuniciranja, od elit do množic, od centra proti periferiji in od informacijsko bogatih do informacijsko šibkih.« (prav tam, 504) Organizacija UNESCO je prav tega leta postala formalno vključena v samo pobudo, leto kasneje pa je v Alžiru petinsedemdeset voditeljev držav, ki so bile članice Neuvrščenih, podalo skupno izjavo, da imperializem ni omejen le na področja politike in ekonomije, ampak pokriva tudi kulturno sfero, prek katere lahko poteka ideološko gospostvo nad ljudstvi v razvoju, ki hočejo braniti svoje nacionalne kulture in tradicijo (glej H. Schiller 1978a, 36–37). Termin *nova informacijska ureditev* se je prvič pojavil šele kasneje, na srečanju Gibanja neuvrščenih v Tunisu leta 1976, istega leta pa je bilo tudi sklenjeno, da je vzpostavitev *nove mednarodne informacijske ureditve* (NIIO) enako pomembna kot boj za *novi mednarodni ekonomski ureditev* (NIEO) (prav tam, 38; Nordenstreng 1993, 268).

Že od začetkov je bil v temeljih NWICO prisoten vidik razrednih neenakosti (Nordenstreng 1993, 258). Glas so dobili tudi akterji, ki ga v mednarodni skupnosti sicer praviloma niso imeli. S tem je bila pobuda v veliki meri podobna ciljem študentskih gibanj v univerzitetnih kampusih iz konca šestdesetih let prejšnjega stoletja. Le-ta so v kurikulumih med drugim zahtevala več pozornosti za premisleke o tretjem svetu, predmeti pa bi po mnenju gibanj morali vključevati potrebe študentov manjšin (vključno z implementacijo njihovih lokalnih posebnosti) (glej H. Schiller 2000, 36–37). Velik vpliv na pobudo je po Nordenstrengu (2013) imela civilna družba, ki je vključevala številne raziskovalce s področja komunikologije.

Ključni poudarek protagonistov v okviru NWICO je bil, da mednarodni informacijski in komunikacijski sistem v obstoječi formaciji ne le krepi, ampak celo povečuje neenakosti v razvoju posameznih držav. Kulturna odvisnost, ki je izhajala iz kulturnega imperializma, je bila zaradi neenake menjave strukturno dejstvo in ne iskanje zarot ali manipuliranja (Mattelart 2000, 67). Najobčutnejše negativne posledice naj bi posledično čutile predvsem revnejše države, katerih odvisnost bi s temi procesi dodatno naraščala. Svet je bil v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja že preplavljen s kulturnimi vsebinami iz Zahoda, pri čemer je bila temeljna

značilnost kulturnih in informacijskih »izmenjav« enosmerni tok od najrazvitejših in najbogatejših držav do vseh ostalih. Tega dejstva so se države, ki so hotele v svojem kulturnem in medijskem razvoju več avtonomije, zmeraj bolj zavedale. Šlo je za enosmerni mednarodni pretok televizijskih programov, filmov (glej Guback 1971; 1974), mednarodnega tiska in televizijskih novic, ostalih novic, namenjenih množični cirkulaciji, mnenjskih revij pa tudi stripov, enciklopedij, igrač in tako dalje (glej H. Schiller 1976).

Vloga medijskega imperializma se ni odražala samo v medijskih vsebinah. Odražala se je tudi v vrednotah in primerih medijskih praks (npr. objektivnost, uravnoteženost, sledenje statistik gledanosti), v neposrednem ali strukturnem nadzoru nad medijskim sistemom, v svojevrstni industrijski organizaciji ter načinih financiranja medijskih in kulturnih industrij, vnaprej dano obliko komunikacijskih sredstev, vpeljavo obstoječih zahodnih delovnih rutin, korporativnih vrednot, podjetniškega etosa in tako dalje. Pogosto je bilo to predstavljeno kot naravno in neizbežno, čeprav je bilo zmeraj stvar očitne politične in ekonomske izbire (prav tam; Boyd-Barrett 1977). Z besedami Herberta Schillerja (1976, 9) je šlo za spremembe v sami *infrastrukturi socializacije* posameznih družb, kar je prispevalo k njihovi učinkoviti vključitvi v svetovni kapitalistični sistem.

»V tem smislu pojem kulturnega imperializma danes najbolje opiše vsoto procesov, s katerimi je neka družba vpeljana v moderni svetovni sistem, in kako je njegov gosposki sloj privabljen, prisiljen, izsiljen in včasih podkupljen, da ustvarja družbene institucije, ki se ujemajo z – ali celo spodbujajo – vrednotami in s strukturami prevladujočega središča sistema.« (H. Schiller 1976, 9)

Bržkone najpomembnejša kritika takrat aktualne mednarodne ureditve je bila podana v obsežnem MacBrideovem poročilu, naslovljenem *Many Voices, One World* (bolje poznano kot *The MacBride Report*), ki je v okviru UNESCO izšlo leta 1980. Nakazoval se je močan enosmerni tok kulturnih vsebin, in sicer od največjih zahodnih držav proti preostalemu svetu.²⁶³ Sean MacBride, ki je prejel tako Nobelovo kot Leninovo nagrado za mir in po katerem se je komisija imenovala, je bil ena od gonilnih sil gibanja NWICO, nekaj časa tudi predsednik UNESCO. V mnogih pogledih je prav njegova komisija in njeno poročilo bilo kulminacija Gibanja neuvršenih in temeljni dokument NWICO, omenja Thusu (2005, 48). Pri tem so bile zahteve po demokratizaciji globalnih komunikacij uvrščene v temeljnejše zahteve Neuvršenih po spremenjeni mednarodni ekonomski ureditvi (NIEO).

²⁶³ Poročilo je bila leta 2005, ob 25-letnici izida, namenjena tematska številja revije *Javnost – The Public* (let. 12, št. 3). Uvod vanjo je napisal Bogdan Osolnik, jugoslovanski član MacBridove komisije (glej Osolnik 2005).

Slika 4.8: Največji izvozniki televizijskih programov v zgodnjih sedemdesetih letih dvajsetega stoletja (vir: Nordenstreng in Varis 1974, 30).²⁶⁴



Neenakosti v pretoku informacij – dejansko je to seveda temeljilo na *blagovni menjavi* kulturnih in informacijskih dobrin – so vodile v nove forme odvisnosti in obnavljanje imperializma, le da so se ti procesi uveljavljali z drugimi sredstvi. To se je pokazalo v številnih empiričnih raziskavah, ki so nastale v okviru UNESCO, med drugim v temeljni raziskavi Nordenstrenga in Varisa (1974), ki je dokazala izjemne neenakosti v mednarodnem prenosu televizijskih programov (slika 4.8).²⁶⁵

Do podobnih ugotovitev so prišle ostale raziskave. Mowlana (1985, 27) jih je v še eni referenčni študiji za UNESCO v sredini osemdesetih let dvajsetega stoletja sintetiziral z besedami, da obstaja očitni vertikalni tok večine mednarodnih novic – od razvitih držav do držav v razvoju. Čeprav obstaja določen delež horizontalnih informacijskih tokov, je tovrstna izmenjava predstavljala le majhen delež celotnega pretoka informacij. Pri praktično vseh oblikah pretoka informacij (od novic do podatkov, znanstvenih izsledkov in znanja nasploh, izobraževanja in človeških »virov«) je bil glede na ugotovitve poročil vzorec enak in je spominjal na *neuravnovešene* cikle na ostalih področjih blagovne menjave (prav tam, 64). Kot je poudarjal Mowlana, države v razvoju namreč izvažajo surovine v države z najrazvitejšo industrijo, nato pa so primorane od njih odkupiti konč(a)ne izdelke.²⁶⁶ Prav to je tudi ena temeljnih značilnosti odvisnosti, ki so jo predpostavljale teorije odvisnosti: država je »odvisna natanko zato, ker je odvisna od blaga, ki ekonomsko in intelektualno izvira iz povsem različnih (tujih) razmer, ki vladajo v središču moči,« sta poudarjala Dorfman in Mattelart (2007, 138; prim. Mosco 2009, 101). To značilnost sta povezovala z mednarodno delitvijo

²⁶⁴ Analiza Nordenstrenga in Varisa (1974, 40) je ob tem pokazala, da je bila izmenjava med vzhodnim (socialističnim) in zahodnim (kapitalističnim) blokom zelo nizka. Iz zahoda je šlo na vzhod tri tisoč programskih ur, v nasprotno smer le tisoč.

²⁶⁵ Kot omenja Mowlana (1985, 33), je šlo celo za prvo empirično dokumentacijo svetovnega toka televizijskih programov. Kljub določenim očitnim omejitvam je služila kot odskočna deska za mnoge nadaljnje razprave o nujnosti tovrstnih raziskav, s tega vidika pa jo mnogi avtorji dojemajo kot referenčno študijo (glej H. Schiller 1976; Maxwell 2003, 67 idr.).

²⁶⁶ Na enako dilemo je kasneje v povezavi z neenakopravnimi odnosi pri intelektualnem lastništvu znanja opozarjal Seeger (2012, 226): »Podrejene skupnosti s surovinami [tradicionalnim znanjem in folkloro, op. J. A. P.] oskrbujejo druge skupnosti, ki nato te surovine "izboljšajo" (s predelavo in z aranžmajem) in služijo denar z "izboljšanim gradivom" kot blagom.« Zaščitijo ga namreč lahko z intelektualnim lastništvom, celotne skupnosti pa tradicionalnega znanja na primer ne morejo zaščititi na tak način. »Države, ki so najodločneje podprle zdajšnjo evroameriško zakonodajo, bodo z njeno uveljavitvijo največ pridobile,« dodaja (prav tam). Zakonodaja se je po svetu po njegovem mnenju razširila kot oblika kolonializma (prav tam, 224).

dela: »Naše države so izvoznice surovin in uvoznice "nadstavnih" [vrhnja zgradba] kulturnih dobrin. Da lahko oskrbujemo svoje "enoproduktne" [enoproizvodne] ekonomije, pošiljamo baker, oni pa nam pošiljajo stroje za izkopavanje bakra in, seveda, Coca-Colo. Za Coca-Colo stoji celotna struktura pričakovanj in vedenjskih modelov, skupaj z njimi pa tudi posebna vrsta zdajšnje in prihodnje družbe ter razlaga preteklosti.« (Dorfman in Mattelart 2007, 138)

Kasnejše ugotovitve glede globalnega pretoka večine kulturnih in informacijskih dobrin je napovedal že zaključek Nordenstrenga in Varisa (1974, 54), ki sta v svojem poročilu zapisala, da »prosti pretok televizijskega materiala med narodi v resnici pomeni, da samo države z obsežnimi ekonomskimi viri izkoriščajo svobodo do proizvodnje, medtem ko imajo tiste z omejenimi viri "svobodo", da izbirajo, ali bodo izkoristile vsebine, ki so jim na voljo.« Pri tem ne gre pozabiti, kot poudarja Boyd-Barrett (1977, 117), da identifikacija virov po državi izvora lahko prikriva dejstvo, da so dejanski viri še precej bolj omejeni, saj prihajajo s strani minimalnega števila ogromnih medijskih konglomeratov. Ugotovitve o tej temeljni strukturalni neenakosti so brez dvoma aplikabilne tudi za današnja razmerja, ali bodo globalnega obsega ali pa zgolj v obliki ožjih družbenih odnosov v lokalnih mikrookoljih (prim. Thussu 1998b; 2006). Herbert Schiller, ki je bil skozi svojo celotno raziskovalno kariero kritičen do doktrine o prostem pretoku informacij (glej H. Schiller 1976, 103–104; 1989, 55–56), ki je zagovarjala prostotržno (globalno) širitev in trgovanje s kulturimi in z informacijskimi dobrinami, je kasneje zapisal:

»Doktrina prostega pretoka informacij, neizpodbitno koristna za že tako močne, je sleparski konstrukt. Pretok informacij, ki ga promovira, je prost le v enem oziru. Pričakuje se, da bo pretok neovirano dovoljen v vse prostore, v katere jih dobavitelji hočejo prenesti. Drugače pa pri informacijah ni ničesar prostega. Ravno nasprotno. Informacije in pretok sporočil so že, in ostajajo, cenjene natančno tako, da omogočajo ekstrakcijo najvišjih dohodkov. Zadnja desetletja so prinesla vztrajno transformacijo javnih informacij v dobrine, ki so naprodaj. Izboljšano elektronsko obdelovanje informacij močno pospešuje možnosti za sestavljanje in zaračunavanje vseh vrst sporočil in podob.« (H. Schiller 2000, 85)

Čeprav je pri prostem pretoku informacij mogoče v teoriji šlo za dobro idejo, je v praksi v resnici služila ohranjanju obstoječih razmerij moči in neenakosti v družbi. V tem smislu je šlo za »svobodo, da bi se še naprej počelo stvari, ki so vodile do obstoječih okoliščin – služenje krepitvi že tako vplivnih in nadaljnjemu slabenju že tako slabotnih.« (H. Schiller 1976, 45) Ameriškim kulturnim industrijam je doktrina zato prinesla edinstveno prednost in

prevlado njenih kulturnih proizvodov po svetu (H. Schiller 1996, 92–93). Podobnega mnenja je bil Hanno Hardt: politični cilj te ideje je »neomejeno trgovanje, vključno s pretokom kulturnih dobrin, prek kanalov množičnega komuniciranja, z namenom ustvarjanja ugodnih družbenih ali političnih pogojev nadzora nad proizvodnjo vsakodnevnih realnosti.« (H. Hardt 2004, 53–54)

Na dejstva o izjemnih strukturnih neenakostih, ki so izhajala iz razvojnih razlik, in so bila temeljna za boje v okviru NWICO, je Herbert Schiller posredno opozarjal že v prvi knjigi konec šestdesetih let prejšnjega stoletja (H. Schiller 1969), javno pa na kolokviju v prvi polovici sedemdesetih, na katerem so komunikologi iz vsega sveta obravnavali poročilo Nordenstrenga in Varisa (1974, 49).²⁶⁷ Svoje teze je nato natančneje razložil v knjigi *Communication and Cultural Domination* (1976) in v poročilu za UNESCO, naslovljenem *Communication Accompanies Capital Flows* (1978b), v katerem je izhajal iz strukturno-sistemske perspektive in izpostavil nujnost širših družbenih transformacij (kritiko je uperil predvsem proti vlogi, ki jo ima oglaševanje na komercialne medije). Nemogoče se mu je namreč zdelo, da bi pri NWICO šlo le za vprašanje informacij, saj le-teh nikakor ni mogoče izolirati od širšega družbenega reda in političnoekonomske ureditve (prav tam, 15).

Poročilo MacBridove komisije se je opiralo prav na številna delovna poročila, kot je bilo Schillerjevo, ki so izšla v okviru UNESCO-vih analiz o množičnih medijih. Skupno je komisija preučila 100 delovnih gradiv, delo pa ji je vzelo kar dve leti (Thussu 2006, 33). Poročilo je povežalo svobodo tiska, izražanja in informacij s širšimi družbenimi pravicami, ki so predpogoj prvoomenjenih svoboščin: pravico do komuniciranja, pravico do sprejemanja in pošiljanja informacij, pravico do popravka, pravico do informiranosti, ne nazadnje pa tudi nujnost temeljnih družbenoekonomskih in kulturnih pravic (glej Osolnik 2005; Thussu 2005; 2006). Zadnjeomenjene pravice so v resnici izhodiščni materialni predpogoj za prvoomenjene (liberalne) pravice oziroma svoboščine. Po mnenju Thussuja (2006, 33–34) so bili najinovativnejši predlogi komisije prav tisti, ki so se dotikali demokratizacije komunikacij. Kot omenja Osolnik (2005, 8), je šlo pri tem za »pomembno nadgraditev tradicionalnega razumevanja svobode tiska in svobode informacij, ki je v praksi pogosto zreducirana na svobodo podjetnika, da žanje profit s pomočjo medijev, brez da bi ga zanimala vsebina in kvaliteta.«

²⁶⁷ Na kolokviju so poleg finske delegacije sodelovali tudi Guback, Smythe, Golding, Katz in drugi, nadvse kritičen govor do globalnih neenakosti na tem področju in prostega pretoka informacij pa je imel tudi Urho Kekkonen, finski predsednik (v Nordenstreng in Varis 1974, 43–45; glej tudi Nordenstreng 1993). Govor naj bi mu napisal Kaarle Nordenstreng.

Prav zato, ker je bilo poročilo MacBridove komisije kritično do omejitev, ki so jih predstavljale komercializacija, pritiski s strani oglaševalcev in koncentracija medijskega lastništva, je pričakovano naletelo na odpor s strani nekaterih zahodnih stanovskih organizacij, oglaševalskih organizacij in največjih medijskih in kulturnih industrij, čeprav se je odločno postavilo proti postavljanju političnih in ekonomskih ovir ter kršitvam svobode tiska (prav tam, 9; Thussu 2005; 2006, 33–37).²⁶⁸ Deklarativno je bil ključni razlog za odpor v domnevni pristranskosti poročila (dejansko pa bržkone vidnejša vloga in višji finančni vložki Sovjetske zveze v UNESCO), ki je bilo kritično do zasebnega lastništva medijev, do težav, ki naj bi jih ustvarjalo oglaševanje, do izjemne komercializacije in do naraščajoče tržne prevlade majhnega števila akterjev.²⁶⁹

Zaradi dopuščanja kritičnih perspektiv v UNESCO in podpore NWICO sta Velika Britanija in ZDA sredi osemdesetih let dvajsetega stoletja, torej v času konzervativnih vlad (Thatcherjeva v Veliki Britaniji in Reagan v ZDA), najprej drastično zmanjšali razvojno pomoč (ZDA na primer pod krilatico *Trade not aid*), nato pa tako zaradi trgovskih interesov kot ideoloških razlogov izstopili iz organizacije UNESCO (prav tam; H. Schiller 1989, 115–117, 145; Roach 1993, 277–279, McChesney 1998a, 11). Po mnenju Herberta Schillerja (1989, 115) je bil cilj njunih potez predvsem spodbujanje deregulacije in privatizacije v mednarodnem prostoru, posebej v revnejših državah, čemur je sledila globalna ofenziva transnacionalnega kapitala (prav tam, 116; prim. Thussu 2005; 2006, 3. pogl.). Po oceni Dana Schillerja (2007, 37) so javne politike ZDA na tem področju že v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja bile v popolnem nasprotju s cilji Neuvrščenih, ki so nasprotovali njihovemu popolnemu poblagovljenju.

Glede na to, da so bila, vsaj za današnje razmere, poročila močno kritična do obstoječih mednarodnih razmer in neenakosti (posebej za tako relevantno mednarodno institucijo, kot je UNESCO), a jih je bilo težko preprosto zavrniti, saj so temeljila na empiričnih podatkih, je bila poteza dveh najpomembnejših nacionalnih globalnih akterjev na področju kulturnih, medijskih in informacijskih industrij, Velike Britanije in ZDA, komajda presenetljiva. Njuna politična vodstva so bila skrajno reakcionarna in so pristajala le na realpolitične enostranske rešitve, ki so ciljale izključno na koristi lastne države oziroma gospodarske elite te države.

²⁶⁸ Nasprotovanje do pobude NWICO, ki je v skladu z usmeritvijo Neuvrščenih zagovarjala tretjo pot, je prihajalo tako iz strani ekstremnega liberalnega razumevanja absolutne svobode v ključnih državah zahodnega bloka (ZDA in VB) kot iz popolne podrejenosti državnemu lastništvu in monopolu v vzhodnem bloku (Osolnik 2005, 9–10).

²⁶⁹ V tem času so bili problemi, povezani z oglaševanjem, že natančno analizirani, čemur se natančneje posvečam v nadaljevanju: Curran (1977; 1978a; 2002) se je v številnih besedilih ukvarjal z materialnimi posledicami oglaševanja, Ewen (1976) pa je v referenčni študiji opozarjal na ideološke posledice, ki so imele pomembne konsekvence na potrošnjo in nadzor v sferi zasebnosti ter s tem na celotno družbo. V okviru UNESCO-vih poročil o množičnih medijih je natančno empirično analizo in sintezo obstoječih kritičnih analiz kasneje opravil Murdock z Janusovo (1985).

Poleg tega je bil UNESCO »edini mednarodni javni forum, v katerem so revne in ne povsem industrializirane države stale na relativno enaki ravni v mednarodnih zadevah kot Združene države,« omenja Maxwell (2003, 107).

Kritičnost raziskav do obstoječih neenakosti se je odražala v skorajda vseh objavljenih poročilih za UNESCO. Murdock in Janusova (1985) sta na primer v poročilu poleg ožjih posledic oglaševanja razčlenila večplastnost njegovih širših družbenih posledic (na medijski pluralizem, potrošniške vzorce, prenos ideologije, intervencije v medije in prikrite pritiske). Guback, Varis in Cantor (1982) so poudarjali, da je že mogoče govoriti o transnacionalnih kulturnih industrijah, glavne globalne korporacije pa se na področju komuniciranja gibljejo v smer konglomeratov, zaradi česar prihaja do koncentracije proizvodnje in diseminacije (distribucijskih kanalov) v rokah nekaj največjih podjetij. Pravzaprav sta že Nordenstreng in Varis (1974) na koncu svojega poročila zapisala, da ni nobene potrebe, da bi za konec naslova (*Television traffic: A one way street?*) še naprej postavljali vprašaj o enosmernosti prometa, saj so po njunem mnenju s tem poročilom bili dokazi o tem na dlani.

Znotraj pobude NWICO je prišlo do nekaterih poskusov vzpostavitve alternativnih novinarskih agencij na širši mednarodni ravni in vzajemne izmenjave novic na regionalni ravni. Kljub nekaterim pozitivnim učinkom in akcijam se vpliv zahodnih transnacionalnih agencij ni bistveno zmanjšal, kar je zrcalilo ekonomske neenakosti med bogatimi in revnejšimi državami (glej Boyd-Barrett in Thussu 1993). Te praktične poskuse spreminjanja globalnih informacijskih tokov, s katerimi bi se odvisnost pri pridobivanju novic zmanjšala, je od konca sedemdesetih let dvajsetega stoletja analiziral predvsem Boyd-Barrett, vendar njegove ugotovitve niso bile spodbudne, saj so nove agencije težili veliki finančni problemi, nasproti pa so jim stali vzorci in agencije, ki so se v večini primerov vzpostavili že v sredini devetnajstega stoletja (prav tam).

Kljub pomembnim ugotovitvam v raziskavah, ki so jih spremljale nekatere praktične pobude, se prav na tem primeru zelo dobro kaže oddaljenost med idejno kritiko obstoječih razmer na eni strani ter dejanskimi materialnimi spremembami neke ureditve na drugi. Pobuda NWICO je imela namreč (z izjemo pomembnih analiz ter odpiranja javnega in raziskovalnega diskurza za vprašanja globalnih neenakosti) zelo majhne praktične učinke na dejanske spremembe teh političnih procesov. In to kljub dejstvu, da so v skoraj vseh poročilih bile predlagane tudi možne spremembe na ravni posameznih mednarodnih in nacionalnih politik, ki bi lahko izboljšale situacijo, te pobude pa je podpirala večina držav članic UNESCO. Dogajanje je Herbert Schiller kasneje povzemal s temi besedami:

»Zahteve tistih, ki nimajo [have-nots], po novi mednarodni ekonomski ureditvi in s tem novi mednarodni informacijski ureditvi so bile izražene na srečanjih teh [mednarodnih] teles. Po obsežni razlagi o neenakostih in nepravicaah zaradi obstoječih struktur je o teh vprašanjih vedno potekalo glasovanje, priporočila za spremembe pa je zmeraj sprejela velika večina. In to je bil tudi konec; nobeni mehanizmi implementacije niso obstajali. Kar je tukaj bistveno, je, da vplivne države, ki so nadzorovale sistem, niso imele nobenega namena sprejeti niti najmanjših omejitev zanje privilegiranih sporazumov. Zahteve, ki so bile predstavljene, da bi izboljšale ta odločilna področja človeškega bivanja, niso imele niti trohice upanja za sprevrnitev realnosti ekonomske, vojaške in tehnološke moči, ne glede na to, kako veljavne in pravične so bile v svojih temeljih.« (H. Schiller 2000, 34)

Mattelart (2011, 507) v podobni stilu kot Schiller omenja, da se je razprava o *Novi svetovni informacijski in komunikacijski ureditvi* spremenila v dialog med gluhiimi. Poleg netolerance Amerike v času administracije Ronalda Reagana do kakršnih koli alternativ obstoječemu družbenemu redu je Mattelart razloge za to videl v oportunističnem Sovjetske zveze, v konfliktih znotraj Neuvrščenih (nekatero države so pričele izkoriščati razprave za iskanje grešnih kozlov, same pa so spregledale lastne kršitve novinarske svobode in svobode izražanja), prav tako pa Neuvrščenim ni uspelo zgraditi mostov z državami evropske skupnosti in se z njimi politično povezati (prim. Thussu 2006).

Dejstvo je, da je precej svobodno polje za kritiko prevladujočega mednarodnega sistema, ki je, podobno kot danes, temeljil na izjemnih globalnih asimetrijah, omogočala posebna zgodovinska situacija (Christians in drugi 2009, 186; Nordenstreng 2013). Ta kontekst se je relativno hitro vrnil v svoje ustaljene tirnice, ko so ZDA skupaj z Veliko Britanijo znova odločno prevzele vajeti globalne hegemonije. Pobuda NWICO je bila kljub neuspehom pri implementaciji dejanskih politik zelo pomembna zaradi odločnih in glasnih zahtev po globalni komunikacijski demokraciji. Kot omenja Mosco (2009, 72), je šlo za prvo pobudo, ki je na tako široki ravni postavila zahtevo po »univerzalnem dostopu do komunikacijskih medijev, nadzoru nad odločitvami o proizvodnji in distribuciji komunikacij ter osnovni človeški pravici do komuniciranja.« Ta načela so politični ekonomiji komuniciranja v tem obdobju dala pomembni »politični cilj za dinamično novo raziskovalno agendo« (prav tam) in odprla prostor radikalnim raziskovalnim pristopom.

V veliki meri je pobuda NWICO uspela služiti kot dežnik, pod katerim so se združile različne kritične paradigme. Kljub očitnim razlikam so ti raznoliki pristopi namreč delili

skupna izhodišča, ki jih je Nordenstreng (1993, 269–270; prim. 2013, 355) povzel v opisanih štirih sklopih.

- **Holistično razumevanje sveta**, ki vključuje komuniciranje kot njegov temeljni vidik. Razširitev tega pogleda je bila »tendenco po razumevanju komuniciranja kot neločljivega od oblasti in družbe, kot vseprisotni dejavnik – tako dober kot slab« (prav tam, 269).
- **Enakost kot družbena vrednota**, ki se postavlja na stran šibkih in podpira pravičnost. To velja tudi za medije, ki bi morali podpirati uravnoteženo poročanje o družbenih problemih s pravično porazdelitvijo različnih družbenopolitičnih interesov. Gospodstvo je s tem pristopom zato neposredno v konfliktu, cilj pa je resnica in sreča v družbi.
- **Objektivna resnica kot cilj poročanja**, kar je filozofsko mogoče umestiti v epistemološki pristop realizma (in materializma). Gre za zasledovanje načel zahodnega novinarstva, a zavračanje (prepogostega) vrednostnega relativizma. »Resnica ni subjektivna predstava ali pluralistični kaos, ampak nekaj, kar je del objektivne realnosti, kakor koli težko naj bi jo že bilo v praksi razkriti.« (prav tam, 270) Mediji so prav zaradi te epistemološke predpostavke lahko dojeti tudi kot orodja manipulacije.
- **Normativni pristop k realnosti**, ki zavrača analize, ki naj bi bile zmožne iti onkraj vrednotnih sodb. Čeprav so bila normativna načela pomemben del pobude NWICO, to seveda ni veljalo za celotno družboslovje, v katerem, podobno kot takrat, še danes prevladujejo variacije behaviorizma, empirizma in pozitivizma. »Področje znanstvene aktivnosti gre onkraj faktičnega opazovanja v sfero vrednot – in politike.« (prav tam)

Izhodišča in pozivi, ki so bili pomembni že znotraj NWICO, so se v veliki meri ohranili v kasnejših zahtevah političnih ekonomistov, ki so se ukvarjali s področjem kulture in komuniciranja. Magder (1989) je konec osemdesetih let dvajsetega stoletja ob analizi kanadske kulturno-komunikacijske odvisnosti izpostavljal, da je nujno iti onkraj kulturnega nacionalizma in postaviti temeljno vprašanje, in sicer: o kakšni kulturni suverenosti naj sploh bo govora.

»To ne sme biti izolirana akademska razprava. Če naj nova politična ekonomija ostane zavezana družbeni spremembi, razvoju progresivnejšega, demokratičnega in egalitarnega družbenega sistema, mora vzpostaviti radikalno drugačno kulturno sfero od obstoječih komercializiranih, centraliziranih in nedemokratičnih struktur. Politična ekonomija kulture nam bo pomagala ne le razumeti obstoječe strukture, ampak tudi razviti demokratičnejšo alternativo. V nasprotnem primeru se še nismo naučili, da moramo jemati kulturo dovolj resno.« (Magder 1989, 279–280)

Kljub izjemnem pomenu pobude NWICO je ključnega pomena prav vprašanje delnega kulturnega in informacijskega izolacionizma, ki je bilo vsaj implicitno (če ne eksplicitno) prisotno v pobudi (glej H. Schiller 1978a). Izolacionistično zapiranje v okvire nacionalnih meja prek kulturnega nacionalizma se posebej danes zdi vedno težje uresničljiva poteza, ki se obenem zdi prej reakcionarni odziv kot progresivna alternativa nedemokratičnim kapitalističnim konglomeratom. Bolj smiselna alternativa so primerni regulativni mehanizmi in poskusi nadnacionalnega protikapitalističnega povezovanja ter vzpostavljanja različnih iniciativ, ki se jih je poskusilo vzpostaviti že z NWICO (glej Boyd-Barrett in Thussu 1993).

4.3.3 Mehanizmi blagovne menjave pri reprodukciji družbenega konsenza: materializem Dallasa W. Smytha

Kanadčana Dallasa Walkerja Smytheja se skupaj s Herbertom Irwingom Schillerjem upravičeno uvršča med ustanovitelje politične ekonomije komuniciranja. Z govori, s prispevki in z analizami sta oba pomembno vplivala na razprave v okviru NWICO in na razvoj same pobude, le-ta pa je pomembno vplivala na formacijo in utrjevanje njunih lastnih stališč (glej Nordenstreng 1993; Roach 1993; Maxwell 2003).

Smythe je velik del svojega življenja preživel v ZDA, kjer je v Washingtonu še v času New Deala delal za različna ministrstva in vladne agencije. Pred pričetkom akademske poti je bil med drugim glavni ekonomist *Zvezne komisije za komunikacije* [*Federal Communication Commission*, FCC], kjer je s sodelavci določal telekomunikacijsko politiko v ZDA, ki je med drugim vključevala dodeljevanje radijskih frekvenc (glej Smythe 1994). S svojim delom je od blizu spoznal delovanje političnega sistema in njegov vpliv na področje komunikacij, posebej odnos med telekomunikacijami, oblastnimi strukturami in imperializmom (prav tam, 32). Že konec tridesetih let dvajsetega stoletja je Smythe izvedel ekonomsko študijo časopisne industrije (prav tam, 21).

Čeprav je imel Smythe formalno izobrazbo ekonomista, je relativno hitro spoznal, da je osrednji tok ekonomske misli preveč omejen za razreševanje ključnih vprašanj v družbi; posebej neprimeren je bil za zasledovanje progresivnih družbenih sprememb. Prav tako ortodoksna ekonomija ni razumela silovite moči medijev in komunikacij, ki jih ni bilo preprosto uokviriti v klasične modele trgov z blagom. Ob tem so se Smythu zdeli skrajno omejeni konvencionalni pristopi h komunikologiji, pri čemer je razloge videl predvsem v dejstvu, da niso vključevali temeljnih ekonomskih in političnih odnosov (glej Melody 1994a, 2; Babe 2011, 92). Leta 1948 se je pridružil novoustanovljenemu *Inštitutu za raziskovanje*

komunikacij na Univerzi v Illinoisu, kjer je zasnoval (vsaj po lastnem mnenju) prve predmete, ki so se neposredno ukvarjali s politično ekonomijo komuniciranja (Smythe 1994, 43; Smythe v Lent 1995, 33). Čisto možno je, da je z odhodom v univerzitetno okolje leta 1948 (Urbana, Illinois) ujel enega izmed zadnjih vlakov za odhod iz Washingtona v akademske vode. Z antikomunistično histerijo se je v Ameriki namreč pričel reakcionarni ideološki zasuk v desno, ki je zelo učinkovito onemogočil kritično misel tudi v (sicer formalno avtonomnem) univerzitetnem prostoru. Zasuk se je postopoma pričel kazati na vseh ravneh in je odražal geopolitično zaostrovanje razmer med Sovjetsko zvezo in ZDA: pričetek hladne vojne s Trumanovo doktrino, ki je implicitno nakazala, da bo Amerika pričela aktivno igrati vlogo »svetovnega policaja« (Benko 2000, 287–289). Vzporedno s temi premiki je administracija novega predsednika Harryja S. Trumana odpravila New Deal (začrtala in implementirala ga je administracija Franklina D. Roosevelta) in z gospodarskimi politikami v ZDA podprla največja podjetja (Smythe 1994, 34–36).

Kanadske korenine se odražajo tako v Smythovem intelektualnem razvoju kot v njegovih raziskovalnih interesih. Političnoekonomski pristopi so v severni sosedni ZDA že tradicionalno izjemno vplivni. Med ključnimi kritičnimi družboslovci lahko najdemo Harolda A. Innisa, C. B. Macphersona in Lea Panitcha. Temelji vseh omenjenih avtorjev so trdno zasidrani v politični ekonomiji. Med komunikologi, lociranimi v Kanadi, ki izhajajo iz politične ekonomije, so še danes pomembni Vincent Mosco, Katherine McKercher, Dwayne R. Winseck, Robert E. Babe, William Melody in Nick Dyer-Witheford, med mlajšimi avtorji pa Yuezhi Zhao in Robert Prey.

Posebej Innisova teorija o ključnih virih [*staples theory*], s katero je pojasnjeval razvoj in odvisnost Kanade, je bila po besedah Clementa in Williamsa (1989, 7) tako »prepričljivo izvirna, da je bila njena mogočna prisotnost evidentna skozi celotno zgodovino tradicije. Innisova stališča so mestoma bila inspiracija, mestoma pa odbijala tiste, ki so sodelovali pri ustvarjanju nove kanadske politične ekonomije.« Njegovo delo o ekonomskem razvoju Kanade je nakazovalo tesno prepletenost ekonomskih institucij in komunikacijske infrastrukture, pri čemer so se mu zdeli ključni komunikacijski tokovi pri ekonomskem razvoju. V teoriji o ključnih virih je poskušal dokazati, da so se kanadski komunikacijski in transportni sistemi razvijali predvsem tako, da bi zadovoljili evropske politične in gospodarske interese. (glej Melody 1993, 71; Babe 2009, 32–42)

Ne glede na to, ali so se posamezni kanadski družboslovci strinjali z Innisom ali ne, Clement in Williams (1989) menita, da so imeli temelji, ki jih je zastavil, pomembni vpliv na razvoj celotne politične ekonomije v tem raziskovalnem okolju. Smythe je na primer bil

mnenja, da je Innis močno precenjena figura (v Guback 1994, 265), a tudi on ni mogel preprosto spregledati njegovih teorij (glej Smythe 1981a, XII, 6–7). Kanadski politični ekonomisti so pri analizah sicer izhajali iz močno divergentnih miselnih tokov, ta raznolikost pristopov se nakazuje v obravnavanih tematikah. Le-te med drugim obsegajo družbeno vlogo države, zgodovino industrializacije, kolonialno odvisnost ali razumevanje dela, feminizem, regionalizem, nacionalna in etnična vprašanja ter končno tudi kulturo in komuniciranje (glej Clement in Williams 1989; Magder 1989). Kot omenja Magder (1989, 279), se prav pri tematikah komuniciranja in kulture najočitneje kaže odvisnost Kanade od (predvsem) ameriške proizvodnje. Gre za tendenco po odvisnosti, ki jo je analiziral tudi sam Smythe (1981a) v svoji ključni knjigi, naslovljeni *Dependency Road [Pot odvisnosti]*, tesno pa je povezana s teorijo odvisnosti (na mednarodni ravni), ki je pomembno vplivala na gospodarsko pobudo NIEO in za njo na kritično komunikološko pobudo NWICO.

Smythe je na začetku svojega raziskovanja po službeni dolžnosti analiziral institucionalne in političnoekonomske vidike telefona, telegrafa in radijskega spektra, torej komunikacijskih tehnologij, ki so kasneje zaposlovale številne avtorje z izhodišči v politični ekonomiji komuniciranja.²⁷⁰ Vendar njegovi zgodnji raziskovalni interesi so v nasprotjem s tem koncem štiridesetih in v začetku petdesetih let prejšnjega stoletja med drugim zaobjemali tudi družinske spremembe, ki so se zgodile zaradi gledanja televizije in individualne kulturne vzorce v vsakdanjem življenju. Predvsem so ga zanimale psihološke osnove v družbenih spremembah. Razlog za to je v prvi vrsti izhajal iz vplivov, ki jih je na ljudi v drugi svetovni vojni imela propaganda (Smythe 1994, 38–39). Kot je zapisal kasneje, je v času, ko se je pridružil fakulteti v Illinoisu, hotel izvedeti predvsem, kako lahko množično komuniciranje in kapitalistični sistem skupaj ustvarjata tako trden družbeni konsenz (prav tam, 38).

Ta zgodnji poudarek se kaže v nekaterih člankih, ki jih je Smythe napisal v tem času (glej Smythe 1950; 1954b). V teh raziskavah ni izhajal dosledno iz politične ekonomije, čeprav je nikoli ni povsem odmisllil iz raziskovanja, a so ji bile očitno nenaklonjene omenjene politične okoliščine. Med drugim je delal empirične analize vsebin na radiu in televiziji (glej Smythe 1952; 1954b; 1994, 47–48; Mansell 1995, 48–49). Prav v tem obdobju je dokončno spoznal, da z eksperimentalno in s politično psihologijo ne bo mogel ustrezno odgovoriti na temeljna vprašanja, ki so ga pritegnila, zaradi česar se bo primoran »osredotočiti na "makro" odnose med ljudmi in institucijami, ki so proizvedli in usmerjali propagando.« (Smythe 1994, 39)

²⁷⁰ Glej poglavja iz Smythove (1994) avtobiografije. V sredini petdesetih let dvajsetega stoletja je imel v delu obsežno študijo zgodovine politične ekonomije komunikacijskih sistemov, vendar je kmalu spoznal, da bi zaradi obsega gradiva za kaj takšnega potreboval še dve življenji (poleg tega je bil takrat star že skoraj petdeset let).

Prav v zgodnjih besedilih se kažeta širina in globina Smythovega znanja, ki mu ga kritiki praviloma odrekajo, ko ga označujejo za togega političnega ekonomista, ki naj občinstvom ne bi pripisoval nobene subjektivnosti. V empiričnem prispevku o družbeni realnosti, kot jo predstavlja televizija, je Smythe (1954b) na primer na različnih mestih izpostavljajal, da je sodobna analiza medijskih vsebin še zelo nezrela, napake pristopa pa se najhitreje pokažejo, ko se vprašamo, kakšne pomene vsebinam pripisujejo sama občinstva.²⁷¹ Po njegovem mnenju je mogoče analizo vsebin delati iz vsaj dveh strani: iz perspektive občinstev in iz strani proizvodnega procesa. V vsakem primeru je potrebno zavedanje, da člani občinstev skozi interpretativni proces pripisujejo vsebinam bolj ali manj unikatne pomene, česar po njegovem mnenju ni mogoče spregledati. Tudi sam je zbral namreč več kot dovolj dokazov, da občinstva (ki jih je mogoče nadalje analitično kategorizirati) interpretirajo vsebine glede na lastne potrebe (prav tam, 62, 64). Ta njegov pogled je blizu kulturalističnemu pojmu polisemičnosti. Čeprav sam v lastnih pojmovanjih ni šel tako daleč, da bi zasnoval posebno teorijo zaznave in interpretacij tekstov, je v njegovih analizah očitna prisotnost kategorij, ki so bile teoretsko razvite šele kasneje (Babe 2011, 101).²⁷² Vendar je kulturne vsebine po Smythu mogoče in potrebno umestiti tudi v makrokontekst. V širšem kontekstu so vsi programi na komercialnih postajah predstavljeni v implicitno komercialnih okoliščinah, kar bolj ali manj subtilno pogojuje celo tiste dele programa, ki niso namenjeni oglaševanju (Smythe 1954b, 66). Ključni element komercialnih televizijskih programov je namreč predstavljanje realnosti kot zabave, vsebine pa so namenjene predvsem razvedrilu in zapravljanju časa (prav tam; prim. Smythe 1960b). Kasneje je na podlagi tega sklepal, da kapitalistični mediji pomembno prispevajo k družbeni pasivizaciji in konformizmu, zaradi česar je kljub številnim očitnim razlikam mogoče potegniti precej stičnih točk med njegovo teorijo ter Adornovim in Horkheimerjevim pojmovanjem kulturne industrije (Babe 2011).

Podobno kot v ostalih prispevkih iz Smythovega zgodnjega raziskovalnega obdobja se v prispevku o družbeni realnosti, kot jo predstavlja televizija, kaže njegova razcepljenost med možnima raziskovalnima perspektivama in zgodnja naklonjenost do socialne psihologije z analizami vsakdanjega življenja. Po mnenju Mansellove (1995, 47) je Smythe v resnici šele v osemdesetih letih dvajsetega stoletja, torej v svojem poznem obdobju, dokončno razčistil, kaj

²⁷¹ Mosco (2008, 79) omenja, da je Smythe s to analizo opravil eno prvih vsebinskih študij komercialnih televizij, s čimer je hotel dokazati potrebo po javnih televizijskih mrežah.

²⁷² Babe (2011, 101) posebej omenja teorijo kultivacije (v kateri imajo mediji eno osrednjih vlog), ki jo je razvil George Gerbner. Omeniti velja, da je bil Gerbner Smythov prijatelj, Smythe pa ga je leta 1956 tudi pripeljal na Univerzo v Illinoisu, kjer je takrat delal (glej Gerbner v Lent 1995, 92). Kot omenja Smythe (1994, 37–38), sta se z Gerbnerjem poznala že prej, po prihodu v Urbano (Illinois) pa so skupaj s Herbertom Schillerjem tvorili skupino prijateljev s podobnimi političnimi pogledi (prim. H. Schiller v Lent 1995, 139–140). V tem času so bili vsi trije tudi pod nadzorom ameriških obveščevalnih agencij.

so njegove prioritete v komunikološkem raziskovanju: »Prek kritičnega raziskovanja razložiti politične in ekonomske odnose moči, kot se izražajo v institucionalnih odnosih, vtisnjenih v tehnologijah in vsebinah komuniciranja v vseh njenih formah.« (prav tam) Že v omenjenih zgodnjih prispevkih je prisotno jasno zavedanje, da je mogoče pri raziskovanju izhajati iz različnih analitičnih ravni, ki predpostavljajo različne načine »upora« občinstev. Smythovi kritiki so se praviloma zelo selektivno osredotočili le na del njegovih analiz, posebej na leta 1977 objavljeni članek z naslovom *Communications: Blindspot of Western Marxism* (Smythe 1977b). Ko je napisal ta članek, je bil njegov pristop s strani mnogih kritikov odslovljen kot vrnitev k vulgarnemu marksizmu in redukcionističnemu ekonomizmu (glej Meehan 1993), in to kljub temu, da je bil njegov poudarek prav na dejstvu, da marksistične analize medijev sploh še ne obstajajo, saj to področje marksistov praktično ne zanima (prim. Smythe 1977a). Oživitev perspektive, ki je predstavljala medije kot podjetja, ki jih vodijo imperativi profitabilnosti, je že kmalu po objavi bila opredeljena za »zastarelo«, ker so na vplivu pričele pridobivati kulturne študije (Meehan 1993; glej tudi poglavje 4.3.5).

S svojimi kritikami so avtorji prepogosto pokazali, da ne razumejo povsem političnoekonomskega pristopa k preučevanju realnosti, ki je značilen predvsem za Smythove pozne in dosledne materialistične analize. V njih je prek abstrakcije *zares* pogosto izpuščal (re)interpretativne sposobnosti občinstev, vendar ni trdil, da občinstva nimajo sposobnosti za samostojne interpretacije, da njihove alternativne interpretacije niso pomembne, da lahko s političnoekonomskim pristopom razložimo vse vidike medijske realnosti in še manj, da ne obstajajo možnosti resnega upora občinstev. Očitek kritikov bi držal kvečjemu, če bi bilo govora le o količini napisanega na temo upora občinstev s strani Smytha, vendar kritika vsekakor ne drži substantivno. Smythe je poskušal iskati prav potencialne upora občinstev proti kulturnim in medijskim industrijam, ki jih je sam – sledeč Enzensbergerju (glej Smythe 1977a) – imenoval za *Industrijo zavesti*. Očitek poleg tega zagotovo ne velja za njegova zgodnja dela, predpostavka pa je problematična tudi v primeru poznejših del. Na to dejstvo sta opozarjala tako Mansellova (1995) kot Fuchs (2012a). Mansellova (1995, 56) omenja, da je bil Smythu »pojem moči občinstev integralen za njegovo analizo v dialektičnem boju, v katerem proti Industriji zavesti poteka upor s strani ljudi in njihovih starejših institucij.« Pri tem je bilo za njegovo kritično raziskovanje temeljnega pomena ugotoviti, kako obsežna bi morala biti reorganizacija posameznih politik in institucionalnih struktur v tem uporu, če naj bi uspela proti hegemoniji, ki jo je ta industrija uspela vzpostaviti v zadnjem stoletju.

Smythe se je dobro zavedal, da se upor občinstev na materialni in političnoekonomski ravni proizvodnih odnosov precej razlikuje od ideološkega upora na ravni vsebinskih

reinterpretacij posredovanih sporočil. Čeprav lahko zadnjeomenjeni upor mogoče vodi k prvoomenjenemu, je kritična interpretacija vsebin s strani občinstev za materialno raven v resnici irelevantna. Lastnika medija pravzaprav ne zanima bistveno, kaj si občinstva mislijo o vsebinah, vsaj dokler so jih še naprej pripravljena konzumirati. Murdock (2000, 58) je to protislovje povzel z besedami, da so občinstva vsekakor lahko aktivna (pristop kulturnih študij je političnoekonomskemu pristopu namreč pogosto nepravilno očital, da občinstva dojema kot pasivne potrošnike vsebin), vendar njihove aktivnosti praviloma samo reproducirajo potrošniški sistem. Kot poudarja Fuchs (2012a), Smythe ni zanemarjal delovanja občinstev, vsekakor pa ni videl *avtomatičnega* upora z njihove strani. V knjigi *Dependency Road* je na primer poudarjal:

»Drži, ljudje so podrejeni nepopustljivim pritiskom Industrije zavesti; oblegani so s poplavo potrošniških dobrin in storitev; oni sami so proizvedeni kot (občinstva) blaga; reproducirajo svoja lastna življenja in prizadevanja kot vrednosti in v obliki blag. Ampak ljudje nikakor in na noben način niso pasivni ali brez moči. Ljudje se upirajo vplivnim in mnogoterim pritiskom kapitala, kakor dobro se jim le lahko. [...] Povedano drugače: osnovno nasprotje v jedru (kot tudi po vsem svetu) je torej med ljudmi in kapitalom. In trenutno so ljudje vodilni vidik tega nasprotja.« (Smythe 1981a, 270–271)

Zmožnost občinstev in ljudi, da se uprejo sistemu, ni trčila ob njihove interpretativne (ne)sposobnosti, ampak ob dejstvo, da so pretvorjeni v blaga, ne glede na to, ali se tega zavedajo ali ne, in ne glede na to, ali na to pristajajo ali ne. »Moč občinstev, če pogledamo nanjo, kakor jo dojema podjetnik skozi lastne oči, je enakovredna trgov – najsi bodo to trgi homogenih pakiranih dobrin za trajne dobrine, kot so televizijski sprejemniki v štiridesetih letih, ali za politične kandidate,« je poudarjal Smythe (prav tam, 263).

Če parafraziramo Marxa, lahko zapišemo, da se občinstva (morda) ne zavedajo, da jih mediji prodajajo, ampak to (jim) počno. So namreč del »nevidnega trikotnika«, ki ga sestavljajo mediji (oziroma njihovi lastniki), oglaševalci in člani občinstev – dialektični odnosi med vsemi tremi so bistvenega pomena za razumevanje blagovnih menjav v medijskokulturnem sistemu (glej Smythe 1977b; 1984, 215; Mansell 1995, 44; Guback 1994, 265), ki se primarno financira prek oglaševanja. Upor na političnoekonomski ravni ni mogoč prek reinterpretacije posredovanih sporočil, torej na ideološki ravni, ampak le na materialni – dejansko torej le tako, da občinstva preprečijo, da bi oglaševalcem bila prodana kot blaga. Najočitnejši način, da to dosežejo, je v prekinitvi *potrošnje* vsebin (in posredno potrošnje

oglasov). Osrednje protislovje sistema kot celote torej v vsakem primeru še zmeraj ostaja konflikt med delom oziroma ljudmi in kapitalom, je bil prepričan Smythe (1981a, 3, 268).

Smythova zelo dosledna analitična izhodišča, ki so bila v poznem obdobju trdno zasidrana v materializmu, je potrebno razumeti v povezavi z njegovim zmeraj nedvoumnim odporom do administrativnih in drugih idealističnih pristopov (glej Mansell 1995, 47). Le-ti so analize izvajali izven odnosov moči, ki so sestavni del družbe, in po pravilu niso odkrivali dialektičnih povezav v širšem kapitalističnem sistemu. Prav zato Smytha, kot je zapisal Herbert Schiller (v Smythe 1981a, XX), niso zanimala od vrednot ločena mikrovprašanja. Že v enem prvih prispevkov, ki jih je objavil, se je na primer odločil za ostro kritiko pozitivizma in takrat vplivnega behaviorizma.²⁷³ Prevladujoči pristop v komunikologiji je imenoval za »scientizem«, ki je sprejemal izključno »znanje«, pridobljeno prek »nadzorovanih poskusov«, na takšen način pa poskušal ugotoviti »zakone« komunikacije (glej Smythe 1954a, 25). Ta ozkogledni metodološki empiricizem je bilo po njegovem potrebno dopolniti z *opazovanjem in z logično natančnostjo*, ki bi vključevala ostala ključna področja: zgodovino, sociologijo, politične znanosti in ekonomijo. Smythe je v predpostavkah teh afirmativnih raziskovalnih paradigem opazal izjemne predsodke, ki so bili najpogosteje implicitni in so vodili v resne raziskovalne pristranosti. Raziskovalci bi morali po njegovem mnenju ne le skozi premislek o metodoloških in teoretskih izhodiščih, ampak tudi skozi refleksijo lastnih normativnih predpostavk. Zaradi teh zahtev bi lahko Smythov poziv razumeli kot klic po normativnem premisleku in normativnih načelih v komunikologiji ter družboslovju nasploh (prim. Nordenstreng 1993, 259). Kasneje se je Smythe (v Lent 1995, 35) tega svojega zgodnjega članka spominjal z besedami, da je »zares močno udaril po scientizmu in neumnih aplikacijah tega, kar je bilo razumljeno kot znanstvena metoda. Res sem jih uničil,« je dejal brez ovinkarjenja.

Ni nepomembno, da Smythe ni zavračal empiričnih analiz kot takšnih (med drugim se je opiral na empirično raziskavo o avtoritarni osebnosti) (glej Smythe 1954a; 1971/1978, 175; 1984), ampak prej načine postavljanja vprašanj v teh največkrat pozitivističnih analizah, saj so bile pogosto opravljene v izolaciji od širšega konteksta. Pozitivistični pristopi so zahtevali ustvarjanje ovrgljivih trditev o opazovanem vedenju (behaviorizem), političnoekonomski pristop pa je ta pristop poskušal zamenjati s širšo analizo, temelječo na dialektičnih odnosih, ki bi temeljila na resnem teoretičnem delu (glej Mosco 2009, 79). Če so sistemske značilnosti ignorirane, lahko razvoj zgodovinskih procesov namreč dojemamo in razlagamo le, kot da jih

²⁷³ Kot omenja Mosco (2009, 78–79), je bil tovrstni upor proti metodam in epistemološkim izhodiščem, ki so izhajale iz fizike in jih prenašale v družboslovje, značilen za začetke politične ekonomije komuniciranja.

poganjajo zarote, naključja ali kaos, je bil prepričan Smythe (Mansell 1995, 51). Mansellova je Smythova metodološka izhodišča povzemala s temi besedami:

»Odrprtost do eklektične množice metod družboslovnih znanosti je bila značilna za vso Smythovo delo. Njegovo zanimanje za napačno uporabo in zlorabo orodij ter metod družbenih znanosti je bilo izjemno. Predpostavljal je, da naraščajoči potencial kvantitativnih empiričnih metod prinaša zavajajoče odgovore na napačno zastavljena vprašanja; težavo, ki ni bila nič manj resna od inklinacij nekaterih kritičnih raziskovalcev, ki so sugerirali, da se bodo že samo s kvalitativnimi metodami izognili zablodam administrativnih tradicij v družboslovnih znanostih.« (Mansell 1995, 48)

Smythe ni nasprotoval niti matematičnim niti statističnim orodjem in je pri odprtosti do uporabe različnih metod zaradi tega bil blizu odprtosti kritičnega realizma, ki ne pristaja na ekskluzivne metode pri analizi realnosti (prim. Morrow in Brown 1994, 77–80; Brglez 1999, 128). Vendar je ob tem poudarjal, da morajo pri vsaki izmed uporabljenih metod biti vprašanja zastavljena pravilno. Ni jih mogoče dojemati kot apolitična, brez vrednot in brez vpliva na družbo – predpogoj je zato njihova umestitev v ekonomski in politični kontekst (prav tam, 49–50). Pri tem je uporabljal besede Marka Twaina: »Zoper koga ste nevtralni?«

V skladu z nujnostjo izgradnje lastnih normativnih predpostavk je zato Smythe (1971/1978, 175) v političnih zahtevah kasneje šel še dlje. Poudarjal je, da »znanost mora biti politična. Izhaja iz aktivnosti človeštva, čigar življenje ima politični kontekst. [...] Celó, kadar se znanost odloči, da bo nepolitična, neizogibno konča kot politična v rezultatih, ki jih planira v svojem delu.« Družboslovec je po njegovem mnenju v vsakem primeru del družbe in institucionalnih sprememb, zato mu ne ostane nič drugega, kot da je aktivno angažiran v teh procesih (Mansell 1995, 47). Kot je zapisal Melody (1993, 72), je Smythe prek kritike tehnološkega determinizma kazal, da je »komuniciranje lahko, in bi moralo biti, sila osvobajanja človeške ustvarjalnosti, ne njenega nadzorovanja.« Brez dvoma lahko Smytha zato umeščamo v tok kritične teorije, ki temelji na enakih raziskovalnih izhodiščih (glej poglavje 2.4).

Ta izhodišča obenem nakazujejo, da je Smythe zelo odkrito pristajal na temelje praxisa, torej na preseganje ločnice med teorijo in prakso (glej Wasko 1993; Mansell 1995, 47, 59; Melody 1994a; Babe 2011, 112; Fuchs 2012a, 700). Kot piše Mansellova (1995, 44), je bil njegov temeljni cilj prispevati k *realizaciji potencialov človeštva na zemlji* (prim. Wasko 1993, 1). Skozi svoje življenje je Smythe teorijo in prakso združeval v svojem aktivističnem udejstvovanju, kamor je pogosto prenašal svoje raziskovalne ugotovitve: najprej v sindikatih

kot sindikalni organizator (štirideseta leta), v petdesetih in šestdesetih letih dvajsetega stoletja kot mirovni aktivist (glej Babe 2011, 112), nato pa kot eden ključnih avtorjev v pobudi NWICO. Svojim študentom je rad dejal, da jim vsa teorija na svetu ne bo pomagala nič, če je ne bodo uporabljali v življenju (prav tam).

V Smythovem praxis pristopu se zrcalita načina združevanja teorije s prakso, ki sta značilna za celotno politično ekonomijo komuniciranja in sta pogosto vzajemno povezana: alternativni pristopi ustvarjanja regulativnih in zakonskih politik na področju komuniciranja in komunikacij na eni strani ter neposredni aktivistični angažma na drugi.

Pri *prvem* pristopu gre za vstopanje in angažma v formalnih odločevalskih procesih (glej Mansell 1995, 59), v katerih prihaja do institucionalnega uveljavljanja in aplikacij posameznih politik, ki so zasnovane iz perspektive politične ekonomije komuniciranja. To vključuje potrebne institucionalne spremembe za implementacijo demokratičnejših politik, torej političnoekonomsko restrukturiranje samih institucij (Babe 2011, 101). Predlogi in poskusi uveljavitev alternativnih ureditev na ravni posameznih medijskih politik in institucionalnih sprememb so značilni za številne avtorje, ki izhajajo iz politične ekonomije komuniciranja (glej Mosco 2009, 77–78). Najobsežnejši primer na širši mednarodni ravni so bila poročila v okviru pobude NWICO, ki so vsebovala praktične predloge političnih sprememb. Potrebe po alternativnih ureditvah in predlogih se na ravni svetovnih upravljalških struktur kažejo še danes (prim. Mansell 1995, 59; Mattelart 2011). Kot omenja Mosco (2009, 77), je »politična ekonomija prek več generacij oblikovala alternative ortodoksnim komunikacijskim politikam,« ki so, posebej v ZDA, v celoti zanemarjala širši javni interes (oziroma so ga enačile s tržnimi interesi kapitala). Ti alternativni pristopi so vzpostavljali kritiko politik, ki so se napajale v neoklasični ekonomiji in so s pomočjo miselnih trustov uveljavljale deregulacijo ter privatizacijo telekomunikacijskih sistemov (prav tam; glej poglavje 4.1.3). Mansellova (1995, 58–59) v povezavi s tem piše o tako imenovani politični ekonomiji institucionalnega načrtovanja [*political economy of institutional design*], ki je obče prisotna v Smythovem delu, med drugim v njegovem temeljnem članku o politični ekonomiji komuniciranja (glej Smythe 1960a).

Smythe je že v svojem neakademskem delu za vladne agencije predlagal demokratičnejšo upravljanje s spektrom radijskih frekvenc, ki bi se skladal z javnimi interesi;²⁷⁴ zahteval je javne servise na področju medijev, demokratični nadnacionalni nadzor nad satelitskim omrežjem (v začetku so ga obvladovale ZDA) pa tudi širitev komunikacijskih

²⁷⁴ Tako Smythe kot Herbert Schiller (glej H. Schiller v Lent 1995, 140–141; H. Schiller 1969, 25–26; Murdock 2006b, 216–217) sta radijski spekter dojemala kot obliko naravnega vira, ki je javno dobro, torej dejansko »naravna« oblika skupnega.

možnosti za širše dele populacije – na primer s širitvijo telefonskega sistema na ruralna območja in vpeljavo (javne) izobraževalne televizije (Melody 1993, 72–73; Smythe 1994, 54–56; Mansell 1995; Mosco 2009, 77).

Druge vrste praxis pristopa, neposrednega aktivističnega angažmaja, se je Smythe loteval predvsem z javnimi političnimi govori (glej Smythe 1960b; 1960c; 1963) in z udeležbami v različnih protestniških gibanjih. V času zaostritve razmer v hladni vojni se je zavzemal predvsem v gibanjih, ki so si prizadevala za demilitarizacijo. Prav njegovo razočaranje nad geopolitično situacijo in zunanjo politiko ZDA je bilo v povezavi z neuspešnostjo mirovniških gibanj, ki niso imela učinkovitega vpliva na politično delovanje in poteze ZDA, glavni razlog, da se je po kubanski krizi z družino leta 1963 odločil za vrnitev v Kanado, kjer je nadaljeval svojo akademsko pot (Smythe 1994, 56).²⁷⁵ »Če naj bi midva [z ženo] in dvema otrokoma že umrla v jedrski vojni, tega nisva hotela doživeti kot Američana,« (prav tam) se je kasneje spominjal v avtobiografiji. Pred tem je imel številne govore, s katerimi je poskušal aktivno prispevati k razumevanju javnosti o destruktivnih potencialih mednarodnih groženj, skrajnih delitev in vojne nasploh, ki bi v primeru jedrskih spopadov pomenila, da bo zagotovo izgubil ves svet, ne le ameriški »sovražniki« (Smythe 1960c). Vojno je opredelil za kugo, pri kateri bi bilo potrebno eliminirati že same zmožnosti, da jih je mogoče bojevati (Smythe 1960c; 1963).

Vsekakor torej ne drži teza, da Smythe ni verjel v *subjektivni* upor ljudi, niti da ni verjel v vpliv *idej*. Oboje je namreč aktivno in zavzeto prakticiral in spodbujal sam, zaradi česar ga je pri praktičnem političnem udejstvovanju (kot to stori Babe /2011, 112/) mogoče označiti celo za idealista. V govorih se je Smythe ves čas navezoval na družbeno vlogo množičnih medijev, ki so po njegovem mnenju zaradi blagovne usmerjenosti (standardizacija proizvodov in onemogočanje raznolikosti) igrali ključno vlogo pri eskapizmu in omamljanju državljanov. Ustvarjali so nadomestek javnega mnenja (Smythe 1960b, 125), zaradi izjemne moči pa so navznoter krepili ameriško ideologijo v odnosu do zunanjega sveta in obenem neposredno vplivali na zunanjo politiko lastne države.

Smythe (1963, 164–166; prim. 1960c) je v svojih govorih predstavil različne načine in mehanizme, zaradi katerih so državljani postajali zaslepljeni ujetniki toge ideologije, ki jim je spirala [*rinse*] možgane: z binarno delitvijo sveta na dobre in slabe (nas proti njim); s trditvami o mednarodni komunistični zaroti; s prepričanjem, da so krivci za ameriške težave v

²⁷⁵ Možno je, da je relativni neuspeh aktivističnih gibanj prispeval k njegovemu doslednemu zagovoru materializma v raziskovanju, čeprav v avtobiografiji izpostavlja, da so bila protirasistična gibanja za državljanske pravice bistveno uspešnejša v uresničevanju svojih zahtev (Smythe 1994, 56).

mednarodnih odnosih komunisti, brez katerih bi ves svet brez pripomb prevzel naše vrednote; s trditvami, da so edini smiseln odgovor na zunanje težave vojaške (re)akcije; s prepričanjem, da moramo zmagati, in sicer ne glede na vse – cilj opravičuje sredstva, in za obrambo svobode ter svoboščin na tujem moramo tako biti pripravljene zamrzniti svoboščine doma; z mnenji, da potrebujemo za mir vojno (vojna je mir); s stereotipiziranjem in z iskanjem grešnih kozlov, zaradi česar je sovražnik najbolj pokvarjen, krvoloč in nevaren; z informacijami in z odlomki vsebin, ki so predstavljene izven konteksta in brez pravega pomena in tako dalje. S tem, ko so se mediji ravnali po teh mehanizmih, so se po Smythu le-ti tudi vzajemno krepili. Na kratko: »zdi se, da smo zdrsnili v razmere, v katerih množični mediji deloma namerno in deloma nezavedno služijo razširjanju hladnovojne propagande,« je menil Smythe (1960c, 143). Prepričan je bil, da so mediji, s tem, ko so postali trgovci z besedami in s podobami, skoraj povsem opustili neodvisno vrednotenje svetovnih zadev in sprejeli vlogo vladnih piar služb (prav tam, 137).

Analiza vpliva medijev na javno mnenje in na potrošniške izbire je očitna skozi celotno Smythovo delo (Melody 1993, 72). Vendar v svojem poznejšem znanstvenem delu se je za razliko od političnega in aktivističnega angažmaja, opisanega zgoraj, osredotočal skoraj izključno na materialno plat reprodukcije družbenega konsenza (ki je temeljil na blagovni menjavi) in s tem celotnega kapitalističnega sistema. Čeprav je v določenih primerih šlo za zaveden in nameren ideološki vpliv s strani medijev, se je Smythu zdelo pomembno izpostaviti drugo plat, ki je bila prevečkrat spregledana. Po njegovem mnenju so posebnosti blagovne menjave, ki so ključni del *Industrije zavesti* (termin *Consciousness Industry* je praviloma pisal z velikimi začetnicami), pogosto brez neposredne namere po posredovanju vpliva reproducirale ideologijo, ki je utrjevala obstoječa družbena razmerja.²⁷⁶ Edina »ideologija«, ki so jo namerno širili, je bilo potrošništvo, torej spodbujanje želja in da naj posamezniki kupujejo določene znamke izdelkov, v kar se le da velikih količinah. Namen *Industrije zavesti* je bilo v prvi vrsti upravljanje s povpraševanjem, v ta kompleks pa je umeščena »skupina institucij, katerih neposredna skrb je načrtovanje potrošniških dobrin in storitev, njihovo pakiranje, proizvodnja občinstev, oglaševanje in marketing.« (Smythe 1981b 112)

Ideologija, propaganda in vpliv, ki jih proizvajajo Industrije zavesti, so v tem smislu predvsem nenamerne *posledice* tendenc, ki jih ustvarjajo mehanizmi in strukture na materialni ravni. S tem se je Smythe v svoji teoriji učinkovito znebil intencionalnosti, ki jo je na abstraktni ravni kompleksnih družb in medsebojno vseeno še zmeraj relativno konkurenčnih

²⁷⁶ Glej tudi poglavje 3.2.6 in uvod v poglavje 4.

kapitalov le težko koherentno teoretično utemeljiti. Akterji na trgu namreč tekmujejo drug z drugim, ne pa sodelujejo in kujejo zarote, kako naplahtati populacijo. Medijska in kulturna industrija sta namreč s tem, ko sta v dvajsetem stoletju dokončno postali del kapitalistične proizvodnje, kar je bil po Smythu proizvod monopolnega oziroma korporativnega kapitalizma, prenehali biti (neposredno in izključno) ideološka aparata, čigar primarni namen v družbi bi bil vzpostavljanje političnega vpliva prek namerne manipulacije z vsebinami. Za kapital je v kapitalistični proizvodnji vsebina drugotnega pomena, ključna je ekstrakcija presežne vrednosti in s tem čim višjih profitov, pri čemer je po Smythu (1981a) v kapitalizmu dvajsetega stoletja za to v vedno večji meri potrebno ustvarjanje povpraševanja z oglaševanjem. Industrija zavesti je tako skupaj z oglaševanjem ključni in neizogibni gradnik v uspešnem delovanju kapitalizma v njegovi korporativni stopnji.

Smythe se je zavedal temeljnih protislovij, ki so prisotne v komunikacijskih industrijah, saj so istočasno del vrhnje zgradbe (ideološki aparati), a sedaj tudi del baze (proizvodnih sil v družbi). Ob tem je izpostavljaval prav problematičnost dihotomnega razmerja med bazo in vrhnjo zgradbo, saj se je v tej (zgodovinsko dejansko obstoječi) obliki odnos končal in postal nerealen. »Dokaz njene nerealnosti je dejstvo, da so množični mediji komuniciranja, pri katerih se marksisti, kadar jih sploh opazijo, nagibajo, da bi jih uvrstili v "vrhnjo zgradbo", v resnici del "baze". [...] Vrhnja zgradba (v terminih devetnajstega stoletja) je odločilno vključena v proizvodnjo.« (Smythe 1981a, XVI, 51) S tem stališčem je Smythe kritiziral takrat vplivna tokova v kritiki politične ekonomije.

Prvič: klasični marksizem, ki se z mediji sploh ni ukvarjal in jih je jemal za bolj kot ne irelevantne dele družbe. Smythe je to doživel na primeru Harryja Magdoffa, sourednika vplivnega socialističnega mesečnika *Monthly Review*. Njega je prosil za predavanje o povezavah med komuniciranjem in marksistično teorijo, a je v njem govoril skoraj izključno o marksizmu, komuniciranja pa se ni niti dotaknil (glej Smythe 1994, 38–39). To je bil razlog, da je Smythe napisal prispevek o komuniciranju kot slepi pegi zahodnega marksizma (Smythe 1977b), knjiga *Dependency road* pa je kasneje nastala kot razširjena analitična nadgradnja tega prispevka.

Drugič: tendence v evropski kritični teoriji, ki se je v povezavi z mediji ukvarjala skoraj izključno z manipulativnimi razlagami ustvarjanja ideologije in zavesti. Medije je torej še zmeraj opredeljevala skoraj izključno kot dele vrhnje zgradbe, kar je sam Smythe (prav tam; 1981a, 24–25) opredeljeval za predznanstveno teoretizacijo. Pri tem je cilj predvsem na Enzensbergerjevo (1982, 1. pogl., 4. pogl.) pojmovanje industrije zavesti, pri kateri je prišel do zaključka, da je on v resnici idealistični liberalni individualist, ne pa marksist (glej Smythe

1977a; 1981a, 5).²⁷⁷ Podobno je menil tudi za ostale kritične teoretike, kot so Adorno, Horkheimer, Marcuse, Habermas, Althusser, Schiller in Williams, pri čemer je slednji v tistem času po njegovem prišel še najbliže resni zgodovinskomaterialistični analizi medijev (Smythe 1981a, 24–25; 1981b, 117; glej tudi poglavje 3.2.6).²⁷⁸

Sam Smythe Industrije zavesti ni analiziral v smislu namerne ideološke nadvlade in vpliva, ampak jo je zreduciral na strukturno-materialno raven, ki jo je dialektično povezal s kapitalizmom v njegovi korporativni stopnji. Mediji, in sicer kot *de facto* manipulativna orodja, so na obstoječi stopnji razvoja kapitalizma takšni zaradi sistema, katerega del so, ne pa zato, ker bi kdo hotel z njihovo pomočjo nujno ideološko manipulirati z občinstvi. Množični mediji so po Smythu (1981a, 4) dejansko postali »ključni način oblikovanja stališč, vrednot in nakupovalnega vedenja – zavesti v delovanju, povedano kratko in jedrnato. Gre za čete šoka s strani Industrije zavesti,« je bil prepričan. Povsem očitno se mu je torej zdelo, da izjemno vplivajo na vedenje ljudi. »Vendar ta vpliv v tej knjigi *ni* osrednjega pomena, čeprav njegova pomembnost ni podcenjevana,« (prav tam, avtorjev poudarek) je povzel namen svoje analize v delu *Dependency Road*, ki je bila usmerjena v preučevanje materialne ravni (iz katere je tudi izhajala). Smythe se je torej zavestno odrekel preučevanju ideologije in ideološkega vpliva medijev na družbo in ožje na občinstva, čeprav se je zavedal njihovega vpliva. Po Mansellovi (1995, 56) je Smythe poskušal prav prek analize poblagovljenja in blagovne forme presegati razdelitev med kulturnimi študijami in političnoekonomskim pristopom.²⁷⁹

Ne glede na deklarativno vlogo, ki naj bi jo v družbi imeli mediji (v kapitalistični družbi so prevladujoče kapitalistične medijske in kulturne industrije), ne gre le za institucije, ki državljanom posredujejo vsebine in informacije. Kapitalistični mediji so po eni strani sami podjetja, katerih glavni namen je čim višja profitabilnost, po drugi strani pa jih je bilo po Smythovem mnenju potrebno videti kot institucije, ki so konstitutivne za delovanje samega kapitalističnega sistema in obnavljanje akumulacijskih procesov v različnih industrijah. S prenašanjem oglaševanja prispevajo k *proizvodnji* potrošnje in potrošnikov.

²⁷⁷ Po mnenju Vrega (1992, 229) je Enzensberger – vsaj po sodbi marksističnih mislecev – na primer izvedel »radikalizacijo kritične teorije družbe«, kar je precej drugačno dožemanje Enzensbergerjeve vloge od Smythovega.

²⁷⁸ Gre za očitke, ki držijo le delno, če sploh (prim. Babe 2011), in to kljub temu da se je Smythe abstraktne zgodovinskomaterialistične analize *Industrije zavesti*, kot jo je imenoval, bržkone res lotil najbolj poglobljeno.

²⁷⁹ Mosco (2009, 78) omenja svoj intervju s Smythom, v katerem je bil le-ta presenečen nad njegovim vprašanjem o trenjih med pristopoma. Kot omenja (prav tam), je Smythe »videl politično ekonomijo in kulturološko analizo kot tesni partnerici v kritiki behaviorizma. Njegovo stališče je bilo, da je slednji domnevno omejeval raziskovanje s pozitivističnimi metodami in z empiričnim opazovanjem. Političnoekonomski in kulturološki pristop sta odpirala raziskovanje vprašanjem pomena, dialektike in kritike.« (prav tam)

Smythe je v kritičnih komunikoloških analizah naredil pomemben premik, ko je v svojem temeljnem prispevku o *slepih pegah* predpostavil, da so v resnici občinstva ključna blaga, ki jih proizvajajo medijske industrije (glej Smythe 1977b) (po njegovih besedah je šlo pri občinstvih za nenavadne institucije, tako rekoč za »statistično abstrakcijo« /Smythe 1981a, 49/). Poprej so za ključna blaga, ki jih proizvajajo mediji (in prodajajo bralcem), bile dojete medijske vsebine. Smythe je s tezo o poblagovljenju občinstev povzročil pomembni premik, saj je v kritično komunikološko raziskovanje pričel vključevati vsa podjetja, ki oglašujejo, ne le samih medijev (Meehan 1993; Mosco 2009, 12). S tem je sprožil eno obsežnejših komunikoloških razprav, t. i. *razpravo o slepih pegah [blind spot debate]*, v katero so se s prispevki že kmalu po njegovem članku vključili Murdock (1978) (Smythe /1978/ mu je odgovoril v isti številki revije), Livant (1979), Jhally (1982), s skupnim prispevkom Jhally in Livant (1986; tudi v Jhally 1987), Lebowitz (1986), Meehanova (1993) in drugi. Čeprav je bil Murdock (1978) prvi, ki se je v razpravo vključil, je bil Livant (1979) bržkone prvi, ki je zaznal revolucionarnost Smythove ugotovitve. Analiza kodov in besedil, ki je raziskovalno zmeraj pričlenjala s sporočili kot temeljem vsega ostalega, je bila po njegovem mnenju tista, ki je v komunikologiji ustvarila slepo pego (prav tam, 99).²⁸⁰

Tezo, da mediji v prvi vrsti proizvajajo in prodajajo občinstva (vsebine pa so sekundarnega pomena), za katero je Meehanova (1993) o Smythu zapisala, da je šlo za potezo genija, je v resnici že koncem devetnajstega stoletja prvi izpostavil Bücher (1893/1901, 241; glej Splichal 1981, 159; 2006, 44–45). Poudarjal je, da so z oglaševanjem časopisi v nenavadnem položaju, saj bralcem prodajajo novice, svoj krog bralcev pa nato prodajajo zasebnikom. V drugi polovici dvajsetega stoletja sta do podobne ugotovitve prišla Aufermann (1973) in De Fleur (1970, 167–169) (glej Splichal 1981, 166–169). V sistemu množičnega komuniciranja je imela pozornost občinstev za De Fleurja na primer temeljno in nezamenljivo vlogo, brez katere sistema sploh ne bi moglo biti. Občinstva so bila temeljna sestavina in predpogoj vsake medijske industrije. Njihova pozornost je bilo blago, ki ga je medij prodajal oglaševalcu.²⁸¹

²⁸⁰ Po mnenju Livanta (1979) je bila slepa pega nezgodovinsko dojetje občinstev in Murdockov odgovor je bil po njegovem mnenju najboljši dokaz, za kako spregledano vprašanje je šlo, saj ga je Murdock (1978) v svojem odgovoru v celoti spregledal. Osredotočil se je na vsa ostale vidike kritične medijske analize, le na ugotovitev o *občinstvih kot blagu* ne.

²⁸¹ De Fleur (1970, 167, 169) je ta sistemski odnos odkril in natančno opredelil s temi besedami: »Odnos med občinstvom in distributerjem se sprva zdi predvsem kot enosmerna povezava. Distributer dobavlja zabavne vsebine (in pogosto oglase), ampak občinstvo ponuja v neposrednem smislu nazaj le malo. Vseeno pa ponuja svojo pozornost. V resnici je natančna pozornost občinstva tisto, kar skuša dobiti distributer. To "blago" prodaja neposredno svojemu finančnemu podporniku ali sponzorju. [...] Znotraj samega sistema [množičnih medijev] je osrednji interni pogoj, seveda, finančne narave. [...] Da bi pridobile denar, so vse [sestavine v sistemu] konec koncev odvisne od najbolj osrednje sestavine od vseh – občinstva. Če njegova odločitev ni napravljena na načine, ki so naklonjeni ponujanju pozornosti, kupovanju, glasovanju itd., bi sistem bil izpostavljen izjemnemu pritisku in bi eventualno propadel. Skoraj vsaka dramatična sprememba v obnašanju občinstva bi povzročila najtežavnejše motnje v sistemu za katerega koli izmed medijev. [...] Bistveno pri zaustavljanju dramatičnih sprememb v obnašanju občinstva

Vendar Smythovo ugotovitev, do katere je po vsej verjetnosti prišel samostojno (prvič je tezo o poblagovljenju občinstev javno predstavil leta 1951 /glej Mosco 2009, 84; prim. Smythe 1951; poglavje 4.3.1/, torej precej pred Aufermannom in De Fleurjem), je mogoče primerno razumeti le v kontekstu širšega kapitalističnega sistema, v katerega jo je sam dialektično umeščal. Proizvodnja in prodaja občinstev po njegovem mnenju ni bila ključna le za preživetje samih *Industrij zavesti*, kot je sicer pravilno predpostavljal De Fleur. Proizvajanje občinstev je za njih zares ključnega pomena, saj so *občinstva kot blaga* pomembna v trženju potrošniških dobrin in finančni temelj množičnih medijev, podprtih z oglaševanjem (glej Smythe 1981a, 263). Vendar je šel Smythe s svojo ugotovitvijo precej dlje. Proizvodnja in prodaja občinstev je postala neizogibna za delovanje kapitalizma *kot celote* v njegovi korporativni stopnji. Šlo je za konstitutivni, morda celo ključni del sistema kot celote, ki se je lahko reproduciral le tako, da je ustvarjal primerna občinstva, znanstveno upravljal z njihovimi željami s pomočjo oglaševanja, prek tega pa je *proizvajal potrošnjo* (predvsem posredno je s tem proizvajal širšo družbeno ideologijo, ki je primerna za potrošniško družbo). Šlo je torej za eno ključnih točk, na kateri je stala ali padla reprodukcija obstoječega korporativnega kapitalističnega sistema, ki bi le stežka preživel brez aktivnega proizvodnje potrebe po potrošnji blaga med ljudmi. (prim. Williams 2005, 10. pogl.)

Smythe se je pri tem opiral na zgodovinske značilnosti množičnih medijev. Vzpostavitev in razvoj množičnih medijev v začetku dvajsetega stoletja je bila v tesni dialektični povezavi z ostalimi procesi, ki so se odvijali v družbi, najočitneje z odločnimi procesi tržne koncentracije (vzpon korporativnega kapitalizma v začetku dvajsetega stoletja), z začetki množične kapitalistične proizvodnje in znanstvenega menedžmenta (Fordizem in Taylorizem) ter posledično z vzpostavitvijo modernega oglaševanja in natančnim merjenjem medijskih občinstev.²⁸² »Resnično zaporedje je, da brez predvidenega profita ni občinstev, ni sporočil, ni medija, ni proizvodnje blaga,« je Smythe (prav tam) razlagal bistveno vlogo občinstev ne le v samih Industrijah zavesti, ampak v kapitalističnem sistemu kot celoti.

je, seveda, ponujanje takšnih primerov zabavnih vsebin, ki bodo zadovoljevale in spodbujale največje možno število članov občinstva, ki bodo izpeljali svoje vloge v skladu s potrebami sistema. Takšna vsebina bo, z drugimi besedami, ohranjala ravnotežje sistema. Iz vidika sistema je idealna vsebina tista, ki bo ujela pozornost članov občinstva, ga prepričala, da kupuje blaga, in ki bo istočasno znotraj meja moralnih norm in pričakovanih standardov okusa, zato da niso izzvani nenaklonjeni ukrepi regulatornih sestavin.«

²⁸² O teh vprašanjih glej med drugim prispevke Ewena (1976), Smytha (1981a), Mattelarta (2000, 42–43), Mosca in Kayeja (2000), Murdocka (2000, 55–56; 2014), Williamsa (2005, 10. pogl.) in Napolija (2011, 32–39). Po Smythu (1981a, 10) so se tržne raziskave, ki so preučevale občinstva, v začetku osredotočile predvsem na število ljudi na posameznih trgih. V drugi stopnji, okvirno od šestdesetih let dvajsetega stoletja naprej, pa so bile raziskovalne tehnike nato razširjene tudi na demografiko občinstev (starost, spol, raven dohodkov, rasa, izobrazba, urbano/ruralno). Če je bilo v devetnajstem stoletju oglaševanje še mogoče označiti za naivno in nedolžno, se je v drugi polovici spremenilo v manipulativno in ideološko celovito dojetje življenja, v katerem je njegovo bistvo potrošnja (Smythe v Nordenstreng 1993, 258; prim. Williams 2005, 10. pogl.).

»Množični komunikacijski mediji (predvsem televizija, radio in tisk) so bili sistemska iznajdba kapitalizma, razvita od zadnje četrtine devetnajstega stoletja naprej. Iznajdeni so bili, da bi podpirali množično trženje potrošniških dobrin in storitev, proizvedenih s strani orjaških oligopolističnih korporacij, z uporabo znanosti tako v upravljanju proizvodnje kot trženja. Njihov primarni proizvod so občinstva, ki so prodana oglaševalcem.« (Smythe 1981b, 111; prim. 1981a, XIV)

Kljub temu da je Smythova interpretacija transformacij pri vzpostavitvi množičnih medijev (namerno) zelo neposredna (odnos med potrebami kapitalizma in institucionalizacijo množičnih medijev ni bil preprosto vzročen), ni nobenega dvoma, da je zgodovinsko obstajala globoka povezanost med množično potrošnjo in vzponom sredstev množičnega komuniciranja (glej Mosco 2009, 70).²⁸³ To je po Moscovem (prav tam) mnenju obenem pomenilo, da bo »politična ekonomija komuniciranja umeščena v središče preučevanja odločilnih dogajanj v dvajsetem stoletju.«

Prav v okviru tega zares vseobsegajočega pojmovanja *Industrij zavesti* in poglobljenja občinstev je potrebno razumeti Smythovo opredelitev politične ekonomije kot pristopa, ki preučuje večplastne procese nadzora in preživetja v družbi (prav tam, 25; glej tudi poglavje 4.1.2). Izjemno širok totalizirajoč pristop, ki ga je predpostavljala Smythe (in ga uporabljal v lastni teoretizaciji *občinstev kot blaga*), je namreč podobno kot njegove preostale ugotovitve temeljil na teorijah kompleksnih sistemov in teorijah kaosa. To mu je omogočilo povsem izvirno razumevanje dialektičnih odnosov med komunikacijskimi, informacijskimi in življenjskimi sistemi (prav tam).

Iz Smythovega (1981a, 7–8) pisanja je mogoče izpeljati ugotovitev, da so pri razumevanju množičnih medijev ključni širši družbeni odnosi, ki so prispevali k rasti *Industrije zavesti* od konca devetnajstega stoletja. *Prvič*: odnos oglaševanja do novic, zabave in informacijskih sredstev v množičnih medijih. *Drugič*: odnosi teh virov in oglaševanja do potrošniških blag in storitev. *Tretjič*: odnos oglaševanja in potrošniških blag do ljudi, ki jih trošijo. *Četrtič*: učinkovito nadzorovanje človeških življenj, ki ga poskušajo izvajati (monopolne) kapitalistične korporacije prek prvih treh odnosov. Ključna je namreč predvsem njihova vzajemna povezanost.

²⁸³ Posebnost tega odnosa se odraža v načinu razvoja ključnih tehnologij medijske potrošnje v dvajsetem stoletju, radia in televizije. Kot je ugotavljal Williams (1974, 25), sta v nasprotju s predhodnimi komunikacijskimi tehnologijami ta sistema razvita za prenos in prejemanje »abstraktnih procesov«, brez predhodnega zavedanja o dejanskih vsebinah, ki bodo prenesene. Herbert Schiller (1969, 25, 94–95) je podobno kot Smythe ugotavljal, da sta bila televizija in radio (vsaj v ZDA) vse od začetka povsem odvisna od oglaševalskega denarja in s tem množičnih občinstev, ki so pritegnila njihov denar.

»Kapitalistični sistem goji iluzijo, da so trije tokovi informacij in reči neodvisni: oglaševanje kvečjemu "podpira" in "omogoča" novice, informacije in zabavo, vsi po vrsti pa so izolirani od potrošniških dobrin in storitev, ki jih kupujemo. To je daleč od resnice. Komercialni množični mediji so oglaševanje v vsej svoji celoti. Oglaševalska sporočila skrbijo za novice (da ima določen proizvod ali sponzor nekaj »novega«, kar zasluži pozornost občinstev), zabavo (številne televizijske reklame so zabavnejše kot programi, v katere so vstavljene) in informacije o cenah ter domnevnih kvalitetah oglaševanih proizvodov organizacije, ki je prevzela zakup. In tako oglaševanje kot "programska sredstva" odsevajo, mistificirajo in so bistvenega pomena za prodajo blaga ter storitev. Programska sredstva so proizvedena in distribuirana, da bi pritegnila in držala pozornost občinstev zato, da bi njeni člani lahko bili prešteti (s strani organizacije, ki izvaja meritve občinstev, ki potem potrjujejo velikost in značilnosti proizvedenih občinstev) in prodani oglaševalcem.« (Smythe 1981a, 8)

V tem odstavku je v mnogih ozirih zajeto jedro Smythove misli, ki je po eni strani izjemno široka, saj se je opiral na družbenoekonomsko totaliteto (dejansko iz nje izhaja, saj vloge in obstoja oglaševanja ni mogoče razumeti brez uvida, kako deluje in se reproducira *celotna potrošniška družba*), a se je ves čas prisiljena vračati na ozko zastavljen ekonomizem, ki ga od njega zahteva predmet preučevanja in poseben pristop k analizi.

Smythovo tezo danes sprejemajo same medijske in kulturne industrije ter afirmativna medijska ekonomika, ki se je s temi vprašanji dolgo spopadala in jih ni upela razrešiti (glej Smythe 1981b). Napoli (2003, 2) na primer izrecno omenja proizvodnjo občinstev, ki ima izjemen vpliv na delovanje medijskih industrij. Občinstva so po njegovih besedah nato prodana oglaševalcem, ki iščejo pozornost potrošnikov. Trdi celo, da so občinstva temeljni proizvod medijskih industrij, ki te industrije tudi definira (Napoli 2003, 4). V dvajsetem stoletju je z oglaševanjem, ki je postalo osrednji vir financiranja kapitalističnih medijskih in kulturnih industrij (glej poglavje 3.2.6), prišlo do popolne in dokončne instrumentalizacije medijskih občinstev v kapitalističnih medijskih ter kulturnih industrijah. Občinstva so v medijski ekonomiki in institucionalističnem pristopu k njihovi analizi (oba pristopa odslikavata predvsem dejavnost kapitalističnih industrij na tem področju /prim. Napoli 2011, 18/ ter industrijam dajeta metodološko in raziskovalno podporo /prim. poglavje 4.1.3/) merjena, kvantificirana, nadzorovana in segmentirana (glej Napoli 2003; 2011). Tržna segmentacija in segregacija občinstev poteka glede na psihološke, demografske in finančne

značilnosti odjemalcev vsebin, med drugim glede na njihove potrošniške navade, dohodke, interese, prostočasne dejavnosti, starost, spol, raso, razred, lokacijo in lokalne posebnosti, družinski status, nacionalnost in ostale mogoče identitete (glej Maxwell 2000; Gandy 2004; 2007; Meehan 2005; Biltereyst in Meers 2011 idr.). Posamezni »člani« občinstev so s temi mehanizmi ločevanja (bolj ali manj uspešno) razvrščeni v skupine in prodani, naj si kaj takšnega želijo ali ne, kapital pa poskuša na podlagi statističnih podatkov ustvariti tržno zanimive identitete.²⁸⁴

Te delitve so ustvarjene in urejene z namenom zadovoljevanja potreb kapitalističnih podjetij, predvsem oglaševalcev, ne samih občinstev. Le-ta v teh postopkih v resnici nimajo neposrednega vpliva v odločevalskem procesu medijskih in kulturnih kapitalističnih industrij. Ožji družbeni učinki in posledice same blagovne forme občinstev so proizvodnja in razdiranje članstva v skupinah (dobesedno gre za poskus razvrščanja, uvrščanja in konstrukcije identitet ter članstva v skupinah); ekonomska baza, iz katere izhajajo ti odnosi, pa posledično s seboj ne nosi le ideoloških pomenov in potrošniške ideologije, ampak prispeva k posebnemu razumevanju družbenega življenja kot celote (Livant 1979, 100). Da obstaja kapitalistični trg z občinstvi, na katerem poteka njihova menjava in prodaja, je postalo materialno dejstvo medijskih in kulturnih industrij v aktualni stopnji kapitalizma, ne glede na to, iz kakšne perspektive pristopamo k analizi občinstev in ali imamo do teh dejavnosti morda politične, normativne ali celo moralne zadržke. To dejstvo je očitno tako v afirmativnih ekonomskih pristopih k občinstvom kot v sami industriji. Za same medijske industrije je posebej nenavadno že zato, ker le-te neposredno proizvajajo eno reč (vsebine), prodajajo pa drugo, ki je proizvedena le posredno (občinstva) (glej Napoli 2003, 3).

V tem kontekstu ne bi smel biti nenavaden poudarek Maxwella (2000, 104), da je »instrumentalizacija občinstev skrita globoko v temelju osrednjega toka medijske analize občinstev – se pravi pod paradigmo potrošniške suverenosti.« Ogromno znanstvenega in

²⁸⁴ Proti politični ekonomiji in njenemu preučevanju občinstev so bile zaradi ugotovitev, da gre za blaga, ki so izmenjana na medijskih in kulturnih trgih, pogosto uperjene kritike, da gre za ekonomistični pristop, ki v svojih analizah občinstva obravnava na redukcionistični način (glej Meehan 1993, 379; prim. Caraway 2011). Občinstva naj bi namreč objektiviziral in jim s tem ne priznaval zmožnosti za subjektivni upor proti kapitalističnemu podrejanju in dominantnim diskurzom v družbi, čeprav se tem procesom občinstva v resnici redno upirajo. Ti očitki deloma držijo, vendar je to dejanje politične ekonomije komuniciranja potrebno videti v luči dejanskih materialnih procesov v družbi. S poblagovljenjem občinstev kapital namreč *zares* objektivizira posameznike, podobno, kot to *nujno* počne z delavci v proizvodnem procesu, v katerem je delavec razosebljen in zreduciran na delovno silo. Spomniti velja, da so podobni očitki leteli že proti Marxu. Kot omenja Harvey (2006, 113), so bile obtožbe, da »delavca obravnava kot "objekt", v nekem smislu pravilne.« Vendar je bila Marxova poanta prav v tem, »da sveta ne moremo razumeti skozi njegovo neposredno subjektivno izkušnjo.« (prav tam) Točno določene zahteve znanstvenega raziskovanja so torej bile prvi ključni razlog takšnega pristopa (Marx zaradi takšnih izhodišč ni predpostavljal, da se delavci tem procesom ne morejo upirati, kvečjemu je znanstvena analiza *šele omogočila* natančno razumevanje, na katerih točkah in kako bi se proletariat lahko res učinkovito uprl). Drugi ključni razlog za takšen pristop je v že omenjeni realno obstoječi tendenci kapitala, da s postopki merjenja, nadzorovanja in segmentacije občinstva spreminja v blaga in s tem *zares* objektivizira (primerjaj z ugotovitvami o poblagovljenju v poglavju 3.2). Politična ekonomija v tem smislu samo sledi procesom, ki se *dejansko odvijajo* v kapitalizmu, namen njene kritike pa je med drugim usmerjen v razlago globljih posledic teh procesov za družbo.

strokovnega znanja o občinstvih kot mogočih potrošnikih, ki v teh neenakih odnosih moči dominantnim akterjem omogoča boljše nadzorovanje občinstev in upravljanje z njimi, je namreč namenjenega učinkovitejšemu delovanju medijskih in kulturnih industrij, s tem pa posledično ohranjanju struktur, ki privilegirajo kapital in vrednotni sistem, temelječ na blagovni menjavi (prav tam, 102–105). Globlja družbena posledica tržnega raziskovanja uporabnikov medijev, ki s pomočjo nadzovanja ljudi sestavlja v kategorije občinstev in potrošnikov, je »povečevanje korporativnega nadzora nad infrastrukturo potrošnje,« je poudarjal Maxwell (2000, 107). Kot že omenjeno, se je torej nadzor s temi procesi in z mehanizmi mikronadzora razširil tudi na sfero potrošnje in reprodukcije, ki je postala ključnega pomena za uspešno delovanje kapitalizma.

4.3.4 Kritika ameriškega imperija in teorij »informatijske družbe« v praxis pristopu Herberta I. Schillerja

Herbert Irwing Schiller velja za enega najkritičnejših glasov proti kulturnemu in komunikacijskemu imperializmu v zadnjih desetletjih. Večino svojih ključnih del je objavil v istem obdobju kot Smythe, a ker je bil slednji več kot desetletje starejši od njega in je poleg tega pred njim delal v univerzitetnem okolju, mu je bil skozi šestdeseta leta dvajsetega stoletja v pomembno oporo in spodbudo pri razvoju lastnega dela (Maxwell 2003, 61). Schiller (2000, 31) je v avtobiografiji zapisal, da je Smythe »lastnoročno ustvaril študij politične ekonomije komuniciranja,« ki ga je izvajal v Illinoisu. Po njegovem odhodu v Kanado leta 1963 ga je Schiller namreč zamenjal na komunikološkem programu v Urbani in prevzel njegove pedagoške obveznosti, čeprav se sam v tem času niti še ni dojemal za komunikologa, ampak »le« za političnega ekonomista.²⁸⁵ Kljub temu je že kmalu po prihodu na fakulteto »serijo izvrstnih kritičnih strokovnih člankov zaokrožil s knjigo *Mass Communication and American Empire*, ki je začela njegovo kariero, s katero se je uveljavil med vodilnimi svetovnimi predstavniki področja,« je kasneje poudaril Smythe (1994, 50). Ta njegova ostra kritika kapitalizma in ameriškega imperialnega intervencionizma je že v začetku povzročila pritiske s strani konservativcev v Illinoisu (Mosco 2009, 85–86). Čeprav je Schiller poučeval že pred prihodom v Urbano, je na kolidžih imel toliko pedagoških obveznosti, da mu je bilo resnejše raziskovalno udejstvovanje praktično onemogočeno; svoj intelektualno-aktivistični angažma je zaradi tega tešil predvsem z radikalnim novinarstvom (H. Schiller 2000, 30–31).

²⁸⁵ Glej Smythe (1994, 50), Herbert Schiller (v Lent 1995, 139–140; 2000, 30–31).

Kljub temu da sta bila tako Smythe kot Schiller predstavnika kritične komunikologije, ki sta delovala na istem raziskovalnem področju, je med njunima avtorskima in raziskovalnima pristopoma v resnici več razlik kot podobnosti. Smythova teoretska doslednost, argumentativna zgoščenost in prehajanje med abstraktno argumentacijo ter aplikacijo na konkretne primere je popolno nasprotje Schillerjevega pristopa, v katerem je osredotočenost skoraj izključno na konkretnih družbenih procesih in splošni dostopnosti napisanega. Če Maxwell (2003, XIII) pri Schillerju upravičeno piše o *etosu radikalnega humanizma* (primerjati ga je mogoče s humanizmom radikalnega ameriškega zgodovinarja Howarda Zinna in aktivističnim angažmajem Noama Chomskega), je pri Smythovem znanstvenem raziskovanju najti strog materializem. In če je pri Smythu mogoče potegniti jasno ločnico med aktivističnim, praktično-političnim delovanjem na eni strani ter znanstvenim raziskovanjem na drugi strani, sta pri Schillerju aktivizem in raziskovanje združena v eno in neločljivo celoto.

Herbert Schiller je bil aktivist in javni intelektualci v polnem pomenu teh besed. Njegov *modus operandi* je bil praxis, ki se povsem zrcali v njegovih prispevkih, ki jih je predstavljal pred številnimi organizacijami na lokalni, nacionalni in mednarodni ravni, njegova besedila pa so bila prevedena v številne svetovne jezike. (glej Maxwell 2003; Murdock 2006b; Mosco 2009, 85–87) S prispevki je poskušal nagovarjati javnost onkraj univerzitetnih krogov, saj je »hotel, da so njegove ideje relevantne za življenja ljudi, ne le za akademsko skupnost.« (Maxwell 2003, 3) Bil je prepričan, da je to obveza intelektualcev, saj sta zanj »pisanje in učenje bili orožji v boju za javno razsvetljenje.« (Murdock 2006b, 216) A za ta svoj pristop je plačal ceno prav v akademskih krogih, saj so bile njegove metode pogosto dojete kot preveč preproste. Umanjkala naj bi jim teoretska rigoroznost in formalizirana disciplinarnost (prav tam). Ti očitki vsaj delno držijo, problematična se zdi predvsem nekonsistentnost in nekoherentnost pri uporabi pojmov in osnovnih kategorij. A Schiller se je zavestno odločil za drugačno pot, ki se je izkazala za pravilno: njegove študije so imele izjemen vpliv na razvoj kritičnih perspektiv v svetu in sledili so mu številni drugi raziskovalci, ki so nadalje izgradili področje, komunikologijo pa je med prvimi raziskovalci brezkompromisno umestil v širši političnoekonomski kontekst (prim. Mosco 2009, 86).

Skozi življenje je Schiller (v Lent 1995, 140) poudarjal, da ga pri raziskovanju in pisanju zanima predvsem stična točka, kjer se združujeta politika in ekonomija, saj se formalna ekonomija teh problemov ni nikoli dotikala. Morda bi k temu veljalo dodati, da so ga soočenja in protislovja med tema ključnima poloma družbe zanimala predvsem kot vprašanja konkretnih družbenih odnosov in ne kot dileme, ki bi nujno potrebovale globljo

teoretično diskusijo in oporo. Teorija je bila pri Schillerju zmeraj dosledno v službi uporabe na konkretnih primerih in praksi, neposredno opiranje nanjo pa je relativno redko prisotno. Kot poudarja Maxwell (2003), ki je v svoji študiji sintetiziral njegova dela in jih umestil v širši zgodovinski in družbeni kontekst, Schiller posledično »ni nikoli pretrgal z ločevanjem intelekta in politike, nikoli se ni izločil iz zgodovinskih dogodkov v širšem svetu.« (prav tam, XII–XIII) Ta unikatni aktivistični pristop, ki izhaja iz Schillerjevih praktičnih interesov, je kasneje med političnimi ekonomisti komuniciranja najočitneje nadaljeval McChesney, ki je z različnimi pobudami pomembno vplival na reformne posege v ameriške medije in v javne politike, ki uravnavajo področje medijev (glej Mosco 2009, 79).²⁸⁶

Schillerjev praxis pristop se je očitno kazal v njegovem pisanju kot v samem pristopu k raziskovanju. Maxwell (2003, 4) meni, da je pristop, vsaj kar se vplivov tiče, najlaže opisati kot radikalni eklekticizem. Za uokvirjanje lastne analize in interpretacijo raziskav je namreč Schiller jemal iz močno različnih virov in intelektualnih tokov. To je bilo značilno tudi za njegovo raziskovalno metodo, ki je ni mogoče preprosto kategorizirati, a naj bi jo bilo še najlaže opredeliti kot *interpretativno empirično metodo* (prav tam). Schiller se je v raziskovanju namreč najpogosteje opiral na razpravo političnih odločevalcev in drugih pomembnih akterjev v družbi, njihove izjave pa je nato interpretiral in holistično umestil v širši kontekst odnosov moči in tendenc, prisotnih v kapitalističnem sistemu. Schillerjev način raziskovanja je zaradi tega v mnogih pogledih blizu pristopu, ki ga je v vplivni študiji *The Power Elite* [*Elita oblasti*] ubral C. Wright Mills (1956/2000; prav tam, 5). Tudi sicer je med Schillerjevo interpretacijo političnoekonomske realnosti in Millsovo kritično obravnavo družbenih elit precej vsebinskih podobnosti. Schiller (1969) je namreč že v svoji prvi knjigi v veliki meri ohranjal perspektivo, ki jo je dobro desetletje pred njim podal Mills (1956/2000), že pred njim sta jo nakazala Sinclair, ki je vplivne družbene sloje povezoval z medijskim vplivom, in Brady (1937/1978), ki je korporativno elito povezal z vojaškim aparatom in z modernim imperializmom. Mills (1956/2000) je nadgradil Sinclairjevo in Bradyjevo pojmovanje in pokazal povezanost različnih podstat družbe, v kateri pomembni akterji tvorijo tako imenovano elito oblasti: politikov, korporacij, finančnega sektorja, vodilnih kadrov v gospodarstvu, vojaškega aparata in drugih pomembnih družbenih institucij. Med temi področji je po Millsu obstajala vzajemna odvisnost in številne povezave, njihovo ločevanje v praksi pa je postalo nemogoče, saj so odločitve v enem izmed teh (močno razširjenih in

²⁸⁶ Posebej vplivno je na primer gibanje *Free Press*, ki se bojuje za participacijo javnosti v procesih ustvarjanja komunikacijskih politik in demokratizacijo medijev, problematizira pa tudi koncentracijo in monopolizacijo na medijskem področju. McChesney je bil soustanovitelj tega gibanja, ki ima pol milijona aktivnih članov (glej McChesney 2013, 93–95).

centraliziranih) področij občutno vplivale na preostala področja (prav tam, 7–8). Po mnenju Murdocka (2006b, 211) je imel prav Sinclairjev radikalni populizem (poleg Adorna in Horkheimerja ter Williamsa), na katerega se je opiral tudi Mills, največji vpliv na Schillerja.

Ni povsem jasno, v kakšni meri je Millsov pristop dejansko vplival na Schillerja (Maxwell 2003, 5–6). Kljub Murdockovemu (2006b, 211) prepričanju, da je izhodišča za drugo Schillerjevo študijo *The Mind Managers* najti prav pri Millsu, sam namreč nikoli ni nedvoumno vzpostavil te povezave.²⁸⁷ Kljub temu da Schiller neposredno ni izhajal iz pojmovanja družbenih elit, je bil izjemno pozoren prav na koncentracijo moči, ki je lahko prevzela tako politično kot ekonomsko formo, najpogosteje pa kar obe hkrati. Sam je dajal poudarek predvsem oblastnemu nadzoru nad informacijami, komuniciranjem, znanjem in komunikacijskimi kanali, ta področja pa je tesno povezoval tako s politično kot z ekonomsko sfero. Alternative vplivnim kapitalističnim akterjem v družbi zato že od začetkov ni nujno videl v aktualni javni oziroma politični oblasti ter močnejši družbeni vlogi nacionalne države (glej H. Schiller 1969, 10. pogl.; 1989, 162–163). To ga je ločevalo od zagovornikov krepitve vloge države v odnosu do kapitala (pristop, ki vsaj delno velja za Smytha, ki je bil glede teh predpostavk mestoma zelo naiven), saj je v praksi spremljal in dokumentiral prehajanje elite iz enega področja v drugega.

Schiller je ugotavljal, da so akterji javne oblasti postali del vladajoče elite, ki zaseda osrednje položaje tako v javnem kot zasebnem sektorju, ta sektorja pa sta bila precej bolj povezana in prepredena, kot je bilo obče dojeto (H. Schiller 1969, 152). Poudarjal je celo, da bi »vladni nadzor nad medijskimi komunikacijami lahko proizvedel bolj sofisticirano znanstveno analizo nadzora nad občinstvi kot komercialni,« (prav tam, 152) kar se je na različnih področjih kasneje dejansko zgodilo (predvsem z nadzorom obveščevalnih agencij, ki postane posebej prodoren z digitalnimi tehnologijami). Kasneje je sicer poudarjal, da »nacionalna država zmeraj ostaja potencialno represivna sila, vendar sedaj zasebna neodgovorna gospodarska oblast konstituira večjo grožnjo za blagostanje posameznikov in skupnosti.« (H. Schiller 1996, 104) A to ne spreminja dejstva, da je bil ves čas močno skeptičen do državnih intervencij, kritičen do vseh oblik neenakosti, pretiranih družbenih razlik in mehanizmov podrejanja, ki so onemogočali predvsem enakovredni vpliv *tistih, ki že tako niso imeli*. Alternativno bi po njegovem zato bilo potrebno graditi od spodaj: z vključevanjem ljudi, z izgradnjo politične zavesti in politične moči, ki bo omogočila

²⁸⁷ Na eni izmed konferenc mi je profesor Murdock v pogovoru zagotovil, da o tej povezavi ni nobenega dvoma, vendar je bil Herbert Schiller (Murdock je z njim prijateljaval) relativno nedosleden v navajanju teoretskih vplivov na lastno delo.

participativne politične intervencije (glej H. Schiller 1969, 10. pogl.; 1989, 64–65; Maxwell 2003, 105).

V kontekstu različnih oblik neenakosti in potrebe po njihovi konstantni reprodukciji je pomembna predvsem Schillerjeva razširitev pojma vojaškoindustrijskega kompleksa [*the military-industrial complex*], ki bi ga v njegovem primeru lahko opredelili kar za vojaško-industrijsko-komunikacijsko-zabavni kompleks, saj je v vplivni pojem skupka medsebojno povezanih vojaških in industrijskih institucij vključil področje komuniciranja in kulture, posamezni kompleksi pa so bili v njegovi teoriji tesno povezani s posameznimi oblastnimi strukturami (glej H. Schiller 1969; Maxwell 2003, 2. pogl.; 2007).²⁸⁸ Kasneje je poudarjal, da se je tem kompleksom priključila akademska in znanstvena raziskovalna skupnost, ki sta po njegovem postajali vedno podobnejši področjem, ki so popolnoma podrejena kapitalističnemu trgu (H. Schiller 1981, 55–58, 74; 1989, 20, 86). Ključno povezavo med temi sicer ločenimi področji je Schiller videl v (poblagovljenih) informacijah, ki so postale njihov pomembni del in so jih po načelih trga pričele proizvajati znanstvene institucije. S tem so nujno služile ozko parcialnim potrebam profitabilnosti: komercialne pobude so posledično tiste, ki določajo, kakšne informacije bodo proizvedene in kaj bo na voljo, ne pa javnemu interesu, s čimer so pomembno reproducirale obstoječe neenakosti (prav tam). Pri tem je namreč pomembno, da se v primeru neobstoja za družbo pomembnih informacij morda niti ne zavedamo, katere informacije v družbi sploh manjkajo; naj je vidno ali ne, v neegalitarni družbi njihovo pomanjkanje zagotovo obstaja (H. Schiller 1996, 51).

Že v primeru nadgrajenega pojmovanja vojaškoindustrijskega kompleksa je vidna stična točka med politiko in ekonomijo, saj se v njem ti sferi pričneta spajati. Razlikovanja na konkretni ravni zato v resnici ni več mogoče vzpostaviti in ga je mogoče obravnavati le na analitični ravni. Ker se je Schiller osredotočal predvsem na konkretne primere, med njima zato ni postavljaj res stroge ločnice, kar ob očitnih prednostih prinaša s seboj številne težave (predvsem pri vprašanju intencionalnosti). Ključno je, da konkretni kompleksi, kot je na primer industrijskoelektronski ali tržnoraziskovalni, niso nastali preprosto po naključju; so namreč del političnoekonomskega *sistema*, v katerega so integrirane univerzitetne, vladne in korporativne birokracije; ti kompleksi so posledično njegov nujen del, z njim pa so tudi pogojeni (Maxwell 2007). Njihova odprava je posledično lahko odvisna le od spremembe širšega sistema, čigar del so.

²⁸⁸ Kot je Schiller (1973, 145) zapisal v svoji naslednji študiji: »Gospodarska proizvodnja, tehnološka premoč in vojaška moč so bile tradicionalne sile ameriške korporativne ekonomije. Sedaj se za oporo vedno bolj zanaša na nadzor komunikacij. Obilni informacijski pretok, ki ga v tujini proizvajajo in podpirajo ameriška podjetja, ustvarja pomembni prispevek k domačemu ohranjanju in h globalni širitvi poslovnega sistema ter njegovih vrednot.«

Med Schillerjem in Smythom je poleg razlik v raziskovalnem pristopu in metodoloških neskladij prihajalo tudi do vsebinskih razlik. Smythe se je osredotočal predvsem na vprašanja poblagovljenja in ustvarjanja vrednosti v kapitalizmu, ob čemer ga je zanimalo, kako omenjeni odnosi vplivajo na različne ekonomske teorije, kako množični mediji vplivajo na ustvarjanje potrošniških preferenc in kakšne spremembe bi bilo potrebno vpeljati prek posameznih javnih politik, da bi moč v družbi bila razdeljena pravičneje (Melody 1993, 72–73; Maxwell 2003, 2). Schillerjevo preučevanje konkretnih sprememb v družbi je bilo po drugi strani usmerjeno predvsem v širše mednarodno okolje in neenakosti v njem, čeprav so ga vprašanja razrednih struktur zanimala tudi v lokalnem in nacionalnem kontekstu. Ključnega pomena se mu je zdel vpliv stratifikacije pri proizvodnji, distribuciji, potrošnji in nadzoru nad medijskimi sporočili ter komunikacijskimi tehnologijami, saj je bil dostop nad njimi v kapitalističnih družbah globoko neenak. To je vključevalo raziskovanje eksploativnih mehanizmov posameznih tehnologij in tehnoloških izboljšav, ki so se skozi tehnološkodeterministični diskurz sicer najpogosteje prikazovale kot univerzalno koristne za vse ljudi. Schillerju je bilo jasno, da nove tehnološke iznajdbe niti približno niso bile nevtralne za družbo, saj je bil namen njihovega razvoja predvsem reprodukcija obstoječih razmerij (prav tam; prim. H. Schiller 1976, 3. pogl.; 1984, 92; 1996, 71–72 idr.; Murdock 2006b, 223–224), kar je bilo jasno razvidno z analizo investicij v raziskave in razvoj.

V kontekstu teh raznolikih tematik je Schiller najpogosteje pisal predvsem o *tistih, ki imajo*, in *tistih, ki nimajo* [*haves and have-nots*]. Gre za temeljno antagonistično delitev, ki izhaja iz materialne ravni, proti njej pa je Schiller usmerjal svoje praktične politične napore (posebej, ko je pisal in pozival k politikam, ki ne bi temeljile na gospostvu). To delitev je zmeraj povezoval z neenakostmi, ki so se vzpostavile v mednarodnem okolju in so jih ameriški posegi (pogosto namerno) reproducirali. V primeru velikega dela Schillerjevih analiz je zato potrebno govoriti o *mednarodni* politični ekonomiji komuniciranja (glej Maxwell 2003), saj je bil njegov pogled usmerjen onkraj nacionalnih meja, njegova značilnost pa je bil boj proti vsem oblikam imperialnih in drugih izkoriščevalskih praks (prim. Murdock 2006b).²⁸⁹ Povsem jasno politično samoopredelitev je pravzaprav najti že v podnaslovu njegove zadnje knjige, *Refleksije kritika ameriškega imperija* (H. Schiller 2000), ki je deloma avtobiografski očrt vplivov na njegova stališča in mišljenje.

²⁸⁹ Schiller (v Lent 1995, 140–141) je med razlogi za mednarodni vidik v svojem raziskovanju izpostavljajl dejstvo, da ga je že od raziskovalnih začetkov zanimala ekonomska geografija (vključno z vprašanji, kje bi lahko bile fizične lokacije posameznih industrij in surovih materialov, kako in s kakšnimi nameni se jih gospodarsko uporablja itd.), ki je povezana z razvojnimi vprašanji.

Schiller je kritična stališča glede mednarodnih neenakosti in izkoriščanja začrtal že v svojem prvem knjižnem delu (glej H. Schiller 1969) in jih ni opustil do konca svojega življenja. Tudi v devetdesetih letih dvajsetega stoletja, ko se je zdela zmaga kapitalizma popolna, številni avtorji pa so vsaj začasno odstopili od odločnejših kritik globalnega kapitalističnega sistema, ni nikoli odstopal od ostre kritike mednarodnih razmerij moči, novih oblik imperializma in razkrivanja poglobljajočih se družbenih neenakosti, ki je nujno predpostavljala kritiko globalne političnoekonomske ureditve (glej H. Schiller 1991/2006; 1996; 1998; 2000). Prepričan je bil, da gospostvo v obliki kulturnega imperializma ostaja še kako prisotno, zaradi česar nikakor ni mogoče govoriti o postimperialistični dobi (glej H. Schiller 1991/2006). Globalne neenakosti so se po njegovem mnenju v resnici kvečjemu povečale, nadaljeval pa se je eksploativni nadzor nad ljudmi. Njegove kritike se v tem pogledu v samih temeljih niso bistveno spremenile od prvih opažanj, ki jih je podal na to temo. Konec šestdesetih let dvajsetega stoletja je na primer zapisal:

»Ameriška moč, izražena industrijsko, vojaško in kulturno, je postala najpotentnejša sila na planetu. Njen vpliv presega vse nacionalne meje. Neposredno z gospodarskim nadzorom, posredno z menjavo in z oponašanjem tujine, ki je menjavi sledilo, so komunikacije postale odločilni element v širjenju svetovne moči Združenih držav.« (H. Schiller 1969, 162–163)

Ključna razlika, do katere je po Schillerjevem prišlo v treh desetletjih od tega zapisa, je bil premik od *ameriške nacionalne kulturne prevlade*, ki je močno prisotna v navedku, do očitno *transnacionalnega korporativnega kulturnega gospostva*. Le-ta je s seboj še naprej nosil izrazit ameriški pečat (mehanizmi in metode delovanja transnacionalnih korporacij so nenazadnje izvirale tam) in temeljil na ustvarjanju ogromnih razlik. Vendar so ga izvajati pričeli obsežni multinacionalni konglomerati, ki so uspešno prečkali državne meje in s tem močno spodjedli nacionalno suverenost in zmožnost držav, da bi samostojno zamejile njihovo moč (glej tudi poglavje 3.5). Za Schillerja ni bilo nobenega dvoma, da bo *informacijska avtocesta* le še pospešila zmožnost korporacij, da se bodo izognile političnim pristojnostim nacionalnih držav in spodkopale možnosti lokalnega odločanja (glej H. Schiller 1991/2006; 1996, 6. pogl.).

Če je bila prva Schillerjeva knjiga, ki je bila izdana leta 1969, namenjena predvsem prikazu, kako so bili množični mediji in informacijskokomunikacijska infrastruktura namenjeni ustvarjanju profita za interese ekonomske oligarhije, ne pa morebitnemu javnemu interesu in človeški emancipaciji, izpostavljena pa je bila tudi naraščajoča vloga medijev in

informacij pri širitvi ameriškega globalnega imperija, je v kasnejših analizah vztrajno širil doseg svoje kritike. V drugi knjigi, naslovljeni *Upravljalci z zavestjo* [*The Mind Managers*], ki je izšla leta 1973, se je na primer podrobneje osredotočil na ideološke mehanizme množičnih medijev. To je vključevalo dilemo, kako upravljavci z zavestjo in z vsebinami ustvarjajo ter reproducirajo interesom obstoječega sistema »primerno« javno zavest populacije (H. Schiller 1973). Kot je omenjal Lent (1995, 9), je Schiller v svoji kritiki korporativnega prevzema vseh kulturnih oblik poskušal na različne načine pokazati, »da je plan medijev sebično promoviranje kapitalizma,« ta težnja pa se posebej očitno kaže prav v njegovi drugi študiji. V njej je med drugim analiziral, kako se poskuša ohranjati širši nadzor v družbi in s tem ohranja obstoječi red. Poudarjal je, da raznoliki mehanizmi manipulacije delujejo kot sistemi nadzora, ki jih vodijo politični tehnokrati in predvsem največje korporacije, ki so v vedno večji meri pričele obvladovati mednarodne komunikacijske tokove v globalni ekonomiji (H. Schiller 1973, 6. pogl.).²⁹⁰

Po Schillerjevem mnenju obstajajo različne metode manipulacije in oblikovanja zavesti, ki skupaj utrjujejo obstoječi red. Na eni strani je med njihovimi predpogoji izpostavljajl vzajemno povezane mite (H. Schiller 1973, 8–24; prim. Maxwell 2003, 52–53):

- *mit individualizma*, ki svobodo predstavlja kot osebno in ne kolektivno vprašanje, odločilno pa naj bi se lahko izražala le v zasebnem lastništvu;
- *mit nevtralnosti*, namen katerega je dojemanje delovanja oblasti in razmerij moči kot transparentnih odnosov, ki so obenem ideološko nevtralni;
- *mit nespremenljive človeške narave*, po katerem družbena ureditev ni rezultat človeških posegov, ampak stvar narave, zaradi česar je posledično nespremenljiva;
- *mit človeškega napredka*, ki se odvija brez družbenih konfliktov in zavrača zgodovinske politične in razredne boje, ki jih predstavlja kot težave med posamezniki; to zagotavlja *status quo* in briše se kakršne koli sledi strukturnih neenakosti ali zahtev po pravicah;
- *mit medijskega pluralizma*.

Pri slednjem je danes še kako aktualna Schillerjeva (1973, 185, 19) ugotovitev, da v družbi že prihaja do informacijskih preobremenitev, ampak tega preobilja ne smemo zamenjati za raznolikost vsebin, saj ne prihaja do presežka pomembnih informacij, ampak kvečjemu do »oceana irelevantnih vsebin«. To peterico mitov ob tem ohranjajo posebne oblike prenosa vsebin s strani medijskih in kulturnih industrij. Med njimi so: izločanje

²⁹⁰ Herbert Schiller v tej analizi ni niti prvič niti zadnjič v svojem raziskovanju poskušal razložiti, kako se reproducira obstoječi red in družbena hegemonija, čeprav jo je tako imenoval le redko (glej H. Schiller 1989, 54), ki je bila prav konec šestdesetih in v začetku sedemdesetih let dvajsetega stoletja resno načeta.

mogočih kontroverznih vsebin, ki bi lahko nasprotovale komercialnim imperativom, drobljenje in dekontekstualizacija tematik, ki onemogoča holistično obravnavo tematik v družbeni totalnosti, in imperativ takojšnjosti sporočanja in osredotočenost na trenutnost, ki preprečuje povezavo s preteklostjo (nezgodovinskost). Te oblike prenosa skupaj prispevajo k pasivizaciji občinstev in k ohranjanju družbenega *statusa quo*, omenjene mite pa zato konstituirajo kot nujno sestavino obstoječe družbe (H. Schiller 1973, 1. pogl.).

Ugotovitve prvih dveh obsežnejših knjižnih študij je Schiller (1976) sintetiziral v svoji morda najvplivnejši knjigi, naslovljeni *Komuniciranje in kulturna odvisnost* [*Communication and Cultural Dependency*]. V njej je dokončno razvil lastno teorijo in kritiko kulturnega imperializma, ki je odigrala pomembno vlogo v takrat aktualnih mednarodnih razpravah, ki so se širile onkraj akademske sfere (pobuda NWICO). S tem je na mednarodno raven konsistentno prenesel ugotovitve, ki jih je v mnogih pogledih razčlenil že v prejšnji študiji:

»Le kulturno-informacijska sfera je v ocenjevanju ameriškega globalnega vpliva šla mimo skorajda neopaženo. Kljub temu pa danes nadzor nad ljudmi in družbami v prvi vrsti potrebuje manipulacijo z besedami in s slikami. Ne glede na stopnjo surove moči, ki se jo usmeri na ljudi, je le-ta na dolgi rok (ki ni nujno tako zelo dolg) jalova, če gospodovalna družba svojih ciljev dozdevno ne naredi vsaj benignih, če že ne privlačnih za tiste, ki jih hoče nadzorovati. Komunikacijske metode in sporočila so torej najpomembnejša in neizogibna orodja modernih izvajalcev oblasti.« (H. Schiller 1973, 143)

V Schillerjevih študijah je stalnica izpostavljanje izjemnega pomena različnih oblik nadzora nad komunikacijami in informacijami. V sredini devetdesetih let prejšnjega stoletja je tako opozoril, da so vodstvene strukture v ZDA že pred pol stoletja prepoznale izjemni pomen obvladovanja informacij, če hočejo narekovati smer globalne ekonomije in imeti med državami, ki so del svetovne ekonomije, od kapitalistične ureditve največ koristi (glej H. Schiller 1996, 92). Po mnenju Murdocka (2006b, 210) je prav Schiller med prvimi doumel, da se je »središče globalne oblasti v povojni dobi premikalo od prilastitve ozemelj do zasedbe imaginacije.«

Vendar Schiller svojih kritik ni usmerjal izključno proti mednarodnim neenakostim, ampak je pomembno vlogo namenil odnosom znotraj ZDA, ki so se mu zdeli temeljni predpogoj za širjenje kapitalističnih trgov in ideologije izven meja države (obenem je tudi pri internih neenakostih šlo za neizogibno posledico same systemske ureditve). V osemdesetih letih prejšnjega stoletja je prav na primeru Amerike ob obratu v neoliberalizmu že kmalu

prišel ugotavljati, da z obsežnimi privatizacijami prihaja do izjemnega povečevanja in širitve vloge, ki jo imajo v vsakdanjih življenjih ljudi korporacije (H. Schiller 1989). Le-te so si po njegovem mnenju v ameriški javni sferi izborile najvplivnejši glas. Z invazivnim korporativnim prevzemanjem javnih institucij in prostorov (skupnih prostorov kulture in kulturnih institucij, informacij, poprej javno dostopnega znanja ter zunanjih in notranjih fizičnih prostorov) so tržni kriteriji prešli na področja, ki so ključnega pomena za demokracijo. Po njegovem mnenju je izjemna koncentracija kulturne moči v zasebnih rokah neposredno vplivala na pešanje demokracije, saj kulturne industrije proizvajajo blaga, ki so istočasno ideološki proizvodi, praviloma pa vsebujejo in prenašajo vrednote trga (H. Schiller 1989, 33, 76). Prevladujoča vloga zasebnih korporativnih interesov je pomenila, da bo javno dobro le težko v ospredju. Korporativni sektor je z ograditvijo nekdanj skupnih prostorov javnega izražanja in ustvarjalnosti tako postal ključen pri postavljanju meja javnemu izražanju (prim. Murdock 2006b, 219–220). Neenakosti v dostopu so se s tem povečevale, možnosti za participativno demokracijo pa dodatno zmanjšale. (H. Schiller 1989)

Poblagovljenje informacij, vključno z njihovim prepredenjem celotne družbe, saj so informacije bistveno spremenile delovanje ekonomije in postale del vsake korporacije in podjetja, je Schiller (prav tam, 82) konec osemdesetih let dvajsetega stoletja opredelil kot prevladujočo značilnost ameriškega in vse bolj mednarodnega kapitalizma. Na poblagovljenje informacij in informacijskih sistemov se je osredotočil že v prvi polovici osemdesetih let prejšnja stoletja, ko je analiziral ideje o vzponu informacijske družbe, ki so napovedovale preseganje kapitalizma in razrednih konfliktov (glej H. Schiller 1981; 1984). Ne glede na nekatere napovedi je kapitalizem ostajal čvrsto utrjeni sistem, je takrat poudarjal Schiller (prav tam), s čimer je zavračal teze o revolucionarnih družbenih premikih. Poleg tega so po njegovem mnenju tehnološke in širše družbene spremembe ves čas spremljali procesi, ki so temeljna razmerja moči v družbi najpogosteje ohranjali nedotaknjena. Kljub naraščajočemu pomenu informacij in novih elektronskih komunikacijskih sistemov, katerih vzpon se je poskušalo opravičevati s trditvami, da bodo zmanjšali neenakosti in razširili izobraževalne, kulturne in človeške potencialne v družbi, je stanje v mednarodnem političnoekonomskem sistemu nakazovalo kvečjemu naraščanje razlik (H. Schiller 1981). Procesu ograjevanja informacij so obenem omejevali dostop in spreminjali pogoje ustvarjanja, zaradi česar je obstajala možnost temeljnejšega restrukturiranja ne le ameriške, ampak tudi mednarodne ekonomije (prav tam; Maxwell 2003, 5. pogl.).

Kljub temu da je bil Schiller izjemno kritičen do teorij o informacijski družbi in ga je mogoče opredeliti za ključnega predstavnika kritične komunikologije v razpravah o vzponu

dobe informacij, je zelo pozorno obravnaval premike, zaradi katerih so informacije zares postajale temeljna blaga na kapitalističnem trgu. Te transformacije so posredno vplivale na privatizacijo preostalih delov ekonomije, nekateri Schillerjevi (1984, 4. pogl.; prim. 1996, 62) bistveni poudarki iz sredine osemdesetih let dvajsetega stoletja pa se zdijo še kako relevantni danes, saj je natančno opredelil takrat aktualne tendence. *Prvič*: informacijski tokovi služijo predvsem transnacionalnim korporacijam, v tem sistemu pa je ključnega pomena predvsem vzpon novih tehnologij, ki jih je sam Schiller natančneje obravnaval že v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja, med njimi je bila izjemnega pomena tudi satelitska tehnologija. *Drugič*: informacijski in komunikacijski tokovi postajajo osrednja točka nadzora v nacionalnih in mednarodnih razmerjih moči. *Tretjič*: informacijski sektor so odločevalci pričeli dojemati kot mogočo odskočno desko, ki bi v času krize lahko oživil ameriški kapitalizem. *Četrtrič*: podatkovni tokovi, ki tečejo prek vseh meja, so ključni za svetovni kapitalistični sistem, pri čemer povzročajo globoke družbene spremembe, predvsem koncentracijo in transnacionalizacijo kapitala, ki je s hitrim, z varnim in z obsežnim prenosom podatkov pod vodstvom vplivnih zasebnih korporacij in konglomeratov sedaj sposoben organizirati proizvodnjo na globalni ravni. *Petič*: vse te spremembe, posebej naraščajoči vpliv transnacionalnih korporacij, sprožajo reorganizacijo globalne delitve dela.

Po mnenju Schillerja (1989, 69–76) je bilo mogoče prepoznati več pomembnih razlogov za povečanje vloge informacij v ekonomiji in njihove naraščajoče vrednosti za kapital. Ključnega pomena je bilo dejstvo, da se je ustvarjanje, prenašanje in uporaba informacij razširilo onkraj znanstvenih in tehničnih podatkov, saj je pričelo vključevati informacije o *celotnem družbenem organizmu* (prim. H. Schiller in A. Schiller 1988, 148). S primernimi načini obdelovanja, organizacije, dostopnosti in manipulacije so informacije ob tem pričele prispevati k profitabilnosti v industrijski proizvodnji in v storitvah. Vzporedno s tem je prišlo do izjemnega razvoja računalnikov in informacijske industrije, torej tehničnih kapacitet, ki so bodisi omogočile bodisi le olajšale shranjevanje in obdelovanje podatkov. Ti vzajemno povezani procesi so se v veliki meri odvili zaradi naraščajoče odvisnosti največjih korporacij od informacij, računalnikov in telekomunikacij v njihovem vsakodnevnem (globalnem) delovanju. Brez dvoma je pomembno, da med ključnimi temami Schillerjeve (1989) knjige *Culture Inc.*, v kateri razkriva te procese, ni le analiza vseobsežne privatizacije kulture in informacij, ampak dejstvo, da so se poblagovljenje informacije in kultura ob tem pričele prepredati in pretakati skozi vso družbo. Te tendence so posledično prispevale k razpadanju meja med nekdanj ločenimi področji, ki sem jih sam poskušal razložiti s pomočjo pojma *pronicaajočega poblagovljenja* (poglavje 3.4.4).

Nove informacijske tehnologije so, tako je menil Herbert Schiller (1984, 58–59), pričele korporacijam omogočati izjemno fleksibilnost in nadzor v svetovnem poslovnem sistemu. Zaradi tega je potreben prosti in neomejeni prenos obsežne količine sporočil in informacij, ki se morajo, kar se le da nemoteno, pretakati skozi komunikacijska omrežja in družbo. V tej perspektivi je precej lažje razumeti potrebo po mednarodnem utrjevanju doktrine o prostem pretoku informacij, ameriško vztrajanje pri mednarodni implementaciji zakonodaje, ki je utrjevala intelektualno lastnino, in nenazadnje hiter razvoj interneta, ki se ga je v devetdesetih letih dvajsetega stoletja poskušalo utemeljiti s krilatico *vzpona informacijske avtoceste* (glej tudi poglavje 3.4.2). Schiller (1996, 87) je že relativno hitro prepoznal, da gre za le še eno izmed (zgodovinsko gledano dolge vrste) novih komunikacijskih tehnologij, ki se jih v javnosti promovira povsem nekritično, čeprav se jih sočasno predaja pod nadzor kapitalu.

»Kljub izjemnim zmožnostim novih informacijskih tehnologij in izjemni širitvi elektronskih informacijskih omrežij je le malo verjetno, da bo podatkovni primanjkljaj kmalu izginil. Nova informacijska omrežja bodo verjetneje absorbirana v komercialni kokon, ki je zaobjel večino družbenih dejavnosti. Sam internet ni izvzet iz vplivnih procesov komercializacije in profitabilnosti, ki se pretakajo na nacionalni in mednarodni ravni. Plani za komercializacijo interneta že obstajajo in lahko se pričakuje, da bodo implementirani v prihodnosti.« (H. Schiller 1996, 55–56)

Komercialni interesi zasebnih korporacij, ki so informacije dojemali in prodajali kot blaga, so bili v ofenzivi že skozi sedemdeseta, a okrepili so se posebej v osemdesetih letih dvajsetega stoletja. V mnogih primerih so bile privatizirane preprosto informacije, ki so bile nekdanj del skupnega, ki so bile družbeno ustvarjene ali pa so jih ohranjale in diseminirale javne institucije. Herbert Schiller se je teh tendenc pričel zavedati s pomočjo žene Anite Schiller, ki se je raziskovalno ukvarjala s področjem bibliotekarstva (glej Maxwell 2003, 89; H. Schiller 1981; 1996, 37; H. Schiller in A. Schiller 1988; Murdock 2006b, 217). Javne knjižnice so se v ZDA namreč med prvimi soočile s poskusi ograjevanja javnih informacij in s privatizacijo poprej javno dostopnih raziskav in podatkovnih arhivov, pojavljati pa so se pričele zahteve po tesnejšem sodelovanju z zasebnim sektorjem, posebej s komercialnimi distributerji informacij (prav tam). Zaradi svoje zavezanosti služenju skupnemu dobremu so se knjižnice tem procesom ostro upirale, a bile pri tem relativno neuspešne. »Kar se torej dogaja na področju informacij, je prizadevanje proti javni obveščeni,« je premeščanje informacij na trg takrat razlagal Schiller (1981, 74).

Skozi osemdeseta leta dvajsetega stoletja so se ti procesi zaradi vzpona neoliberalne političnoekonomske doktrine skoraj v celoti konsolidirali; obravnava informacij kot posebne oblike blaga je postala do konca desetletja skorajda samoumevna. Če je v začetku osemdesetih let Schiller (1981, 74) še pisal, da univerze resno razmišljajo o komercializaciji svojih ugotovitev, raziskovanja in znanstvenih laboratorijev, je vključevanje tega področja v kapitalistični trg do konca osemdesetih let dvajsetega stoletja bilo že očitno prisotno (H. Schiller 1989, 86–88), do sredine devetdesetih let dvajsetega stoletja pa v ZDA že skorajda povsem samoumevno, kot je postala samoumevna povezanost korporacij z univerzami in inštituti (H. Schiller 1996, 47–49). Privatizacija je pričela zaobjemati celotno javno šolstvo in ga uničevati, šolstvo se je postopno spreminjalo v prostore tržnih pobud in ekstrakcije čim višjih profitov (prav tam, 29–34).

Temeljne strukturne spremembe, ki so širile poblagovljenje v vse pore družbe, so po Schillerju močno spremenile družbeno in ekonomsko krajino. Skoraj vse aktivnosti v družbi so postopno postale vrednotene in se pričele opravljati glede na komercialne kriterije ter njihovo (mogočo) uspešnost na kapitalističnem trgu (prav tam, 55). Korporacije so v primerjavi z javnimi institucijami zaradi »deregulacije«¹ gospodarskih dejavnosti ob tem še dodatno pridobile na moči, poleg tega pa je prišlo do privatizacije nekdanjih javnih služb, uradov in opravil, privatizirane so bile številne poprej skupne družbene dejavnosti (prav tam). Privatizacije so nujno povečevale neenakosti, kar je resno načelo možnosti javnega izražanja in prispevalo k novim oblikam cenzure. Le-te so sedaj izhajale iz strukturnih tendenc, ki so sledile korporativnemu prevzemu javnega diskurza: iz koncentracije nadzora nad mediji in komunikacijami, ki so jih obvladovale največje korporacije. Njihova prodorna vloga v prevzemu javnega izražanja je delovala prikrito in je ni bilo mogoče prepoznati neposredno in na preprost način (prav tam, 44–45).

Vse te delitve, zaradi katerih so nekateri uspevali, vedno več ljudi pa je živelo skoraj na robu preživetja, so neposredno vplivale tako na informacijske pogoje kot na demokratičnost ameriške družbe. Strmo so namreč pričele naraščati neenakosti v ustvarjanju in dostopu do širokega spektra različnih informacij, ki so ključne za delujočo demokracijo (glej H. Schiller 1996). *Informacijska avtocesta* zato ni prispevala k tako opevani družbeni emancipaciji in k povečevanju možnosti za participacijo državljanov, ampak je po Schillerju predvsem odražala globoke strukturne neenakosti v obstoječem svetu, ki so bile v kasneje zastavljenih teorijah digitalnega razkoraka največkrat ignorirane zaradi osredotočenosti na osamljeni problem (ne)dostopa in (ne)uporabe tehnologij. Te neenakosti so se znova prenašale v mednarodno okolje. Kajti: če so ZDA drugim državam podobe komunikacijskih

poti navzven še predstavljale, kot da bodo koristile vsemu svetu, so politični predstavniki na domačem parketu v javnih nastopih poudarjali, da bodo tehnologije služile predvsem ohranjanju in krepitvi položaja ter primerjalnih prednosti Amerike in ameriških korporacij pred ostalimi državami ter akterji v globalnem kapitalizmu (glej H. Schiller 1996, 5. in 6. pogl.).

Schillerju se je ob tem zdelo ključnega pomena to, da se zasebno vzpostavljeni elektronski informacijski sistemi in privatizacija komunikacijskih sfer zaradi sistemskih tendenc nujno nagibajo k ohranjanju interesov in potreb *tistih, ki imajo*. Četudi bi hotele, korporacije namreč ne morejo imeti na skrbi odpravljanja naraščajočih družbenih neenakosti, saj jih povsem strukturno mora zanimati višanje profitabilnosti, ne pa simpatiziranje z marginalnimi družbenimi sloji (prav tam, 96–97). Privatizacija informacij je zato v resnici določala, kdo bo užival prednosti informacijske družbe, kdo pa bo od teh koristi strukturno izločen. Ker je tehnološki razvoj nujno povezan s širšim družbenim kontekstom, je sam po sebi le težko mehanizem, ki bi lahko v obstoječe odnose neenakosti vnašal radikalne spremembe:

»Neenakost v kapitalistični ekonomiji ni manj pomembna deformacija, ki jo lahko odstrani naključni plemeniti voditelj ali odkritje neke nove čudežne tehnologije, ampak je neločljiva in temeljna značilnost družbenega reda. Lahko je zmanjšana, a le do določene točke. Samo radikalna transformacija družbe lahko prične odpravljati neenakosti.« (H. Schiller 2000, 132; prim. H. Schiller 1969, 150; 1976, 50–55)

Prevladujoča vloga ZDA v informacijskih in komunikacijskih tehnologijah ter na področju informacij je bila tema, ki je Schillerja zaposlovala skozi skorajda celotno raziskovalno kariero. Že v osemdesetih letih dvajsetega stoletja so se mu s kritičnimi analizami informacij in teorij informacijske družbe pridružili številni drugi avtorji, ki so pomembno prispevali k izgradnji področja politične ekonomije komuniciranja. Izpostaviti velja predvsem Mosca, ki je na to temo prispeval poglobljeni študiji (glej Mosco 1982; 1989), z Waskovo pa je konec osemdesetih let prejšnjega stoletja uredil zbornik, naslovljen *Politična ekonomija informacij* (glej Mosco in Wasko 1988), v katerem so sodelovali nekateri ključni avtorji, ki so se ukvarjali s tem področjem (med drugim Gandy mlajši, Meehan, Becker, Sussman, Robins in Webster). V zbornik je enega svojih prvih besedil prispeval Dan Schiller (1988), sin Herberta Schillerja, ki je očeta kasneje nasledil na komunikološkem programu Univerze v Urbani.

Za Schillerja je pomembnost zlivanja in prepredanja politike in ekonomije izhajala iz dejstva, da sta ti sferi postajali vzajemno povezani v konkretnih vsakodnevnih pojavih. Podobno kot Smythe je na primer izpostavljajal, da je institucionalna politika (vključno z volitvami) povezana predvsem s finančnimi vplivi, ki izjemno izkrivljajo volilni proces in demokracijo (H. Schiller 1996, 39–40). Omenjenemu dvojcu je Schiller že v osemdesetih letih dvajsetega stoletja dodal tudi kulturo, ko je zapisal, da je postalo »ločevanje kulture, politike in ekonomije sedaj absurdno.« (H. Schiller 1984, 81; prim. 2000, 62) Teh področij po njegovem ni bilo več mogoče misliti ločeno, saj so postala povsem podrejena kapitalu. »Kultura je ekonomija«, je poudarjal (H. Schiller 1984, 5. pogl.) in dodajal, da je posledično vsa komunikacijska področja nujno potrebno analizirati v perspektivi politične ekonomije kulture, informacij in komuniciranja, saj so v obliki industrij postala odločilni del kapitalizma. V raziskovanje te totalitete je potrebno umestiti tehnologijo, »ki nikoli ni bila avtonomna od kulture, v kateri se je razvila,« danes pa »konstituira njen neločljivi del.« (prav tam, 79)

V svojih analizah se je Schiller vsaj posredno, če ne neposredno, dotaknil skorajda vseh problemov, ki so postali relevantni znotraj politične ekonomije komuniciranja in kritične komunikologije v drugi polovici dvajsetega stoletja. Ta izjemno vseobsegajoči pristop, v katerem se je dotikal številnih tematik, pogosto številnih istočasno, je Schillerjeva največja prednost, ampak zaradi generalizacij mestoma tudi slabost. Nekatere teme so tako samo nakazane, a nikoli razvite do konca ali analizirane zares podrobno. A obsežni diapazon vprašanj, ki jih je načel Schiller, je istočasno ponudil več kot dovolj izhodišč za druge raziskovalce, ki so od sedemdesetih let prejšnjega stoletja naprej pričeli z izgrajevanjem področja. Sam je ob tem pomembno posegel v skoraj vsako izmed razprav, ki so se pojavile s spreminjanjem družbenih okoliščin in periodičnimi konflikti. Nobenega dvoma zato ni, da je prav odprtost in širina pristopa v največji meri prispevala k temu, da se Herberta Schillerja danes dojema kot avtorja, ki ga v obravnavi kritične komunikologije ni mogoče spregledati.

Za konec velja izpostaviti še dilemi, ki sta spremljali Schillerjevo raziskovanje vse od začetkov. Nikoli ju namreč ni koherentno pojasnil in razrešil, čeprav je očitno, da se je zavedal njunega pomena, saj sta se v njegovem pisanju pojavili na številnih mestih. Gre za dilemi (ne)intencionalnosti na eni strani in normativnih predpostavk na drugi. Slednja je tudi posebej ključna, čeprav je le implicitni del Schillerjevega praxisa, torej boja za konkretne politične spremembe v družbi. Normativnih izhodišč, ki bi morale biti politično vodilo, se je Schiller prvič dotaknil že v svoji prvi študiji (glej H. Schiller 1969, 10. pogl.). Takrat je zapisal:

»Dobra obvešččenost je v demokraciji ključnega pomena za državljana. Domnevati je mogoče, da bodo informirani ljudje pozorni na vsakršne mogoče grožnje njihovim svoboščinam. Nesplošni dostop do informacij je bil upravičeno prepoznan kot pot do oblasti. Nadzor komunikacij je na splošno primarni korak pri pridobivanju politične avtoritete.« (H. Schiller 1969, 32)

Iz teh predpostavk je izhajalo Schillerjevo (1969, 152) politično prepričanje, da je potrebno moderne komunikacije priboriti nazaj od tistih, ki zanje sedaj skrbijo. Razlastiti jih je potrebno od družbenih elit in kapitala, ki je prisiljen meriti učinkovitost delovanja medijev (in svojega delovanja) izključno glede na profitabilnost, le-ta pa je odvisna predvsem od velikosti občinstev.

Razlogi za politični boj so se Schillerju zdeli na dlani: logika podjetij pri izmenjavi kulturnih in komunikacijskih dobrin se ne prekriva z družbenimi potrebami in s tem, kar je najboljše za ljudi in angažiranost ter informiranost državljanov. Funkcija množičnih medijev v neegalitarni družbi, v kateri obsežni deli družbe ostajajo popolnoma spregledani, je le še ohranjanje obstoječega stanja. Marginaliziranim skupinam, ki bi dostop do medijev najbolj potrebovale, pri tem niso zmožni dati javnega glasu (prav tam, 158). Normativno poslanstvo medijev bi moralo biti prav odpiranje in širjenje javne sfere za javni diskurz in informiranje nacionalnih in lokalnih javnosti: »Sile razsvetljenstva morajo najti načine, da bodo *občo* javnost soočile z dilemami sedanosti, z možnostmi, ki obstajajo, in z obravnavanimi posledicami enega ali drugega bodočega poteka dogodkov,« je poudarjal Schiller (prav tam). Podobno je desetletja kasneje poudarjal, da zadovoljevanje javnega interesa predpostavlja iskrena javna sporočila in podobe, s čimer pa so interesi korporacij strukturno nezdružljivi (H. Schiller 1996, 126). Za kaj takšnega bi po njegovem bilo potrebno zaustaviti poglobljenje kulturne sfere, obnoviti javno participacijo v medijih in kulturnih zadevah ter razširiti javni sektor, ki bi zadovoljil prizadevanja za kulturne oblike skupnega (glej Murdock 2006b, 226).

Schiller je v svojih političnih pozivih zagovarjal egalitarno družbo brez gospostva, ki bi omogočila emancipatorno kulturno in družbeno okolje. Ta izhodišča so predpostavljala široko sistemsko analizo in ne le kritiko konkretnih kompleksov, saj je le tako mogoče preizpraševati prioritete pri načrtnem razdeljevanju virov v družbi (Maxwell 2007, 38). Medijske in komunikacijske tehnologije bi v takšnem družbenem redu morale biti uporabljene za višje dobro človeštva in za spodbujanje človeških potencialov, ne pa na primer za trženje izdelkov (prav tam; Maxwell 2003, 6; Murdock 2006b, 223–225). To je možno opredeliti kot humanistično, če ne kar utopično vizijo; Schillerjeve pobude so bile (morda upravičeno) le

redko usmerjene v povsem konkretne ukrepe za družbene spremembe. Ob tem sta bili po Schillerjevem (1969, 150) mnenju možni le dve poti razvoja: bodisi bodo tehnologijo in njen razvoj nadzirali ljudje na demokratični način bodisi bo tehnologija uporabljena za to, da se bo z njo primarno upravljalo z ljudmi (kar se obče dogaja zadnja desetletja). Prav to vodi analizo Schillerjevega raziskovalnega pristopa do druge dileme: intencionalnosti.

Schillerja je mogoče opredeliti kot ključnega analitika načinov, kako vladajoče elite v kapitalistični družbi uporabljajo in zlorabljajo informacijska, komunikacijska in kulturna sredstva za ohranjanje razmerij moči v svojo korist (Maxwell 2000, 62). Pri tem se skoraj samo po sebi postavlja vprašanje, kako naj bi v praksi vladajoči izvajali ta nadzor. Gre v sicer atomizirani družbi, kjer posamezni kapitali praviloma tekmujejo med seboj, za koordinirano manipuliranje, morda celo zarotniško delovanje? Ali politična elita namerno ustvarja čim bolj ignorantsko družbo, da bi lažje vladala? Počne to v zavestnem in načrtnem dogovoru z ekonomsko elito, torej s ključnimi predstavniki največjih korporacij? Ali neka (osrednja?) instanca nadzoruje in manipulira z vsebinami medijskih sporočil in s kulturno proizvodnjo, da (sicer ločeni) akterji proizvajajo primerno mitologijo? Glede na nekatere ključne pojme, ki jih je skozi svoje pisanje uporabljal Schiller (najočitneje to velja za *upravljalce z zavestjo* ali *vojaško-industrijsko-komunikacijski kompleks*), bi vsaj na prvi pogled odgovor na ta vprašanja bil pozitiven. Problematičnosti teh dilem, ki so tesno povezane s praktičnim neločevanjem med področji, kot sta politika in ekonomija, ki jih je vsaj analitično mogoče ločevati, se je očitno zavedal sam Schiller. V skrajni različici bi namreč lahko celo vodile do konspirativnega dojemanja načinov upravljanja z družbenimi odnosi (glej Downing 2011, 146), čeprav to v analizah vsekakor ni bil Schillerjev namen. Prav na tej točki se morda najočitnejše pokaže relativno šibka teoretska utemeljenost Schillerjevih analiz in sporadične nekonsistentnosti v uporabljenih pojmih ter kategorijah.

Visoko stopnjo *popolnoma namerne* usklajenosti med politiko in kapitalom na vseh ravneh je težko utemeljiti tako teoretično kot zgodovinsko. Čeprav je kapitalistična država zaradi lastnih interesov zmeraj prisiljena podpirati kapitalistični akumulacijski proces, s čimer ohranja vitalnost kapitalizma in poskuša na različne načine razreševati periodične krize, ima za to na voljo različne ukrepe, in sicer brez kakršnega koli zagotovila, da bodo zares učinkoviti ali da bodo implementirani »pravilno«. Poleg tega se interesi kapitalistične države ne skladajo nujno z interesi posameznih kapitalistov, čeprav se vsaj posredno morda celo skladajo z interesi celotnega kapitalističnega razreda. V tem odnosu prihaja do pogostih konfliktov in odločnih razhajanj; odnos med tema področjema je nujno nemiren, deluje tako po načelu vzajemnosti zaradi nujne odvisnosti ene sfere od druge kot neprestanih konfliktov

zaradi dejansko obstoječih neskladij v interesih kapitala in države (glej npr. Offe 1985; Jessop 2002a).

V tem smislu je mogoče govoriti o različnih ravneh in možnostih intencionalnosti ter zavestnega delovanja političnih in ekonomskih akterjev. Država lahko namerno ustvarja posamezne politike, ki služijo celotnemu kapitalističnemu razredu, vendar v prostotržnem kapitalizmu vsaj na abstraktni ravni ne more niti neposredno intervenirati in nadzorovati delovanja posameznih kapitalov niti ne more določati partikularnih pravil, namenjenih koristim posamezne korporacije. Povedano drugače: določa lahko okvire, v katerih morajo na primer delovati vsi kapitali v sektorju, ne more pa postavljati partikularnih pravil za posamezne kapitale. S takšno neposredno intervencijo v delovanje določenega trga znotraj kapitalizma bi namreč uničila njegovo temeljno izhodišče: za vse akterje morajo veljati enaka pravila, če naj trg zares deluje. In kapitalistični trg deluje, ko izloča neuspešne akterje, ki svojega delovanja ne organizirajo ekonomsko in kar se le da učinkovito. Podati je mogoče konkretna primera tovrstnih splošnih političnih posegov v zadnjih desetletjih s strani ZDA: mednarodno podporo izjemni širitvi intelektualnih pravic in zavzeto promocijo doktrine prostega pretoka informacij. Obe politiki omenja Schiller, namen nobene pa ni nujno favoriziranje posameznih kapitalov na trgu, ampak določanje okvirov in obče smeri, v katero naj se gibljejo vsi kapitali, med katerimi naj nato uspevajo najučinkovitejši. Zaradi finančne moči in razvitosti je šlo v globalnem kapitalizmu skozi velik del dvajsetega stoletja predvsem za ameriške korporacije, kar pa se je kasneje, tudi po opažanjih Schillerja, spremenilo z vzponom globalnih konglomeratov.²⁹¹

Nobenega dvoma ni, kot v svojih študijah omenja Schiller, da je šlo v primeru omenjenih politik za potrebe kapitalistov, ki so delovali na področju informacijskih in komunikacijskih tehnologij. Vendar primarno je šlo za politične odločitve, ki so poskušale ponovno oživiti pešajoči kapitalizem z določitvijo njegove dolgoročneje poti razvoja, posredno pa so služile celotnemu informacijsko-komunikacijskemu sektorju, ki je bil

²⁹¹ Posamezna nacionalna država lahko po drugi strani v konkretnih primerih tudi spodbuja in omogoča največje akterje (npr. transnacionalne korporacije s sedežem v tej državi) na posameznem nacionalnem trgu in jim na njem s posameznimi »industrijskimi politikami« dopušča monopolno vlogo. S tem krepi njihovo moč na globalnem trgu, kjer lahko tekmujejo s precej večjimi akterji, kar je bila tendenca (predvsem manjših) držav, ki jo je v osemdesetih letih dvajsetega stoletja opazal Melody (1994b). Nobenega dvoma ni, da zgodovinsko gledano obstajajo večja in manjša neskladja med abstraktno predpostavko prostega trga in posegi političnega regulatorja, ki lahko v primeru uspešnega lobiranja določene korporacije implementira politike, ki gredo predvsem v korist ene izmed korporacij. Posebej ZDA so bile v nasprotju z deklarativnim zagovarjanjem prostega trga na primer tudi nepripravljene dopuščati prevzeme podjetij v nekaterih ključnih sektorjih na ameriških trgih in investicije »tujega« kapitala. Je pa ob tem potrebno ločevati med davčnimi olajšavami, sredstvi za raziskovanje in razvoj, trgovinskimi sporazumi in podobnimi politikami, ki največkrat koristijo celotnemu sektorju in so bile skozi dvajseto stoletje na področju IKT izjemno obsežne, in na drugi strani politikami, ki so bile prikrojene po meri posameznih korporacij na škodo drugih korporacij v istem sektorju. Čeprav pogostosti slednjih ne gre zanemariti, so bile strukturno gledano za družbene spremembe precej manj odločilne od prvih.

najrazvitejši v ZDA in so ga prav zato ameriške vlade tudi najodločneje spodbujale. To nas pripelje do intencionalnosti in strukturnih omejitev pri delovanju akterjev na kapitalističnem trgu, saj posamezni kapitali vsaj abstraktno nujno zasledujejo lastne (vedno pogosteje skrajno kratkoročne) interese čim višje profitabilnosti za svoje lastnike. Interes posameznega kapitala ni (vsaj ne nujno) enak interesu celotnega kapitalističnega razreda ali ostalih kapitalov na istem trgu: gre za akterje, ki praviloma niso v partnerskem, ampak tekmujočem odnosu. Prav zato povsem racionalno delovanje posameznih kapitalov pogosto vodi v iracionalne rezultate za kapitalizem kot celoto (najočitneje v gospodarske krize, morda manj očitno v ekološko in družbeno opustošenje, saj se konkurenčni kapitali ne morejo samoomejiti v lastnem delovanju).

Pomembna vloga kapitalistične države pri reprodukciji kapitalističnega družbenega reda se v Schillerjevih analizah zrcali predvsem v ugotovitvah o visokem obsegu javnih sredstev, vloženih v raziskave in razvoj. Za posamezne kapitaliste so visoke investicije v temeljne raziskave le redko ekonomsko opravičljive (posebej v primeru šibke zaščite intelektualnih pravic), nič preprosteje opravičljivi pa niso niti vložki v inovacije. Prav na tej točki so v ZDA ključno vlogo odigrale vladne intervencije, njene investicije so služile obema področjema: tako državi kot takšni (svetovna vojaška in tehnološka premoč, vitalnost in visoka konkurenčnost gospodarstva, posledično davščine za lastno delovanje) kot »njenemu« kapitalu (javna sredstva, namenjena raziskavam in razvoju, so omogočila dolgoročnejšo razvojno perspektivo in »brezplačno« revolucioniranje proizvodnih sredstev za kapital). Ob tem se je potrebno zavedati, da so, kot opozarja Mattelart (2000, 51–52; prim. D. Schiller 2011), z vzpostavitvijo vojaškoindustrijskega kompleksa sicer jasne ločnice med zasebnim in javnim (pa tudi med civilnim in vojaškim, aplikativnim in temeljnim raziskovanjem, industrijskimi in univerzitetnimi laboratoriji) v ZDA s hladno vojno razpadle, zaradi česar je imel Schiller tehtne praktične razloge za spajanje teh dveh sfer. Kljub nujnosti analitičnega ločevanja med politiko in ekonomijo torej ne gre pozabiti, da gre za neizogiben odnos, ki je ga je Braudel (2010, 51; prim. Arrighi 2009, 16) lucidno povzel z besedami, da je kapitalizem »zmagoval, kadar je bil izenačen z državo, kadar je bil država.« To kaže na nujni odnos teh dveh sfer v konkretnih zgodovinskih okoliščinah, pri čemer je delovanje kapitalistične države pri reprodukciji sistema lahko izjemno težavno.

Dejstvo je, da v analizi konkretnih situacij na področju medijev in komuniciranja ne gre spregledati možne tesne povezave med kapitalom in politiko pri zasledovanju skupnih ciljev (na primer ohranitev privilegiranega položaja ali položaja na oblasti). Pri medijskem lastništvu je zagotovo največ pozornosti na primer bilo namenjene Rupertu Murdocku, saj so mediji, ki jih ima v lasti, pogosto promovirali njegova radikalno-konservativna stališča, z

njihovo pomočjo pa je neposredno in namerno vplival na institucionalno politiko (glej na primer Thussu 2005). Vendar v abstraktni analizi tendenc delovanja ekonomskih akterjev in države v kapitalizmu neposreden vpliv na medije (pri katerem na primer lastnik določa vsebine, in z ideološkim vplivom ohranja gospostvo /celotnega/ kapitalističnega razreda) zaradi že naštetih razlogov stopa v ozadje. Enako velja za koordinirano in neposredno povezano delovanje sicer ločenih kapitalističnih medijskih institucij in državnih aparatov pri ideološki širitvi sistema. Interesi kapitala in države sovpadajo prej po naključju, stabilnost in nekonfliktnost odnosa pa na dolgi rok obenem ni nujna.

Na neposredni vpliv lastnikov (ali politike) na vsebine, ki ga je kot »grobi materializem« kritiziral Bourdieu (2001, 35), se ni osredotočal niti Schiller. Izpostavljal je predvsem različne neformalne mehanizme, zaradi katerih se ohranja in širi družbeni red. Čeprav po njegovem pisatelji, novinarji in drugi ustvarjalci kulturnih vsebin podpirajo obstoječi red, »ni potrebe po teoriji namernega kulturnega nadzora. V resnici čvrstost nadzora sloni na njegovi navidezni odsotnosti.« (H. Schiller 1989, 8) V svoji zadnji knjigi je še ostreje in odločneje zapisal, da v kapitalizmu ne obstaja potreba po kakršnem koli policijskem nadzoru nad kulturo, kajti tržni sistem je tisti, ki »deluje kot 'KGB' in ki deluje zelo učinkovito.« (H. Schiller 2000, 62; prim. 1996, 124) Čeprav mu je bilo jasno, da ustroj informacijskega nadzora ne deluje perfektno, je vsekakor deloval precej dobro (H. Schiller 1996, 124).²⁹²

Schiller je poskušal na različne načine implicitno nakazati, kateri mehanizmi in tendence prispevajo k zlorabi informacijskih in komunikacijskih virov s strani vladajočih skupin za ohranjanje in širitev lastnih položajev in sistema. Dilema je jasna: če se namreč lastniški ali politični vpliv *ne* izvajata v prvi vrsti na neposredni in namerni način, prav tako pa se ameriški sistem ne širi s koordiniranim delovanjem sicer ločenih kulturnih in medijskih institucij (ali politično prisilo), morajo obstajati drugi, posredni mehanizmi ohranjanja tega sistema. Pri tem je Schiller (1973) že v drugi knjigi, v kateri se je ukvarjal s temi mehanizmi upravljanja z zavestjo, naredil korak stran od svojih prvotnih opažanj, ki so nakazovala namerno uporabo medijev s strani kapitala za pomoč pri ekspanziji »uradnih doktrin« in s tem krepitvi ameriškega »neformalnega« imperija (glej npr. H. Schiller 1969, 14). Tudi Maxwell (2003, 57) omenja, da je pri Schillerju v tem obdobju prišlo do pojmovne spremembe pri analizi zasebnih kulturnih industrij, ki so bile najpomembnejše pri vsakodnevem posredovanju sporočil ljudem. Komercialna podjetja so bila medsebojno nepovezana in so

²⁹² V mnogih pogledih se je s temi ugotovitvami Schiller približeval Williamsovi (1997, 235–238) reinterpetaciji hegemonije, v kateri so imeli posamezni ustvarjalci sporočil določeno mero svobode za nedominantna dojetanja obstoječe družbene ureditve.

nudila raznolike vsebine, a obenem je bilo jasno, da so kljub temu prenašala podobne vrednote, politična prepričanja in mitologijo. Schiller je poskušal dokazati naslednje: »čeprav morda nimajo enakega vodstva ali usmeritve, med njimi obstajajo ideološke povezave. Povedano drugače: kljub površinskim razlikam tvorijo skupnost skupnih interesov.« (prav tam)

Po Schillerjevo medijski in kulturni kompleksi torej niso namerno delovali na koordiniran način, ko so s prenesenimi vsebinami širili skorajda enako ideologijo in s tem omogočali ameriški neoimperializem, niti tega niso počeli pod prisilo. Težava je, ker Schillerju ni uspelo konsistentno razložiti, *zakaj* je bila posredovana ideologija kljub odsotnosti prisile med nepovezanimi akterji tako podobna. Tega vprašanja se je znova lotil šele v devetdesetih letih dvajsetega stoletja. Še zmeraj je poudarjal, da nad medijskimi vsebinami in navadami javnosti bedi le malo formalnih cenzorjev (H. Schiller 1996, 1). Spraševal se je (prav tam): »Kje je potemtakem ta nevidna zgradba družbenega nadzora?« Odgovore je našel v strukturi gospodarstva, v nadzoru nad lastnino in v alokaciji ključnih virov v družbi. Vendar s tem (tudi tokrat) ni imel v mislih neposrednega nadzora. Šlo je za prakse v vsakodnevnem življenju, ki so se pretakale skozi celotno družbo. Na primer skozi kulturni sektor in že pred tem skozi izobraževalni sistem, ki operira na vseh ravneh in ustvarja podporo in sprejemanje obstoječih institucij ter dojemanj družbe. Socializacija se prične že zgodaj in se nadaljuje skozi celotni izobraževalni proces, vse do izobraževanja novinarjev (v katerem ni prostora za razprave o filozofskih predpostavkah profesionalnega novinarstva), ki se podrejajo obstoječim konvencijam in posebnemu zaznavanju svobode tiska, ki temelji na zasebnem lastništvu medijev in tesni povezavi z oglaševanjem, katerega finančna podpora je ključnega pomena. Oglaševanje je obenem eden ključnih mehanizmov promocije obstoječega reda. Že v »izobraževalni industriji« so se poleg tega po Schillerjevem mnenju občutno kazale razredne razlike in neenakost pri priložnostih za dobro izobrazbo, kar je videl kot pomembni način družbenega sortiranja, ki je pomembno prispeval k ohranjanju obstoječih družbenih razlik. Podobno je veljalo za korporativni nadzor nad kulturo, ki vztraja na ekstrakciji profitov kot edinem možnem kriteriju kulturne proizvodnje (H. Schiller 1996, 1. pogl.).

Kljub temu da je Schiller svojo analizo poglobil, je na tej točki ostala nedodelana; tisti, ki imajo denar, naj bi v končni stopnji izbirali tiste, ki nam pravijo, kaj naj mislimo in o čem naj mislimo (čeprav jim to mogoče ne uspe v celoti). Ob tem je bil prepričan, da so tako zasebne kot javne skupine v ZDA promovirale informacijsko in kulturno prvenstvo po vseh kontinentih, te politike pa so »imele številne elemente in ni nujno, da so bili vsi namerni.« (H. Schiller 1996, 92) S tem se je v argumentih pogosto vračal na začetek. Zakaj potemtakem tako raznoliki akterji promovirajo dejanja, ki težijo k istemu cilju? Zakaj njihovi cilji

sovpadajo? Enega od odgovorov je bilo mogoče najti v povezavi med konkretnimi kompleksi, ki so odražali obstoječe oblastne strukture v družbi, in širšim sistemom, ki jih je pogojeval (Maxwell 2007). Dlje v razlagi Schiller ni šel. Zdi se, da s tem trčimo ob robove njegovega (teoretsko šibkejšega) praxis pristopa. Kljub vsem pomanjkljivostim drži Murdockova (2006b, 219) nedavna ocena, da »nam podrobno branje njegovega celotnega opusa ponuja analizo, ki je bila pogosto pred svojim časom in je relevantnejša kot kdaj koli prej.«

4.3.5 Zastoj, obnovitev in vnovična širitev radikalnega raziskovanja

»Denar in vpliv sta zmožna prefiltrirati novice, ki so primerne za tisk, marginalizirati upore in omogočiti vladi in prevladujočim zasebnim interesom, da svoja sporočila posredujejo do javnosti.«

Edward S. Herman in Noam Chomsky (1994, 2)

Politična ekonomija komuniciranja in radikalni komunikološki raziskovalni pristopi so bili najmočnejši v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja, na kar je pomembno vplival družbenopolitični kontekst. V osemdesetih in devetdesetih je tako v političnih okoliščinah kot v samem družboslovju z vzponom konzervativizma prišlo do občutnih sprememb, zaradi katerih je političnoekonomski pristop prešel v stopnjo intelektualnega in raziskovalnega zastoja. To obdobje so namreč spremljali ponavljajoči se napadi, ki so prihajali tako s strani politike in vedno agresivnejšega kapitala, ki sta hotela onemogočiti ali vsaj diskreditirati radikalnejše pristope, kot iz akademske skupnosti. V znanstvenem prostoru so se pozitivističnim in liberalnim napadom na politično ekonomijo, ki so bili stalnica že poprej, pridružile idealistične postmodernistične teorije, ki so izhajale iz kulturnih študij in so postale kljub radikalnim temeljem prepogosto afirmativne do obstoječih neenakosti (glej Eagleton 1996; Therborn 2008). Čeprav je bilo področje navznoter še zmeraj koherentno, je bilo navzven vnovič prisiljeno utemeljevati nujnost lastnega obstoja.

O le delnem zastojju je mogoče govoriti predvsem zato, ker je kljub številnim kritikam pristop uspel ohranjati raziskovalno vitalnost. Opazen je bil »dotok« raziskovalcev mlajše generacije, intelektualno produktivni pa so ostajali utemeljitelji področja. Razlog za nove analize in širitev akademske skupnosti v tem času je bil prav v vplivnih sedemdesetih letih dvajsetega stoletja. Šlo je za zakasneli vpliv kritični teoriji naklonjenega obdobja, ko so se intelektualno oblikovali nekateri kasnejše ključni avtorji. Izpostaviti velja predvsem Vincenta Mosca, ki ga poleg Dallasa Smytha in Herberta Schillerja upravičeno uvrščajo med ključne

severnoameriške predstavnike te raziskovalne tradicije. Razlog je posebej v dveh izdajah pregledne knjige *Politična ekonomija komuniciranja* (Mosco 2009). Ključna značilnost Moscovega pristopa je bila preusmeritev raziskovalne osredotočenosti od institucij k procesom. Če je bil pri Schillerju in Smythu očiten institucionalizem in osredotočenost na strukture, je Mosco ontološko primarnost procesov utemeljeval s predpostavko, da se strukture lahko vzdržujejo le z neprestanim obnavljanjem skozi prakse in procese. Ta pristop

»družbeno življenje dojema kot niz vzajemno konstituirajočih se procesov, ki drug na drugega vplivajo v različnih stopnjah ureditve, s smerjo in z vplivom, ki je lahko razumljen samo s svojstvenim raziskovanjem. [...] To pomeni, da raziskovanje izhaja iz stališča, da so družbene spremembe istočasno navzoče povsod, da se strukture in institucije konstantno spreminjajo, da je potemtakem uporabnejše razviti izhodišča, ki označujejo procese, namesto preproste identifikacije relevantnih institucij. Preučevanje medijskih institucij je pomembno, vendar izhaja iz analize družbenega procesa.« (Mosco 2009, 10, 11)

Eden takšnih procesov, ki so po mnenju Mosca (1989; 2004) v družbi igrali ključno vlogo, je bilo poblagovljenje. Proces, ki je temeljnega pomena za ekspanzijo in reprodukcijo kapitalizma, je ključen tudi na področju medijev in komuniciranja (prim. D. Schiller 1988; 2007; Murdock 2005).

Kljub temu da so vlogo in vpliv političnoekonomskega pristopa v tem obdobju poskušali zmanjševati tako raziskovalci iz osrednjega toka komunikološke misli kot kulturnih študij, ne gre pozabiti, da je šlo za marginaliziran pristop v njegovih »zlatih letih«. Zaradi tega to obdobje od ostalih ni zares bistveno odstopalo (prej bi to veljalo za sedemdeseta leta prejšnjega stoletja). Curran (2002, 4. pogl.) je spremembe v akademskem okolju, ko so medijske in kulturne študije v osemdesetih in začetku devetdesetih dvajsetega stoletja šle skozi globoke spremembe, nepejorativno opredelil za novi revizionizem. Od razlagalnih okvirov, značilnih za marksizem, ki so se osredotočali na družbeno totaliteto, je prišlo do premika k liberalnim in pluralističnim pristopom, ki so občinstva ponovno opredelili kot ustvarjalne in aktivne ustvarjalce lastnih pomenov, popularno kulturo pa so »odrešili« temeljnejših kritik. Medije je s tem postalo sprejemljivo dojemati kot vire razvedrila, številni avtorji so celo slavili potrošniško izbiro (glej Biltereyst in Meers 2011, 418). S tem so novi pristopi (v prvi vrsti nenamerno in posredno) legitimirali korporativni nadzor nad kulturnimi in medijskimi institucijami. V mnogih pogledih so pristopi, kot so recepcijske študije, poskušali na novo iznajti kolo, saj so bile njihove predpostavke (na eni strani o razumevanju

pomenov vsebin s strani občinstev in njihovi avtonomiji, na drugi pa o aktivnosti ter neodvisnosti občinstev pri razumevanju teh pomenov) močno prisotne že v začetkih komunikološkega raziskovanja (Curran 2002, 4.pogl.; prim. H. Schiller 1989, 7. pogl.). Po oceni Nordenstrenga (2004, 7–8) je bil velik del levičarskih in kritičnih pristopov kooptiran tudi v devetdesetih letih dvajsetega stoletja in na prelomu tisočletja. Raziskovalci so prešli k afirmativnim in tehnokratskim pristopom informacijske družbe (in nato družbe omrežij), katerih skupna značilnost je bila osredotočenost na nove informacijske in komunikacijske tehnologije, ki so omogočile preusmeritev raziskovalnega žarišča. Občutni del univerzitetnega in raziskovalnega prostora je ob tem zaradi podrejenosti industrijam preprosto postal ena izmed vej kapitalistične ekonomije (prav tam).

Številni politični ekonomisti so bili kritičnejši do novejših pristopov kot Curran (2002), ki je sicer do njih prav tako ohranjal veliko mero dvoma in pozival k obnovitvi radikalnih pristopov. Herbert Schiller (2000, 122–123; prim. 1989, 7. pogl.) je glede raziskovalnega preobrata zapisal, da je namenjen predvsem odvrčanju pozornosti od vplivne vloge, ki jo imajo v družbi prepričevalci in mehanizmi prepričevanja. Po njegovem bi »raziskovanje občinstev dejansko lahko bilo rodovitno raziskovalno področje, če bi se opiralo na kontekst aktualnega obdobja medijskih kolosov. Če bi bilo motivirano z željo po boju z nadzornimi korporativnimi kulturnimi silami.« (H. Schiller 2000, 122) Raziskave so služile predvsem zanikanju vpliva korporativne kulturne infrastrukture in vztrajale, da se jim atomizirani posamezniki lahko uspešno (subjektivno) upirajo. Po njegovem je šlo za groteskno predstavljanje realnosti. Herbert Schiller je, podobno kot Boyd-Barrett in Murdock, poudarjal, da v revizionističnih pristopih kulturni imperializem, neenakosti in razred povsem izginejo iz središča preučevanja, kar je bilo zelo problematično.

Slepe pege teh pristopov so se tesno skladale z družbenopolitičnim kontekstom. Thussu (2006, 42) je spovedno izpostavljal dejstvo, da se je »iznajdba polisemičnosti besedil (potenciala bralcev, da ustvarjajo lastne pomene) popolnoma ujemala s politično konservativno dobo in ponovno okrepitevijo liberalnega kapitalizma, ki jo je spremljal.« Izhodišča novih pristopov so namreč sovpadala z retoriko o potrošniški izbiri in suverenosti, ki je bila značilna za neokonservativne vlade – posebej za Reagana in Thatcherjevo – in njihovo zagovarjanje neoliberalnih ekonomskih politik (Biltreyt in Meers 2011, 418). Za McChesneya (1998a, 10) je politična ekonomija z razlogom znova postala najbolj spregledano področje. Njene ugotovitve so namreč zmeraj izjemno neprijetne »za vplivne interese v neegalitarnih družbah.« (prav tam) Kljub številnim težavam, ki so se skozi leta pokazale v kritičnih političnoekonomskih pristopih, je po Boyd-Barrettu in Thussu (1993,

180) bila zagotovo največja ironija, da je kljub diskreditaciji marksizma (kot temelja političnega delovanja) prav njegovo ogrodje zmoglo ponuditi najtočnejšo analizo mednarodnih medijskih trgov.

Zasuk, ki je bil značilen za celotno družboslovje, je torej odražal širši družbeni kontekst, v katerem so se v zadnjih treh desetletjih družbene neenakosti dodatno poglobile, afirmativno družboslovje pa ga je pomagalo krepiti. Ločitev analiz od političnoekonomskega sistema s strani afirmativnih komunikoloških in nekaterih kulturalističnih pristopov ima resne težave s pojasnjevanjem materialne realnosti, v kateri so ekonomske razlike v tako skokovitem porastu. Kot s sklicevanjem na Herberta Schillerja pravilno poudarja Maxwell (2000, 106–107), vprašanje ne bi smelo biti, ali smo glede občinstev (okrog katerih so se najbolj lomila kopja med kulturnimi študijami in politično ekonomijo) optimistični ali pesimistični. V resnici je pravo vprašanje, v kakšni družbi hočemo živeti. Posebej s svetovnim gospodarskim zlomom, ki je od leta 2008 prinesel brutalne programe zategovanja pasu in družbeno krizo, ki v nekaterih državah meji že na humanitarno katastrofo, bi moral biti diskreditiran kvečjemu kapitalizem, ne njegove kritike in alternative. Z zaostrovanjem družbenih konfliktov, ki so spremljali krizo, je mogoče povezati vrnitev politične ekonomije komuniciranja kot temeljnega pristopa kritičnega komunikološkega raziskovanja. Ob aktualni krizi se zdita pomen in analitična vloga politične ekonomije namreč znova precej bolj samoumevni, kot sta se bili v začetku devetdesetih let dvajsetega stoletja. Po hegemonskih predstavah tistega časa naj bi konec bipolarnosti namreč pričal o zgodovinski zmagi prostotržnega kapitalizma kot edinega mogočega ekonomskega sistema, za neprimerne pa niso bile diskreditirane le vse alternative, ampak pogosto tudi samo razmišljanje izven okvirov kapitalistične ureditve. Po koncu hladne vojne je v krogih osrednjih ustvarjalcev javnega mnenja prevladala ideologija, da alternative ne obstajajo več, to prepričanje pa se je preneslo tudi v komunikologijo (glej H. Schiller 1996, 129; Mosco 2004). Nasploh v družboslovju, konkretno v komunikologiji, se je od takrat vzpostavil *pluralistični konsenz*, ki v liberalni maniri iz analiz naivno izpušča razmerja moči (Karppinen 2008).

Kritični pristopi nikoli niso prevladovali niti v komunikologiji niti v družboslovju na splošno. Vendar naj bi z diskurzom o domnevnem koncu zgodovine (spomnimo se razvpite formulacije Fukuyame, ki je pričal predvsem o domnevnem koncu ideoloških razprav in »velikih zgodb« o možnih družbenih ureditvah, kritičnem pristopu zaradi domnevne zastarelosti in neaktualnosti) dokončno postali nepotrebni, če že ne povsem diskreditirani. Še posebej naj bi to veljalo za marksistične pristope, in sicer ne glede na to, za katero izmed variacij je šlo in ali je s tem šlo za poskus njene (vnovične) politične implementacije ali

»samo« za kritični pristop k raziskovanju. Rosengren (1994, 15) je v začetku devetdesetih na primer simptomatično ugotavljal, da so se radikalne šole preučevanja medijev in komuniciranja znašle v nadvse »nerodni« situaciji. Intelektualno gledano naj bi Marx po vseh pravilih končno bil nazaj na poti v svojo kotiček, kjer bo v »mavzoleju klasikov« zasedal zanj edino primerno nišno mesto. Osupljivo prepričanje o popolnem koncu nekega obdobja (in predvsem o zmagi izkoriščevalskega sistema) sicer ni presenetljivo (prav tako ni novo), a je zgodovinsko gledano kljub temu naivno. Že samo posebna številka revije *tripleC* (let. 10, št. 2), ki sta jo pod naslovom *Marx is Back* v letu 2012 uredila Fuchs in Mosco, z devetindvajsetimi besedili (še nekajkrat toliko pa je bilo za številko prijavljenih povzetkov) dokazuje, da je Marx v kritični komunikologiji dvajset let kasneje še kako živ.

Curran (2002, 5. pogl.) je v svojem poskusu obnovitve radikalne raziskovalne tradicije opredelil formativne vplive, ki v splošnem usmerjajo medije pri podpori prevladujočih družbenih interesov. S tem je povzel nekatere ključne argumente, ki so jih v zadnjih desetletjih izpostavljali politični ekonomisti, ko so poudarjali potrebo po vključevanju širšega konteksta, posebej omejitev kapitalistične akumulacije, v komunikološke analize. Ti vplivi so po Curranu (2004, 148–151) naslednji:

1. **državna cenzura**, ki se razprostira vse od odkrite represije do licenciranja, neposrednih finančnih intervencij ali podpor ter zakonskih omejitev pri opravljanju novinarskega poklica;
2. **visoke finančne ovire** pri vstopu na medijski trg, kar je osrednje sredstvo tržne cenzure in mehanizem, ki onemogoča medijsko raznolikost;
3. **medijska koncentracija**, zaradi katere se lahko oblikujejo zavezništva med ponudniki medijskih vsebin, upravljalci distribucijskih kanalov in medijskimi podjetji, kar zmanjšuje vpliv potrošnikov; veliki korporativni mediji imajo pogosto tesne stike z vladami, ki lahko sistem regulirajo v njihovo korist;
4. **korporativno lastništvo**, zaradi katerega so mediji v vedno večji meri del velikih korporacij in konglomeratov, s tem pa imajo neposredne materialne interese pri promociji politik, naklonih trgu;
5. **pritisni množičnega trga** se odražajo v tendenci po maksimizaciji občinstev; v medijskih industrijah je namreč strošek proizvodnje vsebin enako visok ne glede na število odjemalcev, kar spodbuja ekonomije obsega (tendenco po konsenzualnih in konvencionalnih vsebinah, ki nagovarjajo čim večji krog ljudi);

6. **potrošniške neenakosti** se odražajo v medijskem iskanju tržnih niš, ki pa izkrivljajo družbene potrebe, saj zadovoljujejo interese in potrebe najbogatejših (le-ti za oglaševalce predstavljajo »boljše« trge);
7. **vpliv oglaševanja** se podobno kot pri potrošniški neenakosti odraža v razporeditvi oglaševalskega denarja (prestižni mediji, namenjeni elitam, so podprti z visokimi oglaševalskimi vložki);
8. **vzpon odnosov z javnostmi**, v katerega je vložena vedno več denarja, in sicer tako s strani vlad kot korporacij – piarovci zbirajo, procesirajo in posredujejo novice ter s tem vplivajo na to, kako bodo poročane;
9. **novičarske rutine in vrednote** se med drugim kažejo v ekonomičnem in učinkovitem zbiranju novic (razlog so omejeni proračuni in časovni pritiski v medijskih organizacijah), najpogosteje pa to pomeni pokrivanje prestižnih institucij, ki jim je zaradi tega namenjene nesorazmerno veliko pozornosti;
10. **družbena neenakost v virih in sredstvih** – mediji so pogojeni z vrednotami in s predpostavkami širše družbe, medijski delavci pa jih internalizirajo spontano; vendar na diskurze v družbi vplivajo neenaka sredstva (ekonomski, kulturni, družbeni kapital), nad katerimi imajo določene skupine večji nadzor kot druge; »kultura družbe, vsrkana s strani medijev, nosi znamenja številnih oblik neenakosti« (prav tam, 150);
11. o **prevladujočih diskurzih** v neki družbi, ki predstavljajo ključne ideološke teme časa (protikomunizem, vojna proti terorju, čaščenje trgov), se lahko razpravlja ali prereka, vendar je uspeh pogosto omejen.

Zaradi teh pritiskov obstaja tendenca, da se bodo mediji nagibali v smer konzerviranja obstoječega družbenega reda. Posamezni mehanizmi, ki jih povzema Curran in so jih v preteklosti poglobljeno analizirali politični ekonomisti, se na številnih točkah v celoti prekrivajo s »filtrki«, ki sta jih v vplivnem propagandnem modelu opredelila Herman in Chomsky (1994; Herman 1998b; Mullen 2010). Zaradi strukturnih dejavnikov je družbena vloga medijev proizvodnja pristanka, alternativni glasovi pa so po njunih ugotovitvah marginalizirani. »Omejitve so tako vplivne in vgrajene v sistem v tako temeljnem pogledu, da je alternativna osnova pri novičarskih izbirah komajda mogoča,« sta bila prepričana Herman in Chomsky (1994, 2) in nadaljevala, da »propagandni model sugerira, da je "družbeni namen" medijev vcepljanje v glavo in zagovarjanje gospodarske, družbene in politične agende privilegiranih skupin, ki obvladujejo domačo družbo in državo.« (prav tam, 298)

Pritiskom, ki so bili naklonjeni ohranjanju obstoječega stanja, je Curran (2004, 151–155; prim. Herman in Chomsky 1994, 306–307) dodal mehanizme, ki lahko medije obrnejo v

nasprotno smer. Med mogočimi nasprotujočimi vplivi (v odnosu do prevladujočih predstav družbenega reda) so:

1. kolektivno delovanje ljudi na delovnih mestih in njihova participacija v civilni družbi, s čimer se lahko spreminja organiziranost in prevladujoča kultura v družbi;
2. opolnomočenje s strani države, ki ne deluje nujno v interesu elit in kot akter represije, ampak lahko prek demokratičnih praks in z lastno politično močjo nudi možnost progresivnega spreminjanja odnosov moči in prenos družbenih sredstev ter virov do podrejenih;
3. medijska regulacija, za katero prav tako skrbi država, z njo pa javnost lahko vpliva na delovanje medijev in na pogoje njihovega delovanja (demokratična regulacija medijev skrbi za potrebe družbe in ne samo delničarjev; med primeri so javni mediji in druge javne storitve, socialne tržne politike za zagotavljanje medijskega pluralizma, prakse ekonomske demokracije itd.);
4. skupine, ki niso del družbene elite, se lahko poskusijo vzpostaviti kot samostojni vir novic (tako da izboljšajo lastno organiziranost) in s tem izvajajo vpliv na poročanje; pri tem je ključno, kakšno podporo dobijo njihovi interesi v javnosti, na njihovo vlogo vplivajo tudi spremembe v širši družbi;
5. potrošniški vpliv na razdeljevanje denarja in časa pri izbiri medijev (odvisen od ponudbe);
6. vpliv proizvajalcev: podrejene skupine lahko pridobijo glas z lastništvom medijev, kar najlažje storijo v specializiranih trgih, kjer so pogoji za vstop nižji, vendar so tovrstni alternativni mediji zelo ranljivi, poleg tega niso dovolj dobro prilagojeni za trg, saj to ni njihov primarni namen;
7. moč zaposlenih v medijskih ustanovah, ki lahko predstavljajo podrejene skupine; potrebno je biti kritičen do novinarske avtonomije in neodvisnosti, saj novinarji internalizirajo norme organizacij, ki jih zaposlujejo (čeprav se mogoče počutijo avtonomni); enako velja za njihovo ločenost od družbenih hierarhij moči, saj jih vežejo profesionalne vrednote, kot je objektivnost, zaradi tega pa niso vsi viri dojeti kot enako legitimni (vendar *vsaj delno* novinarji lahko odigrajo takšno progresivno vlogo).

Dejstvo je, da je v družbah na splošno, posebej pa v kapitalističnih družbah, ki so utemeljene na globokih neenakostih in naraščajoči atomizaciji, preprosteje reproducirati splošno sprejete resnice, diskurze in mite, kot pa jih kritizirati, kar se prenaša v medijsko delovanje in poročanje. Kot poudarja Hamelink (2010, VIII), »osrednji tok svetovnih komercialnih medijev naredi le malo, da bi razkrival ali demistificiral gospostvo.« Praviloma so politične in ekonomske elite tiste, ki ustvarjajo okvire, znotraj katerih se ustvarjajo pogledi

na svet, ki so nato posredovani občinstvom (prav tam). Ob tem velja poudariti, da Curranova izhodišča ostajajo v normativnih okvirih liberalnega kapitalizma, čeprav so v njih predpostavljene neenakosti v razmerjih moči.²⁹³ Vendar javnosti v okvirih kapitalizma v resnici nujno ostajajo »potrošniki« medijskih in kulturnih vsebin, neeksplicitni normativni cilj pa je s tem posledično kvečjemu medijski pluralizem. Tudi v primerih, ko se na primer medijem z alternativnim dojetjem družbene realnosti uspe vzpostaviti in prodreti mimo omenjenih pritiskov, ostajajo v okvirih kapitalistične družbe in so praviloma prisiljeni preživeti na kapitalističnem trgu (prim. H. Schiller 1989, 153). Ob tem pogosto nagovarjajo ozko zamejene skupine, zaradi česar je njihov vpliv na širšo družbo minoren (ne glede na to, kako pomemben je za omenjene podrejene skupine). Kljub alternativnim in progresivnim medijem alternativna politična gibanja zato pogosto ostanejo na ravni protijavnosti, saj nimajo enakovrednega dostopa do javne sfere, v kateri bi imela glas, njihovim pogledom pa ni omogočena vidnost, primerljiva s prevladujočimi diskurzi v družbi.

Pri Curranovi obnovitvi radikalnega pristopa se kljub temu zdi ključnega pomena, da se izogne problematični domnevi, po kateri naj bi se mediji razvili v avtonomne institucije (ali pa, da so neposredno podrejeni oblastnemu nadzoru s strani elit). Več kot očitno je, da so vpeti v odnose moči v posameznih družbah in so s tem del širokega družbenega konteksta, ki ga z neenakostmi kot njihovim sestavnim delom (po)ustvarjajo; ta kontekst je opazen tako v pritiskih kot v mogočih načinih upora, ki jih omenja Curran. Večina mehanizmov upora namreč temelji na *kolektivnem*, tj. skupnem, organiziranju in delovanju, ki nima nujno izvora v medijskih organizacijah, ampak v konfliktih, antagonizmih, političnem delovanju in praksah gibanj ter skupin v družbi nasploh. Preizpraševanje podpore ustaljenim praksam s strani medijev je zato pogosto neposredno odvisno od krhanja dolgoročne hegemonije v določenem političnem in kulturnem kontekstu (Downing 2011, 164).

Podobno kot za medije velja za raziskovalno sfero, saj je vpeta v družbo, ki jo preučuje znanstveno raziskovanje in zastavljena raziskovalna vprašanja; (največkrat implicitne) predpostavke raziskovalcev ne morejo biti ločene od prostora in časa, v katerem se odvijajo, s temi izbirami pa tudi raziskovalci v komunikologiji spreminjajo ali ohranjajo družbena razmerja moči (prim. Smythe 1971/1978; 1984; Nordenstreng 1993; 2013). Že pred svetovno gospodarsko krizo, ki je dokončno načela hegemonijo svetovnega kapitalizma in liberalne politike (glej Negri in Hardt 2009; Callinicos 2010), se je splošni konsenz o nezamenljivosti tega sistema pričel krhati. Simbolični pričetek vnovičnega vzpona kritičnih pristopov je

²⁹³ Čeprav model izpostavlja te neenakosti, dopušča možnost za vzpostavitev konfliktov in uporov, ki lahko jemljejo moč elitam pri nadzoru nad mediji. Pritiski na medije pri Curranu torej lahko prihajajo tako od spodaj kot od zgoraj.

mogoče povezati predvsem z vzponom opozicijskih gibanj za alternativno globalizacijo, ko so se marsikje zaradi njegovega destruktivnega potenciala že razblinile iluzije o nezamenljivosti liberalnega kapitalizma (glej Therborn 2008; Christians in drugi 2009, 186–188).²⁹⁴ Mosco (2004, 171–174) je v navezavi na izhodišča novih družbenopolitičnih gibanj, ki so trdila, da *je mogoč drugačen svet*, zato z nemalo ironije postavil retorično vprašanje, če bi to lahko pomenilo konec konca zgodovine.

Čeprav so nove informacijske in komunikacijske tehnologije predvsem v službi kapitala, jih vsaj občasno uspejo subvertirati in za lastno delovanje uporabiti politična gibanja (glej Negri in Hardt 2004), ki so se v zadnjem desetletju uprla kapitalistični konsolidaciji komunikacij, in sicer s konkretnimi alternativami in z upori od spodaj (Costanza-Chock 2007). Med njimi je najti samoorganizirane skupine, ki ustvarjajo ali brezplačno širijo vsebine, s čimer nasprotujejo sistemu intelektualnega lastništva; upore proti ograjevanju znanja kot oblike skupnega; organizacije, ki nasprotujejo korporativnim komunikacijskim praksam; avtonomno medijsko proizvodnjo, ki se vzpostavlja na lokalni ravni in povezuje na mednarodni ravni (prav tam). Kot eden pomembnejših meddržavnih uspehov v boju proti globalnemu prostemu trgu na področju kulture se pogosto omenja sprejem *Konvencije za zaščito in promocijo raznolikosti kulturnih izrazov* v UNESCO leta 2005. Posameznim državam sporazum namreč omogoča izločitev kulturne proizvodnje iz pravil, ki veljajo za ostale sektorje v trgovinskih sporazumih, vendar bi le težko služil v boju proti celovitem poblagovljenju tega področja ali celo kot spodbuda manjšim proizvajalcem, temveč kvečjemu kot način zaščite lokalne kulturnoindustrijske proizvodnje v imenu liberalnega zagotavljanja in ohranjanja kulturne pluralnosti (prav tam, 234–236; Mattelart 2011, 509–510).

V tem obdobju je bila očitna vrnitev politične ekonomije komuniciranja in marksizma (glej Meehan 2004; Nordenstreng 2004; Christians in drugi 2009, 8. pogl.; Fuchs 2011a, 24–25), ki se od konca prejšnjega tisočletja kaže predvsem v znanstvenih objavah in povezovanju kritične akademske skupnosti na konferencah.²⁹⁵ Leta 2006 je na primer izšel zbornik

294 Gibanje ATTAC, ki ga je sprožil časnik *Le Monde Diplomatique*, se je vzpostavilo leta 1998. Leto kasneje je v Seattlu potekal eden prvih velikih protestov za alternativno globalizacijo (t. i. *Battle for Seattle*). Vstaje se nadaljujejo v Genovi leta 2001, istega leta pa v brazilskem Porto Alegreju poteka prvi *Svetovni socialni forum* (glej Hardt 2002). Tega leta se je končala izjemna rast »nove ekonomije«, ki je bila v ZDA močna skozi celotna devetdeseta leta dvajsetega stoletja, s tako imenovano *dot.com* recesijo (glej Harvey 2003, 70–71). Leta 1999 se ob tem pričnejo spremembe v Latinski Ameriki, in sicer najprej s predsedniško zmago Huga Cháveza in z bolivarsko revolucijo v Venezueli, kasneje z drugimi progresivnimi političnimi zmagami, mdr. Rafaela Corree in Eva Moralesa (glej npr. Therborn 2008).

295 To velja posebej za *Mednarodno zvezo za raziskovanje medijev in komuniciranja* (IAMCR), del katere je že več desetletij sekcija, namenjena politični ekonomiji komuniciranja, ki je bila formalno ustanovljena leta 1978 na konferenci v Varšavi (glej Meehan in Wasko 2013, 42). IAMCR je tudi zgodovinsko predstavljala eno najpomembnejših točk mednarodnega povezovanja in vzpostavljanja stikov za politične ekonomiste ter kritične komunikologe (glej prav tam; Smythe 1981a, 268; Nordenstreng 1993, 261; Lent 1995; Maxwell 2003; Meehan 2004, 24). Za razliko od drugega največjega mednarodnega komunikološkega združenja, *Mednarodne komunikološke zveze* (ICA), katere člani prihajajo predvsem iz ZDA, je IAMCR že od začetka pridobivala tudi člane iz t. i. držav vzhodnega bloka in tretjega sveta (glej Murdock 2006b, 219). Na letni konferenci IAMCR v

kritičnih komunikoloških besedil *Marxism in Communication Studies*, ki so ga uredili Artz, Macek in Cloudova (2006), tri leta pred tem je Mike Wayne objavil študijo *Marxism and Media Studies*, Dan Schiller (2000) je na prelomu tisočletja objavil knjigo *Digital Capitalism*, v tem smislu bržkone prelomna pa je bila leto prej izdana Dyer-Witthfordova (1999) knjiga, naslovljena *Cyber-Marx*. Vsaj delno se je ta zasuk pričel kazati v poudarkih številnih avtorjev, ki izhajajo iz kulturnih študij, da je potrebno v analize vključiti razmerja moči, strukturni kontekst in kulturno dominacijo ter pristop s tem dopolnjevati z ugotovitvami politične ekonomije (glej Grossberg 2010; Biltreyst in Meers 2011, 421–424).

Kljub temu da je Hamelink (2010, VII) še pred nekaj leti v predgovoru zbornika, ki je k analizi odnosov med mediji in družbeno močjo izhajal iz perspektive politične ekonomije (glej Klaehn 2010), zapisal, da med mlajšo generacijo skorajda ne obstajajo več avtorji, ki bi jih bilo mogoče uvrstiti v ta pristop, je spregledal njegov vnovični vzpon, ki na primer vključuje raziskovalce iz Latinske Amerike (glej Bolaño, Mastrini in Sierra 2004; Becerra in Mastrini 2011; Mastrini in Becerra 2011) in Evrope. Poleg Klaehna, ki je uredil omenjeni zbornik, in vedno vplivnejšega pristopa kulturnih industrij (glej Hesmondhalgh 2007) so pomembni radikalni prispevki iz Evrope na primer prišli s strani skupine, ki jo je mogoče označiti za avstrijsko šolo kritične politične ekonomije komuniciranja (glej Prodnik 2012d). Čeprav gre za manjšo skupino mlajših avtoric in avtorjev, ki se je zbrala pod intelektualnim vodstvom Christiana Fuchsa (nanjo sta imela vpliv predvsem Wolfgang Hofkirchner, teoretik družbenih sistemov, in Manfred Knoche, politični ekonomist), je bila le-ta v zadnjih letih zelo aktivna, širila je tudi svoj mednarodni doseg.²⁹⁶ Skupina izhaja iz kritike politične ekonomije in nadgrajuje Marxov teoretični ter pojmovni aparat v skladu s spremembami v novih komunikacijskih tehnologijah. Raziskovalci delujejo v raziskovalni skupini *Unified Theory of Information*, ki med drugim izdaja kritično znanstveno revijo *tripleC: Communication, Capitalism and Critique*. Vanjo je poleg Fuchsa mogoče uvrstiti še Sandovalovo (2012; 2013), Sevignanija (Fuchs in Sevignani 2013), Allmerja (2012) in Kreilingerjevo.²⁹⁷ Začetki šole so v t. i. salzburškem pristopu k informacijskim in h komunikacijskim tehnologijam, ki se je razvijal v okviru raziskovalnega centra na Univerzi v Salzburgu (glej Hofkirchner in

Istanbulu leta 2011 je sekcija *politična ekonomija komuniciranja* na primer imela dvaindvajset dobro obiskanih panelov, v Dublinu dve leti kasneje šestindvajset. Tudi na komunikološki konferenci, naslovljeni *Critique, Democracy and Philosophy in 21st Century Information Society*, ki je potekala leta 2012 v švedski Uppsali in jo je organiziral Fuchs, je večina predstavitev izhajala iz političnoekonomske perspektive (predvsem marksistične).

²⁹⁶ Poleg publiciranja in organizacije konferenc je razlog za širitev mednarodnega dosega mogoče videti v dejstvu, da sta se Fuchs in Sandovalova sprva iz Avstrije preselila na Švedsko (Uppsala Univerzitet), nato pa v Veliko Britanijo – Fuchs na University of Westminster, Sandovalova na City University London.

²⁹⁷ Glej tudi prispevek, naslovljen *Critical Studies of Contemporary Informational Capitalism: The Perspective of Emerging Scholars*, ki sem ga napisal skupaj s Sevignanijem, Preyem, Sandovalovo, z Allmerjem in s Kreilingerjevo (2014) ter bo izšel v zborniku *Critique, Social Media, and the Information Society* (urednika Fuchs in Sandovalova).

drugi 2007). Posebej s Fuchsovimi (2008; 2011a) vplivnimi objavami se je kasneje del raziskovalcev iz Salzburga obrnil k marksizmu, ki so ga med drugim skupaj prenesli na vprašanja nadzora v informacijski družbi in konkretnije na internetu (glej Fuchs in drugi 2012; Allmer 2012; za recenziji glej Prodnik 2012c; 2012d).

Političnoekonomska analiza nadzorovanja s strani Fuchsa in ostalih (2012) je samo ena izmed številnih, ki so nastale od preloma tisočletja, skupaj pa nakazujejo občutno ekspanzijo področja. Zaradi tega je danes kljub predhodnim stopnjam zastoja mogoče govoriti o različni raziskovalni tradiciji (Wasko in Erickson 2009, 373), ki je utrdila svoj raziskovalni pomen in vpliv. Ožjemu preučevanju medijev in koncentracije v medijskih industrijah, ki je za raziskovalce v politični ekonomiji medijev še zmeraj pomembna (glej Bagdikian 2004; Thussu 2005; Schiffrin 2010; McChesney 2008; Downing 2011; Winseck 2011; McChesney in Nichols 2011), so se poleg analiz o povezanosti medijev z družbenimi razmerji moči (glej Curran 2002; Klaehn 2010) v tem času na primer pridružile številne kritične analize interneta kot najpomembnejše globalne informacijske in komunikacijske infrastrukture. Med analizami je najti splošnejše analize zgodovinskega razvoja in aktualne vloge, ki jo ima internet v družbi (glej D. Schiller 2000; Elmer 2002; Murphy 2002; Barbrook 2007; Fuchs 2008; 2011a; Bellamy Foster in McChesney 2011; Curran, Fenton in Freedman 2012; McChesney 2008, 16. pogl.; 2013), ter analize konkretnih primerov in pojavov na internetu ter svetovnem spletu. Oba danes že sama po sebi postajata pomembna nova prostora kapitalistične akumulacije (glej Fuchs 2011b), ne samo ključna tehnološka infrastruktura oziroma programska podlaga za delovanje kapitala širše.

Med relevantnimi tematikami so z internetom povezana že omenjena vprašanja zasebnosti, nadzora in ekonomije osebnih podatkov (glej Andrejevic 2007; 2012; Gandy 2011; Fuchs in drugi 2012; Allmer 2012), pri katerih se s pomočjo mehanizmov ekonomskega nadzora vzpostavljajo nove globoke družbene delitve, invazivnost teh posegov pa vse bolj narašča (glej Maxwell 2000; 2007; Gandy 2004; 2007). Vedno pomembnejše so analize posameznih prevladujočih platform, med drugim *Googla* (Fuchs 2011c) in *YouTuba* (Wasko in Erickson 2009) ali Googlovega patentiranega razvrščevalskega algoritma *PageRank* (Pasquinelli 2009). Te platforme so po eni strani zaradi oglaševalskih potreb povezane prav z nadzorom občinstev in njihovih aktivnosti, saj je nadzorovanje predpogoj njihove kategorizacije in segmentacije, ki sta zaradi potreb in zahtev oglaševalcev vse pomembnejši (glej Biltereyst in Meers 2011). Po drugi strani vodijo neposredno do vprašanj digitalnega dela in ustvarjalnosti občinstev, saj so le-ta ključni kreatorji vrednosti na številnih platformah *Spleta 2.0*, ki izkoriščajo delo svojih uporabnikov (glej Terranova 2000; 2004; 2013; Fuchs

2011b; Fuchs in Sevignani 2013; Scholz 2013). Razprave o digitalnem delu so se zaradi tega zblížale s tistimi o poblagovljenju občinstev (glej Bermejo 2009; Napoli 2010; Fuchs 2012a; Prodnik 2012a; Scholz 2013), ki jo je konec sedemdesetih sprožil Smythe (1977b).

Analize dela v politični ekonomiji komuniciranja v zadnjem desetletju niso bile osredotočene izključno na digitalna okolja ali na spletno delo uporabnikov, ampak so zaobjemale širše polje kreativnega in kognitivnega dela, vključno z delavci v medijskih in kulturnih industrijah (glej Hesmondhalgh 2007, 7. pogl). Primere takšnih analiz je najti v zborniku McKercherjeve in Mosca (2007; oba sta o tej temi tudi sama napisala več študij), ki vključuje analize kreativnega dela v filmski in časopisni industriji, najmanjše zunanjih sodelavcev (*outsourcing*), nematerialnega dela in naraščajoče prekarnosti, novih oblik sindikalnega združevanja, t. i. *kognitariata*, in tako dalje. Izhodišče teh študij je predvsem prehod iz fizičnega in manualnega dela v kognitivno oziroma intelektualno delo v kontekstih različnih sektorjev, poklicev in industrij. Eno prvih študij o tako imenovanem *kibertariatu* in *virtualnem delu* je iz perspektive marksističnega feminizma prispevala Huwsova (2003). Vendar z njim ni imela v mislih dela uporabnikov na spletu (kot velja za razprave o digitalnem delu), ampak predvsem neplačano delo žensk v sferi reprodukcije, ki se v sindikatih dvajsetega stoletja praviloma ni dojemalo kot »pravo« delo. Z vdorom poblagovljenja v sfero reprodukcije je po njenem mnenju mogoče govoriti o novih tipih neplačanega *potrošniškega dela*, ki je bilo poprej ločeno od kapitalistične ekonomije. Aktualne analize delovnih pogojev in globalne delitve dela iz perspektive politične ekonomije komuniciranja vključujejo pogosto spregledan izvor elektronskih naprav, ki so osnovni tehnični predpogoj za delovanje in uporabo komunikacijskih tehnologij ter tako imenovano digitalno revolucijo. Takšne so na primer analize delovnih razmer Applovih pogodbenih delavcev v podjetju Foxconn na Tajskem (glej Sandoval 2013).

Glede na dosedanje zgodovinske izkušnje ob vzponu novih komunikacijskih tehnologij (glej Mattelart 2000) ni presenetljivo, da so tudi vzpon kiberprostora in digitalnih omrežij spremljali miti in utopične vizije. Do takšnih, največkrat tehnodeterminističnih pristopov, je politična ekonomija močno kritična (Mosco 2004; Fisher 2010), čeprav je morda v njih predvsem potrebno zaznati želje po boljši in varnejši prihodnosti (a se možnost za spremembe s tehnologijo išče v napačnem *akterju*). V tem kontekstu je pomembno, da se je z digitalizacijo, ki je spremljala vzpon interneta, v zadnjih desetletjih že tako povečan pomen intelektualnih in avtorskih pravic še dodatno okrepil (glej Perelman 2002; Boyle 2008; May 2010; Frith in Marshall 2012). Pravna regulacija tega področja je tesno povezana z geopolitičnimi razmerji moči in odraža naraščajoči ekonomski pomen informacijskih ter

ostalnih oblik blaga, ki temeljijo na znanju in kognitivnem delu v (predvsem zahodnih) ekonomijah. Proliferacija intelektualnih pravic je ob tem sprožila gibanja, ki se borijo za drugačno pravno urejenost tega področja in v praksi nasprotujejo praksam ograjevanja znanja in informacij (glej Formenti 2005; Berry 2008; Södeberg 2008). Te razprave je mogoče nadalje umestiti v širše razprave o moralnih ekonomijah, skupnem in ekonomijah daru (glej Bollier 2002; Costanza-Chock 2007; Murdock 2011), ki so praktične alternative kapitalistični ureditvi teh področij.

Razvoj intelektualnega mednarodnega prava se pogosto dojema kot prvi pravi globalni pravni sistem. Z besedami Negrija in Hardta (2004, 29) gre za obliko (globalnega) Imperialnega prava, ki ga je mogoče povezati z novimi imperialnimi in s kolonialnimi praksami (glej Bettig 1996; Perelman 2002; Berry 2008, 49, 92; May 2010). To je le eden možnih vidikov v znova oživiljenih razpravah o kulturnem imperializmu, zgodovinski vlogi NWICO in novih oblikah odvisnosti (glej Bolaño in drugi 2004; Hesmondhalgh 2008b; Fuchs 2011a, 5. pogl.; Mattelart 2011; Nordenstreng 2013), ki so se v povezavi s komunikacijskimi tehnologijami pojavljale tudi v devetdesetih letih dvajsetega stoletja, na primer v razpravah o elektronskih imperijah (glej Thussu 1998b). Umestiti jih je mogoče v širši kontekst mednarodne (oziroma danes globalne) politične ekonomije komuniciranja (glej Thussu 2006, McChesney 2008, 14. pogl.), ki jo je prvi načrtoval Herbert Schiller.

Z utrjevanjem vladavine transnacionalnega kapitala ostaja globalna razsežnost komunikacij in komuniciranja ključnega pomena, saj so prav informacijske in komunikacijske tehnologije ključna infrastruktura, ki globalnemu kapitalu omogoča učinkovito delovanje (glej D. Schiller 2000). Analize, ki so bile osredotočene na mednarodno razsežnost teh tematik, so se v primeru zbornikov, ki so jih uredili Mosco in Dan Schiller (2001) ter Chakravarttyjeva in Zhaova (2008), osredinile na konkretne primere. Med drugim na značilnosti komunikacijskih sistemov posameznih držav v Severni in Latinski Ameriki ali v Afriki, na Kitajskem, v Indiji in v Rusiji. Umeščale so jih v kontekst globalnih komunikacij in kapitalizma ter jih navezovale na prostotržne sporazume, kot je NAFTA [*Severnoameriški sporazum o prosti trgovini*]. Številne analize iz področja mednarodne politične ekonomije komuniciranja je najti v reviji *Global Media and Communication*, ki jo ureja Daya K. Thussu.

Zgodovinskim analizam o vlogi NWICO, ki se je kot prva tovrstna pobuda kritično soočila z vprašanjem neenakosti v mednarodnem komuniciranju, so se med tem pridružile še druge zgodovinske analize kritičnih pristopov h komunikologiji (glej H. Hardt 2001; Bettig 2002; Curran 2004; Berry in Theobald 2006; Splichal 2006; McChesney 2007; Berry 2010; Babe 2009; 2011). Med kritičnimi zgodovinskimi analizami so nastale študije o razvoju

mednarodnih komunikacijskih sistemov (Mattelart 2000) ali z njimi povezanih zgodovinskih komunikacijskih imperijev med sredino devetnajstega in začetkom dvajsetega stoletja (glej Winseck in Pike 2007). Vsekakor zelo pomembni so aktualni procesi njihovega spreminjanja v transnacionalne korporacije in vzpostavljanje globalnih industrij (glej Thussu 1998b; 2005; 2006; Yong Jin 2008).

Ostale aktualne tematike na področju politične ekonomije komuniciranja vključujejo industrije računalniških iger, ki jih Dyer-Witthford in de Peuter (2009) s pomočjo pojmovnega aparata Negrija in Hardta opredeljujeta kot medije Imperija, vlogo oglaševanja in kulturnih industrij pri kapitalistični akumulaciji (glej Jhally 2006), televizijskih občinstev (Meehan 2005), filmske industrije, posebej Hollywooda (Wasko 2003), in tako dalje. Morda je najboljši prikaz aktualne živahnosti raziskovalnega polja zaslediti v številnih zbornikih, ki se iz perspektive politične ekonomije lotevajo močno raznolikih tematik. Poleg zgoraj že omenjenjenih je potrebno izpostaviti vsaj še zbornik urednikov Calabreseja in Sparksa z naslovom *Toward a Political Economy of Culture* (2004), zbornik *Media in the Age of Marketization*, ki sta ga uredila Murdock in Waskova (2007), zbornik *The Political Economies of Media*, ki sta ga uredila Winseck in Yong Jin (2011), in zbornik *Digital Labour*, ki ga je uredil Scholz (2013). V letu 2014 bo v uredništvu Fuchsa in Sandovalove (2014) izšel zbornik *Critique, Social Media, and the Information Society*, ki bo vključeval prispevke Murdocka, Andrejevice, McKercherjeve, Feenbergga, Dyer-Witthforda, Dahlgrena, Mosca in drugih. Zagotovo je izmed vseh za področje politične ekonomije komuniciranja najpomembnejši prvi priročnik, ki je leta 2011 izšel v sodelovanju s političnoekonomsko sekcijo *Mednarodne zveze za raziskovanje medijev in komuniciranja* (IAMCR), uredili pa so ga Waskova, Murdock in Sousa (2011a). S šestindvajsetimi prispevki namreč pokriva obsežni nabor tematik, ki so trenutno aktualne med najpomembnejšimi raziskovalci te raziskovalne tradicije, s tem pa podaja zelo dober splošni pregled njene nadaljnje raziskovalne vitalnosti.

Kljub parcialnosti pregleda aktualnih tematik na področju politične ekonomije komuniciranja, ki se gibljejo med konkretnimi analizami in abstraktnjšimi teorijami, med prikazi zgodovinskih strukturnih premikov in aktualnejšimi temami ter med institucijami na eni strani in procesi na drugi, že samo ta kratek prikaz dovolj dobro priča o trenutni živahnosti področja, ki se je v zadnjem desetletju prenovilo in razširilo. Ob tem ne gre pozabiti na naraščajoče zanimanje za »tradicionalne« tematike politične ekonomije komuniciranja, in sicer s strani številnih drugih kritičnih in radikalnih pristopov, ki jih avtorji sami sicer ne bi umeščali v polje kritične komunikologije. Na potencial za širitev tako politične ekonomije komuniciranja izven področja, ki ga je tradicionalno pokrivala komunikologija, kot za širitev

kritične teorije na področje komuniciranja je že v sredini devetdesetih let dvajsetega stoletja opozarjal Dan Schiller (1996, VII; prim. 1994, 359; 2007, 25–27; Fuchs 2011a), ko je zapisal, da se je potencial komunikologije zblížal z »analizo in s kritiko celotne družbe,« zaradi česar preučevanje komuniciranja ne more več vključevati le vprašanj, povezanih z mediji.

Komuniciranje je skupaj s komunikacijskimi sistemi postalo pomembni del blagovne menjave in konstitutivni del obstoječe razvojne stopnje kapitalizma, na kar so se s analizo družbenih posledic odzvali številni kritični teoretiki. Med prvimi Dan Schiller (2000) s pojmom *digitalnega kapitalizma*, ki označuje svetovni sistem elektronske informacijske arhitekture, digitalnih omrežij in podrejanje te tehnološke infrastrukture elektronskemu blagovnemu prometu ter finančnim tokovom. Po njegovem mnenju digitalna omrežja neposredno lajšajo, pospešujejo in posplošujejo širjenje kapitalizma kot nikoli poprej, saj je neoliberalna svoboda skoraj brez omejitev vodila v to, da so bila oblikovana v orodja korporacij. Vendar pomen teh premikov je postal posebej očiten v teorijah, ki zaznavajo, da je pričel kapital pri ekstrakciji presežne vrednosti izkoriščati samo človeško sposobnost za komuniciranje, proizvodnjo znanja kot takšnega ter zmožnost za družbeno sodelovanje in participacijo (glej Agamben 2000, 109–120; Gorz 2010). Postoperaisti so za to uporabljali izraz *družba kot tovarna* (glej Terranova 2000; 2004; 2010; Marazzi 2008; Gorz 2010; Fumagalli in Mezzadra 2010), Deanova (2008) pojem *komunikacijskega kapitalizma*, Virno pa zaradi ontološke opredelitve kar *biolingvistični kapitalizem* (2007; 2009) (glej poglavje 3.5.1; Prodnik 2012a). Ti pristopi kažejo na izjemno aktualnost politične ekonomije komuniciranja in na potrebo po nadaljnjem razvoju tega pristopa v prihodnje, pri čemer mora le-ta v svoje analize vključevati čim več relevantnih tematik in raziskovalnih področij.

5 Sklep

»Vsaka družbena institucija se opira na skupno in je opredeljena s skupnim, na katerega se zanaša, ga zbira in ustvarja.«

Negri in Hardt (2010, 151)

Pristop politične ekonomije komuniciranja je v zadnjih desetletjih pridobival na pomenu zaradi naraščajočega pomena informacij, komunikacij in kulture v kapitalistični akumulaciji ter proizvodnji. Danes njegove razlage postajajo ključnega pomena za razumevanje družbene realnosti in odnosov, ki so njen sestavni del. Kot sem razložil skozi disertacijo, se je z vzponom novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij, z izjemno širitvijo komunikacije skozi celotno družbo in z omenjenim naraščajočim pomenom kulture ter informacij, doseg politične ekonomije komuniciranja pričel širiti onkraj meja, ki jih je pristop tradicionalno pokrival v preteklosti. Disertacijo je v tem pogledu mogoče razumeti kot poziv k nadaljnji širitvi te komunikološke raziskovalne tradicije. Pri tem je nujno, da se te procese in njihove posledice dialektično umešča v družbeno totaliteto, pri čemer pa politična ekonomija komuniciranja ne sme pozabiti na svoje prvotno poslanstvo, torej na ožjo osredotočenost na medije in komunikacijske sisteme. Natančno razumevanje teh tematik z vsemi posebnostmi, ki so njihov del, je namreč temeljnega pomena za demokratičnost družb.

V disertaciji sem poskušal prispevati k širitvi kritične teoretske moči politične ekonomije komuniciranja, ki jo ima ta pristop glede na zgodovinski razvoj že od svojih začetkov. Prizadeval sem si pokazati, kakšno pojasnjevalno moč ima pri razumevanju družbe v obstoječi zgodovinski dobi. Ker je na teoretski ravni v slovenskem raziskovalnem prostoru bilo do sedaj objavljenih relativno malo razprav, namenjenih znanstvenemu utemeljevanju te raziskovalne tradicije, je pomembni izvorni prispevek disertacije mogoče videti v utemeljevanju raziskovalnega pomena tega temeljnega komunikološkega pristopa. Služi lahko tudi kot morebitna pobuda (in spodbuda) za izgrajevanje raziskovalnega področja v lokalnem raziskovalnem prostoru v prihodnosti.

Moje teoretsko utemeljevanje politične ekonomije komuniciranja je poleg temeljne opredelitve vključevalo analizo zgodovinskega razvoja tega pristopa. S tem disertacija ni prispevala le k razumevanju in nadaljnjemu izgrajevanju raziskovalnega področja, ampak je z zgodovinskim očrtom izvirno navezovala njegov razvoj na konkretni politični, ekonomski, tehnološki in družbeni kontekst, v katerem so raziskovali njegovi ključni avtorji. Zgodovino

pristopa sem pri tem razdelil na pet ločenih razvojnih stopenj in podal očrt aktualnih raziskovalnih tematik (poglavje 4.3). V povezavi z drugim pomembnim komunikološkim pristopom – s kulturnimi študijami – sem v disertaciji nakazal, zakaj bi lahko šlo za komplementarna pristopa (zgodovinsko izhajata iz enakih izhodišč, saj sta bila oba usmerjena v kritiko kapitalizma) in zakaj je združevanje njunih analiz kljub temu zelo težavno.

Omenjena širitev komunikacije skozi družbo med drugim nakazuje izjemno obsežno intenzivno in ekstenzivno poblagovljenje, pri katerem gre za enega osrednjih procesov, ki jih analizira političnoekonomski komunikološki pristop. V disertaciji sem zaradi tega podal podrobno utemeljitev tega procesa in izpostavil številne posledice, ki jih povzroča invazivna širitev poblagovljenja. Med drugim prihaja do prevlade menjalne vrednosti, do vzpostavljanja ekvivalence med rečmi, ki med seboj sicer niso enake, in do prevladujočega vpliva instrumentalne racionalnosti. Proces poblagovljenja je ob tem sila individualizacije in objektivizacije subjektov. Na področjih, ki so mu bila podrejena, pomembno omejuje načrtno upravljanje z družbo. Niso namreč posamezniki tisti, ki nadzorujejo blaga in blagovno menjavo na trgu, ampak je trg praviloma tisti, ki nadzoruje njih. Ob tem velja omeniti, da izhajanje iz analize blagovne forme omogoča posebni pristop k preučevanju ideologije kot realno obstoječega stvarnega zastora, ki temelji v Marxovi teoriji fetišizma. V tem pristopu k ideologiji (poglavje 3.2.6) je reprodukcija prevladujoče ideologije v družbi v prvi vrsti nenamerna posledica blagovne menjave (zato, ker kultura in medijska sporočila postanejo blago). Poblagovljenje se z vzponom modernega oglaševanja konec devetnajstega stoletja ob tem razširi tudi na občinstva, ki so ključni proizvod *Industrij zavesti*, kot je te institucije, ki so se mu zdele ključnega pomena za obstoj in ohranjanje korporativnega kapitalizma, imenoval Smythe (v disertaciji razpravo o njegovem pristopu, ki je osredotočen na materialno raven, nadaljujem v poglavju 4.3.3).

Disertacija k dodatnemu razumevanju procesov poblagovljenja v družbi prispeva z vpeljavo pojma *pronicaočega poblagovljenja* (poglavje 3.4.4). Z njim nakazujem, da je s kolonizacijo kapitala na dele družbe in človeških življenj prišlo do občutnega kvalitativnega preskoka v možnostih za širitev poblagovljenja. Razlog je v dejstvu, da so vsi deli družbe in naših vsakdanjih življenj postali povezani z novimi komunikacijskimi tehnologijami in prežeti s komuniciranjem, ki se »pretaka« skozi vse mogoče kotičke, pri čemer je komunikacijski proces v svoji celoti postal poblagovljen. Zaradi pretočnosti komuniciranja, ki pogosto ne pozna klasičnih meja ali morebitnih »fizičnih« omejitev, lahko ob tem prihaja do pronicanja poblagovljenja v vse pore družbe in človeških življenj. To se odraža predvsem v poblagovljenju raznolikih vrst (pogosto povsem zasebnih) informacij, v dokončni

transformaciji javnega diskurza in celo (pol)zasebnega sporočanja v primarno komercialni diskurz, v poblagovljenju številnih poprej javno dostopnih informacij in tako dalje.

Nedvomno bi bilo potrebno podrobneje preučiti tezo, ki sem jo v odseku o *pronicaočem poblagovljenju* le nakazal. Namreč, da je vseobsegajoča mediatizacija, ki smo ji priča, v resnici le drugo ime za intenzivno poblagovljenje. Že za Deborda (1999, 2. pogl.) je bil spektakel v resnici le drugo ime za blago, ki je doseglo popolno kolonizacijo družbe. Po njegovem mnenju v njej zaradi tega ni bilo mogoče več videti ničesar drugega kot blago. Kot sem omenjal, je do podobne ugotovitve o mediatizaciji, kot sem jo predpostavil sam, prišel Mosco (2004, 156–157). Digitalizacijo je neposredno povezal s širitvijo blagovne forme in z možnostmi za poblagovljenje novih sfer življenja. V prispevku, ki bo uradno izšel v naslednjem letu, je v kritiki afirmativnih in pogosto evforičnih zapisov o *življenju skozi medije* do še podobnejšega sklepa prišel Murdock. Po njegovem mnenju je v kritiziranih zapisih namreč pogosto pozabljeno, da pri »naraščajoči mediatizaciji vsakdanjega življenja ne gre za abstraktni premik. Je del splošnega in zelo konkretnega procesa zaostrenega vključevanja v blagovno kulturo.« (Murdock 2014, 140)

Kljub temu da disertacija po obsegu ne spada med krajše, je tovrstnih vprašanj, tematik in področij, za katere si želim, da bi jim lahko posvetil več časa in prostora ter jih še podrobneje preučil, še precej. V resnici je seveda vsako izmed obravnavanih tematik (skoraj zmeraj) mogoče predstaviti še natančneje; pričujoča disertacija pri tem ni izjema. Ko sem pričel raziskovati obravnavano področje in z njim povezane tematike, sem se zavedal obsega vprašanj, ki sem jih nameraval preučevati. Temu izhodiščnemu zavedanju navkljub sem podcenil razsežnost in pogosto kompleksnost predmeta preučevanja ter določenih tematik, ki sem jih sprva nameraval obravnavati podrobneje. Nekatera področja so mi ob tem zaradi kompleksnosti vzela več časa in prostora, kot sem sprva načrtoval.

Med takšne tematike, ki sem jim sprva nameraval obravnavati podrobneje, spada političnoekonomska obravnava občinstev, ki je v osrednjem toku komunikologije v najslabšem primeru povsem ignorirana, v najboljšem pa »samo« dezinterpretirana (glej Biltereyst in Meers 2011). Pojmovanja občinstev v disertaciji v resnici nisem povsem zanemaril, saj sem mu (vsaj posredno) posvetil precej prostora; vendar je njihova obravnava bolj fragmentirana in manj koherentna, kot sem želel samem v izhodišču. Najpodrobneje se s to tematiko ukvarjam v poglavju 4.3.3, kjer obravnavam Smythovo preusmeritev razprav v politični ekonomiji komuniciranja na povsem novo področje, in sicer s tezo o poblagovljenju občinstev. Povsem možno je, da mi v kontekstu tega poglavja ni uspelo dovolj podrobno pojasniti razlogov za pogoste dezinterpretacije tega pristopa pri obravnavi občinstev. To se

morda najočitneje vidi v nerazumevanju, da lahko prav aktivnost in angažiranost občinstev, ki je z digitalizacijo postala pravilo, vodi v njihovo objektivizacijo, eksploatacijo, poblagovljenje in posledično menjavo na trgu (tudi če občinstva sama tega nočejo ali samo ne vedo).

Ob tem bi zagotovo bila pomembna bolj poglobljena obravnava pojmovanja občinstev, in sicer v kontekstu novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij ter digitalizacije, ki na ravni političnoekonomske analize nakazujejo tako kontinuiteto kot diskontinuiteto, tesno pa so povezana s pojmovanjem *družbe kot tovarne* (poglavje 3.5.1; glej tudi Prodnik 2012a). Prav z vprašanji, povezanimi z internetom, sem se sprva nameraval ukvarjati podrobneje, vendar sem se tekom raziskovanja odločil, da je pomembnejša podrobna teoretska utemeljitev področja in njegovi zgodovinski temelji. Podobno kot v primeru občinstev to ne pomeni, da sem pomen interneta ignoriral, vsekakor pa drži, da sem ga v prvi vrsti obravnaval v okviru splošnejšega razvoja in vzpona novih tehnologij ter »informacijske družbe«, ki je bil spodbujen predvsem s političnimi posegi. Ob tem drži, da v primeru interneta številni politični ekonomisti ne vidijo tako radikalnega preloma s preteklostjo, kot si želijo optimistični avtorji (glej D. Schiller 2000; Elmer 2002; Fisher 2010; Fuchs 2011a; 2011b; McChesney 2013). Čeprav ni dvoma, da je prinesel povsem nove možnosti komuniciranja in političnega delovanja, njegov pomembni sestavni del ostajajo izjemne pristranosti, ki odražajo predvsem omejitve, izhajajoče iz širše družbe (glej Oblak in Prodnik 2012). Poleg tega je ob vseh emancipatornih možnostih omogočil tudi povsem nove oblike izjemno invazivnega nadzora, poblagovljenja in izkoriščanja, obstoječe asimetrije in družbene razlike pa se zaradi nove tehnologije (podobno, kot je veljalo za nove komunikacijske tehnologije v preteklosti /prim. Czitrom 1982/) prav tako niso zmanjšale.

Posledice vse intenzivnejšega poblagovljenja, katerega sestavni del je med drugim že omenjeno podrejanje vsega menjalni vrednosti, nikakor niso zanemarljive. Ravno nasprotno: kakršna koli neodvisnost uporabne vrednosti postane na teh področjih zmanjšana na minimum ali celo odpravljena. Na področju, ki mu vlada kapitalistična blagovna menjava, je namreč vsaka reč, dobrina, proces ali storitev, ki nima menjalne vrednosti, nepomembna, nepotrebna in v ekonomski perspektivi *dejansko* »ničvredna« (tj. vredna nič). Temu ni tako zaradi morebitne »zarote« kapitala, ampak zato, ker kapital *ne more* delovati drugače, kot da proizvaja reči zaradi njihove menjalne vrednosti (ki se »dokazuje« na trgu), pri čemer je končni cilj delovanja nujno profit. To je še posebej problematično v primeru informacij, komunikacij, kulture ali drugih primarno simbolnih dobrin, ki jih ni mogoče dojemati preprosto kot *še eno vrsto blaga*. Gre namreč za temeljne in nujne sestavine tega, kako dojemamo družbeno realnost in kako zagotavljamo svobodne ter demokratične družbe. Za

družbo pomembne in celo nujne dobrine ter reči pa v primeru prevladujočega pomena menjalne vrednosti pogosto preprosto *niso in ne morejo* biti ekonomsko opravičljive.

Manj prostora, kot sem hotel, sem posvetil prav ravni političnega in političnih odnosov, ki jo analitično razločujem od političnoekonomske družbene ureditve. Nobenega dvoma ni, da je ta raven ključnega pomena za to, kako so urejene družbe in kakšne svoboščine omogočajo svojim članicam in članom. Demokracija, komuniciranje in komunikacijski sistemi so ob tem izjemno tesno povezani (glej mdr. Splichal 1993; Dewey 1999; H. Hardt 2004, 71 idr.). Raven političnoekonomske analize ob tem dojemam kot temeljnejšo (vendar zaradi tega ne nujno *pomembnejšo*) od politične ravni, saj močno omejuje, kaj je na ravni političnega v določenem kontekstu sploh mogoče (kar istočasno *ne* pomeni, da proizvodnih odnosov s političnimi posegi na primer ni mogoče spreminjati). Pomembno se mi zdi, da se tudi v tem primeru misli dialektično in išče povezave ter protislovja, ki so del družbenih odnosov.

Težava predpostavk o svoboščinah in človekovih pravicah, ki so pogosto utemeljene v meščanskih liberalnih teorijah, je v brezbriznosti do omejitev, ki se vzpostavljajo že na ravni proizvodnih odnosov. Teoretične »želje« in normativne predpostavke s tem trčijo ob materialno realnost, ko prične ena vrsta svobode močno omejevati ali celo onemogočati druge vrste svobode (s tem pa tudi pravice). Kot je zapisal že Marx (1984, 90–94), je eno vrsto svobode zmotno postavljati kot merilo in normo ostalim vrstam. To namreč sproži »netolerantnost ene vrste svobode, ki je pripravljena druge prenašati samo, če se odpovedo samim sebi in se razglasijo za njene vazale.« (prav tam, 92) V primeru kapitalizma je ta »svoboda«, ki vse preoblikuje po svoji podobi, ekonomska svoboda neomejenega zasebnega lastništva in neskončne akumulacije, ki na globalni ravni vzpostavljata že komaj predstavljive razlike. V disertaciji (posebej v poglavju 3.2.6) sem razložil, da konec devetnajstega stoletja (z vzponom modernih množičnih medijev, modernega oglaševanja in odpravljanjem politične cenzure) kljub nasprotnim pričakovanjem ni prinesel celovite odprave cenzure. Dokončna podreditev medijev in komunikacijske sfere kapitalu je morda celo učinkoviteje prispevala k pozitivni vlogi medijev pri konsolidaciji obstoječe družbene ureditve in izjemnih neenakosti, ki so njen sestavni del. Sile kapitalističnega trga so postale tiste, ki so uveljavile tisk kot orodje družbenega nadzora (Curran 2002, 81).

Splichal (1993, 9–10) je z izhodišči v zgoraj omenjeni Marxovi razdelitvi razložil med mentalno in materialno cenzuro, pri čemer obe močno omejujeta širino javnega diskurza. Ključna razlika med njima je, da gre v primeru mentalne cenzure praviloma za *konkretno in individualno nesvobodo*, največkrat vsiljeno s strani absoluta, zaradi česar jo je v nasprotju z materialno cenzuro, ki je *abstraktna in splošna nesvoboda* (utemeljena v komercialnih

interesih in ekonomskih zakonitostih kapitalizma), lažje prepoznati, saj je precej neposrednejša. Materialna cenzura je bolj prikrita, netransparentna in manj javna, kar še posebej drži danes, ko izhaja iz načel prevladujočega proizvodnega načina (tj. kapitalistične blagovne proizvodnje). Po Splichalu (prav tam) obe obliki cenzure ostajata pomembni, vendar se v drugačni obliki vzpostavljata kot načina posredne cenzure in prikritega prepričevanja.

Osnovne človekove pravice in svoboščine morajo zato nujno biti utemeljene in izhajati iz materialne ravni. V nasprotnem primeru se lahko zgodi, da ostanejo le na ravni »zakonodajnih idej«, zaradi česar so ta načela lahko v svojih rezultatih kljub morebitnemu drugačnemu namenu celo obrnjena na glavo. Deklarirani cilji liberalnih teorij so prav zaradi teh razlogov pogosto v protislovju s praktično realizacijo lastnih ciljev (prim. Splichal 1981, 103; 2002, 124–126). Le težka bi na primer dvomili, da v najrazvitejši kapitalistični državi na svetu liberalne pravice svobode govora in tiska niso *formalno* zagotovljene. Vendar McChesney (2008, 426) temu navkljub odločno poudarja, da so »mediji v Združenih državah Amerike postali pomembna protidemokratska sila. Bogatejši in vplivnejši so postali korporativni medijski velikani, skromnejši so postali obeti za participativno demokracijo.« Podobnega mnenja je bil Hanno Hardt (2004, 48), za katerega so »mediji postali del korporativnega področja v ameriški družbi, ki spreminja ekonomsko gospostvo v politično oblast. Na ta način mediji dajejo obliko zavedanju in pomagajo krepiti dominantno korporativno ideologijo, ki postane prevladujoča politična ideologija.« Je res mogoče predpostavljati, da je svoboda govora zagotovljena, če je celotni komunikacijski proces bil spremenjen v veliko in svetovno povezano blagovno verigo, ki vključuje proizvodnjo, vsebine, infrastrukturo in celo sama občinstva? Je o njej mogoče govoriti v okvirih medijskih, kulturnih in informacijskih industrij, v katerih je »kreativno, intelektualno delo pretvorjeno v množično proizvodnjo, medtem ko so individualne ideje podvržene ideološkemu nadzoru, da se prilagodijo zahtevam trga, kjer sta predvidljivost in ponavljanje ključni za komercialni uspeh«? (prav tam) V času, ko se na teh področjih vzpostavljajo monopoli ali pa so te industrije vključene v ogromne kapitalistične konglomerate (glej McChesney 2008; Yong Jin 2008; Winseck 2011)? V kontekstu, v katerem so javnosti v množični družbi postale »zgozlj medijska tržišča: vsi tisti, izpostavljeni vsebinam danih množičnih medijev,« ki ga je že pred več kot pol stoletja izpostavil Mills (1956/2000, 304)? Ne zdi se, da bi na tem področju prišlo do bistvenih sprememb, ki bi odpravile ta ekonomistični redukcionizem, ki se izvaja v vsakdanjih praksah in izraža v kompleksnih strukturnih vplivih na demokratičnost družb.

V skladu z zahtevami, izhajajočimi iz poziva po *Novi svetovni informacijski in komunikacijski ureditvi* (NWICO) (obravnaval sem ga v poglavju 4.3.2), je potrebno med

človekove pravice umestiti pravice do komuniciranja, svobode tiska, izražanja in informacij (glej Osolnik 2005, Thussu 2005; 2006). Ta poziv je – v nasprotju s tradicionalnim razumevanjem teh svoboščin, ki so bile v praktični izvedbi kvečjemu svoboda do poglobljenja omenjenih področij – predpostavil potrebo po demokratizaciji komunikacij, ki temelji v nujnosti temeljnih družbenoekonomskih ter kulturnih pravic. Demokratizacija tega področja pa nedvomno potrebuje širšo demokratizacijo družbe kot takšne. Splichal je v tem kontekstu z opiranjem na Millsovo (1956/2000, 303–304) opredelitev javnega komuniciranja (kot nasprotja množičnega komuniciranja) celovito predpostavil, da le-to potrebuje »opustitev neenake distribucije družbenega bogastva, centraliziranih in birokratskih upravljaljskih sistemov, političnih in ekonomskih omejitev pravic in svoboščin kot tudi razvoj novih komunikacijskih tehnologij, znanja in kritične zavesti.« (Splichal 1993, 8–9)

Ti premisleki so temeljnega pomena, ko govorimo o kakršnih koli pravicah in svoboščinah. Dojemanje svobode govora, ki je dojeta kot individualna svoboda, povezana z zasebnolastninsko pravico, namreč ni pravica človeka, gibanja, dela družbe ali skupnosti, da bi imeli dostop do javne sfere ter da bi bili informirani. Gre kvečjemu za privilegij. Je pravica lastnika do upravljanja z lastnino in svoboda do profitabilnega govora, javni diskurz pa je povsem podrejen načelom kapitalističnega trga. Svoboda govora, ki je ob tem dojeta celo le kot individualna svoboda, ni pravica, če jo lahko izkoristijo le redki, če obstajajo izjemne razlike v možnosti informiranosti, in če podrejeni s svojimi mnenji (ne glede na to, kako dobro so argumentirana) izjemno težko vstopajo v javno sfero, istočasno pa so se prisiljeni boriti za vsakodnevni obstoj. Osrednja značilnost dejanskega dostopa do javne sfere namreč je, da omogoči vidnost in slišnost javnosti(m), svoboda govora pa je zaradi tega v resnici samo prepogosto neuresničena *možnost*. Dejstvo, da nekdo lahko govori, še ne pomeni, da ga bo kdo dejansko slišal, kaj šele uslišal. Ostrina te težave se je posebej očitno pokazala v aktualnih okoliščinah v globalnem kontekstu: čeprav so mnenja marginaliziranih prek vstaj pogosto izražena odločno, glasno in organizirano, nimajo velikega vpliva na končne politične odločitve, pogosto pa zahteve niso niti javno predstavljene. Ta tendenca vodi v potrjevanje teze, da se gibljemo v obdobje postdemokracije, kot je obstoječo politično ureditev imenoval Crouch (2004; prim. Negri in Hardt 2010, 227). Celo relativna uspešnost pozivov in zahtev po spremembah na nacionalni ravni je zaradi vzpostavitve globalnega imperialnega vladovanja (Negri in Hardt 2009; 2010) zato dodatno omejena. S tem prehodom se vzpostavlja privilegirana oligarhija moči in dodatno zaostreni hierarhični odnosi med različnimi akterji in institucijami, ki delujejo izven nacionalnih meja in imajo pogosto zelo nizko demokratično legitimnost pri svojem vplivu na politične odločitve.

Pomembno je, da delovanje medijskih, informacijskih in kulturnih industrij ni bilo preprosto ustvarjeno s strani širšega političnoekonomskega sistema, ampak je šlo za dialektični odnos: zaradi izjemnega družbenega pomena te institucije same v veliki meri prispevajo k izoblikovanju širše politične ekonomije in načel, po katerih le-ta deluje (prim. McChesney 2008, 492). Komuniciranje je tudi zaradi tega razloga po mnenju McChesneya (2008, 499) osrednjega pomena za politično ekonomijo *celotne družbe*, saj vpliva na to, kdo bo usmerjal njeno delovanje: ljudje ali korporacije, javni interes ali zasebni profit. K temu avtor dodaja: »Nihče več ne misli, da je medijska reforma vprašanje, ki bi ga razrešili "po revoluciji". Vsi razumejo, da brez medijske reforme ne bo revolucije.« (prav tam) Z revolucijo ima v mislih humanejšo družbo, v kateri ne bo tako globokih ekonomskih razlik, da celo v najbogatejših družbah obstaja veliko ljudi, ki živijo na robu obstoja, bogastvo pa je izjemno nakopičeno v rokah najožje manjšine.

Splichal (1993, 11–12) poudarja, da morajo za izpolnitev družbene in individualne pravice do komuniciranja ter za celovito demokratizacijo družbenih odnosov biti komunikacije urejene kot oblika *javnega dobrega*. To pomeni, da jih ne urejajo in nadzorujejo partikularni interesi (zasebni ali državni), ampak družba kot celota. Te institucije morajo torej biti *podružbljene*, kjer gre za »proces reapropriacije splošnih komunikacijskih zmožnosti in sredstev s strani ljudi v demokratičnih družbah.« (prav tam, 13) To je odprti proces, ki ga ne usmerja država, ampak ljudje sami, rezultati pa niti niso vnaprej znani niti niso doseženi enkrat za vselej. Proces podružbljenja je prvi in še zdaleč ne edini korak. Pri tem ni ključnega pomena samo število aktivno sodelujočih v komunikacijskih procesih, temveč ustvarjanje in širjenje družbene podlage, ki bi v te procese celovito omogočila vključevanje sicer izključenih skupin in delov družbe (prav tam, 12).

Sam sem se s temi vprašanji v disertaciji soočil v okviru razprave o moralnih ekonomijah, kamor sem vključil pojmovanje skupnega (poglavje 4.1.5). Prav prek slednjega se odpira ena izmed možnosti za premisleke, ki gredo onkraj binarne opozicije privatizacije in poddržavljenja.²⁹⁸ Za razliko od državne lastnine, ki lahko podpira delovanje kapitalističnega trga, gre skupno namreč nujno onkraj njega (Macpherson 1973, 124). Ta pojem je zato mogoče opredeliti kot praktično alternativo tendenci kapitala po poblagovljenju vsega. Ob tem pri opredeljevanju skupnega ne sme iti izključno za izolirano političnoekonomsko vprašanje, ampak za temeljno vprašanje, kako v družbi dojemamo, opredeljujemo in izvajamo demokracijo, ki je nikoli končani *proces* in ne *stanje*.

²⁹⁸ Glej med drugim Macpherson (1973, 6. pogl.), Mosco (1989, 24), Negri (2008, 4. pogl.), Negri in Hardt (2009; 2010), Murdock (2011), Hands (2011), Prodnik (2011a).

6 Literatura

Adorno, Theodor Wiesegrund. 1945. A Social Critique of Radio Music. *The Kenyon Review* 7 (2): 208–217.

— — — 1991/2001. *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. London, New York: Routledge.

Adorno, Theodor Wiesegrund in Max Horkheimer. 2002. *Dialektika razsvetljenstva*. Ljubljana: Studia Humanitatis.

Agamben, Giorgio. 2000. *Means Without Ends: Notes on Politics*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.

— — — 2004. *The Open: Man and Animal*. Stanford: Stanford University Press.

Allmer, Thomas. 2012. *Towards a Critical Theory of Surveillance in Informational Capitalism*. Frankfurt am Main, Berlin, New York, Oxford [...]: Peter Lang.

Althusser, Louis. 2000. *Izbrani spisi*. Ljubljana: Založba /*cf.

Amin, Samir. 2009. *Evrocentrizem: kritika neke ideologije*. Ljubljana: Sophia.

Amon, Smilja. 1996. *Tisk in politika v Jugoslaviji (1918–1941)*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

— — — 2004. Obdobja razvoja slovenskega novinarstva. V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri: znanstveni zbornik ob 40. obletnici študija novinarstva na Slovenskem*, ur. Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, 53–68. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Amon, Smilja in Karmen Erjavec. 2011. *Slovensko časopisno izročilo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Anderson, Benedict. 2007. *Zamišljene skupnosti: o izvoru in širjenju nacionalizma*. (Nova, razširjena izdaja.) Ljubljana: Studia Humanitas.

Andrejevic, Mark. 2007. *iSpy: Surveillance and Power in the Interactive Era*. Lawrence: University Press of Kansas.

— — — 2012. Exploitation in the Data Mine. V *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*, ur. Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund in Marisol Sandoval, 71–88. New York, London: Routledge.

Archer, Margaret, Roy Bhaskar, Andrew Collier, Tony Lawson in Alan Norrie. 1998. *Critical Realism: Essential Readings*. London, New York: Routledge.

Arditi, David. 2012. Disciplining the Consumer: File-Sharers under the Watchful Eye of the Music Industry. V *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*, ur. Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund in Marisol Sandoval, 170–186. New York, London: Routledge.

Arendt, Hannah. 1958/1998. *The Human Condition*. Chicago: The University of Chicago Press.

— — — 1996. *Vita Activa*. Ljubljana: Krtina.

Aristotel. 2010. *Politika*. Ljubljana: GV Založba.

- Arrighi, Giovanni. 2009. *Dolgo dvajseto stoletje: Kapitalizem, denar in moč*. Ljubljana: Založba Sophia.
- Artz, Lee, Steve Macek in Dana L. Cloud, ur. 2006. *Marxism and Communication Studies: The Point Is to Change It*. New York, Washington: Peter Lang.
- Aufermann, Jörg. 1973. Werbung, Presse und manipulierte Öffentlichkeit. V *Gesellschaftliche Kommunikation und Information: Forschungsrichtungen und Problemstellungen, Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation, Band II*, ur. Jörg Aufermann, Hans Bohrmann in Rolf Sülzer, 544–570. Frankfurt am Main: Athenäum Verlag.
- Babe, Robert E. 1993. Communication: Blindspot of Western Economics. V *Illuminating the Blindspots: Essays Honoring Dallas W. Smythe*, ur. Janet Wasko, Vincent Mosco in Manjunath Pendakur, 15–39. New Jersey: Ablex.
- – – 2009. *Cultural Studies and Political Economy: Toward a New Integration*. Lanham, Boulder, New York: Lexington Books.
- – – 2011. Theodor Adorno and Dallas Smythe: Culture Industry/Consciousness Industry and the Political Economy of Media and Communication. V *Revisiting Frankfurt School: Essays on culture, media and theory*, ur. David Berry, 91–116. Farnham, Burlington: Ashgate.
- Bagdikian, Ben H. 2004. *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Baker, Edwin C. 1994. *Advertising and a Democratic Press*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Baldasty, Gerald J. 1993. The Rise of News as a Commodity: Business Imperatives and the Press in the Nineteenth Century. V *Ruthless Criticism: New Perspectives in U. S. Communication History*, ur. William S. Solomon in Robert W. McChesney, 98–122. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Balibar, Étienne. 2002. *Marxova filozofija*. Ljubljana: Krtina.
- Baran, Paul A. in Paul M. Sweezy. 1966. *Monopoly Capital: An Essay on the American Economic and Social Order*. New York: Monthly Review Press.
- Barbalet, Jack M. 1983. *Marx's Construction of Social Theory*. London, Boston [...]: Routledge & Kegan Paul.
- Barbrook, Richard. 2007. *Imaginary Futures: From Thinking Machines to the Global Village*. London: Pluto Press.
- Bašić-Hrvatín, Sandra, Lenart J. Kučić in Brankica Petkovič, ur. 2004. *Medijsko lastništvo: vpliv lastništva na neodvisnost in pluralizem medijev v Sloveniji in drugih post-socialističnih državah*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Bates, Benjamin J. 1988. Information as an Economic Good: Sources of Individual and Social Value. V *The Political Economy of Information*, ur. Vincent Mosco in Janet Wasko, 76–94. Wisconsin, London: The University of Wisconsin Press.
- Bauman, Zygmunt. 2002. *Tekoča moderna*. Ljubljana: Založba /*cf.
- Becerra, Martín in Guillermo Mastrini. 2011. Communication Economy Paths: A Latin American Approach. V *The Handbook of Political Economy of Communications*, ur. Janet Wasko, Graham Murdock in Helena Sousa, 109–125. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.

- Bell, Daniel. 2004. Post-Industrial Society. V *The Information Society Reader*, ur. Frank Webster, 86–102. Routledge: London.
- Bellamy Foster, John in Robert W. McChesney. 2011. The Internet's Unholy Marriage to Capitalism. MRZine, 62 (10). Dostopno prek: <http://monthlyreview.org/2011/03/01/the-internets-unholy-marriage-to-capitalism> (21. oktober 2013).
- Benjamin, Walter. 1998. Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati. V *Izbrani spisi*, 147–176. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Benko, Vladimir. 2000. *Zgodovina mednarodnih odnosov*. 2. izdaja. Ljubljana: Sophia.
- Bermejo, Fernando. 2009. Audience Manufacture in Historical Perspective: from Broadcasting to Google. *New Media and Society* 11 (1–2): 133–154.
- Berry, David. 2008. *Copy, Rip, Burn: The Politics of Copyleft and Open Source*. London: Pluto Press.
- Berry, David. 2010. Radical Mass Media Criticism, History and Theory. V *The Political Economy of Media and Power*, ur. Jeffery Klaehn, 319–336. New York, Frankfurt [...]: Peter Lang.
- Berry, David in John Theobald, ur. 2006. *Radical Mass Media Criticism: A Cultural Genealogy*. Montreal, New York, London: Black Rose Books.
- Bettig, Ronald V. 1996. *Copyright Culture: The Political Economy of Intellectual Property*. Boulder: Westview Press.
- – – 2002. The Frankfurt School and the Political Economy of Communications. V *Rethinking the Frankfurt School: Alternative Legacies of Cultural Critique*, ur. Jeffrey T. Nealon in Caren Irr, 81–94. New York: State University of New York Press.
- Bhaskar, Roy. 1975/2008. *A Realist Theory of Science*. London, New York: Verso.
- – – 1989/2011. Critical Realism, Social Relations, and Arguing for Socialism. V *Reclaiming Reality*, Roy Bhaskar, 1–8. London, New York: Routledge.
- – – 1998a. *The Possibility of Naturalism: A Philosophical Critique of the Contemporary Human Sciences (3rd ed.)*. London, New York: Routledge.
- – – 1998b. Philosophy and scientific realism. V *Critical Realism: Essential Readings*, ur. Margaret Archer, Roy Bhaskar, Andrew Collier, Tony Lawson in Alan Norrie, 16–47. London, New York: Routledge.
- Biltreyst, Daniel in Philippe Meers. 2011. The Political Economy of Audiences. V *The Handbook of Political Economy of Communications*, ur. Janet Wasko, Graham Murdock in Helena Sousa, 415–435. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.
- Bloch, Ernst. 2008. Sprememba sveta ali enajst Marxovih tez o Feuerbachu. V *O spremembi sveta: Pomen Marxovih tez o Feuerbachu*, 39–90. Ljubljana: Sophia.
- Bobbio, Norberto. 1989. *Democracy and Dictatorship*. Cambridge, Malden: Polity Press.
- Bolaño, César, Guillermo Mastrini in Francisco Sierra. 2004. A Latin American Perspective for the Political Economy of Communications. *Javnost – The Public* 11 (3): 47–58.
- Bollier, David. 2002. *Silent Theft: The Private Plunder of Our Common Wealth*. New York, London: Routledge.

- Bonefeld, Werner, Richard Gunn in Kosmas Psychopedis, ur. 1992a. *Open Marxism, Volume 1: Dialectics and History*. London: Pluto Press.
- , ur. 1992b. *Open Marxism, Volume 2: Theory and Practice*. London: Pluto Press.
- Bonefeld, Werner. 2001. The Permanence of Primitive Accumulation: Commodity Fetishism and Social Constitution. *The Commoner 2*: 1–15.
- 2009. Emancipatory Praxis and Conceptuality in Adorno. V *Negativity and Revolution: Adorno and Political Activism*, ur. John Holloway, Fernando Matamoros in Sergio Tischler, 122–150. London: Pluto Press.
- Bourdieu, Pierre. 1986. The Forms of Capital. V *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, ur. John G. Richardson, 241–258. New York: Greenwood Press.
- 2001. *Na televiziji*. Ljubljana: Krtina.
- 2003. *Sociologija kot politika*. Ljubljana: Založba /*cf.
- Bourdieu, Pierre in Loïc Wacquant. 2006. *Načela za refleksivno družbeno znanost in kritično preučevanje simbolnih dominacij* (ur. Taja Kramberger in Drago B. Rotar). Koper: Založba Annales.
- Boyd-Barrett, Oliver. 1977. Media Imperialism: towards and international framework for the analysis of the media systems. V *Mass Communication and Society*, ur. James Curran, Michael Gurevitch in Janet Woollacott, 116–135. London: Edward Arnold.
- Boyd-Barrett, Oliver in Daya K. Thussu. 1993. NWICO Strategies and Media Imperialism: The Case of Regional News Exchange. V *Beyond National Sovereignty: International Communication in the 1990s*, ur. Kaarle Nordenstreng in Herbert I. Schiller, 177–192. New Jersey: Ablex.
- Boyle, James. 2008. *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind*. New Haven, London: Yale University Press.
- Brady, Robert A. 1937/1978. The Arts and Education as Tools of Propaganda. V *Communication and Class Struggle: Vol 1., Capitalism, Imperialism*, ur. Armand Mattelart in Seth Siegelau, 268–272. New York: International General, IMMRC.
- Braudel, Fernand. 1980. History and the Social Sciences: The Longue Durée. V *On History*, 25–54. Chicago: University of Chicago Press.
- 2010. *Dinamika kapitalizma*. Ljubljana: Sophia.
- Braverman, Harry. 1974/1998. *Labour and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century (25th anniversary ed.)*. New York: Monthly Review Press.
- Brglez, Milan. 1999. Za realistično razumevanje in razlago institucionalizacije mednarodnih odnosov. *Časopis za kritiko znanosti* 197 (27): 107–134.
- Brown, Andrew, Steve Fleetwood in John Michael Roberts, ur. 2002. *Critical Realism and Marxism*. London, New York: Routledge.
- Briggs, Asa in Peter Burke. 2005. *Socialna zgodovina medijev: od Gutenberga do interneta*. Ljubljana: Sophia.
- Bücher, Karl Wilhelm. 1893/1901. *Industrial Evolution*. New York: Henry Holt.
- 1893/2001. Začetki novinarstva. V *Komunikološka hrestomatija 1*, ur. Slavko Splichal, 67–85. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Calabrese, Andrew. 2004. Toward a Political Economy of Culture. V *Toward a Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*, ur. Andrew Calabrese in Colin Sparks, 1–12. Lanham, New York, Oxford [...]: Rowman & Littlefield Publishers.
- Calabrese, Andrew in Colin Sparks, ur. 2004. *Toward a Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*. Lanham, New York, Oxford [...]: Rowman & Littlefield Publishers.
- Calhoun, Craig. 1991. Indirect Relationships and Imagined Communities: Large-Scale Social Integration and the Transformation of Everyday Life. V *Social Theory for a Changing Society*, ur. Pierre Bourdieu in James S. Coleman, 93–102. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press.
- Callinicos, Alex. 2010. *Bonfire of Illusions: The Twin Crises of the Liberal World*. Cambridge, Malden: Polity.
- Caraway, Brett. 2011. Audience Labor in the New Media Environment: A Marxian Revisiting of the Audience Commodity. *Media, Culture & Society* 33 (5): 693–708.
- Castells, Manuel. 1996/2010. *The Rise of the Network Society*. Druga izdaja z novim uvodom. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.
- Chakravartty, Paula in Yuezni Zhao, ur. 2008 *Global Communications: Toward a Transcultural Political Economy*. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers.
- Chicchi, Federico. 2010. On the Threshold of Capital, At the Thresholds of the Common. V *Crisis in the Global Economy*, ur. Andrea Fumagalli in Sandro Mezzadra, 139–153. New York: Autonomedia.
- Christians, Clifford G., Theodore L. Glasser, Denis McQuail, Kaarle Nordenstreng in Robert A. White. 2009. *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press.
- Clement, Wallace in Glen Williams. 1989. Introduction. V *The New Canadian Political Economy*, ur. Wallace Clement in Glen Williams, 3–15. Montreal, London: McGill-Queen's University Press.
- Cohen, David. 2003. *Our Modern Times: The New Nature of Capitalism in the Information Age*. Cambridge, London: The Mit Press.
- Collier, Andrew. 1994. *Critical Realism*. London, New York: Verso.
- Comor, Edward A., ur. 1994. *The Global Political Economy of Communication: Hegemony, Telecommunication and the Information Economy*. London: MacMillan Press.
- Cooley, Charles Horton. 1956. *Social organization/Human nature and the social order*. Glencoe: Free Press.
- – – 1897/2004. The Process of Social Change. V *Mass Communication and American Social Thought: Key Texts 1919–1968*, ur. John Durham Peters in Peter Simons, 21–25. Lanham, Boulder, New York [...]: Rowman & Littlefield.
- Costanza-Chock, Sasha. 2007. The Globalization of Resistance to Capitalist Communication. V *Media in the Age of Marketization*, ur. Graham Murdock in Janet Wasko, 221–249. Cresskill: Hampton.
- Creaven, Sean. 2002. Materialism, realism and dialectics. V *Critical Realism and Marxism*, ur. Andrew Brown, Steve Fleetwood in John Michael Roberts, 131–154. London, New York: Routledge.

- Crouch, Colin. 2004. *Post-Democracy*. Cambridge, Malden: Polity.
- Curran, James. 1977. Capitalism and Control of the Press, 1800–1975. V *Mass Communication and Society*, ur. James Curran, Michael Gurevitch in Janet Woollacott, 195–230. London: Edward Arnold Publishers.
- – – 1978a. Advertising and the Press. V *The British Press: A Manifesto*, ur. James Curran, 229–270. London and Basingstoke: The MacMillan Press.
- – –, ur. 1978b. *The British Press: A Manifesto*. London and Basingstoke: The MacMillan Press.
- Curran, James. 1981/1986. The impact of advertising on the British mass media. V *Media, Culture & Society: A Critical Reader*, ur. Richard E. Collins, James Curran, Nicholas Garnham, Paddy Scannell, Philip Schlesinger in Colin Sparks, 309–335. London, Beverly Hills [...]: SAGE Publications.
- – – 2002. *Media and Power*. London: Routledge.
- – – 2004. The Rise of the Westminster School. V *Toward a Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*, ur. Andrew Calabrese in Colin Sparks, 13–40. Lanham, New York, Oxford [...]: Rowman & Littlefield Publishers.
- Curran, James, Natalie Fenton in Des Freedman. 2012. *Misunderstanding the Internet*. New York, Oxon: Routledge.
- Czitrom, Daniel J. 1982. *Media and the American Mind: From Morse to McLuhan*. Chapel Hill: University of Carolina Press,.
- Dahlgren, Peter. 2009. *Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy*. Cambridge, New York [...]: Cambridge University Press.
- Dawson, Michael in John Bellamy Foster. 1998. Virtual Capitalism. V *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*, ur. Robert W. McChesney, Ellen Meiksins Wood in John Bellamy Foster, 51–68. New York: Monthly Review Press.
- De Angelis, Massimo. 2001. Marx and primitive accumulation: the continuous character of capital's "enclosures". *The Commoner* 2: 1–22.
- – – 2007. *The Beginning of History: Value Struggles and Global Capital*. London: Pluto Press.
- De Fleur, Melvin. 1970. *Theories of Mass Communication*. Druga izdaja. New York: D. McKay.
- Dean, Jodi. 2008. Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics. V *Digital Media and Democracy: Tactics in Hard Times*, ur. Megan Boler, 101–121. Cambridge, London: MIT Press.
- Debord, Guy. 1999. *Družba spektakla/Komentarji k družbi spektakla/Panegirik. Prvi del*. Ljubljana: Študentska založba.
- Deleuze, Gilles. 1992. Postscript on the Societies of Control. *October* 59: 3–7.
- Deleuze, Gilles in Félix Guattari. 2009. Capitalism and Schizophrenia. V *Chaosophy: Texts and Interviews 1972–1977*, ur. Félix Guattari in Sylvère Lotringer, 53–68. Los Angeles: Semiotext(e).
- Dewey, John. 1999. *Javnost in njeni problemi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Dolar, Mladen. 2010. *Kralju odsekati glavo: Foucaultova dediščina*. Ljubljana: Krt.

- Dorfman, Ariel in Armand Mattelart. 2007. *Kako brati Jaka Racmana: Imperialistična ideologija v Disneyevih stripih*. Ljubljana: Maska.
- Douglas, Sarah in Thomas Guback. 1984. Production and technology in the communication/information revolution. *Media, Culture and Society* 6: 233–245.
- Downing, John D. H. 2011. Media Ownership, Concentration, and Control: The Evolution of Debate. V *The Handbook of Political Economy of Communications*, ur. Janet Wasko, Graham Murdock in Helena Sousa, 140–168. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.
- Duménil, Gérard in Dominique Lévy. 2012. *Marksistična ekonomija kapitalizma*. Ljubljana: Založba /*cf.
- Dupuy, Jean-Pierre. 1980. Myths of the Informational Society. V *The Myths of Information: Technology and Postindustrial Culture*, ur. Kathleen Woodward, 3–17. Madison: Coda Press.
- Dyer-Witheford, Nick. 1999. *Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High-Technology Capitalism*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press.
- . 2004. 1844/2004/2044: The Return of Species-Being. *Historical Materialism* 12 (4): 3–25.
- . 2007. Commonism. *Turbulence* 1 (1): 28–29.
- Dyer-Witheford, Nick in Greig de Peuter. 2009. *Games of Empire: Global Capitalism and Video Games*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Eagleton, Terry. 1991. *Ideology*. London, New York: Verso.
- . 1996. *The Illusions of Postmodernism*. Malden, Oxford: Blackwell.
- Elmer, Greg, ur. 2002. *Critical Perspectives on the Internet*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Engels, Frederick. 1890. Engels to Joseph Block. 21.–22. september (1890). V *Karl Marx, Frederick Engels: Collected Works, Volume 49 (1890–1892)*, 33–37. New York: International Publishers.
- Enzensberger, Hans Magnus. 1980. Lepljenka na temo množičnih medijev. *Problemi* 18 (3) (196): 87–97.
- . 1982. *Critical Essays* (ur. Reinhold Grimm in Bruce Armstrong). New York: The Continuum Publishing Company.
- Ewen, Stuart. 1976. *Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*. New York [...]: McGraw-Hill.
- Ferguson, Marjorie in Peter Golding, ur. 1997. *Cultural Studies in Question*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Fisher, Eran. 2010. *Media and New Capitalism in the Digital Age: The Spirit of Networks*. New York: Palgrave Macmillan.
- Foucault, Michel. 1984. *Nadzorovanje in kaznovanje: nastanek zapora*. Ljubljana: Delavska enotnost.
- . 2007. *Življenje in prakse svobode: izbrani spisi*. Ljubljana: ZRC.
- Formenti, Carlo. 2005. *Ne-ekonomija: Digitalna ekonomija in paradoksi intelektualne lastnine*. Ljubljana: Krtina.
- Fortunati, Leopoldina. 1989. *The Arcane of Reproduction: Housework, Prostitution, Labour and Capital*. New York: Autonomedia.

- Frankfurt Institute for Social Research. 1972. *Aspects of Sociology*. Boston: Beacon Press.
- Frith, Simon in Lee Marshall. 2012. Smisel avtorske pravice. V *Glasba in avtorska pravica: zbornik*, ur. Simon Frith in Lee Marshall, 5–30. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Fuchs, Christian. 2008. *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. New York, London: Routledge.
- – – 2011a. *Foundations of Critical Media and Information Studies*. New York, London: Routledge.
- – – 2011b. The Contemporary World Wide Web: Social Medium or New Space of Accumulation? V *The Political Economies of Media: The Transformations of the Global Media Industries*, ur. Dwayne R. Winseck in Dal Yong Jin, 201–220. London, New York: Bloomsbury Academic.
- – – 2011c. A Contribution to the Critique of the Political Economy of Google. *Fast Capitalism* 8 (1). Dostopno prek: http://www.uta.edu/huma/agger/fastcapitalism/8_1/fuchs8_1.html (12. februar 2013).
- – – 2012a. Dallas Smythe Today – The Audience Commodity, the Digital Labour Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value. *TripleC – Cognition, Communication, Co-operation* 10 (2): 692–740.
- – – 2012b. Critique of the Political Economy of Web 2.0 Surveillance. V *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*, ur. Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund in Marisol Sandoval, 31–70. New York, London: Routledge.
- Fuchs, Christian, Kees Boersma, Anders Albrechtslund in Marisol Sandoval, ur. 2012. *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*. New York, London: Routledge.
- Fuchs, Christian in Marisol Sandoval, ur. 2014. *Critique, Social Media and the Information Society*. New York, London: Routledge
- Fuchs, Christian in Sebastian Sevignani. 2013. What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media? *TripleC – Capitalism, Communication & Critique* 11 (2): 237–293.
- Fullerton, Ronald A. 1998. A Prophet of Modern Advertising: Germany's Karl Knies. *Journal of Advertising* 27 (1): 51–66.
- Fumagalli, Andrea in Sandro Mezzadra, ur. 2010. *Crisis in the Global Economy*. New York: Autonomedia.
- Furlong, Paul in David Marsh. 2010. A Skin Not a Sweater: Ontology and Epistemology in Political Science. V *Theory and Methods in Political Science (Third Edition)*, ur. David Marsh in Gerry Stoker, 184–211. New York: Palgrave MacMillan.
- Galeano, Eduardo. 2010. *Odpрте žile Latinske Amerike*. Ljubljana: Sanje.
- Gambino, Feruccio. 2003. A Critique of the Fordism of the Regulation School. V *Revolutionary Writing: Common Sense Essays in Post-Political Politics*, ur. Werner Bonefeld, 89–114. New York: Autonomedia.
- Gandy, Oscar H. ml. 1992. The political economy approach: A critical challenge. *Journal of Media Economics* 5 (2): 23–42.

- – – 2004. Audiences on Demand. V *Toward a Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*, ur. Andrew Calabrese in Colin Sparks, 327–341. Lanham, New York, Oxford [...]: Rowman & Littlefield Publishers.
- – – 2007. Privatization and Identity: The Formation of a Racial Class. V *Media in the Age of Marketization*, ur. Graham Murdock in Janet Wasko, 109–130. Cresskill: Hampton.
- – – 2011. The Political Economy of Personal Information. V *The Handbook of Political Economy of Communications*, ur. Janet Wasko, Graham Murdock in Helena Sousa, 436–457. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.
- Garnham, Nicholas. 1979. Contribution to a political economy of mass-communication. *Media, Culture and Society* 1 (1): 123–146.
- – – 1983. Editorial (After the Frankfurt School theme issue). *Media, Culture and Society* 5 (1): 1–6.
- – – 1990. *Capitalism and Communication* (ur. Fred Inglis). London, New Delhi, Newbury Park: Sage Publications.
- – – 1992. The Media and the Public Sphere. V *Habermas and the Public Sphere*, ur. Craig Calhoun, 359–376. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- – – 2001. Information Society Theory as Ideology: A Critique. *Studies in Communication Sciences* 1: 129–166.
- – – 2005. From Cultural to Creative Industries. *International Journal of Cultural Policy* 11 (1): 15–29.
- – – 2011. The Political Economy of Communication Revisited. V *The Handbook of Political Economy of Communications*, ur. Janet Wasko, Graham Murdock in Helena Sousa, 41–61. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.
- Godelier, Maurice. 2006. *Uganka daru*. Ljubljana: Študentska založba.
- Golding, Peter in Graham Murdock. 1978a. Theories of Communication and Theories of Society. *Communication Research* 5 (3): 339–356.
- – – 1978b. Confronting the Market: Public Intervention and Press Diversity. V *The British Press: A Manifesto*, ur. James Curran, 75–93. London and Basingstoke: The MacMillan Press.
- Gorz, André. 1982. *Farewell to the Working Class: An Essay on Post-Industrial Socialism*. London: Pluto Press.
- – – 2010. *The Immaterial*. London: Seagull Books.
- Gramsci, Antonio. 1971. *Selections from the Prison Notebooks*. London: Lawrence and Wishart.
- – – 2000. *The Gramsci Reader: Selected Writings 1916–1935* (ur. David Forgacs). New York: New York University Press.
- Grossberg, Lawrence. 2010. Standing on a Bridge: Rescuing Economies from Economists. *Journal of Communication Inquiry* 34 (4): 316–336.
- Guback, Thomas H. 1971. Film and Cultural Pluralism. *Journal of Aesthetic Education* 5 (2): 35–51.
- – – 1974. Film as International Business. Cultural Exchange – or Invasion. *Journal of Communication* 24 (1): 90–101.

- – –, ur. 1994. *Counterclockwise: Perspectives on Communication*. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press. [Opomba J. A. P.: Guback je avtor povezovalnih (nenaslovljenih) uredniških komentarjev med posameznimi prispevki v zborniku besedil Dallasa W. Smytha, ki jih citiram v nekaterih delih svojega teksta.]
- Guback, Thomas H., Tapio Varis in José G. Cantor. 1982. *Transnational Communication and Cultural Industries*. [Unesco Reports and Papers on Mass Communication, No. 92]. Pariz: UNESCO.
- Gunn, Richard. 1989. Marxism and Philosophy: A Critique of Critical Realism. *Capital & Class*, 13 (1): 87–116.
- Hall, Stuart. 1993. Encoding, decoding. V *The Cultural Studies Reader*, ur. Simon During, 507–517. London: Routledge.
- Hamelink, Cees. 2010. Preface. V *The Political Economy of Media and Power*, ur. Jeffery Klaehn, VII–VIII. New York, Frankfurt [...]: Peter Lang.
- Hamilton, James F. in Kristen Heflin. 2011. User production reconsidered: From convergence, to autonomia and cultural materialism. *New Media & Society* 13 (7): 1050–1066.
- Hands, Joss. 2011. *@ is for Activism: Dissent, Resistance and Rebellion in a Digital Culture*. London, New York: Pluto Press.
- Hardt, Hanno. 1979. *Social Theories of the Press: Early German & American Perspectives*. London, Beverly Hills: Sage Publications.
- – – 1992. *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America*. London, New York: Routledge.
- – – 1996. The making of the public sphere: class relations and communication in the United States. *Javnost – The Public* 3 (1): 7–23.
- – – 2000. Communication is Freedom: Karl Marx on Press Freedom and Censorship. *Javnost – The Public* 7 (4): 85–100.
- – – 2001. *Social Theories of the Press: Constituents of Communication Research, 1840s to 1920s*. Druga izdaja. Lanham, Boulder, New York, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- – – 2004. *Myths for the Masses: An Essay on Mass Communication*. Malden, Oxford, Victoria: Blackwell Publishing.
- Hardt, Michael. 2002. Porto Alegre: Today's Bandung? *New Left Review* 14: 112–118.
- – – 2010. The Common in Communism. V *The Idea of Communism*, ur. Costas Douzinas in Slavoj Žižek, 131–144. London, New York: Verso.
- Harvey, David. 1996. *Justice, Nature and the Geography of Difference*. Cambridge: Blackwell.
- – – 2002. The Art of Rent: Globalization, Monopoly and the Commodification of Culture. *Socialist Register*, 93–110.
- – – 2003. *The New Imperialism*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- – – 2005. *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- – – 2006. *The Limits to Capital*. Nova izdaja. London, New York: Verso.
- – – 2010a. *A Companion to Marx's Capital*. London, New York: Verso.
- – – 2010b. *The Enigma of Capital and the Crises of Capitalism*. London: Profile Books.

- 2011a. *Kozmopolitstvo in geografije svobode*. Ljubljana: Sofia.
- 2011b. The Future of the Commons. *Radical History Review*, 109: 101–107.
- Hay, Colin. 2002. *Political Analysis: A Critical Introduction*. New York: Palgrave.
- Headrick, Daniel R. 2000. *When Information Came of Age: Technologies of Knowledge in the Age of Reason and Revolution, 1700–1850*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Heinrich, Michael. 2012. *An Introduction to the Three Volumes of Karl Marx's Capital*. New York: Monthly Review Press.
- Hennis, Wilhelm. 1998. The Media as a Cultural Problem: Max Weber's Sociology of the Press. *History of the Human Sciences* 11 (2): 107–110.
- Held, David. 1990. *Introduction to Critical Theory: Horkheimer to Habermas*. Cambridge: Polity Press.
- Heilbroner, Robert. 2000. *The Worldly Philosophers: The Lives, Times and Ideas of the Great Economic Thinkers (7th ed.)*. London, New York [...]: Penguin.
- Herman, Edward S. 1998a. Privatising public space. V *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*, ur. Daya Kishan Thussu, 125–134. London: Arnold.
- 1998b. The Propaganda Model Revisited. V *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*, ur. Robert W. McChesney, Ellen Meiksins Wood in John Bellamy Foster, 191–205. New York: Monthly Review Press.
- Herman, Edward S. in Noam Chomsky. 1994. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. London: Vintage Books.
- Hesmondhalgh, David. 2007. *The Cultural Industries*. Druga izdaja. London: Sage.
- 2008a. Neoliberalism, Imperialism and the Media. V *The Media and Social Theory*, ur. David Hesmondhalgh in Jason Toynbee, 95–111. Abingdon in New York: Routledge.
- 2008b. Cultural and Creative Industries. V *The SAGE Handbook of Cultural Analysis*, ur. Tony Bennett in John Frow, 552–569. London, Los Angeles: Sage.
- Hill, David W. 2012. Jean-Francois Lyotard and the Inhumanity of Internet Surveillance. V *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*, ur. Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund in Marisol Sandoval, 106–123. New York, London: Routledge.
- Hindman, Matthew. 2009. *The Myth of Digital Democracy*. Princeton in Oxford: Princeton Press.
- Hobsbawm, Eric. 2011. *How to Change the World: Reflections of Marx and Marxism*. New Haven, London: Yale University Press.
- Hoffmann, Burkhard. 1983. On the development of a materialist theory of mass communications in West Germany. *Media, Culture and Society* 5 (1): 7–24.
- Hofkirchner, Wolfgang, Christian Fuchs, Celina Raffl, Matthias Schafranek, Marisol Sandoval, Robert Bichler. 2007. *ICTs and Society: The Salzburg Approach: Towards a Theory for, about, and by means of the Information Society*. Salzburg: ICT & S Center Research Paper Series.
- Hofmann, Werner. 1983. Springer as a symptom: Ten theses. *Media, Culture and Society* 5 (1): 25–27.
- Horkheimer, Max. 1981. Tradicionalna in kritična teorija. V *Kritična teorija družbe: zbornik tekstov frankfurtske šole*, ur. Slavoj Žižek in Rado Riha, 29–81. Ljubljana: Mladinska knjiga.

- Hoskins, Colin, Stuart McFadyen in Adam Finn. 2004. *Media Economics: Applying Economics to New and Traditional Media*. London, New Delhi, Thousand Oaks: Sage.
- Husson, Michel. 2011. *Čisti kapitalizem*. Ljubljana: Sophia.
- Huws, Ursula. 2003. *The making of a cybertariat: virtual work in a real world*. New York: MR Press.
- Innis, Harold Adams. 1942. The Newspaper in Economic Development. *The Journal of Economic History* 2 (Supplement: The Tasks of Economic History): 1–33.
- 1950/2007. *Empire and Communications*. Plymouth: Rowman & Littlefield.
- 1951/2008. *The Bias of Communication*. Druga izdaja. Toronto: University of Toronto Press.
- Jameson, Fredric. 1998. *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983–1998*. London, New York: Verso.
- 2007. *Jameson on Jameson: Conversations on Cultural Marxism*. Durham, London: Duke University Press.
- 2009. The Three Names of The Dialectic. V *Valences of the Dialectic*, 3–74. London, New York: Verso.
- 2011. *Representing Capital: A Reading of Volume One*. London, New York: Verso.
- Jay, Martin. 1973. *The Dialectical Imagination: A History of the Frankfurt School and the Institute of Social Research 1923–1950*. London: Heinemann.
- Jessop, Bob. 2002a. *The Future of the Capitalist State*. Cambridge: Polity.
- 2002b. Capitalism, the regulation approach, and critical realism. V *Critical Realism and Marxism*, ur. Andrew Brown, Steve Fleetwood in John Michael Roberts, 88–115. London, New York: Routledge.
- Jessop, Bob in Ngai-Ling Sum. 2006. *Beyond the Regulation Approach: Putting Capitalist Economies in their Place*. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar.
- Jhally, Sut. 1982. Probing the Blindspot: The Audience Commodity. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 6 (1–2): 204–210.
- 1987. *The Codes of Advertising: Fetishism and the Political Economy of Meaning in the Consumer Society*. New York: Routledge.
- 2006. *The Spectacle of Accumulation: Essays in Culture, Media & Politics*. New York, Washington [...]: Peter Lang.
- Jhally, Sut in Bill Livant. 1986. Watching as Working: The Valoization of Audience Consciousness. *Journal of Communication* 36 (3): 124–143.
- Karppinen, Kari. 2008. Media and the paradoxes of pluralism. V *The Media and Social Theory*, ur. David Hesmondhalgh in Jason Toynbee, 27–42. Abingdon in New York: Routledge.
- Kellner, Douglas. 1984. *Herbert Marcuse and the Crisis of Marxism*. Los Angeles: University of California Press.
- 1989. *Critical Theory, Marxism and Modernity*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

- 1997. Overcoming the Divide: Cultural Studies and Political Economy. V *Cultural Studies in Question*, ur. Marjorie Ferguson in Peter Golding, 102–120. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- King, Jonathan. 1997. The Biotechnology Revolution: Self-Replicating Factories and the Ownership of Life Forms. V *Cutting Edge: Technology, Information, Capitalism and Social Revolution*, ur. Jim Davis, Thomas Hirschl in Michael Stack, 145–157. London, New York: Verso.
- Kirn, Gal. 2010. Od primata partizanske politike do postfordistične tendence v socialistični Jugoslaviji. V *Postfordizem: Razprave o sodobnem kapitalizmu*, ur. Gal Kirn, 203–244. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Klaehn, Jeffery, ur. 2010. *The Political Economy of Media and Power*. New York, Frankfurt [...]: Peter Lang.
- Klein, Naomi. 2001. Reclaiming the Commons. *New Left Review* 9: 81–89.
- Knies, Karl. 1857/2001. Brzobjav kot komunikacijsko sredstvo. V *Komunikološka hrestomatija 1*, ur. Slavko Splichal, 29–48. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kretschmer, Martin in Friedemann Kawohl. 2012. Zgodovina in filozofija avtorske pravice. V *Glasba in avtorska pravica: zbornik*, ur. Simon Frith in Lee Marshall, 33–76. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Kumar, Deepa. 2006. Media, Culture and Society: The Relevance of Marx's Dialectical Method. V *Marxism and Communication Studies: The Point Is to Change It*, ur. Lee Artz, Steve Macek in Dana L. Cloud, 53–70. New York, Washington: Peter Lang.
- Laing, Dave. 2012. Avtorska pravica, politika in mednarodna glasbena industrija. V *Glasba in avtorska pravica: zbornik*, ur. Simon Frith in Lee Marshall, 101–124. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Lazzarato, Maurizio. 1996. Immaterial Labour. V *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*, ur. Paolo Virno in Michael Hardt, 133–147. Minneapolis and London: Minnesota University Press.
- 2012. *Proizvajanje zadolženega človeka: esej o neoliberalnem stanju*. Ljubljana: Maska.
- Lebowitz, Michael. 1986. Too Many Blindspots on the Media. *Studies in Political Economy* 21: 165–173.
- Lefebvre, Henri. 1968. *The Sociology of Marx*. New York: Pantheon Books.
- 1980. Marxism Exploded. *Review* 4 (1): 19–32.
- 1968/2009. *Dialectical Materialism*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- Lent, John A., ur. 1995. *A Different Road Taken: Profiles in Critical Communication*. Boulder: Westview Press.
- Linebaugh, Peter in Marcus Rediker. 2000. *The Many-Headed Hydra: Sailors, Slaves, Commoners and the Hidden History of the Revolutionary Atlantic*. Boston: Beacon Press.
- Linebaugh, Peter. 2008. *The Magna Carta Manifesto: Liberties and Commons for All*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Linebaugh, Peter. 2010. Enclosures from the Bottom Up. *Radical History Review*, 108: 11–27.
- Lipietz, Alain. 2009. Speech at the World Social Forum in Belem, Brazil (January 27, 2009). Dostopno prek: <http://www.onthecommons.org/content.php?id=2590> (10. marec 2011).

- Lippman, Walter. 1920/2008. *Liberty and the News*. Princeton, Oxford: Princeton University Press.
- Littlejohn, Stephen W. in Karen A. Foss. 2008. *Theories of Human Communication (9th ed.)*. Belmont [...]: Thomson Wadsworth.
- Livant, Bill. 1979. The Audience Commodity: On the Blindspot Debate. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 3 (1): 91–106.
- Locke, John. 2010. *Dve razpravi o oblasti; Pismo o toleranci*. Ljubljana: Krtina.
- Lucas, Rob. 2012. The Critical Net Critic. *New Left Review* 77: 45–69.
- Lukács, György [Georg]. 1971. *History and Class Consciousness: Studies in Marxist Dialectics*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- MacPherson, Crawford Brough. 1962. *The Political Theory of Possessive Individualism*. Oxford: Clarendon Press.
- — — 1973. *Democratic Theory: Essays in Retrieval*. Oxford: Clarendon Press.
- Magder, Ted. 1989. Taking Culture Seriously: A Political Economy of Communications. V *The New Canadian Political Economy*, ur. Wallace Clement in Glen Williams, 278–296. Montreal, London: McGill-Queen's University Press.
- Mandel, Ernest. 1975. *Late Capitalism*. London: Verso.
- — — 1995. *Long Waves of Capitalist Development: A Marxist Interpretation*. Druga izdaja. London, New York: Verso.
- Mansell, Robin. 1995. Against the Flow: The Peculiar Opportunity of Social Scientists. V *A Different Road Taken: Profiles in Critical Communication*, ur. John A. Lent, 43–66. Boulder: Westview Press.
- Marazzi, Christian. 2008. *Capital and Language: From the New Economy to the War Economy*. Los Angeles: Semio-text(e).
- — — 2010. *The Violence of Financial Capitalism*. Los Angeles, Semiotext(e).
- — — 2011. *Capital and Affects: The Politics of the Language Economy*. Los Angeles: Semio-text(e).
- Marcuse, Herbert. 1989. Philosophy and Critical Theory. V *Critical Theory and Society: A Reader*, ur. Stephen Eric Bronner and Douglas MacKay Kellner, 58–76. New York: Routledge.
- — — 1998. *Technology, War and Fascism, Collected Papers Vol. 1* (ur. Douglas Kellner). London, New York: Routledge.
- — — 2004. *Um in revolucija: Hegel in nastanek teorije družbe*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Martin, Randy. 2002. *Financialization of Daily Life*. Philadelphia: Temple University Press.
- Marx, Karl. 1843. Marx to Ruge. Dostopno prek: http://www.marxists.org/archive/marx/works/1843/letters/43_09.htm (23. avgust 2012).
- — — 1973/1993. *Grundrisse: Foundations of the Critique of Political Economy (Rough Draft)*. London: Penguin Books.
- — — 1976/1990. *Capital: A Critique of Political Economy, Volume One*. London: Penguin Books.
- — — 1980. Kapital I; prvo, drugo in tretje poglavje. V *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 41/42 (8): 9–90.

- – – 1981/1991. *Capital: A Critique of Political Economy, Volume Three*. London: Penguin Books.
- – – 1984. *Cenzura in svoboda tiska*. Ljubljana: Krt.
- – – 2008. Teze o Feuerbachu (zapis v Marxovi beležnici iz let 1844–1847). V *O spremembi sveta: Pomen Marxovih tez o Feuerbachu*, 18–27. Ljubljana: Sophia.
- Marx, Karl in Frederick Engels. 1975a. *Collected Works, Volume 3 (1843–1844)*. London: Lawrence & Wishart.
- – – 1975b. *Collected Works, Volume 4 (1844–1845)*. London: Lawrence & Wishart.
- – – 1976. *Collected Works, Volume 6 (1845–1848)*. New York: International Publishers.
- – – 1987. *Collected Works, Volume 29 (1857–1861)*. New York: International Publishers.
- Mastrini, Guillermo in Martín Becerra. 2011. Media Ownership, Oligarchies and Globalization: Media concentration in South America. V *The Political Economies of Media: The Transformations of the Global Media Industries*, ur. Dwayne R. Winseck in Dal Yong Jin, 66–83. London, New York: Bloomsbury Academic.
- Mattelart, Armand. 1978. The Nature of Communications Practice in a Dependent Society. *Latin American Perspectives* 5 (1): 13–34.
- – – 1993. The Restructuring of the European Advertising Industry. V *Illuminating the Blindspots: Essays Honoring Dallas W. Smythe*, ur. Janet Wasko, Vincent Mosco in Manjunath Pendakur, 208–221. New Jersey: Ablex.
- – – 2000. *Networking the World, 1794–2000*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- – – 2011. New International Debates on Culture, Information, and Communication. V *The Handbook of Political Economy of Communications*, ur. Janet Wasko, Graham Murdock in Helena Sousa, 501–520. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.
- Mattelart, Armand in Seth Siegelau, ur. 1979. *Communication and Class Struggle, Volume 1: Capitalism, Imperialism*. New York: International General, Bagnolet IMMRC.
- May, Christopher. 2002. *The Information Society: a sceptical view*. Malden, Cambridge: Polity Press.
- – – 2010. *The Global Political Economy of Intellectual Property Rights: The New Enclosures*. Druga izdaja. New York: Routledge.
- Maxwell, Richard. 1991. The Image is Gold: Value, The Audience Commodity and Fetishism. *Journal of Film and Video* 43 (1–2): 29–45.
- – – 2000. Surveillance and Other Consuming Encounters in the Informational Marketplace. V *Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research*, ur. Ingunn Hagen in Janet Wasko, 95–110. Hampton Press: Cresskill.
- – – 2003. *Herbert Schiller*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- – – 2007. Imperious Measures: A Schillerian Approach to Global Marketing Research. V *Media in the Age of Marketization*, ur. Graham Murdock in Janet Wasko, 33–48. Cresskill: Hampton.

McAnulla, Stuart. 2005. Struktura i djelovanje. V *Teorije i metode političke znanosti*, ur. David Marsh in Gerry Stoker, 265–285. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

McChesney, Robert W. 1994. Critical Communication Research at the Crossroads. V *Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field*, ur. Mark R. Levy in Michael Gurevitch, 340–346. New York, Oxford: Oxford University Press.

– – – 1998a. The Political Economy of Global Communication. V *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*, ur. Robert W. McChesney, Ellen Meiksins Wood in John Bellamy Foster, 1–26. New York: Monthly Review Press.

– – – 1998b. Media Convergence and Globalisation. V *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*, ur. Daya Kishan Thussu, 27–46. London: Arnold.

– – – 2004. Making a Molehill out of a Mountain: The Sad State of Political Economy in U. S. Media Studies. V *Toward a Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*, ur. Andrew Calabrese in Colin Sparks, 41–64. Lanham, New York, Oxford [...]: Rowman & Littlefield Publishers.

– – – 2007. *Communication Revolution: Critical Junctures and the Future of Media*. New York, London: The New Press.

– – – 2008. *The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas*. New York: Monthly Review Press.

– – – 2013. *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. New York: The New Press.

McChesney, Robert W., Ellen Meiksins Wood in John Bellamy Foster, ur. 1998. *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*. New York: Monthly Review Press.

McChesney, Robert W. in John Nichols. 2011. *The Death and Life of American Journalism: The Media Revolution that Will Begin the World Again (updated)*. New York: Nation Books.

McKercher, Catherine in Vincent Mosco, ur. 2007. *Knowledge Workers in the Information Society*. Lanham, Boulder, New York [...]: Lexington Books.

Mead, George Herbert. 1997. *Um, sebstvo, družba*. Ljubljana: Krtina.

Meehan, Eileen R. 1993. Commodity Audience, Actual Audience: The Blindspot Debate. V *Illuminating the Blindspots: Essays Honoring Dallas W. Smythe*, ur. Janet Wasko, Vincent Mosco in Manjunath Pendakur, 378–400. New Jersey: Ablex.

– – – 2004. Moving Forward on the Left: Some Observations on Critical Communications Research in the United States. *Javnost – The Public* 11 (3): 19–39.

– – – 2005. *Why TV Is Not Our Fault: Television Programming, Viewers, and Who's Really in Control*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Meehan, Eileen R. in Janet Wasko. 2013. In Defense of a Political Economy of the Media. *Javnost – The Public* 1 (20): 39–54.

Meehan, Eileen R., Vincent Mosco in Janet Wasko. 1994. Rethinking Political Economy: Change and Continuity. V *Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field*, ur. Mark R. Levy in Michael Gurevitch, 347–358. New York, Oxford: Oxford University Press.

- Melody, William H. 1993. On the Political Economy of Communication in the Information Society. V *Illuminating the Blindspots: Essays Honoring Dallas W. Smythe*, ur. Janet Wasko, Vincent Mosco in Manjunath Pendakur, 63–81. New Jersey: Ablex.
- Melody, Bill. 1994a. Dallas Smythe: Pioneer in the Political Economy of Communications. V *Counterclockwise: Perspectives on Communication*, ur. Thomas Guback, 1–6. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press.
- Melody, William H. 1994b. The Information Society: Implications for Economic Institutions and Market Theory. V *The Global Political Economy of Communication: Hegemony, Telecommunication and the Information Economy*, ur. Edward A. Comor, 21–36. London: MacMillan Press.
- Miège, Bernard. 1989. *The Capitalisation of Cultural Production*. New York: International General.
- Mills, Charles Wright. 1956/2000. *The Power Elite*. Nova izdaja. Oxford, New York: Oxford University Press.
- — — 1959/2000. *Sociological Imagination*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Morrow, Raymond A. in David D. Brown. 1994. *Critical Theory and Methodology*. London: Sage.
- Mosco, Vincent. 1982. *Pushbutton Fantasies: Critical Perspectives on Videotext and Information Technology*. Norwood, New Jersey: Ablex.
- — — 1989. *The Pay-Per Society: Computers & Communication in the Information Age*. Toronto: Garamond Press.
- — — 1993. Free Trade in Communication: Building a World Business Order. V *Beyond National Sovereignty: International Communication in the 1990s*, ur. Kaarle Nordenstreng in Herbert I. Schiller, 193–209. New Jersey: Ablex.
- — — 1994. The Political Economy of Communication: Lessons from the Founders. V *Information and Communication in Economics*, ur. Robert E. Babe, 105–124. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- — — 2004. *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. Cambridge, London: The MIT Press.
- — — 2008. Revisiting the Political Economy of Communication. V *Marxism and Communication Studies: The Point Is to Change It*, ur. Lee Artz, Steve Macek in Dana L. Cloud, 87–110. New York, Washington: Peter Lang.
- — — 2009. *The Political Economy of Communication*. Druga izdaja. Los Angeles, London: Sage.
- Mosco, Vincent in Dan Schiller, ur. 2001. *Continental Order? Integrating North America for Cybercapitalism*. Lanham, Boulder, New York, Oxford: Rowman and Littlefield Publishers.
- Mosco, Vincent in Janet Wasko, ur. 1988. *The Political Economy of Information*, 146–166. Wisconsin, London: The University of Wisconsin Press.
- Mosco, Vincent in Lewis Kaye. 2000. Questioning the Concept of the Audience. V *Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research*, ur. Ingunn Hagen in Janet Wasko, 31–46. Hampton Press: Cresskill.
- Mowlana, Hamid. 1985. *International Flow of Information: A Global Report and Analysis*. [Unesco Reports and Papers on Mass Communication, No. 99]. Pariz: UNESCO.

- Mullen, Andrew. 2010. Bringing power back in: The Herman-Chomsky Propaganda Model, 1988–2008. V *The Political Economy of Media and Power*, ur. Jeffery Klaehn, 207–234. New York, Frankfurt [...]: Peter Lang.
- Murdock, Graham. 1978. Blindspots About Western Marxism: A Reply to Dallas Smythe. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 2 (2): 109–119.
- – – 2000. Peculiar Commodities: Audiences at Large in the World of Goods. V *Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research*, ur. Ingunn Hagen in Janet Wasko, 47–70. Cresskill: Hampton Press.
- – – 2006a. Marx on Commodities, Contradictions and Globalisations Resources for a Critique of Marketised Culture. *E-Compós* 7: 1–23.
- – – 2006b. Notes from the Number One Country: Herbert Schiller on Culture, Commerce, and American Power. *International Journal of Cultural Policy* 12 (2): 209–227.
- – – 2011. Political Economies as Moral Economies: Commodities, Gifts, and Public Goods. V *The Handbook of Political Economy of Communications*, ur. Janet Wasko, Graham Murdock in Helena Sousa, 13–40. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.
- – – 2014. Producing Consumerism: Commodities, Ideologies, Practices. V *Critique, Social Media and the Information Society*, ur. Christian Fuchs in Marisol Sandoval, 125–143. New York, London: Routledge
- Murdock, Graham in Janet Wasko, ur. 2007. *Media in the Age of Marketization*. Cresskill: Hampton.
- Murdock, Graham in Noreene Janus. 1985. *Mass Communications and the Advertising Industry*. [Reports and Papers on Mass Communication, No. 97]. Pariz: UNESCO.
- Murdock, Graham in Peter Golding. 1973. For a Political Economy of Mass Communications. *The Socialist Register*, 10: 205–234.
- – – 1977. Capitalism, Communication and Class Relations. V *Mass Communication and Society*, ur. James Curran, Michael Gurevitch in Janet Woolcott, 12–43. London: Edward Arnold.
- – – 2005. Culture, Communications and Political Economy. V *Mass Media and Society* (4th edition), ur. James Curran in Michael Gurevitch, 60–83. London: Hodder Arnold Press.
- Murphy, Brian Martin. 2002. A Critical History of the Internet. V *Critical Perspectives on the Internet*, ur. Greg Elmer, 27–45. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Napoli, Philip M. 2003. *Audience Economics: Media Institutions and the Audience Marketplace*. New York: Columbia University Press.
- – – 2010. Revisiting 'Mass Communication' and the 'Work' of Audience in the New Media Environment. *Media, Culture and Society* 32 (3): 505–516.
- – – 2011. *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York: Columbia University Press.
- Negri, Antonio. 1984/1991. *Marx Beyond Marx: Lessons on Grundrisse*. New York: Autonomedia.
- – – 1992. Interpretation of the class situation today: Methodological aspects. V *Open Marxism: Volume 2: Theory and practice*, ur. Werner Bonefeld, Richard Gunn in Kosmas Psychopedis, 69–105. London: Pluto Press.

- – – 2008. *The Porcelain Workshop: For a New Grammar of Politics*. Los Angeles: Semiotext(e).
- Negri, Antonio in Michael Hardt. 1994. *Labor of Dionysus: A Critique of the State-Form*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- – – 2000. *Empire*. London: Harvard University Press.
- – – 2003. *Imperij: Vojna in demokracija v času imperija*. Ljubljana: Študentska založba.
- – – 2004. *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*. New York: The Penguin Press.
- – – 2005. *Multituda: Vojna in demokracija v času imperija*. Ljubljana: Študentska založba.
- – – 2009. *Commonwealth*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- – – 2010. *Skupno – onkraj privatnega in javnega*. Ljubljana: Študentska založba.
- Nonini, Donald M., ur. 2007a. *The Global Idea of 'the Commons'*. New York, Oxford: Berghahn Books.
- – – 2007b. Introduction: The Global Idea of 'the Commons'. V *The Global Idea of 'the Commons'*, ur. Donald M. Nonini, 1–25. New York, Oxford: Berghahn Books.
- Nordenstreng, Kaarle. 1993. New Information Order and Communication Scholarship: Reflections on a Delicate Relationship. V *Illuminating the Blindspots: Essays Honoring Dallas W. Smythe*, ur. Janet Wasko, Vincent Mosco in Manjunath Pendakur, 251–73. New Jersey: Ablex.
- – – 2004. Ferment in the Field: Notes on the Evolution of Communication Studies and Its Disciplinary Nature. *Javnost – The Public* 11 (3): 5–18.
- – – 2013. How the New World Order and Imperialism Challenge Media. *TripleC – Capitalism, Communication & Critique* 11 (2): 348–358.
- Nordenstreng, Kaarle in Tapio Varis. 1974. *Television traffic – a one-way street? A survey and analysis of the international flow of television programme material*. [Unesco Reports and Papers on Mass Communication, No. 70]. Pariz: Unesco.
- Oblak, Tanja. 2003. *Izzivi e-demokracije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Oblak, Tanja in Jernej Prodnik. 2012. Pristranost interneta in (ne)moč spletnih občinstev. *Družboslovne razprave* 28 (70): 51–70.
- Offe, Claus. 1985a. *Družbena moč in politična oblast: protislovja kapitalistične demokracije: razprave o politični sociologiji poznega kapitalizma*. Ljubljana: Delavska enotnost.
- – – 1985b. *Disorganized Capitalism: Contemporary Transformations of Work and Politics* (ur. John Keane). Cambridge: Polity Press.
- – – 1987. *Nova družbena gibanja: izziv mejam institucionalne politike*. Ljubljana: Delavska enotnost.
- – – 2002. 1968. Thirty Years Later: Four hypotheses on the historical consequences of the student movement. *Thesis Eleven* 68: 82–88.
- Ollman, Bertell. 2003. *Dance of the Dialectic: Steps in Marx's Method*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press.
- Osolnik, Bogdan. 2005. The MacBride Report – 25 Years Later. *Javnost – The Public* 12 (3): 5–12.

- Park, Robert Ezra. 1922. *The Immigrant Press and Its Control*. New York in London: Harper & Brothers Publishers.
- Parker, Ian. 1994. Commodities as Sign-systems. V *Information and Communication in Economics*, ur. Robert E. Babe, 69–91. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Pasquinelli, Matteo. 2009. Google's PageRank Algorithm: A Diagram of Cognitive Capitalism and the Rentier of the Common Intellect. V *Deep search. The Politics of Search Beyond Google*, ur. Konrad Becker in Felix Stalder, 152–162. Innsbruck: StudienVerlag.
- Perelman, Michael. 2000. *The Invention of Capitalism: Classical Political Economy and the Secret History of Primitive Accumulation*. Durham, London: Duke University Press.
- – – 2002. *Steal This Idea: Intellectual Property Rights and the Corporate Confiscation of Creativity*. New York: Palgrave.
 - – – 2003. Intellectual Property Rights and the Commodity Form: New Dimensions in the Legislated Transfer of Surplus Value. *Review of Radical Political Economics* 35 (3): 304–311.
- Petkovič, Brankica in Sandra Bašić-Hrvatini. 2004. Regional overview. V *Media Ownership and its Impact on Media Independence and Pluralism*, ur. Brankica Petković, 9–38. Ljubljana: Peace Institute.
- Polanyi, Karl. 2008. *Velika preobrazba: politični in ekonomski viri našega časa*. Ljubljana: Založba /*cf.
- Postone, Moishe. 1993/2003. *Time, Labor, and Social Domination: A Reinterpretation of Marx's Social Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pribac, Igor. 2003. Postfordizem, mnoštvo in pank. V *Slovnica mnoštva: k analizi oblik sodobnega življenja*, Paolo Virno, 105–146. Ljubljana: Krt.
- – – 2010. Postfordizem – kontekstualizacija. V *Postfordizem: Razprave o sodobnem kapitalizmu*, ur. Gal Kirn, 17–31. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Prodnik, Jernej. 2011a. Prispevek h konceptualizaciji skupnega v biolingvističnem kapitalizmu. *Časopis za kritiko znanosti* 39 (244): 23–47.
- – – 2011b. Permanentnost primitivne akumulacije ali: o privatni lastnini, komodifikaciji in povratku rente. *Časopis za kritiko znanosti* 39 (244): 89–109.
 - – – 2012a. A Note on the Ongoing Processes of Commodification: From the Audience Commodity to the Social Factory. *TripleC – Cognition, Communication, Co-operation (Special Issue "Marx is Back" edited by Christian Fuchs & Vincent Mosco)* 10 (2): 274–301.
 - – – 2012b. Post-fordist communities and cyberspace: a critical approach. V *Cybercultures: mediations of community, culture, politics*, ur. Harris Breslow in Aris Mousoutzanis, 75–100. Amsterdam, New York: Rodopi.
 - – – 2012c. Toward a Critique of Surveillance in the Age of the Internet. *TripleC – Cognition, Communication, Co-operation: Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society* 10 (1): 92–99.
 - – – 2012d. The Austrian school of critical political economy? A Review of Thomas Allmer's book 'Towards a critical theory of surveillance in informational capitalism'. *TripleC – Cognition, Communication, Co-operation* 10 (2): 771–774.

- Rawls, John. 1971. *A Theory of Justice*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Rifkin, Jeremy. 2000. *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life Is a Paid-for Experience*. New York: Penguin.
- – – 2001. *Stoletje biotehnologije: kako bo trgovina z geni spremenila svet*. Ljubljana: Krtina.
- Roach, Colleen. 1993. Dallas Smythe and the New World Information and Communication Order. V *Illuminating the Blindspots: Essays Honoring Dallas W. Smythe*, ur. Janet Wasko, Vincent Mosco in Manjunath Pendakur, 274–301. New Jersey: Ablex.
- Robins, Kevin in Frank Webster. 1988. Cybernetic Capitalism: Information, Technology, Everyday Life. V *The Political Economy of Information*, ur. Vincent Mosco in Janet Wasko, 44–75. Wisconsin, London: The University of Wisconsin Press.
- – – 2004. The Long History of the Information Revolution. V *The Information Society Reader*, ur. Frank Webster, 62–80. Routledge: London.
- Rosengren, K. E. 1994. From field to frog ponds. V *Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field*, ur. Mark R. Levy in Michael Gurevitch, 14–25. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Ross, Edward Alsworth. 1910/1918. The Suppression of Important News. V *The Profession of Journalism: A Collection of Articles on Newspaper Editing and Publishing, Taken from the Atlantic Monthly*, ur. Willard Grosvenor Bleyer, 79–96. Boston: The Atlantic Monthly Press.
- Rossi, Mario. 2008. Teze o Feuerbachu. V *O spremembi sveta: Pomen Marxovih tez o Feuerbachu*, 91–114. Ljubljana: Sophia.
- Salecl, Renata. 2010. *Disciplina kot pogoj svobode (druga, popr. izdaja)*. Ljubljana: Krtina.
- Sandel, Michael. 2012. *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*. London: Allen Lane.
- Sandoval, Marisol. 2012. Consumer Surveillance on Web 2.0. V *Internet and Surveillance*, ur. Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund and Marisol Sandoval, 147–169. New York: Routledge.
- – – 2013. Foxconned Labour as the Dark Side of the Information Age: Working Conditions at Apple's Contract Manufacturers in China. *TripleC – Capitalism, Communication & Critique* 11 (2): 318–347.
- Scharper, Stephen B. in Hilary Cunningham. 2007. The Genetic Commons: Resisting the Neo-liberal Enclosure of Life. V *The Global Idea of 'the Commons'*, ur. Donald M. Nonini, 53–65. New York, Oxford: Berghahn Books.
- Schäffle, Albert. 1881/2001. Javnost, publika, javno mnenje in dnevni tisk. V *Komunikološka hrestomatija 1*, ur. Slavko Splichal, 49–66. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Schiffirin, André. 2010. *Words and Money*. London, New York: Verso.
- Schiller, Dan. 1988. How to Think About Information. V *The Political Economy of Information*, ur. Vincent Mosco in Janet Wasko, 27–43. Wisconsin, London: The University of Wisconsin Press.
- – – 1994. Back to the Future: Prospects for Study of Communication as a Social Force. V *Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field*, ur. Mark R. Levy in Michael Gurevitch, 359–366. New York, Oxford: Oxford University Press.

- 1996. *Theorizing Communication: A History*. New York: Oxford University Press.
- 2000. *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Cambridge, London: The MIT Press.
- 2007. *How to Think about Information*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press.
- 2011. The Militarization of US Communications. V *The Handbook of Political Economy of Communications*, ur. Janet Wasko, Graham Murdock in Helena Sousa, 264–282. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.
- Schiller, Herbert Irving. 1969. *Mass Communications and American Empire*. Boston: Beacon Press.
- 1973. *The Mind Managers*. Boston: Beacon Press
- 1976. *Communication and Cultural Domination*. New York: International Arts and Sciences Press.
- 1978a. Decolonization of Information: Efforts toward a New International Order. *Latin American Perspectives* 5 (1): 35–48.
- 1978b. *Communication Accompanies Capital Flows*. [Reports and Papers on Mass Communication, No. 47]. Pariz: UNESCO.
- 1981. *Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- 1984. *Information and the Crisis Economy*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- 1989. *Culture, Inc. The Corporate Takeover of Public Expression*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- 1991/2006. Not Yet the Post-Imperialist Era. V *Media and Cultural Studies: KeyWorks (Revised Edition)*, ur. Meenakshi Gigi Durham in Douglas Kellner, 295–310. Malden, Oxford: Blackwell Publishing.
- 1996. *Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America*. London, New York: Routledge.
- 1998. Striving for communication dominance: a half-century review. V *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*, ur. Daya Kishan Thussu, 17–26. London: Arnold.
- 2000. *Living in the Number One Country: Reflections from a Critic of American Empire*. New York, London, Sydney: Seven Stories Press.
- Schiller, Herbert Irving in Anita R. Schiller. 1988. Libraries, Public Access to Information, and Commerce. V *The Political Economy of Information*, ur. Vincent Mosco in Janet Wasko, 146–166. Wisconsin, London: The University of Wisconsin Press.
- Schmidt, Alfred. 1981. K ideji kritične teorije družbe. V *Kritična teorija družbe: zbornik tekstov frankfurtske šole*, ur. Slavoj Žižek in Rado Riha, 261–283. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Scholz, Trebor, ur. 2013. *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*. New York, Oxon: Routledge.
- Schudson, Michael. 1978. *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.

- Schumpeter, Joseph Alois. 2010. *Lahko kapitalizem preživi? Ustvarjalno uničevanje in prihodnost globalne ekonomije*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Scott, Ben in Robert W. McChesney. 2002. Upton Sinclair and the Contradictions of Capitalist Journalism. *MRZine* 54 (1). Dostopno prek: <http://monthlyreview.org/2002/05/01/upton-sinclair-and-the-contradictions-of-capitalist-journalism> (3. avgust 2012).
- Searle, John R. 1995. *The Construction of Social Reality*. London: Penguin.
- – – 2010. *Making the Social World: The Structure of Human Civilization*. Oxford: Oxford University Press.
- Seeger, Anthony. 2012. Lastništvo tradicionalne glasbe v poblagovljenem svetu. V *Glasba in avtorska pravica: zbornik*, ur. Simon Frith in Lee Marshal, 221–240. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Sennett, Richard. 1999. *The Corrosion of Character: the personal consequences of work in the new capitalism*. New York: W. W. Norton & Company.
- Scholz, Trebor, ur. 2013. *Digital labour: The Internet as Playground and Factory*. New York: Routledge.
- Sevignani, Sebastian, Robert Prey, Marisol Sandoval, Thomas Allmer, Jernej A. Prodnik in Verena Kreilinger. 2014. Critical Studies of Contemporary Informational Capitalism: The Perspective of Emerging Scholars. V *Critique, Social Media and the Information Society*, ur. Christian Fuchs in Marisol Sandoval, 76–90. New York, London: Routledge
- Shiva, Vandana. 1997. *Biopiracy: The Plunder of Nature and Knowledge*. Boston, New York: South End Press.
- Sholle, David. 2002. Disorganizing the "New Technology". V *Critical Perspectives on the Internet*, ur. Greg Elmer, 3–26. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Simmel, Georg. 2002. The Metropolis and Mental Life. V *The City Reader*, ur. Gary Bridge in Sophie Watson, 11–19. Oxford: Blackwell.
- Sinclair, Upton. 1919/2003. *The Brass Check: A Study of American Journalism*. Urbana: University of Illinois Press.
- Smith, Adam. 2010. *Bogastvo narodov: Raziskava o naravi in vzrokih bogastva narodov*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Smythe, Dallas W. 1950. Television in Relation to Other Media and Recreation in American Life. *Hollywood Quarterly* 4 (3): 256–261.
- – – 1951. The Consumer's Stake in Radio and Television. *The Quarterly of Film Radio and Television* 6 (2): 109–128.
- – – 1952. What TV Programming Is Like. *The Quarterly of Film, Radio and Television* 7 (1): 25–31.
- – – 1954a. Some Observations on Communications Theory. *Audio Visual Communication Review*, 2 (1): 24–37.
- – – 1954b. Reality as Presented by Television. *The Public Opinion Quarterly* 18 (2): 143–156.
- – – 1960a. On the Political Economy Of Communications. *Journalism Quarterly* (Fall): 563–572.

- – – 1960b. The Modern Media Man and the Political Process. V *Counterclockwise: Perspectives on Communication*, ur. Thomas Guback, 109–126. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press.
- – – 1960c. The Spiral of Terror and the Mass Media. V *Counterclockwise: Perspectives on Communication*, ur. Thomas Guback, 129–149. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press.
- – – 1963. Peace in a Shrinking World. V *Counterclockwise: Perspectives on Communication*, ur. Thomas Guback, 162–173. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press.
- – – 1977a. Critique of the Consciousness Industry by Hans Magnus Enzensberger, an essay-review. *Journal of Communication* 27 (1): 197–202.
- – – 1977b. Communications: Blindspot of Western Marxism. V *Counterclockwise: Perspectives on Communication*, ur. Thomas Guback, 266–291. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press.
- – – 1971/1978. The Political Character of Science (Including Communication Science) or Science is Not Ecumenical. V *Communication and Class Struggle: Vol 1.: Capitalism, Imperialism*, ur. Armand Mattelart in Seth Siegelaub, 171–176. New York: International General, IMMRC.
- – – 1978. Rejoinder to Graham Murdock. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 2 (2): 120–127.
- – – 1981a. *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness, and Canada*. New Jersey: Ablex.
- – – 1981b. Communications: Blindspot of Economics. V *Culture, Communication, and Dependency: The Tradition of H. A. Innis*, ur. William H. Melody, Liora Salter in Paul Heyer, 111–126. New Jersey: Ablex.
- – – 1984. New directions for critical communications research. *Media, Culture and Society* 6: 205–217.
- – – 1986. On the Political Economy of C³I. V *Communication and Domination: Essays to Honor Herbert I. Schiller*, ur. Jörg Becker, Göran Hedebro in Leena Paldán, 66–75. New Jersey: Ablex.
- – – 1994. Excerpts from Autobiography, Chapter 5 (1937–1948) and Chapter 4 (1948–1963): The Political Economy of Communications. V *Counterclockwise: Perspectives on Communication*, ur. Thomas Guback, 13–58. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press.
- Sohn-Rethel, Alfred. 1972. Mental and Manual Labour in Marxism. V *Situating Marx*, ur. Paul Walton in Stuart Hall, 44–71. London: Human Context Books.
- – – 1978. *Intellectual and Manual Labour: A Critique of Epistemology*. London, Basingstoke: The MacMillan Press.
- – – 1983. *Duševno in telesno delo: Prispevek k teoriji družbene sinteze*. Ljubljana: Krt.
- Södeberg, Johan. 2008. *Hacking Capitalism: The Free and Open Source Software Movement*. New York, London: Routledge.
- Splichal, Slavko. 1981. *Množično komuniciranje med svobodo in odtujitvijo*. Maribor: Založba Obzorja.

- 1993. Searching for New Paradigms: An Introduction. V *Communication and Democracy*, ur. Slavko Splichal in Janet Wasko, 3-18. Norwood: Ablex.
- 1997. *Javno mnenje: Teoretski razvoj in spori v 20. stoletju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 2000. Novinarji in novinarstvo. *Javnost – The Public*, Vregov zbornik (7): 47–56.
- 2001. Predhodniki in začetki komunikologije v Evropi in ZDA. V *Komunikološka hrestomatija 1*, ur. Slavko Splichal, 49–66. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 2002. *Principles of publicity and press freedom*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- 2006. In Pursuit Of Socialised Press: Ferdinand Tönnies's Critique Of The Press And His Predecessors. V *Radical Mass Media Criticism: A Cultural Genealogy*, ur. David Berry in John Theobald, 41–58. Montreal, New York, London: Black Rose Books.
- 2008. Why Be Critical? *Communication, Culture and Critique* 1: 20–30.
- Splichal, Slavko in Janet Wasko, ur. 1993. *Communication and Democracy*. Norwood: Ablex.
- Stoker, Gerry. 1998. Governance as Theory: Five Propositions. *International Social Science Journal* 55 (155): 17–28.
- Šešerko, Leo. 1980. Uvod v tematsko številko: Kritika politične ekonomije. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 8 (41/42): 5–8.
- Tarde, Gabriel. 2007. Mnenje in množica. V *Komunikološka hrestomatija 3*, ur. Slavko Splichal, 103–114. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Terranova, Tiziana. 2000. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text* 18 (2): 33–58.
- 2004. *Network culture: Politics for the information age*. London: Pluto Press.
- 2010. New Economy, Financialiation and Social Production in the Web 2.0. V *Crisis in the Global Economy*, ur. Andrea Fumagalli in Sandro Mezzadra, 153–170. New York: Autonomedia.
- 2013. Free Labor. V *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*, ur. Trebor Scholz, 33–57. New York, Oxon: Routledge.
- Theobald, John. 2006. The Intellectual Tradition of Radical Mass Media Criticism: A Framework. V *Radical Mass Media Criticism: A Cultural Genealogy*, ur. David Berry in John Theobald, 17–40. Montreal, New York, London: Black Rose Books.
- Therborn, Göran. 2008. *From Marxism to Post-Marxism?* London, New York: Verso.
- Thompson, Edward Palmer. 1967. Time, Work-Discipline, and Industrial Capitalism. *Past and Present* 38 (December): 56–97.
- 2010. *Navade, plebejska kultura in moralna ekonomija*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Thussu, Daya Kishan. 1998a. Introduction. V *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*, ur. Daya Kishan Thussu, 1–10. London: Hodder Arnold.
- ur. 1998b. *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*. London, New York: Arnold.

- – – 2005. From MacBride to Murdock: The Marketisation of Global Communication. *Javnost – The Public* 12 (3): 47–60.
- – – 2006. *International Communication: Continuity and Change*. Druga izdaja. London: Hodder Arnold.
- Towse, Ruth. 2012. Avtorska pravica in ekonomija. V *Glasba in avtorska pravica: zbornik*, ur. Simon Frith in Lee Marshal, 77–99. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Tönnies, Ferdinand. 1998. *Kritika javnega mnenja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Turnšek Hančič, Maja in Jernej Prodnik. 2011. (Proti)javnosti v globalnem kapitalizmu. V *Nov(o) državljan(stvo)*, ur. Cirila Toplak, Žiga Vodovnik in Mitja Durnik, 119–143. Ljubljana: Sophia.
- Vercellone, Carlo. 2010. The Crisis of the Law of Value and the Becoming-Rent of Profit. V *Crisis in the Global Economy*, ur. Andrea Fumagalli in Sandro Mezzadra, 85–118. New York: Autonomedia.
- Virno, Paolo. 1996. Notes on the "General Intellect". V *Marxism beyond Marxism*, ur. Saree Makdisi, Cesare Casarino in Rebecca E. Karl, 265–272. New York, London: Routledge.
- – – 2003. *Slovnica mnoštva: k analizi oblik sodobnega življenja*. Ljubljana: Krt.
- – – 2007. Družbene vede in »človeška narava«: govorna sposobnost, biološka stalnica, proizvodni odnosi. V *Človeška narava in zgodovina*, 63–165. Ljubljana: Krtina.
- – – 2008. *Multitude: Between Innovation and Negotiation*. Los Angeles: Semiotext(e).
- – – 2009. Natural-historical diagrams: The »new global« movement and the biological invariant. *Cosmos and History: The Journal of Natural and Social Philosophy* 5 (1): 92–104.
- Virno, Paolo in Michael Hardt, ur. 1996. *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*. Minneapolis in London: Minnesota University Press.
- Vreg, France. 1992. Kritična teorija družbe: medijska kulturna industrija. V *Obča komunikologija: gradivo za študente prvega letnika*, ur. Andrej Škerlep in Slavko Splichal, 227–234. Ljubljana: FDV.
- – – 2004. Začetki novinarstva in heretična komunikologija. V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri: znanstveni zbornik ob 40. obletnici študija novinarstva na Slovenskem*, ur. Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, 11–15. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Wallerstein, Immanuel. 1983. *Historical Capitalism*. London: Verso.
- – – 1999. *Utopistike – Dediščina sociologije*. Ljubljana: Založba /*cf.
- – – 1991/2001. *Unthinking Social Science: The Limits of Nineteenth-Century Paradigms*. Druga izdaja. Philadelphia: Temple University Press.
- – – 2004. *Zaton ameriške moči*. Ljubljana: Založba /*cf.
- – – in drugi (Gulbenkianova komisija). 2000. *Kako odpreti družbene vede*. Ljubljana: Založba /*cf.
- Walton, Paul in Stuart Hall, ur. 1973. *Situating Marx: Evaluations and Departures*. London: Human Context.
- Ward, Lester F. 1911. *Pure Sociology: A Treatise on the Origin and Spontaneous Development of Society*. Druga izdaja. New York: The MacMillan Company.
- Wasko, Janet. 1993. Introduction. V *Illuminating the Blindspots. Essays Honoring Dallas W. Smythe*, ur. Janet Wasko, Vincent Mosco in Manjunath Pendakur, 1–11. Norwood: Ablex.

- 2003. *How Hollywood Works*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- 2005. Studying the Political Economy of Media and Information. *Comunicação e Sociedade* 7: 25–48.
- Wasko, Janet, Graham Murdock in Helena Sousa, ur. 2011a. *The Handbook of Political Economy of Communications*. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.
- 2011b. Introduction: The Political Economy of Communications: Core Concerns and Issues. V *The Handbook of Political Economy of Communications*, ur. Janet Wasko, Graham Murdock in Helena Sousa, 1–10. Malden, Oxford: Wiley-Blackwell.
- Wasko, Janet in Mary Erickson. 2009. The Political Economy of YouTube. V *The YouTube Reader*, ur. Pelle Snickars in Patrick Vonderau, 372–386. Stockholm: National Library of Sweden.
- Wayne, Mike. 2003. *Marxism and Media Studies*. London: Pluto Press.
- 2011. Hans Magnus Enzensberger and the Politics of New Media Technology. V *Revisiting Frankfurt School: Essays on culture, media and theory*, ur. David Berry, 117–138. Farnham, Burlington: Ashgate.
- Weber, Max. 1946. Politics as a Vocation. V *From Max Weber: Essays in Sociology*, ur. H. H. Gerth in C. Wright Mills, 77–128. New York: Oxford University Press.
- 1998. Preliminary Report on a Proposed Survey for a Sociology of the Press. *History of the Human Sciences* 11 (2): 111–120.
- Williams, Raymond. 1961/2011. *The Long Revolution*. Cardigan: Parthian Books.
- 1962. *Communications*. Baltimore, Maryland: Penguin Books.
- 1974. *Television: Technology and Cultural Form*. London, New York: Routledge.
- 1997. *Navadna kultura: Izbrani spisi*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- 2005. *Culture and Materialism: Selected Essays*. London, New York: Verso.
- Winseck, Dwayne R. 2011. The Political Economies of Media and the Transformation of the Global Media Industries. V *The Political Economies of Media: The Transformations of the Global Media Industries*, ur. Dwayne R. Winseck in Dal Yong Jin, 3–48. London, New York: Bloomsbury Academic.
- Winseck, Dwayne R. in Dal Yong Jin, ur. 2011. *The Political Economies of Media: The Transformations of the Global Media Industries*. London, New York: Bloomsbury Academic.
- Winseck, Dwayne R. in Robert M. Pike. 2007. *Communication and Empire: Media, Markets, and Globalization, 1860–1930*. Durham, London: Duke University Press.
- Wolfe, Charles T. 2007. Materialism and Temporality: On Antonio Negri's 'Constitutive' Ontology. V *The Philosophy of Antonio Negri: Revolution in Theory*, ur. Timothy S. Murphy in Abdul-Karim Mustapha, 198–220. London: Pluto Press.
- Yong Jin, Dal. 2008. Neoliberal restructuring of the global communication system: mergers and acquisitions. *Media, Culture & Society* 30 (3): 357–373.
- Zajc, Marko in Janez Polajnar. 2012. *Naši in vaši: Iz zgodovine slovenskega časopisnega diskurza v 19. in začetku 20. stoletja*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Zanini, Adelino. 2008. *Economic Philosophy: Economic Foundations and Political Categories*. Oxford, Berlin, New York [...]: Peter Lang.

7 Stvarno in imensko kazalo

A

abstrakcija, 5, 9, 12, 16, 18, 19, 22, 25, 35, 41, 42, 44, 47, 48, 52, 54-56, 65, 74, 76, 77, 80, 96-100, 102, 104, 109, 112-116, 118, 123, 126, 130, 211, 213, 217, 226, 245, 280, 282, 286, 287, 305, 311, 314, 316, 320, 336-338, 357

Adorno, T. W., 63, 85, 96, 123, 124, 126, 153, 166, 187, 244, 275, 280, 304, 313, 322, 363, 364, 366

aksiologija, 5, 9, 19, 85

akumulacija, 4, 5, 8, 9, 13, 14, 16, 21, 24, 25, 33, 51, 62, 95, 97, 100, 103, 104, 106, 107, 109, 111, 113, 114, 119, 121, 124, 126, 127, 134-138, 140, 142-144, 146-150, 155, 157-159, 161, 162, 165-167, 169, 171, 174, 182, 183, 191-193, 194, 197, 200, 201, 206, 209, 212-214, 216-220, 238, 241, 243, 245, 247, 286, 287, 335, 344, 350, 353, 355, 359, 382

Allmer, T., 219, 237, 275, 349, 350, 363, 382, 385

Althusser, L., 51, 55, 70, 91, 123, 124, 210, 213, 313, 363

Amin, S., 42, 104, 137, 157, 164, 229, 257, 363

Amon, S., 127, 257, 263, 363

Andrejevic, M., 167, 275, 350, 363

Arendt, H., 45, 65-67, 117, 363

Arrighi, G., 104, 137, 193, 196, 257, 286, 287, 337, 364

Artz, L., 91, 208, 275, 349, 364, 375, 379

Aufermann, J., 275, 281, 314, 364

avtorske pravice, 139, 163, 173, 223, 370, 375, 385, 388

B

Babe, R. V., 91, 157, 208-210, 226, 275, 301, 302, 304, 308-310, 313, 352, 364, 379, 382

Bagdikian, B., 127, 129-131, 203, 222, 229, 234, 265, 275, 350, 364

Baker, C. E., 130, 131, 205, 262, 266, 275, 364

Balibar, É., 30, 32, 69, 78, 101, 102, 106, 119-121, 364

Barbalet, J. M., 34, 51, 69, 72, 91, 96, 102, 117, 118, 122, 364

Becker, J., 275, 332, 382, 386

Benko, V., 284, 290, 291, 302, 365

Berry, D. R., 139, 149, 151, 157, 173, 244, 352, 364, 365, 387, 389

Bettig, R. V., 150, 162, 163, 173, 179-181, 182, 219, 224, 226, 229, 231, 244, 257, 275, 352, 365

Bhaskar, R., 28, 30-32, 42-48, 50, 54, 68-72, 74, 83, 363, 365

Biltreyst, D., 318, 341, 342, 349, 350, 357, 365

blago, 5-7, 9-15, 16, 19, 21-25, 27, 53, 55, 59, 60, 69, 74, 85, 92-126, 129, 131-135, 136, 140-144, 151-153, 154, 159-167, 170, 175-185, 187, 188, 203, 204, 206, 210, 212, 215-219, 220, 222, 225, 228, 229, 234, 238-242, 244, 245, 247, 250, 251, 256, 257, 263, 265, 276, 278, 280, 285, 294, 301, 306, 310, 311, 313-319, 328-330, 331, 352, 354, 356-358, 360

Bobbio, N., 67, 195, 196, 241, 365

Bolaño, R., 218, 290, 349, 352, 365

Bollier, D., 146, 151, 173, 242, 352, 365

Bonefeld, W., 24, 32, 36, 77, 85, 89, 90, 146-148, 366, 370, 380

Bourdieu, P., 34, 37, 40, 68, 71, 106, 205, 206, 215, 265, 338, 366, 367

Boyd-Barrett, O., 275, 283, 285, 286, 291, 293, 295, 298, 301, 342, 366

Braudel, F., 17, 48, 53, 89, 100, 104, 107, 117, 137, 208, 257, 288, 337, 366

Bücher, K., 7, 11, 13, 25, 163, 207, 244, 250, 255-257, 258, 266, 275, 314, 366

C

Calabrese, A., 172, 217, 223, 225, 226, 275, 353, 367, 368, 371, 378

cenzura, 13, 127, 131, 163, 248, 249, 258, 261, 262, 264, 277, 331, 344, 359, 377

Chakravartty, P., 275, 367

Chomsky, N., 66, 125, 129, 130, 211, 275, 278, 320, 340, 345, 373, 380

cirkulacija, 81, 98, 113, 120, 126-130, 135, 164, 177, 208, 212, 217, 219, 220, 247, 256, 258, 260, 263, 264, 266, 293

Collier, A., 29, 30, 32, 33, 39, 41-43, 44, 47, 49, 50, 54, 68, 71, 363, 365, 367

Cooley, C. H., 58, 61, 255, 256, 261, 367

Curran, J., 125, 126, 128-130, 131, 181, 203, 210, 219, 223, 258, 266, 272, 275, 282, 297, 341, 342, 344, 345, 347, 350, 352, 359, 366, 368, 371, 380

Č

Časopis - glej tisk

D

Dahlgren, P., 208, 221, 290, 353, 368
De Angelis, M., 24, 144, 146-148, 368
De Fleur, M., 314, 315, 368
Debord, G., 39, 89, 96, 122, 152, 187, 209, 280, 357, 368
Deleuze, G., 81, 134, 186, 368
delo, 4, 9, 17-19, 20, 29-31, 32, 34, 37, 41, 44, 50, 51, 55, 57-61, 62, 64, 65, 67, 69, 71-73, 75, 77-79, 81, 87, 90, 91, 94-114, 115, 118-124, 128, 131, 134, 136, 137, 139, 141, 142, 144-146, 148, 149, 153, 155-157, 159, 167, 170, 172-174, 175, 177, 178, 180, 184, 186-188, 191-193, 197, 198, 200, 201, 204, 207, 209, 216, 217, 219, 220, 223, 225, 227, 228, 231, 234, 238, 239, 241, 242, 245, 247, 248, 251, 252, 254, 257, 260, 266, 268, 272, 273, 278, 283, 285, 289-291, 293, 295-299, 301-303, 305, 307, 308, 311, 318, 319, 321, 322, 324, 329, 336, 346, 347, 350-352, 353, 360, 361, 386
demokracija, 67, 132, 156, 166, 190, 195-197, 205, 214, 221-223, 230-232, 241, 249, 250, 256, 261, 263-265, 296, 299, 328, 331, 333, 334, 346, 359, 360, 362, 381
determinizem, 48, 49, 51, 72, 79, 157, 162, 245, 308
Dewey, J., 58, 255, 260, 359, 368
dialektika, 5, 9, 12, 14, 17, 19, 30, 34, 41, 42, 48, 49, 55, 72, 75-83, 88, 97, 113, 123, 136, 147, 158, 195, 237, 245, 313, 362, 363

diamat, 49, 89, 90, 228
digitalno, 130, 156, 165, 180, 186, 232, 234, 331, 350, 351, 354, 358
distribucija, 107, 111, 119, 121, 135, 162, 163, 166, 171, 180, 193, 198, 199, 213, 215, 217-221, 234, 253, 269, 298, 299, 324, 344, 361
Dorfman, A., 122, 212, 272, 283, 288-290, 291, 294, 369
Downing, J. D. H., 132, 173, 275, 279, 335, 347, 350, 369
družba kot tovarna, 13, 197, 200, 201, 354, 358
država, 46, 51, 66, 67, 74, 86, 106, 109, 122, 123, 125, 127, 134, 140, 145, 146, 149, 155, 168, 169, 171-173, 174, 188, 190-192, 195, 196, 217, 222, 225, 227, 231-233, 238, 241, 253, 254, 258, 259, 278, 279, 283, 286-288, 291-295, 297-299, 303, 310, 322, 325, 327, 335-337, 338, 345, 346, 348, 352, 362
Dyer-Witford, N., 61, 90, 96, 156-158, 229, 241, 242, 245, 246, 275, 302, 349, 353, 369

E

Eagleton, T., 30, 32, 33, 39, 42, 47, 123, 209, 287, 340, 369
eksploatacija, 20, 41, 42, 85, 87, 109, 111, 121, 123, 142, 148, 157, 212, 218, 219, 231, 238, 358
Engels, F., 34, 51-53, 61, 96-100, 103, 109, 110, 112, 118, 119, 124, 126, 183, 247, 369, 377
Enzensberger, H. M., 124, 153, 244, 247, 275, 281, 282, 313, 369, 386, 389
epistemologija, 30-32, 36, 37, 39, 43, 54-56, 75, 76, 85, 91, 176, 206, 210, 229, 245, 276, 279, 300, 307

Ewen, S., 106, 124, 166, 220, 264, 266, 297, 315, 369

F

Feenberg, A., 275
fetišizem, 12, 13, 69, 92, 94, 97, 99-101, 102, 104, 119-125, 133, 212, 215, 244, 247, 356
fikcija o blagu, 24, 96, 138, 142, 143
Fisher, E., 156, 158, 193, 275, 351, 358, 369
Foucault, M., 41, 66, 90, 186, 369
frankfurtska šola, 31, 44, 51, 55, 77, 78, 85, 86, 88-90, 232, 244, 279, 281, 370, 373, 384
Fuchs, C., 56, 75-77, 85, 86, 88, 89, 91, 92, 97, 109, 119, 123, 124, 201, 206, 208, 216, 225, 226, 229, 232, 244, 246-248, 275, 305, 306, 308, 344, 348-350, 352-354, 358, 363, 370, 373, 380, 382, 383, 385

G

Gandy, O. H. jr., 217, 218, 226, 229, 230, 232, 234-236, 272, 275, 318, 332, 350, 370
Garnham, N., 63, 64, 123, 125, 126, 131, 135, 153, 155, 166, 179-181, 204, 219, 222, 223, 229, 233-235, 275, 281, 282, 368, 371
Gerbner, G., 272, 273, 304
globalen, 13, 24, 51, 76, 78, 83, 94, 95, 117, 123, 128, 134, 135, 137, 151, 155-157, 160, 165, 168, 170, 172-174, 175, 184, 185, 188, 190, 192-194, 196, 203, 206, 219, 221, 224, 233, 245-247, 268, 280, 282, 283, 285, 286, 290, 291, 293, 295-299, 323, 325-327, 329, 332, 336, 348, 350-352, 353, 359, 361, 385, 388

Godelier, M., 103, 109, 110, 112, 118, 119, 145, 189, 371
Golding, P., 128, 131, 202, 204, 206, 208, 210, 216-218, 221, 222, 226, 229, 237, 272, 275, 280, 282, 285, 296, 369, 371, 375, 380
Gorz, A., 105, 184, 200, 354, 371
Gramsci, A., 29, 46, 49, 51, 52, 55, 56, 61, 62, 64, 69, 236, 290, 371
Guback, T. H., 155, 157, 159, 193, 272, 275, 279, 280, 293, 296, 298, 303, 306, 369, 371, 372, 379, 386
Gunn, R., 29, 30, 54, 77, 90, 366, 372, 380

H

Hall, S., 123, 209, 210, 213, 214, 282, 372, 386, 388
Hardt, H., 55, 59, 91, 127, 132, 153, 163, 166, 205, 208, 221, 223, 224, 244, 248-256, 261, 263, 265-269, 285, 286, 296, 352, 359, 360
Hardt, M., 19, 20, 35, 66, 67, 76, 83, 84, 90, 105, 137, 139, 141, 146, 151, 160, 185, 189, 190, 195-197, 200, 241, 242, 347, 348, 352, 353, 355, 361, 362
Harvey, D., 35, 57, 75, 77, 80-84, 111, 118, 119, 123, 137, 140, 146, 149, 150, 174, 177, 185, 191, 192, 195-197, 199, 217, 220, 245, 246, 277, 286-288, 318, 348, 372
Hay, C., 14, 28, 31, 36-38, 57, 68, 373
Headrick, D. R., 160, 161, 164, 194, 252, 258, 373
hegemonija, 25, 51, 124, 148, 168, 173, 192, 278, 285-287, 288, 299, 305, 326, 338, 347
Heilbroner, R., 56, 137, 227, 238, 373

Heinrich, M., 91, 98, 100, 102, 104, 105, 108, 113, 122, 135, 136, 228, 230, 238, 373
Herman, E. S., 129, 211, 214, 275, 278, 340, 345, 373, 380
Hesmondhalgh, D., 150, 165, 172, 175, 219, 229, 232-234, 235, 237, 349, 351, 352, 373, 374
Hobsbawm, E., 19, 84, 102, 103, 111, 137, 373
Hoffmann, B., 52, 225, 228, 230, 235, 275, 373
Hofmann, W., 280, 373
Holzer, H., 275
Hope, W., 275
Horkheimer, M., 44, 63, 85-87, 88, 124, 126, 153, 166, 187, 244, 275, 280, 313, 322, 363, 373
Husson, M., 137, 148, 185, 374
Huws, U., 96, 105, 138, 351, 374

I

idealizem, 14, 29, 31-33, 35, 38, 42, 44, 64, 68, 125, 210, 256, 260, 307, 312, 340
ideologija, 13, 18, 22, 44, 49-51, 53, 60, 63, 64, 73, 83, 86, 88, 91, 94, 104, 123-125, 126, 129, 133, 137, 155, 157, 161, 168, 169, 181, 190, 193, 203-205, 211, 215, 219, 222, 225, 239, 240, 245, 247, 250, 266, 274, 280, 286, 288-292, 297, 298, 302, 305, 306, 310-312, 313, 315, 318, 326, 327, 338, 339, 343, 345, 356, 360, 363, 369
imperializem, 100, 122, 149, 167-169, 184, 190, 279, 283-287, 289, 291-293, 294, 324, 325
Imperij, 76, 83, 95, 141, 184, 186, 190, 195, 196, 353, 381
individualizacija, 12, 13, 25, 29, 68, 70, 74, 94, 99-101, 111, 112,

117, 118, 135, 184, 214, 234, 303, 356, 360, 362

informacija [tudi: informacijsko], 4-10, 11, 13-15, 16, 21-23, 24, 26, 27, 41, 63, 89, 94, 116, 117, 130, 133, 138, 143, 149-153, 155-183, 184, 186-188, 193, 194, 199, 204, 207, 208, 212, 213, 216, 220, 222-226, 231, 233-235, 242, 243, 248, 253, 257, 258, 264, 265, 267, 270, 272, 275, 279, 283-285, 290, 292, 294-298, 299, 311, 313, 316, 317, 319, 322, 323, 325-335, 336, 338, 339, 342, 348, 350-352, 354-356, 358, 360, 362
Innis, H. A., 23, 58, 64, 164, 244, 258, 259, 275, 285, 302, 374, 386
intelektualne pravice, 5, 6, 9, 10, 23, 24, 143, 150, 162, 163, 169, 170, 172-174, 179, 181, 188, 189, 336, 337, 351

internet, 76, 116, 156, 161, 180, 185, 193, 194, 201, 203, 221, 232, 330, 350, 351, 358, 363, 365, 366, 368-370, 373, 378, 380-384, 385, 387

J

Jameson, F., 30, 75-77, 78, 96, 100, 126, 136, 148, 158, 185, 238, 374
javna sfera, 6, 10, 22, 23, 55, 66, 67, 73, 126, 128, 129, 132, 146, 195, 208, 214, 223, 249, 253, 263, 328, 334, 347, 361
javno, 6, 10, 23, 133, 146, 153, 175, 176, 188, 195, 196, 208, 213, 219, 253, 256, 262, 266, 268, 298, 310, 328, 331, 334, 343, 357, 359, 361, 362, 381, 388
javnost, 22, 55, 67, 132, 164, 172, 176, 194-196, 205, 208, 213, 215, 223, 230, 249, 250, 253, 254, 256, 257, 259, 260, 262,

264, 266, 267, 278, 293, 310,
320, 321, 330, 334, 339, 340,
345-347, 360, 361, 365, 368,
372, 378, 381, 383, 387, 388
Jay, M., 32, 35, 49, 51, 77, 88, 90,
374
Jessop, B., 51, 55, 68, 84, 143, 149,
191, 336, 374
Jhally, S., 64, 97, 107, 119, 120,
124, 125, 129-131, 137, 153,
166, 229, 272, 275, 314, 353, 374
Jin, D. Y., 172, 174, 203, 275, 353,
360, 370, 377, 389

K

kapital, 5, 6, 9, 10, 14, 19, 22-24, 25,
33, 34, 41, 44, 46, 51, 55, 61-65,
67, 68, 71, 78, 79, 81, 86, 92, 93,
95-97, 98, 101, 103-105, 108-
112, 115, 119, 123, 126-128,
131, 134-138, 143, 144, 146-148,
151, 155, 157, 158, 160-162,
164, 166, 168, 169, 171, 174,
175, 178, 181-185, 188, 191-193,
196-200, 201, 203, 205, 206,
212, 215-217, 219, 220, 222-224,
225, 228, 232, 233, 238, 239,
241, 244-246, 247, 250, 254,
261, 263, 266-268, 269, 273,
274, 287, 297, 306, 307, 309,
312, 318, 319, 322, 329, 330,
333-337, 338, 340, 345, 348,
350, 352, 354, 356, 358, 359,
362, 376

kapitalizem, 1, 4-12, 15-17, 19, 21-
23, 25-27, 30, 33, 41, 44, 46, 51-
53, 55, 60-64, 65, 67, 74, 76, 79,
85, 87, 90, 92-118, 119, 121,
123-127, 129-153, 154, 156-162,
163, 165-169, 174, 177-179, 181,
182, 185, 187-199, 200, 202-206,
208, 209, 211-213, 215-219, 220,
222-228, 230-232, 233, 235, 237,
238, 240, 241, 244-248, 250,

254, 257, 260-262, 264, 265,
270, 274, 278-280, 283, 285-287,
288, 291-293, 303, 304, 307,
311-313, 315-319, 321, 323-329,
331-333, 335-337, 338, 341-343,
346-348, 352-356, 359-361, 364,
366, 369, 374, 375, 381, 382,
385, 388

Kellner, D., 78, 85, 88, 90, 209, 210,
218, 225, 374, 376, 384

Klaehn, J., 275, 349, 350, 365, 372,
375, 380

Knies, K., 7, 11, 13, 25, 207, 244,
247, 250-254, 255, 266, 275,
370, 375

komuniciranje, 1, 4-18, 20-26, 27,
32, 37, 57-59, 62-64, 65, 91, 95,
98, 107, 132, 133, 136, 138, 150,
152, 153, 155, 157, 159-161,
162, 165, 167, 168, 170, 172,
176, 178, 182, 183, 184, 186-188,
189, 200, 202, 204-210, 214,
215, 217, 219-225, 226, 229-231,
232, 234, 235, 237, 240, 242-
244, 246-250, 252, 256, 263,
272-276, 278-282, 291, 296, 298-
302, 303, 305, 307-309, 312,
314, 316, 318, 319, 321-323,
324, 327, 332, 333, 337, 340,
341, 343, 344, 348, 349, 351-
359, 361, 362, 386

komunikacija, 4-10, 11, 13-15, 16,
18, 21-27, 37, 58, 61, 63-65, 81,
92, 94, 95, 97, 116, 131, 153,
155-157, 158, 160, 161, 164,
166-178, 182-184, 186, 193, 194,
202, 204, 205, 207, 208, 212-
216, 218, 219, 221-225, 226,
230, 240, 245-247, 248, 251,
257, 272, 273, 275-277, 279-285,
290, 292, 293, 296, 299-303,
307, 309, 312, 316, 319, 321-
335, 336, 338, 342, 348-356,
358-360, 362, 364, 366-368, 370-
388, 389

komunikacijska industrija, 172-174,
218, 312

komunikologija, 4, 6-8, 10, 11, 14-
16, 21, 25-27, 31, 63, 86, 90, 91,
95, 119, 123, 124, 136, 157, 170,
176-178, 187, 202, 206-210, 220,
221, 223, 224, 226, 229, 236,
243, 244, 248, 255, 272-274,
276, 278, 279, 281, 282, 284,
290-292, 296, 301, 302, 305,
307, 314, 319, 320, 328, 332,
333, 340, 341, 343, 344, 347-
349, 352, 353, 355-357, 387, 388

konglomerat, 203, 214, 234, 280,
325

korporacija [tudi: korporativen], 7,
11, 26, 92, 93, 117, 125, 129,
137, 151, 161, 168-174, 175,
177, 185, 186, 192, 193, 196,
198, 203, 214, 219, 220, 234,
243, 247, 262, 265, 268, 280,
284, 285, 289, 291, 298, 312,
315, 316, 319, 321, 325, 326,
328-332, 334-336, 344, 345, 348,
353, 354, 356, 360, 362

Kraus, K., 244, 275

kritika, 2, 5, 9, 15, 17, 19, 20, 35, 39,
41, 44, 51, 55, 56, 80, 86, 88, 90,
93, 96, 105, 112, 134, 153, 197,
207, 213, 216, 221, 222, 224,
226-230, 232, 238, 239, 244,
247, 248, 259, 261, 264, 265,
270, 273, 277, 279-283, 288,
296, 298, 299, 307, 309, 325,
327, 334, 354, 356, 366, 376,
382, 387

kulturna industrija, 6, 10, 13, 21, 22,
63, 94, 123, 125, 126, 133, 153,
154, 161, 166, 176, 187, 202-
204, 207, 211, 212, 219, 223,
232-234, 235, 278, 284-286, 293,
297, 298, 304, 312, 313, 317-
319, 326, 328, 338, 349, 351,
353, 362, 388

kulturni imperializem, 6, 7, 10, 11,
14, 23, 26, 168, 203, 207, 211,
213, 279, 283, 284, 286, 288,
289, 291-293, 319, 325, 327,
342, 352

L

Lefebvre, H., 19, 30, 32, 35, 41, 49,
51, 77, 80, 83, 84, 90, 238, 375

Lent, J., 220, 225, 272, 273, 276-
278, 281, 282, 302, 304, 307,
309, 319, 320, 324, 326, 348,
375, 376

liberalizem, 41, 48, 59, 70, 73, 74,
105, 106, 108, 109, 117, 118,
126, 131, 139, 140, 166, 190,
192, 195-197, 205, 210, 225,
230, 232, 240, 241, 249, 250,
264, 265, 277, 292, 296, 297,
312, 340-342, 343, 347, 348,
359, 360

Linebaugh, P., 24, 139, 144-146,
375

Livant, B., 76, 117, 314, 318, 374,
376

M

MacBride, S., 293, 381, 388

Macpherson, C. B., 74, 106, 134,
139, 140, 142, 198, 199, 241,
302, 362, 376

Magder, T., 208, 300, 303, 376

Mandel, E. E., 46, 75, 138, 147, 198,
376

Mansell, R., 275, 303, 305-309, 310,
313, 376

Marazzi, C., 33, 62, 64, 65, 153,
160, 180, 184, 189, 195, 200,
289-291, 354, 376

Marcuse, H., 35, 41, 43, 51, 55, 56,
67, 75-77, 78, 80, 85-89, 98, 106,
108, 109, 111, 115, 244, 313,
374, 376

marksizem, 5, 9, 14, 17, 30, 32, 49,
50, 52, 56, 64, 83, 89-91, 96,
109, 123, 148, 206, 208, 216,
225, 228, 232, 233, 235, 236,
238, 272, 279, 281, 305, 312,
313, 341, 343, 348, 350

Marsh, D., 28, 36, 68, 370, 378

Martin, R., 92, 93, 114, 184, 374-
376, 380

Marx, K., 4, 7, 8, 11-13, 14, 17, 18,
25, 29, 30, 32-34, 35, 40-42, 44,
46-52, 55, 56, 60, 61, 64, 65, 68-
72, 76-78, 81, 83, 84, 86-88, 90-
92, 94, 96-104, 105, 108-112,
113, 115, 117-119, 120, 122-124,
126, 127, 135-137, 141-147, 148,
178-180, 183, 198, 200, 207,
210, 212, 213, 216-218, 220,
227, 228, 236, 238, 239, 244-
250, 251, 260, 267, 272, 273,
275, 281, 306, 318, 344, 349,
356, 359, 364, 365, 368, 369,
372, 373, 375-377, 380-382, 383,
386, 388

materializem, 4, 6-8, 10, 11, 14, 17,
18, 20-22, 25, 28, 29, 32-34, 35,
38, 44, 47, 49-53, 61-63, 64, 71,
73-75, 78, 79, 85, 88-90, 95, 98,
100, 102, 116, 123, 124, 126,
133, 139, 140, 153, 157, 159,
161, 179, 190, 193, 194, 205,
210-212, 214, 215, 221, 230,
241-243, 246, 256, 267, 269,
296, 300, 301, 305-307, 310,
311, 313, 318, 320, 324, 338,
343, 344, 356, 359, 360

Mattelart, A., 76, 91, 96, 119, 121,
122, 165, 166, 172, 174, 204,
208, 209, 212, 229, 252, 256,
272, 275, 283, 286, 288-292,
294, 299, 309, 315, 337, 348,
351-353, 366, 369, 377, 386

Maxwell, R., 119, 157, 167, 176,
193, 194, 245, 273, 275, 277-
279, 283, 291, 294, 298, 301,

318-324, 326, 328, 330, 334,
335, 338, 340, 343, 348, 350, 377

May, C., 102, 139-143, 151, 153,
155, 157-159, 160, 169, 170,
173, 174, 351, 352, 377

McChesney, R. W., 16, 54, 89, 91,
126, 128, 157, 172, 174, 202,
206, 208, 210, 214, 219, 220,
222-224, 226, 229, 231, 232,
236, 245, 248-250, 259, 262-264,
265, 272, 275, 279, 281, 282,
297, 321, 342, 350, 352, 358,
360, 362, 364, 365, 368, 373,
378, 385

McKercher, K., 225, 275, 302, 378

mediatizacija, 63, 95, 186, 187, 357

mediji, 4, 6-8, 10, 11, 13, 15, 16, 18,
21-23, 25, 27, 37, 86, 91, 94, 97,
107, 117, 123-133, 155, 163-165,
166, 168, 173, 176, 187, 202-
206, 208, 210-214, 215, 219,
221-225, 226, 229-235, 243, 244,
246-248, 250, 259-265, 266, 268,
270, 273, 276-282, 284-286, 291,
293, 295-301, 304-306, 309-317,
318, 321, 322, 324-326, 331,
334, 335, 337-339, 341-351, 353-
357, 359, 360, 362, 364, 366,
369, 388

Meehan, E., 54, 123, 131, 214, 218,
223, 226, 229-231, 235, 237,
272, 275, 282, 305, 314, 318,
332, 348, 353, 378

Meers, P., 318, 341, 342, 349, 350,
357, 365

Melody, W. H., 155, 157, 161, 179-
181, 246-248, 275, 301, 302,
308, 310, 311, 324, 336, 379, 386

menjava, 12, 13, 22, 24, 25, 41, 69,
74, 79, 94, 96-104, 107-109, 110,
112-122, 125, 126, 132, 135,
136, 143, 144, 154, 156, 161,
163, 170, 178, 180, 182, 185,
210, 212, 213, 215, 217, 228,

238, 241, 245, 252, 256, 288,
294, 311, 318, 319, 325, 356, 358
Miege, B., 229, 235, 275
Mills, C. W., 43, 44, 48, 74, 321,
360, 379, 389
monopol, 132, 174, 213, 220, 221,
226, 232, 233, 269, 312
Morrow, R. A., 30, 32, 36, 43, 56,
73, 89, 308, 379
Mosco, V., 24, 54, 91, 92, 96, 97,
134, 135, 156-158, 160, 163,
164, 167, 169-171, 172, 174-178,
179, 182, 184, 186, 206, 208,
218, 220, 223-225, 226, 229,
230, 232, 235-237, 238, 241,
246, 272, 273, 275, 281-283,
291, 294, 299, 302, 304, 307,
309, 310, 313-315, 316, 319-321,
332, 340, 341, 343, 344, 348,
351-353, 357, 362, 364, 377-379,
381-383, 384, 388
Mowlana, H., 272, 275, 294, 379
Murdock, G., 63, 96, 97, 107, 118,
119, 121, 125, 128, 131, 136,
166, 202, 204, 206, 208, 210-
212, 216-218, 220-222, 226, 229,
230, 237, 239-241, 266, 272,
273, 275, 280, 282, 285, 297,
298, 306, 309, 314, 315, 320,
322, 324, 327, 328, 330, 334,
337, 340-342, 348, 352, 353,
357, 362, 364, 365, 367, 369,
371, 377, 380, 384, 386, 388, 389

N

Napoli, P. M., 130, 317, 318, 351,
380
neenakost, 5-7, 9-11, 15, 21-23, 25-
27, 67, 87, 93, 109, 114, 115,
129, 130, 141, 151, 155, 157,
158, 182, 194, 204, 211, 213,
221, 227, 260, 283, 289-291,
292, 294-298, 299, 322-328, 331,

332, 339, 340, 342, 343, 345-347,
352, 359, 361
Negri, T., 19, 20, 30, 35, 66, 67, 75-
77, 78, 83, 84, 90, 105, 109, 137,
139, 141, 146, 148, 151, 160,
185, 189, 190, 195-197, 200,
241, 242, 347, 348, 352, 353,
355, 361, 362, 380, 381, 389
neoliberalizem, 122, 168, 170,
284, 287, 289, 291, 339
neoliberalizem, 34, 37, 73, 118, 128,
146, 149, 150, 169, 174, 185,
190-192, 203, 213, 227, 241,
262, 274, 327, 331, 342
Nordenstreng, K., 88, 208, 272, 273,
275, 278, 281-283, 291, 292,
294-296, 298-300, 301, 307, 315,
342, 347, 348, 352, 366, 367,
379, 381
novinarstvo, 13, 63, 91, 127, 164,
202, 205, 206, 208, 215, 255-
261, 263-265, 267, 269-271, 298-
300, 319, 338, 339, 346, 363,
366, 387, 388
NWICO, 7, 11, 26, 170, 207, 275,
278, 283, 290-292, 293, 296-300,
301, 303, 309, 327, 352, 360, 366

O

Oblak Črnič, T., 1, 2, 64, 157, 203,
208, 358, 381
Očrti [tudi: *Grundrisse*], 51, 52, 78,
79, 102, 148, 180, 210, 217, 376,
380
Offe, C., 90, 134, 140, 191, 336, 381
oglas [tudi: oglaševanje], 7, 11, 23,
26, 86, 124, 126-132, 133, 136,
165-167, 172, 175, 181, 184,
205, 214, 215, 217, 220, 222,
225, 234, 247, 252-254, 256,
259, 261-267, 270, 276, 279,
286, 296-298, 304, 306, 311-317,
318, 339, 345, 350, 353, 356, 359

ograjevanje, 6, 7, 10, 11, 13, 23, 24,
27, 106, 107, 134, 138, 144-146,
149, 150, 197, 328, 330, 348, 352
Ollman, B., 30, 36, 41, 75-77, 381
ontologija, 4, 8, 12, 17, 18, 28, 30-
32, 36, 37, 42, 44-46, 47, 49, 50,
54, 57, 59-61, 62, 68-76, 85, 118,
188, 210, 233, 354
Osolnik, B., 283, 293, 296, 297, 361,
381

P

Park, R. E., 126, 128, 263, 371, 382
Pendakur, M., 275, 364, 377-379,
381, 383, 388
Perelman, M., 24, 141, 144, 146-
150, 151, 163, 167, 169, 173,
174, 179, 180, 182, 351, 352, 382
poblagovljenje, 4-12, 13, 15, 16, 21-
25, 27, 46, 55, 60, 69, 91-97,
100, 102, 107, 109, 113, 114,
118, 124, 129, 132, 134-136,
138, 143, 146, 149, 152, 153,
155, 157, 160, 161, 163-165,
167, 170, 175, 177-179, 182-188,
189, 192, 196, 197, 199, 201,
206, 208, 212, 219, 220, 222-
224, 225, 230, 234, 241, 243-
245, 283, 297, 313-315, 316,
318, 324, 328, 329, 331, 334,
341, 348, 351, 356-358, 361, 362
Polanyi, K., 53, 103, 106, 107, 142,
145, 178, 239, 382
politična ekonomija, 1, 4-8, 10, 11,
13-17, 19, 21, 23-27, 28, 32, 35,
50, 51, 53, 55, 56, 63, 67, 74, 86,
90, 91, 93-99, 105, 107, 108,
118, 119, 125, 132, 135-137,
141, 142, 144, 147, 153, 157,
169, 170, 176-178, 187, 190,
191, 197, 200-202, 205-209, 210,
212, 213, 215, 217-241, 242,
244, 247, 248, 250, 253, 255,
260, 268, 272-276, 277, 279,

281, 282, 291, 299-303, 305-307,
309, 312, 313, 316, 318-320,
323, 324, 332, 333, 340-342,
343, 348-356, 357, 362, 387
postfordizem, 375, 382
Postone, M., 96-98, 111, 112, 122,
123, 133, 180, 228, 229, 382
potrošnja, 79, 93, 95, 100, 121, 130,
131, 134, 137, 166, 176, 180,
188, 200, 210, 212-214, 215,
217-219, 220, 234, 238, 247,
252, 263, 266, 291, 297, 298,
306, 311, 313, 315-317, 318,
324, 341, 342, 345, 346
pozitivizem, 31, 35, 43, 45, 84, 85,
114, 227, 229, 275, 277, 307, 340
praxis, 14, 29, 32, 34, 35, 51, 55, 60,
66, 71, 76, 85, 207, 236, 237,
240, 308-310, 319-321, 333, 340,
366
Prey, R., 237, 275, 302, 385
Pribac, I., 2, 160, 190, 191, 193, 201,
382
privatizacija, 5, 9, 24, 134, 139, 140,
146, 149, 150, 169, 170, 172,
175, 176, 184, 188, 195, 196,
241, 297, 309, 329-331, 332, 362
profit, 22, 25, 46, 62, 88, 93, 99,
104, 119, 125, 127, 129, 133,
135, 137, 153, 163, 165, 166,
171, 173, 175, 176, 188, 191,
192, 198, 200, 203, 211, 213,
215, 218, 220, 222, 225, 229,
230, 233, 234, 256-258, 261,
262, 280, 285, 286, 296, 305,
312, 313, 315, 323, 325, 329-
331, 332, 334, 337, 339, 358,
361, 362, 388
proizvod, 31, 32, 36, 37, 40, 48, 50,
54, 59, 60, 63, 68, 76, 79, 96, 98,
100, 105, 108-110, 113, 118,
130, 131, 137, 141, 149, 151,
159, 164, 179, 186-188, 198,
204, 211, 214, 217-219, 220,

228, 276, 281, 285, 291, 296,
306, 310, 312, 316, 317, 328, 356
proizvodnja, 4-12, 16, 18, 20-22, 24,
25, 27, 33, 34, 40-42, 49-53, 57,
59-65, 69, 72, 74, 79, 83, 87, 88,
93, 95-113, 114, 117-127, 130-
138, 140, 142-150, 152-154, 155,
157-159, 160, 162, 163, 165,
166, 170, 171, 174-184, 186-188,
189, 191-193, 196-200, 201, 203,
205, 206, 208, 210-220, 222-226,
229, 233, 234, 237, 239, 241-
243, 245, 247, 249-251, 252,
258, 265, 266, 268, 269, 276,
279, 280, 289, 291, 295, 296,
298, 299, 303-305, 311-313, 315-
317, 318, 323, 324, 329, 335,
337, 339, 344-346, 348, 354,
355, 358-360, 375, 388
proletariat, 34, 69, 105, 107, 120,
122, 318
pronikaajoče poblagovljenje, 5, 7, 9,
11, 13, 25, 95, 152, 182-184,
185, 187, 194, 220, 243, 329, 356
propagandni model, 125, 129, 211,
345
prvotna akumulacija, 5, 9, 13, 24,
94, 97, 106, 107, 134, 138, 143-
149, 150, 166, 197

R

razred, 7, 11, 20, 22, 26, 33, 50, 87,
105-107, 109, 111-113, 122, 124,
127, 129, 130, 132, 133, 146,
150, 155-157, 158, 163-165, 191,
195, 204, 225, 231, 239, 249,
258, 260, 261, 263, 272, 277,
282, 292, 318, 324, 326, 328,
335, 337-339, 342
Rifkin, J., 151, 199, 243, 383
Roach, C., 283, 284, 291, 297, 301,
383
Robins, K., 155, 162, 184, 332, 383

Ross, E. A., 244, 255, 260, 261, 275,
383

S

Sandoval, M., 237, 275, 349, 351,
353, 363, 370, 373, 380, 383, 385
Schäffle, A., 7, 11, 13, 25, 250, 253-
255, 275, 383
Schiffirin, A., 203, 222, 229, 275,
350, 383
Schiller, D., 15, 24, 96, 97, 100, 117,
150, 153, 155, 156, 158, 160-
162, 163, 167, 170-172, 174-178,
179, 187, 194, 200, 224, 229,
232, 243, 255, 272, 275, 283,
284, 297, 332, 337, 341, 349,
350, 352, 354, 358, 379
Schiller, H., 24, 59, 80, 86, 88, 93,
105, 116, 124, 125, 137, 146,
151, 153, 155, 157, 158, 161,
163, 166-168, 170-172, 174-176,
182, 184, 189, 193, 213, 214,
223-225, 226, 229, 245, 247,
250, 265, 272-274, 277-285, 287,
288, 291-299, 301, 304, 307,
309, 316, 319-340, 342, 343,
347, 352, 377, 380
Schudson, M., 126, 164, 165, 258,
263-265, 384
Searle, J. R., 32, 37, 39, 59, 72, 385
Sevignani, S., 237, 275, 349, 351,
370, 385
Sinclair, U., 7, 11, 13, 25, 207, 259-
261, 262, 264, 268, 275, 321, 385
Smith, A., 74, 104, 137, 140, 141,
143, 144, 227, 238, 246, 385
Smythe, D. W., 7, 11, 14, 25, 31, 61,
63, 64, 86, 88, 89, 97, 123-125,
126, 128, 130, 132, 133, 153,
157, 163, 166, 167, 181, 201,
202, 207, 220, 224, 226, 229,
244, 250, 266, 272-280, 281,
284, 291, 296, 301-319, 320,
322, 324, 333, 340, 347, 348,

351, 356, 357, 364, 370, 372,
377-381, 383, 385, 388
Sohn-Rethel, A., 60, 62, 90, 96, 97,
114, 115, 123, 133, 386
Sousa, H., 226, 230, 237, 275, 353,
364, 365, 369, 371, 377, 380,
384, 389
Sparks, C., 223, 225, 275, 353, 367,
368, 371, 378
spektakel, 13, 39, 89, 152, 183, 187,
266, 357, 368
Splichal, S., 2, 52, 55, 58, 59, 62-64,
65, 69, 80, 85, 88, 91, 111, 127,
128, 132, 153, 158-160, 166,
176, 177, 195, 196, 202, 208,
248-250, 251, 255-257, 258, 260,
263, 265-267, 268, 270, 272,
275, 277, 281, 282, 314, 352,
359-361, 362, 366, 375, 383, 386-
388

T

telegraf, 164, 245, 246, 251, 258,
270, 303
Terranova, T., 90, 158, 183, 189,
193, 199, 200, 229, 350, 354, 387
Therborn, G., 88, 90, 91, 340, 348,
387
Thompson, E. P., 62, 79, 106, 107,
118, 124, 137, 144, 145, 209,
238, 239, 282, 387
Thussu, D. K., 165, 172, 174, 175,
194, 203, 252, 270, 275, 283,
285, 291, 293, 295-299, 301,
338, 342, 350, 352, 353, 361,
366, 373, 378, 384, 387
tisk [tudi: časopis], 13, 14, 63, 64,
126-128, 129, 133, 153, 163-165,
166, 180, 202, 207, 211, 216,
221, 240, 247-253, 254, 256-270,
280, 293, 296, 297, 314, 316,
339, 340, 348, 351, 359-361,

363, 366, 376, 377, 382, 383,
387, 389
Tönnies, F., 266-268, 275, 387, 388
totaliteta, 5, 7, 9, 11, 12, 18, 27, 35,
44, 50, 52, 54, 65, 71, 75, 76, 81-
83, 91, 96, 110, 113, 115, 120,
137, 204, 207, 214, 215, 217,
225, 237, 251, 317, 327, 333,
341, 355
transnacionalen, 128, 174, 192-194,
297, 325, 329, 352
trg, 5, 6, 9, 10, 21, 23-25, 33, 41, 44,
60-62, 74, 86, 93, 96, 97, 100,
101, 104, 107-111, 112, 114,
115, 117, 120, 123, 124, 126,
128-132, 134, 135, 137-139, 142-
144, 145, 148, 149, 151, 152,
154, 161, 164-166, 168-170, 172-
174, 176, 178, 181, 184-186,
188, 190, 191, 193, 195, 198,
199, 203, 205, 206, 215, 217-
219, 220, 222, 228, 229, 231,
232, 235, 238, 239, 241, 245,
248, 250, 253, 256, 258, 260,
262-266, 268, 271, 273, 280,
282, 285-287, 291, 297, 301,
306, 312, 315, 318, 323, 327,
329-331, 336, 337, 343-347, 348,
356, 358-360, 361

U

UNESCO, 283, 290, 292-294, 296-
298, 348, 372, 379, 380, 384

V

Virno, P., 30, 58, 59, 61, 62, 65, 66,
72, 90, 160, 189, 199, 200, 354,
375, 382, 388
vrednost, 22, 24, 25, 37, 44, 64, 92,
96-100, 101, 103, 104, 108-114,
119-125, 126, 131, 132, 134,
136, 141, 143, 148, 159, 160,

162, 170, 175, 178-182, 185,
198-200, 201, 210, 212, 216-218,
220, 222, 225, 227, 228, 230,
244, 250, 281, 287, 288, 306,
312, 324, 329, 350, 354, 356, 358

W

Wallerstein, I., 19, 30, 33, 36, 43,
44, 48, 65, 77, 84, 90, 96, 104,
107, 134-136, 188, 190, 191,
227, 388
Wasko, J., 54, 91, 201, 208, 209,
218, 219, 222, 223, 225, 226,
229-231, 235, 237, 272, 275,
282, 308, 332, 348, 350, 353,
364, 365, 367, 369, 371, 377-
381, 383, 384, 387-389
Wayne, M., 119, 122, 226, 275, 282,
349, 389
Weber, M., 244, 268-270, 275, 373,
389
Webster, F., 155, 162, 184, 275, 332,
365, 383
westminstrska šola, 272, 349, 368
Williams, R., 49-51, 63, 64, 79, 80,
124, 126, 128-130, 153, 157,
160, 163-165, 166, 202, 206,
209, 212, 220, 258, 266, 275,
280, 282, 287, 302, 313, 315,
316, 322, 367, 376, 389
Winseck, D., 133, 160, 165, 179,
194, 203, 219, 227, 231-235,
237, 246, 252, 270, 275, 285,
302, 350, 353, 360, 370, 377, 389

Z

zasebna lastnina, 5, 9, 13, 24, 34, 74,
94, 102, 111, 119, 138-140, 142,
144-146, 148, 151, 155, 170,
173, 174, 177, 198, 199, 221,
223, 239-241, 248, 287, 297, 359
Zhao, Y., 275, 302, 367