Dijital Emek ve Karl Marx

Christian Fuchs



Çevirenler: Tahir Emre Kalaycı ve Senem Oğuz

NOTA BENE BİLİŞİM

Christian Fuchs

DİJİTAL EMEK VE KARL MARX

NOTA BENE BİLİŞİM

DİJİTAL EMEK

ve

KARL MARX

Christian Fuchs

Çevirenler:
Tahir Emre Kalaycı – Senem Oğuz

Çeviri Editörü: Ümit Akıncı

Türkçe Yayın Editörü ve Redaksiyon:
Diyar Saraçoğlu

Son Okumaya Katkı Sunanlar:
Murat Naroğlu
Zafer Kıyan
İzlem Gözükeleş
Serhan Gül
Adil Güneş Akbaş
Adem Yeşilyurt
Taylan Yıldırım
Ersin Vedat Elgür



NotaBene Yayınları

DİJİTAL EMEK VE KARL MARX

Christian Fuchs

Eser ilk defa İngilizce'de 2014 yılında Routludge tarafından New York'ta basılmıştır.
© 2014 Taylor & Francis

Kapak Tasarımı ve Dizgi: Can Kaya

Baskı ve Cilt: Hermes Tanıtım Ofset Baskı Hiz. Kağ. Ltd. Şti. Sertifika No: 14847
Büyük Sanayi 1. Cad. No: 105 İskitler / ANKARA Tel: 0.312 384 34 32

1. Baskı
2015
Ankara

ISBN: 978-605-9020-55-8

www.notabeneyayinlari.com ● facebook.com/NotaBeneYayinlari ● twitter.com/NotaBeneY
© Renas Yayıncılık Matbaacılık Filmcilik Reklam Yazılım Donanım Bilişim San. ve Tic. Ltd. Şti.
Merkez (Ankara): Bankacı Sok. 18/1 Çankaya /Ankara Tel: 312 417 05 44
İstanbul Büro: Hamalbaşı Sk. Üstündağ İş Merkezi No:14/123 Galatasaray/İstanbul Tel: 212 244 31 61
Sertifika No: 18074

DİJİTAL EMEK

ve

KARL MARX

Christian Fuchs

Çevirenler:
Tahir Emre Kalaycı – Senem Oğuz

Çeviri Editörü: Ümit Akıncı

Türkçe Yayın Editörü ve Redaksiyon:
Diyar Saraçoğlu

Son Okumaya Katkı Sunanlar:
Murat Naroğlu
Zafer Kıyan
İzlem Gözükeleş
Serhan Gül
Adil Güneş Akbaş
Adem Yeşilyurt
Taylan Yıldırım
Ersin Vedat Elgür

Notabene-Bilişim / Janus'un Çehresi Dizisi Editörleri

Funda Başaran

Diyar Saraçoğlu

Notabene-Bilişim / Janus'un Çehresi Dizisi Yayın Kurulu

Bahadır Ahıska	Ersin Vedat Elgür	Özgür Narin
Adil Akbaş	Seda Gönül	Murat Naroğlu
Ümit Akıncı	İzlem Gözükeleş	Senem Oğuz
Aylin Aydoğan	Serhan Gül	Nagehan Tokdoğan
Gökcan Aydoğan	İlker Kalaycı	Adem Yeşilyurt
Cansu Başak	Tahir Emre Kalaycı	Taylan Özgür Yıldırım
Gökçe Baydar	Elem Güzel Kalaycı	Hakan Yüksel
Necati Duran	Zuhal Kırmızıoğlu	Doğan Emrah Zıraman
Banu Durdağ	Zafer Kıyan	

bilişim, internet, sosyal medya, bilgi toplumu, bilişsel kapitalizm, dijital emek...

son zamanlarda sıkça karşılaştığımız ve hatta içinde (var)olduğumuz şeyler.

bir yüzü sermayenin ve iktidarın güdümünde daha çok kâr, metalaştırma alanları, özgürlüklerin kısıtlanması, yeni panoptikonlar demek; öteki yüzü ise kendisine mücadelelerde karşılık buluyor: çeperler hacklerle kırılırken, sermaye odakları özgür yazılımlarla sarsılıyor, sosyal medya toplumsal hareketlerin bir aracı haline geliyor... sadece bunlar da değil; iletişimi, ona katmış olduğu muazzam hızla bambaşka bir şeye dönüştürürken zamanı yeniden-üretiyor.



Janus'un sadece iki yüzü yok artık; çehresi ele geçirilemez ve kolay kolay tanınamaz biçimde kaotik. Bu çehrenin kaotik yapısını Marksizmin perspektifinden incelemek, alanın ekonomi politiğine öncelik vererek belirlenim kazandırmaya buradan başlamak ve "yeni dünya"nın nasıl döndüğünü açıklamak temel hedefimiz.

Notabene-bilişim / janus'un çehresi dizisi bir yandan çeviri, diğer yandan özgün derlemeler ve alanla ilgili broşür kitaplarla bu alanın kavramsal haznesini ve kuramsal ard-alanını oluşturmaya çalışırken yayın kurulunu her gün daha da genişleterek sadece aktarmanın değil bilgi-üretim sürecinin de uzamını oluşturma arzusunda...

Janus'un Çehresi Kitaplığı

Yayınlananlar



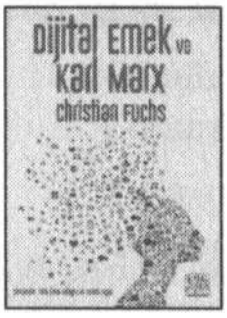
Marx Geri Döndü - Der. Christian Fuchs & Vincent Mosco

Marx Geri Döndü, eleştirel iletişim araştırmaları, kültür ürünlerinin üretiminde freelance çalışma, Marksist birikim kuramı, sosyal paylaşım siteleri, bilişsel kapitalizm, iletişim araçları ve üretim araçları ilişkisi, izleyicinin metalaşması, sürtünmesiz kapitalizm gibi konulara odaklanması bağlamında sadece iletişim alanıyla değil sosyal bilimlerin farklı alanlarıyla ilgilenen araştırmacılar için de kılavuz olma niteliğinde.



Bilişsel Kapitalizm! - Ed. Michael A. Peters & Ergin Bulut

Bilişsel Kapitalizm, Eğitim ve Dijital Emek; bir yandan neoliberal söylemlerle paralellik arz eden(!) Bilişsel Kapitalizm'i masaya yatırırken öte yandan bu "yeni dönemin" eğitim ve emek süreçlerini nasıl değiştirdiğini de sorguluyor. Böylelikle ekonomi politik, eğitim, enformasyon ve yeni emek süreçlerinin (maddi olmayan emek) tartışıldığı, zihin açıcı ve provokatif bir kılavuz karşımıza çıkmış oluyor.



Dijital Emek ve Karl Marx - Christian Fuchs

Çeviri: Tahir Emre Kalaycı & Senem Oğuz

Emek; bilgisayarların, internetin ve Facebook, Google, Youtube, ve Twitter gibi "sosyal medya" ortamlarının çağında nasıl değişiyor? Dijital Emek ve Karl Marx'ta Christan Fuchs bu soruya, kapitalist EİT sektörü içerisinde emeğin oynadığı rolü sistematik bir eleştirel kuramla inceleyerek yanıt bulmaya çalışıyor.

Yayınlanacaklar - 2015



Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş - Christian Fuchs (Yayımlanacak)

Çeviri: İlker Kalaycı & Diyar Saraçoğlu

İyisiyle kötüsüyle sosyal medyayı anlamaya şimdi her zamankinden daha çok ihtiyacımız var. Bu karmaşık dijital medya alanının tartışmalarını ve çelişkilerini öğrenebileceğimiz eleştirel bilgiye ihtiyacımız var. Ancak o zaman günümüzün medya dünyasında neler olduğuna dair bilinçli fikirlere sahip olabiliriz.

Sosyal medyaya dair doğru soruların nasıl sorulacağını okuyucuya gösteren Christian Fuchs, bizleri Google, Facebook, Wikileaks ve Wikipedia'ya dair bir yolculuğa çıkarıyor. Sonuç, medya dünyasının kalbindeki yapıları ve iktidar ilişkilerini gözler önüne seriyor.



Marksist Bilişim Derlemesi - Der. Diyar Saraçoğlu (Yayımlanacak)

Bilişim alanının toplumsal terazisinin bir tarafında (diğer tüm alanlarda olduğu gibi) "daha fazla kâr" diğer tarafında ise toplumsal mücadeleler yer alıyor. Alanın genişleyip yaygınlaşması ise bu teraziye dair net fikirler edinmemizi zorlaştırıyor. Bu derleme ile bilişime dair çok sayıda alt başlığa (internet özgürlüğü, hacktivizm, büyük veri vs.) Marksist perspektiften bir giriş yapılmış olunuyor.

Christian Fuchs: Bilgisayar, İnternet ve Facebook, Google, YouTube ve Twitter gibi "sosyal medya" çağında emek nasıl bir değişime uğramaktadır? Christian Fuchs, Dijital Emek ve Karl Marx kitabında bu soruyu, kapitalist EİT sanayisinde icra edilen emeğin, sistematik, eleştirel bir kuramlaştırmasını oluşturarak yanıtlama girişiminde bulunmaktadır. Fuchs, karşılığı ödenmemiş sosyal medya üretketicileri veya Foxconn'daki donanım montajcılarından, Demokratik Kongo Cumhuriyeti'ndeki madencilere kadar uzanan küresel vaka çalışmalarına dayanarak, dijital medyanın emek maliyetlerine ışık tutmakta, EİT şirketlerinin insan emeği sömürülerini ve bu sömürünün, işçilerin yaşamları, bedenleri ve zihinleri üzerindeki etkilerini incelemektedir.

Christian Fuchs Londra'da Westminster Üniversitesi'nde sosyal medya profesörüdür. İnternet çalışmaları, sosyal medya çalışmaları, eleştirel sosyal kuram ve enformasyon toplumu çalışmaları alanlarında 180'den fazla akademik yayının yazarıdır. Yayınları arasında *Internet and Society, Foundations of Critical Media and Information Studies,* Occupy Media! *The Occupy Movement ve Social Media in Crisis Capitalism* adlı kitaplar ve *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media* ve *Critique, Social Media and the Information Society* adlı derlemeler bulunmaktadır.

Çevirenler:

Senem OĞUZ: Lisans ve yüksek lisans eğitimini Hacettepe Üniversitesi İktisat Bölümü'nde tamamlamıştır. NotaBene-Bilişim tarafından çıkarılan Janus'un Çehresi dizisinin yayın kurulunda yer almaktadır. Teknolojik gelişme ve bilişimin ekonomi politiği üzerine çalışmalar yapmakta, Marksist ve Feminist İktisatla ilgilenmektedir. Halen Ankara Üniversitesi İktisat Bölümü'nde doktorasına devam eden Oğuz, Başkent Üniversitesi İktisat Bölümü'nde araştırma görevlisidir.

Tahir Emre Kalaycı: Ege Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği bölümünden 2003 yılında mezun oldu. Aynı bölümde yüksek lisans (2006) ve doktorasını (2011) da tamamladı. NotaBene-Bilişim tarafından çıkarılan Janus'un Çehresi dizisinin yayın kurulunda da yer alan Kalaycı, şu anda Celal Bayar Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği bölümünde öğretim üyesi olarak çalışmaktadır.

İçindekiler

Türkçe Yayına Önsöz:

Sömürünün Yeni ve "Sevimli" Yüzü: Dijital Emek 11
Diyar Saraçoğlu

1. Giriş 17

Kısım I – Dijital Emek Çalışmasının Kuramsal Temelleri

2. Karl Marx'ın Kuramına Giriş 45
3. Çağdaş Kültürel Çalışmalar ve Karl Marx 93
4. Dallas Smythe ve Günümüzde İzleyici Emeği 115
5. Kapitalizm mi Enformasyon Toplumu mu? 203

Kısım II - Dijital Emek Çözümlemesi: Vaka Çalışmaları

6. Dijital Kölelik: EİT-Bağlantılı Maden Çıkarmada Köle Çalışması 229
7. Foxconn'da Sömürü: İlkel Birikim ve Emeğin Biçimsel Boyunduruğu 267
8. Yeni Emperyalizmin İşbölümü: Hindistan Yazılım Sanayisinde Çalışma 293
9. Düşlerin Silikon Vadisi ve Sömürünün Kâbusları: Google İşçi Aristokrasisi ve Bağlamı 311
10. Taylorist, Ev Kadınılaşmış Hizmet Emeği: Çağrı Merkezinde Çalışma Örneği 339
11. Sosyal Medyada Dijital Emek Kuramlaştırması 353

Kısım III - Sonuçlar

12. Dijital Emek ve Dijital Çalışma Mücadeleleri: Occupy, Yeni bir İşçi Sınıfı Hareketi mi? Sosyal Medya, İşçi Sınıfı Sosyal Medyası mı? 411
13. Dijital Emek Anahtar Sözcükler 495

Kaynakça 516

Dizin 551

Şekiller

1.1 Sosyal Bilimler Atıf Dizini'nde listelenmiş Marx ve Marksizm hakkındaki makalelerin on yıllık aralıklarla sayıları

1.2 Marx ve Marksizm hakkında Sosyal Bilimler Atıf Dizini'nde yer alan yayınlanmış makalelerin yıllık ortalama sayısı

2.1 Özne-nesne-özne/nesne'nin diyalektik üçgeni

2.2 Çalışma sürecinin diyalektik üçgeni: Üretici güçler sistemi—diyalektik özne-nesne olarak emek süreci

2.3 Kapitalizmdeki yabancılaşma süreci

2.4 Bir ve Çok diyalektiği, İtme ve Çekme

2.5 Bir ve Çok'un diyalektiği olarak değer biçimlerinin diyalektiği

2.6 Marx'ın Kapital 1. Cilt'inin 1. bölümündeki yapı ve fail diyalektiği

2.7 Nitelik, nicelik ve ölçü diyalektiği

2.8 Kullanım değeri, değer ve mübadele değeri diyalektiği

4.1 Sermaye birikimi/sermayenin genişletilmiş yeniden üretimi

4.2 Hedefli reklamcılığa dayanan ticari sosyal medya platformlarında sermaye birikimi

4.3 Sosyal medya sermaye birikimi ve reklam veren müşterilerin sermaye birikimi diyalektiği

5.1 Enformasyon toplumu konusu üzerine yayınlanmış olan makalelerin yıllık gelişimi

5.2 Enformasyon toplumu kuramlarına ilişkin bir tipoloji

6.1 Üretici güçlerin ve üretim ilişkilerinin boyutları

9.1 Google kârlarındaki değişme

11.1 Çalışma süreci olarak enformasyon süreci

11.2 Ticari sosyal medyada dijital emeğin yabancılaşması

12.1 "Gözetim toplumunda sosyal ağ siteleri" araştırma projesinde kullanıcıların hedefli reklamcılığa yönelik tutumları (http://sns3.uti.at)

12.2 Ortak mülkiyetin boyutları

12.3 Ortak mülkiyete dayalı İnternet'in (ortaknet) boyutları

12.4 Protestolar ve devrimler ile krizlerin, medyanın, ideolojinin ve politikanın görevine ilişkin bir model

Tablolar

2.1 Kapitalizmin ikili karakterinin Marx tanımı

3.1 Nicolas Garnham ile Lawrence Grossberg arasındaki tartışma

4.1 Toplumun dört biçiminde haz (insan özü, kıtlık barındıran toplum, klasik kapitalizm, şirketsel sosyal medya çağındaki kapitalizm)

5.1 Dünyanın en büyük enformasyonel UAŞ'lerinin ulusötesiliği (2008 yılı)

5.2 Seçili ülkelerdeki düşük ücretli işlerin dağılımı ve ücret eşitsizlikleri

6.1 İnsan öznesinin geçim/yeniden üretim araçları

6.2 Üretici güçlerin örgütlenmesinin üç biçimi

6.3 Çeşitli üretim biçimlerinde mülkiyetin temel biçimleri

6.4 EİT endüstrisinde kullanılan başlıca metaller

7.1 Çin'de EİT donanım üretiminin gelişmesi

7.2 Çin'deki 2011 yılı EİT donanım üretimi

8.1 2010 yılında Hindistan ekonomisinin üç sektöründe istihdam payı

8.2 Hindistan yazılım sanayisinde istihdam

9.1 Santa Clara'daki seçili sanayilerdeki istihdam miktarları

9.2 Santa Clara'daki seçili sanayilerdeki yıllık ortalama ücretler (dolar)

9.3 Seçili sanayilerin Santa Clara'daki toplam istihdamdaki oranları (%)

9.4 Seçili sanayilerin GSYİH'sinin San Jose–Sunnyvale–Santa Clara metropolitan bölgesindeki özel sanayilerdeki ve toplam özel ABD ekonomisindeki payı

9.5 Kaliforniya'daki belirli mesleklerdeki yıllık ortalama ücretlerdeki değişim (dolar))

9.6 Dünyadaki en büyük halka açık şirketler içerisinde Google'ın sıralaması

9.7 Google çalışanlarının iş saatleriyle ilgili özgün yorumlarından seçmeler

11.1 Özne, nesne ve bilişsel, iletişimsel ve işbirlikçi çalışmanın özne-nesnesi

11.2 Sosyal medyada dijital çalışmanın üç biçimi

11.3 Toplumun dört tarzında (insan özü, kıtlıktaki toplum, klasik kapitalizm, Facebook çağında kapitalizm)hazlar

12.1 Dijital medya endüstrisinin işbölümünde üretici güçlerin ve üretim ilişkilerinin unsurları

12.2 "Gözetim toplumunda sosyal ağ siteleri" araştırma projesinde kullanıcıların hedefli reklamcılığa yönelik tutumları (http://sns3.uti.at)

12.3 Anket katılımcılarının bir aylık bir süreçte Occupy hakkında haber edindikleri çeşitli ortamları kullanma oranları

12.4 Occupy hareketinin sosyal medya kullanımına ilişkin bir sınıflandırma

Bu kitap Marisol'a ve
emek-dışı aşkımızın eşsizliğine adanmıştır.

Bu kitap aşkım,
Bana hava, uzam verecek,
Büyüme ve gelişme için gıda...
Tıpkı Devrim gibi;
Her yeni günü yeni bir zaferin başlangıcı kılan

Gioconda Belli

Türkçe Yayına Önsöz

Sömürünün Yeni ve "Sevimli" Yüzü: Dijital Emek

Diyar Saraçoğlu

Bunalıyoruz çocuk, bunalıyoruz
Biçim veremediğimiz şeylerin
Biçimini alıyoruz.
Şükrü Erbaş

20. yüzyılın son çeyreğinden günümüze geldiğimizde sermaye ve ideologları kapitalizmin artık sona erdiğini, içinde yaşadığımız "yeni dünya"nın *enformasyon toplumu* üzerine kurulu olduğunu sıklıkla dillendirdiler, dillendirmeye devam ediyorlar. Yaşadığımız dünyayı bir enformasyon toplumu olarak adlandırmak basit bir yanlış tanımlamadan ibaret değildi elbette. Sovyetler Birliği'nin dağıldığı, sosyalizmin "cümle içinde daha az geçtiği" bu dönem kendi düşünsel dünyasını ve ekonomik altyapısını örmek zorundaydı. Mevcut, olası örgütlenme, karşı çıkış biçimlerini engelleyen bu zamanlarda, gelişen enformasyon ve iletişim teknolojileri ve özellikle İnternet'in yaygınlaşmasıyla birlikte enformasyon toplumu söylemi kendisine oldukça geniş bir alan bulabildi.

Enformasyon toplumu söylemine göre maddi üretimler önemini yitirmişti ve artık gücü elinde bulundurmak isteyenlerin enformasyon üretimine önem vermesi gerekiyordu. Enformasyon da bu yeni dö-

nemde alınıp satılan bir şey haline gelmişti, sadece daha çok çalışıp, rekabet edip enformasyon üretenler bu sistemde ayakta kalacaktı.

Gerçekte olan ise farklı sömürü biçimlerini bünyesine ekleyen kapitalist üretim ilişkilerinin halen dünyada egemenliğini sürdürüyor olmasıdır. Aynı dönemde iyice gelişen neoliberalizm her alanı metalaştırdığı gibi enformasyon (ve bilgi) üretimini de metalaştırdı. Bir yandan üniversiteler ticarileştirilirken, sertifikalar ve patentle "çitlenen" düşünsel dünyada enformasyon da özel mülk haline getirildi ve kamusal niteliğini kaybetmeye başladı.

Günümüze yaklaştığımızda ise bir yandan farklı gelir düzeylerinde neredeyse her insana ulaşan "akıllı" cihazlar (cep telefonları, tabletler, dizüstü bilgisayarlar vb.) öte yandan herkesin farklı biçimlerde etkileşime girdiği İnternet ve özellikle sosyal medya platformları gibi EİT'lerin yaygın kullanımı ve tüketimi bu alanların daha detaylıca incelenmesi gerekliliğini doğurdu. Bu alanlara dair yapılan çalışmaların büyük bir kısmının piyasa odaklı olduğu ve/veya alana dair tutarlı bir politik hat çizmekten uzak olduğunu göz önünde bulundurursak alana dair hem eleştirel ekonomi politik hattını çizmek hem de bu alanların son yıllarda karşılaştığımız isyanlardaki önemini belirtmek oldukça anlamlı oluyor.

Yeni Emek Biçimleri ve Sömürü Olanakları

1970'lerden günümüze geldiğimizde enformasyon toplumu görüşlerinin aksine kapitalist üretim ilişkileri gücünü koruyup yeni alanlara da sıçrayarak doğa, sağlık, eğitim gibi sayısız yeni metalaşma alanı yarattı. Öte yandan bu yeni alanlara ek olarak artan teknolojik yenilikler ve bilgisayar teknolojisindeki hızlı ilerleyiş yeni tüketim alanları (kişisel bilgisayarlar, cep telefonları, gelişkin bilgisayar sistemleri, İnternet) da yarattı. Haliyle bu yeni alanlarda hangi emek ve sömürü biçimlerinin nesneleştiğini analiz etmek de önemli bir görev olarak karşımıza çıktı.

İnternet özellikle 1990'ların ikinci yarısından itibaren oldukça geniş kullanım olanağı buldu. Kişisel bilgisayarların yaygınlaşmasının

ardından artan donanımsal yeniliklerle birlikte günümüzde dünya genelinde İnternet'i kullanan kişi sayısı 3 milyarı aştı.* Yakın dönemde ise yeni medya uygulamaları (ve özellikle sosyal medya platformları) İnternet kullanım rakamlarını iyice arttırırken kullanım nedenleri ve alışkanlıkları üzerinde de büyük değişiklikler yarattı. O'Reilly tarafından Web 2.0 olarak adlandırılan dönemle birlikte kullanıcıların ürettikleri içerikler de hızla dolaşıma girebilmeye başladı. Facebook, Twitter ve Youtube gibi ticari sosyal medya platformları bu yeni dönemin yükselen yıldızları oldular. Kullanıcı kaynaklı içeriklerin sıklıkla tartışıldığı bu dönemde bu ticari platformların mülkiyet yapıları ve kâr elde etme mekanizmaları tartışmalarından ziyade demokratikleştirici olanakları ve özgürlüğü destekleyen mekanizmaları konuşuldu, konuşulmaya devam ediyor. Bu yaklaşım "Web 2.0"ı kullanıcılarının eşit ve yatay ilişkiler kurduğu demokratik bir alan olarak tarifleyip bir görüngü yaratmakta oldukça başarılı oldu. Büyük şirketlerin, ünlülerin ve gösteri dünyasının egemenliğinin gündelik kullanıcılara kıyasla çok daha yüksek sayıda takipçiye, okuyucuya, seyirciye, dinleyiciye, re-tweetlere ve beğenilere sahip olduğu gerçeği göz ardı edildi. Üstelik ticari platformların devletler ile kurdukları ilişkiler de neredeyse çok az telaffuz edilir hale geldiler.

Ana akım bu görüşlerin aksine İnternet kullanıcılarının ürettikleri içerikler ve çevrimiçi varoluşları nedeniyle sömürüldükleri düşüncesini geliştirenler Dallas Smythe'ın 1970'lerin sonunda öne sürdüğü "izleyici emeği" tartışmasını kendilerine rehber ettiler. Televizyon izleyicilerine benzer bir şekilde İnternet kullanıcıları da serbest zamanlarının büyük bir kısmını İnternet'e bağlanarak geçiriyordu ama birçok konuda kullanıcıların izleyicilerden farklılıkları da söz konusuydu. Geleneksel kitle medyasındaki izleyici metasıyla İnternet'teki izleyici metası arasındaki fark, ikincisindeki kullanıcıların aynı zamanda içerik üreticileri olması, burada kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerin olması ve kullanıcıların sürekli olarak yaratıcı faaliyette, iletişimde, topluluk inşasında ve içerik üretiminde bulunmasıdır. İzleyici ve kullanıcı arasındaki ayrımları kısaca şöyle tarifleyebiliriz:

* Detaylı bilgi için bkz. http://www.internetworldstats.com/stats.htm

- İçerik üretimi: Televizyon izleyicileri içerik üretimine katkı sunamazken İnternet kullanıcılarının ürettikleri içerikler hem yayınlanabilir hem de alınıp satılabilirdir.
- Zaman kısıtı: İzleyiciler televizyonlara sadece serbest zamanlarında erişim imkânına sahipken (genellikle iş sonrası saatler) İnternet kullanıcıları için zaman kısıtı farklılaşmış, çoğu durumda ortadan kalkmıştır. İnternet'e erişim mobil cihazların gelişmesiyle birlikte neredeyse tüm güne yayılmıştır.
- Mekân bağımlılık: İzleyicilerin televizyon izleyebilmeleri için sabit bir mekânda (özellikle evlerinde) olmaları gerekirken gelişen mobil teknolojilerle birlikte İnternet kullanıcıları için mekân bağımlılık ortadan kalkmıştır.

Öte yandan yeni medya teknolojilerinin ve özellikle de sosyal medya platformlarının kapitalizmin kriz anlarında baş gösteren son ayaklanmalardaki rolü de tartışmaların özgürleştirici potansiyelini öne çekilmesini başka bir hatta biçimlendirmiştir. Şurası bir gerçektir ki Arap dünyasında yaşanan ayaklanmalar, İspanya'daki *Öfkeliler* hareketi, Occupy, Gezi Ayaklanması ve daha nicesinde sosyal medya platformları (ve daha genel olarak yeni medya) etkin bir alan ve araç olarak varlık göstermiştir. Ancak bu hareketlerin ortaya çıkış nedenini ve gelişmesini açıklayan koşulları sosyal medyayı merkeze alarak açıklamak son derece sorunlu bir yaklaşımdır. Bu alana dair bir diğer yanılsama da bahsi geçen ayaklanmalarda sosyal medya kullanımının tamamen yatay örgütlenmeleri doğurduğudur, Paulo Gerbaudo'nun söz ettiği gibi* bu platformları, ilgili hesapları yöneten kişiler yeni bir tip önderlik, liderlik pozisyonunu doğurmuşlardır ve bu da tamamen yatay bir çizginin oluşmadığını kolaylıkla göstermektedir.

Dijital Emek ve Karl Marx

Son olarak, kullanıcının telefonunda, kişisel bilgisayarında ya da dizüstü bilgisayarında İnternete bağlanabilmesi için gerekli olan çeşitli EİT emeği biçimleri maden çıkarma, donanım imalatı ve montajı, yazılım mühendisliği, hizmet işi ve kullanıcıların üretken tüketimi gibi

* *Twitler ve Sokaklar*, Paulo Gerbaudo, Çev. Osman Akınhay, Agora Kitaplığı, 2014

birçok çeşitli emek biçimlerini ihtiva etmektedir. Tüm bu emek biçimleri, tek bir EİT cihazında nesneleşmiştir ki bu, EİT'lerin karmaşık mekânsal ve zamansal bir üretim geçmişi olduğunu göstermektedir.

Dijital Emek ve Karl Marx'ta, Christian Fuchs dijital emek alanını Marksist bir perspektiften ve uluslararası dijital işbölümünü göz önünde bulundurarak inceliyor. Dijital emek ile ilgili bugüne dek yürütülen tartışmaların büyük çoğunluğunda dijital emek, sosyal medya kullanıcıları tarafından sarf edilen karşılığı ödenmemiş emeği niteleyen bir terim olarak kullanılmıştır. Aksine Fuchs, sosyal medya üretketiminin dijital emeğin sadece bir biçimini teşkil ettiğini, bu biçimin dijital medyanın varlığını sağlayan küresel sömürü ekolojisini beraberce oluşturan diğer biçimleriyle bağlantılı ve onlara bağlı olan bir biçim olduğunu vurgulayıp bu alandaki emek süreçlerini tarif etmeye çalışıyor. Fuchs, "dijital emek" terimini dijital medyanın var olması, üretilmesi, yayılması ve kullanılması için gereken karşılığı ödenen ve ödenmeyen tüm emek biçimlerini içerecek şekilde genişletmeyi öneriyor. Böylesi bir fikirsel çıkış cep telefonlarında ve bilgisayarlarda kullanılan madenlerin Afrika'da kölelik koşullarında çıkartılması, uzak doğudaki montaj sanayisi, 18. yüzyılın sanayi işçilerinin koşullarını aratmayan çağrı merkezi çalışanları, Silikon Vadisi'ndeki koşullar, Hindistan'da yazılım geliştirilmesi ve sosyal medyada kullanıcı emeği gibi birçok farklı alanı ve farklı sömürü biçimlerini içeriyor hale geliyor.

Dijital emek üzerinden böylesi bir tanımlamaya elbette çok sayıda itiraz gelecektir ama bu tanımlamanın ötesinde sermayenin hareketliliği, uluslararası sömürü mekanizmaları, yazılım alanındaki sömürü ve çalışma koşulları, İnternet ve sosyal medya kullanıcılarının emeği tartışmalarını bütünlüklü olarak incelemek önemli bir yaklaşım olarak karşımıza çıkıyor. Fuchs'un Smythe'tan devraldığı "izleyici emeği" tartışmalarını da İnternet için bir adım öteye taşıması da alana dair Marksist bir müdahale açısından önemli bir çaba olarak beliriyor.

Sosyal medya kullanıcılarının emeğinin sömürüsü haricinde örgütlenme olanakları da Fuchs'un incelediği alanlardan biri. Kitabında Occupy hareketi bu anlamda incelemeyi tercih ettiği hareket. İnce-

leme anlamında ağırlıkla istatistiklerden yararlansa da kuramsal zeminin kurduğu dijital emek tartışmalarında örgütlenme olanaklarını incelemesi de oldukça yerinde bir tercih. Üstelik ticari sosyal medya platformları (Facebook, Twitter, Youtube vs) haricinde diğer özgür platformların da (diaspora*, Occupii, N-1 vb.) varlıklarını ve etkinlik durumlarını incelemesi de alana dair iyi bir yaklaşım. Böylelikle işçi sınıfının kendi özgür ağlarını kurabilmesi için de önümüze bir hedef koymamız gerekliliği de ortaya çıkıyor, aksi halde gerçekten biçim veremediğimiz şeylerin biçimini kolaylıkla alabilmemiz hiç de zor olmuyor.

Hazırladığımız kitaplarda kolektif üretim sürecini benimsemeye çalışıyoruz. Bu kitabın çevirisinde Christian Fuchs'un çeviride tercih ettiği referans sistemi ve kullandığı dil bizi zorlasa da altından hep beraber kalkabildiğimizi düşünüyoruz. Bu kitap, NotaBene Bilişim / Janus'un Çehresi dizisinden çıkan üçüncü kitabımız.* Sırada Christan Fuchs'un *Social Media: A Critical Introduction* [Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş] kitabı var. Yakında yeniden karşınızdayız.

* Diziden daha önce çıkan kitaplarımız: *Marx Geri Döndü*, Der. Christian Fuchs & Vincent Mosco, Çev. Kolektif, Notabene, 2014; *Bilişsel Kapitalizm, Eğitim ve Dijital Emek*, Der. Michael A. Peters & Ergin Bulut, Çev. Kolektif, Notabene, 2014.

1-Giriş

1.1 Dijital Emek Konusunu Çalışma Gerekliliği

Dizüstü bilgisayarlar ve mobil telefonlar imal etmek için gereken mineralleri çıkaran Kuzey Kivu'daki (Demokratik Kongo Cumhuriyeti) esir madenci Muhanga Kawaya işini şu şekilde tanımlıyor: "Küçücük delikte sürünürken, ellerinizi ve parmaklarınızı kullanarak kazıyorsunuz, doğru dürüst kazmak için yeterince boşluk yok ve her tarafınız kötü bir şekilde sıyrıklarla doluyor. Ve sonra, elinizde kalay taşıyla birlikte nihayet dışarı çıktığınızda, onu sizden silah zoruyla almak için bekleyen askerlerle karşılaşıyorsunuz. Bunun anlamı ekmek alabileceğiniz hiçbir şeyinizin olmamasıdır. Dolayısıyla biz her zaman açız" (Finnwatch 2007, 20). Batılı şirketler tarafından satılan bilgisayar ve mobil telefonların montajının yapıldığı Foxconn Shenzhen'deki Çinli mühendis şöyle diyor: "İlk nesil iPadleri biz ürettik. Altı aylık bir dönem boyunca meşguldük ve Pazar günleri bile çalışmak zorundaydık. Sadece 13 günde bir istirahatimiz vardı. Ve hafta sonları için fazla mesai primi yoktu. Günde 12 saat çalışmak beni gerçekten tüketti" (SACOM 2010, 7). Silikon Vadisi'nde, zehirli maddelere maruz kalan Kamboçyalı EİT (Enformasyon ve İletişim Teknolojileri) montajcısı şunu anlatıyor: "[benimle] aynı şekilde hisseden iş arkadaşlarımla konuştum ancak hiçbiri işlerini kaybetme korkusundan bunu gündeme getirmedi" (Pellowve Park 2002, 139). Hindistan yazılım endüstrisinde proje yöneticisi olan ve 30'lu yaşlarının orta-

sındaki Mohan, şöyle açıklıyor: "Çalışma bir öncelik alır. [...] Aile ve diğerleriyle meşgul olduğunuz zamanlar gittikçe düşer" (D'Mello ve Sahay 2007, 179). Başka bir yazılım mühendisi şunu öne sürüyor: "Kimi zaman sabah 8'de başlarsınız ve gece 10-11'de bitirirsiniz, haftada beş gün. Ve herhangi bir anda çağrılabilirsiniz. [...] Ayrıca hiçbir hobi geliştirmezsiniz" (a.g.e.). Google'da çalışan bir yazılım mühendisi oradaki çalışma koşullarını şöyle tanımlar: "Aleyhtedir, çünkü çok miktardaki sosyal yardımlardan (örneğin bedelsiz yemek gibi) dolayı çalışanların daha uzun süreler çalışmasının beklendiği şeklinde dile getirilmemiş bir kural vardır. Birçok insan günde 8 saatten fazla çalışmakta ve daha sonra evde de birkaç saat daha e-postada çevrimiçi vakit geçirmekte veya işle meşgul olmakta; geceleri de (veya hafta sonları da) bu böyledir. İyi bir iş/yaşam dengesini gerçekleştirmek oldukça zor olabiliyor. Üst yönetime önerimdir, mühendislere çalışma stresi olmadan, zamanlarının %20'sinde hoşlarına giden projelerde çalışabilecekleri daha fazla özgürlük verin" (www.glassdoor.com). The Amazon Mechanical Turk, bir "çalışma için pazar yeri"dir, "işletmelere ve geliştiricilere isteğe bağlı, ölçeklenebilir işgücü erişimi sunar. İşçiler her elverişli durumda binlerce görevden ve işten seçim yaparlar" (www.mturk.com). Müşteriler platformda belirli bir ücret karşılığı belirli hizmetleri aradıklarına ilişkin reklam verebilirler. Bu hizmetleri gerçekleştirmek isteyenler de çevrimiçi olarak yanıtlayabilirler. Eğer anlaşma sağlanırsa, işçi görevi yerine getirir ve sonuçları müşteriye çevrimiçi olarak gönderir. İş görevleri neredeyse yalnızca enformasyonel çalışmayı içerir. Konuşma çözümleme görevleri için bir arama (20 Kasım 2012'de yapılmıştır) üç farklı sonuç üretmiştir, bu sonuçların (bir saatlik bir görüşmeyi çözümlemenin ortalama altı saat sürdüğünü varsayarsak) saatlik ücretleri (a) 4$, (b) 4$ ve (c) 3$ şeklindedir. Tersine, tipik profesyonel çözümleme hizmetleri (örneğin www.fingertipstyping.co.uk/prices_and_turnaround.htm, www.franklin-square.com/transcri ption_per_line.htm) saat başına yaklaşık olarak 15-25 bedel biçmektedir.

Şubat 2013'te, kamu hizmeti yapan Alman yayıncı ARD *Ausgeliefert! Leiharbeiterbei Amazon (İnsaf[1]! Amazon'daki sözleşmeli işçiler)*

[1] "Ausgeliefert!" bir kelime oyunudur. Bu, bir taraftan teslim edilen (Amazon paketi gibi) bir

belgeselini yayınlamıştır. Araştırmacı muhabirler Diana Löbl ve Peter Onneken Amazon'un Almanya'da 5000 göçmen işçiyi (Polonya, Romanya, İspanya, Macaristan ve diğer ülkelerden gelen) ambarında sözleşmeli işçi olarak istihdam ettiğini belgelemiştir. Bu işçilerin son derece düşük ücret aldığını, altı veya yedi kişilik birbirini tanımayan işçi grupları halinde, küçük bir yatak odasını iki kişinin paylaştığı küçük kulübelerde kaldığını göstermiştir. Onlar sadece geçici sözleşmeler yapabiliyor ve geçici işçi büroları tarafından istihdam ediliyorlar. Sözleşmeler, çoğu işçi bu dili anlamasa da Almanca'da yazılmış oluyor. Bir günde, ambar işçileri sıklıkla 17 kilometreye kadar koşuyorlar, bu onların ayak ve tenlerini olumsuz bir şekilde etkileyebiliyor. İşçiler Almanya'ya gelmeden önce sözleşmeyi görmeden imzalıyorlar ve daha sonra ilk başta söz verilenden daha az kazandıklarını öğreniyorlar. Belgeselde gösterilen bir sözleşmede, işçiye ilk başta 9,68€ vaat edilmişken saat başına 8,52€ belirtilmiş, bu vaat edilenden %12 daha düşük bir değer. Bu işçiler Amazon'un keyfine göre işe alınabilir veya kovulabilir. Sendika sekreteri Heiner Reimann (ver.di sendikasından) bu Amazon işçilerini "hakları olmayan işçiler" (10:41–10:46) olarak tanımlıyor. Bir sürücü şunu söylüyor "Geçici iş. [...] Bu köle ticaretini desteklemiyorum. [...] Oldukça az para kazanıyorlar, bir ölçüde kantinde kahve için yalvarmaları gerekiyor" (14:20–14:35). Selvina, İspanyol sözleşmeli işçi, şöyle söylüyor: "Bir makine gibi. Bizler bu makinede önemsiz dişlileriz" (17:12–17:16). Belgesel, Amazon'un çalışanları için sosyal güvenlik vergisini ödemekten kaçınmasının belirtisi olduğu düşünülen bir görüntü sunuyor. İşçiler, işyerlerine Amazon tarafından kendilerine sunulan kalabalık otobüslerle uzun mesafe yolculuk etmek zorundalar. Sıklıkla bekliyor ve saatlerce seyahat ediyorlar. Eğer otobüs gecikirse, ücret kesintileriyle karşılaşıyorlar. İşçiler herhangi bir zaman, hatta işyerinin dışında bile denetlenebiliyor ve toplu konutları, yemek odalarını ve fabrika yerleşkesini devriye gezen güvenlik görevlileri oluyor. ARD araştırmacı gazetecileri H.E.S.S. şirketinden güvenlik görevlilerinin olduğunu ve bu güvenlik görevlilerinin paramiliter bir güç gibi göründüğü ve davrandığını, görevlilerin işçilerin evde olmadıkları (haliyle evlerine olan müdahalelerin fotoğ-

şeyi, diğer taraftan bir başkasının merhametine kalmış birini kastediyor.

raflarını çekemeyecekleri) zamanlarda işçilerin evlerine izinsizce girdiklerini gösteriyor. Bir işçi şunu söylüyor: "Yemek yerken, onlar her zaman orada. [...] İnsanlar evde değilken ve ayrıca insanlar uyurken veya duş alırken evlere giriyorlar" (19:09–19:25). Bir başkası güvenlikçilerin şunu öne sürdüğünü belirtiyor "Bu bizim evimiz. [...] Ne söylersek onu yapmalısın; biz burada polisiz" (19:25–19:38). Muhabirler bazı güvenlik görevlilerinin, bir neo-Nazi markası olan Thor Steinar'dan kıyafetler giydiğini gösteriyor. H.E.S.S.'in açılımı Hensel Avrupa Güvenlik Hizmetleri şeklindedir. (Rudolf Hess Hitler'in yardımcısıydı.) H.E.S.S., ARD belgeseline göre, Almanya'da aşırı sağcı olarak kabul edilen markanın (Commando Industries) kıyafetlerini satıyor. Belgesel kimi H.E.S.S. çalışanlarının ve yönetim personelinin holigan çeperinin bir parçası veya aşırı sağcı arkadaş çevrelerine sahip olduğunu gösteriyor. Belgesel ARD'de yayınlandıktan (13 Şubat) sonraki günlerde, insanlar Amazon'un Facebook sayfasına neredeyse dakika başı bir protesto mesajı gönderdi. Bazı yorumlar şu şekilde: "Naziler, koşullar modern çalışma kampındaki gibi, kâr için sınırsız açgözlülük. UTANIN!"[2] "Modern kölelik, ama sizin için asli olan kârlarınızın iyi olması"[3] "Yazıklar olsun size, kahrolası piçler! Ne benim ne de arkadaşlarımın parasını hiçbir zaman alamayacaksınız!", "kârlar yeni bir kölelik biçimine dayanıyor, uyuşturucu ticaretindeki kârlarda olduğu gibi bunlara da el koyulmalıdır!"[4]

Work.shop.play, sahibi CBS Outdoor Limited olan çevrimiçi bir platformdur. Amacını şu şekilde tanımlamaktadır:

> Çeşitli konular hakkındaki düşünceleriniz, görüşleriniz, davranışlarınız ve genel geri bildirimlerinizle ilgileniyoruz. Bir hafta size o andaki haberlerde yer alan konular hakkında nasıl hissettiğinizi sormak için anketler gönderebiliriz. Sonraki hafta, size ne kadar sıklıkla kahve içtiğinizi, hangi markaları satın aldığınızı ve hangi kahve dükkânlarını tercih ettiğinizi sorabiliriz. Ondan sonraki hafta,

---

[2] "Nazis, Bedingun genwie in einem modernen Arbeits lager und grenzen lose Profitgier. SCHÄMT EUCH!"

[3] "Modernes Sklaventum, aber Hauptsache der Profit stimmt".

[4] "Gewinne, die aufeinerneuen Spiel art von Sklavereiberuhen, solltengenaso [sic] eingezogenwarden, wieetwa Gewinneaus Drogenhandel!" (Bütün yorumlar Amazon.de Facebook sayfasından alınmıştır, 16–17 Şubat 2013.)

> yeni bir teknoloji hakkındaki bir anket olabilir, hangi aygıtlara sahip olduğunuz ve neden onları satın aldığınız üzerine. [...] CBS Outdoor birçok büyük markayla çalışır, onlara ürünlerini ve hizmetlerini tüketicilere nasıl en iyi şekilde tanıtacakları ve pazarlayacaklarını söyler. [...] Kimi zaman, CBS Outdoor'daki araştırma takımları anket sonuçlarını satış takımlarımız tarafından bu markalara sunulacak malzeme yaratmak için kullanırlar. Diğer zamanlarda sonuçları, şirketimizi kentsel seyirciler hakkında daha iyi bilgilendirmek için şirket içinde kullanacağız. Arada sırada anket sonuçlarını Twitter veya Facebook'ta yayınlayabiliriz. [...] work.shop.play'i kurarken üyelerimizi nasıl ödüllendirebileceğimizi enine boyuna düşündük. Herkesin ilgisini çekeceğini düşündüğümüz, sinema ve tiyatro biletleri, alışveriş çekleri, magazin üyelikleri ve İngiltere şehirleri için rehberler gibi bir ödül listesi geliştirdik. Zaman zaman herkese açık daha büyük ödüller de olacak, örneğin iyi bir otelde gecelemeler gibi, ve kimi zaman 10 veya daha fazla ödül olabilirken bazen de sadece bir ödül olabilir. (workshopplay.co.uk, erişim 17 Şubat 2013)

Facebook, kullanıcılarından siteyi diğer dillere herhangi bir ödeme olmadan çevirmelerini istedi. Çeviri, kullanıcılara yönelik kitle kaynaklı bir çalışmaydı [crowdsource]. Facebook Gelişme, Yükümlülük, Mobil Benimseme müdürü Javier Olivan kullanıcı tarafından oluşturulmuş platform çeviri işini "harika" görmektedir çünkü Facebook'un amacı "bir gün gezegendeki herkesin Facebook'ta olması"dır (MSNBC 2008).

> 29 yaşında, Güney Kore'nin Seul şehrinde İngilizce öğreten Kaliforniyalı Valentin Macias, kâr amacı gütmeyen İnternet ansiklopedisi Wikipedia'nın çevirisi için geçmişte gönüllü olduğunu ancak Facebook için aynısını yapmayacağını söyledi. Macias bir Facebook mesajında The Associated Press'e "[Wikipedia] fedakâr, yardımsever, enformasyon paylaşımcı, bağışla desteklenmiş bir mesele" yazdı, "facebook değil. Dolayısıyla, insanlar multimilyon dolarlık bir şirket için, o şirket daha fazla milyon yapsın diye, zaman ve enerjilerini bağışlama konusunda aldatılmamalıdır, en azından herhangi bir karşılık olmadan." (a.g.e.)

Bu örnekler EİT sanayisiyle ilişkili çeşitli emek biçimlerini özetliyor. Ödemeler; sağlık riskleri; fiziksel, ideolojik ve toplumsal şiddet; stres; serbest zaman; aşırı çalışma; ve işçilerin deneyimlediği denetim ve zor biçimleri düzeylerinin miktarlarına göre farklılaşıyor, ancak

hepsinin ortak özelliği insan emek gücünün EİT şirketlerinin parasal çıkarları için sömürülmesi ve işçilerin zihinlerinde, bedenlerinde ve yaşamlarında olumsuz etkilere sahip olmasıdır. Bu kitapta tarif edilen emek biçimlerinin hepsi dijital emek türüdür. Çünkü, bunlar dijital medyanın varlığı, kullanımı ve uygulaması için gereken kolektif emek gücünün bir parçasıdır. Onları tanımlayan, ortak türde bir meslekten ziyade katkı yaptıkları sanayi ve onları sömüren sermayedir. Dijital emek veya sanal çalışma gibi kategorilerden seçilen tanım türleri ve bunların kapsayıcılık veya dışlayıcılık düzeyleri, siyasal tercihlerden ilki ve en önde gelenidir. Bu kitaptaki yaklaşım, dijital emeğin bir meslek tanımından ziyade, kolektif sömürüyü, geniş bir aralıktaki işçilerin ortak düşmanı olarak sermayeyi ve kapitalizmin saltanatını alt etmek için mücadeleleri küreselleştirme ve ağ oluşturma gerekliliğini vurgulamak için sanayi tabanlı geniş bir anlayışı betimler. Bu kitapta anlatılan işçilerin bazıları, sadece dijital medya sermayesiyle değil, buna ek olarak ve bazen eş zamanlı olarak diğer sermaye biçimleri tarafından da sömürülmektedir. Bunun sonrasında, emeğin bu biçimlerinin hangi dereceye kadar dijital emek ve aynı zamanda diğer emek biçimleri olduğu önem kazanıyor. Her bir işçinin çalışma zamanının %50'sini dizüstü montajı, diğer yarısını da arabalar için harcadığı bir çalışma rotasyonuna sahip bir şirketin var olduğunu düşünürsek, bu fabrikadaki bir işçi %50 oranında dijital işçidir. Ancak, o, %100 sanayi işçisidir, çünkü her iki yapım etkinliklerinin içeriği de, bileşenlerin metalar olarak sınai montajıdır. Dijital emeğin farklı biçimleri, bir uluslararası dijital emek işbölümüyle bağlanmıştır, dijital medyanın varlığı, kullanımı ve uygulaması için gereken bütün emek "bağlantısız, yalıtılmış [...], yan yana yerine getirilmektedir" ve "sistematik bir işbölümünde" kemikleşmiştir (Marx 1867c, 456). Enformasyon ekonomisi çalışmaları veya kimilerinin dediği gibi yaratıcı veya kültürel endüstriler, çözümlemenin sermaye yanıyla boyunduruk altına alınmıştır, hâlbuki emek tarafı epeyce eksiktir. Bu bağlamda, Nicholas Garnham 1990 yılında "kültür üreticileri üzerine olan kaynakça[nın] şaşırtıcı bir biçimde boş" (Garnham 1990, 12) ve medya baronları ve onların şirketlerinin çözümlemesine yönelik bir odağa sahip olduğunu öne sürmektedir. Garnham on yıl sonra, bu sorunun devam ettiğini

görür: "Medya üreticileri sorunu, yakın zamandaki medya ve Kültürel Çalışmalarda, elbette genel olarak sosyal teoride, ihmal edilmiştir, bunun nedeni genel dilbilimindeki dönüşüm ve buna eşlik eden *yazarın ölümü*dür. Eğer yazar var olmuyorsa veya bir gücü yoksa, onu neden çalışalım?" (Garnham 2000a, 84). Yine on yıl sonra, Vincent Mosco (2011, 230) "emek, iletişim ve Kültürel Çalışmaların kör noktası olarak kalmaya devam ediyor" [tespitini yapıyor] ve ardından "emek, Kültürel Çalışmaların yenilenmesi projelerinin gündeminde üst noktalara koyulmalıdır"ı savunuyor. Çağdaş medya ve iletişim çalışmalarına özgü sorun, yaratıcı ve kültürel ekonominin sermaye tarafına güçlü bir şekilde odaklanmıştır ve emek tarafını ihmal eder. Richard Maxwell ve Toby Miller benzer bir durum tespiti yapıyor: "Medya çalışmalarında çoğu yazılı eser medya emeği alanını, sanayi uzmanlarının [...] üretimi tanımladığı gibi kısıtlıyorlar. Bu, çoğu sanat yayınlarında, eğlence haber pazarlarında ve fan kültüründe görülen medya teknolojileriyle ilgili büyüyen ideoloji ve apolitik büyülenmeyi yansıtıyor" (Maxwell ve Miller 2012, 16). Maxwell ve Miller, "çalışmanın fiziksel doğası ile insanlara ve çevreye yaptıklarını" dikkate alan "medya emeğine ilişkin eleştirel bilim" için tartışıyorlar (a.g.e.).Vicki Mayer, Miranda J. Banks ve John Thornton Caldwell (2009, 4) "medya üretiminde, üretimi kültür olarak kuramlaştırmak için medya üretiminde nesneler olarak yer alan insanların yaşanmış gerçeklikleri" bağlamında medya üretim çalışmalarının sözünü ediyorlar. Juliet Webster (2011, 2), toplumda EİT'nin rolüne ilişkin çalışmaların toplumsal eleştiri yerine genellikle pragmatizmle yönlendirildiğini gözlemliyor.

> Çoğu ülkede, neredeyse yirmi yıldır, çalışmaların önemli bir kısmı, her şeyden önce teknolojik yenilikleri toplumsal olarak tarafsız süreçler biçiminde yorumlamakla veya EİT gerçekleştiriminin uygulanabilirliğiyle ilgiliydi. Araştırmacılar üzerinde, özellikle ekonomik kriz ve yeniden yapılanma bağlamında, bu türden bir çalışmaya geri çekilme yönünde güçlü baskılar var. Bu bağlamda, eleştirel toplumsal araştırma sıklıkla, aşırı iyimser teknolojik gündemle güdülenmiş bir araştırmayla yerinden ediliyor. Araştırmacılar, ekonomik büyümenin ve sürekli yeniliğin, sadece ekonominin değil ayrıca toplumsal politikaların da ana teması olduğu bir dünyada hayatta kalabileceklerini anlıyorlar.

Webster, bu eğilimlere karşı koymak ve aynı anda hem araştırma hem de siyaset yapan, ve bir aktivizm biçimi olan birbirine bağlı EİT ve toplum araştırması için çağrıda bulunuyor. Bu kitabın görevi kapitalist EİT sanayisinde gerçekleştirilen emeğin bir kısmı için eleştirel kuramsallaştırmayı geliştirmektir. Kitabın genel sorusu şudur: Dijital emek nedir ve onun çalışma koşulları en iyi nasıl anlaşılabilir? Bu soruya yanıtlar sağlamak için, daha temel sorular sorulmalıdır: Emek nedir? Ekonomik değer nedir? Emek nasıl değer yaratır? Bilgisayar, İnternet ve Facebook, Google, Youtube ve Twitter gibi "sosyal medya" çağını emek nasıl değiştirmektedir? Emek ve ekonomik değer doğası gereği bağlantılıdır. Emek belirli mekânlarda gerçekleşir ve belirli zaman devrelerinde harcanır. Zaman ve mekân emeğin can alıcı boyutlarıdır. Emeğin mekânsal değişimleri ve mekândan ayrılması küreselleşme (bkz. Fuchs 2003, Ritzer ve Atalay 2010), dış kaynak kullanımı, ülke dışında gerçekleştirim [offshoring] ve küresel/uluslararası işbölümü gibi kavramlarla birlikte tartışılmaktadır (Grossman 1980, Mies 1986). Küreselleşme, zaman-mekân sıkışması (Harvey 1989), zamansız zaman ve mekânsız mekân (Castells 1996) ve zaman-mekân uzaklaşması (Giddens 1990) olarak kuramlaştırılmıştır. Bu, zaman ve mekânın toplumsal değişimin çok önemli boyutları olduğunu göstermektedir. Emeğin, ekonominin merkezinde yer aldığını düşünürsek, hem zaman hem de mekân emeği anlamak için çok önemlidir. Belirli bir metanın üretimi için gereken emek çoğu durumda tek bir mekânla sınırlanmamıştır ve yerkürenin etrafına yayılmış birbiriyle bağlantılı birçok mekânda gerçekleşir. Böylece sermaye, emek ve kaynaklar için yatırım maliyetlerini azaltmaya ve kârları artırmaya çalışır. Ancak emek sadece mekânsal görünüşlere sahip değildir, ayrıca zamanda da gerçekleşir, bu özellikle çalışma zamanı, serbest zaman, boş zaman, iş saatleri, üretim zamanı, dolaşım zamanı, dağıtım zamanı, sermayenin devir zamanı, üretimin hızlandırılması veya çalışmanın yoğunlaştırılmasından söz ederken açıktır.

Emek gücü bir meta olarak düzenlendiği ve dolayısıyla emeğin her bir saniyesi paraya malolduğu için emek zaman kapitalizm için oldukça önemlidir. Bu, sermayenin işçileri oldukça az bir ücret karşılığında olabildiğince fazla çalıştırmasının ve emeği en yüksek kârlılığı (karşı-

lığı ödenmemiş emek zamanın çıktısıdır) sağlayacak kadar yoğunlaştırmasının nedenidir. Marksist yaklaşımda (Marx'ın emek değer kuramında) değer, belirli bir metayı üretmek için gerekli olan harcanmış emek zaman miktarıdır. Her metanın üretimi için ölçülmesi zor olan tekil bir emek zaman vardır. Ekonomik açıdan önemli olan, belirli bir metayı üretmek için belirli bir zamanda (örneğin bir yıl) harcanan ortalama emek zamandır. Ortalama emek değerleri, bir şirkette, bir grup şirkette, bir ülkedeki bir sanayide veya uluslararası meta üretimi için hesaplanabilir. Sermaye, kârları arttırmak amacıyla metanın değerini düşürmeye çabalar. Metanın değerindeki bir düşmenin anlamı üretimdeki bir hızlanmadır (yani belirli bir miktar paraya malolan aynı emek zaman, birden aynı metadan, emek maliyetleri artmadığı halde daha fazla üretmeye başlar, bu da her bir zaman birimi için daha fazla kâra olanak verir).

Özetlenen örnekler emek zamanın EİT sanayisi açısından önemini göstermektedir: Muhanga Kawaya gibi köle maden işçileri öldürülme tehdidi ve silah zoruyla çalışmaktadır. Bu onların daha uzun saatler boyunca daha düşük ücretle veya ücretsiz çalışmalarına ve dolayısıyla azami emeğin karşılıksız kalmasına yol açmaktadır. Foxconn işçileri uzun saatler boyunca ve fazla mesai ücreti almadan çalışmakta, böylece Apple ve diğer EİT şirketleri emek maliyetlerini düşürmektedirler. Foxconn işçileri nispeten düşük ücretlere sahip ve oldukça uzun saatler boyunca çalışmaktadır. Foxconn, karşılığı ödenmemiş saatlerin toplamını artırmak amacıyla iş gününü uzatmaya çalışmaktadır. Silikon vadisindeki EİT montajcıları, çoğunlukla kadın göçmenlerdir, oldukça benzer emek koşullarına sahiptir ve çoğu, iş saatlerinde zehirli maddelere maruz kalmaktadır. Hindistan yazılım sanayisinde ve Google'da, yazılım mühendisleri aşırı çalışmaktadır. Oldukça uzun saatler boyunca çalışmakta ve hobiler, dinlenme, arkadaşlar ve aile için fazla zamanları kalmamaktadır. Google'daki, Hindistan'daki ve diğer ülkelerdeki yazılım geliştiriciler, yoğun zaman baskısıyla proje tabanlı yazılım mühendisliği yaptıkları için yüksek oranda gerilim altındadır. [Tüm] yaşam zamanları emek zaman olma eğilimindedir. Amazon Mechanical Turk, daha ucuz olan düzensiz emek biçimlerini kullanarak, düzenli istihdamla aynı sürede işin yapılmasını sağlar ve

şirketlerin, düzenli işçilerin yerine getirdiği kimi görevleri daha düşük bir ücret karşılığında yerine getiren işçiler bulmasına yardımcı olur; amaçlanan, maliyetleri düşürmek, yani düzenli çalışma koşullarındaki aynı emek zamana daha az ödemek için İnternet üzerinde kitle kaynak çalışmasıdır. Amazon-Almanya'daki geçici işçiler, geçici sınırlı sözleşmelere sahiptir. Bu onları, işlerini kaybetmekten korktukları için kötü çalışma koşullarını kabullenme ve bu koşullara karşı koymama şeklinde baskı altına alır. Birçoğu ekonomik kriz tarafından kötü etkilenmiş ve [dolayısıyla] işsizlikle karşılaştıkları ülkelerden gelmektedir. Kriz onları erken dönem sanayi koşullarında çalışmayı kabule zorlamaktadır. Paramiliter denetim, işçileri çalışma zamanında daha fazla ve hızlı çalışmaya sevketmelidir. Hedefi işin yoğunlaştırılmasıdır. Ekonomik zorlukla karşılaşan geçici işçiler için düşük ücretlerin anlamı, Amazon'un toplu sözleşme, toplu ücret sözleşmeleri ve sendikalaşmaya sahip olan iş ilişkisine göre daha fazla kâr yaptığıdır. Zaman burada, güvencesiz geçici istihdam, iş zamanı yoğunlaştırması ve saatlik ücretlerin azaltılması biçiminde önemli bir rol üstlenir.

Work.Shop.Play kullanıcıları, sonuçları meta olarak satılan anketlerde yer alma çabalarının karşılığında sinema ve tiyatro biletleri, alışveriş kuponları ve özel teklifler şeklindeki hediyeler kazanabiliyorlar. Elbette sadece çok az bir kısmı kazanıyor; çoğunun çalışmasının hakkı verilmiyor. Work.Shop.Play platformunun fikri, kullanıcıların serbest zamanlarında çalışmaları ve böylece alışveriş, eğlence ve oyuna olanak tanıyan kuponlar ve eşyalar kazanma şansına sahip olmalarıdır. Sosyal medya üzerinde oyun oynamak gerçek bir iş haline gelmekte ve kullanıcılara karşılığında alışveriş ve daha fazla oyun için fırsatlar vaat etmektedir. Work.Shop.Play, metaların ve tüketimin kapitalist mantığını eve ve oyun zamanına genişletmektedir. Çalışma zamanı ile serbest/oyun zamanı arasındakinin yanısıra çalışma ve oyun arasındaki sınırlar Work.Shop.Play'de oldukça akışkandır. Facebook çevirileri, kullanıcıların dış kaynak olarak kullanılmasıdır. Kullanıcıların herhangi bir karşılık beklemeden çevirileri yapmaları beklenmektedir; amaçlanan, kullanma zamanını çalışma zamanına dönüştürmektir. İş gününü uzatma, karşılığı ödenmemiş çalışma zamanları, iş zamanının faşist güvenlik güçleriyle yoğunlaştırılması, aşırı çalışma, emek za-

manı olarak boş zaman, fazla mesai... Bu örnekler, emek zamanın kapitalist EİT sanayisinin can alıcı bir veçhesi olduğunu göstermektedir.

Bu kitabın görevi, dijital medya bağlamında emek ve zaman oluşumunu daha iyi anlamaktır. 3. ve 4. bölüm dijital emeği akademik alanda uygun bir bağlama yerleştirmektedir: 3. bölüm çağdaş Kültürel Çalışmalar alanının Karl Marx'ın çalışmalarına göre emek ve kapitalizmi incelemede kendisini nasıl konumlandırdığını göstermektedir. 4. bölüm Dallas Smythe'ın dijital emeği anlamaya yönelik çalışmasının geçerliliğiyle ilgilenmektedir. Smythe, *medya ve iletişimin eleştirel ekonomi politiği* alanının kurucu isimlerindendir. Ticari medyayı izleme/okuma/dinleme zamanını değer yaratan seyirci emeği olarak gören bir medya emek kuramı üzerinde durmuştur. Bu bağlamda seyirci metası kavramını türetmiştir ve sözkonusu yaklaşım, dijital emek tartışmasının yeni anlamlar kazandığı bağlamdır. 5. bölüm, enformasyon toplumu kavramı üzerine olan tartışma içerisinde dijital emeği ele almakta, kapitalizmde mi yoksa bir enformasyon toplumunda mı yaşadığımızı sormaktadır. 6-11 arasındaki bölümler, dijital emek kuram-araç kutusu için kavramları tanıtmak amacıyla uluslararası dijital işbölümü (UDİ) içerisindeki çeşitli emek biçimlerini çözümlemekte ve bu kuramsal kategorileri uygulamak için örnekler göstermektedir. 6. bölüm Afrika'da dizüstü, masaüstü bilgisayarlar, mobil telefonlar ve diğer EİT için gerekli fiziksel altyapıyı biçimlendiren mineralleri çıkaran köle işçileri ele almaktadır. 7. bölüm Çin'deki donanım montajının çalışma koşullarına, özellikle de Foxconn fabrikalarındaki duruma bakmaktadır. 8. bölüm Hindistanlı yazılım mühendislerinin çalışma koşullarını tartışmaktadır. 9. bölüm, Google'daki yazılım mühendisliği başta olmak üzere, Silikon vadisinde çalışmayı çözümlüyor. 10. bölüm çağrı merkezi örneğinin yardımıyla prekarya şeklindeki hizmet çalışma şekline göz atıyor. 11. bölüm Facebook örneğini kullanarak İnternet *üretketicileri*nin [prosumer] karşılığı ödenmemiş dijital emeğine odaklanıyor. Yanlış anlamalardan kaçınmak için, şunu açıkça söylemeliyim ki, 6-11 arasındaki her bir bölüm, yalnızca tek bir dijital emek biçimine özgü kavramları tanımlamıyor. Amaç daha ziyade çok yönlü kavramsal dijital emek kuram/araç kutusunu şu kuramsal düşüncelerle birlikte tanıtmaktır: mutlak ve göreli artı değer

üretimi, meta fetişizmi, biçimsel ve gerçek boyunduruk, ev kadınılaşma [housewifization], işçi aristokrasisi, üretim biçimleri, oyun emeği, üretici güçler, üretketicilerin metalaşması, kölelik, yeni emperyalizm, ilkel birikim, vb. 6-11 arasındaki bölümler bu kategorilerin nasıl uygulanacağına ilişkin örnekler göstermektedir. Bu bölümler, belirli bir kavramın yalnızca tartışılan emek biçimlerinden biri için uygulanabilir olduğunu iddia etmemektedir. Bu kavramların nasıl uygulanacağına ilişkin örnekleri, bu örnek durumlar yardımıyla veriyorum. Buradaki vurgu, Marx'ın yazılarının ve Marksist kuramın, dijital emek ve diğer emek biçimlerini eleştirel bir biçimde anlamak için uygulanabilecek oldukça zengin bir kategori sistemi sağladığıdır. Belirli türdeki dijital emeğin, belirli çalışma koşulları tarihsel ve devingendir, sabit kalmazlar, fakat kapitalizmin krizleri ve gelişimiyle birlikte değişirler. Bu nedenle, bir dijital emek kuram/araç kutusu geliştirmek için yapılması gereken ve bu kitabın da katkı sağladığı ilk iş kavramları tanıtmak ve bu kavramların nasıl uygulanacağını örneklerle göstermektir. 12. bölüm kendisinden önceki çözümlemeden sonuçlar çıkarıyor ve dijital emek sömürüsüne karşı direnişin boyutlarına işaret ediyor. Bu bağlamda, özellikle Occupy hareketini yeni işçi sınıfının bir hareketi olarak, İnternet ve sosyal medya kullanımıyla birlikte tartışıyor.

Sosyal medya ve dijital emeği açıklamak ve kuramlaştırmak için bu kitapta kullanılan yaklaşım Karl Marx'ın çalışmalarına dayanmaktadır. Marx'ın kuramının önemli kavramlarını 2. bölüm kuramsal çerçevede özetlemektedir. Ama neden Marx'ın kuramı uygun bir çerçevedir? Bu soru daha ayrıntılı bir tartışmayı gerektiriyor.

1.2 Karl Marx'ın Kayboluşu ve Geri Dönüşü

• "Marx geri döndü" (*Svenska Dagbladet*, 17 Ekim 2008).

• "Çatırdama Marx'ı diriltti" (*The Independent*, 17 Ekim 2008).

• "Kriz sol kanat fikirleri tekrar düşünmemizi sağlıyor" (*The Irish Times*, 18 Ekim 2008).

• "Marx mezardan çıktı, kapitalizm gömüldü" (*Sydney Morning Herald*, 23 Ekim 2008).

• "Marx Rönesansı" (*Korea Times*, 1 Ocak 2009).

• "Marx başından beri haklı mıydı?" (*The Evening Standard*, 30 Mart 2009).

• "Marx ve arkadaşı Friedrich Engels'in çalışmalarını yayınlayan Berlin'deki Dietz yayınevinin müdürü Jorn Schutrumpf 'Marx yeniden moda oldu' şeklinde ilan ediyor. Satışlar 2005'ten beri, her ne kadar oldukça düşük bir seviyeden başlamış olsa da üçe katlandı ve yazdan beri de fırladı. [...] Canterbury başpiskoposu Rowan Williams, geçen ay nazik bir yorumda bulundu: 'Marx uzun zaman önce gerçek hayatta var olmayan şeylere güç ve temsil yeteneği atfeden kontrolsüz kapitalizmin bir tür mitoloji haline gelmesini gözlemledi'. Papa bile eski ateist için, onun 'büyük analitik yeteneğini' överek iyi sözler söyledi" (*The Times*, "Financial Crisis Gives Added Capital to Marx's Writings", 20 Ekim 2008).

• "Hiç kimse hepimizin Marksist olduğunu iddia edemez fakat sanırım yaşlı adam 'çılgınlığın ekonomide' olduğunu ve ekonominin zirvesinin komutanlığına yükselen görünüşte her şeyi bilen titanların, hepimizi tehdit eden gözü dönmüş bir sömürü açgözlülüğü tarafından yönlendirilen düpedüz embesiller gibi aptal olmadığını fark ettiği için itibarı hak ediyor. Marx'ın çalışmaları bazı taraftarlarının öyleymiş gibi sunmalarına rağmen, kutsal fermanlar değil" (*The Evening Standard*, "Was Marx Right All Along?", 30 Mart 2009).

• "Karl Marx geri döndü. Bu en azından Almanya'da onun eserlerinin raflardan kapışıldığını söyleyen yayıncıların ve kitapçıların kanaati" (*The Guardian*, "Booklovers Turnto Karl Marx as Financial Crisis Bites in Germany", 15 Ekim 2008).

• "Finansal panik, protestolar ve dünyanın başına bela olan diğer musibetler yağmurunu anlamaya çalışan politika yapıcılar uzun zaman önce göçüp gitmiş olan bir ekonomistin eserlerine çalışmış olsalar iyi olurdu: Karl Marx. Kapitalizmin devresel krizlerinden birisiyle karşı karşıya olduğumuzu ne kadar erken anlarlarsa, onu yoluna sokmayı becermek için o kadar iyi hazırlanmış olurlardı" (*Bloomberg Business Week*, "Give Karl Marx a Chance to Save the World Economy", 28 Ağustos 2011).

• Time dergisi 2 Şubat 2009'da Marx'ı kapak yaptı ve krize dair "Marx olsa ne düşünürdü?" diye sordu. Kapak yazısında Marx kapitalizmin kurtarıcısı olarak sunuldu ve dolayısıyla bozularak tanınamayacak hale getirildi: "Marx'ı yeniden düşünmek. Kapitalizmi yaşatmayı başarmak için sistemin en büyük eleştirmenini inceleme zahmetine değer" (*Time Magazine Europe*, 2 Şubat 2009).

Bu gazete kupürleri, yeni küresel ekonomik krizle birlikte yeni bir Marksist döneme girdiğimizin belirtisidir. Karl Marx'ın çalışmalarına aniden kabaran bu ilgi kapitalizmin, sınıf çatışmalarının ve krizlerin sürekliliğinin bir göstergesidir. Aynı zamanda, burjuva basın Marx'ı sınırlamaya ve kuramını Marx'ı kapitalizmin yeni kurtarıcısı şeklinde yorumlamak için bozmaya çalışmaktadır. İnsan, onun sadece kapitalizmin parlak bir çözümleyicisi olmadığını, ayrıca döneminde en güçlü kapitalizm eleştirmeni olduğunu hatırlamalıdır:

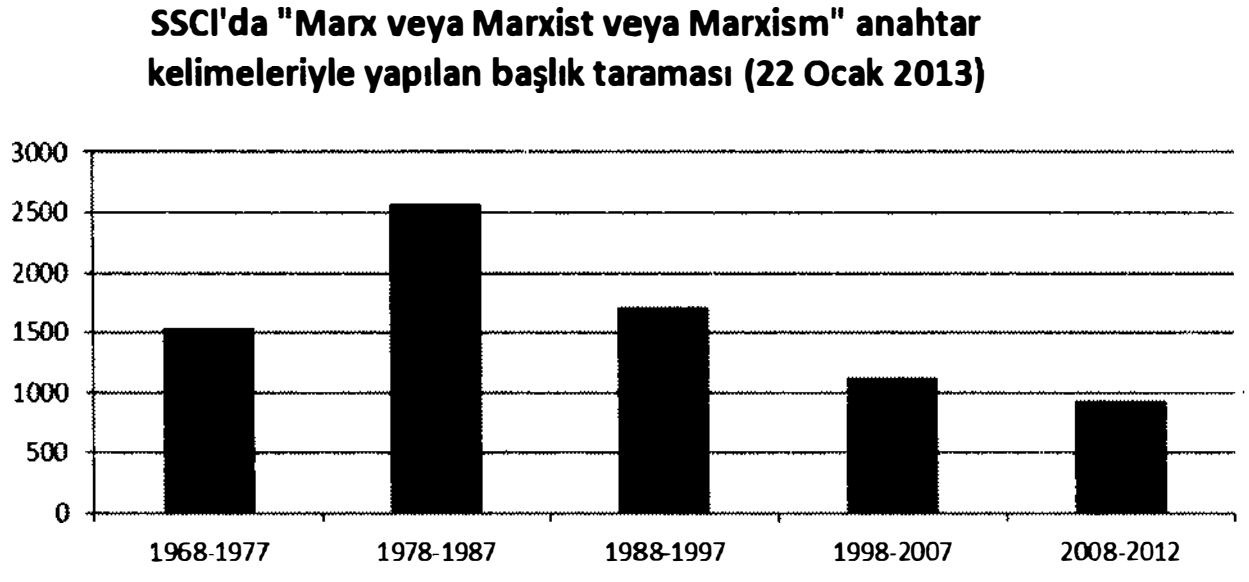
> Tek kelimeyle komünistler, mevcut toplumsal ve siyasal durumlara karşı her yerde ve her çeşit devrimci hareketi destekliyorlar. Tüm bu hareketler içinde, hangi gelişkinlik aşamasında olursa olsun mülkiyet sorununu hareketin temel sorunu olarak öne çıkarıyorlar. Nihayet ancak komünistler her ülkenin demokratik partilerinin her yerde birleşip anlaşması için çalışıyorlar. Komünistler, görüş ve niyetlerini gizlemeyi reddederler. Amaçlarına ancak bugüne kadarki tüm toplumsal düzenin zorla yıkılmasıyla ulaşabileceklerini açıkça bildirirler. Varsın egemen sınıflar bir komünist devrim ürküntüsüyle tir tir titresinler. Proleterlerin, zincirlerinden başka kaybedecek şeyleri yok. Bir dünya var kazanacakları. Bütün ülkelerin proleterleri, birleşin! (Marx ve Engels 1848/2000, 94)

1977 yılında, Dallas Smythe "Communication: Blindspot of Western Marxism" [İletişim: Batı Marksizminin Kör Noktası] (Smythe, 1977a) isimli ufuk açıcı çalışmasını yayınladı ve Batı Marksizmi'nin, kapitalizmde iletişimin karmaşık rolüne yeterli dikkat vermediğini öne sürdü. Otuz beş yıl geçti ve neoliberalizmin yükselişi, toplumsal sınıf ve kapitalizme yönelik bir ilgiden başka tarafa yönelmeye yol açtı. Bunların yerine küreselleşmeden, postmodernizmden ve Komünizmin çöküşünden, hatta tarihin sonundan söz etmek moda oldu. Esas itibariyle, Marksizm bütün toplumsal bilimlerin kör noktası haline geldi. Marksist akademisyenler ötekileştirildi ve genç bir akade-

misyenin toplumsal bir çözümleme için açık bir şekilde Marksist yaklaşım kullanması gitgide kariyerine bir tehdit oluşturdu.

Marx ve Marksizme azalan ilgi, şekil 1.1 ve 1.2'de görselleştirilmiştir. Şekiller, Social Sciences Citation Index [Sosyal Bilimler Atıf Dizini] (SSCI) "Marx", "Marxist" veya "Marxism" anahtar kelimelerini makale başlık tanımlamasında içeren makalelerin sayısını 1968–1977, 1978–1987, 1988–1997, 1998–2007 ve 2008–2012 dönemleri için göstermektedir. Bu dönemleri seçmek, 2008'deki kapitalist krizin başlangıcından beri eğer varsa değişikliği belirlemeye olanak sağlar ve 1968'deki toplumsal olaylar akademiyi dönüştüren bir kırılmayı işaret ettiğinden dolayı anlamlıdır.

Şekil 1.1, 1978-1987 döneminde Marx hakkında görece oldukça fazla sayıda akademik dergi çıktısı olduğunu göstermektedir (2.574). Yayınlanan makalelerin sayısının tarihsel olarak arttığı düşünülürse, 1968-1977 yılları arasındaki ilginin de yüksek olduğu görülüyor. 1988-1997 (1.713) ve 1998-2007 (1.127) dönemlerinde Marx'a odaklanan makalelerde açık bir daralma rahatça gözlenebilmektedir. Yayınlanan makalelerdeki önceki artış düşünüldüğünde, bu daralma daha da belirginleşmektedir. Bu dönem ayrıca neoliberalizmin yoğunlaştığı, herşeyin (çoğu ülkede kamu hizmetinin -iletişim de dahil olmak üzere) metalaştığı ve sosyal bilimlerde postmodernizm ve kültürcülüğe güçlü bir dönüşün olduğu dönemdi.



Şekil 1.1 Sosyal Bilimler Atıf Dizini'nde listelenmiş Marx ve Marksizm hakkındaki makalelerin on yıllık aralıklarla sayıları

Marx'ın kayboluşu için birden çok neden vardır:

•Yukarıdan yükselen neoliberal sınıf mücadelesi.

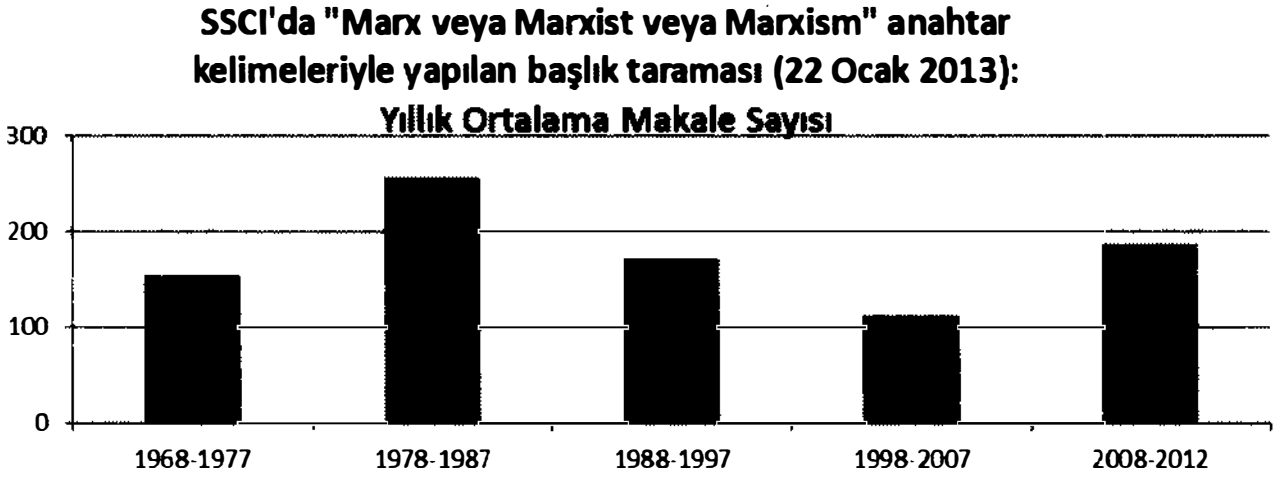
•Kamusal mülkiyet ve kamu üniversiteleri de dâhil olmak üzere herşeyin metalaşması.

•Postmodernizmin yükselişi.

•Alternatiflere duyulan güven eksikliği.

•Mücadelelerin varlığının ve yoğunluğunun zayıflığı.

• Akademinin muhafazakâr geriye dönüşü ve metalaşması ikliminde, Marksist çalışmalar yapmanın akademik itibar ve akademik kariyer için elverişli ve yol açıcı olmaması.



Şekil 1.2 Marx ve Marksizm hakkında Sosyal Bilimler Atıf Dizini'nde yer alan yayınlanmış makalelerin yıllık ortalama sayısı

Şekil 1.2'de, 2008–2012 (186) döneminde Marksizm hakkında yayınlanmış olan ortalama yıllık makale sayısının, 1998–2007 (yılda 113) ve 1988–1997 (yılda 171) dönemlerine göre arttığı gösteriliyor. Bu durum, sosyal bilimlerde Marx ve Marksizme, büyük ihtimalle yeni kapitalist krizin bir etkisi olan, yenilenen ilginin göstergesidir. Soru, bu ilgi sürdürülebilecek ve kurumsal dönüşümler şeklinde hayata geçirilebilecek mi ve bu nasıl yapılabilir sorusudur.

Zengin ve yoksul arasındaki artan gelir uçurumu, yaygın prekarya emeği ve yeni küresel kapitalist kriz dolayısıyla neoliberalizm artık ortak akıl olarak görülmüyor. Kapitalizmin karanlık tarafı, sınıf çelişkilerinin artan düzeyleriyle birlikte, şimdi dünya çapında ayırt edili-

yor. Eagleton (2011), hiçbir düşünürün Marx kadar hicvedilmediğine işaret eder ve Marx'ın çalışmalarının çekirdeğinin, onun çalışmaları hakkındaki yaygın önyargıların aksine, işlediğini gösterir. Ancak, küresel kapitalist krizin 2008'deki başlangıcından beri, Marx'ın çalışmalarına oldukça bilimsel bir ilgi kök salmıştır. Žižek çağdaş kapitalizmin ekolojik kriz, fikri mülkiyet, biyogenetik, ırk ayrımcılığının yeni türleri ve kenar mahalleler bağlamında antagonizmalarının, hâlâ Marksçı sınıf kavramına ve Marksizmi yenilemeye ve söz verdiği katılımcılık, öz-örgütlenme ve işbirliği gibi ülküleri gerçekleştirmekte başarısız olan yumuşak kapitalizmin yeni biçimleriyle ortaya çıkarılan "pek kolay liberal-demokratik alternatifi sorunlu kılmak" amacıyla yitirdiği nedenleri korumaya ihtiyaç duyduğumuzu gösterdiğini (Žižek 2008, 6) ve en son dünya ekonomik krizinin, ekonomi politiğin Marksçı eleştirisine yenilenen bir ilgiyle sonuçlandığını ileri sürer (2010b). Hobsbawm (2011, 12–13) çağdaş kapitalizmin küresel boyutunu, kapitalizmin çelişkilerini ve krizlerle sosyoekonomik eşitsizliğin varlığını anlamak için "Marx'ın sorularını sormamız gerekir"i savunur (13): "Ekonomik ve politik liberalizm, tek başlarına veya birlikte, 21. yüzyılın sorunlarına bir çözüm sunamazlar. Bir kez daha Marx'ı ciddiye almanın zamanı gelmiştir" (age., 419). Jameson küresel kapitalizmin, "krizleri ve felaketleri[yle] günümüze uygun" olduğunu ve küresel işsizliğin "Marx, sermayenin kendisi gibi bitmez tükenmez olarak kalmaktadır"ı (Jameson 2011, 1) gösterdiğini ve *Kapital 1. Cilt*'i (Marx 1867c) oldukça güncel bir kitap yaptığını öne sürer.

Kapitalizmde "parasal krizler, gerçek krizlerden bağımsız veya onların bir yoğunlaşması olarak, kaçınılmazdır" (Marx 1894, 649). Marx için, finansal krizler, düzenlenmiş finansal piyasalar veya açgözlülüğü sınırlayan ahlaki kurallarla önlenemezler, çünkü açgözlülük onun için kapitalizmin, kapitalistlerin daha fazla sermaye biriktirme ve kâr oranlarını artırması veya yok olacağı zorunluluğundan türemiş olan gerekli bir yapısal özelliğidir. Kapitalistlerle, birikimin genişlemesi gerekliliği arasındaki rekabet, oldukça yüksek kısa dönemli kazanç oranlarına izin veren ancak oldukça yüksek riski olan "finansal yenilikler" yaratma çabasıyla sonuçlanır. Ticari senetlerin fiktif değeri, bu fiktif değerin belirttiği şirketler tarafından yaratılan gerçek değer-

le doğrudan bir ilişki içerisinde bulunmaz. Finansal balonlar etkidir (başka bir deyişle, gerçek kârlılığı yansıtmayan ve yatırımcıların gelecekteki yüksek dönüş beklentilerini karşılamayan olaylarla tetiklenen finansal balonların patlamasıyla şiddetli bir şekilde düşen hisse fiyatları). 2008'de başlayan yeni dünya krizi, Marx'a geri dönüşün en açık nedenidir.

Bu dönüşüm, bununla birlikte, çok boyutludur ve birçok nedeni vardır:

•Yeni dünya ekonomik krizi, kapitalizmin devinimi ve çelişkileri ile kriz kavramına artan bir ilgiyle sonuçlanmıştır.

•Neoliberalizm ile çalışma ve yaşamın prekaryalaşması en iyi [şekilde] sınıf, sömürü ve metalaşma görüngüsüyle çözümlenebilir.

•Yeni toplumsal hareketler (şirket karşıtı hareket, küresel adalet hareketi, Occupy hareketi) sınıf sorunlarıyla ilgilidirler.

•Ekonominin finansallaşması yeni emperyalizm ve fiktif sermaye gibi kategorilerle çözümlenebilir.

•Yeni küresel savaşlar, emperyalizm kategorisine bir ilgi doğuruyor.

•Güncel devrimler ve isyanlar (Arap baharı gibi) devrim, özgürlük ve kurtuluşun geçerliliğine dikkat çekiyor.

•Küresel kapitalizm tartışmalarıyla ile beraber olan küreselleşme söylemi.

•Çağdaş kapitalizmde medyalaşma, EİT ve bilgi işinin rolü Marx'ın genel zekâya verdiği dikkatle öngörülmüştü.

•Prekarya olarak çalışan tüm bir üniversite bilim insanları ve öğrenciler nesli

Kapitalizme, medya ve iletişim çalışmalarında bir nesne olarak artan ilginin göstergesi, birçok özel sayının kapitalist krizde iletişim, medya ve kültürün rolüne odaklanmış olması durumudur:

> tripleC: Communication, Capitalism&Critique (www.triple-c.at) [tripleC: İletişim, Kapitalizm & Eleştiri] (www.triple-c.at) - Journal-

for a Global Sustainable Information Society[Küresel Sürdürülebilir Bir Enformasyon Toplumu için Dergi]

tripleC—Journal for a Global Sustainable Information Society: "Capitalist Crisis, Communication&Culture" [Kapitalist Kriz, İletişim & Kültür] 8 (2), (2009): 193–309, editörler Christian Fuchs, Matthias Schafranek, David Hakken ve MarcusBreen.

International Journal of Communication[Uluslararası İletişim Dergisi]: "Global Financial Crisis" [Küresel Finansal Kriz] 4 (2010), editörler Paula Chakravartty ve John D.H. Downing.

Cultural Studies[Kültürel Çalışmalar]: "TheEconomic Crisis and After" [Ekonomik Kriz ve Sonrası] 24 (3), (2010): 283–444.

İrfan Erdoğan (2012), Marx'a değinen ve seçili 77 medya ve iletişim dergisinde Ocak 2007 ile Haziran 2011 arasında yayınlanan 210 makaleyi inceledi. "Ana akım çalışmalar Marx'ı görmezden geliyor ve liberal-demokratlar genel olarak takdir ediyor" sonucunu ve Marx'a yönelik ana eleştirilerin, "'alternatifler'[in] 'Marx'a alternatifler'" olduğu ve eleştirelin ise "Marx'a yöneltilmiş eleştiriler" anlamına geldiği "sözde 'eleştirel' veya 'alternatif' yaklaşımlardan" geldiğini buldu. Aynı zamanda, Marx'ın toplumsal, medya ve iletişim çalışmaları için önemini azaltmaya yönelik aralıksız çabalar olduğu gibi, belli bir dereceye kadar Marx'la yeni uğraşların da göstergeleri mevcuttur. Bunlardan biri *tripleC* (www.triple-c.at) dergisinin "Marx Is Back The Importance of Marxist Theory and Research for Critical Communication Studies Today" [Marx Geri Döndü - Bugünün Eleştirel İletişim Çalışmaları için Marksist Kuram ve Araştırmanın Önemi][5] (Fuchs ve Mosco 2012) başlıklı, 500 sayfadan fazla, 29 makale içeren özel sayısıdır. Bir diğeri "Critique, Democracy and Philosophy in 21st Century Information Society: Towards Critical Theories of Social Media" [21. Yüzyıl Enformasyon Toplumunda Eleştiri, Demokrasi ve Felsefe: Sosyal Medyanın Eleştirel Kuramlarına Doğru] başlıklı bir konferanstır. Bu konferansta günümüzde Marx'la iletişim arasındaki süre giden bağlantı özellikle doktora öğrencileri tarafından (ve arasında) konuşulmuştur (bkz. Fuchs 2012a, 2012d).

[5] *Marx Geri Döndü*, Ed. Christian Fuchs & Vincent Mosco, Çev. Kolektif, Notabene Yayınları, 2014.

Her ne kadar Marx her zaman geçerliliğini korumuş olsa da, bu ilişki geçtiğimiz yıllara kadar medya ve iletişim çalışmalarında çok fazla kabul edilmemiştir. Aksine, yaygın olan, Erdoğan'ın (2012) gösterdiği gibi, Marx'ı yanlış anlamak ve yorumlamaktı. Bu kısmen onun çalışmalarını yanlış okumaktan veya onlara ilişkin düpedüz bir cahillikten gelmektedir. Terry Eagleton (2011) Marx ve Marksizme karşı on yaygın önyargıdan söz ederek, neden Marx'ın doğru ve bu yargıların yanlış olduğunu gösterir. Biz de, sözü edilen genel bakışa her bir önyargı için medya ve iletişim boyutunu ekledik. Bu iletişim boyutları, medya ve iletişim çalışmaları içerisindeki Marx'a yönelik önyargılara işaret etmektedir.

Marksizm karşıtı önyargıların herbirine, bu kitapta sunulan, toplumu ve medyayı ciddi olarak anlamak için Marx'ın önemini gösteren çözümlemelere dayanan bir karşı-savla karşılık vermek istiyorum.

(1a) *Marksist Demodelik!* Marksizm eski modadır ve sanayi sonrası topluma uygun değildir.

(1b) *Marksist Güncellik!* Toplumda iletişimi layıkıyla ve eleştirel olarak kavramak için Marx'a ihtiyacımız var.

(2a) *Marksist Baskı!* Marksizm kuramsal olarak iyi bir fikir gibi görünebilir ancak pratikte sadece terör, zorbalık ve kitle katliamları ile sonuçlanabilmektedir. Sosyalist toplum ve sosyalist medyanın olabilirliği yanıltıcıdır.

(2b) *Kapitalist Baskı!* Kapitalizm geniş çaplı eşitsizlik, küresel savaş ve çevresel yıkım gerçekliğinin gösterdiği gibi, ne kuramsal olarak iyi bir fikirmiş gibi görünmektedir, ne de pratikte işlemektedir. Sosyalist toplum ve sosyalist medyanın olabilirliği kapitalizmin krizinden kaynaklanmaktadır.

(3a) *Marksizm = Belirlenimcilik!* Marx tarihin belirlenimci yasalarına ve kapitalist medyanın da kendiliğinden sona ermesini gerektiren kapitalizmin kendiliğinden sona ermesine inanırdı.

(3b) *Marksizm = Diyalektik ve karmaşıklık!* Marksist ve Hegelci diyalektik bize toplumun ve medyanın tarihini yapısal koşullanmalar,

ucu açık mücadeleler ve yapı fail diyalektiği ile biçimlendirilmiş olarak görme olanağı tanıyor.

(4a) *Marksist Saflık!* Marx insanın iyiliğine dair saf bir bakış açısına sahipti ve insanların doğal olarak bencil, açgözlü, saldırgan ve rekabetçi olduklarını görmezden geldi. Medya endüstrisi de zorunlu olarak kâr temelli ve rekabetçidir, aksi takdirde işleyemez.

(4b) *Kapitalist Kötülük!* Bireyciliğin, egoizmin, kâr maksimizasyonu ve rekabetin mantığı medyanın görünümünü de dönüştüren ve daha da eşitsiz kılan neoliberal kapitalizmin etkisi altında denenmiş ve ölçülmüştür.

(5a) *Marksist İndirgemecilik!* Marx ve Marksizm tüm kültürel ve siyasi olayları ekonomiye indirgemektedirler. Medya ve iletişimin ekonomik olmayan taraflarına dair bir kavrayışa sahip değildirler.

(5b) *Marksist Karmaşıklık!* Güncel gelişmeler kapitalizmde ekonominin belirleyici olmadığını[!], fakat kapitalizmin etkisi altında medya görüngüsünün de içinde olduğu tüm görüngüleri koşullandıran, sınıf boyutu olan ve sınıf ile diyalektik olarak yakından ilişkili, özel bir sistem olduğunu göstermektedir. Günümüz toplumunun görüngüsünü açıklamak için sınıf, kesinlikle yeter şart olmamasına rağmen gerek şarttır.

(6a) *Marksist Anti-Hümanizm!* Marx din ve ahlaka hiç ilgi göstermemiş ve insan bilincini maddeye indirgemiştir. Böylece Stalin ve diğerlerinin anti-hümanizmine zemin hazırlamıştır. Marksizm medya etiğine dayanak oluşturamaz.

(6b) *Marksist Hümanizm!* Marx derin bir hümanistti ve onun için komünizm hümanizmin icrası, sınıf mücadelesi de uygulamalı etikti. Onun kuramı köklü bir biçimde etik ve normatifti. Medyanın Eleştirel Ekonomi Politiği, medyanın eleştirel etiğini zorunlu olarak içermektedir.

(7a) *Sınıfın Çağ Dışılığı!* Marksizmin sınıf saplantısı çağ dışıdır. Günümüzde bilgi işinin genişlemesi tüm sınıf sınırlarını ortadan kaldırmaktadır.

(7b) *Sınıfın Önemi!* Toplumsal örgütlenmelerin her düzeyinde yüksek oranda olan sosyoekonomik eşitsizlikler, günümüz toplumunun ilk ve en önemli sınıflı toplum olduğu görüngüsünün göstergesidir. Bilgi işi homojen bir kategori değil, daha ziyade içsel sınıf ilişkilerini ve katmanlaşma örüntülerini (bir yönetici ile güvencesiz olarak istihdam edilmiş bir çağrı merkezi çalışanı ya da veri girişi çalışanının ikisi birden bilgi işçisidir) kapsayan sınıf yapılı bir alandır.

(8a) *Marksist Demokrasi Karşıtlığı!* Marksistler zorla devrimden yanadırlar ve barışçıl reformlara ve demokrasiye karşı çıkarlar. Medyanın demokrasi için oynadığı önemli rolü kabul etmezler.

(8b) *Sosyalizm = Demokrasi!* Kapitalizmin tarihi insan hakları ihlalleri, yapısal şiddet ve savaşlardan oluşur. Medya alanında, kapitalizmin tarihi medyanın demokrasi karşıtı amaçlara sunduğu desteğin tarihidir. Marksizm barış, demokrasi ve demokratik medya için bir taleptir. Marx kendi gazetecilik çalışmaları ve pratiğinde ifade özgürlüğü, demokratik gazetecilik ve demokratik medya için mücadele etmiştir.

(9a) *Marksist Diktatörlük!* Marksizmin mantığı, devletin mantığı ve denetleyen, gözetleyen, manipüle eden ve medyayı sansürleyen devasa bir diktatörlüğün kurulması ile sonuçlanabilecek partinin mantığıdır.

(9b) *Kapitalist Diktatörlük!* Kapitalizm, ekonomik ve ideolojik araçlarıyla denetleyen, gözetleyen, manipüle eden ve medyayı sansürleyen devasa bir ekonomik diktatörlük kurar. Marksizmin mantığı, insanların pek çok ilgi alanıyla etkin kılındığı koşulları sağlayan insanlık anlayışlarından birisidir ve herkesin gazeteci olabileceği görüşünü de içerir.

(10a) *Sınıf Dışı Yönelimli Yeni Toplumsal Hareketler!* Yeni toplumsal hareketler (feminizm, çevrecilik, eşcinsel hakları, barış hareketi, gençlik hareketi vb.) sınıfı ve Marksizmi gerilerde bıraktı. Alternatif medya için mücadeleler sınıf mücadelesi ile değil yeni toplumsal hareketlerle ilişkilidir.

(10b) *Sınıf Yönelimli Yeni Toplumsal Hareketler!* Mevcut krizden

kaynaklanan yeni hareketler (işgal hareketleri gibi) kadar son zamanlardaki demokratik küreselleşme hareketleri de, eşitsizlikler ve sınıfa dair derin endişelerin kaçınılmaz olarak birbirine bağladığı hareketlerin hareketleridir. Çağdaş mücadeleler çok sayıda alternatif medyadan yararlanan sınıf mücadeleleridir.

Marksist bir iletişim kuramı "iletişim ve kültürün nasıl maddi süreçler olduğunu, emek ve dilin karşılıklı olarak nasıl oluşturulduğunu ve iletişim ve enformasyonun nasıl aynı toplumsal etkinliğin, anlamın toplumsal inşasının diyalektik örnekleri olduğunu açıklamalıdır. Bu görevleri, iktidarı ve direnişi anlamanın daha geniş çerçevesi içerisinde konumlandırmak, iletişimi bugün canlı ve geçerli olan Marksist geleneğin doğrudan akışı içerisine yerleştirecektir" (Mosco 2009, 44). Marksist bir iletişim kuramı, iletişimi kapitalizmle ilişkili olarak görür, "üretici güçler ve üretim ilişkilerindeki gelişmeleri, metalaşma ve artı değer üretimini, toplumsal sınıf bölünmesi ve mücadeleleri, çelişkiler ve karşıt hareketleri de içeren kapitalizm çözümlemesini ön plana yerleştirir" (a.g.e., 94). Marksist medya ve iletişim çalışmalarının geçerliliği bugüne özgü değildir, bu geçerlilik uzun bir geçmişe sahiptir, çünkü iletişim her zaman sınıflı toplumların eşitsiz yapılarının içerisine gömülüydü. Neoliberalizmin yükselişiyle birlikte, Marksist iletişim kuramı bir gerilemeyle karşılaştı. Bunun nedeni Marksist bilim insanlarını ötekileştirmenin ve onlara karşı ayrımcılık yapmanın (bkz. Erdoğan 2012) ve Marksizmi postmodernizmle değiştirmenin yaygın bir hal almasıydı. Dolayısıyla Marx her zaman geçerliydi, ancak Marksist olmak ve Marksizmi uygulamak her zaman zordu, bunun kısmi nedeni Marksist çalışmaların somut bir kurumsal temelden yoksun olmasıdır. Bugün gördüğümüz ise Marx'ın çalışmalarına yönelik artan ilgidir. Soru, bu ilgiyi medya kurumlarına hâkim olan yönetimsel niteliğe meydan okuyacak kurumsal dönüşümlere aktarabilecek ve eleştirel medya ve iletişim çalışmalarının kurumsallaşmasını güçlendirebilecek miyiz sorusudur.

Bazı bilim insanları, Marx'ın hiçbir zaman ağlaşmış medya üzerine yorum yapmadığını söyler (McLuhan 2001, 41), bu iddia Marx'ın telegraf üzerine tartışmalarının yanı sıra Marx'ın "herkes kendini

[diğerleri hakkında] bilgilendirmeye çalışır" ve "bağlantılar başladı" dediği küresel enformasyon ağı tanımıyla da çürütülmektedir (Marx 1857/1858b, 161). Bu tür bir tanımlama İnternet kavramının öngörüsü olarak anlaşılmanın yanında, Marx'ın düşüncesinin medya/iletişim çalışmaları ve İnternet çalışmalarıyla ilgili olduğunu da gösteriyor. *Grundrisse*'deki bu bölüm İnternet'in, her ne kadar teknoloji olarak Soğuk Savaş ve Kaliforniyalı karşı kültürün ürünü olsa da, Marx tarafından 19. yüzyılda halihazırda öngörüldüğünü göstermektedir – İnternet'i Karl Marx icat etti!

Christian Fuchs ve Nick Dyer-Witheford (2013), Marx'ın çalışmalarını İnternet ve sosyal medyayı anlamak için can alıcı kılan on kavramı öne sürmüştür:

(1) diyalektik

(2) kapitalizm

(3) meta/metalaşma

(4) artı değer, sömürü, yabancılaşma, sınıf

(5) küreselleşme

(6) ideoloji/ideoloji eleştirisi

(7) sınıf mücadelesi

(8) ortak mülkiyet

(9) kamusal alan

(10) komünizm

Belirtilen kavramlar, eleştirel İnternet çalışmaları için, aşağıdaki soruları içeren tamamlanmamış bir araştırma gündemini formülleştirmeye olanak sağlamaktadır:

(1) İnternet'in yaratımı, gelişimi ve çelişkileri, diyalektik perspektife sahip tarihsel bir bakış açısıyla nasıl anlaşılabilir?

(2) İnternet'in kapitalizmdeki rolü tam olarak nedir? Bu rol nasıl kuramlaştırılabilir ve deneysel olarak ölçülebilir? Hangi tür İnternet tabanlı sermaye birikimi şekilleri vardır?

(3) İnternet üzerinde hangi metalaşma biçimleriyle karşılaşıyoruz ve bu biçimler nasıl çalışıyorlar?

(4) İnternet üzerinden artı değer yaratımının hangi farklı türleri mevcut? Nasıl çalışıyorlar? Onlar hakkında kullanıcılar ne düşünüyor?

(5) İnternet küreselleşme süreçleriyle nasıl etkileşimde bulunuyor?

(6) İnternet hakkında hangi mitler ve ideolojiler var? Bunlar nasıl açığa çıkarılabillir, çözümlenebilir ve eleştirilebilirler?

(7) Sınıf mücadelelerinde İnternet'in rolü nedir? Alternatif bir İnternet mücadelesi için potansiyeller, gerçeklikler ve sınırlar nelerdir?

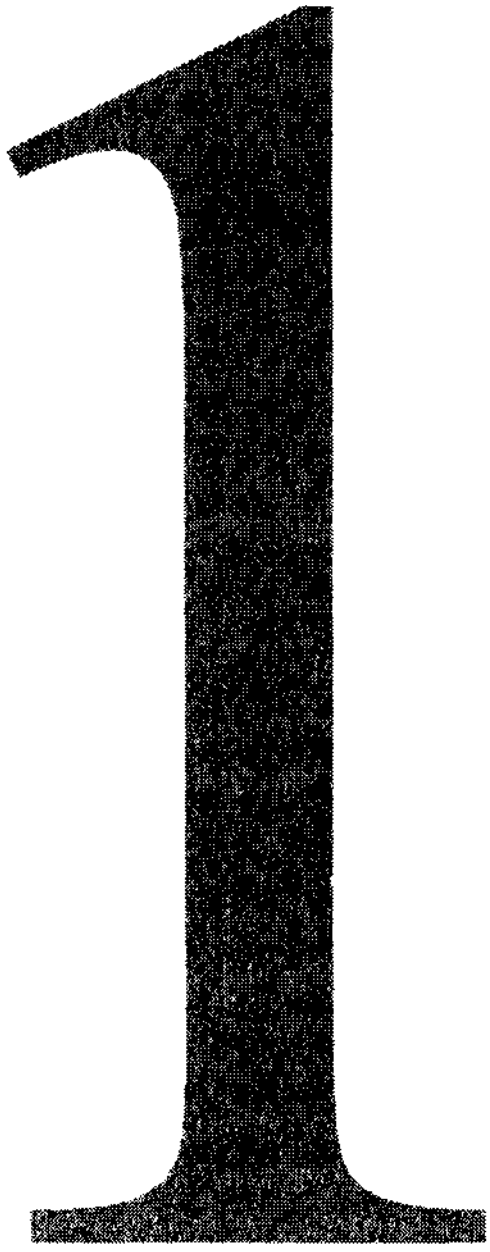
(8) İnternet ortak mülkiyeti nedir? İnternet ortak mülkiyetinin metalaşması nasıl çalışır? İnternet ortak mülkiyetini güçlendirmek için hangi modeller var?

(9) İnternet için, kamusal alana taşımanın potansiyelleri ve sınırları nelerdir?

(10) Ortak mülkiyete dayalı bir toplumda ortak mülkiyete dayalı İnternet nedir? Ortak mülkiyete dayalı İnternet için hangi nüveler ve modeller vardır? Ortak mülkiyete dayalı İnternet'in kuruluşu ve ilgili mücadeleler nasıl güçlendirilebilir?

Kimi bilim insanları, medya ve iletişim çalışmalarının emek kör noktasını aşmaya yönelik olarak önemli çalışmalar gerçekleştirdiler. Vincent Mosco ve Catherine McKercher, iletişimsel emek hakkında bir seri derlemeye (McKercher ve Mosco 2006, 2007; Mosco, McKercher ve Huws 2010) ve bunun yanında bir monografa (Mosco ve McKercher 2008) editörlük yaptılar. Ursula Huws'un yaptığı *Work Organisation Labour and Globalisation* [İş Örgütlenme Emek ve Küreselleşme] (erişim için www.analyticapublications.co.uk) dergi editörlüğü bilgi, EİT ve medya bağlamında emek üzerine eleştirel çalışmaların yayınlanması için önemli bir platformun kurulmasıyla sonuçlandı. Birkaç konferans dijital emek üzerine söylemlere katkıda bulundu: "*Digital Labour: Workers, Authors, Citizens* [Dijital Emek: İşçiler, Yazarlar, Yurttaşlar]" (Western Üniversitesi, London, Ontario,

Kanada, 16–18 Ekim 2009; bkz. ir.lib.uwo.ca/digitallabour, Burston, Dyer-Witheford ve Hearn 2010), "*The Internet as Playground and Factory* [Oyun Sahası ve Fabrika olarak İnternet]" (New York, New School, 12–14 Kasım 2009; bkz. digitallabor.org, Scholz 2013), ve "*The 4th ICT sand Society Conference: Critique, Democracy and Philosophy in 21st Century Information Society: Towards Critical Theories of Social Media* [4. EİT ve Toplum Konferansı: 21. Yüzyıl Enformasyon Toplumunda Eleştiri, Demokrasi ve Felsefe: Sosyal Medyanın Eleştirel Kuramlarına Doğru]" (Uppsala Üniversitesi, Uppsala, İsveç, 2–4 Mayıs 2012; bkz. www.icts-and- society.net/events/uppsala2012, Fuchs ve Sandoval 2014, Fuchs 2012a, 2012d). *tripleC* dergisi artan bir şekilde dijital medya ve bilgi kapitalizmi üzerine Marksist çalışmaları yayınlamaya yöneldi; özel bir sayı da yayınladı "Marx Geri Döndü - Bugünün Eleştirel İletişim Çalışmaları için Marksist Kuram ve Araştırmanın Önemi" (Fuchs ve Mosco 2012). AB COST eylemi IS1202 "Sanal Çalışmanın Devinimleri" (2012-2016, dynamicsofvirtualwork.com), yaratıcı ve kültürel ekonomiyi şu konularda çalışmaya tekrar odaklanma ihtiyacına işaret ediyor: sanayide küresel işbölümü, uluslararası dijital işbölümünde (UDİ) çalışma koşulları, prekarya kültürel emek, "özgür" dijital emek sorunu ve dijital emeğin değer yaratımını kuramlaştırma zorlukları, üretketim (üreten tüketim) ve bilgi çalışması için oyunemek [playbour] (oyun emeği) zorlukları, sanal çalışma üzerine politik perspektifler (sendikaların, MakeIT Fair gibi gözlemci ve toplumsal projelerin rolü, politika problemleri ve sanal çalışmanın düzenlenmesindeki zorluklar, vb.) ve bilgi işindeki mesleki kimlikler. Her ne kadar ana akım hâlâ yönetimsel araştırmaların boyunduruğu altında da olsa Marx, kapitalizm, emek ve dijital emek; medya ve iletişim çalışmalarında daha önemli bir konuma geldi. Görev, bu çalışmaları daha da kurumsallaştırmaktır. Böylece yeni nesil Marksist medya ve iletişim araştırmacılarının ortaya çıkması, canlanması ve yeni ana akım olarak büyümesi sağlanabilir.



Kısım I

Dijital Emek Çalışmasının Kuramsal Temelleri

- Karl Marx'ın Kuramına Giriş
- Çağdaş Kültürel Çalışmalar ve Karl Marx
- Dallas Smythe ve Günümüzde İzleyici Emeği
- Kapitalizm mi Enformasyon Toplumu mu?

2- Karl Marx'ın Kuramına Giriş

Bu bölüm, kitap boyunca kullanılan temel kuramsal kategorileri sunmaktadır. Temel kuramsal çerçeve Marx'ın kuramı olduğundan, bu bölüm Marx'ın kullandığı bazı kategorileri açıklamaktadır. Girişten (2.1) sonra, "emek" ve "çalışma" terimleri tartışılmakta ve Marx'ın bu terimleri nasıl kullandığını açıklamaktayım (2.2). Bu anlatımı, Marx'ın emek değer kuramının temel kavramlarının açıklaması izlemektedir (2.3): kullanım değeri, değer, mübadele değeri, para, fiyat, emek gücünün değeri ve fiyatı, artı değer. Bu bölümde geliştirilen kategoriler, ileri bölümlerde okuyucunun Facebook kullanımı, köle maden işçileri, donanım montajı, yazılım mühendisliği ve çağrı merkezi işleri gibi dijital emeğin somut olgularının kuramsal olarak eleştirel bir biçimde nasıl açıklanabileceğini anlamada yardımcı olacaktır.

Dijital emeğin anlaşılması için, emek ve çalışmanın anlaşılması gerekmektedir. Karl Marx en etkili modern emek kuramını inşa etmiştir. Bu yüzden onun kuramıyla yakından ilgilenmek anlamlıdır. Eğer "Dijital emek nedir?" sorusuna cevap vermek istiyorsak, Marx'ı okumak oldukça yardımcı olacaktır. Bu bölümde, şu ilgili soruları sormamız gerektiği argümanını geliştirdim: Çalışma nedir? Emek nedir? Dijital çalışma nedir? Dijital emek nedir?

2.1 Giriş

Dijital emek tartışmasında yeterince odaklanılmayan bir soru, dijital emeğin en iyi nasıl tanımlanacağıdır. Bu bölüm cevapları bulmak için katkıda bulunmaktadır. Bunu yapmak için de ilgili iki sorunun birbirine bağlanması gerekmektedir: Emek nedir? Çalışma nedir? Eğer bu sorulara cevap verilebilirse, buradan yola çıkılarak dijital emek/çalışma kavramının nasıl tanımlanacağı üzerine düşünülebilir. Bu bölüm, öncelikle Marx'ın "emek" ve "çalışma" terimleri tartışmasına sistematik bir genel bakış sunacak (kısım 2.2) ve daha sonra emek değer kuramını açıklayacak (kısım 2.3) şekilde yapılandırılmıştır. İlk başta, daha sonradan emek ile emek değer kuramı içinde değer üretimini bağlayan daha yapısal bir yaklaşıma bağlanacak olan, fail temelli/öznel yaklaşım ele alınmaktadır. Bu kitap kuramsal bir yaklaşım olarak Marksist ekonomi politiği kullanmaktadır. Bunun anlamı, çalışma ve emek kavramlarının, Marx'ın çalışmalarının sistematik okunmasıyla temellendirildiğidir. Peki, emek ve çalışmanın ne olduğunu daha iyi anlamak için neden bir başka kuram değil de Karl Marx'ın kuramı kullanılmalıdır? Aristoteles, *poiesis* (işlerin doğadan yaratımı) ve *praksis* (öz belirlenimli eylem) arasında bir ayrım yapmıştır. Bu felsefi ayrım, kuşkusuz, Aristoteles zamanındaki antik Yunan toplumunun sınıf yapısını yansıtmaktadır, öyle ki, köle işi (poíesis) Yunan vatandaşların siyasi ve felsefi düşünme gibi atıl eylemlerini etkin [ve olanaklı] kılmaktadır (praksis, kuram). Hristiyan dini felsefesinde, çalışma bir erdem olarak görülmektedir, Paulus'un çalışma ahlakında ifade edildiği gibi: "Çalışmaya gönüllü olmayan yemek yiyemez" (2 Thessalonians 3:10, NIV). Thomas Aquinas bu çalışma ahlakını aktif yaşam [vita activa] yaklaşımında devam ettirmiş, ancak buna bir kutup daha eklemiştir, dini bir unsur olarak tefekkür [vita contemplativa]. Protestan ahlakında aktif yaşam ve tefekkür arasındaki dikatomiye, Martin Luther ve emeğin kendisini dini bir pratik olarak algılayan ve tefekkürü emekten bağımsız daha yüksek bir dini varoluş biçimi olarak kabul etmeyenler tarafından meydan okunmuştur. John Locke, çalışmayı, sanat ve düşüncenin aksine, hoş olmayan bir zorunluluk olarak değerlendirmiş ve yoksulların çalışmaya zorlanmaları gerektiğini savunmuştur. Adam Smith'e göre, emeğin fakirliği ve sermayenin zenginliği birbiriyle bağ-

lantılıdır; bunlar ona göre eski Hristiyan felsefesinin varsaydığı gibi Tanrı vergisi değil, ama gelişim için gerekli bir koşul olan sosyal bir ilişkidir. Hegel, çalışmayı, mevki temelli toplum bağlamında tarif etmiştir, öyle ki köylüler, şehirliler ve sivil hizmetçiler kabul görme hiyerarşisine ve işbölümüne göre yapılandırılmış farklı çalışma biçimlerine sahiplerdir. Kapitalistler ve işçiler arasındaki modern sınıf ilişkilerinin görünmez olduğu bu anlayışa karşılık Hegel, aynı zamanda kapitalist sınıf ilişkilerinin dış hatlarını yansıtan efendi ve köle diyalektiğini de izah etmiştir. Hristiyan felsefesinde, yabancılaştırılmış emek ve sınıf ilişkilerinin varlığı her zaman Tanrı vergisi olarak değerlendirilmiştir. Klasik ekonomi politikte, sıkıntı ve fakirliğin Tanrı vergisi doğasının düşüncesi bırakılmış ve sınıf ilişkileri, toplumsal ilişkiler olarak düşünülmüştür. Bu ilişki, yine de, gelişim için zorunlu olarak değerlendirilmiştir; onun *potansiyel* içererek aşması üretici güçlerin gelişimi tarafından etkinleştirilen *tarihsel* bir potansiyel olarak görülmemiştir. Klasik ekonomi politik, kapitalist üretim biçiminin güncel durumunun ebedi olacağı iddiasını açıklığa kavuşturmayı reddetmiştir. Sonuç olarak, kapitalizmde var olan ve iş bölümü, özel mülkiyet ve sınıf ilişkileriyle karakterize edilen emek biçimini ebedi görmüş ve böylece onu doğallaştırmıştır. Aksine Marx, bu tarz düşüncelere eleştirel yaklaşmıştır. Bu yüzden, onun yaklaşımı ekonomi politiğe sadece bir katkı değil, ekonomi politiğin eleştirisidir. Marx, ekonomi politiği anlamak için can alıcı bir nokta olarak, çalışmanın tarihsel karakterini tarif eden ilk yazardır (Marx 1867c, 131–132). Çalışma ve emeğin ne olduğunu tartışırken Marx, mevcut analizlerin en kapsamlısını sunmaktadır. Ekonomi ansiklopedilerinde ve sözlüklerinde, emek, emek gücü, emek süreci veya emek kuramı gibi maddeler, bu yüzden, ağırlıklı olarak Marx ve Marksist kuram ile ilişkilidir (örneğin karşılık gelen maddeler için bkz. Eatwell, Milgate ve Newman 1987).

2.2 Çalışma ve Emek Üzerine Marx

Marx'ın emek ve çalışma kavramlarını algılayış biçimine göre analiz ettiğimiz çalışmaları üçe ayrılabilir: Genel anlamda toplum (2.2.1), sınıflı toplumlar (2.2.2) ve kapitalizm ve komünizm (2.2.3).

2.1.1 Toplumda Çalışma ve Emek

Marx, çalışmanın antropolojik bir karakterini sunmuştur. Marx ve Engels, *Alman İdeolojisi* isimli eserlerinde (1845/1846, 37) çalışma kavramının doğayı değiştiren ve düzenleyen bilinçli bir üretici faaliyet olduğunu savunurlar, öyle ki insanlar, insani ihtiyaçlarını karşılamak için "geçim araçlarını *üretirler*" ki bu da "maddi yaşamın üretiminin kendisi"dir (a.g.e., 47). "Gerçek emek, doğa materyalinin belirli ihtiyaçları karşılayacak şekilde tahsis edilmesinde bir kullanım değeri yaratılmasını hedefleyen kasıtlı bir faaliyettir" (Marx 1861-1863). İnsanlar, üreten varlıklardır, öyle ki, hem fiziksel kaynaklar hem de fikirler üretirler. "Üretimin ve toplumun örgütlenmesi adına insanlar, sonu olmayan sosyal ve politik ilişkilere dahil olurlar" (Marx ve Engels 1845/1846, 41). *Ekonomi Politiğin Eleştirisine Giriş*'te (a.g.e. 1–23) Marx, ekonominin tüm toplumlarda üretim sürecini, bölüşümü ve tüketimi içerdiğini ve çalışmanın da bu sisteme gömülü olduğunu açıklar. *Kapital 1. Cilt*'te, Marx kapitalizm tartışmasına meta formunun sunumu ile başlar. Meta kavramının iki yönünü, yani kullanım değeri ve mübadele değerini tanımladıktan sonra, kısım 1.1'deki nesnel yapıların analizinden, kısım 1.2'deki öznelliğin analizine (çalışma dünyasına) geçer; "Metalarda biçimlendirilmiş emeğin çift yapılı karakteri". Bu bölümde Marx, çalışmanın hem antropolojik hem de tarihsel karakteri olduğunu savunur: Tüm toplumlarda, çalışma insani ihtiyaçları karşılayan mallar üreten bir faaliyettir. Gerçekte var olan toplumlarda ise, çalışma; köle işi, ev işi, ücretli iş, vb. gibi özgül tarihsel özellikler kazanır. *Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı*'da Marx şöyle söyler: "Doğal faktörlerin bir şekilde ya da başka bir şekilde tahsisine yönelmiş faydalı bir faaliyet olarak emek, insan varoluşunun doğal bir durumu, insan ve doğa arasında, toplumun şeklinden oldukça bağımsız, materyal bir mübadeledir. Öte yandan mübadele değerini yerine getiren emek, emeğin özgül bir toplumsal biçimidir"(-Marx 1859).

Çalışma ve emek kavramlarını tartışırken sormamız gereken temel soru, çalışmanın/emeğin insan toplumunun bir özü mü, yoksa iktisadi tahakkümün bir ifadesi mi olduğudur. Bu amaçla Marx'ın çalışmadan

ve çalışmanın antropolojik ve tarihsel boyutlarını açıkça ifade etmenin öneminden bahsettiği iki alıntıyı karşılaştıralım:

> "Emek, bu durumda, kullanım değerinin yaratıcısı olarak, faydalı emektir, toplumun bütün şekillerinden bağımsız olan insan varoluşunun bir koşuludur; insan ve doğa arasındaki metabolizmaya aracılık eden ve bu sebeple de insan yaşamının kendisinin sonsuz doğal bir gerekliliğidir" (Marx 1867c, 133).[1]

> "Özgürlüğün alanı gerçek anlamda sadece emeğin gereklilik tarafından belirlenmesi ve dışsal menfaatlerin sona ermesi ile başlar; doğası gereği, maddesel üretim alanının ötesinde yer alır" (Marx 1894, 958–959).[2]

İlk alıntıda Marx, çalışmayı tüm toplumların gerekli bir unsuru olarak görmektedir. İkinci alıntı biraz daha muğlak: Bir yandan, komünist bir toplumda yabancılaşmanın varolmayacağı ve dolayısıyla çalışmanın da varolmayacağı anlamına gelmektedir, zira çalışma her daim yabancılaştırmaya yol açmıştır. Öte yandan, yine bu alıntı, çalışmanın yabancılaştırılmış bir biçimi olan emeğin sona ereceğini ve çalışmanın insancıl bir karaktere bürüneceği anlamına da gelebilir. *Alman İdeolojisi*'nde, Marx ve Engels (1845/1846) komünizmin *iş-bölümünü* ortadan kaldıracağını ve "emeğin öz eyleme dönüşümünü" sağlayacağını savunur (97) ve bu şekilde "komünist devrim [...] *emeği* ortadan kaldırır" (60). "Emek" (Almanca aslında *Arbeit*) kelimesinden sonra Marx "hüküm altındaki faaliyetin modern şekli" (a.g.e.) kelimelerinin üstünü çizmiştir, ki bu Marx'ın hangi formülasyonu kullanacağından emin olmadığını göstermektedir: komünizm *Arbeit*'i mi ortadan kaldırır yoksa *Arbeit*'in modern örgütlenme biçimini mi ortadan kaldırır. Dolayısıyla, muhtelif çalışmalardan edinilen bu farklı alıntılar ele alındığında, Marx'ın komünist bir toplumda emeğin/çalışmanın var olacağı yönünde bir düşünceye sahip olup olmadığı açık değildir. Bu durumda sorun, Marx'ın yazım dilinin Almanca olması dolayısıyla daha karmaşık bir hal almaktadır; zira Almanca'da emek ve çalışma sözcüklerine karşılık gelen, tek bir ortak sözcük (*Arbeit*) bulunmaktadır. Her ne kadar iş yaratma eylemi anlamına gelen daha

---

[1] (MEW 23, 192).

[2] (MEW 25, 828).

genel bir anlama sahip *Werktätigkeit* terimi bulunsa da bu nadir kullanılan bir kavramdır. *Arbeit* terimi bazen "çalışma" bazen de "emek" şeklinde çevrilmiştir. Engels, Marx'ın *Kapital*'indeki bir dipnota dikkat çekerek, İngilizce'nin anlamsal bir farklılığı mümkün kıldığını belirtmektedir: "İngilizce, emeğin iki farklı yönü için iki farklı kelimeye sahip olmanın avantajına sahiptir. Kullanım değerleri yaratan ve niteliksel olarak belirlenen emek, 'emek' yerine 'çalışma' olarak adlandırılmıştır; değer yaratan ve sadece niceliksel olarak ölçülen emek de 'çalışma' yerine 'emek' olarak adlandırılmıştır" (Marx 1867c, 138). Ben bu kitapta, dijital emek ile dijital çalışmayı ayırmak için bu ayırt edici özelliği kullanacağım.[3]

Bu terminolojiyi benimsemek karışıklığın önlenmesini sağlamaktadır. *Emek*, üretime ait araç ve sonuçların insanların denetiminde olmadığı, çalışmanın zorunlu olarak yabancılaştırılmış bir biçimidir. Bu, sınıflı toplumlarda örgütlenmenin tarihsel biçimidir. Bunun aksine *çalışma*, tüm toplumların ortak özelliği olarak çok daha genel bir kavramdır. Bu, insanların ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmetleri oluşturacak şekilde doğayı ve toplumu dönüştürme amacıyla teknolojiyi kullandığı bir süreçtir. Bu ayrımı veri olarak alırsak, *Alman İdeolojisi*'ndeki - Marx ve Engels'in komünizmin emeği ortadan kaldıracağını söylediği- alıntının çevirisi uygun görünmektedir, oysa diğer alıntının, komünizmin emeğin örgütlendiği çalışmanın öz eylem çalışmasına dönüşümünü sağlayacağı şeklinde çevrilmesi daha iyi olurdu. *Kapital 3. Cilt*'teki bu paragraf bilhassa muğlâktır (hem Almanca aslında hem de İngilizce çevirisinde) ve bu muğlâklığın en iyi çözümü, cümleyi şu şekilde çevirmektir: Özgürlüğün alanı, gerçek anlamda sadece gereklilik ve dışsal menfaatler tarafından belirlenen çalışmanın bir biçimi olan emeğin sona ermesi ile başlar.

Raymond Williams (1983, 176–179) "emek (labour)" kelimesinin Fransızca'daki *labor* ve Latince'deki *laborem* kelimelerinden geldiğini ve İngilizce'de ilk defa 1300'lerde ortaya çıktığını savunmaktadır. Bu, ağır iş, ızdırap ve dert ile ilişkilendirilmiştir. 18. yüzyılda, emek

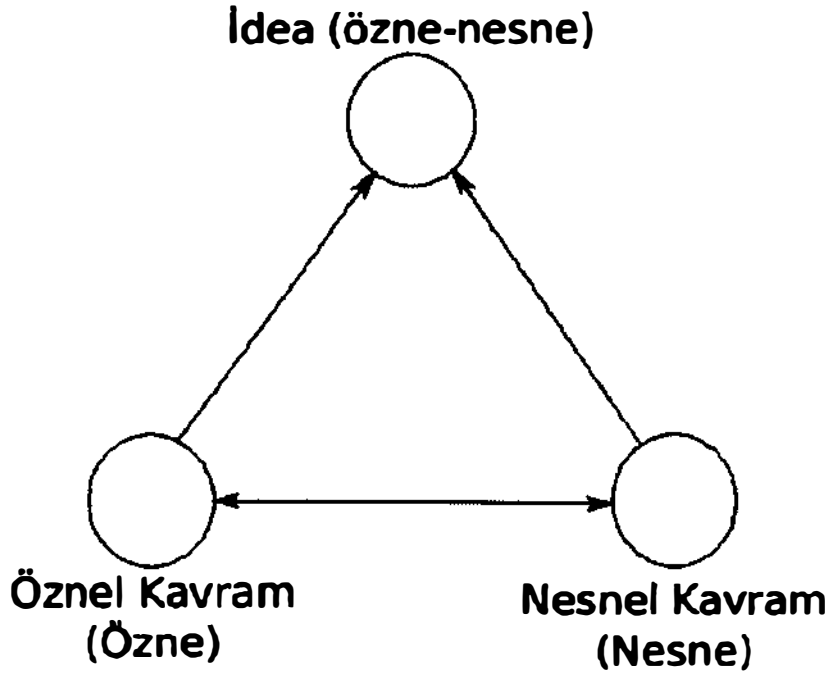
[3] İngilizce metinlerdeki "labour" ve "work" sözcükleri Türkçe'ye çevrim sırasında zorluklara neden oluyor. Biz kitapta "labour" sözcüğü için "emek","work" sözcüğü için ise genellikle "çalışma" sözcüğünü tercih ettik. Kimi durumlarda ise "work","iş" olarak da çevrildi (ç.n.).

kelimesi, sınıf ve sermaye ilişkisine dayalı kapitalist koşullar altında çalışma anlamını kazanmıştır. "Çalışma" [work] terimi, Eski İngilizce'deki *weorc* kelimesinden gelir ve "bir şey yapmak için kullanılan en genel kelime"dir (a.g.e. 334). Öte yandan Williams'a göre (a.g.e, 334-337) kapitalizmde bu terim, "bedeli ödenen çalışma" anlamındaki emekle aynı anlamı kazanmış; ancak buna karşı orijinal geniş anlamını korumaya devam etmiştir. Çalışmanın, tarihsel ve zaruri olmak üzere çift yapılı olan karakterini ayırabilmek için, emek ve çalışma arasında anlamsal bir ayrım yapılması akla yatkın olmaktadır.

Herbert Marcuse (1933, 123) ücretli emek olarak emeğin modern kapitalist tasavvurunun, çalışma kavramının genel anlayışını etkilediğini ve "tasavvurun daralması" ile sonuçlandığını savunmaktadır. Marcuse, bütün toplumlardaki üretken insan faaliyetlerini ifade eden, zaruri ve kurucu nitelikteki bir kategori olan emek (çalışma) ile modern toplumlarda tipik olarak görülen iktisadi bir kavram olan emeği ayırır. Çalışmanın Marcuse'a göre üç boyutu vardır: *Arbeiten* (bir süreç olarak çalışma), *das Gearbeitete* (çalışmanın nesnesi) ve *daszu-Arbeitende* (çalışmanın hedefi). Marcuse, çalışmanın üç önemli karakteristiği olduğunu öne sürer: Süresi, kalıcılığı ve külfeti. Çalışmanın zaruri süresi, onun hiçbir zaman bitmemesi anlamına gelir; çalışma "sürekli iş başında olmak" ve "işin içinde olmak" durumudur (a.g.e. 129). Çalışma kalıcıdır çünkü üretimin sonucu olarak bir nesne "çalışılarak dünyaya getirilmiştir" (a.g.e. 130). Marcuse'a göre çalışmanın bir külfetinin olması zorunlu olarak onun zahmetli olduğu anlamına gelmez, ama bireysel zevkten yoksun olduğu anlamına gelir: çalışmada "insan her zaman öz varlığından alıkonulur ve başka bir şeye doğru itilir: her zaman bir başkası için bir başkasıyladır" (a.g.e.). Marcuse, çalışmanın sadece bir ürünler dünyası yaratmak olmadığını, çalışmanın hayatın ekonomisini düzenlediğini vurgular (a.g.e., 134). Çalışmanın "ilk ve nihai amacı", "süresini ve kalıcılığını 'güvence altına almak' için Dasein'in kendi varlığını meydana getirmektir" (a.g.e., 135). Çalışma, insan yaşamında tatmin sağlayan fiziksel kullanım değerlerinin (yiyecek, barınma, giyim gibi) ve fiziksel olmayan kullanım değerlerinin (sosyal ilişkiler, iletişim, mutluluk gibi) üretimini içerir. *1861–1863'ün İktisadi Elyazmaları*'nda Marx (1861–

1863), emek araçlarının emek materyalini ve emek araçlarını içerdiğini savunmaktadır. Bu formülasyon yine de bir miktar uygunsuzdur çünkü"emek araçları"nı iki kez kullanmaktadır. Marx, *Grundrisse*'de (1857/1858b, 300) emek faaliyetinin, emek materyalinin, emek aracının ve emek ürününün doğaları gereği bağlantılı olan üretimin yönleri olduğunu açıkça belirtir. Emek "içererek aşmayı içererek aşmak"tır (Marx 1857/1858a, 222):[4] emek bir "biçim verme faaliyeti"dir (Marx 1857/1858b, 301) öyle ki, üretim sürecinde kendisini içererek aşar ve maddeyi içererek aşar. Dolayısıyla da yeni bir nesnel biçim (a.g.e.), yeni bir ürün yaratır. Bu da, emeğin, üretici bir tüketim süreci olduğu anlamına gelir: doğal ürünleri ve emek gücünü tüketirken, bu süreçte yeni bir ürün yaratır. "Emek maddesel unsurlarını, nesnelerini ve araçlarını tüketir. Onları tüketir ve bu yüzden de bir tüketim sürecidir. [...] Böylece bireysel tüketimin ürünü, tüketicinin kendisidir; üretici tüketimin sonucu tüketiciden başka bir üründür" (Marx 1867c, 290). Bu sürecin çıktısı üretim değerleridir (Marx 1857/1858b, 301). Bu, burada Marx'ın "kullanım değeri" terimini genel antropolojik anlamda kullandığını göstermektedir. Marx, *Kapital*'de (1867c) emek gücü, emeğin nesnesi ve emeğin araçları arasında üçlü bir ayrım yapar: "Emek sürecinin en basit unsurları (1) bir amaca yönelik faaliyet (2) çalışmanın üzerinde yapıldığı nesne ve (3) söz konusu çalışmanın araçları" (284). Marx'ın üretim süreci tartışması, Hegel'in özne ve nesne diyalektiği kavramı kullanılarak sistematik bir yolla sunulabilir. Hegel (1991) özne ve nesnenin diyalektiğinden bahsetmiştir: üreten bir öznenin varlığı, insan varlığını olanaklı kılan ve onu kısıtlayan (örneğin koşullar) dışsal nesnel bir çevreye dayanır. İnsan faaliyetleri, dış çevreyi (sosyal, kültürel, ekonomik, politik, doğal) dönüştürebilir. Özne ve nesnenin etkileşimi sonucunda, yeni bir gerçeklik yaratılır, Hegel bu etkileşimin sonucunu "özne-nesne" olarak isimlendirir. Şekil 2.1 göstermektedir ki Hegel'in özne, nesne ve özne-nesne anlayışı, diyalektik bir üçgen oluşturmaktadır.

[4] Burada kendi çevirimi koydum çünkü "Aufheben dieses Aufhebens"in İngilizce çevirisi, (Marx 1857/1858a, 222) "bu ertelemenin ertelenmesi" olarak, (Marx 1857/1858b, 301) doğru çevirisinin "içererek aşma" olarak yapıldığı *Aufhebung* teriminin Hegelci diyalektik anlamını karşılamamaktadır.

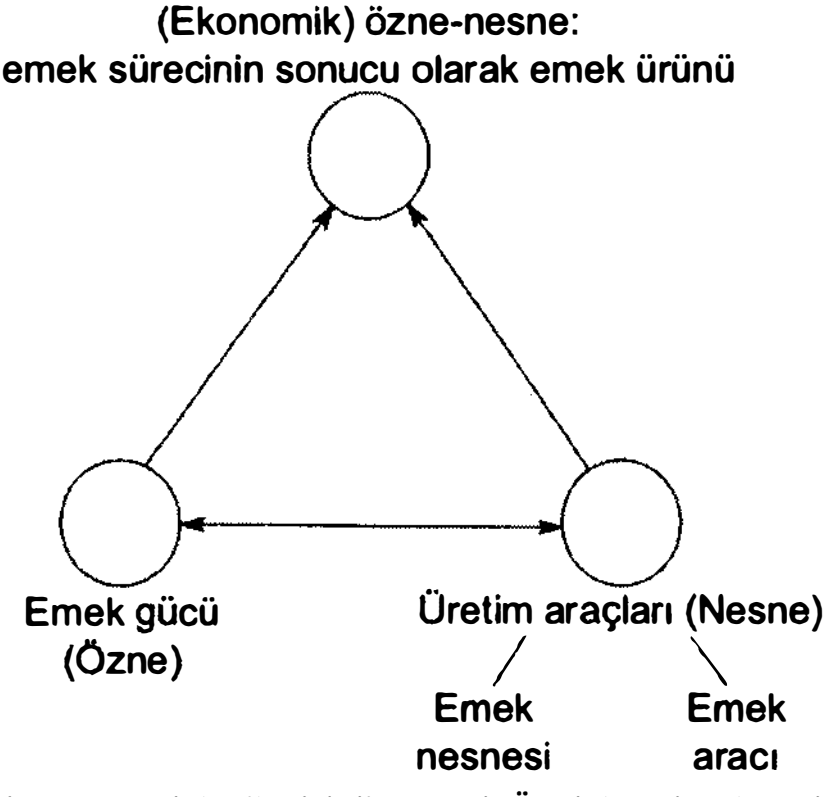


Şekil 2.1 Özne-nesne-özne/nesne'nin diyalektik üçgeni

Hegel (1991) "öznel kavram"ı formel bir görüş olarak niteler (§162): anlama yetisinin sonlu bir belirlenimi, genel bir kavram (§162), "baştan sona somut" (§164). "Özne"yi "momentlerin kendi ayrımlarında belirlenmiş bütünlüğü" olarak tanımlar (§164). Hegel nesnelliği bütünsellik olarak tanımlar (§193), "dışsal nesnellik" (§208), "bir diğerine dışsal olan" (§193), "belirsiz bir çeşitliliğin [çokluğun] içinde, içe doğru göçen genel anlamda nesnel dünya", (§193), "dolaysız varoluş" (§194), "ayrıma karşı özdeşlik" (§194), "ereksel ilişki" (§194), "ereksel etkinlik" (§206) ve "araçlar" (§206). İdea, "Özne-Nesne"dir (§162), mutlak Hakikattir (§162), öznelliğin ve nesnelliğin [eskiden "kendinde" olan şimdi ise "kendi için"] birliğidir (§212), "*Kavram* ve nesnelliğin mutlak birliğidir" (§213), "Özne-Nesne", "ideal ve gerçeğin [düşünsel ve olgusalın], sonlu ve sonsuzun, ruh ve bedenin birliği" olarak anlaşılmaktadır (§214). Hegel aynı zamanda "İdea özsel olarak süreçtir" de demektedir (§215). Marx, Hegel'in özne ve nesne diyalektiğini, ekonomik üretim sürecini açıklamak için, daha somut bir düzeyde, ekonomiye uygulamıştır. İnsan öznesinin amaca yönelik faaliyeti vardır, emek gücü: "Emek gücü veya emek kapasitesi derken, fiziksel formda var olan zihinsel ve fiziksel yeteneklerin, yaşayan benliğin, insan varlığının, ne zaman olursa olsun herhangi türdeki bir kullanım değeri üretirken harekete geçirdiği yeteneklerinin hepsinin toplamından bahsediyoruz" (Marx

1867c, 270). Emek, emek gücünün kullanımıdır: "Emek gücünün kullanımı, emeğin kendisidir. [...] Emek, en başta, insanın kendi eylemleri vasıtasıyla, kendi ile doğa arasındaki metabolizmaya aracılık eden, onu düzenleyen ve kontrol eden bir süreçtir" (a.g.e., 283). Emek gücü bir nesne üzerinde kullanılır, emeğin nesnesi (*Arbeits gegenstand*): Toprak "insan emeği için evrensel materyaldir" (a.g.e., 284) ve "emeğin nesnesi, sadece, emek araçları tarafından zaten bir değişime uğradığı zaman hammadde olarak sayılır" (a.g.e., 284–285). Doğanın emek tarafından dönüşümü için, emeğin araçlarına (teknolojilere) ihtiyaç vardır: "Emeğin aracı bir şeydir, ya da karmaşık şeylerdir, işçinin kendisiyle emeğinin nesnesi arasına koyduğu ve eylemini o nesneye yönelten bir yol gösterici gibi hizmet eden bir şey. İşçi, bazı maddeleri kendi gücünün araçları olarak ve kendi amacı doğrultusunda çalışır hale getirmek için diğer bazı maddelerin mekanik, fiziksel ve kimyasal özelliklerinden faydalanır" (a.g.e., 285). Emek sürecinin sonucu emek ürünüdür: "Emek sürecinde, bu yüzden, emeğin araçları yoluyla insanın eylemi, başlangıçtan beri tasarlanan, emeğin nesnesinde bir değişimi gerçekleştirir. Süreç, ürünün içinde sönümlenmiştir. Sürecin ürünü bir kullanım değeridir, kendi formunda bir değişiklik yoluyla insan ihtiyaçlarına adapte olmuş bir parça doğal materyaldir. Emek, nesnesiyle birleşmiştir. Emek nesnelleşmiş ve nesne işlenmiştir." (a.g.e., 287). "Konusu emek, ve unsurları emeğin araçları tarafından işlenen madde olan bu sürecin 3 momentinin tamamı, yansız bir sonuç olarak, *ürün*'de bir araya gelir" (Marx 1861–1863). *Ekonomik-Felsefi Elyazmaları*'nda Marx, özne ve nesne arasındaki ilişkinin, emeğin yeni bir üründe nesneleşmesiyle sonuçlandığını savunmaktadır: "Emeğin ürünü, bir nesnede katılaşmış olan, madde haline gelmiş emektir: bu, emeğin nesneleşmesidir" (Marx 1844, 71). Marx bütün bu sistemi üretici güçler olarak adlandırır (bkz. "çalışma sürecinin diyalektik üçgeni" olarak adlandırdığım şekil 2.2): insan özneleri, emek sürecinde üretim araçları (nesne) ile etkileşim içinde olan emek gücüne sahiptir. Üretim araçları, emeğin nesnesinden (doğal kaynaklar, hammaddeler) ve emeğin araçlarından (teknoloji) oluşmaktadır. Emek sürecinde insanlar, emek araçlarının yardımıyla emek gücünü kullanarak emek nesnesini (doğayı) dönüştürürler. Sonuç, emeğin

ürünüdür, Hegelci özne-nesnedir veya Marx'ın söylediği gibi, emeğin kendi nesnesine ait hale geldiği bir üründür: emek, üründe nesneleşmiştir ve nesne, insan ihtiyaçlarına hizmet eden kullanım değerine dönüşmenin bir sonucu olmuştur. Önümüzdeki şekil, ekonomideki diyalektik özne-nesne sürecini özetlemektedir. Üretici güçler; öznel üretici güçlerin (insan emek gücünün), doğal üretici güçlerin parçalarını (aynı zamanda nesnel üretici güçlerin de parçasıdır) dönüştürmek için, teknik üretici güçleri (nesnel üretici güçlerin parçası) kullandığı ve böylece emek ürününün ortaya çıktığı bir sistemdir. Üretici güçler sisteminin gelişmesinin bir amacı, emeğin var ettiği zaman birimi başına çıktı (ürün miktarı) olan emek üretkenliğini arttırmaktır. Marx bu yüzden üretici güçlerin gelişimi kavramını (= emek üretkenliğinin arttırılmasını), "[... malın] üretimi için toplumsal olarak gerekli emek zamanı kısaltmanın ve aynı emek miktarıyla daha büyük miktarda kullanım değeri üreten güce vakıf olmanın yolu olarak emek sürecindeki bir değişim" şeklinde ifade etmiştir (Marx 1867c, 431). Üretici güçlerin gelişiminin bir başka amacı, gerekli emek zamanın ve ağır çalışmanın (yorulmanın) azaltılmasıyla insanın öz gelişimini güçlendirmesi olabilmektedir.



Şekil 2.2 Çalışma sürecinin diyalektik üçgeni: Üretici güçler sistemi – diyalektik özne-nesne olarak emek süreci

2.2.2 Kapitalizmde ve Diğer Sınıflı Toplumlarda Emek

Sınıflı toplumlarda çalışma (=emek) öyle bir şekilde örgütlenmiştir ki emek ürünlerine ve artı emeğe (yani, temel insan ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli zamanın ötesine geçen emeğe), artığın üreticilerini sömüren hâkim sınıf tarafından el konulur ve sahiplenilir: "Sermaye, artı emeği icat etmemiştir. Her nerede toplumun bir kısmı, üretim araçlarının tekeline sahipse, özgür olsun ya da olmasın işçi, kendi varlığını sürdürmek için gerekli emek zamanına, üretim araçlarına sahip olanların geçim araçlarını üretmek için fazladan bir emek zaman miktarını eklemek zorundadır; üretim araçlarının tekelini elinde bulunduran kimse, ister Atinalı bir *kalosk'agadoz* [aristokrat], Etrüsk bir teokrat, Romalı bir yurttaş, bir Norman baronu, Amerikalı bir kölesahibi, Eflaklı bir boyar, modern bir toprak sahibi ya da kapitalist olsun, bu hep böyledir" (Marx 1867c, 334–335). Marx (1857/1858b, 238) der ki, sınıflı toplumda "emek, yabancı(laşmış) mülkiyeti yaratacaktır ve mülkiyet, yabancı(laşmış) emeğe hâkim olacaktır".

Marx entelektüel çabasının çoğunu, kapitalizmin ve emeğin onun içindeki rolünün analizine odaklamıştır. *Grundrisse*'nin ilk bölümü, "Para Üzerine", emekle ilgili özgül bir odağa sahip değildir. Terim burada ve orada kullanılmıştır ancak, sistematik bir yolla değil, daha çok, "para" ve "meta" terimleri içerisine dâhil edilerek kullanılmıştır. *Grundrisse*'de emeğin ilk gerçek görünümü ikinci bölümde, "Sermaye Üzerine" bölümünde, "Dolaşımdan gelen, dolaşımın önkoşulu olan, dolaşımda emek aracılığıyla kendisini koruyan ve çoğalan mübadele değeri" adındaki bir kısımdadır (a.g.e., 264–265). Marx burada, sermaye ve emeğin kapitalizmde çelişkili diyalektik bir ilişki, bir sınıf ilişkisi, içinde bulunduğuna açıklık getirmiştir: "Sermayenin karşısında duran emek, yabancı emektir ve emeğin karşısında duran sermaye, yabancı sermayedir" (a.g.e., 266). Sermayenin varlığı, "sermaye olmayanla ilişkisine, sermayenin olumsuzlamasına", yani, emeğin varlığına bağlıdır. Bu yüzden, "gerçek sermaye olmayan, emektir" (a.g.e., 274). Bu sınıf ilişkisinin etkisi, emeğin yoksulluk ve zenginliğin diyalektiğiyle yüz yüze gelmesidir: bu "konu olarak mutlak yoksulluktur" (emek, ürettiği şeye sahip olamaz) ve aynı zamanda "zen-

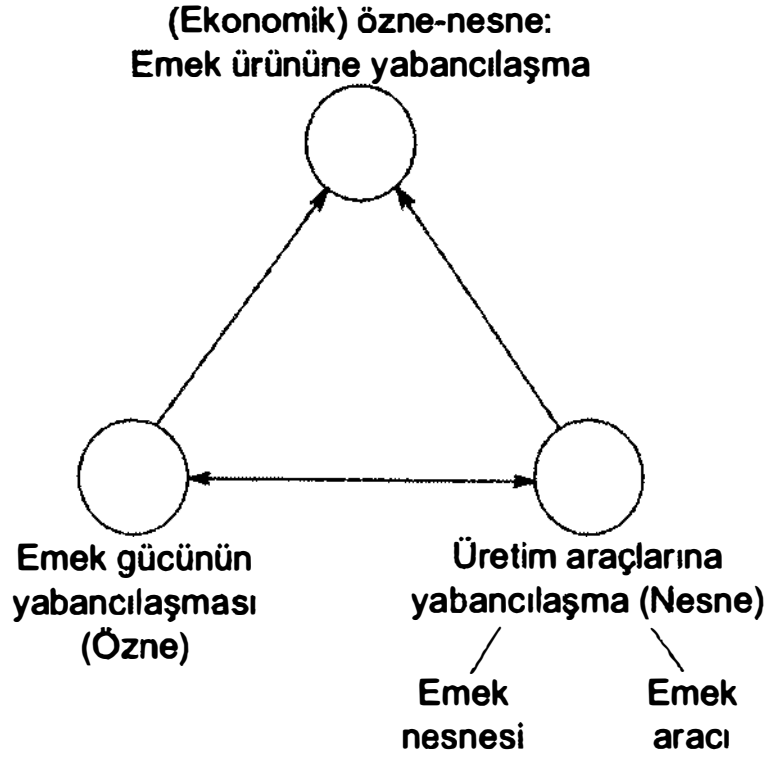
ginliğin genel olarak mümkünlüğü"dür (sermaye değil, sadece emek, zenginliği üretir ve zenginlik için gerekli bir koşuldur) (a.g.e., 296). Emeğin yarattığı zenginlik; sermayenin zenginliğidir ve bu yüzden, emeğin yoksulluğudur. Marx, kapitalizmde işçinin, emek gücünü bir meta olarak kapitaliste sattığını ve böylece günün bir kısmında (gerekli emek zaman) "emek gücünün değerini, yani geçim araçlarının değerini" yaratmak için çalıştığını (Marx 1867c, 324), ve günün diğer kısmında da "kendi için" değil, kapitalist için çalıştığını belirtmektedir. Bu süre boyunca işçi, "artı değer yaratmaktadır" (a.g.e., 325). Marx günün bu kısmını "artı emek zaman ve bu zamanda harcanan emeği artı emek" (a.g.e., 325) şeklinde adlandırmaktadır. Kapitalizmin kendine özgü karakteristiği, emek gücünün bir meta haline gelmesi ve üretim araçlarını ve sonuçlarını sahiplenememesi ve günün belirli bir parçasında ödeme yapılmadan çalışmak zorunda bırakılmasıdır (yani, artı emeği icra etmesidir), böylece emeğin nesneleştiği meta, piyasada satıldığı anda sermaye ve parasal kâra dönüşen artı değer yaratılır. Emek, bu yüzden, pek çok anlamda yabancılaştırılmıştır.

Marx (1844, 69–84) yabancılaşma kavramını detaylı bir şekilde ilk defa "*Ekonomik-Felsefi Elyazmaları*"nın "Yabancılaşmış Emek Üzerine" kısmında kullanmıştır. Orada, yabancılaşmanın dört şeklini tanımlamıştır: (a) üründen yabancılaşma, (b) zorunlu emek formundaki emek sürecinden yabancılaşma (a.g.e., 74), (c) kendinden yabancılaşma -Yabancılaşmış emek böylece şunlara dönüşür: İnsanın türsel varlığı, hem doğası hem de manevi türsel özelliği, kendi için yabancı bir varlığa, bireysel varoluşu için bir araca dönüşür. İnsanı kendi bedenine yabancılaştırır, tıpkı, dışsal doğasına ve manevi özüne, insanlığına yaptığı gibi" (a.g.e., 77–78)- ve (d) diğer insanlardan ve toplumdan yabancılaşma. Bir yandan, *Ekonomik-Felsefi Elyazmaları*'nda yer alan yabancılaşma anlatımı *Grundrisse*'de ve *Kapital*'de olduğu gibi sistematik değildir. Diğer yandan Marx, daha çok, yabancılaşmanın insanlık için antropolojik sonuçlarına odaklanmıştır ve bu yüzden daha önceki çalışmasında türsel varlık ifadesini kullanmıştır. *Ekonomik-Felsefi Elyazmaları*'nda Marx, yabancılaşma kavramının temellerini formüle etmiş ve daha sonra bunu sistematik bir şekilde, yabancılaşmanın ekonomik temellerini daha detaylı ele alarak

genişletmiştir. Althusser'e göre (1969, 249), Marx'ın yabancılaşma kavramı "Erken Çalışmalar"ında "ideolojik bir bağlamda" kullanılmıştır. "Daha sonraki çalışmalarında, her nasılsa, bu terim çok nadir ortaya çıkmıştır" (Althusser 1969, 249). Althusser bir "epistemolojik kopuş"tan bahseder, öyle ki bu kopuş "Marx'ın düşüncelerini önemli iki uzun döneme ayırır: 1845'deki kırılmadan önceki 'ideolojik' dönem ve kırılmadan sonraki 'bilimsel' dönem" (a.g.e., 34). Bu, Althusser'in yabancılaşma kavramını ve *Ekonomik ve Felsefi Elyazmaları* gibi çalışmaları ezoterik olarak gördüğü anlamına gelmektedir. Buna karşılık biz, Marx'ın yabancılaşma kavramından vazgeçmediğini, bunun yerine, bu kavramın ilk kez erken çalışmalarında yaratılan ve başlıca yazılarında da yer alan bir kavram olduğunu göstereceğiz.

Grundrisse'deki bir pasajda Marx, kapitalizmde yabancılaşmanın hangi unsurları olduğuna açıklık getirir: işçi, (a) kendinden yabancılaşır çünkü emek, sermaye tarafından kontrol edilir, (b) emek maddesinden, (c) emeğin nesnesinden ve (d) emeğin ürününden yabancılaşır. "[Emeğin] üzerinde çalıştığı madde yabancı(laşan) maddedir; aynı şekilde araçlar da yabancı(laşan)dır; insanın emeği, kendi özünde salt aksesuar gibi görünür ve bu yüzden kendini, ona ait olmayan şeylerde nesneleştirir. Gerçekten de, canlı emeğin kendisi, canlı emek kapasitesi karşısında yabancı gibi görünür, kendinin olan emeği, kendinin olan hayatının ifadesi, nesneleşen emeğe karşılık olarak sermayeye teslim edildiği için, emeğin ürünün kendisi için. [...] emek kapasitesinin kendi emeği, ona yabancı gibidir -ve doğrultusu vs. bağlamında gerçekten de öyledir- madde ve aracın öyle (yabancı) olduğu gibi. Ürün bu sebeple, yabancı mülkiyet olarak, yabancı olan maddenin, yabancı aracın ve yabancı emeğin bir birleşimi olarak görünür" (Marx 1857/1858b, 462). Yabancılaşmanın bu dört unsuru şekil 2.2'de belirtildiği gibi Hegelci anlamda özne, nesne ve özne-nesneden meydana gelen bir emek süreciyle ilişkilendirilebilir. Yabancılaşma, öznenin kendisinden yabancılaşmasıdır (emek gücü sermaye için kullanılır ve sermaye tarafından kontrol edilir), nesneden yabancılaşmadır (emeğin nesneleri ve araçlarından) ve özne-nesneden yabancılaşmadır (emeğin ürünlerinden). Yabancılaşma süreci şekil 2.3'te betimlenmiştir. Kapitalizmde yabancılaşma, işçilerin kendi emek güçlerini, üretim

araçlarını ve üretimin sonuçlarını kontrol etmediği ve günün bir kısmında, hayatta kalmak için, sermayeye çalışmak zorunda bırakılması anlamına gelmektedir. Yabancılaşmanın dört biçimi, beraberce, emeğin sömürü sistemini teşkil eder: emek gücü, çeşitli biçimlerde yabancılaşması nedeniyle, ödeme yapılmadan, artı değerin ve parasal kârın üretimiyle sonuçlanan çalışmaya zorlanır. Sömürü, özgül üretim ilişkileri -sınıf ilişkileri- içinde yerini alır.



Şekil 2.3 Kapitalizmdeki yabancılaşma süreci

Üretici güçlerin üretimi ve gelişimi soyut bir süreç teşkil etmez. Her ne kadar üretim, tüm toplumların ekonomisi için ortak bir süreç olsa da, gerçekte insanların birbirleriyle belirli toplumsal ilişkiler kurduğu somut tarihsel koşullarda vuku bulabilir. Marx, üretim ilişkilerinden bu bağlamda bahseder. İşbölümüne dayalı toplumlarda üretim ilişkilerinin sınıf ilişkileri haline geldiğini belirtir. Şöyle ki: baskın bir sınıf, baskı altındaki sınıfın emek gücünü sömürür, ki baskı altındaki sınıf belli bir dereceye kadar bedelsiz olarak çalışır, diğerleri için üretim fazlası yaratır ve kendi emeğinin ürünlerine sahip olamaz. Bu sistem, baskın sınıfın üretim araçlarını ve şiddet araçlarını (fiziksel şiddet, devlet ve hukuk, işçileri, karşılığında hayatta kalabilmeleri ve tüketmeleri için ürün veya para elde edebilmeleri amacıyla başkaları için çalışmaları yönünde zorlayan tekdüze ekonomik baskı) özel ola-

rak elinde tutarak baskı altındaki sınıfı sömürülmeye zorlaması durumunda mümkün hale gelmektedir.

Kapitalizmde yabancılaşma, işçiyi "iki kere özgür" yapar, emek gücünü emek piyasasında satmaya ve mülksüzlüğe zorlar: "birbirinden çok farklı iki türdeki metanın sahiplerinin karşı karşıya gelmesi ve birbirleriyle ilişki kurması; bir tarafta diğerlerinin emek gücünü satın alarak tayin ettikleri değerler toplamını değerlendirmeye can atan, paranın, üretim araçlarının, geçim araçlarının sahipleri; diğer tarafta, 'özgür' işçiler, kendi emek güçlerinin ve dolayısıyla emeğin satıcıları. İki anlamda özgür işçiler, kendilerini, ne köleler, serfler vs. durumunda olduğu gibi üretim araçlarının bir parçası olarak meydana getirirler, ne de kendi hesabına çalışan köylü malikler durumunda olduğu gibi üretim araçlarını sahiplenerek. [...] Bu yüzden, sermaye ilişkisi yaratan süreç, işçiyi kendi emeğinin koşullarının sahipliğinden ayıran diğer süreçten başka bir şey olamaz; bu öyle bir süreçtir ki toplumsal geçim araçlarını ve toplumsal üretim araçlarını sermayeye; ve dolaysız üreticileri ücretli emekçilere dönüştüren iki dönüşümü yürütür" (Marx 1867c, 874). Kapitalizmde, kapitalist sınıf üretim araçlarını sahiplenir ve proletarya emeğini sömürme gücünü elinde tutar. Sonuncusu (proletarya emeği), kendi emek gücünü meta olarak kapitaliste satmaya zorlanır. Proletarya, ücret elde etmek için emek gücünü kapitaliste satmadan hayatta kalamaz. Kapitalistler, piyasada satılan ve kâra dönüşerek sermaye birikimini sağlayan karşılığı ödenmemiş artı değer (karşılığı ödenmemiş emek zaman) içeren metaları üretmek için proletaryanın emek gücüne ihtiyaç duyar. Marx, üretimin kapitalist sınıf ilişkisini, "kapitalist birikimin antagonistik karakteri"ni inşa ederek tanımlamaktadır, ki bunun anlamı sınıf ilişkilerinin "burjuva servetini üretmesi, yani burjuva sınıfının servetinin ancak sürekli olarak proletarya servetini imha etmesiyle üretmesi"dir (a.g.e., 799). Proleterler ve kapitalistler diyalektik olarak birbirlerine bağlıdırlar. Proletaryanın göreli "mahrumiyeti" ve sermayenin "bolluğu" "birbiriyle tam olarak eşleşir" (a.g.e., 1062). Proletarya "artı değer üretimi için bir makine"dir, ve kapitalistler "bu artı değerin artı sermayeye dönüşümü için bir makinedir" (a.g.e., 742). Marx'a göre kapitalizm, kapitalistlerin karşılığı ödenmemiş emeği daimi olarak işçilerden çal-

masına dayanır. Bu, Marx'ın kapitalizmi vampir ve kurt adam olarak tanımlamasının nedenidir. "Sermaye, vampir gibi, sadece canlı emeği emerek yaşayan ölü emektir, ve ne kadar çok emeği emerse, o kadar çok yaşar" (a.g.e., 342). Artı değer üretimi "kapitalist üretimin spesifik içeriğini ve amacını şekillendirir" (a.g.e., 411); bu, "kapitalist üretimin differentia specifica'sıdır [özgül ayrılık]", "bu üretim tarzının mutlak yasasıdır" (769), "kapitalist üretim sürecinin itici gücü ve nihai sonucudur" (976). Kapitalizmde emek, sermayenin gücü altında içerilmiştir: "Emeğin bu doğal gücü, sermayenin kendi kendini koruması için sermayenin içine dahil edilmiş bir güç olarak görünür, tıpkı toplumsal emeğin üretici güçlerinin sermayenin içsel özellikleri olarak görünmesi ve tıpkı artı değerin kapitalistlerce sürekli el konulmasının sermayenin sürekli öz değerlenmesi olarak görünmesi gibi. Emeğin bütün güçleri, kendilerini sermayenin gücü olarak yansıtır, tıpkı metanın bütün değer biçimlerinin paranın biçimlerine yaptığı gibi" (a.g.e., 755–756). Marx emeğin sermaye altındaki biçimsel boyunduruğunu da bu bağlamda açıklar, ki bunun anlamı şudur: "emek süreci, değerlenme sürecinin aracı haline gelir" böylece "kapitalist bu sürece, sürecin yöneticisi ve idarecisi olarak müdahale eder" ve "diğerlerinin emeğinin doğrudan sömürüsü" ile birleşir (a.g.e., 1019). Bu biçimsel boyunduruktan yola çıkıldığında, emeğin bir de sermaye altındaki *gerçek* boyunduruğu vardır ki burada buyruk ve zorlama, makinelere ve bilimin uygulanmasına entegre olmuştur (a.g.e., 1023–1015), bu sayede verimlilik artar ve emek, sermaye tarafından dolaylı olarak komuta edilir ve makinelerin sebep olduğu üretimin giderek daha da hızlanmasıyla hızla doğrudan yüz yüze gelir.

Kapitalist üretim ilişkileri dahilinde üretici güçler, sadece insan zenginliği ve kullanım değerleri üretmek için kullanılan araçlar değildir, proletarya emeğinin ve aynı zaman diliminde daha fazla ürün üretilmesi, daha fazla artı değer yaratılması ve daha fazla kâr edilmesi sonuçlarını doğuran, birim zamanda daha fazla emeğin sömürülmesini sağlamak adına bu sömürüyü yoğunlaştırmak için kullanılan araçlardır. Bu yüzden Marx, üretici güçler ve üretim ilişkileri arasındaki kapitalist antagonizmden bahseder. "Kapitalist sistem dahilinde, emeğin toplumsal üretkenliğini arttıran tüm yöntemler, bireysel işçi

pahasına uygulanır, [...] üretimin gelişmesi için kullanılan bütün araçlar, üreticilerin baskılanması ve sömürülmesinin araçları haline gelme yolunda diyalektik bir ters dönüşüme uğrarlar" (a.g.e., 799).

Kapitalizmde ölü emek (sermaye), canlı emeği baskı altına alır: "Nesneleşmiş emeğin yegâne anti tezi, nesneleştirilmemiş, *canlı emek*tir. Bir tanesi uzamda, diğeri ise zamanda bulunur, bir tanesi geçmiş, diğeri şimdiki zamanda bulunur, bir tanesi halihazırda bir kullanım değeri içinde şekillenmiştir, diğeri süreç-içindeki-insan faaliyeti olarak, şimdiki zamanda öz-nesneleştirme sürecinde işin içine girmiştir, bir tanesi değer, diğeri ise değer yaratmaktır" (Marx, 1861-1863).

Kapital 1. Cilt'in 1.2 kısmında Marx, soyut ve somut emek arasındaki ayrımı ortaya koymuştur. Bu ayrım şunu yansıtır: Marx, aynı kitapta hem kapitalizmin eleştirisini hem de bir ekonomi kuramı yazmıştır. Bu iki farklı seviyenin sonucu olarak iki dizi kategori ortaya konulmuştur. Bu kategorilerin ikisi de kapitalizmin bileşenleridir; ancak bunlar bir yandan kapitalizm için özgül olan unsurları, diğer yandan bütün ekonomilerin özünü oluşturan unsurları teşkil ederler ve dolayısıyla kapitalizm içinde ayrıca varolur ve diyalektik olarak kapitalizmin tarihsel gerçekliği ile etkileşime girerler. Bu kategoriler tablo 2.1'de gösterilmiştir ve Marx'a göre kapitalizmin ikili karakterini teşkil eder.

Zaruri Kategoriler	*Tarihsel Kategoriler*
Çalışma	Emek
Kullanım Değeri	Mübadele Değeri
Somut Emek	Soyut Emek
Çalışma Süreci	Değerlenme Süreci
Gerekli Emek	Artı Emek

Tablo 2.1 Kapitalizmin ikili karakterinin Marx tanımı

Marx'a göre somut emek, emeğin (çalışmanın) kullanım değeri üreten boyutudur ve soyut emek değer üretir. "Bu yüzden, bir kere katıksız ve basit emeğe indirgendikten sonra, bir metada içerilen emek, kullanım değerine referansla sadece niteliksel olarak hesaba katılır,

değere referansla ise sadece niceliksel olarak hesaba katılır. İlk durumda mesele emeğin 'nasıl' ve 'ne' olduğudur, ikincisinde emeğin geçici süresinin 'ne kadar' olduğudur. Bir metanın değerinin büyüklüğü, onda içerilen emeğin miktarından başka bir şeyi temsil etmediği için, bunu, tüm metaların belirli miktarları alındığında eşit değerde olmaları izler" (Marx 1867c, 136).

Soyut emek, özel olarak harcanan kullanım değeri üreten çalışmayı mukayese edilebilir kılan emek türüdür. Soyut emek, kapitalist üretim biçiminin belirli bir niteliğini tanımlar. Marx'a göre "Değişik emek türleri arasındaki tam manasıyla eşitliğe, ancak onların eşitsizliğini soyutlarsak, bu türleri, kendi içlerinde ortak olarak bulunan özelliklerine indirgersek ulaşılabilir ki bu özellikler de insanın emek gücünün harcanması ve soyut anlamda insan emeği olmaktadır. (a.g.e., 166). Soyut emek kavramında, somut olandan birçok soyutlama içerilmektedir. Bu soyutlamalar kapitalizmde meta mübadelesinin kurduğu toplumsal ilişkileri yansıtır. Üreticiler, metaları mübadele ederek, faaliyetlerini metanın üretimini içeren çalışmanın genel niteliğinden soyutlarlar. Bu, ortada şunların olduğu anlamına gelir: (a) malların fiziksel özelliklerinin (kullanım değerlerinin) soyutlanması, (b) tekil ürünlerin soyutlanması ile mübadele halindeki metalar arası sosyal ilişkilerin kurulması, (c) basit emek faaliyetlerinin daha karmaşık görevlere soyutlanması ve (d) belirli emek süreçlerinin meydana gelmesi (kötü çalışma koşulları, düşük ücret vb.) durumunda belirli niteliklerden soyutlanması ile metaların ortak özelliklerinin değer kavramıyla ön plana alınması.

Soyut insan emeği değerin özüdür; bu, metaların ortak özelliğidir. Soyut emek, bir metanın değerini yaratır ki bu, (ortalama) emeğin bir metanın üretimi için gerekli belirli bir zaman uzunluğunda çalışmasıdır. "Bir kullanım değeri veya yararlı bir nesne bu yüzden, sadece soyut insan emeği onların içinde nesneleştiği [*vergegenständlicht*] ya da maddeleştiği için değere sahiptir" (a.g.e., 129). Metaların değeri "üretim maliyetleri, başka bir deyişle, üretimleri için gerekli emek zaman tarafından belirlenir" (a.g.e., 137). Değerin büyüklüğü, "nesnede içerilen 'değer türeten özün', yani emeğin miktarı ile ölçülür. Bu

miktar, onun süresiyle ölçülür ve emek zamanın kendisi de saat, gün vb. belirli ölçeklerle ölçülür" (a.g.e., 129). "Emek zaman tarafından belirlenen metaların değeri, sadece onların *ortalama değeri*dir" (Marx 1857/1858b, 137). "*Metaları değerler olarak* ele aldığımızda, onları sırf *gerçekleşmiş*, *sabit*, veya dilerseniz *kristalize olmuş* diyelim, *toplumsal emek* boyutu altında ele almış oluruz" (Marx 1865).

Marx üretken ve üretken olmayan emek arasında bir ayrım yapmıştır: "*Üretken emek*, sadece *sermaye* üretendir. [...] *Emek sadece, kendi karşıtını üreterek üretken olur*" (Marx 1857/1858b, 305). "Yalnızca üretken olan emek kapitalist için artıdeğer üretir, ya da başka bir deyişle, sermayenin öz değerlenmesine katkıda bulunur" (Marx 1867c, 644). Bu bağlamda şöyle bir soru ortaya çıkar: sadece ücretli emek mi üretkendir, yoksa ücretli olmayan emek de üretken olabilir mi? Marx *Grundrisse*'de bir cevap verir. *Grundrisse*'nin "Para Üzerine" bölümünün "Dolaşımda ortaya çıkan, dolaşımın önkoşulu olan, dolaşımda emek aracılığıyla kendisini koruyan ve çoğaltan mübadele değeri" (Marx 1857/1858b, 264ff) kısmında Marx, emek ve sermayenin emeğin kullanım değeri olan emek gücünün para ile mübadele edildiği bir mübadele ilişkisi içerisinde karşı karşıya gelmesini tartışır. Bu sebeple, Marx'ın *Grundrisse*'deki ana odağının *ücretli* emek olduğu açıklık kazanmış olur. Antonio Negri (1979/1988, 165) *Grundrisse* çerçevesinde şunları savunur: "Emek yalnızca değişim ilişkileri ve üretimin kapitalist yapısı üzerinden tanımlanabilir. Marx'ta bulduğumuz tek emek kavramı ücretli emektir". Çalışma bu yüzden, "düzeltilecek, eski haline geri getirilecek, özgürleştirilecek ya da yüceltilecek bir şey değildir; o sadece bir kavram ve lağvedilecek bir gerçeklik olarak var olur" (a.g.e.). Negri çalışma ve emek arasında bir ayrım yapmaz fakat ikisini de zorunlu bir şekilde yabancılaşmış olarak algılar. *Grundrisse*, Negri'nin en çok değer verdiği Marx çalışması olmasına rağmen Negri (1979/1988) aynı zamanda, *Grundrisse*'de Marx'ın dikkatini ücretli emeğe yoğunlaştırdığını fakat bunu daha fazla sorunsallaştırmadığını düşünür. Alman dili prensipte, tıpkı İngilizce gibi, *Werktätigkeit* (işleri gerçekleştirme faaliyeti olarak çalışma) ve *Arbeit* (emek) arasında bir ayrım yapılmasına izin verir.

Ancak Marx'ın *Grundrisse*'de emeği komünal veya ortak emek olarak, kolektif işçi (*Gesamtarbeiter*) olarak gördüğü başka bir formülasyon da bulunmaktadır (Marx 1857/1858b, 470). Bu düşünce, *Kapital 1. Cilt*'te de devam etmiştir ki burada Marx kolektif işçiyi "kolektif emekçi, yani işçilerin bir birleşimi" olarak tanımlar (Marx 1867c, 644) ve ortak işgücünün parçası olursa emeğin üretken olacağını savunur: "Üretken bir şekilde çalışmak için artık işçinin bireysel olarak nesneye dokunma zorunluluğu yoktur, kolektif emekçinin bir organı olmak ve alt fonksiyonlarından birini icra etmek onun için yeterlidir" (a.g.e.). Kolektif işçi bir "toplu *işçidir*" öyle ki "*ortak faaliyeti* maddesel olarak *toplu* bir ürünle sonuçlanır" (a.g.e., 1040). "Toplu emek gücünün bu faaliyeti" "artı değerin dolaysız üretimi, *bunun sermayeye dolaysız dönüşümü*"dür (a.g.e.). Bunun anlamı, kapitalizmde kolektif işçinin, değeri, artı değeri ve sermayeyi yaratan üretken işçi olduğudur. Kolektif işçi kavramı Marx'ın ücretli-işçi-merkezli olmayan bir yorumuna izin verir çünkü ortak işgücü olarak kolektif işçi aynı zamanda karşılığı ödenmemiş fakat sermayenin ihtiyaçlarına doğrudan ya da dolaylı olarak hizmet eden tüm faaliyetleri de içerir. Emek gücü yeniden üretilmek zorundadır: bir başka deyişle, günün belirli bir zaman diliminde işçiye kendisinin emek kapasitesini yeniden yaratmasına ve bunu sürdürmesine yardımcı olan belirli faaliyetler vardır. "Emek gücünün değeri, diğer bütün metalarda olduğu gibi, üretimi için gerekli emek zamanıyla ve netice itibariyle bu özel nesnenin yeniden üretilmesi için gerekli emek zamanıyla belirlenir" (a.g.e., 274). Bu, işçiler ve onların aileleri için, tecrübe, tahsil, eğitim ve buna benzer geçim araçlarını kapsar (Marx 1861-1863). Bunun anlamı, emek gücünü yeniden üreten ve birileri tarafından gerçekleştirilmesi gereken faaliyetlerin olduğudur. Bu bağlamda genellikle karşılığı ödenmemiş bir emek formu olan yeniden üretken emekten söz edilebilir. Ücretli olmayan emek "emeğin yeniden üretimini ve yaşam koşullarını garantiye alır" (Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988, 18). Bu, "yaşamın üretiminde, ya da geçimlik üretimde" harcanan emektir (a.g.e., 70).

2.2.3 Komünizmde Çalışma

Çalışma ve emek arasındaki ayrıma dayanarak, Marx'a göre komünizmin *emek* olmayan bir toplum olduğu, çünkü yabancılaşmanın onun varlığına son verdiği söylenebilir. Marx'ın eserlerinde yabancılaşmış olmayan çalışma koşullarının nasıl olduğuna işaret ettiği pasajlar vardır. Komünizmin temel koşulu üretim araçlarının kolektif olarak sahiplenilmesidir: "Son olarak bir kez olsun, ortak tutulan üretim araçlarıyla çalışan ve tek bir toplumsal işgücü olarak tam bir öz farkındalıkla emek gücünün çok farklı biçimlerini genişleten özgür insanların işbirliğini hayal edelim" (Marx 1867c, 171-172).

Grundrisse'nin "Makineler Üzerine" kısmında (Marx 1857/1858b, 690-712) Marx, kapitalizmin üretici güçlerinin gelişiminin teknolojinin artan rolüyle (sabit değişmeyen sermaye) sonuçlandığını ve böylece tarihsel olarak bilimin ve bilgi işinin ekonomideki ve toplumdaki önemini arttırdığını savunmaktadır. *Grundrisse*'nin bu kısmı, günümüzde enformasyon toplumu olarak adlandırılan oluşumun erken bir öngörüsü olarak okunabilir. Marx aynı zamanda komünist bir toplumda çalışmanın dönüşümüne de işaret eder: Çalışma, "emek zamanın hırsızlığı"na (a.g.e., 705) değil, "bireylerin serbest kalan zamanda sanatsal, bilimsel, vb. gelişimlerine ve tüm bunlar için yaratılan araçlara karşılık gelen, toplumun gerekli emeğinin genel olarak minimuma indirilmesi" ile sağlanan "bireyselliğin özgür gelişimi"ne dayanırdı (a.g.e., 706). Eğer teknoloji, gerekli emek zamanı minimuma indirir ve sınıf ilişkilerini ortadan kaldırırsa, servetin yeni bir kaynağı ortaya çıkar: "Bu durumda servetin ölçümü artık, herhangi bir şekilde, emek zaman olmaz, bunun yerine harcanabilir zaman olur" (a.g.e., 604).

Grundrisse, teknoloji ve bilimin, verimliliği komünizmi sağlayacak seviyeye yükselteceği için önemli oluşunu açıklar. *Alman İdeolojisi*'nde Marx ve Engels yüksek verimliliğin, işbölümünün üstesinden gelmeyi sağlayacağını ve çalışmanın dönüşüme uğrayacağını vurgular, öyle ki çalışma çok yönlü çeşitli faaliyetler haline gelir: "hiç kimsenin tek bir özel faaliyet alanına sahip olmadığı, ama herkesin kendi dilediği branşta başarılı olabildiği komünist bir toplumda, genel üretimi toplum düzenler ve bu benim bugün bir şeyi, yarın da başka bir

şeyi yapabilmemi mümkün kılar, sabah avlanmak, öğlen balık tutmak, akşamüstü sığır beslemek, akşam yemekten sonra eleştiri yapmak; hiç avcı, balıkçı, çoban ya da eleştirmen olmadan, sırf yapmaya niyetlendiğim için" (Marx ve Engels 1845/1846, 53). Bir kere "üretici güçler, bireyin tam teşekküllü gelişimiyle birlikte arttığında ve müşterek servetin bütün kaynakları oluk gibi aktığında" (Marx 1875), "Herkesten yeteneğine göre, herkese ihtiyacına göre!" (a.g.e.) ilkesine dayanan komünist bir toplum kurulabilir.

Grundrisse'de başka bir pasajda Marx, çalışmanın komünizmde genelleştiği fikrini öne sürer ve genel çalışmadan bahseder. Bu, "ürünlerin komünal dünyasına bireyin katılımı"nı (Marx 1857/1858b, 171), "komünal üretim"i (172), "sonucu, bireyin komünal tüketime katılımı olacak olan emek örgütlenmesi"ni içerir (172). Bu, komünist bir toplumda işçilerin üretim sürecini birlikte ve kolektif olarak kontrol ettikleri ve emek ürünlerine ve araçlarına sahip oldukları anlamına gelir. Komünizmde, çalışma genel ve evrenseldir çünkü koşulların mülkiyeti ve kontrolü, araçlar, nesneler ve çalışmanın ürünleri genelleştirilmiştir ki böylece üretimin evrensel kontrolü ve evrensel mülkiyeti vardır. *Alman İdeolojisi*'nde olduğu gibi, Marx "zamanın tasarruf edilmesine dayanan" çok yönlü gelişme kavramını benimser (Marx 1857/1858a, 105; Marx 1857/1858b, 172[5]) öyle ki "Bütün ekonomi", "sonal olarak kendini bu, zamandan tasarrufa indirger" haldedir (Marx 1857/1858a, 173). Komünizm, yüksek verimli teknolojilerin yardımı ile erişilen emek tasarruf eden ekonomiye gerek duyar. Genel emek böyle bir ekonomi bağlamında işler. Ortak mülkiyet ve yüksek verimlilik, çalışmaya, komünist bir toplumda yeni bir özellik kazandırır. Çalışma bundan böyle emek değildir ve bundan böyle yabancılaşmış değildir, emek süreci ve bütün unsurları oldukça müşterek biçimde kontrol edilir (yabancı mülkiyet elimine edilmiştir), kendi kendine belirlenen zaman maksimize edilir, çalışma pek çok ve çeşitli hale gelir ve esasen insan ihtiyaçlarını tatmin eden değil, bunun yerine gereksinimlerinin ötesine geçen insan hazzı olan ve kıtlık olgusunu bilmeyen çeşitli faaliyetlerin bir ifadesi olur. Emek, çalışmaya dönüşür.

[5] "Allseitigkeit Ihrer Entwicklung" burada "gelişiminin çokluğu" olarak çevrilmiştir. Ama, Alman İdeolojisi'ndeki terminolojiyle tutarlı olmak adına, "onun [toplumu'nun] gelişiminin çok yönlülüğü" şeklinde bir çeviriden bahsetmek daha uygun olabilirdi.

Herbert Marcuse (1955) performans ilkesinin Thanatos'un insanlara ve topluma hükmettiği ve yabancılaşmanın insanların içine agresif dürtüler salmasının (baskıcı bayağılaşma) baştan başa şiddet içeren ve agresif bir toplumla sonuçlandığı anlamına geldiğini tartışır. Geç modern toplumda ulaşılan yüksek verimlilikten ötürü tarihsel bir alternatif mümkün olacaktır: baskıcı gerçeklik ilkesinin ortadan kaldırılması, gerekli çalışma zamanının minimuma indirilmesi ve serbest zamanın maksimize edilmesi, toplumun ve bedenin erotikleştirilmesi, toplumun ve insanların Eros tarafından ve şehvet düşkünü toplumsal ilişkilerin ortaya çıkmasıyla şekillendirilmesi. Böyle bir gelişme tarihsel ama kapitalizm ve ataerkillikle bağdaşmayan bir olasılık olacaktır. Komünist bir toplumda, çalışma (ve bir bütün olarak toplum) hoşnut edici ve zevk veren hale gelebilir; emek zevk ilkesine hükmetmez ama zevk ilkesi, çalışmayı, ekonomiyi ve toplumun tümünü şekillendirebilir. Komünist bir toplumda artık hayatın gerekliliklerini çalışma örgütlemez, bundan ziyade, verimlilik o kadar yüksektir ki insanın varlığını sürdürmesi, yaratıcı faaliyetler için maksimum serbest zamanı sağlayan çok az gerekli çalışma tarafından garanti altına alınır. Gereklilik alanı, özgürlük alanına dönüşür: "özgürlük alanı sadece gereklilik ve dışsal menfaatin bitmesiyle emeğin belirlediği alanda gerçekten başlar; bu, onun doğası gereği maddi üretim alanının ötesinde olmasında yatar"[6] (Marx 1894, 958-959). Özgürlük alanı "maddi üretimin ve yeniden üretimin ötesindeki Dasein'in praksisinin özel bir biçimi"dir (Marcuse 1933, 144). Üretimin gerekliliğinden kurtulan emeğin karakteri değişmiştir: "O artık salt Dasein'i gerçekleştirme amacına hizmet etmez; o artık yaşam alanını kurmak ve korumak üzerine değişmez bir çaba değildir. Kendi gibi, rotası da değişmiştir. Emek, artık ilk olarak meydana getirmesi ve koruması gereken bir şeymiş gibi Dasein'in oluşumunu ve yerine getirilmesini amaçlamaz, bunun yerine, "onun gerçekleşmesi olarak Dasein'in şekli ve bütünlüğünden ileri gelir" (Marcuse 1933, 144). Özgürlük alanı, özgürlük ve gerekliliğin "zaruri birliğini ayıran" işbölümünü ortadan kaldırır

[6] "Das Reich der Freiheit beginnt in der Tat erst da, wodas Arbeiten, das durch Not undäu ßere Zweckmä ßigkeit bestimmtist, aufhört; es liegt also der Natur der Sachen achjenseits der Sphäre der eigentlichenmateriellen Produktion" (MEW 25, 828).

(a.g.e., 149). Çalışma ve emek kavramlarına bu genel bakıştan sonra, Marx'ın emek değer kuramına bakabiliriz.

2.3 Marx'ın Emek Değer Kuramı

Kısım 2.3.1, emek değer kuramı tartışmalarına bir giriş noktası, yani bu yaklaşım üzerine yapılan çağdaş Alman tartışmasına genel bir bakış sunmaktadır. 2.3.2 kısmında, değer kavramını kendi kavramsallaştırmamla Marx'ın çalışmalarının Hegelci diyalektik yorumuna dayanarak sundum (2.3.2.1: kullanım değeri ve değer, 2.3.2.2: mübadele değeri, 2.3.2.3: para ve fiyat, 2.3.2.4: emek gücünün değeri ve fiyatı, 2.3.2.5: artı değer).

2.3.1 Marx'ın Emek Değer Kuramı Üzerine Alman Tartışması

Almanca konuşulan dünyada, Marx'ın değer kavramı üzerine yoğun ve çekişmeli tartışmalar olmuştur. Marx'ın değer kavramına giriş olarak bu tartışmayı seçmiş olmamın sebebi sadece tartışmaya dahil olan bilim insanlarının Marx'ın çalışmaları hakkında yoğun bilgi sahibi olmaları değil, aynı zamanda tartışmaya yapılan katkıların çoğunun sadece Alman dilinde mevcut olması ve bu şekilde yapılan bir girişin, söz konusu tartışmayı uluslararası bir dinleyici kitlesine açacak olmasıdır. Alman ekonomi politikçisi Michael Heinrich (2012, 55) "değerin, nesnel biçimini sadece mübadele hareketiyle sağlayacağını" savunur. Kendisi, "Marx'ın Yeni Okumaları" (Neue Marx-Lektüre) olarak bilinen, Almanya'da kurulmuş olup, Marx'ın değer biçim analizlerini *mantıksal* biçimde yorumlayan, *tarihsel* yorumlamaya karşı çıkan ve parasal değer kuramını savunan Hans-Georg Backhaus'un (2011) ve Helmut Reichelt'in çalışmalarını temel alan bir Marksist düşünce okulunun temsilcisidir. Onların başlıca çalışmaları İngilizce'ye tercüme edilmemiştir. Yazarlar Almanca yayınlamayı tercih etmişlerdir, bu nedenle bu söylem karakter olarak çok Almansal kalmıştır. Bu *Deutsch tümelei* (Alman milliyetçiliği) aynı zamanda bu yazarların, geniş çapta okunan -1872'de Marx'ın ikinci Almanca baskısını ve Engels'in üçüncü ve dördüncü baskılarını temel alan- *Kapital 1.Cilt*'in (Marx 1867a, c) diyalektik olmadığını ve ilk Almanca baskının itibarının gerisinde kaldığını ve değer formu analizlerinin popülerleştirilmiş ve

yanlış bir sürümünü içerdiğini düşünmeleriyle alakalıdır. Bu yüzden, onlar Marx'ın ekonomik politik eleştirisi konusundaki çalışmalarının, *Kapital*'in ilk Almanca baskısı (Marx 1867b), *Grundrisse* ve Marx'ın 1858'de, *Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı*'yı oluştururken yazmış olduğu ve Urtext (orijinal metin) (1858) olarak bilinen bir parça ile sınırlandırılması gerektiğini düşünürler. Backhaus ve Reichelt, Heinrich'in ele alıp, genişlettiği, gelişmiş bir parasal değer kuramına sahiptir: "Marx'ın değer kuramı daha ziyade değerin parasal kuramıdır: değer biçimi olmadan metalar, değer olarak birbirleri ile ilişkilendirilemezler ve yeterli bir değer biçimi ancak parasal biçimle var olur. Değerin varlığını bireysel nesneler bünyesinde kurmaya çalışan 'Tözcü' yaklaşımlar, parasal değer kuramı öncesi yaklaşımlardır. [...] Değerin, halihazırda, tamamen 'toplumsal olarak gerekli emek zaman' tarafından belirlendiğini belirten olağan 'Marksist' değer kuramı da ayrıca bir parasal değer kuramı öncesi kuramlardandır" (Heinrich 2012, 63–64). Heinrich'in (1999) başlıca kitabı *Die Wissenschaftvom Wert* (Değer bilimi)'dir. İlk kez 1991 yılında basılmıştır ve 1999 yılındaki ikinci baskısı (şaşırtıcı olmayan bir şekilde) Almanca yazılmıştır. Heinrich, Marx'ın emek değer kuramının "emek miktarlarının niceliksel kuramı" olarak yorumlanmasının, Marx'ı"sosyalist bir Ricardocu" seviyesine indirgediğini savunmaktadır (Heinrich 1999, 208; Almanca'dan çeviri). Heinrich'in temel noktasına göre değer, bireysel metada değil sadece mübadelede var olur ve dolayısıyla para biçiminden bağımsızdır. Emek ürünlerinin "değerinin nesnel biçimi sadece mübadeledeki değerin *genel* nesnelliği olarak var olur ve *metaların* her yönlü mübadelesi (izole edilmiş ürünlerin mübadelesinin aksine) sadece metaların *para*ya referansı olarak var olur" (a.g.e., 250, Almanca'dan çeviri[7]). Metalar, mübadele edilmeden önce herhangi bir değere sahip olmayacaktır (a.g.e., 216). Para, halihazırda ölçülmüş bir değer miktarının özünde var olan büyüklükteki bir değerin basitçe formel bir çevirisi değildir. Bu, daha ziyade gereklidir ve her şeyin ötesinde meta değerin *yegâne* görünüm biçimidir, değerin, mübadeleden bağımsız herhangi

[7] "Ihre Wertgegenständlichkeit existiert nur als *gemeinsame* Wertgegenständlichkeit im Austausch, und der allseitige Austausch von Waren (im Unterschied zum Tausch vereinzelter Produkte) existiert nur als Bezug der Waren auf *Geld*".

bir görünüş biçimi olamaz (a.g.e., 252, Almanca'dan çeviri[8]). Heinrich (1999, 280) kendi yaklaşımıyla fiyatların değerlerle ilgisinin nasıl kurulduğunu içeren dönüşüm probleminin olmadığını savunur.

Ayrıca Slavoj Žižek, Heinrich'inkine benzer bir değer bir kavramı türetmiştir. Žižek, soyut emeğin "diğer metalarla ilişkilerinden bağımsız olarak bir metanın önemli bir özelliği olduğunu değil, kendini sadece mübadelede meydana getiren bir değer ilişkisi" olduğunu savunur (Žižek, 2010b, 213). Değer, özü olarak değil, sadece "mübadelede görünüm" olarak var olur (a.g.e., 214).

Heinrich (1999) bu mübadele değeri -ve para değeri- kavramının, toplumsal bir ilişki olarak değerin doğru bir kavramsallaştırılması olduğunu savunur. "Özel emek kendini sadece mübadelede toplumsal emeğe dönüştürür, değer yaratan emek haline gelir. Fakat bu daha sonra, yukarıda belirtildiği gibi, metaların değeri ve değerin büyüklüğünü sadece mübadele içinde elde etmesini de" izler (a.g.e., 232, Almanca'dan çeviri[9]). *Kapital 1. Cilt*'in ilk Almanca baskısında para, değer biçimi analizlerinin bir parçası değildir; Marx değer biçimi analizlerinin bir parçası olarak parayı ikinci Almanca baskıda sunar. Heinrich (1999, 228) bunun "indirgenmiş diyalektik" ile sonuçlandığı konusunda Gerhard Göhler (1980)'le aynı fikirdedir. Backhaus ve Reichelt (1995), Heinrich'in (1999) *Değer Bilimi* üzerine, Heinrich'in değer ve fiyatın mantıksal ayrımını ve geçici kimliğini varsaydığını söyledikleri (Backhaus ve Reichelt 1995, 68) ve geniş çapta okunan *Kapital 1. Cilt*'in, popülerleştirilmiş ve indirgenmiş bir değer biçimi analizi içerdiği düşüncelerini tekrarladıkları bir tartışma kaleme almışlardır.

Kapital'in ilk baskısında Heinrich, Reichelt, Backhaus ve onların takipçilerinin ön plana aldıkları Marx'ın (1867b, 15-44) orijinal değer

---

[8] "[...] ist Geld als Wertmaß nicht einfach eine formale Übersetzung eines immanenten Wertmaßes, welches die Wertgröße bereits gemessen hat. Es ist vielmehr die notwendige und vor allem *einzig mögliche* Erscheinungsform des Warenwerts, eine vom Tausch unabhängige Erscheinungsform des Werts kann es nicht geben".

[9] "Erst innerhalb des Austausches verwandelt sich die Privatarbeit wirklich in gesellschaftliche Arbeit, wird sie zu wertbildender Arbeit. Dann folgt aber auch, wovon bereitsoben die Rede war, daß den Waren erst *innerhalb* des Austausches Wert und Wertgröße zukommt".

biçimi analizlerinde değerin dört biçimi vardır:

1. Değerin basit biçimi: x meta A = y meta B
2. Değerin genişletilmiş biçimi: z meta A = u meta B = v meta C w = meta D = x meta E = y meta F = vb.
3. Değerinin ters çevrilmiş veya dönüşlü biçimi: u metaB = z metaA, v meta C = z meta A, meta D = z meta A, x meta E = z meta A, y meta F = z meta A w, vb.
4. Değerin genel eşdeğer biçimi:

z meta A = u meta B = v meta C = w meta D = x meta E = y meta F = vb.

u meta B = z meta A = v meta C = w meta D = x meta E = y meta F = vb

v meta C = z meta A = u meta B = w meta D = x meta E = y meta F = vb.

w meta D = z meta A = u meta B = v meta C = x meta E = y meta F = vb

x meta E = z meta A = u meta B = v meta C = w meta D = y meta F = vb

y meta F = z meta A = u meta B = v meta C = w meta D = x meta E = vb

Kapital'in ikinci baskısıyla başlayıp (Marx 1872) onu takip eden baskılarda, değer biçimi analizlerinin ilk sürümü aşağıdakiyle değiştirilmiştir (Marx 1867a, 62–85; Marx 1867c, 138–163; Marx 1872, 81–113):

A. Basit/yalıtılmış/arızi değer biçimi:

x meta A = y meta B

B. Toplam/genişletilmiş değer biçimi:

z meta A = u meta B = v meta C = w meta D = x meta E = vb.

C. Genel değer biçimi:

u meta B = z meta A, v meta C = z meta A,

w meta D = z meta A, x meta E = z meta A, vb.

D. Para biçimi:

bir ons altın = z meta A, bir ons altın = u meta B,

bir ons altın = v meta C, bir ons altın = w meta D,

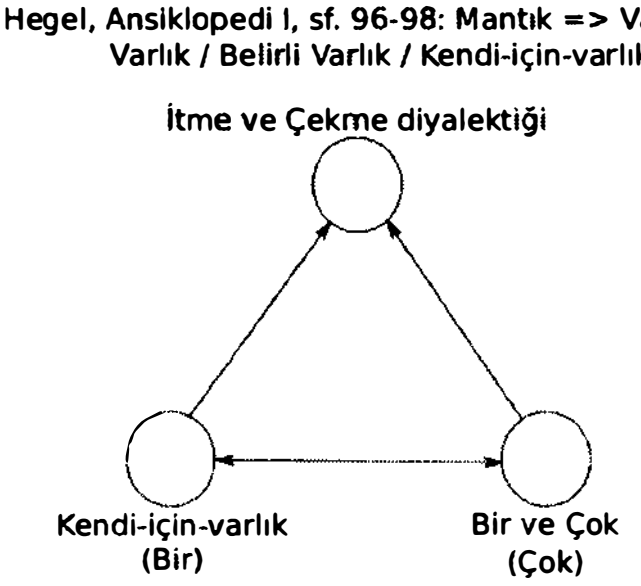
bir ons altın = x meta E, vb.

Dieter Wolf (2008, 94), *Kapital 1. Cilt*'in ilk ve ikinci baskısında bulunan değer biçimi sunumları arasında bir kırılma olduğu üzerine Heinrich'in tezinin yanlış olduğunu çünkü genel eşdeğer biçimin para biçimiyle neredeyse aynı olduğunu (her ne kadar para biçimi genel eşdeğer biçimin tekelleşmiş biçimi olduğu için farklı olsa da, a.g.e., 98) ve Marx'ın ilk baskıda değer biçimi analizlerinde genel biçime zaten yer verdiğini savunmaktadır. Bu sava, orijinal Almanca baskının değer biçiminin çelişkili bir sunumunu içerdiği de eklenebilir çünkü Marx, dördüncü değer biçimi olarak para biçimini sunduğu "Die Werthform" (Değer biçimi; Marx 1867b, 764–784) adında bir ek ilave etmiştir (I. Basit değer biçimi, II. Genişletilmiş değer biçimi, III. Değerin genel biçimi, IV. Para biçimi), ki bu Marx'ın daha sonra ek'ten ikinci baskıdaki 1.1 bölümüne taşımayı tercih ettiği halihazırdaki sunum şeklidir.

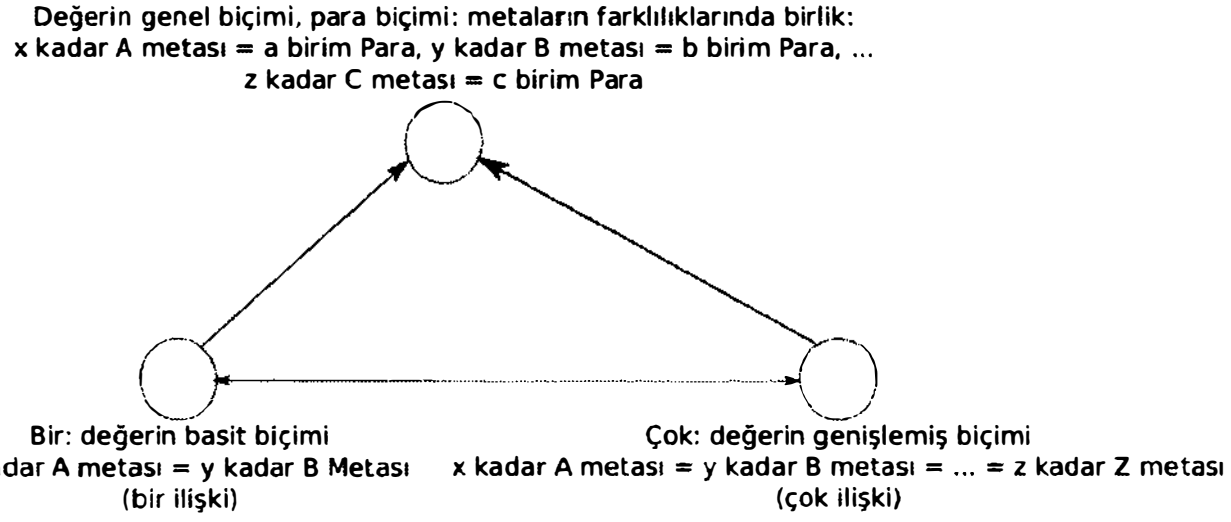
Dieter Wolf (2004, 46), Reichelt ve Backhaus'un *Grundrisse* ve Urtex'ten Marx'ın daha sonra *Kapital*'de belirli statüdeki bilgiden geri kaldığını iddia etmelerine dayanan sadece belirli pasajları seçtiklerini savunmaktadır. İki çalışmanın da eksikliklerini görmezden gelmişler ve böylece kendini *Kapital*'in dogmatik olmayan eleştirisi olarak sunan yeni bir dogmatizm oluşturmuşlardır.

Marx'ın değer biçimi analizi, Hegel'in Bir ve Çok diyalektiği ve Çekme ve İtme diyalektiğinin yardımıyla yorumlanabilir (bkz. şekil2.4 ve 2.5). İtme, "Bir'i kendisinden ayırmak, Bir'i itmek" anlamına gelir, bu "pek çok birin koyutlanmasıdır" (Hegel 1830, §97). "Bir; kendisiyle aşırı bir uyuşmazlık, bir öz itme ortaya çıkarır: ve onu bariz bir şekilde var eden şey, Çok'tur" (a.g.e.). Ama itme çekmeye dönüşür: "Bir, halihazırda belirtildiği gibi, sadece kendinden dışlayan ve kendini açıkça Çok olarak koyandır. Öte yandan Çok'un her birisi esasında Bir'i teşkil eder ve bu yöndeki davranışı doğrultusunda, bu her yöndeki itme tam olarak zıttına -Çekim- dönüşmekten bir kalp atışı uzaklıktadır" (a.g.e.) "Ancak Çok da Bir gibi birbirinin aynıdır: her biri Bir'dir veya Çok'un içindeki biri bile sonuç olarak diğerleriyle bir ve aynıdır. Veya, İtme kendinde irdelenecek olursa, İtme'nin, birçok Bir'in birbirine özsel olarak bağıntılı olduğu kadar birçok Bir'in bir

diğerine olumsuz bir tutumu olduğunu da görürüz ve Bir'in İtme eyleminde ilişkili olduğu şeyler Birler olduğundan Bir, bu birler içinde kendisiyle ilişki içine atılır. İtme, bu yüzden, Çekme olarak adlandırılmada eşit bir hakka sahiptir; ve dışlayan Bir, veya kendi-için-varlık, kendisini sindiren" (a.g.e., §98).



Şekil 2.4 Bir ve Çok diyalektiği, İtme ve Çekme



Şekil 2.5 Bir ve Çok'un diyalektiği olarak değer biçimlerinin diyalektiği

Marx değer biçimi analizlerinde metaların birbirlerini çektiklerini ve ittiklerini gösterir. Birbirlerini iterler çünkü farklı doğal biçimlerine, farklı niteliklere ve farklı kullanım değerlerine sahiplerdir. Onlar, pekçok, farklı metalardır. Fakat soyut emek, onları üretim sürecinde eşitler ve para (veya başka genel bir eşdeğeri), onları mübadele sürecinde eşitler: Hepsi insan emek nicemi içerir ve bu yüzden onlar, mübadele sürecinde eşit insan emeğinin sunumu olarak tayin edilen değerin nesneleştirilmesidir. Nitel farklı metalar, mübadele sürecinde

genel bir eşdeğer yoluyla birbirlerini iter ve çekerler. Değerin genel biçimi, meta çeşitliliğinde bir birlik inşa eder. Marx bunu, "ortak mal"lar ve bu yüzden de genel tipik özellik olan değer biçimi olarak tarif eder (Marx 1867c, 157).

Wolfgang Fritz Haug (2003b, 2007) "Kapital'in Yeni Okuması" varsayımının -emek hareketinin Marx'ın düşüncesine olan etkisinden dolayı değer biçimi analizleri sunumunu "popülerleştirdiği" ve bundan kaynaklanan bilimsel olmayan bir analiz olduğu varsayımının- politik praksisten uzak ve fiili gerçeklikte hiçbir temeli olmayan ve Marx'ın (1867c, 105) kendisinin *Kapital*'in sonraki versiyonlarında "bilimsel değer" taşıyan epistemolojik süreç olarak tanımladığı bir Marx yorumuna yol açtığını tartışmaktadır. Haug'a göre Heinrich, Backhaus, Reichelt ve takipçilerinin problemi, onların "meta özelliklerinin satış anında kendiliğinden türediğini" varsaymaları (Haug 2007, 562, Almanca'dan çeviri[10]) ve tarih dışı bir şekilde "Marx'ın paranın değer biçimi-analitik kuramının para-kuramsal ('parasal') değer kuramına çevrilmesi"dir (a.g.e., 563, Almanca'dan çeviri[11]).

Heinrich'in değerin mübadele-ve para- kuramı dolaşıma yöneliktir ve değer kavramı merkezini üretim alanından kaydırır. Bu, kapitalistlerin piyasa problemleri yüzünden metaları satamayabilecekleri ve bu yüzden kâr elde edemeyebilecekleri ama buna karşın üretim sürecinde, çalışanlarının emeğini sömürdükleri gerçeğini açıklamaz. Heinrich'in (1999, 232) metaların "sadece mübadele *içinde* değer ve değer büyüklüğü kazandıkları" formülasyonunu, parayla başarılı bir şekilde mübadele edilemeyen (satılmayan) bir metanın değeri olmadığını, bu yüzden artı değerinin de olmadığını ve bu mantığa göre metayı üreten işçilerin sömürülmediğini ima etmesi izler. Mantıksal sonuca göre Heinrich, çalışmanın sömürüldüğünü yalnızca (a) karşılığı ödendiyse ve (b) üretilen mallar başarıyla piyasada satıldıysa dikkate almaktadır. Buna karşılık şunu farz etmek de makuldür. Eğer insanlar, sermaye birikimi ve kâr kazancı için satılacak olan bir metanın üretimine kat-

[10] "Es ist als fände eine Urzeugung der Warencharaktere im Moment des Verkaufs statt".

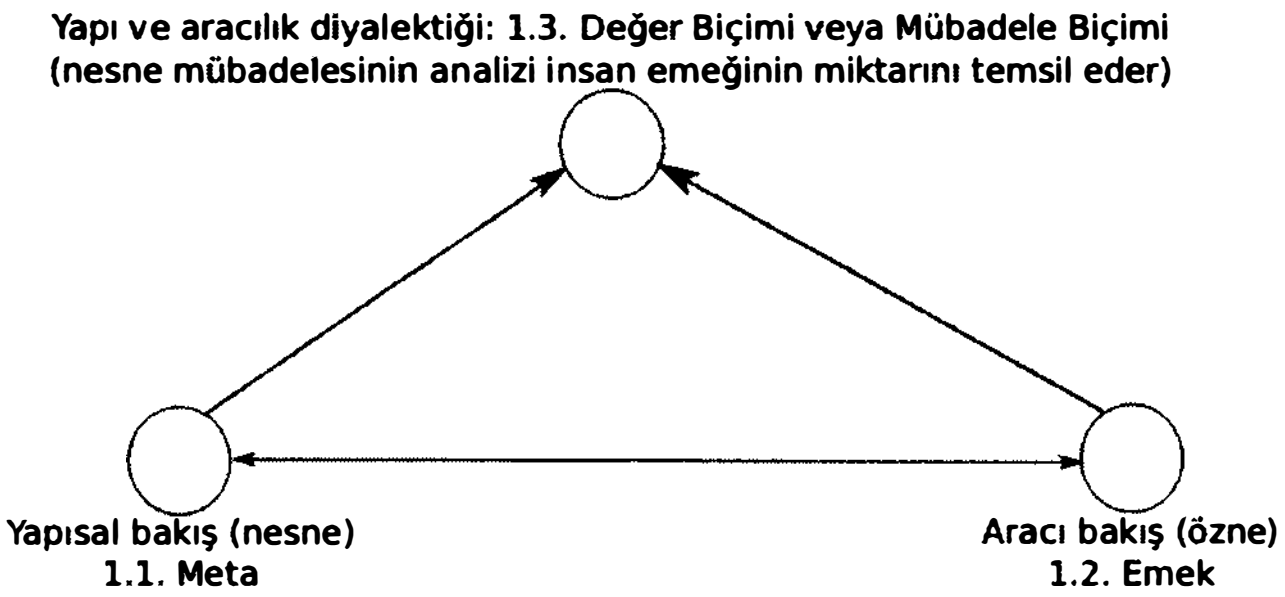
[11] "Die wertformanalytische Geldtheorie von Marx wird in eine geldtheoretische ('monetäre') Werttheorie verkehrt; dem dialektischen Totalitätsdenken wird die Geschichte ausgetrieben".

kıda bulunurlarsa değer yaratmış olurlar ve eğer ödemeleri, piyasada üretilmiş bulunan metalara ortalama olarak erişilmeyi sağlayan fiyatın altındaysa sömürülürler. Bu, malların gerçekten satıldığı ön koşuluna dayanmaz, onların sermaye birikimi için satılma maksadıyla üretildiğine dayanır. Değer üretim sürecinde yaratılır. Meta satıldığında, dolaşım sürecinde değer, biçimini meta formundan para formuna değiştirir. Gerçekleşme problemleri olabilir (mesela ücret düşüşü sonucu daha az talep, aynı sektörde bir firmanın metalarını diğer firmalardan daha ucuza satmasına izin veren farklı üretim koşulları vb.), yani değerin meta formundan para formuna değişeceğinin hiçbir zaman garantisi yoktur. Heinrich kapitalizmin dinamik ve kriz eğilimli özelliğini görmezden gelir ve emek ve sınıf ilişkilerinin sömürüsünde üretim sürecinin rolünü ciddiye almaz. Robert Kurz (2012) Heinrich'in yaklaşımının bugüne kadar en kapsamlı eleştirisini yapmıştır. Kurz; Heinrich ve Kapital'in Yeni Okuması yaklaşımının, değerin üretimde oluşturulmuş bir öz olduğunu reddederek, hem neo-klasik ekonomistlerle hem de postmodern düşünceyle bağdaşan "dolaşım ideolojisi ve mübadele ideolojisi" (a.g.e., 9) yaklaşımı geliştirdiğini savunur (155–156, 171, 185). Onun yaklaşımının bir sonucu olarak, Heinrich kapitalizmin krizleri otomatik olarak yeniden üretme kapasitesini farz edecek (Kurz 2012, 13, 15. bölümler) ve "sermayenin otomatik çamaşır makinesi" olduğunu kabul edecektir (a.g.e., 306).

Bu tartışmaya dayanarak, Marx'ın emek değer kuramı hakkında, bir ileriadımda medya alanına bağlanacak, kendi düşüncelerimi sunmak istiyorum.

2.3.2 Marx'ın Emek Değer Kuramının Yeniden İnşası

Dieter Wolf (2008, 70) Marx'ın *Kapital 1. Cilt*, 1.1. bölümünde insani pratiklerden soyutladığı meta yapılarına odaklandığını ve 1.2. bölümünde meta yapıları düzeyine aracılık eden nesnel üretim sürecini sunduğunu savunur. 1. bölümün diyalektik bir yapıyı (bkz. şekil2.6) izlediği söylenebilir: İlk önce nesnel bir bakış ele alınır (meta), daha sonra, ileride öznelerin nesnel öznelliği (insan emeği) temsil eden nesneleri nasıl değiştireceklerini gösteren değer biçimi analizleriyle birleşecek olan öznel yaklaşım (emek) ele alınır.



Şekil 2.6 Marx'ın *Kapital 1. Cilt*'inin 1. bölümündeki yapı ve fail diyalektiği

2.3.2.1 Kullanım Değeri ve Değer

Marx, *Kapital 1. Cilt*'in 1.1 bölümünde (Marx 1867c, 125–131) bir metanın -kapitalizmin "en basit formu"nun (a.g.e., 125)- iki unsura sahip olduğunu savunmuştur: kullanım değeri ve değer. "Bir şeyin yararlı oluşu, onu bir kullanım değeri yapar" (a.g.e., 126).

Soyut insan emeği değerin özüdür; bu, metaların ortak bir özelliğidir. Bir metanın değeri, onu üretmek için gerekli ortalama emek zamanıdır. Emek zaman, değerin ölçüsüdür. Değer, hem bir öze hem de bir büyüklüğe sahiptir ve bu özellikleri içinde insan emeğine ve emek zamana bağlıdır. *Değerin özü*: Değer tüm metalar için "ortak olan bir toplumsal sistemdir", mübadele ilişkisi içerisinde "ortak unsurdur" (a.g.e., 128). "Bu yüzden, bir kullanım değeri veya yararlı bir makale, yalnızca soyut insan emeği onun içinde nesneleştiği [*vergegenständlicht*] veya maddileştiği için değere sahiptir" (a.g.e., 129). Metaların değerleri "üretim maliyetleri tarafından, bir başka deyişle, onları üretmek için gerekli emek zamanla belirlenir" (a.g.e., 137). *Değerin ölçüsü ya da büyüklüğü*: Değerin büyüklüğü "'değer oluşturucu öz', makalede içerilen emek, tarafından ölçülür. Bu miktar, süresiyle ölçülür ve emek zaman, bu sürenin saatler, günlerin, vb. belirli bir ölçeğiyle ölçülmesidir" (a.g.e., 129). Kesin konuşmak gerekirse, toplumsal olarak gerekli emek, değerin özüdür: "Toplumsal olarak gerekli emek zaman, belirli bir toplum için normal üretim koşulları altında ve o toplumda hüküm süren ortalama düzeyde vasıflı ve yoğunluklu emekle herhangi bir

kullanım değeri üretmek için gerekli emek zamandır. [...] Herhangi bir makalenin değer büyüklüğünü özellikle belirleyen şey, bu yüzden, toplumsal olarak gerekli emek miktarıdır, veya onun üretimi için toplumsal olarak gerekli emek zamandır" (a.g.e.). "Metaların emek zaman ile belirlenen değeri, onların sadece *ortalama değeri*dir" (Marx 1857/1858b, 137). "*Metaları değerler olarak* ele aldığımızda, onları sırf *gerçekleşmiş*, *sabit*, veya dilerseniz *kristalize* olmuş diyelim, *toplumsal emek* boyutu altında ele almış oluruz" (Marx 1865). Toplumsal olarak gerekli emek, ortalama bir meta değeri belirler ki "bu, bir yandan belirli bir alanda üretilen metaların ortalama değeri olarak görüntülenir" (Marx 1894, 279). Her meta özgün bir değere (üretim zamanına) sahiptir. Bununla birlikte, piyasada ve sektörde hesaba katılan şey, ortalama üretim zamanıdır. Tek sektörlü bir piyasada, benzer metaların üretimi için gereken ortalama emek zamanları, birbirleriyle rekabet eder. Toplumsal olarak gerekli emek zaman, tüm ekonomide ortalama vasfa ve ortalama üretkenlik düzeyine dayanan bir meta üretimi için gerekli ortalama emek zamanıdır. Tekil bir sermayenin kendine özgü bir üretkenliği; sahip olduğu işgücünün kendine özgü bir vasıf düzeyi vardır vs. Yani üretilen bir metanın ortalama değeri, metanın tüm sektördeki üretimi için toplumsal olarak gerekli emekten sapabilir. Değer yasası, üretim hızıyla ve üretkenlik seviyesiyle ilgilidir: Bir meta oluşturmak için sahip olunan üretkenlik ne kadar yüksekse, değer o kadar düşüktür: "Genel olarak, emeğin üretkenliği ne kadar büyükse, bir makalenin üretimi için gerekli emek zaman o kadar az, bu makalede kristalize olan emek büyüklüğü o kadar küçük, ve değeri de o kadar az olur. Tersine, emeğin üretkenliği ne kadar azsa, bir makale üretmek için gerekli emek zaman ve onun değeri o kadar çok olur. Bu yüzden bir metanın değeri, meta içinde gerçekleşen emeğin miktarıyla aynı yönde, üretkenliğin miktarıyla ters yönde değişir" (Marx 1867c, 131). Değer, bir metanın özüdür. Başka bir şekilde ifade edilirse, aynı zamanda soyut emeğin de değerin özü olduğu söylenebilir (Cleaver 2000, 111). Mübadele değeri, değerin görünüş biçimidir (Wolf 2002, 157; Cleaver 2000, 111). "Diğer bir deyişle, sermaye için çalışmanın bir anlamının olması ve toplumsal bir ilişki olarak görünmesi, sadece mübadele edilen bir üründe somutlaştığı zaman gerçek-

leşir (ve, nihayetinde, artı değer kazanır)" (Cleaver 2000, 111). Para, değerin görünüşünün özgül bir biçimi, değerin en yüksek biçimidir. Christopher J. Arthur (2004, 108-109) bu bağlamda Hegel'in diyalektik mantığını Marx'ın *Kapital*'ine uygulayarak, değerin, metanın özü olduğunu (*kendinde* değer), değer biçimleri, değerin görünüm biçimleri *(kendi için* değer) ve paranın, değerin gerçekliği olduğunu (*kendinde ve kendi için* değer) savunmaktadır.

Harry Cleaver (2000), Marx'ın *Kapital 1. Cilt*'inin 1.1 Bölümü'ndeki, metanın iki unsuru –kullanım değeri ve değer- arasındaki ayrımın sermaye ve emek arasındaki sınıf ilişkisi ile bağlantılı olarak okunması gerektiğini savunur: "Metanın, kullanım değeri olarak görülmesi, işçi sınıfının perspektifidir. İşçi sınıfı, metaları, (örn. yiyecek veya yakıt) öncelikle kullanım ve tüketim nesneleri olarak, kendi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kullanılabilecek şeyler olarak görür. Sermaye, aynı metaları öncelikle mübadele değeri olarak -salt kendini ve kendisinin, artı değer ve kârın gerçekleşmesi yoluyla, toplumsal kontrolünü arttırma gayesi doğrultusunda- görür" (99). Ancak, kapitalizmde hayatta kalmak için insan, kendi emek gücünü satmak zorundadır ve bu yüzden, mübadele değeri ile ilgili hale gelmektedir, oysa ki kapitalistler kâr elde etmek için emek gücünün kullanım değerine ihtiyaç duymaktadırlar. Öte yandan emek, öncelikle metanın niteliksel tarafıyla ilgilenirken, sermaye ise niceliksel tarafı ile ilgilenmektedir ki taraflar, birbirlerine karşı kullanabilecekleri bu amaçlara erişebilsinler. Marx, değer ile sermaye ve emek arasındaki sınıf ilişkisi bağlantısını "Mülkiyetin emekten ayrılması" (Marx 1857/1858b, 295) şeklinde tanımlar, bu aynı zamanda değer sahipliğinden ayrılmayı da içerir: Emek zamanı işçilerin zamanı değil, sermayenin boyunduruğu altındaki zamandır. Bu yüzden emek "değer olmayan"dır, "sermaye olmayan"dır, "hammadde olmayan"dır, "emek aracı olmayan"dır, "ham ürün olmayan"dır (a.g.e.): Emek, "nesnel zenginlikten dışarıda bırakılmak" anlamına gelen "mutlak fakirlik"tir (a.g.e., 296). Ancak, aynı zamanda, özel mülk sahipleri sermayeyi, değeri, hammaddeleri ve zenginliği ellerinde tutabilmek için emeğe ihtiyaç duyarlar: Emekçilere, sermaye ve değer üreten bir teba olarak ihtiyaç duyarlar. Yani emek, değer olmayan'dır ve aynı zamanda değerdir, sermaye olma-

yan'dır ve aynı zamanda sermayedir: o, "değerin yaşayan kaynağı", zenginliğin "genel ihtimalidir" (a.g.e.). Emek, "bir yandan nesne olarak mutlak fakirlik, diğer yandan özne ve faaliyet olarak zenginliğin genel imkânıdır" (a.g.e.). Emek ve değer, birbirlerine bağlı olan çelişkili varoluşlara sahiptir. Wolf (2008, 106) Heinrich'e karşı bütün metaların ve değerlerinin toplumsal ve sosyal özelliklere mübadele edilmeden önce sahip olduklarını, çünkü toplumda örgütlenen insan emeği ürünleri oldukları için hepsinin aynı genel özelliklere sahip olduklarını savunmaktadır. Marx toplumsal özellikler olarak emeği ve değeri üçlü bir anlam içerisinde değerlendirir. (1) Toplumdaki bütün ekonomik üreticilerin yarattığı değeri tekil emek üretir: "Metadeğer biçiminde, bütün emek, eşit insan emeği olarak ifade edilir" (Marx 1867c, 152). Bu nedenle "farklı bireylerin emeği eşittir" (Marx 1859). (2) Emek zaman, toplumdaki bütün üretim sürecinin bir özelliğidir: "farklı bireylerin *emek zamanı genel itibariyle* doğrudan emek zaman olarak ifade edilir". "Bu bir bireyin emek zamanı, *onun* emek zamanıdır, ama aynı zamanda herkese mahsus olan emek zamandır" (a.g.e.). (3) Toplumda gerçekleştirilen değer yaratan emeğin çıktısı, tümü mübadele sürecinde kullanılan mübadelenin evrensel bir eşdeğerine (kapitalizmde: para) dayalı olarak takas edildiği bir üründür: "evrensel emek zaman, kendi ifadesini evrensel bir üründe, *evrensel bir eşdeğerde*, belirli miktardaki maddeleşmiş emek zamanda bulur, bir kişinin doğrudan ürünü olarak içinde ortaya çıkmış olduğu belirgin kullanım değeri biçimi tamamen bir kayıtsızlık durumudur" (a.g.e.). Modern toplumlarda insan emeği çoğu durumda bireysel bir süreç değil, toplumsal bir süreçtir, çoğu işçi birleşik bir işçi gibi birlikte hareket eder. Bu, modern emek ve değer üretiminin her zaman toplumsal bir süreç oluşunun bir başka nedenidir. Wolf (2002, 151–165), fiyat ve parayı metaların sahip olduğu üçüncü ortaklık olarak gören Backhaus'un yaklaşımını eleştirir. Bunun aksine Wolf, fiyat ve paranın, değerin ifadeleri olduğunu ve değerin kendisinin iki meta arasındaki üçüncü ortak kavram olduğunu açıklar.

2.3.2.2 Mübadele Değeri

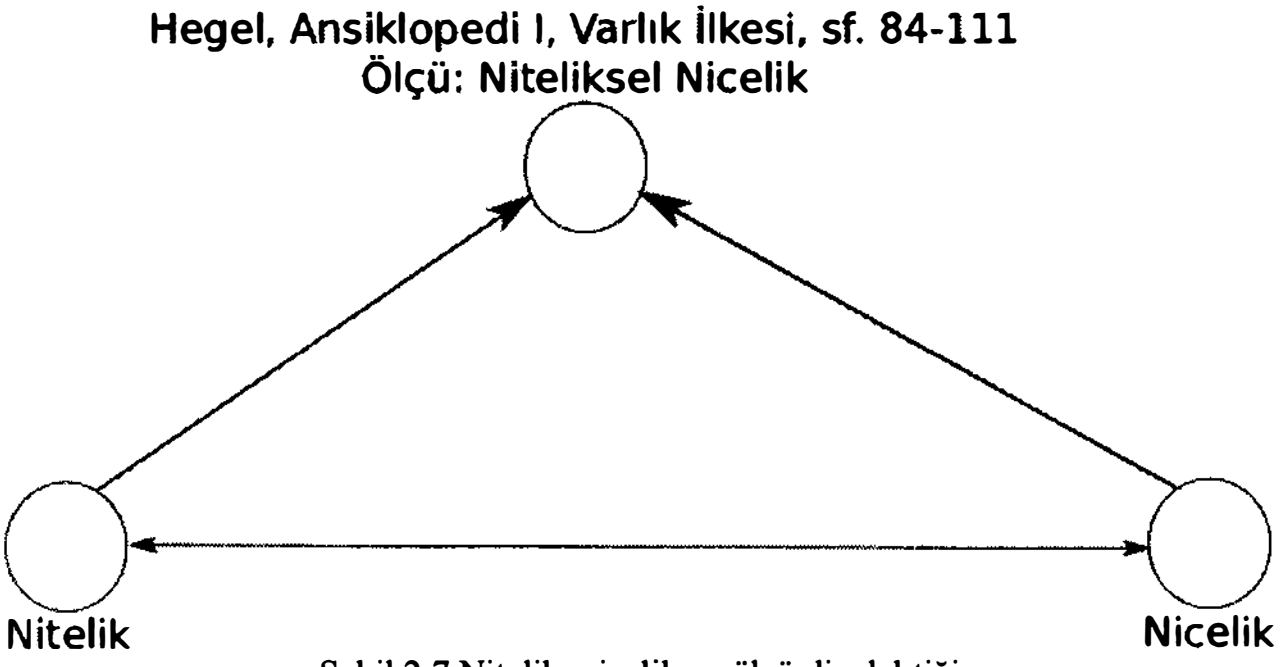
İnsanlar, mübadelede, metaların değerlerini eşitlermiş gibi tayin ederler ve farklı kullanım değerleri para biçiminde ortak paydaya sa-

hip olurlar (veya mübadelenin başka bir genel eşdeğerinde): Birçok şeyin metaların farklılığının birliği olarak bir araya gelişi, genel değer yasası tarafından yaratılır. "Mübadele değeri her şeyden önce niceliksel bir ilişki olarak, bir tür kullanım değerinin bir başka kullanım değeriyle mübadele edildiği bir oran olarak belirir" (Marx 1867c, 126). Mübadele değeri, "değerin ifadesinin kaçınılmaz yolu, veya görünüş biçimidir" (a.g.e., 128). İnsan ihtiyaçlarını karşılayan somut kullanım değerleri mübadelede eşit olarak tayin edilir. Farklı insan ihtiyaçlarının karşılanması açısından her bir kullanım değeri farklıdır fakat hepsini eşit olarak tayin etmek (x meta A = y meta B; veya: x meta = bir birim para; y meta B = bir birim para) farklı meta nicelikleri arasında bir mübadele ilişkisi kurarak bu farklılığı ve bu yapılanmayı bir eşitliğe soyutlar. Eşitlenmiş metaların aynı nicelikte değeri temsil ettiği kabul edilir. Kapitalizmde mübadele ilişkisi, mübadelenin genel eşdeğeri olarak görev yapan, metaların farklı kullanım değerlerinin bir birliği anlamında, farklılıkta birlik inşa eden paranın yardımıyla organize edilir. Mübadele sürecinde metalar, bir ortak noktaya indirgenir: değere. Değer metaların üçüncü ortaklığıdır (Wolf 2008, 104). Metalar "değer olarak nesnel bir özelliğe, sadece hepsi aynı toplumsal özün, insan emeğinin bir ifadesi olmalarından ötürü sahip olurlar [...] değer olarak nesnel özellikleri bu sebeple tamamen toplumsaldır" (Marx 1867c, 138–139).

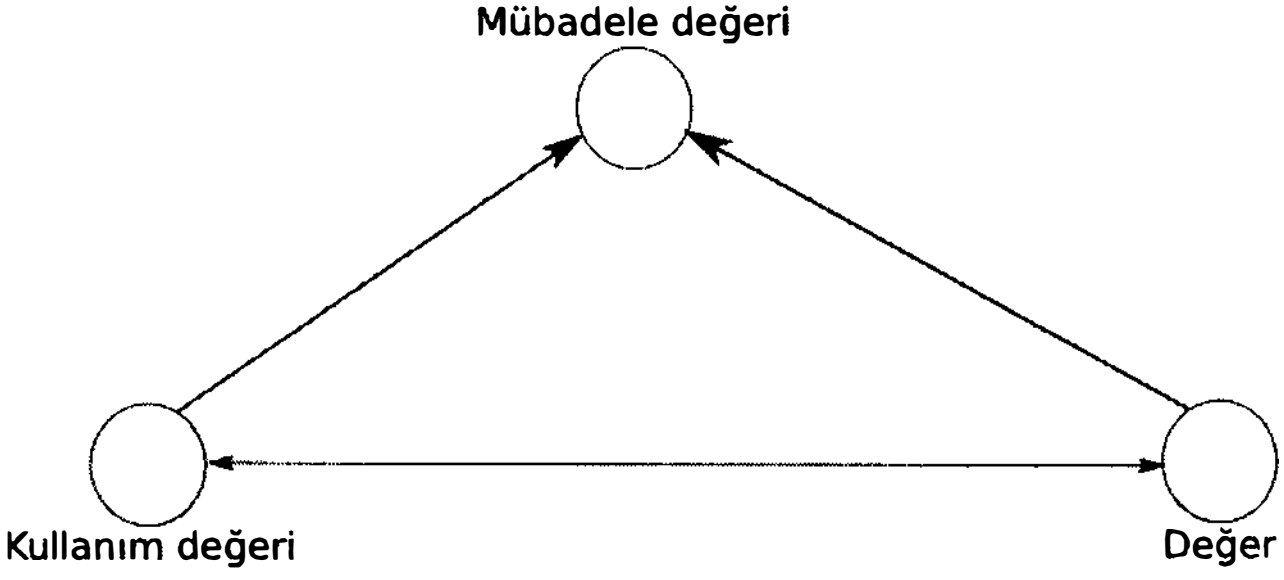
Değer, belirli nicelikte soyut insan emeğinin ortalama olarak içinde nesnelleşmesi anlamında nesnel bir biçime sahiptir. Bu nesnellik sosyal ve toplumsaldır çünkü bütün metalar toplum içinde örgütlenen insan emeğinin ürünleridir ve üretim sürecinin kendisi zaten toplumsal bir süreçtir. Ama değer nesnel ve sadece bu nesnellik içinde toplumsal değildir, aynı zamanda kendisinin bir mübadele ilişkisi olmasıyla da toplumsaldır: Mübadele ilişkisinde x meta A = y meta B, A metasının değeri, B metasının kullanım değerinde ve B metasının değeri de, A metasının kullanım değerinde ifade edilmiştir (Wolf 2002, 131). "Bu yüzden, değer ilişkisi vasıtasıyla B metasının doğal biçimi, A metasının değer biçimi haline gelir, bir başka deyişle, B metasının fiziksel cismi A metasının değeri için bir ayna haline gelir. Böylece A metasının bir değer nesnesi [*Wertkörper*], insan emeğinin bir maddeleşmesi

olarak B metasıyla bir ilişki içerisine girmesi, B kullanım değerini, kendi değerinin ifade edilmesi yoluyla maddeye dönüştürür. Bu şekilde B metasının kullanım değerinde ifade edilen A metasının değeri, göreli değer biçimini alır" (Marx 1867c, 144). "Örneğin birisi, bir yarda keten kumaşının iki libre kahveye bedel olduğunu söylediğinde keten kumaşının mübadele değeri kahvenin kullanım değerinde ve dahası bu kullanım değerinin belirli bir miktarında ifade edilmiş olur" (Marx 1859). Bir metanın değeri ile kullanım değeri arasındaki çelişki, (somut ve soyut emeğin yarattığı kullanım değeri ve değer olarak bir metadaki ikili özellik) bir metanın değerinin mübadele ilişkisi yoluyla başka bir metanın kullanım değerinde ifade edilmesi anlamında mübadele değeri biçimi içerisinde olumsuzlaşır. Değer, aynı anda hem nesnel hem de toplumsal bir biçime sahiptir. Bu nedenle değerin mübadele ve para biçiminden önce ve üretimde var olduğunu savunanları Heinrich'in alay konusu etme girişimi, değerin toplumsal biçimini ihmal eden tözcüler ve Ricardocular gibi tek yönlüdür ve bu yaklaşımlar değerin ikili özelliğini görmezler. Hegel'e göre (1830, §90) niteliğin anlamı, "Bir özellik veya biçimle birlikte olmaktır. [...] Ve kendinin bu özellik veya biçimde aksettirilmesi olarak Belirli Oluş, bir şekilde mevcuttur". Nicelik "biricik miktardır ve bu miktarların özdeşleşmesi veya eşitlenmesidir" (a.g.e., §100)."Nicelik esasen, içerdiği dışlayıcı karakter havası verilmesi ile Miktar (veya Ne Kadar), başka bir deyişle sınırlanmış nicelik olur" (a.g.e., 101 §). Nitelik ve Nicelik arasındaki diyalektik birlik Ölçü olarak adlandırılır. "Ölçü, doğrudan olarak ilk sırada, belirli bir varlığın veya niteliğin bağlı olduğu bir miktar olarak niteliksel bir miktardır" (a.g.e., §107). "Örneğin, biz titreşim halindeki değişik tellerin uzunluklarını, titreşimlerinden kaynaklanan tonlar arasındaki niteliksel farkları gözleyerek ölçeriz. Benzer şekilde kimyada, bileşimleri iyileştiren, yani belirli bir niteliğe ulaşmalarını sağlayan, miktarların ölçülerini veya oranlarını bulmak için bileşimi meydana getiren madde miktarlarını saptamaya çalışırız. Aynı şekilde istatistikte de çalışmanın bağlı olduğu sayılar, sadece onlardan çıkartılacak niteliksel sonuçlar için önem teşkil eder" (a.g.e., §106). Bir bilgisayarın 500$'a karşılık geldiği bir eşitlikte, belirli niceliklerde (1 bilgisayar, 500 birim para) ifade edilen iktisadi niteliklere (bilgisayar,

para) sahibizdir. Bunların mübadelesinde, iki meta arasındaki ilişkiyi ölçeriz: Bir metanın belli bir miktarı (değeri), diğerinin kullanım değerinde ifade edilir. Sıradaki şekil, Hegel'in nitelik, nicelik ve ölçü diyalektiğini göstermektedir. Bunu takiben görülen şekil, bu diyalektiği Marx'ın kullanım değeri, değer ve mübadele değeri kavramlarına uygular.



Şekil 2.7 Nitelik, nicelik ve ölçü diyalektiği



Şekil 2.8 Kullanım değeri, değer ve mübadele değeri diyalektiği

2.3.2.3 Para ve Fiyat

"Fiyat bir metada nesneleşen emeğin para adıdır" (Marx 1867c, 195– 196). Bir meta, değerini, parasal fiyatında ifade eder. Para bir metanın değerinin ölçüsüdür. Bu, değerin en gelişmiş biçimidir. Para

fiyat, kapitalist toplumda metaların mübadele edildiği (neredeyse) tüm piyasa ilişkilerindeki genelleştirilmiş ortalama mübadele olarak hareket ederek mübadeleyi şekillendiren değer görünümünün özgül tekelleşmiş bir biçimidir. Para "metalar dünyasında evrensel eşdeğer olma rolünü oynamak için [...] toplumsal bir tekele" sahiptir (a.g.e., 162). Para, emek ve sermaye arasındaki sınıf çatışması ile ilgilidir (Cleaver 2000, 156-158): Sermaye, ücretli emeğin fiyatını (ücretleri) düşürmeyi ve kârlarını artırmak amacıyla metaların fiyatını artırmayı hedefler. İşçiler grevler yoluyla çalışmayı reddedebilir ve böylece ücret arabuluculuğuna ve parasal kâra karşı saldırıya geçebilirler ve piyasa fiyatının altında veya parasız olarak kullanım değerleri edinmeyi deneyerek (örneğin belirli ürünleri satın almayı reddetme ve bu ürünleri diğerleriyle birlikte üretme) fiyatları reddedebilir veya saf dışı bırakabilirler. Sonuçta para sadece dolaşımın bir ortalaması değil, aynı zamanda "sınıflar arasında bir uzlaştırıcı" (a.g.e., 158) ve sınıf mücadelesinin bir nesnesidir.

İki metanın aynı fiyata sahip olması, zorunlu olarak aynı değere sahip oldukları anlamına gelmez, sadece aynı değere sahiplermiş gibi onlara değer biçildiği anlamına gelir. Marx değer ve fiyatın mutlaka örtüşmek zorunda olmadığını savunur. Uyumsuzluklar ve salınımlar var olabilir: "Bu yüzden bir metanın değerinin büyüklüğü, kendi değerinin yaratıldığı sürecin özünde var olan toplumsal emek zamana ilişkin zorunlu bir ilişkiyi ifade eder. Değer büyüklüğünün fiyata dönüşümüyle birlikte bu zorunlu ilişki, tek bir metayla kendi dışında var olan para metası arasındaki mübadele oranı olarak görünür. Ancak bu ilişki, hem meta değerinin büyüklüğünü hem de verili koşullar altında satılabildiği daha büyük veya daha küçük para miktarını ifade edebilir. Bu yüzden fiyatla değer büyüklüğü arasındaki niceliksel bir uyumsuzluğun olasılığı, yani fiyatın değer büyüklüğünden sapma olasılığı, para biçiminin kendi özünden kaynaklanır" (Marx 1867c, 196).

Toplumsal olarak gerekli emek zaman "fiyatın etrafında döndüğü çekim merkezidir" (Marx 1894, 279). Değer, "piyasa fiyatlarının 'çekim merkezi', fiyatların etrafında dalgalandığı eksendir" (Bidet 2009, 81). "Kendi tekil değerleri piyasa fiyatının altında olan metalar eks-

tra bir artı değer veya artı kâr gerçekleştirirken, kendi tekil değerleri piyasa fiyatının üzerinde olan metalar içerdikleri artı değerin bir kısmını gerçekleştiremeyeceklerdir" (Marx 1894, 279). "Piyasa değeri her zaman farklıdır, bir metanın bu ortalama değerinin her zaman ya altında ya da üzerindedir. [...] Bir metanın fiyatı durmaksızın o metanın değerinin altında ya da üzerinde olur ve metanın değerinin kendisi, yalnızca meta fiyatlarının bu alt-üst hareketinde var olur" (Marx 1857/1858, 137). Hegelci diyalektik dilinde fiyatın "olumsuzluğun daimi olumsuzlaması, bir başka deyişle gerçek değerin olumsuzlaması olarak kendinin olumsuzlaması" olduğu söylenebilir (a.g.e.).

Robert Kurz (2012, 184) fiyatların meta değerler olarak okunamayacağını ama aynı zamanda bu değerler ve fiyatların bağımsız olmadıklarını savunur. Örneğin, bir diş fırçasının fiyatı her zaman bir arabanın fiyatından daha düşük olur çünkü bir diş fırçası üretmek için gerekli toplumsal emek, ister istemez bir araba için gerekenden çok daha düşüktür. Aynı zamanda, arzu edilen fiyata piyasada ulaşılabileceğinin bir garantisi yoktur çünkü ağır rekabet, kapitalistleri metaları değerlerinin altında satmaya zorlayabilmektedir (a.g.e., 185).

Dönüşüm sorunu değerlerin fiyatlara nasıl dönüştüğü sorusuyla ilgilenir. Moishe Postone (1993)'a dayanarak, bu sorunla bağlantının Marx'ın kuramının bir fiyat kuramı türetmek için kullanılabileceği ve Marx'ın da niyetinin bu olduğu varsayımına dayanarak oluşturulduğu savunulabilir. Postone (1993, 134), aksine, "fiyatların değerlerden ayrılmasının" [...] "Marx'ın analizinin bütünleyicisi" olduğunu savunmaktadır. Marx'ın "niyeti bir fiyat kuramı formüle etmek değil ama değerin kendini gizleyen bir tezahür düzeyine nasıl sebep olduğunu göstermektir" (a.g.e.). Fiyat biçimi, değer özgüllüklerini maskeler.

2.3.2.4 Emek Gücünün Değeri ve Fiyatı

İki durum düşünün:

> (1) Dünyada bilgisayar üreten tek bir firma var ve bu tür bir mala kayda değer bir talep mevcut. Neredeyse sınırsız bir işgücü arzı var ve çalışmak askeri anlamda güvenlikleştirilmiş: Çalışmaya direnen işçiler vuruluyor. İş hukuku yok, yani bilgisayar firmasının sahipleri standart çalışma saatini, ücretleri, dinlenme zamanını, vs. seç-

mekte serbest. Bir bilgisayar monte etmek ortalama 15 dakika ve bir bilgisayarın fiyatı 500 Avro. Sabit değişmeyen sermaye maliyeti 100 Avro. Fiyat, yatırım maliyetlerine bağlı. İşgücü arzının sınırlı olduğu göz önüne alındığında kapitalistler, kârlarını maksimize etmek için emek maliyetlerini minimuma indirmeye çalışacaklardır. Örnekte, üretimin faşist koşullarının bir sonucu olarak işçileri köleleştirebilir, hiç ücret ödemeyebilir ve böylece kârlarını mümkün olan maksimum noktaya, 400 Avro'ya çıkarabilirler.

(2) Rejim değişikliği oldu ve iş hukuku getirildi. Şimdi ilk örnekteki kapitalistlerin bir bilgisayar üretimi için ücret maliyetleri içerisinde 200 Avro asgari ücret ödemeleri gerekmekte. Üretim koşulları değişmeden devam ediyor, değişmeyen sermaye maliyeti hâlâ 100 Avro. Kapitalist, bilgisayar başına %400 kar oranı hesabına dayanarak 400 Avro kâr elde etmeye alışmıştır ve elde ettiği lüks yaşam tarzından vazgeçmek istemez. Şimdi her bilgisayar için aynı fiyatı isterse meta başına düşen kâr 400 Avro'dan 200 Avro'ya düşecek. Verili durumda rekabet yok ama bilgisayarlar için yüksek talep mevcut, bu durumda kapitalist 400 Avro olan kârını sürdürmeye izin verecek şekilde bir bilgisayarın fiyatını 500 Avro'dan 700 Avro'ya çıkarmaya karar verir.

Bu örnekler fiyatların sadece emek değerlerden elde edilemeyeceğini ve hesaplanamayacağını, fiyatların aynı zamanda sınıf mücadelesinin çıkarlarına da bağlı olduğunu göstermeyi amaçlamaktadır. Jacques Bidet (2009) bu yüzden değerin ekonomi politik kavramına bağlı olan sosyopolitik kavramından bahsetmektedir. Kapitalizmde değerin özü olarak emek, "kapitalist sınıf tarafından işçiler üzerinde güç kullanılan" emeğin tüketimi için "toplumsal bir zorunluluk"a bağlıdır (a.g.e., 51). Emek bu yüzden sınıfsal bir kavramdır ve değer, sermayeye ilişkin emek sınıfına bağlıdır. Sermaye, politik bir görev olarak emek üzerindeki kontrolünü sağlama almak zorundadır. Emek bu kontrole karşı politik bir cevap olarak direnmeyi deneyebilir. "Değerin özü soyut emekse, tüketim, üretim biçimiyle ve onun bağıntılı olduğu şeyle, bu tüketim için toplumsal zorunlulukla (kapitalist sınıf tarafından işçiler üzerinde güç kullanan bir piyasa zorunluluğu), biçimlendirdiği şeyle, kavramın birliğiyle, toplumsal bir ilişki ve sınıf ilişkisiyle bağlıdır" (a.g.e.). Değer ve soyut emek kavramları bu yüzden eşzamanlı olarak ekonomi politiğin ve sosyopolitik sınıf mücade-

lesinin birer ifadesidir. Marx da bu bağlantıyı emeğin değeri ve fiyatı konusunda vurgulamıştır: "Anti-Jacoben savaşı sırasında, iflah olmaz vergi yiyici ve işe yaramaz yaşlı George Rose'un söylediği şey, kutsal dinimizin refahını Fransız kafirlerin baskınından korumak için dürüst İngiliz çiftçilerinin, bizimkinden önceki dini meclis toplantısında bununla çok nazikçe başa çıktıkları, öyle ki tarımsal işçilerin ücretlerini kıstıkları ve hatta *mutlak fiziksel minimumun* da altına indirdikleri, ancak Yoksullar Yasası'nın icat edilmesiyle geriye kalan şeyin soyun fiziksel devamı için gerekli ücret olduğuydu. Bu, ücretli işçileri kölelere ve Shakespeare'in görkemli çiftçisini bir yoksula dönüştürmenin muhteşem bir yoluydu" (Marx 1865).

Sınıfın sosyopolitik kavramı Bidet'ın (2007) şunu ifade etmesine neden olmuştur: kapitalizm "gerçekten, mantıksal önkoşulu olarak piyasa *ve örgütlenme*yi, iki dolayımı, toplumsal ölçekte rasyonel makul biçiminde iki koordinasyonu ortaya çıkarır. Bunları, modern *sınıf* ilişkisinde müşterek biçimde iki *sınıf faktörü*ne dönüştürerek ortaya çıkarır". Otonomist Marksizm adında başka bir arka plandan gelmesine rağmen Harry Cleaver (2000), Bidet gibi Marx'ın *Kapital*'inin politik bir okumasını savunur. Bidet gibi Cleaver da sınıf ilişkisini değerin önemli bir boyutu olarak görür: "Görmüş olduğumuz gibi, emek gücünün mübadele değeri, emek gücünün satışı için işçi sınıfının aldığı paradır. Oysa işçi sınıfı için bu mübadele değeri ilk elde gelir ve sermaye ile mücadelesinde bir güç kaynağı iken, diğeri için bir maliyet ve toplam üretilen değerden bir kesinti, artı değere ve böylece sermaye gücüne bir tehdittir. Bu farklılıklardan ötürü işçi sınıfının kendi emek gücünün mübadele değerinden alacağı nakdi ücretler, ayni ücretler, sosyal hizmetler, yoksulluk yardımları, işsizlik yardımları, emekli maaşları, vb. üzerinden çoğu zaman gerçekleşen bir mücadele vardır" (Cleaver 2000, 101).

Emek gücünün değeri nedir? "Emek gücünün değeri, diğer bütün metalarda olduğu gibi, üretimi için ve neticede bu özel şeyin yeniden üretimi için de gerekli emek zaman tarafından belirlenir. [...] emek gücünün değeri, sahibinin geçimi için gerekli geçimlik araçlarının değeridir" (Marx 1867c, 274). Bir işçinin yeniden üretiminin araçla-

rı, kendinin ve ailesinin geçim masraflarını, iş edinme becerileri için eğitimi ve işe devamlılığı sağlayan fiziksel ve zihinsel durumunu korumak için gerekli sağlık bakımını içerir. Harry Cleaver bu konuda Otonomist Marksistlerin *toplumsal işçi* ve *toplumsal fabrika* kavramlarını vurgular: "Hem ev işi hem de okul işi, emek gücü değerinin düşük tutulmasına katkı sağlayacak şekilde tasarlanmıştır" (Cleaver 2000, 123). Emek gücünün yeniden üretiminde karşılığı ödenmemiş emek ne kadar çok bulunursa, "işçi sınıfının yeniden üretimi için gerekli değişken sermaye miktarı" o kadar düşük olur, böylece toplumsal fabrikadaki toplumsal işçiler "artı değerin genişlemesine" katkıda bulunurlar (a.g.e.). Kapitalizmin teknik değişiklikleri (yani üretkenliğin teknik artışı veya Marx'ın ifadesiyle göreli artı değer üretimi), Mario Tronti'nin (1962) savunduğu gibi, toplumsal fabrikanın oluşumuyla sonuçlanır. Fabrika toplumun tüm alanlarında kendi sınırlarını genişletir: "Kapitalist gelişme ne kadar ilerlerse, yani göreli artıdeğer kendini ne kadar çok ortaya koyar ve genişletirse, üretim-dağıtım-mübadele-tüketim döngüsü kendini kaçınılmaz olarak o kadar kapatır, kapitalist üretim ve burjuva toplumu arasındaki, fabrika ve toplum arasındaki, toplum ve devlet arasındaki ilişki de giderek daha fazla organik hale gelir. Kapitalist gelişmenin en üst seviyesinde toplumsal olan ilişki, bir üretim ilişkileri döngüsü haline gelir ve toplumun bütünü, üretimin amacı ve ifadesi olur, bir başka deyişle tüm toplum, fabrikanın bir fonksiyonu olarak yaşar ve fabrika kendi özel tahakkümünü bütün topluma olacak şekilde genişletir. [...] Fabrika, kendisini tüm toplumun hakimi olarak yükselttiğinde, -toplumsal olan üretimin tümü endüstriyel üretim haline gelir- fabrikanın kendine özgü özellikleri toplumun genel özellikleri içerisinde kaybolur" (Tronti 1962, 30–31, Almanca'dan çeviri). Örnekte gösterilmeye çalışıldığı gibi emeğin fiyatı (ücret), politik olarak belirlenen, sermaye ve emek arasındaki sınıf mücadelesinin fiili, zamansal ve dinamik olarak değişen çalışma koşullarına bağlıdır. İşçi sınıfının sendika gibi örgütlenme biçimleri "*ücretlerin*, sektörün çeşitli branşlarında geleneksel olarak sürdürülen ücret düzeyinin altına *düşmesini* engellemekten farklı bir şeyi hedeflemez. Başka bir deyişle sendikalar, emek gücü *fiyatının*, *değerinin* altına düşmesini önlemeyi temenni ederler" (Marx 1867c, 1069). İlk

örnekte ücretler, sınıf mücadelesinde sermayenin gücü tarafından mutlak minimuma, ücretli emeğin geçimlik düzeyinin altına (yani, emek gücünün değerinin altına) yönlendirilmiştir. İkinci örnekte sınıf mücadelesi, işçi örgütlenmelerini güçlendirir ve işçilerin emekgücü fiyatını arttırmalarını sağlar. Bu örnekler "değerin, emek gücünün fiyatı sorusuyla tanımlanan sınıf mücadelesinde belirlendiğini" göstermektedir (Bidet 2009, 101). "Farklı ülkelerdeki emeğin standart ücretini veya değerini karşılaştırdığınızda ve bunları aynı ülkenin farklı tarihsel çağlarıyla karşılaştırdığınızda, diğer tüm metaların değerlerinin sabit kaldığını varsaysanız bile, *emeğin değerinin* kendisinin sabit değil, değişken bir büyüklüğe sahip olduğunu göreceksiniz" (Marx 1865).

2.3.2.5 Artı Değer

İşçiler, hayatta kalmak için sınıf ilişkisine girmeye ve sermayenin artığa el koymasına elverecek şekilde kâr üretmeye zorlanırlar. Sömürülen artı değer kavramı Marx'ın kuramında kapitalizmin sınıflı bir toplum olduğunu göstermeyi amaçladığı temel bir kavramdır. "Artı değer kuramı sonuç itibariyle derhal bir sömürü kuramı haline gelir" (Negri 1991, 74) ve buna sınıf kuramı olduğu ve dolayısıyla sınıfsız bir toplum için politik bir talep olduğu da eklenebilir.

Enrique Dussel *Grundrisse* üzerine yaptığı bir çalışmasında, Marx'ın"çalışmaları içerisinde artı değer kategorisini [...] ilk defa 1857 Aralık ayında keşfettiğini" savunur (Dussel 2008, 77): "eğer bir işçi tüm gün hayatta kalmak için bir çalışma gününün sadece yarısına ihtiyaç duyuyorsa, bir işçi olarak sağ kalması için bir günün sadece yarısında çalışma gerekliliği vardır. Günün ikinci yarısı zorlanmış emektir; artı emektir" (Marx 1857/1858b, 324). Artı değerin anlamı, işçilerin birincil ihtiyaçlarını karşılamaları için gerekenden daha fazla çalışmaya mecbur bırakılmalarıdır; işçiler karşılığı olmadan kapitalistlerce el konulan bir fazlalık üretirler: "Sermaye cephesinde artı değer olarak görünen şey, işçi cephesinde onun işçi olarak gereksinimlerini, bu sebeple de onun hayatta kalmasını sağlayan birincil gereksinimlerini aşan artı emek olarak görünür" (a.g.e., 324–325). "Sermayenin üretim süreci yoluyla elde ettiği artı değer sadece gerekli emeği aşan artı emeği içerir. Üretici güçte bir artış, artı emeği -yani sermayede

ürün olarak nesneleşen emeğin, çalışma gününün mübadele değerinde nesneleşen emeğe göre fazlalığı- sadece gerekli emeğin artı emeğe ilişkisini azaltması ve sadece bu ilişkiyi azaltan oran durumunda arttırır. Artı değer tam olarak artı emeğe eşittir; birindeki artış tam olarak gerekli emekte bir azalış tarafından ölçülür" (a.g.e., 339).

Kapital 1. Cilt'te Marx, artı değeri şu şekilde tanımlar: Kapitalist, "öyle bir meta üretmek ister ki bu metanın değeri, metayı üretmek için kullanılan metaların, yani açık pazarda, mallarının parası ile satın aldığı üretim araçları ve emek gücünün, değerleri toplamından fazla olsun. Onun amacı sadece bir kullanım değeri değil, aynı zamanda bir meta, sadece kullanım değeri değil, değer üretmektir; ve sadece değer değil, artık değer üretmektir [...] İlk olarak £100'e alınan pamuk, örneğin, £100 + £10'a, yani £110'a satılır. Bu yüzden, bu sürecin bütünsel biçimi M' = M + 'M olan M - C - M' dir, yani orijinal toplam artı bir artış. Orijinal değer üzerindeki bu artış veya fazlalığı ben 'artı değer' olarak adlandırıyorum" (Marx 1867c, 293, 251).

Sermaye, para değil, birikimle artmış olan paradır, "para parayı yaratır" (a.g.e., 256). Marx, emek gücün değerinin, hayatı sürdürmeye gerekli malların üretimi için ortalama olarak gereken süre (gerekli emek zaman) olduğunu savunur ki kapitalizmde bu mallar işçiler tarafından ücretleri ile satın alınır. Artı emek zaman, gerekli emek zamanı aşan, karşılığı ödenmemiş, kapitalistlerce bedava olarak el konulan ve parasal kâra dönüşmüş emek zamandır. Artı değer "gerçekte karşılığı ödenmemiş emek zamanın maddeleşmesidir. Sermayenin öz değerlenmesinin sırrı, başka insanların belirli nicelikteki karşılığı ödenmemiş emeklerini emri altında tuttuğu gerçeğinde yatar" (a.g.e., 672). Artı değer "işçinin emeğine mal olur; ancak kapitalistin herhangi bir şeyine mal olmaz", ama "yine de kapitalistin yasal malı haline gelir" (a.g.e.). "Sermaye, ayrıca zorlayıcı bir ilişki geliştirmiştir ve bu, işçi sınıfını, bu sınıfın kendi dar ihtiyaç çemberinin gerektirdiğinden, daha çok çalışmaya zorlar. Diğerlerinin faaliyetlerinin üretiminde bir amir olarak, artı emeğin çıkarıcısı ve emek gücünün sömürücüsü olarak, bütün gücü ve sınırsız ve merhametsiz faaliyetlerdeki niteliği ile, zorunlu emeğe dayanan bütün önceki üretim sistemlerini geride bırakır" (a.g.e., 425).

Marx'a göre, kapitalizm, karşılığı ödenmemiş emeğin, kapitalistler tarafından mütemadiyen işçilerden çalınmasına dayanır. Bu durum, onun sermayeyi bir vampir ve kurt adam olarak karakterize etmesinin nedenidir (a.g.e., 342, 411).

2.4 Sonuç

Dijital emek kuramsallaştırması için bir emek değer kuramına ihtiyaç vardır. Marx'ın kuramına dayanarak insan faaliyetinin antropolojik ve tarihsel biçimleri olarak *çalışma* ve *emek* arasında bir ayrım yapabiliyoruz. Bu ayrım kapitalizmde metanın aynı anda hem kullanım değeri hem de (mübadele) değeri olan ikili karakterine yansır. Yabancılaşmış emek kavramı, çalışma sürecinin Hegelci-Marksist diyalektik üçgeni modeli formunda sunulan ekonomide özne nesne diyalektiğine dayanarak kavramsallaştırılan çalışma süreci modeli içerisine oturtulmuştur. Bu model, Marx'ın emek sürecini diyalektik bir süreç olarak kuramsallaştırmak için kullandığı Hegel'in özne nesne diyalektiğine dayanır. Marksist çalışma ve emek kuramının, *soyut* ve *somut emek*, *iki kere özgür emek*, *üretken emek*, *kolektif işçi* ve *genel çalışma* gibi çeşitli hususlarına yer verilmiştir. Çalışma, insan ihtiyaçlarını karşılayan ürünler ortaya çıkarmak için nesneler üzerinde araçlar kullanan insan öznelerinin (emek gücü) diyalektik bağıntısıdır. Emek, insan varlığının emek gücünden, emek nesnelerinden, emek araçlarından ve aynı zamanda emek ürünlerinden dört kat yabancılaşmasına dayanır. Kapitalist toplumlarda yabancılaşma, işçilerin bu diyalektiğin tüm kutuplarından ve kendisinin sınıf ilişkileri ve sömürüyü teşkil eden tüm sürecinden yabancılaşmasıdır. Bu bölüm aynı zamanda Marx'ın değer kavramını, Marx'ın emek değer kuramı üzerine güncel Alman tartışmasını (Michael Heinrich, Hans-Georg Backhaus, Helmut Reichelt, Wolfgang Fritz Haug, Dieter Wolf, Robert Kurz) tanıtarak ele almıştır. Marx'ın emek değer kuramının yeniden inşasında kullanım değeri, değer, mübadele değeri, para, fiyat, emek gücünün değeri ve fiyatı ve artı değer kavramlarının Hegelci bir yorumuna yer verilmiştir. Ayrıca ücretler ve fiyatlar ilişkisinde politika ve sınıf mücadelesinin rolünü vurguladığım için, Harry Cleaver ve Jacques Bidet gibi, değer kavra-

mına politik yaklaşımları tartışmıştım. Değer, bir metanın üretimi için ortalama olarak gereken çalışma saati miktarı tarafından belirlenen nesnel bir kavramdır. Değer mertebesinden meta fiyatları mertebesine geçiş ve kâr derecesi, sınıf mücadelesinde ve sınıf mücadelesi kanalıyla tesis edilir. Bu mücadele, kapitalist sınıfın ücret maliyetlerini düşürme girişimine, yani proletaryayı çalışma gününün daha geniş bir kısmında ücret ödemeden çalıştırmasına; ve ücret indirimlerine ve çalışmanın yoğunlaştırılıp genişletilmesine karşı gelişen potansiyel direnişe yoğunlaşır. Emeğin fiyatı (ücretler), politik olarak belirlenen, sermaye ve emek arasındaki sınıf mücadelesinin fiili, zamansal ve dinamik bir şekilde değişen çalışma koşullarına bağlıdır. İkinci bölümün amacı, dijital emek tartışmaları bağlamında Marx'ın emek değer kuramının temellerinin belirlenmesidir. Sonraki iki bölüm akademik bağlama, yani medya ve iletişim çalışmalarının Marx'a ve Marx'ın konularına göre kendilerini nasıl konumlandırdıkları sorusuna yoğunlaşacaktır. Bu yoğunlaşma, öncelikle Marx'ın Kültürel Çalışmalarda incelenmesi ve sonra da Dallas Smythe'ın çalışmalarına benzerliği üzerindeki güncel tartışmaların incelenmesi şeklinde olacaktır.

3-Çağdaş Kültürel Çalışmalar ve Karl Marx

Kültürel Çalışmalar, kökenleri Marksist düşünüşten etkilenmiş olan Richard Hoggart, Raymond Williams ve Edward P. Thompson gibi düşünürlerin çalışmalarına dayanan ve kültürü çözümleyen bir alandır. Bu bölüm, çağdaş Kültürel Çalışmalarda Marx'ın oynadığı role bakmaktadır, diğer bir ifadeyle belirli yaklaşımlarda kapitalizme, sınıfa, emeğe ve değere hangi rollerin atfedildiğini tartışmaktadır.

Giriş (3.1), erken Kültürel Çalışmalar, Stuart Hall ve 1990'ların ortasındaki Nicholas Garnham ile Lawrence Grossberg arasındaki tartışma için Marx'ın rolünü ele almaktadır. Sonraki bölümler üç çağdaş Kültürel Çalışmalar kitabını tartışmaktadır: Lawrence Grossberg'in Cultural Studies in the Future Tense [Gelecek Zamanda Kültürel Çalışmalar] (3.2) kitabı, John Hartley'in Digital Futures for Cultural and Media Studies [Kültür ve Medya Çalışmaları için Dijital Gelecekler] (3.3) kitabı ve Paul Smith tarafından derlenen The Renewal of Cultural Studies [Kültürel Çalışmaların Yenilenmesi] (3.4) isimli kitap. Üç yaklaşımın hepsi de Kültürel Çalışmalar alanında ekonomiye ilgi göstermenin önemini savunmakta ancak bunu yaparken Marx'ın rolünün ne olacağına ilişkin olarak oldukça farklılaşmaktadır.

3.1 Giriş

Karl Marx'ın çalışmalarının erken Kültürel Çalışmalar üzerinde önemli bir etkisi olmuştur. Bu nedenle, örneğin Raymond Williams

ilk kitaplarından biri olan *Culture & Society: 1780-1950*'de [Kültür & Toplum: 1780-1950] "sosyalizm ve komünizm şu anda önemli olduğu için Marksist kurama ilgi duydu"ğunu (Williams 1958, 284) belirtmiştir. Williams, "çeşitlilik ve karmaşıklığı" kabul eden, değişim içerisindeki sürekliliği| dikkate alan, "şansa ve belirli bir sınırlı otonomiye" izin veren ancak "ekonomik yapının gerçekleri ve buna bağlı toplumsal ilişkileri, hangi kültürün örüldüğüne ve takiben hangi kültürün anlaşılması gerektiğine ilişkin rehber koşul" olarak alan bir "Marksist Kültür Kuramı" öne sürmüş ve üzerinde çalışmıştır (a.g.e., 269).

Edward P. Thompson, insan deneyimi ve kültürünü vurgulayan bir Marksizm savunmuştur. Bu tür bir Marksizmi, politik olarak Stalinizme (Thompson 1957), kuramsal olarak soldaki Altusserci yapısalcılığa (Thompson 1978a) ve Lezsek Kolakowski gibi düşünürlerin öncülüğündeki Marx'a yönelik sağ kanat tepkilere (Thompson 1973) karşı savunmuştur. Thompson Marksist düşünüşün bu biçiminin, ilk olarak, Marx'ın "yabancılaşma, meta fetişizmi ve şeyleştirme yazılarında ve ikinci olarak da, onun, tarihte, kendi doğası üzerinden sürekli oluşturduğu insan kavramında" yer aldığını öne sürmüştür (Thompson 1978a, 165). Thompson'ın politik ve kuramsal girişimlerinin altında yatan politik perspektif sosyalist hümanizmdir, "Stalinizmin bir parçası olarak çınlayan (Parti, Marksizm-Leninizm-Stalinizm, iki kamp, İşçi sınıfının öncüsü [gibi]) soyutlamalar yerine gerçek erkek ve kadınları sosyalist kuram ve arzunun merkezine tekrar koyduğu için hümanist bir konumdur. Komünizmin devrimci perspektiflerini sadece İnsan Irkı veya Proletarya Diktatörlüğünde değil ayrıca gerçek erkek ve kadınlardaki devrimci potansiyel inancıyla yeniden doğruladığı için sosyalisttir." (Thompson 1957, 109).

1990'larda, Kültürel Çalışmalar ve Eleştirel Ekonomi Politik arasındaki tartışma, Nicholas Garnham (1995a, b) ve Lawrence Grossberg (1995) arasındaki bir fikir alışverişiyle doruğa çıktı. Eleştirilerin temel noktaları tablo 3.1'de özetlenmiştir. Garnham (1995a, 64) Kültürel Çalışmalar eleştirisini, ikincisinin "bağımlılık biçimleri ve mevcut kültürel pratiklerinin –ki Kültürel Çalışmalar buna analitik

öncelik verir– kapitalist üretim tarzı içinde temellendiğine ilişkin kendi iddialarının çıkarımlarını düşünmeyi" reddettiğini söyleyerek özetlemektedir. Garnham ve Grossberg arasındaki tartışma, Williams ve Thompson'ın ana çalışmalarını yazdıkları dönemden beri Kültürel Çalışmalarda temelde değişen bir şeyin, sınıf ve kapitalizm bağlamında Marx, Marksizm ve kültür çözümlemesinden çok derin bir uzaklaşmanın işaretçisidir.

Konu	*Nicholas Garnham*	*Lawrence Grossberg*
Kültürel Çalışmalar ile Eleştirel Ekonomi Politik arasındaki temel fark	Ekonomi Politik, sınıfı egemenlik yapısının anahtarı olarak görür: kapitalizmde, sınıf dışı egemenlik her zaman sınıf egemenliğiyle ilgilidir. Kültürel Çalışmalar sınıfı, toplumsal cinsiyeti, ırkı, vb. birbirinden bağımsız görür; ekonomiyi ve sınıfı dikkate almaz.	Ekonomi Politik bir tür sınıf/ ekonomi indirgemeciliği ve belirlenimciliğidir. Kültürel Çalışmalar açıkça söylenmiş farklılıkların bir çoğulculuğunu görür
Klasik Kültürel Çalışmalar yapıtlarının değerlendirilmesi	Williams, Hoggart ve Thompson işçi sınıfı kültürünü ve onun kapitalizme karşı mücadelesini vurgulamıştır.	Williams, Hoggart ve Thompson, insanların kendilerini ve dünyayı yansıttığı uygulamalara odaklanmıştır.
Üretimin çözümlemesi	Kültürel Çalışmalar kültürel uygulamalara öncelik verir ve onların kapitalist üretim tarzına dayandığını yok sayar.	Ekonomi Politik, üretimi kültürel endüstrilerle eşitler.
Tüketimin çözümlenmesi	Kültürel Çalışmalar, üretim/ çalışma/kurumlar yerine kültürel tüketim/boş vakte odaklanır. Kültürel Çalışmalar kültürün yorumlanmasını nedensiz ve her zaman dirençli, özgün ve ilerici olarak görür.	Siyasal tüketim ve günlük yaşamı çalışmayı gözardı eder. Tümü olmasa da Kültürel Çalışmalardaki bazı incelemeler popüler kültürü direnç kaynağı olarak över. Ekonomi Politik insanları edilgen olarak aklı çelinmiş kültürel ahmaklar ve kültürü sadece bir meta ve ideolojik araç olarak görür. Kültürel Çalışmalar, kurumların insanların kültürü nasıl yorumlayacağını denetleyemeyeceğini söyler. Kültürel Çalışmalar tüketicileri etkin olarak görür.
Hakikat ve etik	Kültüre Çalışmalar hakikat kavramını ve dolayısıyla etiği ve adil bir toplum için arayışı reddeder.	Hakikat ve yanlış bilinç gibi kavramlar seçkincidir.

Tablo 3.1 Nicolas Garnham ile Lawrence Grossberg arasındaki tartışma

Marx'ın çağdaş *geri dönüş*ünden önce, Marx'ın *ortadan kayboluşu* vardı. 1990'da, "Kültürel Çalışmalar: Şimdi ve Gelecekte" başlıklı konferansta StuartHall'un açılış konuşmasının başlığının "Kültürel Çalışmalarda Marksist Öğe" olacağı duyuruldu (Sparks 1996, 72). En sonunda programda onun "Kültürel Çalışmalar ve Kuramsal Miraslar" hakkında konuşacağı duyuruldu, bu, sunumun yayınlanan sürümünün de başlığıdır (Hall 1992/1996). Hall kendi Kültürel Çalışmalar yorumuyla Marx arasındaki sıkıntılı ilişkiyi anlatır. "Kültürel Çalışmalar ve Marksizmin mükemmel bir kuramsal uyum gösterdiği" bir anın hiç olmadığını söyler, bunun nedeninin de Marx'ın çalışmasının "büyük eksiklikler"idir: Hall'a göre, Marx "[...] kültür, ideoloji, dil ve simgesel hakkında konuşmamıştır". Belirli bir "indirgemecilik ve ekonomizm" ve "Avrupa merkezcilik", "Marksizme özgü" olacaktır (a.g.e., 265). Dolayısıyla "İngiliz Kültürel Çalışmalar ve Marksizmin karşılaşması ilk olarak sorunlu bir çarpışma olarak anlaşılmalıdır" (a.g.e.). 1990'lar ve 2000'ler, Marx'ın beşeri ve sosyal bilimlerden genel olarak kaybolduğu yıllardı. Hall genelleştirmekte ve hiçbir zaman varolmamış olan bir İngiliz Kültürel Çalışmalar türdeşliği oluşturmaktadır. Her ne kadar, Marx'la karşılaşması her zaman sorunlu olmuş olsa da ve o dönemlerde Marx'ın çalışmaları tarafından ilgisinin çekildiğini düşünse de, genellikle Althusser'in yapısalcılığıyla karşılaşmıştır. Kültürel Çalışmaların, Edward P. Thomson ve Raymond Williams gibi diğer temsilcileri Hümanist Marksizmin çekiciliğine daha çok kapılmıştır. Hall, Althusser'in çalışmalarıyla ilgilendiğinde, aynı esnada Edward P. Thomson kendi kuramsal ve yazınsal yeteneklerini Marksist-Hümanist bakış açısından Althusser'in keskin hicivli eleştirisini (Thompson 1978a) ve Marx ve Marksizme karşı bir kitap yayınlayan (Kolakowski 2005) eski bir Hümanist Marksist olan Leszek Kolakowski'ye karşı Marx ve Marksizmi savunmak için yazmak üzere kullanıyordu. Demek ki, Marksizmle uğraşmanın derinliği ve tanımlanması kuşkusuz Kültürel Çalışmaların çeşitli akımlarında farklı olmuştur. Stuart Hall (kendi epistemolojisine aykırı bir şekilde), Kültürel Çalışmaların ve Marksizmin kendi deneyimlerini ve dünya görüşünü çok fazla genelleştiren, hiç karmaşık olmayan, herhangi bir bağlama yerleştirilmemiş ve indirgemeci bir okumasını sergilemektedir.

Vincent Mosco (2009); Hogart, Williams, Thompson, Willis ve Hall'un "bağlantılı sınıf analizine güçlü bir bağlılık beslediğini" savunmaktadır (Mosco 2009, 233), ancak daha sonra Kültürel Çalışmaların "politik projeler ve amaçlara bağlılığı hakkında daha az açık" (229) hale geldiğini ve "Kültürel Çalışmaların, çoğu insanın uyanık saatlerinin çoğunu işgal eden emeğe dikkat çekmeye adandığına ilişkin bir örnek vermenin zor" (214) olduğunu söylemiştir. Colin Sparks, Stuart Hall'un Kültürel Çalışmalar yorumuyla Marksizm arasındaki ilişkiyi "Marksizme doğru ilerleyen ve Marksizmden uzaklaşan" (Sparks 1996, 71) şeklinde tanımlamaktadır. Sparks, Hall'un 1970'lerde yapısal Marksizmle *Krizi Yönetmek* (Hall vd., 1978) kitabıyla sonuçlanan yakın bir ilişki kurduğunu, daha sonrasında 1980'lerde Ernesto Laclau'nun yaklaşımının kullanımının etkisiyle "herhangi bir Marksizmle kendini kimliklendirmeden yavaş bir uzaklaşma" yaşadığını öne sürmektedir. Sparks için sonuçta oluşan "Kültürel Çalışmalar ve Marksizm arasındaki mesafe", "gerileyen bir harekettir" (a.g.e., 98). Marksizm ile Kültürel Çalışmaları "evlendirmek" hâlâ "önemli ve verimli bir proje" olarak kalacaktır (a.g.e., 99). Ernesto Laclau; Judith Butler ve Slavoj Žižek ile yaptığı bir üçlü konuşmada postmodern yaklaşımlarda "'sınıf'ı, söylenebilen [...]ırk, toplumsal cinsiyet, etnisite, vb. *-ve* sınıf" (Butler, Laclau ve Žižek 2000, 297) zincirine ek bir halka olarak "dönüştürme"nin yaygın bir dil oyunu olduğunu ve sınıfı kasten zincirin son öğesi olarak eklemenin onun önemsizliğini vurgulamak olduğunu kabul etmiştir. Laclau "sınıfların yapısökümü" hakkında konuşmaktadır (a.g.e., 296). Žižek, bu bağlamda bana göre doğru bir şekilde postmodernizm, Kültürel Çalışmalar ve postmarksizmin, "mücadelelerin indirgenemez çoğulculuğu"nu varsayarak, "'türünün en iyi örneği' olarak kapitalizm"i kabul ettiğini ve "herhangi bir gerçek mevcut kapitalist liberal rejimin üstesinden gelme çabasından" vazgeçtiğini söylemiştir (a.g.e., 95). Colin Sparks (1996, 92), Kültürel Çalışmalardaki Laclaucu hareketin [temelinin] "ırk, sınıf ve toplumsal cinsiyet 'kutsal üçlü'sünün üyelerinden her birine eşit ağırlık vermek" olduğunu savunmaktadır. Laclau'nun kendisine göre, yaklaşımının görevi kasıtlı olarak iktidarın diğer biçimlerinin yararına sınıfın önemini azaltmak ve görmezden gelmektir. Bugün,

Marx'ın çalışmalarına ve genel olarak ekonomiye ilginin geri döndüğü zamanlarda yaşadığımızı düşündüğümüzde medya, iletişim ve kültür çözümlemesinde Marx'ın hangi rolü oyması gerektiği ve eserlerinin bu gibi çalışmalarda asıl olarak hangi rolü oynadığı sorusu ortaya çıkmaktadır. Bu sorunun tartışmasına katkı sağlamak adına, bu bölüm, Kültürel Çalışmalar alanındaki seçili temsilcilerin güncel çalışmalarında Marx'ın rolünü irdelemekte ve medya, iletişim ve kültür çalışmaları bağlamında Marx'ın eserleri için yenilenmiş bir okuma ve yorumlama ileri sürmektedir.

Marx'ın kuramının Kültürel Çalışmaların öne çıkan temsilcileri tarafından yayınlanan üç kitap içerisindeki rolünü tartışıyorum: Lawrence Grossberg'in *Gelecek Zamanda Kültürel Çalışmalar*'ı (3.2. kısım), John Hartley'in *Kültür ve Medya Çalışmaları için Dijital Gelecekler*'i (3.3. kısım) ve Paul Smith tarafından derlenen, 27 katkıyı içeren *Kültürel Çalışmaların Yenilenmesi* derlemesi (3.4. kısım). Çağdaş Kültürel Çalışmalardaki çoğu yaklaşım, ekonominin daha fazla dikkate alınması gerektiğinde uzlaşmaktadır, ancak bu ekonomiyle meşguliyetin nasıl görüneceğine ilişkin bir uzlaşma yoktur. Bu bölümdeki konumlanış medya, iletişim ve kültür çözümlemesinin, Karl Marx'ın eserlerinin irdelenmesi ve yorumlanmasıyla derin bir uğraş gerektirdiği şeklindedir (3.5. kısım).

Seçilen üç kitabın Kültürel Çalışmaların Marx ve Marksist kuramla ilişkisini nasıl tartıştıklarını gözden geçirdim. Kitaplar son üç yıl içerisinde yayınlanmıştır, bu yüzden oldukça günceller ve kendilerini Kültürel Çalışmaların geleceğini yansıtmakla görevlendirmişlerdir. Bu halihazırda üç eserin de başlığında belirtilmiştir: *Gelecek Zamanda Kültürel Çalışmalar* (Grossberg 2010), *Kültür ve Medya Çalışmaları için Dijital Gelecekler* (Hartley 2012) ve *Kültürel Çalışmaların Yenilenmesi* (Smith 2011b). Grossberg'in başlık seçimi, kitabın Kültürel Çalışmaların geleceğine ilişkin bir zemin hazırladığını belirtmektedir. Hartley bir adım ileri giderek başlıkta Kültürel Çalışmaların gelecekte nasıl gözükmesi gerektiğine ilişkin kesin bir cümle içermekte: bu alanın dijital medya çözümlemesine odaklanmasını istiyor. Paul Smith'in kitabının başlığı da Kültürel Çalışmaların geleceğine yönelik olsa da,

Grossberg ve Hartley'den farklı olarak epeyce normatif bir ifade olup, Kültürel Çalışmalarda bir sorun olduğunu ve dolayısıyla yenilenmesi gerektiğini söylemektedir.

İngiliz Kütüphanesi kataloğunda "Kültürel Çalışmalar" anahtar kelimesini kullanarak 2010-2013 yılları arasındaki kitap başlıklarında arama yaptım (tarih: 2 Şubat 2013). Arama, her iki kelimeyi de başlıklarında içeren ve Kültürel Çalışmalar akademik alanına atıf veren 47 sonuç üretti. Bu kitapların çoğu giriş düzeyindeydi ve *Kültürel Çalışmalara Giriş, Bilişsel Kültürel Çalışmalara Giriş* veya *Amerikan Kültürel Çalışmalar: Amerikan Kültürüne Bir Giriş* gibi başlıklara sahipti. Dolayısıyla bu kitapların çoğu Kültürel Çalışmalar tarihinin çeşitli yönlerini belgelendirmeye yönelikken, sadece az bir kısmı Kültürel Çalışmaların güncel durumu ve olası geleceğiyle ilgilidir. Buna karşın, seçilen üç kitap tam olarak güncel olanı eleştirel olarak değerlendirme ve Kültürel Çalışmaların geleceğini inşaya yardımcı olma amacına sahipti, bu nedenle de daha ileri bir çözümlemeye uygundu.

Üç kitabın ortak noktası çağdaş Kültürel Çalışmalarda bir sorun [olduğunu] ve gelecek için bir görev [ön]görmeleridir. Grossberg için sorun, "Kültürel Çalışmalar ismi altında gerçekleşen çok sayıda çalışma tamamen atıl hale gelmiştir" (Grossberg 2010, 2) şeklindedir. Hartley için sorun, medya ve Kültürel Çalışmaların "hem politik hem de şirketsel bambaşka uçlarda olan zevk düşkünü tüketicileri sömürüyor gözüken karanlık güçlerce her taraftan kuşatılmış [...] gündelik kültürel uygulamalar"ı gören medyanın yayıncılık modelini baz alması ve bu modele bağlı olmasıdır (Hartley 2012, 1). Smith için sorun, Kültürel Çalışmaların bir taraftan her zaman "bazı politik etki biçimleri için bir tür artık arzu" (Ross ve Smith 2011, 245) içermesi, ancak diğer taraftan kurumsallaşmasıyla bu arzunun "hayalet uzuv[1] benzeri bir şeye dönüş"ecek (a.g.e., 246) olmasıdır. Bunun için üç kitap da Kültürel Çalışmalarda bir krizin olduğunu fark ettikleri ve bu çalışma alanında bir değişimin olması gerektiğini kavradıkları için ortaktır. Çağdaş toplumun yoğun krizine, akademik düzeyde Kültürel

[1] Hayalet Uzuv Sendromu: Çeşitli nedenlerle beslenmesi engellenen, hastalık taşıyan ve fonksiyon kaybına neden olan uzuvların kemiği ile birlikte kesilmesinden sonra uzuvların (kol, bacak vs.) ve uzuvlarla ilgili ağrıların hâlâ hissedilmesi hali (ç.n.).

Çalışmaların yoğun bir krizi eşlik etmektedir. Bu, en azından insanın, hepsi de Kültürel Çalışmaların en etkileyici çağdaş şahsiyetleri arasında kabul edilebilecek bu yazarlar tarafından yazılmış kitapları okuduğunda edindiği izlenimdir.

Kitapların hepsi Kültürel Çalışmalar için bir gelecek görevi tanımlıyorlar. Grossberg için görev, "Kültürel Çalışmalar için, kendi entelektüel ve politik tarihinden bir vizyon inşa etmektir" (Grossberg 2010, 3). Kitabı, "şimdi ve gelecek açısından Kültürel Çalışmalar incelemesi için bir yapılacak işler listesi oluşturma çabası"dır ve "çağdaş dünyalara ve onları oluşturan mücadelelere yanıt verebilecek bir Kültürel Çalışmalar üretme"dir (a.g.e.). Hartley için görev, Kültürel Çalışmalarda bir iyileştirme yapmaktır, böylece dijital medyayı ve "iletişimin diyalojik modelini" dikkate alabilecektir (Hartley 2012, 2). Paul Smith'in derlemesi için görev, "Kültürel Çalışmalar için yeni tür bir kimlik tanımlamaya yardım" (Smith 2011a, 2) etmek ve "Kültürel Çalışmalar ne yapmaktadır ve yapmalıdır?" sorusuna yanıtlar vermektir (a.g.e., 3). Bu görevler, Kültürel Çalışmaları dönüştürmek istedikleri biçimler açısından farklılaşmaktadır ancak Kültürel Çalışmalar krizi hususunda ve onun yeniden inşasına katkı sağlama konusunda ortaklaşmaktadırlar.

Kitapları yayınlanma tarihlerine göre tartışacağım, dolayısıyla Lawrence Grossberg ile başlıyorum.

3.2 Lawrence Grossberg: *Gelecek Zamanda Kültürel Çalışmalar*

Grossberg (2010, 16), Kültürel Çalışmaların "gerçekliğin karmaşıklığını tek bir varoluş alanı veya düzlemine indirmeyi" yadsıyarak karmaşıklığa odaklandığını öne sürer. Kültürel Çalışmalar "kesin olarak indirgemeci[lik] karşıtı" (a.g.e, 17), bağlamsal ve evrensellik ve eksiksizliğe karşıdır (a.g.e). "Radikal bağlamsalcılık Kültürel Çalışmaların bağrında yatar" (a.g.e., 20). Bu bağlamsallık Stuart Hall'un eklemlenme kavramının kullanımında, "ilişkiler kurma, bozma ve ilişkileri ve bağlamları yeniden kurma, eski ilişkilerden ve ilişki ol-

mayanlardan yeni ilişkiler oluşturma dönüştürücü uygulama veya çalışması" şeklinde dile getirilmiştir (a.g.e., 21). Kültürel Çalışmalar, "bütündeki heterojenliği, farklılıkları, kırılmaları keşfetmeye" odaklanır (a.g.e., 22). İktidar "birbirine indirgenemeyen birçok eksen ve boyutlar"a sahiptir (a.g.e., 29). "Bağlamlar her zaman diğer bağlamlarla ilişki içerisindedir, çok boyutlu ilişkiler ve bağlantıların karmaşık kümelerini üretirler" (a.g.e., 31). "Karmaşıklık, durumsallık, çekişme ve çeşitliliğe bağlılık", "Kültürel Çalışmaların alamet-i farikası"dır (a.g.e., 54).

Grossberg, günümüz Kültürel Çalışmalarında ekonomik açıdan önemli bir rol görmektedir. O, Kültürel Çalışmaların "indirgemecilik ve özcülük biçimlerine düşmeden ekonomik sorunlarla boy ölçüşme[si] ve meşgul olma"sı gerektiğini öne sürer (a.g.e.), ki bu da mantıksal olarak önceden ekonomik sorunlara ilişkin bir ihmal ve önemsememezlik olduğu anlamına gelir. Grossberg Kültürel Çalışmaların "ekonomi sorunlarını daha fazla ciddiye alması gerekir"i savunmaktadır (a.g.e., 105). Bunu "ekonomi politiğin birçok biçiminin yaptığı gibi indirgemeciliği tekrar üretmeyecek" şekilde yapması gerektiğini söyler (a.g.e.). Grossberg, Kültürel Çalışmalar ve Medyanın Marksist/ Eleştirel Ekonomi Politiği arasındaki tartışmayı anımsatarak, Kültürel Çalışmaların "ekonomik ve sınıf indirgemeciliği"ne karşı olduğunu söylemekte ve "toplumsal gerçekliğin her açıklamasının neticesini ekonominin belirleyebileceğine inanma"yı reddetmektedir (a.g.e). Paul Smith bu bağlamda Kültürel Çalışmalar alanı içerisinde bazı Kültürel Çalışmalar araştırmacılarının Marksizmin "indirgemeci" ve "ekonomik belirlenimci" olduğuna ilişkin iddialarının "ekonomik olandan kaçınmak" için kullanılan bir söylem olduğunu öne sürmektedir (Smith 2006, 337). Sonuç "nesneyle ilişkili olarak anarşist veya nihilist bir tutum" olabilir (a.g.e., 338). Sonuç olarak, Kültürel Çalışmalar "sayısız çıkmaz sokak ve krizleri" izlemiş olabilir ve "en iyi entelektüel ve politik arzularını gerçekleştirmekten" alıkoyulmuş olabilir (a.g.e, 339).

Grossberg'in ekonomiyle Kültürel Çalışmaları uzlaştırma yaklaşımı Marx'ın emek değer kuramının bir tartışmasıyla başlamaktadır

(Grossberg 2010, 151–165). "Köklü bir şekilde bağlamsal bir değer kuramı ve dolayısıyla Marx'ın emek değer kuramının köklü bir şekilde bağlamsal bir okuması"nı savunmaktadır (a.g.e., 156). Grossberg, değer kavramının merkezini emek kavramından kaydırmayı hedeflemekte, bu nedenle onu betimleme, arzu, tekillik ve neyin iyi ve arzu edilen olduğuna ilişkin düzey için bir ölçüt şeklindeki daha geniş anlamıyla yorumlamaktadır (a.g.e., 158–159). "Değerlerin çeşitliliği, yayılımı ve zorunsuzluğu" (a.g.e., 122) varsayımına dayanan bir "genel değer yasası" önermektedir (159). Değer, her türlü artının üretimini içerecektir, böylece "hakikat", "her zaman, gerçekten fazla ve daha büyük"tür (a.g.e., 160). Çağdaş kriz, "orantılılık [commensuration] krizleri" (a.g.e.) ve çeşitli farklılıkları ölçme/değerlendirme yetersizliği düzeneğiyle oluşmaktadır, bu da "ötekinin imhasını" (168) talep eden dinsel, politik, ekonomik, entelektüel ve finansal aşırı tutuculuklara (167–168) yol açmaktadır. Finansal kriz, "orantılandırılamayan, yani değeri ölçülemeyen, muazzam bir finansal ('zehirli') kıymetler kümesinin varlığından" (a.g.e, 167) kaynaklanmaktadır, ancak orantılılığın eş zamanlı krizlerinden yalnızca birinin biçimini alacaktır. Araştırma Değerlendirme Uygulaması [Research Assessment Exercise – RAE], "sunulan her bir araştırma etkinliği için nitelik profili" (www.rae.ac.uk) üretme amacıyla Birleşik Krallık'ta yapılan bir araştırma değerlendirmesidir. RAE, araştırmanın niteliğini ölçmeye ve dolayısıyla yükseköğretim kurum ve bölümlerini karşılaştırmaya ve sıralamaya çalışır. Sonuçların bütçe tahsisinde etkileri vardır. 2008 yılı RAE sonucuna göre Middlesex Üniversitesi tarafından Felsefe'nin "değerlendirme birimi" alanında sunulan araştırmaların %45'i 3* (uluslararası ölçekte mükemmel) ve %20'si 4* (dünyada önde gelen) olarak sınıflandırılmıştır, bu da toplam olarak %65'in mükemmel (4* + 3*) araştırma olduğunu gösterir. Yedi kurum daha iyisine, sekiz kurum (Cambridge ve Oxford dahilolmak üzere) aynı dereceye ve 26 kurum ise daha kötü sonuçlara ulaştı. Bu değerlendirmeye göre, Middlesex Üniversitesi'ndeki Felsefe oldukça iyidir. Nisan 2010'da, Middlesex Üniversitesi, "basitçe finansal" nedenler ve "Üniversitenin başka konulara kaynak kaydırması durumunda daha fazla gelir elde edeceğine inandığı gerçeğine dayanarak" bütün Felsefe programlarını

kapatacağını ve bu alandaki işe alımlara son vereceğini ilan etmiştir.[2] Duyuruyu protestolar, işgaller, personelin ve öğrencilerin uzaklaştırılması, üniversite yönetimine Étienne Balibar, Judith Butler, David Harvey, Martha Nussbaum veya Jacques Rancière gibi önde gelen entelektüellerce imzalanmış birçok protesto mektubunun gönderilmesi ve Modern Avrupa Felsefe Merkezi'nin kurumsal olarak Middlesex Üniversitesi'nden Kingston Üniversitesi'ne yer değiştirmesi takip etmiştir. 2012'de, Middlesex Üniversitesi web sayfasında[3] felsefe alanında hiçbir ders ve araştırma belirtilmemişti, üniversitede felsefenin varlığına resmen son verilmişti. 2011 yılında, Londra Metropolitan Üniversitesi ve Greenwich Üniversitesi de Middlesex Üniversitesi'ndekine benzer tartışmalarla yüz yüzeydi. Modern üniversiteler aydınlanma ülküsüne dayanmaktadır, dünyayla birlikte toplum hakkında insan bilgi birikiminin ilerlemesini amaçlayan sistematik bilgiyi biriktirmektedirler. Bu birikim sürecinde, üniversiteler birbirleriyle yarışırlar. Kapitalist sanayi ve hükümetler biriken bilimsel bilgi birikimini uygularken, modern ekonomideki işgücü ve yönetim, yükseköğretimle yaratılmış olan birikmiş eğitsel yetenekleri uygularlar. 1895 yılında kurulan Nobel Ödülü kimya, ekonomi, edebiyat, tıp, barış ve fizik alanlarında üniversitelerin ve bilginin rekabete dayalı değerlendirilmesi için modern bir özelliktir. Modern üniversiteler doğası gereği birikimin, rekabetin ve sıralamanın ekonomik mantığı aracılığıyla biçimlendirilmektedir. Aynı zamanda, üniversite ayrıca tam da birikim mantığını ve sonucunda ortaya çıkan toplumdaki eşitsizlikleri genel olarak sorgulayan karşı kültürün, eleştirel fikirlerin ve politik protestoların oluşumu için de bir yörünge ve mekân olmuştur. Nitelik değerlendirmesinin kurumsallaşmasındaki önemli bir adım, bugün ticari bir yayın şirketi olan Thomson Reuters'ın sahibi olduğu Bilim Atıf Dizini'nin 1960 yılında oluşturulmasıdır. Dizin doğa bilimlerinde başlatılmış ama daha sonra beşeri bilimleri (Sanat ve Beşeri Dizin) ve sosyal bilimleri (Sosyal Bilimler Atıf Dizini) kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Ülke geneli araştırma değerlendirmeleri (örneğin

[2] http://savemdxphil.com/2010/04/28/middlesex-university-announces-the-closure-of-its-top-rated-department-philosophy/ (erişim tarihi: 8 Ağustos 2013).

[3] Bkz. www.mdx.ac.uk (erişim tarihi: 30 Ağustos 2012).

RAE) ve küresel üniversite sıralamaları henüz çok yeni gelişmelerdir. İlk RAE 1986 yılında Thatcher hükümeti yönetiminde yapılmıştır. İlk Times Yükseköğretim Dünya Üniversite Sıralaması 2004 yılında yayınlanmıştır. Dünya Üniversiteleri Akademik Sıralaması 2003'ten beri yapılmaktadır.

Bu görüngüler, ekonomik mantığın modern üniversite sisteminin içkin bir özelliği ve neoliberal dönemde yükseköğretim ve araştırmanın tasarrufunun üniversitelerin daha da güçlü bir özelliği haline geldiğinin göstergeleridir. Middlesex Üniversitesi'nde felsefenin kapanması, gelir üretme ve sanayi mantığının boyunduruğuna almanın zor olduğu bu çalışma alanlarından, programlardan ve ilgili alanlarda çalışan insanlardan vazgeçilmeye eğilimli olunduğunun bir göstergesidir. Bu örnekte, tasarrufun bütün çelişkileri tamamen belirgindir: her ne kadar tasarrufun bir biçiminde (araştırma değerlendirme) oldukça iyi sonuçlar alınsa da, Middlesex Üniversitesi'ndeki felsefe bölümü bir başka tasarruf biçimi (mali gelir) nedeniyle kapatılmıştır, üniversite yönetimi ilgili bölümün yeterli mali gelir üretmediğini düşünmüştür. Bu örneği seçmemin nedeni modern kültürün ve çağdaş modern kültürün özellikle ekonomik mantıkla nasıl biçimlendirildiğini göstermesidir. Modern toplumun merkezi (manevi) değerinin (ekonomik) değer olduğunu göstermektedir. Lawrence Grossberg'in yaydığı "radikal bağlamsallık", birikim ve paranın ekonomik mantığının modern toplumda oynadığı özel görevi kavramaya izin vermemektedir. Bağlamsallık, çok boyutluluk, heterojenlik ve ayrım gibi başlıklar altına gizlenmiş tuhaf bir görecilik türünü geliştirir. Modern toplum kesinlikle birbiriyle etkileşimli ve birbirinden bağımsız birçok katmandan (ekonomi, politika, günlük yaşam, özel yaşam, kamusal alan, medya, yükseköğretim, sağlık ve bakım, doğa, sanat, eğlence, spor, vb.) oluşma bakımından karmaşıktır, ancak bu katmanlar arasındaki iktidar ilişkilerini çözümlemeye izin veren kavramsal bir araca ihtiyaç vardır. Belirli bir durumdaki, aşamadaki veya toplumsal "koşuldaki" bütün katmanların ve aktörlerin aynı iktidara sahip olması ihtimal dışıdır. Kapitalizmde ekonomik katmanın her zaman baskın (buna karşın her zaman belirleyici değil) katman olduğuna ilişkin belirtiler mevcuttur. "Radikal bağlamsallık", iktidar *ilişkilerini* ve iktidar *bölüşümlerini*

(ve sonuç olarak iktidar mücadelelerini) yeterli bir şekilde çözümleyemeyen ve iktidarı birden çok katmanda bağımsız olarak kurulan olarak gören ikicil bir görecilikle sonuçlanmaktadır. Bu şekildeki bir konumun reddi kapitalizm ve egemenliğe karşı mücadelelerin imkânsız olduğu anlamına gelmez, ancak modern toplumda bütün mücadelelerin zorunlu olarak özel bir öneme sahip ekonomik bir boyuta sahip olduğu anlamına gelir. Sadece birçok iktidar katmanı olduğu değil, ayrıca bu katmanların birbiriyle mücadelelerle belirlenen çeşitli boyutlarda *ilişkili* olması da önemlidir. Radikal bağlamsallık, iktidarı, iktidar ilişkileri olarak değil de bağımsız kaplar olarak çözümleme ve kavrama tehlikesine sahiptir. Grossberg bütün toplumsal katmanların eşit önemini türetiyor, ki bu da Marksist kuramı bir "genel değer kuramı" pahasına ortadan kaldırmakta ve (medya ve Kültürel Çalışmalarda Marksist Ekonomi Politik tarafından özellikle vurgulanan) ekonominin biçimlendirici rolünü ve özel önemini vurgulayan bütün çabaları "ekonomik ve sınıf indirgemeciliği", ekonomizm, sermaye merkezciliği, özcülük ve benzeri şekilde sınıflandıran bir sonuca yol açmaktadır. Grossberg, her iki tarafı birbirlerinin "müttefiki olarak" saygıya davet etemektedir(Grossberg 2010, 201) ancak aynı zamanda en şiddetli ifadesini Nicholas Garnham ile yaşadığı, "hiçbir zaman evlenmediğimiz için boşanmaya ihtiyacımız yok" diyerek Kültürel Çalışmalar ile Medya ve Kültürün Ekonomi Politiğini "uzlaştırmaya ilişkin daveti reddetmesi" gerektiği sonucuna vardığı (Grossberg 1995, 80; ayrıca bkz. Garnham 1995a, b) tartışmada bulan Marksist Ekonomi Politiğe karşı eski önyargıları korumaya devam etmektedir.

Grossberg Kültürel Çalışmalar içerisinde ekonomiyle daha fazla ilgilenme için çağrıda bulunmaktadır. Bunu ekonomiyle daha fazla uğraşarak yapmaktadır, ekonomik indirgemecilikten kaçınmak ve Marx'ın diyalektiğine dayanarak ekonomiyi bir çelişki olarak kavrayabilmek için değer kavramının genişletilmesi gerektiği savını ortaya koyup reddettiği Marx'ın emek değer kuramı da bu uğraşın içerisindedir. Böylece, Marx'ı ve emek değer kuramını yadsımak ve yerine kültürel ekonomi üzerine göreli bir yaklaşım kullanmak amacıyla Marksist maskeli bir sav (çelişkilerin önemi) hazırlamış oluyor. Toby Miller bu bağlamda Grossberg'in ekonomi politik yaklaşımını karika-

türize ettiğini öne sürer ve ondan "Marksizm karşıtlığını tekrar düşünmesini" ister çünkü [Marksizm] "yanlış hedef"tir (Miller 2011, 322).

John Hartley tarafından yazılmış güncel bir kitap, Kültürel Çalışmaları ekonomiye bağlayan fikri ilerleten bir başka öne çıkan yaklaşımı sunmaktadır.

3.3 John Hartley:
Kültür ve Medya Çalışmaları için Dijital Gelecekler

John Hartley (2012), "herkes[in] üretici" (3) olduğu bir "iletişimin diyalojik modelini" (2) tanımlar ve bu modelin medya ve Kültürel Çalışmalar için etkilerini tartışır. Genel savı, sosyal ağların ve kullanıcı tarafından içerik üretimini ve yayılımını destekleyen çevrimiçi platformların artışıyla beraber gazetecilik, kamusal alan, üniversiteler, kitle iletişimi, yurttaşlık, arşivler ve diğer kurumlar daha da demokratikleşmiştir, çünkü "insanlar tüketimde olduğu kadar üretimde de daha fazla söze sahiptir" (a.g.e., 14). Bu gelişmeler "tüketici yenilikçiliği"nin (a.g.e.,25), sosyal ağ pazarlarının (48) ve mikro-üretkenliğin (52) ortaya çıkmasıyla ilerleyebilirdi. Hartley, Grossberg'in Kültürel Çalışmaların krizde olduğu değerlendirmesini paylaşmaktadır. Kültürel Çalışmalar, enerjisini ve maceracılığını yitirmiş ve "makro düzeye yeterince dikkat etme"yen "sonsuza kadar genişletilebilir mikro düzey" çözümlemelerde kaybolmuştur (a.g.e., 28). Hartley, Grossberg gibi, Kültürel Çalışmaların "ekonomiyle sürekli bir diyalogtan hoşnut kalmadığını" ve "ekonomi *içerisindeki* çalkantılı değişimlerden uzak durduğunu" saptar (a.g.e., 35). Hartley, Marksist Ekonomi Politiğin kültürün ekonomisine ilgi gösterdiğini kabul etmekte (Chomsky, Garnham, Miller ve Schiller'e değinmektedir, a.g.e.), ancak bu yaklaşımın "önceden neyin yanlış olduğunu bilerek, çok iddialı olduğunu" (46) ve "bütün sistemler için tek nedenli belirlenimler" (55) varsaydığını öne sürmektedir.

Hartley'in ekonomiyi Kültürel Çalışmalar içine yerleştirme yorumu "Kültürel Bilim 2.0" olarak adlandırılmaktadır ve o da bu hedefine evrimsel ekonomi kullanarak ulaşmak istemektedir. Hartley'in bu yorumu, kültürel endüstrilerde değerin, günümüzde sosyal ağlardaki

yurttaşların ve kullanıcıların ortak yaratıcılığından devingen olarak ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Hartley, mecazen evrimsel sistemler kuramı, karmaşıklık kuramı ve öz örgütlenme kuramının dilini kullanmaktadır ancak bu kuram yaklaşımının kavramlarını (kontrol parametreleri, kritik değerler, dalgalanmalar, geri bildirim döngüleri, dairesel nedensellik, doğrusal olmama, çatallanma, kendi kendini yaratma, düzensizlikten düzen, ortaya çıkma, açıklık, simetri frenleme, sinerjizm, öngörülemezlik, vb. gibi) sistematik olarak İnternet'e uygulamakta başarısız olmaktadır. (Eleştirel olma niyetindeki bir başka yaklaşım için bkz. Fuchs 2008.) Hartley ayrıca, Friedrich August Hayek (kendiliğinden düzen kavramı) ve Niklas Luhmann (işlevsel farklılık ve kendine başvurma kavramları) gibi düşünürlerin neoliberalizmi ideolojik olarak meşrulaştırmak için öz örgütlenme ve karmaşıklık dilini kullandıkları gerçeğiyle de ciddi olarak çatışmamaktadır (bkz. Fuchs 2008 2 ve 3. bölümler). Hartley (2012, 57) sadece kısaca, yaklaşımının "neoliberalizmin bahanesi" olup olmadığını sormaktadır. Bu soruya, *Adbusters* dergisinin de bir ara evrimsel ekonomiye olumlu göndermede bulunduğu gerçeğine dayanan olumsuz bir yanıta sahip. Aynı Hartley'in (2005) önceki çalışmalarından birinde olduğu gibi, insan, *Kültür ve Medya Çalışmaları için Dijital Gelecekler* kitabının da, "girişimci özünü beslemek" amacına sahip "bir yönetim danışmanı tarafından yapılan bir Powerpoint sunumu" (McGuigan 2006, 373) olduğu izlenimi edinmektedir. Hartley, kültürel çözümlemenin bir taraftan "Williams/Hall geleneğinde 'eleştirel'" bir yaklaşımla, diğer taraftan "katılımcı medyanın oldukça olası kurtuluşçu imkânını" (Hartley 2012, 182) yayan "Fiske/Hartley" geleneğiyle betimlenen romantik bir yaklaşımla şekillendiğini söylemektedir. Eleştirel ve romantik karşıtlığı, mantıksal olarak, Hartley'in kendi yaklaşımını eleştirel olmayan bir şekilde değerlendirdiğini göstermektedir. Dolayısıyla, Hartley romantik gelenekte kalmayı ve Kültürel Çalışmaların "yöntembilimsel bir amaç olarak 'eleştiri'den bir yöntem olarak evrime" dönmesi düşüncesini yaymaktadır (a.g.e., 183). Hartley'e göre kuramın odağı eleştirel çalışmalardan evrime kayma olmalıdır. O, eleştirel olmayan evrimsel Kültürel Çalışmalar şeklinde isimlendirebilecek bir şeyi savunmaktadır.

Hartley'in ulaştığı sonuç şudur: İnternet kendi kendine örgütlenen bir ağdır, içerisinde "herkes herkesle ağ oluşturmuştur" ve bu sistem demokrasi ve diyalojik iletişim için yeni bir kaynak oluşturmaktadır. Hartley, ne bu "demokratik kendi kendine örgütlenen ağ"a herkesin erişiminin olmadığı şeklindeki temel karşıt savı dikkate almaktadır: Ağustos 2012'de dünya nüfusunun %32,7'sinin ve bütün Afrikalı'ların sadece %13,5'inin İnternet'e erişimi vardı.[4] Ne de Twitter, Facebook, YouTube ve benzeri ortamlarda bazıları (özellikle büyük şirketler, yerleşik politik özneler ve ünlüler) diğerlerinden "daha eşittir", toplumun gerçek iktidar eşitsizliklerini yansıtan daha fazla görüntüleme, tıklama, arkadaş ve bağlantıya sahiptir şeklindeki savı dikkate almaktadır (bu savın daha ayrıntılı bir biçimi için, bkz. Fuchs 2011a, 7. bölüm; Fuchs 2013). Hartley (2012, 56) sosyal ağ pazarlarının merkezler içerdiğinden ve seçkinlerin boyunduruğu altında olduğundan söz etmektedir ancak bu çözümleme toplumdaki iktidar eşitsizlikleriyle sistematik bir şekilde bağlantılı değil. Daha çok Hartley'in bu tür pazarları her şeye rağmen demokrasinin bir diyarı olarak var saydığı görülmektedir. Çünkü insanların, eğer şanslı ve çok çalışkanlarsa, kullanabildikleri ve bu seçkinlerin, en azından kısa bir süre için, bir parçası olabildikleri iletişimsel araçlara sahipler. Bu mantık neoliberalizmin başarım, bireycilik ve başarı, başarısızlık ve çöküşler için kişisel sorumluluk vurgusunun merkezindedir. Hartley sosyal medya çağındaki istismarlara ve toplumdan dışlanmışlara, diğer aygıtlarla birlikte iPod ve iPad üreten fabrikadaki kötü çalışma koşullarına katlanamadığı için 2010 yılında 17 yaşında bir binanın tepesinden atlayarak intihara yeltenen ve şu an belden aşağısı felç olan bir Foxconn işçisi Tian Yu gibi insanlara veya Demokratik Kongo Cumhuriyeti gibi ülkelerde EİT üretimi için hammadde olarak kullanılan kalay taşı, volframit, koltan, altın, tungsten, tantalum veya kalay gibi "çatışma madenleri[5]"ni çıkaran köleler olarak çocuklara ilişkin hiçbir sempati göstermemektedir. Hartley'in çağdaş dijital medyayla uğraşısında tek

[4] www.internetworldstats.com/stats.htm (erişim tarihi: 30 Ağustos 2012).

[5] Çatışma madenleri, milisler ve isyancı grupların, çoğu zaman şiddetli çatışmaları için satışından elde edilen para ile fon sağladıkları tantal, kalay, tungsten ve altın gibi madenleri ifade etmektedir (ç.n).

eksiklik bu gibi öyküler değildir, ayrıca o tercihen yüksek sosyo-ekonomik eşitsizlik ve genç işsizliğinin olduğu bu zamanlardaki "yeni ekonomik demokrasi"nin (Tapscott ve Williams 2007, 15) ortaya çıkışını öne süren iş çevrelerinin bildirilerindeki aynı mesajları aktarmakta ve onların diliyle konuşmaktadır. Hartley Facebook ve Google gibi şirketlerin sahiplerinin çıkarlarını temsil etmektedir.

Paul Smith, diğer şeylerin yanında yine Kültürel Çalışmalar ile Ekonomi arasındaki ilişkiyi tartışan bir derleme kitabı hazırlamıştır.

3.4 Paul Smith: *Kültürel Çalışmaların Yenilenmesi*

Kültürel Çalışmaların Yenilenmesi Paul Smith tarafından derlenen (2011b) ve 27 katkıyı içeren bir kitaptır. Katkıların çoğu Grossberg ve Hartley'le ekonomik gereksinimlerin Kültürel Çalışmalar tarafından ciddiye alınması gerektiği ve geçmişte bunun çok fazla ihmal edildiği görüşünü paylaşmaktadır. Ancak bu kitap ile Grossberg ve Hartley'in kitapları arasında derin bir farklılık vardır ki, o da Marx ve Eleştirel Ekonomi Politik ile ilişkisidir. Smith'e göre "İngiliz Kültürel Çalışmaları, Marksist düşünüşün giderek artan şüphesinin bir anlatısıdır" (Smith 2011a, 5). Kültürel Çalışmalar "Marksist olarak görülmemek için yoğun bir arzu"ya sahiptir (Rossve Smith 2011, 252). Sonuç, "Kültürel Çalışmalar uygulamasının giderek artan ilgisizliği" olmaktadır (Couldry 2011, 10). Paul Smith Kültürel Çalışmaların politik olarak ilgisizleştiğini ve dolayısıyla "hayalet uzuv" gibi olduğunu öne sürmektedir (Rossve Smith 2011, 246). Girişte, Smith (2011a), Kültürel Çalışmaların an itibariyle ne yapması gerektiği sorusunu sormaktadır. Derlemede kendisinin verdiği ve çoğu katkı verenin üzerinde anlaştığı yanıt "ekonomi politiğe artan bir ilgi, dirilmiş bir Kültürel Çalışmalar için sine quanon, yani olmazsa olmazdır." (a.g.e., 6).

Smith'in derlemesindeki neredeyse bütün yazarlar Kültürel Çalışmaların emeği ve ekonomiyi ihmal ettiği ve bunları ciddiye alması gerektiği kavrayışını paylaşmaktadır. Bunun için örneğin Andrew Ross "bu indirgemeci bir açıklama olsa da olmasa da, şu açıktır ki emek, çalışma ve işyeri politikası [Kültürel Çalışmalarda] sürekli olarak ihmal edilmiştir" demektedir (Rossve Smith 2011, 252). Nick Couldry bu

görüşü desteklemektedir: "Neoliberal söylemin ve eşitsizlik, dışlama ve piyasa köktenciliğine dayanan özel bir küreselleşmenin otuz yılından sonra, [Andrew] Ross tarafından ön plana alınan emek konusu oldukça merkezidir. İnsanların çalıştıkları (veya iş aradıkları), belki oy kullandıkları ve kesinlikle tüketim yaptıkları ekonomi ve toplumu nasıl deneyimlediklerine ilişkin geniş kapsamlı soruları irdelemeyen bir (hem politik hem de toplumsal olarak anlaşılan) Kültürel Çalışmalar 'projesi'ni tahayyül etmek zordur" (Couldry 2011, 10–11). Vincent Mosco (2011, 230) "emek, iletişim ve Kültürel Çalışmaların kör noktası olarak kalmaya devam ediyor" ve bu nedenle "emek, Kültürel Çalışmaların yenilenmesi için tasarıların veya yapılacak işlerin başlarına yerleştirilmelidir" görüşünü öne sürmektedir. S. Charusheela (2011, 177) "Kültürel Çalışmaların ekonomiye yeterince dikkat etmediği yıllardır süren bir savdır" diyor. Bu çözümleme gösteriyor ki, Smith'in (2011) kitabına katkıda bulunanların çoğu Kültürel Çalışmaların Marksist kurama, emek ve sınıf çözümlemesine ve Eleştirel Ekonomi Politiğe dayanan Marksist Kültürel Çalışmalar şeklinde kendisine yeniden yön vermesi gerektiğine inanmaktadır. Bu yüzden, örneğin, Max Gulias (2011) Kültürel Çalışmaların, "Marksist emek kuramını yeniden değerlendirme"ye ihtiyaç duyacak olan Marksist bir yöntembilime ihtiyaç duyduğunu, ancak çoğu "Marksist olmayan Kültürel Çalışmalar"ın ise tüketici-izleyici ile oluşturulmuş işaret sistemlerine kafa yormaya ve kapitalizmdeki insanların emeğini umursamamaya devam edeceğini öne sürmektedir (a.g.e., 149). Randy Martin (2011) finansallaşmanın Kültürel Çalışmaların yenilenmesi ve Marksizme dayanması için anahtar mesele olduğunu öne sürmektedir. Marcus Breen neoliberalizm ve kapitalist kriz döneminde, Kültürel Çalışmalar için "bir çeşit belirsizlik Kültürel Çalışmalara itibarını büyülü bir şekilde kazandıracakmış gibi davranmak yerine ekonomiyi kültürle tekrar ifade ederek ekonomi politiğin önceliğini yeniden ileri sürmenin zamanı gelmiştir" demektedir (Breen 2011, 208).

İnsanın Grossberg, Hartley ve Smith'in kitaplarından aldığı izlenim çelişkili bir biçimde kapitalizmin krizine Kültürel Çalışmalardaki bir krizin eşlik ettiği şeklindedir. Aynı zamanda, Marksizmin yenilenmesi için belirtiler vardır. Çıkarım şudur ki Marx'ı ciddiye almanın, Marx

okumanın, medya, iletişim ve kültür üzerine düşünmek için Marx'ı kullanmanın, öğrencilere Marx ve Marksizmi tanıtmanın ve özellikle de yaptığımız araştırmalar ve uyguladığımız ve ödenek yardımında bulunduğumuz projelerle birlikte üniversitelerde öğretilen medya iletişim ve kültür hakkındaki derslerdeki Marx ve Marksist çalışmaları kurumsallaştırmanın zamanı gelmiştir. Artık öğrencileri (sözümona) ekonomik indirgemeciliğin örnekleri olarak Marx ve Engels'ten küçük pasajlarla tanıştırmanın değil, aksine Marx ve Engels'in bütün çalışmalarını onlarla beraber okumanın zamanıdır. Örneğin *Kapital, Ekonomi ve Felsefe Elyazmaları, Grundrisse, Alman İdeolojisi, Komünist Manifesto, İngiltere'de İşçi Sınıfının Durumu, Felsefenin Sefaleti, Kutsal Aile, Fransa'da Sınıf Savaşımları, Louis Bonaparte'ın 18. Brumaire'i, Fransa'da İç Savaş, Doğanın Diyalektiği, Rheinische Zeitung*'ta yayınlanan makaleler, ve benzerlerini. Marx sıklıkla medya, iletişim ve kültür çalışmalarının dışında ve yabancısı olarak görülmüş ve [öyle] muamele görmüştür. İlgi odağı olmasının zamanıdır, bu da kaynaklar, kurumlar ve mevki, dolayısıyla da akademiyi değiştirmek için bir mücadele gerektirir. Smith'in (2011b) kitabı Grossberg'in sınıf/emek göreli ve Hartley'in şenlikli yaklaşımlarının yanında Marx ve Kültürel Çalışmalar içerisinde sınıf ve emek kavramlarına gerçek bir ilginin olduğunu göstermektedir. Kültürel Çalışmalar hakkında konuşurken, Toby Miller (2010, 99) her ne kadar emek "insanlığın merkezinde" olsa da, geniş bir biçimde "bizim alanımızdan fazlasıyla eksiktir" şeklinde belirtir. Kültürel endüstriler içerisinde, "yüksek düzeyde eğitsel beceriye ve kültürel teknolojiler ve türlere ilişkin büyük kolaylıklara" sahip bir bilişterya ortaya çıkmıştır ve "esnek üretim ve 'özgürlük' ideolojileri" koşullarıyla karşı karşıyadır (a.g.e., 98). Miller, bu nedenle şu denklemi önermektedir: kültür + emek = prekarya. Andrew Ross (2008, 2009) benzer bir anlayışla kültürel endüstrilerdeki prekarya emeğinin rolünü vurgulamaktadır. Yaratıcılık çoğu kişi için "aşırı özveriyle" geliyor, "tatmin edici bir bitiş arayışı için daha uzun saatler, estetik tanınma için fiyat indirimleri, özerklik ödülüne karşılık olarak kendini sömürme ve esneklik karşılığında vazgeçilebilirlik" (Ross 2008, 34). ET [IT, Enformasyon Teknolojileri] sanayisinde çalışanlar kendi işyerlerini sıklıkla "yüksek teknoloji terha-

neleri[6]" [sweatshop] olarak tanımlamaktadırlar (a.g.e.,43). Kültürel Çalışmalar alanında benzer bir çalışma, örneğin, Maxwell (2001a) ve Maxwell ve Miller (2005/2006) tarafından ilerletilmiştir. Hesmondhalgh ve Baker (2011) prekarya olan ancak içerebileceği eğlence, bağlantılar, itibar, yaratıcılık ve kendi kaderini tayin hakkı nedeniyle el üstünde tutulan yaratıcı sanayi çalışmasındaki duygu karmaşasını göstermiştir. Kültürel Çalışmalar içerisindeki emek ve sınıfla bu tür bir meşguliyet, Medya ve İletişimin ekonomi politiği içerisindeki Karl Marx'ın çalışmalarından fazlasıyla esinlenen medya, kültür ve iletişim bağlamındaki sınıf, sömürü, değer ve emek konularına olan ilgiyi tamamlayıcıdır (bkz. Burston, Dyer-Witheford ve Hearn 2010; Fuchs ve Mosco 2012; Huws 2003, McKercher ve Mosco 2006, 2007; Mosco ve McKercher 2008; Mosco, McKercher ve Huws 2010). Kültürel Çalışmaların sorunu, Robert Babe'in söylediği gibi onun ekonomiden "ayrılığı körükleyen [...] post yapısalcı çark ediştir" (Babe 2009, 9). Yeniden bütünleşme ilk önce ve en başta "postyapısalcı Kültürel Çalışmaları bir tarafa bırakma" (a.g.e., 196) ve Marx ve Marksizm ile ciddi bir uğraşı gerektirir. Bugün Marx tartışmasına giriş için çeşitli başlangıç noktaları alınabilir. Bunlardan biri değer kavramı aracılığıyladır. İnsan emek, meta veya sermaye gibi kavramlardan birini de eşit ölçüde başlangıç noktası olarak seçebilir, çünkü bütün bu kavramlar diyalektik olarak bağlantılıdır: metalar değere sahiptir ve emekle daha fazla meta üretimine olanak sağlayan sermaye yaratmak için üretilmektedir

3.5 Sonuç

Graeme Turner (2012, 158) "Kültürel Çalışmalar ne hale geldi?" sorusuna yanıtlar ararken bu alanın politik bir tasarı olarak gücünü kaybettiğini ve "yalnızca kendine hizmet eden" bir "akademik başarım türü"ne dönüştüğünü savunmaktadır. Bu bölümdeki savlarımdan biri, bu durumun nedenlerinden biri olarak Kültürel Çalışmaların Karl Marx'ın çalışmalarıyla sıkıntılı bir ilişkiye sahip olduğu şeklinde-

[6] Terhane, işçilerin kötü koşullarda çalıştırıldıkları atölyeler, fabrikalar ve işyerlerini tariflemek için *sweatshop*'un Türkçe karşılığı olarak tercih edildi (ç.n.).

dir. Raymond Williams ve Edward P. Thompson gibi erken dönem temsilciler Hümanist Marksizmden yoğun bir şekilde etkilenmiş ve ona katkıda bulunmuşlardır, halbuki Stuart Hall zaman zaman yapısal Marksizmden etkilenmiş ve zaman zaman Marksizmden uzaklaşmıştır. Marx'tan uzaklaşma özellikle postmodern düşünmenin etkisi altındaki son otuz yılda gerçekleşmiştir. Üç çağdaş Kültürel Çalışmalar kitabının çözümlemesi, Kültürel Çalışmaların günümüzde ekonomiyle daha fazla meşgul olmasına ihtiyaç olduğuna ilişkin geniş bir mutabakat olduğunu gösteriyor. Bu gibi bir meşguliyetin nasıl olacağı ve Karl Marx'ın çalışmalarıyla nasıl ilişkilendiği tartışmaya açık. John Hartley, Kültürel Çalışmalardaki eleştirel ve Marksist bir yaklaşımın evrimsel ekonomiyle değiştirilmesini savunmaktadır. Lawrence Grossberg, değer kavramının tamamıyla bağlamsal bir yorumu ve bir genel değer kuramına dayanan bir kriz kuramını öne sürmek için Marx'a karşı Marx'ı kullanmakta ve Paul Smith ve diğerleri özgün Marksist Kültürel Çalışmaların yenilenmesi için önemli bir noktaya parmak basmaktadır.

Benim kendi konumum bugün sadece ekonomi ile kültür ve medyanın nasıl etkileştiğini ciddiye almak değil, ayrıca Karl Marx'ın çok sayıdaki özgün çalışmasını okumak, tartışmak ve yorumlamaktan oldukça fazla fayda sağlayacağımız şeklindedir. Karl Marx'a ilişkin ön yargıları (Marx'a ilişkin on en yaygın önyargıyı geçersiz kılan açıklamalar için Eagleton 2011'e bakabilirsiniz) gömecek olan ve onu medya ve kültür çalışmaları içerisinde ciddiye almaya başlayacak kurumsal bir devrimi savunuyorum. Bugün, 'refah devleti' sonrası dönemde yetişen ve prekarya emeği ve prekarya yaşam hakikatını bilen öğrenci ve genç araştırmacılardan oluşan bir nesil var. Bununla birlikte, çok boyutlu küresel eşitsizliklerin dünyasında yaşıyoruz. Bu dünyayı anlamak ve değiştirmek sınıf, kriz, eleştiri ve kapitalizm hakkında düşünmemizi gerektiriyor. Eğer biz bu çerçevede kriz, sınıf ve kapitalizm bağlamında iletişimin rolünü eleştirel olarak çalışmakla ilgiliysek, bu görüngülere ilişkin çalışmalardaki en büyük entelektüel ve uygulamalı etkiye sahip olan düşünürün fikirleriyle meşguliyet mutlak gerekliliktir. Küresel krizin ve yeniden dirilen eleştirinin geçerli olduğu günümüzde güncel, politik olarak geçerli, uygulamalı ve

eleştirel bir kültürel ve medya çalışmasını sadece Marx'la meşguliyet yaratabilir. Bu tür bir meşguliyet sadece (zaten halihazırda var olan) ilgili araştırmacı ve öğrencileri değil, ayrıca üniversitelerin, ödenek kuruluşlarının, dergilerin, konferansların, akademik derneklerin ve bütün araştırma alanlarının kurumsal değişimini de gerektirir. Akademi yönetimsel ve neoliberal bir dönüşüm yaşadı. Marksizm sadece bu dönüşümlere karşı ortaya çıkan yanıt değil, ayrıca ortaya çıkan sorunlara da çözümdür. Marx'ı tekrar ciddiye almak için ileriye doğru bir adım, Medya ve İletişimin Eleştirel Ekonomi Politiğinin kurucu şahsiyetinin, dijital emek tartışması bağlamında yakın zamanda çalışmaları yeniden canlandırılan Dallas Smythe'ın çalışmalarıyla meşguliyettir.

4-Dallas Smythe ve Günümüzde İzleyici Emeği

Dallas Smythe, Medya ve İletişimin Eleştirel Ekonomi Politiği yaklaşımının kurucusudur. Smythe, iletişimin Marksist kuramını ileri sürmüş ve reklamcılığı kullanan ticari kitle medyasının nasıl işlediğini gösteren izleyici emeği ve izleyicinin metalaşması kavramlarını ileri sürmüştür. Son yıllarda Smythe'ın çalışmaları yeniden ağırlığını hissettirmiştir çünkü Facebook ve Google gibi ticari İnternet platformları, kullanıcılarının karşılığı ödenmemiş emeklerinden yararlanmaktadır. Bu bölüm ilk önce bir giriş kısmı (4.1) sunmakta, daha sonra (4.2) Dallas Smythe'ın günümüzde neden önemli olduğu tartışılmakta, izleyici metası kategorisinin yenilenmesinden söz edilmekte (4.3) ve İnternet üretketicisinin metalaşmasının sosyal medyada izleyicinin metalaşmasının yeni bir biçimi olduğu (4.4) ve bunun, sosyal medyada belirli bir ideoloji biçimi olduğunu savunulmaktadır (4.5). Aynı zamanda Dallas Smythe'ın dijital emeğe dair çalışmalarının uygulamasına getirilen eleştirilerin değerlendirilmesine yer verilmekte (4.6) ve bazı sonuçlar resmedilmektedir (4.7). Bu bölüm genel olarak, Karl Marx'ın kuramıyla birlikte Dallas Smythe'ın çalışmalarının, dijital emeği eleştirel bir şekilde anlamada yardımcı olacak bir araç olduğunu savunmaktadır.

4.1 Giriş

Dallas Smythe 1977'de, iletişimin kapitalizmdeki karmaşık rolüne Batı Marksizminin yeteri kadar ilgi göstermediğini savunduğu

ufuk açıcı makalesi "İletişim: Batı Marksizminin Kör Noktası"nı (Smythe 1977a) yayımlamıştır. Bu makaleyi, "Kör Nokta Tartışması" (Murdock 1978, Livant 1979; Smythe'ın Murdock'a sert cevabı: Smythe 1994, 292–299) olarak tanınmaya başlayan medya sosyolojisinin kurucu nitelikteki tartışması ve Smythe'ın aynı konu üzerine bir başka makalesi ("İzleyici Metası ve İşi Üzerine" Smythe 1981 içinde, 22–51) izlemiştir. Bunun üzerinden 30 yılı aşkın zaman geçmiş ve neoliberalizmin yükselişi, sınıf ve kapitalizm ilgisinde bir sapma ile sonuçlanmış ve postmodernizmin yükselişini ve her şeyin metalaşması mantığını doğurmuştur: Marksizm, sosyal bilimlerin kör noktası haline gelmiştir.

Bu bölümün amacı, günümüzde medya ve iletişimin Marksist çalışmaları için bakış açıları keşfetmektir. İlk önce, medya ve iletişim çalışmaları için Marksist bir yaklaşımı benimsemenin önemini ele alıyorum (kısım 4.2). Daha sonra, izleyici metası, izleyici emeği tartışması ve canlanması konularını kısaca gözden geçiriyorum (kısım 4.3). Dallas Smythe günümüzde bir dijital emek değer kuramı temellendirmek için kullanılabilecek izleyici emeği kuramına önemli katkılar yapmıştır. Kısım 4.4'te, sosyal medyada sermaye birikimini, İnternet üretketici metalaşması kavramının yardımıyla analiz ediyorum. Kısım 4.5, dijital medyaya, algılanan değişimlere ve modern kapitalizmde oyun ve emek arasındaki ilişkiye (oyunemek) ilişkin ideolojik değişimler üzerine genel bir bakış sağlıyor. Kısım 4.6, dijital emek tartışması eleştirisine bir eleştiri sunuyor. Son olarak bazı sonuçlar çıkarıyorum.

4.2 Eleştirel Ekonomi Politiğin, Eleştirel Kuramın ve Dallas Smythe'ın Önemi

Dallas Smythe İletişimin Eleştirel/Marksist Ekonomi Politiğinin kurucu figürüdür ve bu alandaki ilk dersi o vermiştir (Mosco 2009, 82). Smythe, medya ve iletişim konusunda eleştirel ve yönetsel-olmayan bir şekilde çalışmanın önemini vurgulamıştır: "'Eleştirel' araştırılabilir problemler derken, kurumları sosyal topluluğa ilişkin kolektif ihtiyaçlara karşılık gelecek şekilde nasıl yeniden şekillendi-

receğimizi veya bu kurumları nasıl kuracağımızı kastediyoruz. [...] 'Eleştirel' araçlar derken, gerçek dünyadaki çelişkili sürecin tarihsel, materyalist analizine atıf yapıyoruz. 'Yönetsel' ideoloji derken, yönetim tipli problemler ve araçlarla statükocu veya statükoyu ciddi şekilde rahatsız etmeyen sonuçların yorumları arasındaki bağı kastediyoruz. 'Eleştirel' ideoloji derken, 'eleştirel' araştırılabilir problemler ve eleştirel araçlar ile kurulu düzendeki radikal değişimleri içeren yorumlar arasındaki bağlantıya atıfta bulunuyoruz" (Smythe ve Dinh 1983, 118).

Smythe, "İletişimin Ekonomi Politiği Üzerine" adlı makalesinde "iletişimin ekonomi politiği çalışmasının temel amacı"nı, "iletişim aktörlerinin, düzenleyen ve etkileyen politikalar açısından etkilerinin" değerlendirmesi olarak ve "bu iletişim aktörlerinin yapı ve politikalarının, onların toplumsal koşulları içerisinde" analiz edilmesi olarak tanımlamıştır (Smythe 1960, 564). Smythe bu makalede çeşitli iletişim politikası alanları belirlemiştir. Bu bölümde genel ekonomi politiğin temelleri yer almış olsa da, Marx'ın hiçbir izine rastlanılmamaktadır. Janet Wasko (2004, 311) bu noktada Smythe'ın çalışmasının "her ne kadar radikal veya Marksist bir terminoloji benimsemese de, zamanının kitle iletişimi çalışmalarına hâkim olan araştırmalardan büyük bir ayrılışı temsil ettiği"ni ileri sürmektedir. Wasko'nun işaret ettiği şey "medya ve iletişimin ekonomi politiğinin (PE/C - political economy of media and communications) açıkça yeniden tanımlandığı, fakat bu sefer daha açık bir şekilde Marksist çerçeve içinden tanımlandığı yılların 1970'ler olduğu"dur (a.g.e., 312). Bu bağlamda Wasko'nun söz ettiği çalışmalar Kör Nokta Tartışması'nın yanı sıra Nicholas Garnham, Peter Golding, Armand Mattelart, Graham Murdock ve Dallas Smythe'a ait çalışmalardır (a.g.e., 312–313).

Daha sonra Smythe (1981), İletişimin Marksist Ekonomi Politik ihtiyacını açık ve kesin bir biçimde ifade etmiştir. Bahsettiği şey "iletişimin Marksist kuramı" idi (Smythe 1994, 258) ve bahsettiği eleştirel kuram, "Marksist veya Marksist benzeri" (a.g.e., 256) kuram anlamındaydı. Smythe iletişimin Marksist ekonomi politiğinin sekiz temel yönünü belirlemiştir (Smythe 1981, xvi–xviii):

(1) maddesellik,

(2) tekelci kapitalizm,

(3) izleyicinin metalaşması ve reklamcılık,

(4) kapitalizmin özünün parçası olarak medya iletişimi,

(5) emek gücü,

(6) teknolojik determinizmin eleştirisi,

(7) bir tarafta bilinç, ideoloji ve hegemonyanın diyalektiği ve diğer tarafta maddi eylemler; ve

(8) sanat ve bilimin diyalektiği.

Smythe bize kapitalizmde eleştirel medya çalışmaları için Marx'ın eserleriyle bağlantı kurmanın önemini hatırlatmaktadır. Aynı zamanda, Gramsci ve Frankfurt Okulu'nun ideoloji, bilinç ve hegemonya kavramlarını "öznellik ve pozitivizme doymuş" alanlar olarak geliştirdiklerini savunmaktadır (a.g.e., xvii). Adı geçen Marksist düşünürler medyayı sadece kapitalizmin üstyapısına yerleştiren ve kapitalizmde hangi ekonomik fonksiyonlara hizmet ettiğini sormayı unutan bir kuramı, "iletişim metasının idealist kuramını" geliştirmişlerdir (Smythe 1994, 268).

Hans Magnus Enzensberger'in (1974) *Bilinç Endüstrisi* adlı kitabı ile ilgili bir incelemede Smythe, bir taraftan "fikir endüstrilerinin" "var olan düzeni satmak" istedikleri konusunda Enzensberger'e katılırken, diğer taraftan bunların "temel işlerinin ve ilgilerinin, ürünlerini satmak olmadığı" (Enzensberger 1974, 10) konusunda ona katılmaz: "Enzensberger'in her toplumsal sistemin iletişim politikasının hakim sınıfa hizmet ettiği kuramı, bu sistemin kuşkusuz doğru oluşunu sürdürmesine ilgi çeker", ama "kitle medyasının ve bilinç endüstrisinin hiç ürünü olmadığını" söylemek, meta üretimini "basit fiziksel üretim" ile tanımlama anlamına gelmektedir (Smythe 1977b, 200). Smythe (1977b), Enzensberger'in görüşlerini burjuva, idealist ve anarko-liberal olarak nitelendirir. Smythe'a göre (1994, 266–291), iletişimin maddi yönü izleyicilerin çalışması, sömürülmesi ve reklamcılara meta olarak satılmasıdır. Smythe, medyanın ideolojik etkilerinden çok,

onun artı değer yaratma boyutuyla ilgilenir. Bu yüzden medya analizlerinin manipülasyon üzerinden yapılmasından ziyade artı değer ve sömürü üzerinden yapılması çağrısında bulunmuştur. Nicholas Garnham (1990, 30), İletişimin Ekonomi Politiğinin "ideolojik aygıtlar olarak kavranan kitle medyası üzerine olan ilgisini buradan alması" ve onun artı değer üretimindeki ve reklamcılıktaki ekonomik rolü üzerine odaklanması gerektiği anlayışını Smythe'la paylaşır. Medyanın "ideolojik tahakküm için araçlar" olarak analizi Garnham'a göre (2004, 94) "kapitalizmin göreli olarak sorunsuz yeniden üretiminin" açıklanmasında gerek duyulmayan "bir hayal kırıklığıdır".

Smythe ve Garnham'ın analizleri ele alındığında Frankfurt Okulu'nun eleştirel kuramının, ideoloji eleştirisine ve medya tarafından ve medya yardımıyla sermaye birikimi analizinde Medya/İletişimin Ekonomi Politiğine odaklandığı izlenimi oluşabilir. Oysa bu bir yanlış anlaşılmadır. Her ne kadar Frankfurt Okulu'nun yaygın olarak okunan eserleri ideolojiye yoğunlaşmış olsalar da (Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson ve Sanford 1950; Horkheimer ve Adorno 2002; Marcuse 1964), Frankfurter Beiträge zur Soziologie [Sosyolojiye Frankfurt Katkıları] isimli serideki diğer kitaplar, geç kapitalizm veya tekelci kapitalizm olarak adlandırılan, birikimdeki değişimler üzerine olmuştur (örneğin, Pollock 1956, Friedmann 1959) Marksist ekonomi politikçi Henryk Grossmann, 1920'lerde Insitut für Sozialforschung'un [Sosyal Araştırmalar Enstitüsü] en önemli üyelerinden birisiydi ve temel eserini bu enstitüde yazdı. (Grossmann 1929). Her ne kadar Grossmann'ın kapitalist çöküşe dair kuramı günümüzde az sayıda destekçi bulmaktaysa da, Institut für Sozialforschung'un başından itibaren, Marksist ekonomi politiğin bu enstitünün bir bileşeni olduğu ve Pollock ile Grossmann'ın bu kuramın iki önemli temsilcisi olduğu bir gerçektir. Max Horkheimer, 1930 yılında enstitü yöneticisi olmasının ardından, ekonomi de dâhil olmak üzere pek çok farklı disiplinden araştırmacıları ve filozofları bir araya getirmeyi amaçlayan, disiplinlerarası bir araştırma programı oluşturdu. Eleştirel kuramın genel konseptlerini oluştururken hem Horkheimer'ın (2002, 244) hem de Marcuse'nin (1941) aklında, felsefe ve Marx'ın ekonomi politiğe yönelik eleştirilerinin bir birleşimi mevcuttu.

Tıpkı Eleştirel Ekonomi Politiğin Frankfurt Okulu'na yabancı olmaması gibi, ideoloji eleştirisi de Medya ve İletişimin Eleştirel Ekonomi Politiği yaklaşımının yabancısı değildir. Graham Murdock ve Peter Golding'e (1974, 4) göre medya, "metaları üreten ve dağıtan" bir organizasyondur, reklamların dağılımı için araçtır ve aynı zamanda medya, "iktisadi ve politik yapı hakkındaki fikirleri" yayarak "ideolojik bir boyuta" da sahiptir. Murdock (1978, 469) Kör Nokta Tartışması'nda "toplumsal düzenin açıklamasını ve yapısal eşitsizliği" satan ve "ideolojiyle birlikte ve ideoloji yoluyla çalışan—sistemin satışını yapan" reklam merkezli olmayan kültür endüstrilerinin (popüler kültür gibi) varlığını vurgulamıştır (ayrıca bkz. Artz 2008, 64). Murdock (1978) Kör Nokta Tartışması'nda Smythe'ın Avrupa'daki Batı Marksizmini yeteri kadar onaylamadığını ve kapitalizmde medyanın analizinin yapılması için ideoloji eleştirisi ve ekonomi politik arasında bir denge kurulması gerektiğini öne sürmüştür.

Smythe, "bilinç endüstrisi" hakkındaki konuşmalarında, ideolojinin önemini kabul etmiştir (Smythe 1981, 4-9, 270-299). Smythe, Hans Magnus Enzensberger'in çalışmalarının eleştirisine rağmen (Smythe 1977b), Enzensberger'in bilinç endüstrisi kavramını alarak kendi yöntemiyle yorumlamıştır. Frankfurt Okulu'nun aksine, Smythe ideolojiyi sahte bir bilinç olarak değil, bir "inançlar, davranışlar ve fikirler sistemi" olarak anlamaktadır (Smythe 1981, 171). Smythe'a göre bilinç endüstrisinin görevi, insanların metaları satın almasını ve vergi ödemesini sağlamaktır (Smythe, 1994, 250). Bundan başka görevleri ise kapitalizmin lehine olan değerleri ve özel mülkiyet sistemini desteklemektir (a.g.e., 251-253). Kapitalist medyanın bir rolü, "insan doğası bencil ve sahip olmak isteyen yapıdadır" gibi varsayımlarla örneklenebilecek "kapitalist sistemin ideolojik temelinin her tarafa nüfuz edecek şekilde güçlendirilmesi" olacaktır. Her daim şöyle olmuştur: "İnsan doğasını değiştiremezsiniz" (Smythe 1994, 251). Dolayısıyla Smythe Frankfurt Okulu'nu eleştirirken, ideoloji eleştirisinin önemini teyit etti ve onu geliştirdi. Robert Babe (2000), bu bağlamda her ne kadar Smythe izleyici emeğinin "medyanın temel ürünü" olarak görecek materyalist bir kültür kuramının varlığını vurgulamaktaysa da, Smythe'ın bilinç endüstrisi kavramının, kendi

kavram algılayış şekline göre, "idealist olduğunu" savunmaktadır (133-134). Smythe'ın Enzensberger'in terminolojisini alıp, medyanın ideolojik olarak bozuntuya uğramış gerçekliğini tartışmaya açması göstermektedir ki Smythe her ne kadar Frankfurt Okulu'nun bazı temsilcilerine karşı sert sözcükler (idealist, burjuva vs.) kullanmışsa da, ideoloji eleştirisini bütünüyle reddetmemiş, daha ziyade ideoloji eleştirisinin zihin yöneticisi rolüyle birleşen, medyanın sermaye birikimi stratejilerine de ayrıca dikkat çeken tartışmalara zemin hazırlamak istemiştir. Medya ve İletişimin Eleştirel Ekonomi Politiği ile eleştirel kuram arasındaki bir fark, ilkinin ekonomik kurama ve ikincisinin de felsefe ve sosyal kurama sıkı sıkıya dayanmasıdır. Dallas Smythe de bu farkı onaylamıştır: "Her ne kadar eleştirel kuramın en ileri noktası ekonomi politiğe dayanmaktaysa da, iletişimde eleştirel kuram; sosyal bilimleri, beşeri bilimleri ve sanatı kapsayan disiplinler-ötesi bir araştırma alanına sahiptir" (Smythe 1984, 211). Smythe eleştirel kuramı geniş anlamda "sistemik bağlamlarında fenomenlerin çelişkili yönlerinin eleştirisi" (Smythe ve Dinh 1983, 123) olarak tanımlamıştır ve bu yüzden eleştirel kuramın mutlaka Marksist olması gerekmediğini eklemiştir. Frankfurt Okulu'nun tarihsel eleştirel kuramının kökleri Marksist politik felsefeye dayanır, bu yüzden asıl mesele sistemik eleştiriye odaklanmayan bir "eleştirel" teriminin geniş tanımının gerçekten kullanılıp kullanılmaması gerektiği sorusudur.

Frankfurt Okulu ve Medya ve İletişimin Ekonomi Politiği yaklaşımları birbirlerini bütünleyici olarak anlaşılmalıdır. Frankfurt Okulu yaklaşımı tarihsel sebeplerden ötürü ideoloji eleştirisi üzerine ciddi bir şekilde odaklanmaktadır. Horkheimer ve Theodor Adorno'ya göre, Alman faşizminin yükselişi, Stalinist praksis ve Amerikan tüketici kapitalizmi, işçi sınıfının devrimci potansiyelinin yenilgisini göstermiştir (Habermas 1984, 366–367). Horkheimer ve Adorno, Alman işçi sınıfının neden Hitler'i takip ettiğini açıklamaya çalışmıştır ki bu çaba, otoriter kişilik ve medya propagandası analizlerine olan ilgiyi ortaya çıkarmıştır. Yahudi ailelerden gelen komünistler olarak Horkheimer ve Adorno (ve ayrıca onların meslektaşları) Nasyonel Sosyalizm vahşetiyle doğrudan tehdit edilmişlerdir ve bu yüzden Almanya'dan kaçmak zorunda kalmışlardır. Hayatlarının tamamına egemen olan

Nazi ideolojisinin vahşi sonuçları belki de çalışmalarındaki ideoloji nosyonuna olan ilgilerini kısmen açıklayabilmektedir. Medya ve İletişimin Ekonomi Politiği'nin Anglo-Amerikan yaklaşımı, İkinci Dünya Savaşı sırasında faşizme karşı savaşan ülkelerdeki Dallas Smythe ve Herbert Schiller gibi insanlar tarafından geliştirilmiştir. Kuzey Amerika kapitalizmi 1945'ten sonra kesin olarak faşist potansiyele de sahip olan liberal ideolojiye, anti-komünizme ve güçlü bir şekilde tüketici kültürüne dayanmaktayken, savaş sonrası Alman kapitalizmi, Nasyonel Sosyalizmin mirası ve günlük hayatta ve politikada faşist düşüncenin sürekliliği üzerine inşa edilmiştir.

Smythe ve Schiller'in kendi hayatları Horkheimer ve Adorno'da olduğu gibi faşist rejim tarafından doğrudan tehdit edilmemiştir. Fakat ikisi de, düşüncelerini şekillendiren faşizm hakkında oldukça kaygı duymuşlardır. Vincent Mosco (2009, 83) bununla ilgili olarak, İspanya İç Savaşı'nda anti-faşistlerle birlikte savaşan kişilerin Smythe'ın fikirleri üzerinde oldukça derin siyasi etkilere sahip olduğunu yazmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nda Amerika Ordusu'na hizmet etmenin ve savaştan sonra Almanya'da Amerika Hükümeti için çalışmanın Herbert Schiller üzerinde "bir hayli biçimlendirici etkileri" olmuştur (a.g.e., 85). Amerikalı ekonomist Robert A. Brady'nin çalışmaları hem Smythe hem de Schiller'in fikirlerini etkilemiştir (Schiller 1999). Brady'nin Amerika'da sürgün hayatı yaşayan ve tıpkı kendisi gibi Nasyonel Sosyalizm analizleri yazan Frankfurt Okulu'nun temsilcisi Franz Neumann ile bağlantıları vardır (Neumann 1942). Brady özellikle kapitalizmin medya propagandası ve halkla ilişkiler biçimindeki faşist potansiyeliyle ilgilenmiştir. Neumann (1942) Nasyonel Sosyalizmin, liderlik ekolüne dayanan tekelci kapitalizmin bir biçimi olduğunu vurgulamıştır. Dan Schiller'e göre (1999, 100) "Brady, iletişimin ekonomi politiği çalışmalarına eleştirel entelektüel bir miras bahşetmiştir". Faşist tehdit, hem Alman eleştirel kuramcılarının hem de Kuzey Amerikalı eleştirel ekonomi politikçilerin bir sorunu olmuştur.

Horkheimer'ın (1947) *araçsal mantık* kavramı ve Marcuse'nin (1964) teknolojik akılcılığı, iki yaklaşım arasında bağlantılar geliş-

tirmiştir. Horkheimer ve Marcuse, kapitalizmde eylem özgürlüğünün yerini devlet ve sermayeden yana olarak araçsal karar vermenin alması yönünde bir eğilimin mevcut olduğunu, bu şekilde bireyden beklenenin sadece tepki göstermesi ancak eyleme geçmemesi olduğunu vurgulamışlardır. Georg Lukács'ın (1923/1972), Marx'ın (1867c) fetişizm kavramını yeniden formüle ettiği şeyleşme kuramına dayanan iki kavramı mevcuttur. Şeyleşme şu anlama gelir: "insanlar arasındaki ilişkinin bir *şey* halini alması ve dolayısıyla 'hayalet nesnellik' kazanması, çok katı bir şekilde mantıksal ve kucaklayıcı olarak gözükmek suretiyle gerçek doğasına ilişkin bütün izleri saklayan bir otonomi: insanlar arasındaki ilişki" (Lukács 1923/1972, 83).

Kapitalizmde medya pek çok anlamda şeyleşmenin bir biçimidir:

- İlk olarak ticari medya, insanları, reklamların tüketicisi konumuna indirger.
- İkinci olarak, kapitalizmde kültür, büyük ölçüde meta biçimine bağlıdır. Tüketiciler ve izleyiciler tarafından satın alınan kültürel metalar ve medya tüketicileri ile İnternet üretketicilerinin dönüştüğü kullanıcı metaları vardır.
- Üçüncü olarak, kendi varlığını yeniden üretmek için kapitalizm, kendisini olanaklı en iyi (veya tek olanaklı) sistem olarak sunmak ve (farklılaşmış bütün biçimlerinde) bu mesajın hegemonikliğini korumak için medyadan yararlanmak zorundadır.

İlk ve ikinci boyutlar, araçsal mantığın ekonomik boyutunu teşkil ederken üçüncü boyut, araçsal mantığın ideolojik biçimini teşkil etmektedir. Kapitalist medya zorunlu olarak reklamcılığın, metalaştırmanın ve ideoloji alanlarının aracıdır. Reklam ve kültürel metalaştırma, ekonomik kâr birikimi için insanları bir araç haline getirir. İdeoloji, sermaye ve metalar sistemine olan inancı, insanların nesnelliğine aşılamayı amaçlar. Hedef, kapitalizmin ötesine geçmeyen, sorgulamayan ve sisteme başkaldırmayan ve bu suretle kapitalizmin devamını sağlamada araç olma rolünü oynayan insan düşünceleri ve eylemleridir. Elbette ideolojinin ne boyutta hep başarılı olacağı ve ne dereceye kadar sorgulanıp ona karşı çıkılacağı önemli bir sorudur ama ideolo-

jiye dair elzem olan husus, taktikler geliştirmesi ve insan öznelerini tahakküm ve sömürünün yeniden üretiminin aracı yapma girişimidir.

Marx'a göre, kapitalizmin analizi metanın analizi ile başlar: "Kapitalist üretimin üstünlük sağladığı toplumların refahı 'metaların muazzam birikimi' olarak görünür; bireysel meta, başlangıç biçiminde görünür" (Marx 1867c, 125). Dolayısıyla Marx, kapitalizmin analizine, metanın analizi ile başlar: para biçimi de (x meta A=y miktar para) dâhil olmak üzere, onun kullanım değeri, mübadele değeri, değer, içinde bulunan emek. Bu analizden sonra, Marx *Kapital 1. Cilt*'in 1.4 kısmında (*Meta Fetişizmi ve Bunun Sırrı*) metaya içkin bir özellik olarak ideolojinin analizine geçer. "Meta biçiminin gizemli karakteri", metalar yaratan insan ilişkilerinin metalarda görünür olmaması ama "bu şeylerin sosyo-doğal özellikleri" olarak görünür olmasıdır. "İnsanların kendi aralarındaki belirli toplumsal ilişkiler (ideolojileri içeren), [...] şeyler arasındaki ilişkilerin fantastik biçimleridir" (Marx 1867c, 165). İdeolojiler, sonrakinin sürekli ve doğal biçimde var olduğu izlenimini yaratarak ve şeylerin tarihsel ve toplumsal karakterini yok sayarak muhtelif fenomenleri meşru kılmaktadır. Dolayısıyla, Marx için ideoloji ve metalaştırma, kapitalizmin birbirine bağlı boyutlarıdır. Bu yüzden iletişime ilişkin bir Marksist kuram, mücadeleye ve alternatiflere odaklanmanın yanı sıra, ideoloji ve metalaştırma bağlamında medya ve iletişimin rolüne iki katı odaklanmalıdır.

Smythe "iletişimin genel Marksist kuramının başlangıç noktasının [...] meta mübadelesi kuramı olduğunu" söylemiştir (Smythe 1994, 259). Adorno "mübadele kavramının [...] toplumun eleştirel kuramı görüşüyle toplum kavramının bir bütünsellik olarak inşasındaki bağlantısında bir dayanak noktası olduğunu" kabul etmiştir (Adorno 2000, 32). Meta ve meta mübadelesi, Eleştirel Ekonomi Politik ve eleştirel kuram için can alıcı kavramlardır. Meta kavramı hem sermaye birikimi hem de ideolojiyle ilgili olduğundan, iki yaklaşım da medya metalarının eş zamanlı olarak değer boyutu ve ideoloji boyutuyla başlamalıdır.

Birikim ve ideoloji el ele yürür. Buna bir örnek "sosyal medya"dır. 2000 yılındaki dot.com krizinden sonra, kapitalist İnternet ekonomisi

için yeni sermaye birikim stratejilerinin kurulması ihtiyacı doğmuştur. Yatırımcılar krizden sonra dijital medya şirketlerinde risk sermayesi olarak finans kapitale yatırım yapmaya isteksizlerdi. Böylece "sosyal medya" üzerine söylemler İnternet ekonomisi için yeni sermaye birikimi modellerine odaklanmaya başladı. Hiç kimse kullanıcıların mikro bloglarla, sosyal ilişki ağı siteleri ve benzerleriyle ilgilenip ilgilenmeyeceğini bilmiyordu. "Sosyal medya"nın yeni bir sermaye birikimi modeli olarak yükselişi, sosyal medya ideolojisini de beraberinde getirdi: "Sosyal medya" yenidir ("Web 2.0"), katılımcılık için yeni fırsatlar ortaya çıkarır, "ekonomik demokrasiyi" doğurur ve politik mücadelenin yeni biçimlerini ("Twitter devrimi") ve daha fazla demokrasiyi ("katılımcı kültürü") devreye sokar. Yeni medyanın yükselişi tekno-determinist ve tekno-optimistik bir ideolojiyi de beraberinde getirmiştir. Bu ideoloji, yatırımcıları ve kullanıcıları sosyal medya sermaye birikimi modelinin desteklenmesinde ikna etmek için gerekliydi. "Sosyal medya" üzerine artı değer üretiminin ekonomi politiği ve ideoloji burada "sosyal medya"nın ekonomik ve tutarsız yükselişini seçilir kılmak için ağırlıklı olarak etkileşim içerisindedir.

Bazı araştırmacılar Frankfurt Okulu'nun ve Medya ve İletişimin Ekonomi Politiğinin pesimist ve elitist olmakla birlikte izleyicileri ihmal ettiğini söyleme eğilimindedirler (örnek olarak bkz. Hall 1986, 1988; Grossberg 1995). Yanlış bilinç olarak ideoloji kavramının "hem kitleleri hem de kapitalistleri peşin hükümlü sersemler olarak gösterdiğini" söylemektedirler (Hall 1986, 33). Hall (1988, 44), Lukács'ı (ki kendisinin eserleri Frankfurt Okulu'nun temel ilham kaynaklarından birisi olmuştur), yanlış bilinç yaklaşımının basit (ki "zihnen senle ya da benle aynı ölçüde donanımlı olan çokça sayıda insanın kendi gerçek çıkarlarını bütünüyle yanlış olarak tanımlayacak şekilde baştan aşağı ve sistematik olarak aldatılabileceğini" varsayar) ve elitist olduğu ("En az kabul edilebilir olan bile, onlar –kitleler- tarihin sersemleriyken, 'biz' –ayrıcalıklılar- [...] bir durumun tam olarak özünü, gerçeğini, geçişli olarak görebiliriz") gerekçesiyle eleştirmektedir.

Hall, diğer çalışmalarında, Frankfurt Okulu'ndaki ile tamamen ilgisiz olmayan bir ideoloji kavramını savunmuştur. Hall ve diğerleri,

"Krizi Yönetmek" (1978) isimli çalışmalarında, devlet ve medyanın suç hakkındaki ahlaki paniği nasıl "gitgide artan cebri önlemleri desteklemek adına 'sessiz çoğunluğun' kazanılması şeklindeki esas ideolojik bilinç" olarak kullandığını ve hukuk-ve-düzen toplumunun kuruluşunu gösterir. Eğer hem ana akım medya hem de polis ahlaki bir panik esnasında hukuk-ve-düzen politikalarının arttırılmasını savunmakta ise, denetim sürecini ve "denetim kültürünün" müşterek bir infazını meşrulaştırmaktadırlar ve bir "anlamlandırma kültürü" ortaya çıkar (a.g.e, 76) ki bu ikisinin "müşterek olarak dile getirilmesi" ile "konunun etkili bir şekilde, ideolojik ve kontrollü olarak kapatılması sağlansın" (a.g.e.). Polis gibi, medya da bu şekilde "denetim sürecinin bir aygıtı—bir 'ideolojik devlet aygıtı' gibi" hareket edecektir (a.g.e.).

Hall, kendi erken çalışmalarının bir öz eleştirisi olarak okunabilecek olan Frankfurt Okulu eleştirisinde, herkesin eşit derecede eğitim almaması konusunu yanlış değerlendirmiştir çünkü sınıflı bir toplumda temel ve yüksek eğitim aynı zamanda bir dereceye kadar sınıf farklılıkları tarafından şekillendirilir ki sol görüşlü entelektüellerin kapitalizmin nasıl işlediği konusundaki çalışmalarda beyaz ve mavi yakalı işçilerden daha fazla zamana ve kaynağa sahip olma eğilimleri bundan kaynaklanır. Bu durumun farkına varılması, ideoloji eleştirisinin, mücadele alanlarında organik entelektüellere bir rol biçtiği anlamına gelir çünkü onlar "mücadelenin egemenliği ve alanını yapılandırmak için gereken haritayı çizme potansiyeline" sahiplerdir (Garnham 1995a, 68). Hall'a göre, sıradan insanların aktif ve eleştirel oldukları varsayımı, manipülasyon tezinin reddedilmesi sonucunu takip etmektedir: "Sıradan insanlar kültür ahmakları olmadıkları için, işçi sınıfının hayatının, mesela Coronation Street isimli televizyon dizisindeki gibi, temsil ediliş biçimleri (diğer bir deyişle olanın yansıtılması) aracılığıyla yeniden düzenlenişine, yeniden inşasına ve yeniden şekillendirilişine ilişkin gerçeklikleri farkına varma ehliyetine mükemmel bir şekilde sahiplerdir" (Hall 1981/1998, 447). Lawrence Grossberg (1995), hem Frankfurt Okulu'nun hem de Ekonomi Politiğin "insanların pasifçe manipüle edilen 'kültür ahmakları' (75) olarak görüldüğü hakimiyet modeli"nin basit bir şekline sahip olduklarını ve

onlara göre "kültürün sadece bir meta ve manipülasyonun ideolojik bir aygıtı olmasıyla önem taşıdığını" öne sürmektedir (76).

Bazı iddiaların aksine Dallas Smythe, izleyici konusunda oldukça dengeli bir görüşe sahiptir: sermaye izleyicileri kontrol etmeye çalışır ancak izleyicilerin her daim direnme potansiyeli mevcuttur: "İnsanlar Bilinç Endüstrisi'nin amansız baskılarına maruz kalmaktadır; onlar tüketici malları ve hizmetlerinden oluşan bir çığ tarafından kuşatılmıştır; bizzat kendileri (izleyici) metaları olacak şekilde üretilmişlerdir; kendi yaşamlarını ve enerjilerini zarar görmüş bir şekilde ve meta biçiminde yeniden üretirler. Ancak insanlar herhangi bir şekilde pasif veya güçsüz değildirler. İnsanlar, ellerinden gelen en iyi biçimde sermayenin güçlü ve çok yönlü baskılarına direnirler" (Smythe 1981, 270).

Pek çok araştırmacı tarafından prototipik bir kültürel kötümser ve seçkinci olmakla suçlanan Adorno'nun, televizyon gibi bir vasıtaya karşı oldukça olumlu bir bakış açısı mevcuttu. Televizyon için (Almanca'da *Fernsehen*, kelimenin tam manasıyla, "belirli bir uzaklığı izlemek") şöyle demiştir: "isminin anlamında vaad edilen sözün yankısını devam ettirmek için, televizyon, içinde kendi öz ilkesini —dileklerin pervasızca yerine getirilmesi— çürüttüğü ve mağazalardaki küçük servetler için İyi Talih fikrine ihanet ettiği her şeyden kendisini özgürleştirmelidir (Adorno 2005, 57). Adorno, özgürleştirmeye duyulan ihtiyacı ve özgürleştirmenin potansiyelini sıklıkla kabul etmektedir. Televizyon ile ilgili olarak, kapitalizmin ötesindeki mesafeyi izleyebilmenin mümkün olmasının iyi bir talih olduğuna işaret eder. Bu, mevcut durumu sorgulayacak bir alternatif medyanın yaratılması için, dolaylı yoldan, bir çağrıdır. Ayrıca Adorno, pek çok kişi tarafından hatalı olarak iddia edilenin aksine, popüler kültürü hakir görmez. Örneğin Charlie Chaplin'in hayranıdır ve popüler kültürde soytarının can alıcı rolüne işaret etmiştir (Adorno 1996). Hatta "Kültür Endüstrisi" adlı eserinin *Aydınlanmanın Diyalektiği* bölümünde, popüler kültürün pozitif faktörleri göze çarpar niteliktedir, örneğin Adorno şunu yazmıştır: "bir şeyin izleri, kültür endüstrisinin, bir sirki andırması özelliğiyle daha kalıcı hale gelir" (Horkheimer ve Adorno 2002,

114). Adorno (1977, 680), *Erziehung nach Auschwitz* (*Auschwitz'den sonra Eğitim*) adlı eserinde Auschwitz'den sonra Almanya'da, anti-faşist eğitimde televizyonun oynadığı pozitif rol hakkında yazmıştır. Eğer Adorno'nun yüzeysel ve seçici bir biçimde okunmasının ötesine geçilirse, o zaman onun özgürleştirme olanağına ve kültürün bunda oynayabileceği rolüne dair derin inancının farkına varılacaktır. Horkheimer ve Adorno'nun İngilizce'ye çevrilen çalışmaları belirsizdir çünkü iki filozofun da lisanı karmaşıktır ve kolayca tercüme edilemez. Ama Almanca konuşmayanların Horkheimer ve Adorno okurken yüzleştikleri bu problemin yanı sıra, Frankfurt Okulu ve Eleştirel Ekonomi Politiğin kökleriyle derinden bir ilişki kurmak bir korkuluk dikilmesine neden olacağı için gönülsüz olunduğu bir problem de mevcuttur.

Karl Marx (1867c) başyapıtını *Kapital: Bir Ekonomi Politik* olarak değil, *Kapital: Ekonomi Politiğin Eleştirisi* olarak adlandırmıştır. Ekonomi politik, klasik liberal ekonomik düşüncenin düşünme geleneklerini ve Malthus, Mill, Petty, Ricardo, Say, Smith ve Ure gibi Marx'ın çalıştığı, reddettiği ve eserlerinde eleştirel yaklaştığı düşünürleri de birleştiren, geniş bir alandır. Ekonomi politiğe yönelik eleştirilerinin temel noktası, ekonomi politiğin kapitalizmi fetişize etmesidir. Ekonomi politik düşünürleri "burjuvazinin üretim ajanlarının içinde yaşadıkları ve mümkün olanlar içinde en iyisi saydıkları kendi dünyaları hakkındaki bayağı ve bencilce düşüncelerini bilgiççe bir kılı-kırk yarıcılıkla sistemlileştirmekle ve bunları ezelî ve ebedî gerçeklermiş gibi ilan etmekle kendisini sınırla[rlar]" (Marx 1867c, [Yordam yay.] s. 690). Onlar, metalar, para, mübadele değeri, sermaye, piyasalar veya rekabet gibi kategorileri, tüm toplumların antropolojik özelliği olarak varsayarlar ve bu yüzden bu kategorilerin sınıf mücadelesi ile bağlantılı tarihsel karakterini ve ilişkisini yok sayarlar. Marx, ekonomi politik düşüncesinin çelişkilerini göstermiş ve klasik ekonomi politiği, kapitalizm eleştirisinin başlangıç noktası olarak ele almıştır. Bu eleştiriye göre "tarihsel gelişimin her biçimi, akışkan durumda, devinim halindedir". Yine bu eleştiride "kapitalist toplum hareketinin tamamen çelişkilerle dolu olduğu" analiz edilir (a.g.e., 103) ki bu da politik uygulamalar sonucu "belirli bir tarihsel biçimde çelişkilerin

gelişimine" ihtiyaç duyar (619) ve Marx'ın yaklaşımının "kendi özü içinde eleştirel ve devrimsel olduğu" anlamına gelir (103).

Marx, kapitalizmin ekonomi politiğinin eleştirisini, eleştiriyi üçlü bir süreç şeklinde görerek geliştirmiştir:

(a) kapitalizmin analizi ve bir eleştirisi,

(b) liberal ideoloji, düşünce ve akademinin bir eleştirisi,

(c) dönüştürücü uygulama.

Kesin olmak gerekirse, bir insan Medya/İletişimin Ekonomi Politiği'nden değil, Medya, Enformasyon, Kültür, İletişimin Ekonomi Politiği'nin Eleştirisi'nden bahsetmelidir. Bazı yazarlar, bu durumu fark etmiş ve gerekenin "İletişimin Marksist Kuramı" olduğuna (Smythe 1994, 258), eleştirel kuramın "Marksist veya Marksist-benzeri" kuramı olduğuna (a.g.e, 256) ve "İletişimin Eleştirel Ekonomi Politiği"nin "genel olarak Marksizme yakınsayan" olması anlamında eleştirel olduğuna dikkat çekmiştir (Murdock ve Golding 2005, 61).

Robin Mansell, Smythe'ın eleştirel medya ve iletişim çalışmaları inşa etmek istediğini savunur ki bu çalışmaların "özünde iletişim yapılarının araçları yoluyla kapitalizmin sistemsel karakterini sorgulama ihtiyacı bulunmaktadır" (Mansell 1995, 51). Mansell'e göre Smythe "politik ve ekonomik güç ilişkilerinin, teknolojide içerilmiş yapısal ilişkilerde ve bütün iletişim biçimlerinin içeriğinde de açığa çıktığı üzere, eleştirel araştırmalar yoluyla ortaya konmasına odaklanmaktadır" (a.g.e, 47). Robin Mansell, Smythe'ın yaklaşımında eleştirel metodolojinin önemine dikkat çekmektedir. Halihazırda gösterildiği üzere, Smythe, Marksist İletişim kuramının geliştirilmesi hususuna ilgi duymaktaydı (Smythe 1994, 258) ve eleştirel kuramın bir Marksist kuramı olduğunu savunmaktaydı (256). Bu yüzden Smythe'ın yaklaşımını sadece bir eleştirel iletişim araştırması olarak kategorize etmemek —ki özünde öyleydi ancak sırf öyle değildi— tutarlı ve önemlidir. Bu yaklaşım çelişkilerin, yapıların ve baskı uygulamalarının, sömürünün, mücadelenin, ideolojinin ve kapitalizmin alternatiflerinin medya ve iletişim bağlamında incelendiği, medya ve iletişimin kuramsal/felsefi, ampirik ve etik çalışmalarının bir birliği anlamına

gelen Marksist iletişim çalışmaları altında kategorize edilmelidir. Kimse Marx'ın ve Marksizm'in önemini Smythe'ın yaklaşımından ayırmamalıdır ve Smythe'ı, eleştirel bir ampirik araştırma metodolojisini inşa etmeye indirgememelidir. Janet Wasko bu bağlamda Marx'ın 11. Feuerbach tezini ("Filozoflar dünyayı sadece çeşitli biçimlerde yorumlamışlardır; aslolan onu değiştirmektir") Dallas Smythe'ın çalışmalarına ve hayatına uyarlamıştır: "Modern dünyada iletişimin rolünü anlamak pek çok iletişimci için yeterli olabilir. Ama Dallas Smythe dünyayı değiştirmenin peşine de düşmüştür, sadece engin araştırmaları ve akademideki dersleriyle değil, aynı zamanda kamu sektöründeki çalışmaları ve sosyal aktivist olarak hayatıyla" (Wasko 1993, 1).

Medyanın Ekonomi Politiğinin Eleştirisiyle ilgili Alman tartışmalarında, Horst Holzer (1973, 131; 1994, 202ss) ve Manfred Knoche (2005) Medya ve İletişimin Ekonomi Politiğinin Marksist Eleştirisine ilişkin kapitalizmde medyanın dört fonksiyonunun ayrımını yapmışlardır:

(1) medya endüstrisinde sermaye birikimi;

(2) diğer endüstriler için reklamcılık, halkla ilişkiler ve satış promosyonu;

(3) otoritenin meşrulaştırılması ve ideolojik manipülasyon;

(4) emek gücünün yeniden üretimi, yenilenmesi ve vasıflandırılması.

Holzer ve Knoche, her ne kadar oldukça yapısalcı ve mücadele ve alternatif yönünden eksik de olsa, iyi bir çerçeve sunmuşlardır. Bu çerçeve genişletildiğinde ve Holzer ve Knoche'nin ötesine geçildiğinde, eleştirel kuramın ve İletişimin, Kültürün, Enformasyonun ve Medyanın Ekonomi Politiğinin Eleştirisinin görevinin iletişim, kültür, enformasyon ve medyanın kapitalizmdeki rolüne aşağıda sıralananlar bağlamında odaklanması olduğu söylenebilir:

(a) sermaye birikimi süreci (sermayenin, piyasanın, meta mantığının, rekabetin, mübadele değerinin, üretim biçimi antagonizminin, üretici güçlerin, krizlerin, reklamcılığın vs. analizi dahil),

(b) sınıf ilişkileri (çalışmaya, emeğe, artı değer sömürü biçimine, vs. odaklanarak),

(c) genel olarak tahakküm ve tahakküm biçimlerinin sömürüyle ilişkisi,

(d) ideoloji (hem akademide hem de günlük hayatta)

(e) hâkim düzene karşı mücadelelerin analizi ve ideolojiyle bağlantısı

(f) toplumsal hareket mücadelelerinin analizi ve desteği

(g) toplumsal hareket medyası

(h) ortaklaşa sahiplenilen üretim araçları yapısının bir parçası olarak ortak iletişim alanına dayanan demokratik-sosyalist bir toplumun kurulmasını amaçlayan toplumsal hareket medyası (Fuchs 2011a).

Böylelikle bu yaklaşım, kapitalizmde tahakkümün bütün biçimlerinin sömürü biçimleri ile bağlantılı olduğunun farkına varmaktadır (Fuchs 2008, 2011a). Bu yüzden ben, eleştirel kuram ile Eleştirel Ekonomi Politiğin bir birleşimini savunuyorum. Ancak, böyle bir yaklaşımın, kendi kuram bağlantıları anlamında saf kalması şart değildir; bu bölümde de, Sigmund Freud, Pierre Bourdieu veya Gilles Deleuze gibi yazarlara ait belirli kavramlara ilişkin kendi tasarılarımdan da anlaşılacağı gibi bu yaklaşım farklı kuramsal bağlantılara da açıktır. Temel iddiam, bu tarz bağlantıları kurarken, kapitalizm ve sınıfın önemini vurgulayan analitik bir çerçeveyi (diğer bir deyişle, Marksist kuram tarafından yönlendirilen [bir çerçeveyi]) sürdürmenin önemli olduğudur. Sonraki bölümde, günümüzde yeni bir ilgi kazanmış, eleştirel medya ve iletişim çalışmalarında kurucu nitelikteki bir tartışmaya dair kısa bir bakış açısına yer vereceğim: Dallas Smythe'ın izleyici metası kavramının girişini yaptığı "Kör Nokta Tartışması".

4.3 İzleyici Emeği ve İzleyici Metası Tartışmasının Yenilenmesi

Dallas Smythe'a göre kendisi, "izleyici mensuplarının reklamcılar için çalışmasıyla ilgili 'kör nokta' argümanını" (Lent 1995, 34) ilk

defa 1951'de "Tüketicinin Radyo ve Televizyondaki Menfaati" adlı makalesinde formüle etmiştir (Smythe 1951). Burada Smythe, radyo ve televizyonun gerçek "'ürününün' doğası"nın ne olduğunu sormaktadır (a.g.e., 109). İlk olarak, alıcılar için bir piyasa olacaktır. Daha sonra, "kanalların reklamcılara satış yaptığı kanal zamanı ve bazen de izleyici bağlılığı (reytinglerle ölçülen) olarak bilinen bir ürün ortaya çıkar. Satışı yapılan şey, izleyiciler için bir program (kanal yönetiminin, devam eden bağlılıkla ilgili hayati çıkarı bulunan) ve izleyicinin reklamcıya olan bağlılığının gelişme olasılığıdır. [...] Ticari radyo ve televizyonlarda, Janus benzeri olan ürünümüze iki kere ödeme yapılır. Bir kere, üreticinin malı olarak, eğer istenirse, üretimi sponsor karşıladığı zaman ödeme yapılır. Daha sonra bir kere daha, tüketicinin malı olarak, sponsorun ürününün en son tüketiciye satıldığı az ya da çok tahmin edilebilen izleyici tepkilerinin yazar kasaların zilinin çalmasıyla sonuçlandığı zaman ödeme yapılır" (a.g.e., 119). Bu yüzden "radyo ve televizyon programlarının 'bedava' olması" bir mittir (a.g.e., 110). Smythe burada ticari radyo ve televizyonlardaki reklamcılığa ve ürün olarak izleyicinin rolüne belirgin bir alaka göstermiştir. İzleyici metası kavramı hâlihazırda 1951'deki makalesinde üstü kapalı bir şekilde sunulmuş olmakla beraber, Smythe bunu daha açık bir şekilde 1970'lerde formüle etmiştir.

Dallas Smythe, 1977 yılında şu görüşü savunmuştur: "tekelci kapitalizm altındaki maddi gerçeklik, nüfusun büyük kısmı için uyuma zamanı olmayan zamanın çalışma zamanı olmasıdır. [...] İşin dışındaki çalışma zamanındaki en büyük parça, reklamcılara satılan izleyici zamanıdır. [...] Reklamcılara satılan, 'kendilerine ait' bu zaman aralığında işçiler (a) tüketici ürünlerini üretenler için zaruri pazarlama fonksiyonlarını yerine getirirler ve (b) emek gücünün üretimi ve yeniden üretiminde çalışırlar" (Smythe 1977a, 3). David Hesmondhalgh (2010) ayrıca uyuma zamanının da emek gücünü tekrar yaratan bir yeniden üretken çalışma zamanı olarak değerlendirilebileceğinin altını çizer. Smythe bu durumu, ("Kör Nokta" makalesinde değil, daha sonra) "Nüfusun çoğunluğu için [...] günün 24 saati çalışma zamanıdır" cümlesini kaleme alırken vurgulamaktadır (Smythe 1981, 47).

Medya içeriği, "izleyici mensuplarının potansiyelini iyileştirmek ve onların sadık ilgisini sürdürmek için bir teşvik (ödül, rüşvet veya 'Bedava öğle yemeği') olabilir" (Smythe 1977a, 5). Smythe (1977a; 1981, 22–51) izleyici metası kavramını, izleyicinin bir meta olarak reklamcılara satıldığı medya reklam modelini analiz etmek için ileri sürmüştür: "İzleyici gücü üretildiği, satıldığı, satın alındığı ve tüketildiği için, bir fiyata hükmeder ve bir metadır. [...] Siz, izleyici mensupları, karşılığı ödenmemiş çalışma zamanınızı bağışlıyorsunuz ve karşılığında program materyali ve açık reklamlar alıyorsunuz" (Smythe 1981, 26, 233). İzleyiciler "şeyleri kendilerine pazarlamak için [...] çalışırlar" (a.g.e., 4). "Kitle medyasının temel fonksiyonu [...] itaatkâr tüketiciler olmaya razı olacak izleyiciler üretmektir" (Smythe 1994, 250). İş, ücretli bir çalışma olmak zorunda değildir, bunun yerine "yaratıcı bir şeyler yapmak" gibi genel bir kategoridir (Smythe 1981, 26).

Eileen Meehan (1984) ticari medyanın sadece bir meta mesajına ve izleyici metasına sahip olmadığını, aynı zamanda meta reytingine de sahip olduğunu öne sürmektedir. Meehan, "kitle iletişim endüstrileri tarafından hangi metanın üretildiği" sorusuna cevap vermek için (a.g.e., 216) "reytinglerin ve reyting endüstrisinin meta mesajı üretimiyle nasıl örtüştüğü" sorusunun önemini vurgulamaktadır (217). Meehan (1993), reytinglerin, "ağların talep edeceği fiyatı belirlemeye" hizmet ettiğini ve reklamcıların "meta izleyicisine erişmek için ödeme yapmak zorunda olduklarını" söylemektedir (a.g.e., 387). Bu, kullanılan ölçüm tekniğinin, izleyici ölçüm endüstrisinin izleyici büyüklüğünün ne kadar üzerinde veya ne kadar altında değerlendirdiğine bağlı olur. Reyting endüstrisi yoğun bir şekilde tekelleştirilir ve ölçüm standartlarını tekelci kapitalistler (A. C. Nielsen gibi) düzenler. Reyting endüstrisi olabildiğince fazla meta satın alan ve tüketen belirli bir izleyicinin ölçümünü tercih eder; bu şekilde, "meta izleyicisi ve meta reytingi tamamen yapaydır ve imal edilmiştir" (a.g.e., 389). Chen (2003) bu bağlamda hayalî izleyici metası kavramını türetmiştir. Meehan (2007, 164) "bütün televizyon seyircilerinin televizyonun meta izleyicisinin içinde olmadığını ve [...] meta izleyicisinin bir parçasının diğerlerinden daha değerli olduğunu" vurgulamıştır. Richard Maxwell, Meehan'a benzer bir argüman geliştirmiştir: "Öyleyse iz-

leyici metası biçimine yansıyan değeri üreten insan emeği nerededir? Bana göre reyting endüstrisinde, reklam ve yayın yapan şirketlerde ve diğer imge ve enformasyon endüstrilerinde yer alıyor olabilirler" (Maxwell 1991, 32). Smythe iletişimde üretken emeğin sadece üretim alanında yer almadığı, aynı zamanda dolaşım alanında da yer aldığı konusunda haklıdır. Meta fetişizmi, izleyicinin satıldığı gerçeğinin onların değer yarattığı anlamına gelmesi ilüzyonunu yaratmasına sebep olur. Göran Bolin, Meehan'ın argümanına dayanarak şu sonuca varır: "Smythe, Jhally ve Livant ve Andrejevic'in ampirik bir yanılgısı vardır. Onlar, istatistiği gerçekliğin bir temsili olarak görmüşlerdir". Bu görüşe göre "çalışanlar seyirciler değil, onun yerine istatistikçilerdir (Bolin 2009, 357; ayrıca bkz. Bolin 2011, 37, 84). Bu iddia çok güçlü olabilir çünkü izleyicilerin sermaye tarafından sömürülemeyeceğini ima eder. Ancak, izleyici metasının, izleyiciler için fiyat belirlemekle uğraşan reyting endüstrisinin yükselişine bağlı olduğuna şüphe yoktur. İzleyiciler izleyici metasının değerini üretir, reyting endüstrisi de bu metanın fiyatını belirler ve böylece izleyici metasının değerlerinin fiyatlara dönüşmesinde merkezi rol oynar. Ticari İnternet platformlarının yükselişiyle birlikte artık izleyici reytinglerinin tahmin edilmesine gerek kalmamıştır, bunun yerine kullanıcı faaliyetlerinin ve kullanıcı içeriklerinin daimi gözetimi, tüketici gruplarının belirli ilgi alanlarına göre düzenli bir şekilde tanımlanmasına olanak sağlar. Bir tüketicinin hangi gruba ait olduğu ve hangi tür reklamların bu gruplara yöneltileceği kesin olarak bilinir.

Eileen Meehan (2002) izleyici metasının cinsiyetçi olduğuna işaret etmektedir:

> (a) Reklamların satışında çalışanlar, kadın ve düşük ücretli olma eğilimindedir.
>
> (b) Reklamcılar ve reklam endüstrisi, izleyici metasıyla ilgili varsayımlarını cinsiyetçi değerlere dayandırma ve "beyaz, 18-34 yaş arası, heteroseksüel, İngilizce konuşan, üst mevki erkeği dışındaki meta izleyicilerine karşı ayrımcılık" yapma eğilimindedir (Meehan 2002, 220). Medyada feministler ve ekonomi politikçiler tarafında hem ilgisiz hem de karşılıklı ilgi alanlarını yüzleştiren toplumsal cinsiyet ve sınıf, patriyarka ve kapitalizm, cinsiyet ve para arasındaki ilişkiye

> odaklanmak önemli bir görevdir (Meehan ve Riordan 2002). Valerie Steeves ve Janet Wasko (2002) sosyalist/Marksist feminizmin ve Marksist ekonomi politiğin doğal olarak müttefik olduğuna ama feminizmde sosyalizmden ve patriyarka ve kapitalizm bağlantısına olan ilgiden bir sapma yaşandığına işaret etmektedir. Steeves ve Wasko, hem feminizm hem de kapitalizm için sadece cinsiyet ve medyaya dair sözcüklere, sembollere ve söylemlere odaklanmanın değil, "bu sözcüklerin, sembollerin ve söylemlerin eşitsizliğin yapılarını şekillendirmedeki öneminin" farkına varılmasının önemli bir görev olduğunu vurgulamaktadır (Steeves ve Wasko 2002, 26).

Sut Jhally (1987, 2. bölüm) Dallas Smythe'ın izleyici metası kavramının da belirsiz olduğunu öne sürmektedir. Jhally, reklamcıların meta olarak satın aldığı şeyin izleyicilerin izleme zamanı olduğunu söylemektedir. Onun temel varsayımı "izleme zamanının meta olarak" görülmesi gerektiğidir (a.g.e., 73). "İzleyiciler ticari televizyonu izlediğinde medya için çalışmış, hem değer hem de artı değer üretmiş olurlar" (a.g.e., 83). Jhally, ağların, izleyicinin izleme gücünü satın aldığını söylemektedir (a.g.e., 75). Ayrıca, izleyicinin izleme zamanının program zamanı olduğunu ve reklam izleme zamanının artı zaman olduğunu ileri sürmektedir (a.g.e., 76). İzleyicinin ücreti programlama olmalıdır (a.g.e., 85). "Programlama, izleme-gücünün değeri, izleyicinin ücreti, iletişim endüstrisinin değişken sermayesidir" (Jhally ve Livant 1986/2006, 36). Burada ortaya çıkan soru ise, temel yapısı para ve sermaye olan bir toplumda, izleme zamanının bir ücret eşdeğeri olarak sayılıp sayılamayacağıdır.

Bu yüzden ben, televizyon seyircilerinin aldığı ücretin televizyon programı olduğu, gerekli emek zamanın reklam olmayan programları izlemek olduğu ve artı emek zamanın reklamları izlemek olduğu Jhally'nin argümanına katılmıyorum. Televizyon izleyerek yaşayamazsınız, bu yüzden televizyon izlemek, ücretin eşdeğeri değildir. Göran Bolin bu konuyla ilgili şunları söylemektedir: "İzleyicilerin aldıkları şeyin televizyon programları olduğu ileri sürülebilir, ama izleyiciler çalışıyorsa ve maaşları eğlence programlarıysa, bu maaşı nasıl dönüştürebilirler? Ortalama bir seyirci, bir eğlence programını veya başka herhangi bir televizyon programını izleyerek kazandığı deneyimle yiyecek satın alamaz" (Bolin 2005, 297; Bolin 2011, 37).

Bundan ziyade, ticari televizyon izlemeye ayrılan tüm zaman, artı emek zamandır. "Dijital emek" tartışmasında bazı insanlar Jhally'nin argümanıyla ilişkili bir argüman geliştirmişlerdir. Buna göre Facebook, kullanıcılarını sömürmemekte, çünkü kullanıcılar bu platforma bedava erişimi bir "ücret" olarak almaktadır. Bu argüman Jhally'ninkinden biraz farklıdır çünkü Jhally, sömürü ve artı değer kavramlarını korumaktadır ama sonuçta iki argüman da kapitalizmde en önemli yapının para olduğunu ve paranın, sahiplerine sağladığı güç anlamında diğer tüm yapıların ve ilişkilerin üzerinde bir imtiyaz sağladığını görmezden gelmektedir. Bu yüzden Marx, kapitalizmde paranın "metalar dünyasında evrensel eşdeğer olma rolünde [...] toplumsal bir tekele sahip olduğunu" öne sürmektedir (Marx 1867c, 162).

Marx'ın (1844) anladığı gibi insan, hayatta kalmak için yemek yemeye ve iletişim kurmaya gereksinim duyan doğal ve toplumsal bir varlıktır. Kapitalizmde insanın, pek çok hayatta kalma aracına erişimi meta ve para biçimi kanalıyla organize edilir: hayatta kalmak için gerekli pek çok araca, sadece metaları satın alabilirseniz erişebilirsiniz. Ve bunu yapmak için de elinize para geçmelidir. Ve bu koşullar sonucu insanların büyük bir kısmı, hayatta kalma araçlarını satın alabilecek ücreti kazanmak için kendi emek güçlerini bir meta olarak satmaya mecbur kalır. İletişim araçları, hayatta kalma araçlarının bir parçasıdır. İletişim araçları, kamusal veya müşterek mallar olarak organize edilirse, para biçiminden kurtulabilir ve insanlar bu araçlara erişim için bir para ödemek zorunda kalmaz. Pek çok film ve popüler kültür gibi bazı iletişim araçları satışı yapılan metalar olarak organize edilmiştir. İnsanların bunlara erişimi sadece ödeme yapılarak veya meta biçiminin altı oyularak (örneğin ödeme yapmadan İnternet'ten indirmek) gerçekleşir. Facebook ve Twitter gibi İnternet platformları, iletişim araçlarına erişimi, erişim veya içeriği bir meta olarak satmaksızın sağlar, ama yine de meta biçiminin dışında durmaz, bunun yerine kullanıcıların verilerini metalaştırır. Verilerin metalaştırılması karşılığında Facebook ve Twitter, kullanıcılarına iletişim araçları sağlar. Bu araçlar, kullanıcıların kişisel verilere erişim ve bu verileri metalaştırma imkânını şirketlere bağışlaması karşılığında sağlanan ayni yardımlar olarak değerlendirilebilir. Eğer kullanıcılar ve platform arasındaki

ilişki modern ücret ilişkisi biçiminde organize edilseydi, kullanıcılar kendi dijital emek güçlerinin metalaştırılması karşılığında para alırlardı. Bu parayı çeşitli hayatta kalma araçlarını satın almada kullanabilirlerdi. Böyle bir parasal ödemeden farklı olarak Facebook ve Twitter kullanıcıları evrensel bir mübadele aracı yerine tek bir belirli iletişim aracı alırlar. Facebook ve Twitter, kullanıcılara erişim izni vererek hayatta kalmak için gereken araçları sağlamış olmazlar, bunun yerine kullanımı kendi kâr çıkarlarına hizmet eden belirli iletişim araçlarına erişim sağlamış olurlar. Bunu söylerken, reklamlarla finanse edilen ticari İnternet platformlarının kullanıcılarına bir ödeme yapılmasını savunmuyorum. Daha ziyade, bütünüyle meta biçiminden kurtulan, meta biçimini reddeden ve ona karşı mücadele eden, ticari olmayan, kâr amacı gütmeyen alternatifleri savunuyorum.

Üzerinde durmak istediğim konu, Facebook ve Twitter'ın, kullanıcılarına sağladığı iletişim araçlarının, basit birer hayatta kalma aracı olmadığı ve analitik olarak öyleymiş gibi muamele edilmemesi gerektiği, bunun yerine onların aynı zamanda değer ve kâr yaratımı için üretim araçları olduğudur. Bu durum, sosyal medya kullanıcılarının hem teknolojik hizmetlerin tüketicisi, hem de veri, meta, değer ve kârın üreticisi olmalarıyla sahip oldukları eş zamanlı karakterden dolayı ortaya çıkmaktadır. Facebook tarafından sağlanan tüketim/iletişim araçlarının basit birer hayatta kalma aracı olmaması ama bu tüketimde tüm kullanıcıların bütün tüketim zamanı boyunca Facebook ve Twitter için değer üretmesi durumu, hizmet erişiminin bir ücret biçimi olduğu argümanını uygunsuz kılmaktadır. Birisi kazandığı ücretin bir kısmıyla bir kutu kola alıp onu içtiğinde, bu kişi içme/tüketme süreci boyunca değer üretmez (ve bunun sonucunda Coca-Cola için kâr da üretmez); bunun yerine, kola içebildiği için bu kişi Coca-Cola'ya parasal kâr sağlayacak bir para ödemesi yapar. Tüketim, şirket için doğrudan değer yaratmaz. Facebook ve Twitter'da tüketim süreci, çevrimiçi iletişimi ve kullanım zamanını zorunlu kılar. Bütün bu zamanın hepsi sadece yeniden üretim zamanı değil (bir başka deyişle emek gücünün yeniden üretimi için zaman), aynı zamanda Facebook ve Twitter'ın reklam veren müşterilerine sunduğu veri metalarını üreten emek zamanıdır. Tüketim sürecinde kullanıcılar sadece emek güçlerini yeni-

den üretmekle kalmaz, aynı zamanda metalar da üretirler. Facebook, YouTube ve Twitter'da tüm tüketim zamanı, meta üretimi zamanıdır.

Smythe ve Jhally'nin üzerinde uğraşmak durumunda kaldığı televizyon, radyo ve gazetelere ilişkin problem, bu medya araçlarının tüketiminin daha çok pasif bir eylem olmasıydı. Bu yüzden, bu davranışın aynı zamanda artı değer ürettiğini savunmak için bir yol bulmaları gerekmekteydi. Televizyon konusunda Jhally'nin izleme zamanının bir meta olarak satıldığını savunduğu analizi, aslında, daha fazla izleyicinin daha yüksek reklam kârı ürettiğini söylemekle eşdeğerdir. Analizin bu kısmı makuldür, ama İnternet dünyasında durum farklıdır. Burada kullanıcılar pasif izleyiciler değil, belli bir dereceye kadar içeriğin aktif yaratıcılarıdır. Reklamcılar kullanıcıların sadece çevrimiçi olarak harcadıkları zamanla ilgilenmez, aynı zamanda bu zaman süresince yaratılan ürünlerle de -kullanıcı tarafından oluşturulmuş dijital içerik ve çevrimiçi davranış- ilgilenirler. Kullanıcı verisi -yüklediği verilerin, sosyal ağların, ilgi alanlarının, demografik verilerinin, tarama ve etkileşim davranışlarının enformasyonu- reklamcıya bir meta olarak satılır. Jhally'nin analizindeki televizyon dünyasının aksine İnternet'te, kullanıcıların öznel yaratımları metalaştırılır. Bu yüzden burada, izleyicinin kendisinin, kendi öznelliğinin ve bu öznelliğin ürünü olan yaratıcı eylemin, bir meta olarak satılmasını içeren Smythe'ın orijinal formülasyonu savunulmaktadır. İnternet, enformasyon kullanıcılarının aynı zamanda bir eğilim olarak enformasyon üreticileri olduğu aktif bir vasıtadır. Bu yüzden Facebook ve diğer ticari sosyal medya örnekleri durumunda İnternet üretketicisinin metalaştırılmasından bahsetmek daha iyidir (Fuchs 2010b). Bununla birlikte televizyon da günümüzde dijital ve daha etkileşimli hale gelmiştir, öyle ki izleyici metalaştırması gerçek zamanda yerini almıştır ve daha ileri bir izleyici metalaştırması olarak tüketici profillerinden ve yeni tür ticaretten (T-ticaret, U-ticaret, vb.) istifade etmektedir (Andrejevic 2009, McGuigan 2012).

Brett Caraway (2011), izleyicinin bir meta olmadığını çünkü "ne izleyicinin faaliyetlerinin doğrudan kapitalistin kontrolü altında olduğunu, ne de izleyici emeğinin ürününün (ne olursa olsun) açıkça iz-

leyiciye yabancılaştığını" iddia etmektedir (Caraway 2011, 697). Kapitalizm, piyasaların gücünü kullanarak işçileri kendi emek güçlerini satmaya mecbur bırakır: Bir ücret için çalışmazsanız, hayatta kalmanız olasılık dışıdır. Ücretli emek, fiziksel şiddetin tehdidiyle (malları satın alabilme ve tüketebilme yoksunluğunun yol açtığı ölüm tehdidiyle) baskı altına alınırken, izleyici emeği de ideolojik tehditle baskı altına alınır (medyadan alınan enformasyonun ve toplumsal ilişkileri sürdürmede ihtiyaç duyulan iletişim kapasitesinin eksikliğinin yol açtığı daha az toplumsal bağlantı tehdidi). İzleyiciler, iletişim araçlarının kontrolünü elinde bulunduran kapitalistler tarafından ideolojik olarak kontrol altında tutulurlar. Örneğin insanlar Facebook ve sosyal ağ sitelerini kullanmayı bırakırlarsa, belirli sosyal bağlantı fırsatlarını kaçırabilirler. Tıpkı bir çalışanın ücret için çalışmayı reddedebilmesi gibi, bu insanlar da Facebook işçisi olmayı reddedebilirler ama bunun bir sonucu olarak toplumda sosyal dezavantajlardan dolayı zarar görebilirler. Ticari medya, insanları, onu kullanmaya mecbur bırakır. Ne kadar fazla tekel gücünü ellerinde bulundururlarsa, medya tüketicileri ve kullanıcıları üzerinde uygulayacakları baskı o kadar kolay olur.

Çalışan izleyicilerin ürünü, reklam araları içeren programlara verilen dikkattir. İzleyici dikkatine erişim, reklamcılar tarafından ticari medya operatörlerine ödenen para ile mübadele edilir. İzleyici kendi dikkatini kendisi kontrol edemez çünkü ticari medyanın sahibi ve yaratıcısı değildir ve onu kontrol etmez; bunun yerine, izleyicilerin emeği ve dikkati yabancılaşmıştır. Program zamanını kontrol edenler diğerleri, yani ticari medya ve onun reklam veren müşterileridir. Aynısı, Facebook ve diğer kullanıcı tarafından oluşturulan içerikli ticari İnternet siteleri için de doğrudur. Bu sitelerde içeriği kullanıcı emeği oluşturur ve işlem verileri gözetlenerek özel olarak hedeflenen grupların dikkatine erişim elde eden reklam veren müşterilere satılır. Sosyal medya platformları kullanıcıları, kendi verilerini kontrol etmez ve onları sahiplenmezler; onlara yabancılaşırlar. İzleyici metasını oluşturan emek sömürülür çünkü başkalarına ait olan değer ve ürünler üretir. Dijital emek ideolojik olarak baskı altına alınır. Baskı altına alınmak, sömürülmek ve yabancılaştırılmak, izleyici emeğini kendi içinde bir sınıf yapar.

David Hesmondhalgh'ın (2010, 280) savı şu şekildedir: "Smythe'ın beyanı yavan, indirgemeci ve işlevselcidir, kapitalizmdeki çelişkiyi ve mücadeleyi tamamen hafife alır" ve "pragmatik politik mücadeleyle olan bağını tamamen kaybetmiştir". Benzer şekilde Smythe'ın izleyici metası kuramı ve onun dijital medyaya uygulanımı konusunda güncel bir eleştiride Caraway (2011), şunu ileri sürer: "Smythe'ın kuramı işçi sınıfının öznelliğinin değerini düşüren tek taraflı bir sınıf analizi sunar " (696), "ücret mücadeleleri, ürün boykotları veya tüketici güvenliğini irdelemez" (700) ve bu yüzden "hepimizin kapitalist makine içinde sadece birer çark dişi olduğumuz" bir "izleyici metası fetişizmine" önderlik eder (700). Eleştirel Ekonomi Politiğe dair Caraway'in eleştirisi, kendi analizini "Web, tüketici katılımcılığının mekânı haline gelmiştir" savını ileri süren ve günümüzde medyanın "katılımcı kültür" yeri haline geldiğini savunan Henry Jenkins (2008, 137) gibi sosyal medya deterministlerinin analiziyle eşit düzeyde tutan "yeni medya çevresine dayalı yaratıcı enerji" (706) şöleniyle örtüşür. Bu eleştiriler, Smythe'ın izleyici metalaştırmasının karşılığı olarak alternatif medyaya odaklanmasını görmezden gelen, bilgisiz veya kasıtlı olarak seçilmiş okumalara dayanmaktadır. Smythe, izleyicileri her zaman asi olarak göklere çıkarmaz ve sömürü ve sefalete müsamaha gösteren sosyal-demokrat reformizmini desteklemez. Onun analizi daha çok, toplumu insancıllaştırmak için kapitalizmin devrilmesi gerektiğine ve medyayı insancıllaştırmak için kapitalist medyanın devrilmesi gerektiğine işaret eder.

Dallas Smythe, insanların alternatif bir gelecek yaratma kabiliyetini görmezden gelmemiştir, ki bunu Smythe'ın alternatif bir iletişim sistemi fikriyle yakından ilgilendiği gerçeğiyle görebiliriz. Smythe'a göre politik öznellik, toplumu temelden dönüştürmeyi ve alternatif bir medya sistemi kurmayı amaçlayan devrimci öznelliktir. Hesmondhalgh ve Caraway gibi eleştirmenler, Smythe'ın yaklaşımının bu yönünü gözden kaçırırlar. Mao 1957'de büyük karakterli posterlerle yazmıştır (Dazibao, Tatsepao): "Büyük karakterli posterler asmalı ve forumlar düzenlemeliyiz".[1] 1958 yılında da şöyle söylemiştir "Tatsepao, veya

[1] http://www. marxists. org/reference/archive/mao/selected-works/volume-5/mswv5_65. htm (erişim tarihi: 8 Ağustos 2013).

büyük karakterli poster, tasfiye hareketi süresince kitleler tarafından yaratılan yeni, güçlü [bir] silah, bir eleştiri ve öz-eleştiri aracıdır; aynı zamanda düşmanı sergilemek ve ona saldırmak için de kullanılır. Ayrıca müzakereyi ve eğitimi, en geniş kitle demokrasisine uygun olarak yürütmek için de güçlü bir silahtır. İnsanlar başkalarıyla ilgili görüşlerini, önerilerini veya pozlarını ve eleştirilerini büyük karakterlerle, geniş kâğıt tabakalar üzerine yazarlar ve bunları insanların okuması için belirgin yerlere asarlar".[2]

Dallas Smythe, "Bisikletlerden Sonra, Ne?" adlı makalesinde 1970'lerin başında Çin'deki iletişim hakkında yazdığında (Smythe 1994, 230–244), yayıncılık sisteminin demokratik olarak nasıl organize edileceği düşüncesinde, Mao'nun büyük karakterli poster düşüncesini devam ettirmiştir. Smythe "Her alıcının bir diğerine ses veya ses-ve-görüntü karşılığını sağlama kapasitesine sahip olduğu iki yollu bir sistemden" söz etmiş ve "iki yollu bir televizyon sistemi, tıpkı tatzupao sistemi gibi olacaktır" demiştir (a.g.e., 231–232). Bu düşünceler, Hans Magnus Enzensberger'in (1970) fikri olan, özgürleştirici medya kullanımı kavramıyla, Walter Benjamin'in (1934, 1936/1939) okuyucu/yazıcı fikriyle ve Bertolt Brecht'in (1932/2000) kendi radyo kuramındaki alternatif radyo kavramıyla paraleldir.

Mao, halk hareketi sürecindeki insanlar tarafından kontrol edilen bir medya sistemini düşünmüştür ve Smythe bu düşünceyi, alternatif bir elektronik medya kavramı oluşturmak için elektronik medyaya uyarlamıştır. Yuezhi Zhao (2011), Smythe'ın makalesi ve fikirlerinin, Çin'deki kapitalist olmayan, alternatif bir iletişim sistemiyle olan ilişkisine işaret etmiştir. Zhao, Smythe'tan esinlenerek, neoliberal kapitalizm mantığının egemen olduğu (hem Batı'da hem de Çin'de) bir dünya göz önüne alındığında, kapitalist olmayan bir mantığa dayanan iletişimi ve toplumları inşa etmenin önemini vurgular. Ayrıca Smythe'ın ortaya attığı "Bisikletten Sonra, Ne?" sorusunu, "Çin'in kapitalist moderniteye sosyalist bir alternatif arayışı bağlamında ve kapitalist gelişme çizgisinden uzak duracağı umuduyla" savunur (2007a, 92). Her ne kadar Smythe, 1970'lerde Çin'de yaşanan politik durumu

[2] http://www. marxists. org/reference/archive/mao/selected-works/volume-8/mswv8_09. htm (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

birkaç noktada yanlış değerlendirdiyse de, bu girişimi "sadece Çin'de reform dönemi boyunca EİT'lerin yayılması ve gelişmesi analizinde değil, aynı zamanda Mao sonrası gelişme stratejisi ve sürdürülebilirliği analizinin uçsuz bucaksız yolunda yararlı bir başlangıç noktası sunmaya" devam etmektedir (a.g.e., 96). Günümüzde Çin medyasıyla ilgili sorulabilecek bir soru, Dallas Smythe üslubuyla şu şekilde olurdu: Cep telefonlarından sonra, ne? (Zhao 2007a). "Bisikletlerden sonra, ne?" sorusuna Smythe'ın cevabı ise şu şekilde olmuştur: Çin, "mal ve hizmetlerin bireysel ve özel kullanımına karşı [...] kamusal mal ve hizmetleri" teşvik edici bir medya yapısı yaratmalıdır (Smythe 1994, 243), EİT'ler yalnızca kapitalist amaçlara hizmet etmemeli, "doğalarının gereği olarak" toplumsal olmalı ve kolektif politik eylemi de içeren "alternatif kullanımlara" olanak sağlamalıdır (Zhao 2007a, 96). Çin'deki EİT gerçeği bu teknolojilerin, hem tahakküm hem de protesto aracı olmalarından kaynaklanan, antagonistik bir karaktere sahip olduğunu göstermektedir.

Dallas Smythe'ın esas olarak ilgilendiği konular, izleyici metası kategorisi yaratımına yansıyan, metalaşma süreci ve izleyici emeği olmuştur. Her ne kadar diğer bazı Marksist kültür kuramlarının eleştirisi olsa da ideoloji eleştirisi ve alternatif medyanın önemli unsurları, Smythe'ın izleyici metası odağına eşlik etmiştir. Dahası Smythe, daha iyi bir dünya ve demokratik iletişim için toplumsal mücadelelerle derinlemesine ilgilenmiştir. Smythe'ın çalışmaları siyasetle ilişkilidir: örneğin, iletişim işçilerinin çalışma koşullarını iyileştirmek için sendikalarla çalışmıştır; ifade vermiş, uyduların ve kamu hizmeti yayıncılığının kamu mülkiyeti ve telekomünikasyona makul fiyatlı evrensel erişim lehine çalışmalar yürütmüştür ve ticari medya kontrolü ve tekelleşme karşıtı konuşmalar yapmıştır (Yao 2010). Ayrıca, Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni'nin kurulmasıyla ilgili tartışmalarda yer almış ve bir kamu entelektüeli olarak görev yapmıştır (a.g.e.). Bu yüzden Smythe'ın, pragmatik olsun ya da olmasın, politik mücadelelerle hiçbir ilişkisinin olmadığı iddiası akla yatkın değildir.

Janet Wasko (2005, 29) "özelleştirilmiş, reklamcı destekli medyanın artan yayılımıyla birlikte izleyici metası kavramının pek çok

ekonomi politikçinin yanı sıra diğer iletişim kuramcıları tarafından da benimsendiğini" ileri sürmektedir. Son yıllarda bu eğilim artmış ve Dallas Smythe'ın özellikle ticari "sosyal medya" kullanıcılarının işçi olup olmadıkları ve sömürülüp sömürülmedikleri sorusuna dair çalışmalarına olan ilgide bir canlanma yaşanmıştır. Tiziana Terranova dijital emek tartışmasına önceden bir katkıyı, ücretsiz İnternet emeği kavramı ile yapmıştır: "Aynı anda, gönüllü olarak verilen ve ücretlendirilmeyen, sahip olunan ve sömürülen İnternet'teki ücretsiz emek, Web siteleri kurmayı, yazılım paketlerini değiştirmeyi, e-posta listelerini okumayı, listelere katılmayı ve MUD ve MOO'lar gibi sanal ortamlar inşa etmeyi kapsar" (Terranova 2000, 33). Terranova, ücretsiz emek kavramını, Otonomcu Marksist kavramı olan *maddi olmayan emeğe* bağlamıştır ama Dallas Smythe'ın izleyici emeği kavramıyla olan bağlanabilirliğini düşünmemiştir.

Çalışmalarımda, modern İnternet'teki ticari platformların, kullanıcı faaliyetlerini sömürmesini tarif etmek için Smythe'ın izleyici metası kavramının oldukça uygun olduğunu vurgulamıştım ve bu bağlamda İnternet üretketicisi kavramını türettim (Fuchs 2012a, 2011a, 2011b, 2010b, 2009). Vince Manzerolle (2010) mobil izleyici metası kavramını kullandığı mobil İnternet üzerindeki üretketicilerin metalaşması analizini, bu analize ve Smythe'ın çalışmalarına dayandırmaktadır. Marisol Sandoval (2012), İnternet üretketicisi gerçekliğini ampirik olarak test etmiştir ve analiz edilen web platformlarının %90'dan fazlasının hedefli reklamcılık kullandığını ve kullanıcı verilerini gözetim altına aldığını ve metalaştırdığını tespit etmiştir. İnternet üretketicisinin metalaşmasını yasal olarak garanti altına alan hüküm ve ilkelerin niteliksel bir analizi, bunların "kafa karıştırıcı, yanıltıcı, ideolojik ve hatta manipülatif olduğunu göstermektedir. [...] Bu hüküm ve ilkeler, bu platformların tek amacının kullanıcılarına ilgi çekici ve yüksek kaliteli bir servis sunmak ve onlara kendi medya içeriklerini üretme ve arkadaşlarıyla bağlantı kurma deneyimini sağlamak olduğu izlenimini yaratmaya çalışmaktadır. Gerçek şu ki, bu platformlar, kullanıcı enformasyonunu ve saklı kalan reklam alanlarını satarak kârlarını arttırmayı hedefleyen ticari şirketlere aittir" (Sandoval 2012, 164–165).

Vincent Mosco (2009), Smythe'ın izleyici metası kavramıyla ilgili bir tartışmada, "her enformasyon işlemini eksiksiz olarak ölçen ve takip eden dijital sistemlerin şimdi, seyircileri, dinleyicileri, okuyucuları, film hayranlarını, telefon ve bilgisayar kullanıcılarını reklamcılara teslim etme sürecini geliştirmek için kullanıldıklarını" ileri sürmektedir. "Bu, seyircilerin metalaşması konusunda daha önceki kitle izleyicisi temin etme sisteminin üzerinde büyük bir tasfiyedir ve günümüzde, İnternet ve kullanıcıları hakkında detaylı enformasyon sağlayan Facebook gibi sosyal ağ siteleri dahil, hemen hemen her iletişim aracına uygulanmıştır" (a.g.e., 137). Graham Murdock (2011), Google gibi ticari platformların organize ettiği İnternet hediyeciliğinin "sömürünün yoğunlaşmasına" delalet eden "meta ekonomisinde hediye ilişkilerinin daha genel bir şirketleşmeyi gösterdiğine" işaret etmektedir (a.g.e., 30–31). "Kültürün ve iletişimin eleştirel politiğinin karşı karşıya olduğu başlıca görevlerden" biri, "dijital çağda kamusal kültürün ortak mülkiyeti" koşulunu savunmaktır (a.g.e., 37).

Nick Dyer-Witheford, Smythe'ın analizinin günümüzde itibar kazandığını çünkü "hâlihazırda işyerlerinde deneyimlenen ve Marx'ın tarif ettiği, fabrikalardaki ücretli 'bekçi' davranışı gibi, evdeki gözetim seviyesinin, televizyon karşısına geçildiğinde karşılığı ödenmemiş 'izleme zamanı' ile bütünsel olarak eşleşmeye doğru gittiğini" (Dyer-Witheford 1999, 119) öne sürmektedir. İnteraktif sistemler "tüketici davranışı profillerinin kapsamlı olarak derlenmesini" sağlamakta ve bu da "zevk ve gelirlerine göre ayrıştırılan tüketicilerin hedeflenmesini her zaman olduğundan daha titizlikle yapılabilmesine" imkan vermektedir (a.g.e., 118). Dyer-Witheford, Smythe'ın "sermayenin planlanmış izleyici sömürüsü gücünün tam olarak başarılı olduğu varsayımını çok fazla kullanması"nı eleştirir (a.g.e., 119) ve çevrimiçi korsanlık ve alternatif medya gibi eylemlerin, sermayenin hegemonyasını kırma girişimleri olduğunu söyler.

Mark Andrejevic (2002, 2004, 2009) Sut Jhally'nin (1987) analizini reality şovlara, İnternet'e, sosyal ağ sitelerine ve genel olarak interaktif medyaya uygulamıştır. Ona göre birikim stratejisi, izleme işinin sömürüsüne değil, izlenilme işinin sömürüsüne dayanmaktadır.

Andrejevic (2012), Google veya Facebook gibi platformlarda "izleme sisteminin, hem doğrudan ödemeye bel bağlayan siteler için, hem de dolaylı ödemeye (reklamcılık) bel bağlayan kullanıcı tarafından oluşturulan içerikli siteler için çevrimiçi değer zincirinin ayrılmaz bir parçası olduğunu" ve böylece "ticari platformlardaki kullanıcı faaliyetinin, bu faaliyetlerle ilgili üretici enformasyon biçiminde iki katına çıkarıldığını" öne sürmektedir (Andrejevic 2012, 84). "İşlemler tarafından oluşturulan enformasyonun [TGI=transaction generated information] ele geçirilmesi ve satılmasının, tüketici artığını ele geçirme yollarıyla piyasalardaki ayrımcılığı destekleyerek zarara neden olduğunu anlamak önemlidir" (Gandy 2011, 451). Lauer (2008), Andrejevic'in analiziyle bağlantılı bir analiz sunmaktadır.

Cohen (2008, 8), Smythe'ı esas alarak "Web 2.0 içeriğinin üretiminde yer alan emeğin", "enformasyon, sosyal ağlar, ilişkiler ve duygulanımlar" ürettiğini ileri sürmektedir. Coté ve Pybus (2010) İnternet'te izleyici emeğinden bahsedilemeyeceğini; bu yüzden "maddi olmayan emek 2.0" terimini kullandıklarını vurgulamaktadır. Bermejo (2009), Couvering (2004, 2011), Kang ve McAllister (2011) ve Lee (2011), izleyici metalaştırması kavramını Google ve arama motorlarına uygulamaktadır. McStay (2011) çevrimiçi reklamcılık analizi için izleyici metası kavramını kullanmaktadır. Napoli (2010), izleyici metalaştırmasının İnternet'te bir adım ileriye taşındığını, öyle ki kullanıcıların, kendi bağlantılarına çevrimiçi olarak yaydıkları reklam mesajlarıyla veya reklam içeriklerini ortaklaşa yaratmalarıyla reklamcıların işini bile üstlendiklerini vurgulamaktadır.

Editörlüğünü Christian Fuchs ve Vincent Mosco'nun yaptığı (2012), *Marx Geri Döndü: Günümüzde Eleştirel İletişim Çalışmalarında Marksist Kuram ve Araştırmanın Önemi* başlıklı yaklaşık 500 sayfalı *tripleC* özel sayısı, günümüzde medya ve iletişim çalışmalarının eleştirel kavrayışında Marx'ın çalışmalarının önemini göstermektedir. Ayrıca Dallas Smythe'ın, özellikle dijital emek tartışması konusundaki çalışmasına duyulan sürekli bir ilgi ve alakanın varlığını da göstermektedir. Katkıda bulunan pek çok kişi, Smythe'ın izleyici metası kuramının Facebook veya YouTube gibi platformlardaki dijital

emeğe çok iyi bir şekilde uygulanabileceğini vurgulamaktadır (Ekman 2012, Fisher 2012, Hebblewhite 2012, Nixon 2012, Prey 2012, Prodnik 2012).

Bu tartışma göstermektedir ki, Smythe'ın Medya ve İletişimin Marksist/Eleştirel Ekonomi Politiği, dijital emek tartışmasında can alıcı bir etkiye sahip olmuştur. Ele alınan yaklaşımların ortak noktası, dijital emeğin sermaye tarafından sömürüldüğü tahlilidir. Dijital emeğin sömürüsü üç unsur içermektedir:

- Baskı: Kullanıcılar, iletişim, paylaşım ve yaratımlarda bulunabilmek ve toplumsal ilişkilerini sürdürebilmek için, ki bunlar olmadan hayatları daha az anlamlı olacaktır, ticari platformları kullanmaları için baskı altına alınırlar.
- Yabancılaşma: Platformlara ve yaratılan kâra, kullanıcılar değil, şirketler sahiptir.
- El koyma: Kullanıcılar, hedefli reklamcılıkla sermaye birikimi modelleri tarafından finanse edilen ticari İnternet platformları üzerinde zaman geçirirler. Ticari platformlarda geçirilen zaman, karşılığı ödenmeyen dijital emekleri tarafından yaratılan değerdir. Dijital emekleri, toplumsal ilişkiler, profil verisi, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik ve işlem verileri (tarama davranışları) -hedeflemek istedikleri belirli kullanıcı gruplarını seçebilecek olan reklam veren müşterileri için, İnternet şirketlerinin satılığa çıkardığı bir veri metası- yaratır. Sömürü işlemi, hâlihazırda kullanıcıların bir veri metası yarattığı ve bunu yaparken çevrimiçi zamanlarının nesneleştiği ve bu verilere kendilerinin sahip olmadığı, bunun yerine, kullanım şartları ve gizlilik ilkelerinin yardımıyla, ticari İnternet platformlarının bu veri üzerinde sahiplik kazandığı durumda gerçekleşmiş olur. Ticari İnternet platformları, İnternet üretketim eyleminin bir ürünü olan veri metasını reklamcılara satılık olarak sunar. Değerin kâra dönüşümü olan gerçekleşme süreci, hedeflenen kullanıcıların reklamları görüntülediği (görüntüleme başına ödeme) veya reklamlara tıkladığı (tıklama başına ödeme) zaman vuku bulur. Her zaman bütün metalar satılmaz ve veri

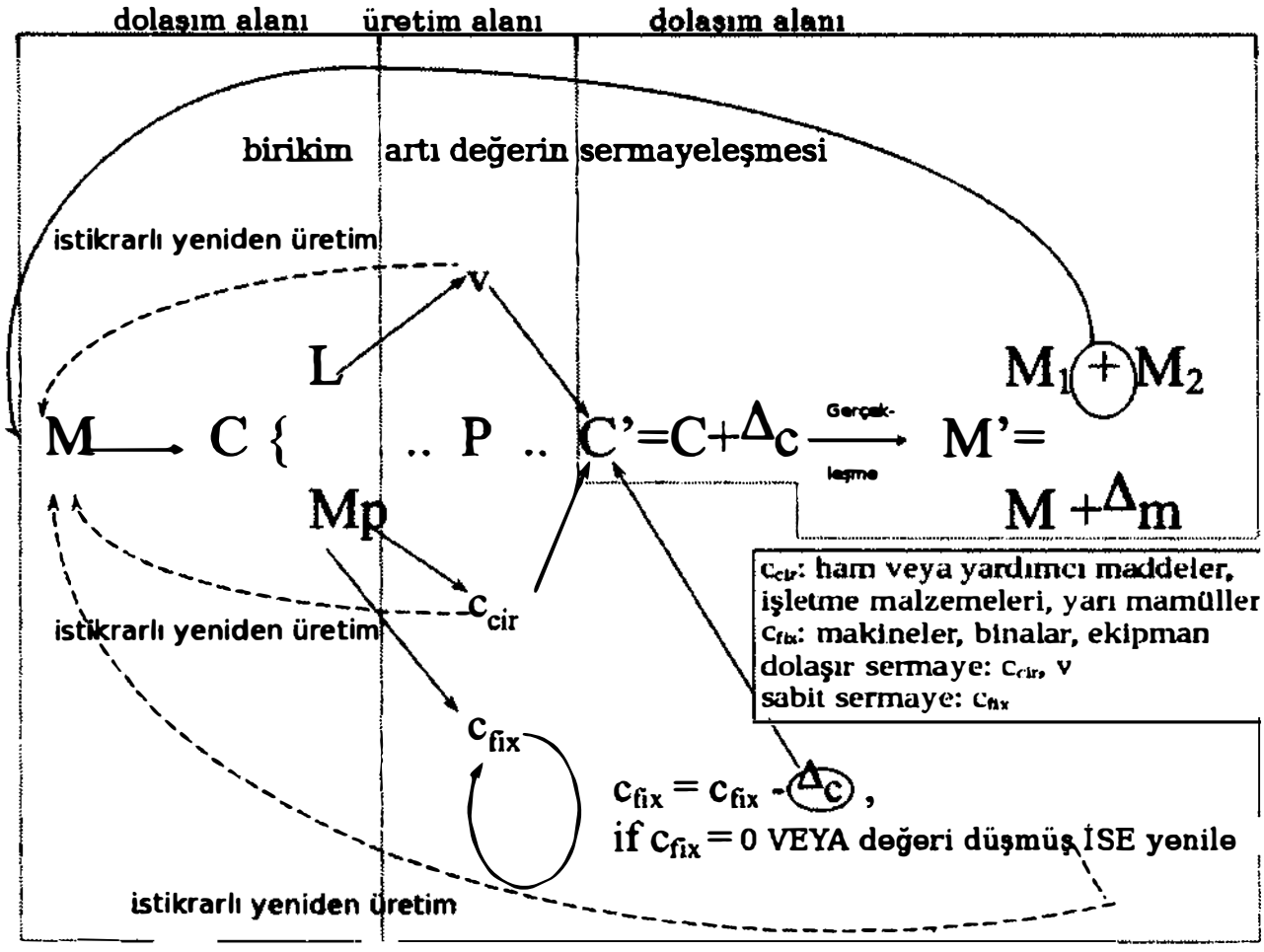
metalarının belirli grupları diğerlerinden daha popüler olur, ama sömürü, metanın satışından evvel, metanın üretilmesi ve metaya el konulması halinde her zaman gerçekleşir.

4.4 kısmında metalaştırmanın ticari sosyal medya platformlarında nasıl işlediğinin bir tahlilini sunacağım. 4.5 kısmı da, dijital medyayla ilişkili ideolojik yapıları tahlil edecek. Dolayısıyla dijital medyanın tahlili, hem metalaştırmanın, hem de kısım 4.2'de öne sürdüğüm ideoloji eleştirisinin bütünlüğünün eleştirel bir analizinden yararlanmaktadır.

4.4 Dijital Emek: Sosyal Medyada Sermaye Birikimi ve Metalaştırma

İzleyici metası kavramının, "sosyal medya"daki dijital emeğin tahliline nasıl uygulanabileceğini daha derinden analiz etmek için, Marx'ın kapitalizm analizleriyle yakından ilgilenmemiz gerekir. Marx, *Kapital*'in üç cildinde sermaye birikimi sürecini analiz eder. Marx'ın tarif ettiği gibi bu süreç, şekil 4.1.'de görselleştirilmektedir.

Sermaye birikiminde kapitalistler, bir kısmıyla yeniden yatırım yapacakları parasal kâr elde etme beklentisiyle satmak istedikleri yeni metaların üretimini organize etmek için emek gücü ve üretim araçları (hammadde, teknoloji, vb.) satın alırlar. Marx sermaye birikimini iki alana ayırır: dolaşım alanı ve üretim alanı. Dolaşım alanında sermaye, kendi değer biçimine dönüşür. İlk önce para (M), metalara dönüşür (alıcı olarak kapitalist yönünden) -kapitalist, emek gücü (L) ve üretim araçları (Mp) metalarını satın alır. M-C süreci, iki satın alma işlemine dayanır: M-L ve M-Mp. Bunun anlamı şudur: özel mülkiyet yapısından ötürü işçiler; üretim araçlarına, ürettikleri ürünlere veya oluşturdukları kâra sahip değillerdir. Bu kaynaklara kapitalist sahiptir. Üretim alanında yeni bir mal üretilir: ürüne, emek gücünün değeri ve üretim araçlarının değeri eklenir. Değer, üretken sermaye (P) biçimini alır. Emeğin değer biçimi değişken sermayedir (v) (değişken sermaye, ücret olarak gözlemlenebilir), üretim araçlarının değer biçimi değişmeyen sermayedir (c) (değişmeyen sermaye, üretim araçlarının/üreticinin mallarının toplam fiyatı olarak gözlemlenebilir).



Şekil 4. 1 Sermaye birikimi/sermayenin genişletilmiş yeniden üretimi

Üretim alanında sermaye, başkalaşımını durdurur, böylece sermaye dolaşımı durma noktasına gelir. Burada metanın yeni değeri (V') üretilir. V', gerekli değişmez ve değişken sermayenin değerini ve artı ürünün artı değerini ('s) içerir. Karşılığı ödenmeyen emek, artı değer ve kâr üretir. Artı değer, çalışma gününün karşılığı ödenmeyen kısmıdır. Bu kısım, iş gününün (saatlerle ölçülen) kâr üretmek için kullanılan kısmıdır. Kâr, işçilere değil, kapitalistlere aittir. Kapitalistler, artı değer üretimi için ödeme yapmazlar. Bu yüzden artı değer üretimi, bir sömürü sürecidir. Üretimden sonraki yeni metanın değeri (V'), V' = c + v + s olur. Bundan sonra meta, üretim alanını terk eder ve sermayenin yeniden dönüşüm geçirdiği dolaşım alanına girer: meta, piyasada satılarak meta biçiminden tekrar para biçimine dönüşür. Artı değerin gerçekleştiği yer, para biçimidir. Başlangıçtaki para sermaye (M) şimdi, M' = M + 'm biçimini alır, kâr olan 'm kadar bir fazlalık ile artmıştır. Sermaye birikimi, üretilen artı değerin/kârın (bir kısmının) yeniden yatırıma bağlandığı/sermayeleştirildiği anlamına gelir. Tek bir sürecin bitiş noktası olan M', yeni bir birikim sürecinin başlangıç

noktası haline gelir. M' 'nin bir kısmı (M_1) ile, yeniden yatırım yapılır. Birikimin anlamı, M-C...P...C'-M' olan sermaye çevriminde, sermayenin yatırım yapılarak bir araya toplanması ve emeğin sömürülmesidir. Bu çevrimde son ürün olan M', yeni bir başlangıç noktası olan M haline gelir. Tüm bu süreç, sermayenin dinamik karakterini oluşturur. Sermaye, artı değerin sömürüsü nedeniyle devamlı artan paradır.

Metalar, yatırım maliyetlerinden daha yüksek fiyatlara satıldıkları için parasal kâr ortaya çıkar. Marx, sermaye birikiminin kararlı bir niteliğinin, üretimde ortaya çıkan bir özellik olduğunu, bu özelliğin de, kârın emek tarafından üretilip kapitalist tarafından sahiplenilmesi olduğunu ileri sürer. Emek olmadan, hiç kâr elde edilemez. İşçiler, sermayenin artığa el koymasını sağlayacak şekilde, hayatta kalmak için sınıf ilişkisine girmeye ve kâr üretmeye zorlanırlar. Artı değer kavramı, Marx'ın kuramında kapitalizmin sınıflı bir toplum olduğunu göstermeyi amaçladığı temel kavramdır. "Artı değer kuramı sonuç itibariyle derhal bir sömürü kuramı haline gelir" (Negri 1991, 74). Buna ek olarak şu da söylenebilir: Artı değer kuramı, bir sınıf kuramı ve dolayısıyla sınıfsız bir toplum için politik bir taleptir.

Sermaye, para değil, birikim yoluyla artan paradır, "para çeken paradır" (Marx 1867c, 256). Marx, emek gücünün değerinin hayatta kalmak için zorunlu olan malların üretimi için gerekli ortalama zaman (gerekli emek zaman) olduğunu öne sürmektedir. Ücretler, gerekli emek zamanın fiyatlar düzeyindeki değerini temsil eder. Artı emek zaman, gerekli emek zamanı aşan, karşılığı ödenmemiş, kapitalistlerce bedava olarak el konulan ve parasal kâra dönüşmüş emek zamandır. Artı değer "gerçekte karşılığı ödenmemiş emek zamanın maddeleşmesidir. Sermayenin öz-değerlenmesinin sırrı, başka insanların belirli nicelikteki karşılığı ödenmemiş emeklerini kendi emri altında tuttuğu gerçeğinde yatar" (a.g.e., 672). Artı değer üretimi "kapitalist *üretimin* ayırt edici özelliği" (a.g.e., 769) ve "kapitalist üretim sürecinin itici gücü ve son ürünüdür" (976).

Pek çok ticari sosyal medya platformu (Facebook, YouTube, vb.), bireysel kullanıcı verilerine ve davranışlarına uygun hale getirilen hedefli reklamcılığın yardımıyla sermaye birikimi gerçekleştirir. Ka-

pitalizm her zaman olduğundan daha fazla sermaye birikimi zorunluluğuna dayanır. Bunu başarmak için kapitalistler, ya çalışma gününü uzatmak (mutlak artı değer üretimi), ya da emek üretkenliğini arttırmak (göreli artı değer üretimi) zorundadırlar (göreli artı değer için bkz, Marx 1867c, 12. bölüm). Göreli artı değer üretimi, üretkenlik artışının aynı zaman periyodunda eskiye nazaran daha fazla meta ve daha fazla artı değer üretilebilmesini sağladığı anlamına gelir. "Örneğin bir kunduracı düşünün, bu kunduracı belirli aletlerle 12 saatlik bir iş gününde bir çift çizme yapmaktadır. Eğer aynı sürede iki çift çizme yapması gerekirse, emeğinin üretkenliği ikiye katlanmalıdır; ve bu, kullandığı aletlerde ya da çalışma biçiminde, ya da her ikisinde de bir değişiklik olması dışında gerçekleşemez. Bu yüzden emeğinin üretim koşullarının, yani üretim biçimi ve emek sürecinin kendisinin kökten bir değişime uğraması gerekir. Emeğin üretkenliğinde bir artıştan söz ettiğimizde, emek sürecinde bir metanın üretilmesi için gerekli emek zamanın kısaltılması türünden bir değişikliği ve belli nicelikteki emeğe, daha fazla kullanım değeri üretme gücünün sağlanmasını kastediyoruz. [...] İş gününün uzatılmasıyla üretilen bu artı değere, ben, *mutlak artı değer* diyorum. Buna karşılık, gerekli emek zamanın kısaltılmasından ve buna tekabül eden iş gününün iki kısmının uzunluklarındaki değişiklikten doğan artı değere, *göreli artı değer* diyorum" (Marx 1867c, 431–432).

Sut Jhally (1987, 78) "izleyici gözetimini demografi açısından yeniden organize etmenin" bir tür göreli artı değer üretimi olduğunu ileri sürmektedir. Hedefli İnternet reklamcılığı da göreli artı değer üretiminin bir biçimi olarak değerlendirilebilir: Zamanın bir noktasında reklamcılar, hedefli olmayan reklamcılıktaki gibi izleyicilere sadece tek bir reklam göstermezler; farklı reklamları, kullanıcıların ilgi alanlarının ve çevrimiçi davranışlarının izlenmesine, değerlendirilmesine ve karşılaştırılmasına bağlı olan farklı kullanıcı gruplarına gösterirler. Televizyonun geleneksel biçimlerinde tüm izleyiciler aynı anda aynı reklamları görürler. Hedefli İnternet reklamcılığında reklam şirketleri farklı reklamları aynı anda sunabilirler. Reklamcılığın etkinliği artar: reklamcılar aynı zaman periyodunda hedefli olmayan reklamcılığa nazaran tüketicilerin ilgi alanlarına uyması olası olan daha fazla reklamı

gösterebilirler. Bu reklamlar tarafından elde edilen kârı, kullanıcı tarafından oluşturulan verilerinin ve işlem verilerinin kullanıldığı, kısmen reklam şirketlerinin ücretli emekçileri, kısmen İnternet kullanıcıları üretir. Hedefli reklamcılık ne kadar çok olursa, kullanıcıların bu reklamları fark edip tıklama olasılığı o kadar yüksek olur.

Kullanıcıların tıkla-ve-satın al süreci, reklam şirketinin artı değeri gerçekleştirme sürecidir. Bu süreç, artı değeri parasal kâra dönüştürmektedir. Hedefli reklamcılık, İnternet şirketlerinin kullanıcılara tek seferde sadece tek bir reklam değil, sayısız reklam sunmasını sağlar ve bu şekilde kullanıcılara metalar sunan daha fazla toplam reklam zamanı üretilmiş olur. Göreli artı değer üretimi, aynı zaman periyodunda eskisinden daha fazla artı değer oluşturulduğu anlamına gelir. Hedefli İnternet reklamcılığı, hedefli olmayan İnternet reklamcılığından daha üretkendir çünkü aynı zaman periyodunda daha fazla reklam sunulmasını sağlar. Bu reklamlar, hedefli olmayan reklamlardan daha fazla artı değer (başka bir deyişle, reklam şirketinin kullanıcı-tarafından-oluşturulan içerik ve işlem verisi oluşturan ücretli çalışanlarının ve kullanıcılarının daha fazla karşılığı ödenmeyen emek zamanını) içermektedir.

Alvin Toffler (1980) üretketici kavramını 1980'lerin başında tanıtmıştır. Bunun anlamı, "üreticiyi tüketiciden ayıran çizginin giderek bulanıklaşması"dır (Toffler 1980, 267). Toffler, *üreten tüketim* çağını, yeni bir tür ekonomik ve politik demokrasiye, öz-belirlenimli işe, emek otonomisine, yerel üretime ve otonom öz-üretime varılması olarak tarif etmektedir. Fakat, işin dış kaynak kullanımı yoluyla ödeme yapılmaksızın çalışan kullanıcılara ve tüketicilere yaptırılması için üretketimin kullanıldığını göz ardı etmektedir. Bu şekilde şirketler, yatırım ve emek maliyetlerini düşürür, işler yok edilir ve ücretsiz çalışan tüketiciler aşırı derecede sömürülür. Ücret ödemeyen şirketler tarafından el konulan ve kâra çevrilen artı değeri bu tüketiciler üretir. Toffler'ın eleştirel olmayan iyimserliğine rağmen, onun "üretketici" kavramı, medya yapısı ve pratiklerindeki önemli değişimleri tarif etmekte ve bu sayede eleştirel çalışmalara da adapte edilebilmektedir.

Ritzer ve Jurgenson (2010) Web 2.0'ın, "üretketici kapitalizmi"nin ortaya çıkmasına olanak sağladığını, kapitalist ekonomiye "her zaman üretketimin hâkim olduğunu" (14) ve üretketimin McDonaldlaşmanın doğasında var olan bir özellik olduğunu ileri sürmektedir. İki yazarın bu analizi, üretketimin, kapitalizmin pek çok eğiliminden sadece biri olduğunu, bunun ne tek, ne de baskın özelliği olduğunu dikkate almamaktadır. Kapitalizm çok boyutludur ve birden fazla birbirine bağlı olan boyuta sahiptir. Bu boyutlar aynı zamanda finans kapitalizmi, emperyalist kapitalizm, enformasyonel kapitalizm, hiper-endüstriyel kapitalizm (petrol, gaz), kriz kapitalizmi ve benzerleridir. Bu boyutların hiçbirisi eşit derecede öneme sahip değildir (Fuchs 2011a, 5. bölüm).

Gördüğümüz gibi Dallas Smythe'ın (1977a, 1981) izleyici metası analizi, günümüzde dijital emek tartışmasında yeni bir ilgi kazanmıştır. Kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin, ücretsiz erişimi olan sosyal ağ platformlarının ve çevrimiçi reklamcılıktan kâr sağlayan diğer platformların -Web 2.0, sosyal yazılım, sosyal ağ siteleri gibi kategoriler altında toplanan bir gelişmenin-yükselişiyle birlikte web'deki birikim stratejisi, televizyon veya radyo gibi geleneksel kitle medyasında sermaye tarafından işletilen birikim stratejilerine yakınlaşıyor gibi görünmektedir. Facebook'ta fotoğraf ve başka görseller yükleyen, duvar iletileri ve yorumlar yazan, kişi listesine e-postalar gönderen, arkadaş biriktiren veya başkalarının profillerine göz atan kullanıcılar, reklamcılara satılan izleyici metasını tesis ederler. Geleneksel kitle medyasındaki izleyici metasıyla İnternet'teki izleyici metası arasındaki fark, ikincisindeki kullanıcıların aynı zamanda içerik üreticileri olması, burada kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerin olması ve kullanıcıların sürekli olarak yaratıcı faaliyette, iletişimde, topluluk inşasında ve içerik üretiminde bulunmasıdır. İnternet kullanıcılarının televizyon veya radyoda olduğundan daha aktif olmaları, İnternet'in çoklu iletişimi sağlayıcı ademi merkeziyetçi yapısından kaynaklanır. Alıcıların daimi faaliyeti ve üretketici olarak konumları nedeniyle, ticari sosyal medya konusunda izleyici metasının bir İnternet üretketicisi olduğunu söyleyebiliriz (Fuchs 2010b). İzleyicinin faaliyeti ve yaratıcılığıyla ilgili hususta Kültürel Çalışmalar ile Medyanın Eleştirel

Ekonomi Politiği (bkz. Ferguson ve Golding 1997; Garnham 1995a, b; Grossberg 1995) arasındaki çatışma günümüzde İnternet'e ilişkin olarak çözümlenir: Facebook, Twitter ve bloglardaki kullanıcılar, tam olarak aktif ve yaratıcıdır ve bu durum, Kültürel Çalışmalar'ın kullanıcıların aktif karakteri hakkındaki kavrayışını yansıtır fakat bu aktif ve yaratıcı kullanıcı karakteri sömürünün en temel kaynağıdır ki bu durum da Eleştirel Ekonomi Politiğin sınıf ve sömürü konuları üzerinde durmasını yansıtır.

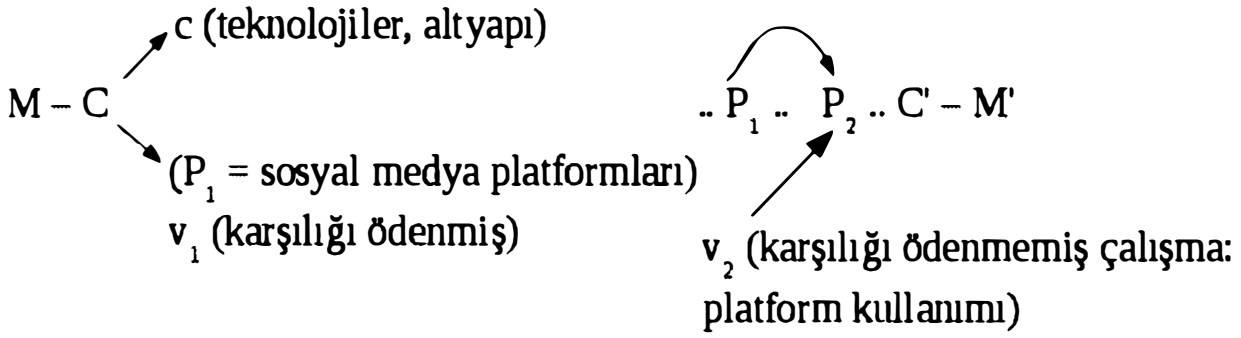
Ticari sosyal medya üzerindeki gözetim, dinamik ve daimi olarak kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği yaratıp paylaşan, profillere ve verilere göz atan, başkalarıyla etkileşime giren, toplulukları yaratan, katılan ve inşa eden ve enformasyonu yeniden yaratan üretketiciler üzerindeki gözetimdir. Ticari web platform operatörleri ve onların reklam veren üçüncü şahıs müşterileri, kişisel verileri ve çevrimiçi faaliyetleri sürekli olarak izler ve kaydederler. Toplanan verileri depolar, birleştirir ve analiz ederler. Bu durum, detaylı kullanıcı profilleri yaratmaları ve kullanıcıların kişisel ilgi alanları ve çevrimiçi davranışları hakkında çok şey bilmeleri konusunda onlara olanak sağlar. Gözetim, ticari sosyal medyanın sermaye birikimi modelinin doğasında olan bir özelliktir (Fuchs 2012a, Sandoval 2012). Hedefli reklamcılığa dayanan sosyal medya, üretketicileri bir meta olarak reklam veren müşterilere satar. Ekonomik kullanıcının gözetimine olanak sağlayan kullanıcı verilerine erişim için gerçekleşen bir para mübadelesi mevcuttur. Sosyal medya üretketici metasının mübadele değeri, operatörlerin kendi müşterilerinden elde ettikleri para değerdir. Kullanım değeri ise, meta ve mübadele değeri biçimi tarafından tayin edilen kişisel veri ve kullanım davranışı yığınıdır. Üretketicilerin daimi olarak ürettikleri kullanım değerleri (bir başka deyişle kişisel veri ve etkileşimler) üzerindeki şirket gözetimleri, üretketicileri tüketim ve alışveriş yapmaya çekme amacı taşıyan hedefli reklamcılığa fırsat sağlar. Hedefli reklamcılık aynı zamanda üretketicilerin hedef ve ihtiyaçlarını, şirketlerin menfaatine ve sunduğu metalara göre manipüle etme amacını da taşırlar. Gazetelerdeki ve geleneksel yayıncılıktaki izleyici metalaştırması hep izleyici oranlarının istatistiksel olarak değerlendirilmesine dayanmaktayken (Bolin 2011), İnternet gözetimi,

sosyal medya şirketlerine kullanıcıların ilgi alanları ve faaliyetlerine ilişkin eksiksiz bir resim sunar. Bu yüzden İnternet üretketici metasının karakter özellikleri (ilgi alanları ve kullanım davranışları) ve büyüklüğü (özgül bir ilgi grubundaki kullanıcıların sayısı) tam olarak belirlenebilmekte ve ayrıca özgül reklamlarla hedeflenmesi gereken tüketici grubuna kimlerin dâhil olup olmayacağı da tam olarak belirlenebilmektedir.

Kişisel enformasyonun eleştirel ekonomi politik yaklaşımını temellendirmede Oscar Gandy, panoptik sınıflandırma kavramını tanıtmıştır: "Panoptik sınıflandırma, bireyleri rutin ölçümlere dayanarak kategorilere ve sınıflara ayıran bir farklılık makinesidir. Bu, ayırıcı bir teknolojidir, öyle ki seçenekleri ve fırsatları bilgi verdikleri bu ölçümlere ve yönetimsel modellere dayanarak ayırırlar" (Gandy 1993, 15). Bu, tanımlayan, sınıflandıran ve değer biçen bir güç ve disipliner bir gözetim sistemidir (a.g.e.). Hedefli reklamcılığın sosyal medya üzerindeki mekanizması, Gandy'nin panoptik sınıflandırma olarak nitelediği bir tür gözetim biçimidir: kullanıcıların ilgi alanlarını, onların kişisel verilerini ve kullanım davranışlarını yakından gözetleyerek tanımlar, onları tüketici grupları içerisinde sınıflandırır ve ilgi alanlarına, daha sonra hedeflenen kullanıcılar olan diğer tüketiciler ve mevcut reklamlarla kıyaslayarak değer biçer.

Sosyal medya kullanıcıları, iki kere metalaştırma konusu olurlar: kendileri zaten metadır ve bu metalaşma yoluyla bilinçleri, İnternet'te, daimi olarak reklamlar biçiminde meta mantığına maruz kalır. En fazla çevrimiçi zaman, reklam zamanıdır. Ticari sosyal medyada hedefli reklamcılık; kullanıcıların kişisel verilerinden, ilgi alanlarından, etkileşimlerinden, enformasyon davranışlarından ve ayrıca diğer web siteleriyle olan etkileşimlerinden de istifade eder. Yani, Facebook, Twitter, YouTube ve benzeri siteleri kullandığınızda başka insanlarla etkileşime giren ve profillere göz atan yalnızca siz değilsiniz, tüm bu faaliyetler size sunulan reklamlar tarafından şekillendirilir. Bu reklamlar, çevrimiçi faaliyetlerinizin daimi olarak gözetlenmesinden doğar. Bu tür reklamlar mutlaka tüketicilerin gerçek ihtiyaç ve arzularını yansıtmazlar, çünkü reklamlar hesaplanmış varsayımlara daya-

nır, oysa ihtiyaçlar daha karmaşık ve spontanedir. Reklamlar ağırlıklı olarak piyasa kararlarını ve ekonomik güç ilişkilerini yansıtır. Sadece satın almak için önerilen ürünler hakkında enformasyon sağlamaz, güçlü şirketlerin ürünleri hakkında enformasyon sunarlar.



C' = **İnternet üretketici metası** (kullanıcı tarafından üretilmiş içerik, İşlem verisi, sanal reklam mekanı ve zamanı)
çoğu sosyal medya hizmetlerinin kullanımı ücretsizdir, meta değillerdir. Kullanıcı verileri ve kullanıcılar sosyal medya metasıdır.

Şekil 4.2 Hedefli reklamcılığa dayanan ticari sosyal medya platformlarında sermaye birikimi

Şekil 4.2, hedefli reklamcılık tarafından finanse edilen ticari sosyal medya platformlarında sermaye birikimi sürecini göstermektedir. Sosyal medya şirketleri sermaye satın almak için para (M) yatırırlar: teknolojiler (sunucu alanı, bilgisayarlar, organizasyonel altyapı, vb.) ve emek gücü (ücretli çalışanlar). Bunlar, değişmez sermayeye (c) ve değişken sermayeye (v1) yapılan harcamalardır. Üretim sürecinin (P1) çıktısı, doğrudan satılan bir meta olmaktan çok, kullanıcılara ücretsiz olarak sağlanan bir sosyal medya servisidir (belirli platformlar). Bu durumun bir sonucu olarak işletme literatürü, ücretsiz İnternet servislerinden nasıl kâr elde edileceğinin belirlenmesine odaklanmıştır. Chris Anderson (2009) bir İnternet servisinin, diğer servislerin satışını arttırmak için nasıl ücretsiz sunulduğunu veya bir İnternet servisinin nerede tek tip müşteriye ücretsiz verildiği ve diğerlerine satıldığını anlatan 50 model tanımlamıştır. Artı değerin bir kısmını, kullanıcılar tarafından erişilen sosyal medya çevrimiçi çevrelerini yaratan ücretli çalışanlar üretir. Kullanıcılar, yükledikleri içerikleri (kullanıcı tarafından oluşturulan veri) oluşturmak için platformu kullanırlar. Sosyal

medya şirketleri tarafından yatırılan, çevrimiçi çevrede nesneleşen değişmez ve değişken sermaye (c, v1), kullanıcıların üretim süreci (P2) içindeki faaliyetlerinin bir önkoşuludur. Ürünleri, ticari sosyal medya üzerindeki tarama ve iletişim davranışlarıyla ilgili kullanıcı tarafından oluşturulan veriler, kişisel veriler, sosyal ağ ve işlem verileridir. Bu süreçte kullanıcılar, belli bir emek zaman yatırımı yaparlar.

Ticari sosyal medya, kullanıcı veri metalarını, yatırdıkları değişmez ve değişken sermayeden daha yüksek bir fiyata, reklam veren müşterilere satarlar. Kısmen kullanıcılar, kısmen de şirket çalışanları bu metada içerilen artı değeri yaratırlar. Aradaki fark şudur ki, kullanıcılar ücretsizdir ve bu yüzden -parasal anlamda- sonsuz derecede sömürülürler. Kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği, işlem verisini ve sanal reklamcılık alanına erişim hakkı ve zamanını içeren İnternet üretketici metası, reklam veren müşterilere bir kere satıldığında, meta ve artı değer, para sermayeye dönüşür. Ticari sosyal medya şirketlerinin İnternet üretketicisini sömürdüğü anlayışına karşı geliştirilen bir argüman, üretketicilerin, çalışmalarının karşılığında servis erişimi aldığı argümanıdır. Ama burada, servis erişiminin bir maaş olarak görülemeyeceği şeklinde karşı çıkılabilir çünkü kullanıcılar "bu maaşı dönüştüremezler [...] [onunla] yiyecek alamazlar" (Bolin 2011, 37).

Marx göre (1867c)'a göre kâr oranı (rp), kârın, yatırım maliyetine olan bağıntısıdır:

rp = p / (c + v) = kâr / (değişmez sermaye (=sabit maliyet) + değişken sermaye (= ücret)).

İnternet kullanıcıları üretken üretketiciler haline gelirse, Marksist sınıf kuramı açısından bunun anlamı, artı değer üreten ve sermaye tarafından sömürülen bu kullanıcıların üretken emekçiler haline gelmesidir, çünkü Marx'a göre üretken emek artı değer üretir (Fuchs 2010b). Bu yüzden, sömürülen artı değer üreticileri yalnızca İnternet şirketleri tarafından programlama, yazılım ve donanım güncelleme ve koruma, piyasa faaliyetlerini yürütme ve benzeri işler için çalıştırılanlar değil, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerin üretimiyle uğraşan kullanıcılar ve üretketicilerdir de. Yeni medya şirketleri, içerik

üretimi için kullanıcılara (hemen hemen hiç) ödeme yapmazlar. Bir birikim stratejisi, kullanıcılara ücretsiz servis ve platform erişimi vermek ve içerik üretmelerini sağlamak; ve üçüncü şahıs reklamcılara bir meta olarak satılan çok sayıda üretketici toplamaktır. Kullanıcılara bir ürün satılmaz, bunun yerine kullanıcılar bir meta olarak reklamcılara satılır. Bir platform ne kadar çok kullanıcıya sahipse, reklam tarifesi de o kadar yüksek ayarlanabilir. Sermayenin sömürdüğü üretken emek zaman, bir yandan ücretli çalışanların emek zamanını, ve diğer yandan kullanıcıların çevrimiçi olarak harcadığı tüm zamanı içerir. Dijital medya şirketleri bilgi emeğinin ilk tipi için maaş öder. Kullanıcılar, platformlar tarafından kullanılan ve satılan veriyi, bir ödeme yapılmaksızın üretirler. Bedavaya çalışırlar. Onlar ne değişken, ne de değişmeyen yatırım maliyetidir. Bu birikim stratejisi için dönüşmesi gereken kâr oranının formülü:

$rp = p / (c + v1 + v2)$

p: kâr, c: değişmez sermaye, v1: sabit çalışanlara ödenen ücret ve v2: kullanıcılara ödenen ücret.

Tipik durum, $v2 = > 0$ olması ve v2'nin v1'in yerine geçmesidir ($v1 = > v2 = 0$). Eğer içerik üretimi ve İnternet'te harcanan zaman, ücretli çalışanlar tarafından gerçekleştirilseydi, değişken maliyetler (ücretler) artar ve bu yüzden kâr düşerdi. Bu durum göstermektedir ki, kapitalist bir toplumda İnternet üretketicisinin faaliyeti, üretken emeğin dış kaynak kullanımı yoluyla tamamen ücretsiz çalışan ve sömürü oranının (e) maksimize edilmesine yardımcı olan kullanıcılar olması şeklinde yorumlanabilir (işletme literatüründe "kitle kaynak kullanımı" terimi oluşturulmuştur, bkz. Howe 2008). Sömürü oranı, e:

$e = s / v$ = artı değer / değişken sermaye

Sömürü oranı (artı değer oranı olarak da adlandırılır), işçilerin karşılığı ödenmeyen ve karşılığı ödenen çalışma zamanı bağıntısını ölçer. Sömürü oranı ne kadar yüksekse, karşılığı ödenmeyen çalışma zamanı o kadar çoktur. Ticari sosyal medya platformlarının kullanıcıları hiçbir ücret almazlar ($v = 0$). Kullanım zamanlarının hiçbirisine, geçinmeyi finanse edecek olan karşılığı verilmez. Bu yüzden artı değer ora-

nı sonsuzluğa doğru yakınsar. İnternet üretketicisi, sermaye tarafından sonsuz derecede sömürülür. Bunun anlamı, kapitalist üretketimin, sömürünün en uç biçimi olmasıdır ki burada tamamen ücretsiz çalışan üretketiciler vardır. Sonsuz sömürünün anlamı, çevrimiçi faaliyet ve zamanın tümünün veya neredeyse tümünün, metaların bir parçası haline gelmesi ve bu zamanın hiçbir parçasına ödeme yapılmamasıdır. Smythe (1994, 297) ticari izleyicilerden "akıl köleleri" olarak bahsetmektedir, böylece biz de, ticari medya kullanıcılarından çevrimiçi köleler olarak bahsedebiliriz. Marx (1867c) gerekli emek zaman ve artı emek zaman arasında bir ayrım yapmaktadır. Bunlardan ilki, bir insanın hayatta kalmak için ihtiyaç duyduğu malları satın almakta gerekli olan bir ücrete karşılık gelen para kazanımı için gereken çalışma zamanıdır. İkincisi ise tamamen fazladan olan emek zamandır. Ticari sosyal medyada (veya ticari medyanın başka türlerinin tüketimi için) kullanıcılara ödeme yapılmaz; bu yüzden kullanıcılar, yiyecek veya hayatta kalmak için gereken diğer malları satın almak için para elde edemezler. Dolayısıyla Google, Facebook, YouTube veya Twitter gibi ticari sosyal medyada geçirilen tüm çevrimiçi zaman, artı emek zamandır.

Bu şekilde argümanın bir hattı, Facebook gibi platformların parasal kârlar elde etmesine rağmen, ücret almadıkları için kullanıcıların parasal düzeyde sonsuz derecede sömürülmesidir. Bunun dışında, argümanın ikinci bir hattı da vardır: Facebook platformu kullanıcılar için iletişimsel hayatta kalmanın bir aracı ve değerin, metaların ve kârın kapitalist üretiminin bir aracıdır. Aynı anda hem tüketim aracı, hem de üretim aracıdır. Eğer platform, iletişimsel hayatta kalmanın aracı olarak kullanıcılara sağlanan bir ayni yardım şeklinde değerlendirilirse, o zaman Facebook'un, platformu temin etmek için katlandığı tüm maliyetler de, değer üreticilerine tüketim aracı olarak "ödenen" ayni bir yardımın fiili değeri şeklinde değerlendirilebilir. Marx'a göre bir malın değeri, değişmez sermayenin, değişken sermayenin ve kârın toplamıdır: $V' = c + v + p$. Facebook platformunun bir mal olarak ele alınması durumunda kâr yoktur çünkü o bir meta olarak satılmamaktadır. Daha ziyade kullanıcı verisi bir meta olarak satılmaktadır. Bu yüzden Facebook platformunun değeri, yatırılmış bulunan değişmez ve değiş-

ken sermayenin toplamıdır. Bu, Facebook'un yatırım maliyetlerinin, kendi kullanıcılarının "ücretleri" olarak değerlendirilebilmesini ifade eder. 2011 yılında Facebook'un toplam maliyet ve toplam harcamaları 1,955 milyar ABD doları ve geliri ise 3,711 milyar ABD dolarıydı (Facebook SEC Dosyalama: Form S-1 Kuruluş Bilançosu). Yani Facebook 2011 yılında 1,756 milyar ABD doları kâr elde etmiştir. Facebook platformunun kullanıcılara sağlanan ayni bir yardım malı olduğu ve bu yüzden Facebook'un yatırım maliyetlerinin tüketim aracı için bir ücret eşdeğeri oluşturduğu argümanı kabul edilirse, bu durumda Facebook'un ücretli çalışanlarını ve kullanıcılarını içeren toplam işgücünün sömürü oranı e = kâr / yatırım maliyetleri = 1,955 / 1,756 = 1,113 = %111,3 olur. Bunun anlamı şudur ki, Facebook'un elde ettiği kâr, kullanıcılar tarafından "ücret eşdeğeri" olarak tüketilen servisler için Facebook'un yaptığı yatırımların parasal değerinin %111 katıdır.

Ama, argümanın bu ikinci hattının bir takım sınırlamaları da bulunmaktadır. Kapitalizmde para, tekelleşmiş genelleştirilmiş bir mübadele aracı oluşturmaktadır. "Ücret" terimiyle Marx, parasal anlamda, bir başka deyişle mübadelenin genel eşdeğeri olarak para anlamında, ücretli emeğin fiyatını kasteder. Marx ücretli emeğin ortaya çıkışını, kapitalizmin özgül bir özelliği olarak değerlendirir. Ücretli emek "iki kere özgür"dür:

(1) İşçiler, köleler gibi fiziksel olarak kapitalistlere ait değillerdir; bundan ziyade, hayatta kalmak için bir ücret karşılığında kendi emek güçlerini satmaya mecbur edilirler.

(2) Bu mecburiyet, işçilerin üretim araçları ve sermaye sahipliğinden "özgür" olma/bu sahipliğin kontrolünde olmama durumuna dayanmaktadır.

Bu şekilde kapitalist bir toplumda ücret nosyonu, farklı kullanım değerlerine sahip olan çeşitli metaların satın alımı için harcanabilecek bir genel mübadele eşdeğerine erişim ön şartına dayanır. Bu yüzden Marx (1849) şöyle söyler: "ücret, kapitalistlerin belirli bir çalışma süresi veya belirli bir miktardaki iş için ödedikleri para miktarıdır. [...] Bir metanın para cinsinden hesaplanan mübadele değerine, onun

fiyatı denir. Bu yüzden ücretler sadece emek gücünün fiyatı için kullanılan özel bir isimdir ve genellikle emeğin fiyatı olarak adlandırılır; ücret, insan eti ve kanından başka kaynağı olmayan bu özgün metanın fiyatı için özel bir isimdir". Para, kapitalizmde mübadelenin tekelleşmiş genel eşdeğeridir. Ona özel bir ilgi vardır çünkü pek çok kullanım değerini ele geçirmek için kullanılabilir. Bu yüzden ayni yardım mallarını ücret eşdeğeri olarak saymak, doğru bir argüman değildir. Kapitalizmin özgül yapısı, mübadelenin özel ve genel bir eşdeğeri olarak paraya ayrıcalık tanımaktır. Para mantığına bu yüzden özel bir ilgi vardır. Ben her şeye karşın Facebook kullanıcılarının "ücreti" konusunda anlamlandırma ve tartışma için, iki yaklaşımı da sunuyorum. Hangi yaklaşım tercih edilirse edilsin, ikisi de Facebook kullanıcılarının sömürülen işçiler olduğunu ifade etmektedir. Kullanıcılar, 2011 yılının Ocak ayında Facebook'ta günlük 10,5 milyar dakika harcamışlardır (Facebook, SEC Dosyalama, Form S-1 Kuruluş Bilançosu'na getirilen Değişiklik No. 3). Dolayısıyla Facebook üzerinde oluşturulan değerle ilgili aşağıdaki gibi bir hesaplama yapabiliriz:

2011 yılında Facebook'ta oluşturulan değer: 10,5 milyar * 365 = 3832,5 milyar dakika = yılda 63,875 milyar çalışma saati.

Tam zamanlı bir işçinin yıllık ortalama çalışma saati: 1.800

2011 yılında Facebook'ta oluşturulan değer: 35.486.111 tam zamanlı istihdam edilen

Sömürü oranı olarak hesaplanan oran, e = artı emek zaman / gerekli emek zaman = karşılığı ödenmemiş emek zaman / karşılığı ödenmiş emek zaman. Facebook örneğinde, 64,99 milyar çalışma saatinin tümünün karşılığı ödenmemiştir, bu yüzden artı emek zaman, bütün emek zaman miktarına eşit olur. Facebook'un 35 milyardan fazla tam zamanlı ücretsiz emeği veya 60 milyardan fazla karşılığı ödenmemiş çalışma zamanını sömürmesi göz önüne alındığında, Facebook'un iş modelinin, karşılığı ödenen çalışma zamanının dış kaynak kullanımı/ kitle kaynak kullanımı yoluyla karşılığı ödenmeyen çalışma zamanına yaptırmaya dayandığı gerçeği bariz hale gelir. Facebook'un 2011 yılındaki kârının 1 milyar ABD doları olması göz önüne alındığında (Facebook, SEC Dosyalama, Form S-1 Kuruluş Bilançosu'na geti-

rilen Değişiklik No. 3), bedava kullanıcı emeğinin, Facebook'un iş modelinin kalbinde yattığı gerçeği bariz hale gelir. Sömürü oranının sonsuz olması, karşılığı ödenmeyen ve değer yaratan tüm kullanıcı emeğine hiç bir ücret ödenmemesi anlamına gelmektedir. Bedava kullanıcı emeği, Marx'ın (1867c), değer yaratan, soyut emek olarak adlandırdığı emektir.

Soyut insan emeği ile Marx, meta üreten bir toplumda, emeğin, metaları karşılaştırılabilir ve mübadele edilebilir kılması boyutunu ifade etmektedir: "İster 20 yarda keten bezi = 1 ceket veya = 20 ceket veya = x ceket olsun, yani, ister belli bir miktar keten bezi, birkaç veya çok sayıda ceket değerinde olsun, bu her zaman, hangi oranda olursa olsun, keten bezi ile ceketin, değer büyüklükleri olarak, aynı birimin ifadeleri ve aynı türden şeyler oldukları anlamına gelir. Keten bezi = ceket, denklemin temelidir. [...] Değer olarak metaları, örneğin keten bezi ve ceketi eşitleyerek, keten bezinde gömülü emekle, cekette gömülü emeği eşitlemiş oluruz. Burada, ceket yapan terziliğin, keten bezi yapan dokumacılıktan farklı türde bir somut emek olduğu gerçektir. Ama terzilikle dokumacılığın eşitlenmesi, önceden olanın, her iki tür emekte de eşit olan şeye, ortak nitelikteki insan emeğine indirgenmesidir. Bu, dokumacılığın da, değer dokuduğu sürece, terzilikten farklı bir şey olmadığını ve dolayısıyla soyut insan emeği olduğunu söylemenin dolaylı bir yoludur. Değer yaratan emeğin özgül niteliğini ortaya koyan şey, sadece, onun farklı türden metalar arasındaki eşdeğer ifadesidir. Bunu da, farklı türden metalarda somutlaşan farklı türden emekleri, ortak nitelikleri olan soyut insan emeğine fiilen indirgemek suretiyle yapar" (Marx 1867c, 141–142).

Soyut emek "soyuttur" çünkü emeğin bu boyutu, metaların niteliksel farklılıklarını (kullanım değerleri) soyutlamak zorunda olduğumuz ve ortak olarak neye sahip olduklarını gördüğümüz bir boyuttur. Öyle ki, bütün metalar, insan emeğinin ürünüdür ve belli miktardaki emeğin nesneleşmesidir. Bu da, metaları, belirli oranlarda karşılaştırılabilir ve mübadele edilebilir kılar (x meta A = y meta B = ...): "Öyleyse, metaların kullanım değerini bir yana bırakırsak, geriye tek bir ortak özellik kalır, emek ürünleri olma özelliği. Fakat, emek ürünü

bile ellerimizde bir değişikliğe uğramıştır. Emek ürününü, kullanım değerinden soyutladığımızda, onu bir kullanım değeri yapan maddi unsurlardan ve biçimlerden de soyutlamış oluruz" (a.g.e., 128). "Bu yüzden bir kullanım değeri veya yararlı bir nesne, yalnızca içerisinde soyut insan emeği nesneleştiği ya da maddeleştiği için bir değere sahiptir. Peki öyleyse, bu değerin büyüklüğü nasıl ölçülür? O nesnede içerilen 'değer yaratıcı özün', yani emeğin miktarıyla. Bu emek miktarı, onun süresiyle ölçülür ve emek zamanın ölçütü de, saatler, günler, vb. ile ifade edilir" (a.g.e., 129).

Değer düzeyinde, kolektif Facebook işçisinin yılda yaklaşık 64 milyar saat çalıştığını söyleyebiliriz. Artı saat ve artı çalışma, yılda 64 milyar saati bulur. Bu çalışma zamanında yaratılan ürün, kişisel ve sosyal veridir. Kullanıcılar Facebook'ta ne kadar fazla saat çalışırsa, yarattıkları veri de o kadar fazla olur. Kullanıcılar Facebook'ta ne kadar çok vakit geçirirse, yaratılan ve onlara sunulan reklamlar da o kadar çok olur. Bu şekilde, üretken zaman aynı zamanda reklam zamanıdır (tüm reklam zamanı parasal kâra dönüşmeyip, onun sadece bir kısmı olsa da).

Facebook'un borsa sicilinde yayınlanan bilançosundan bildiğimiz gibi, 2011 yılındaki kâr oranı = toplam kâr/toplam maliyet ve harcamalar = 1 milyar /1,955 milyar = %51,2 (Facebook A.Ş., SEC Dosyalama Facebook, Form S-1 Kuruluş Bilançosu). Bu oldukça yüksek bir kâr oranıdır, özellikle de küresel kriz zamanlarında. Böyle bir kâr oranına, temel olarak Facebook'un düşük sayıda çalışana sahip olması durumuyla ulaşılabilmektedir. Bu sayı 2012 yılının Haziran sonu itibariyle 3,976'dır[3], fakat bu orana, metayı yaratan (veri metaları) kullanıcılarının tüm çalışma zamanının maliyetsiz değerlendirmesiyle ulaşılabilmektedir. Kullanıcıların sonsuz sömürüsü (=sıfır ücret), Facebook'un 2011 yılındaki kâr oranının > %50 olmasını sağlamıştır. Facebook'un elde ettiği kârın sırrı, kullanıcıların karşılığı ödenmeyen (fiyatlar düzeyinde) milyarlarca çalışma saatini (değer düzeyinde) harekete geçirmesidir.

[3] http://newsroom. fb. com/content/default. aspx?NewsAreaId=22 (erişim tarihi: 17 Eylül 2012).

Karşılığı ödenmeyen emek; Google, Twitter, YouTube, Baidu, LinkedIn, bilgi yaratımı ve yeniden üretimi gibi farklı alanlara; ev işi, bakım işi, eğitimsel iş, duygulanımsal iş ve cinsel iş gibi "yeniden üretken" emek alanına doğru genişler ve bu şekilde, modern kapitalizmde insan varlığı, karşılığı ödenmeyen soyut emekle her gün sermaye için değer yaratmak üzerine saatlerce çalışma zamanı geçirir. Bu yüzden, hayatın bir fabrikaya dönüştüğünü, bir fabrika hayatı olduğunu söyleyebiliriz. Bu fabrika, ücretli emeğin alanıyla sınırlandırılmamış, günlük hayata doğru genişlemiştir. Ticari sosyal medyanın sermaye birikiminin sırrı, hedefli reklamcılığa satılan veri metalarını üreten ücretleri ödenmemiş çok sayıdaki işçiyi harekete geçirmesidir. Bu işçilerdir ki, muazzam miktarda, tamamen karşılığı ödenmeyen çalışma saatleri içindedir. Sermaye birikiminin işlemesini sağlamak için, değer üretimini harekete geçirmeye ve aynı zamanda bunu ücretsiz emeğe yaptırmaya dair bir gereklilik vardır.

Marx, değer ve emek zaman arasındaki çelişkiyi izah etmiştir: Teknolojik üretkenliğin gelişmesi, bir metanın üretimi için gereken emek zamanı azaltır, ama aynı zamanda kapitalizmde zenginliğin ölçüsü ve kaynağı olan tek şey, emek zamandır: "Sermayenin kendisi, devingen bir çelişkidir, öyle ki, bir yandan emek zamanın en aza indirilmesi için baskı yaparken, diğer yandan emek zamanı, zenginliğin yegâne ölçüsü ve kaynağı haline getirir. Bundan dolayı, fazla biçimindeki emek zamanı arttırmak için, gerekli biçimdeki emek zamanı azaltır; yani, gittikçe büyüyen bir oranda fazla emeği, gerekli emeğin koşulu –bir ölüm kalım meselesi– haline getirir" (Marx 1857/1858b, 706). Bu çelişkinin sonucu, modern kapitalizmin gösterdiği gibi, işsizlik ve prekarya emeğidir. Çağdaş kapitalizmde bu çelişki, ticari sosyal medyanın sermaye birikim modelinin temelinde ikinci bir anlam ve gerçeklik kazanır: ticari sosyal medya sermayesi, gerekli emeğin maliyetlerini (ücretler) en aza indirmeye çalışır, ama aynı zamanda, artı değer yaratan üretken emek olarak karşılığı ödenmeyen fazla emeği arttırır. Gerekli ve fazla emek arasındaki çelişki, ticari sosyal medyada kendine özgü biçimini alır: ücretli emek azalır, karşılığı ödenmeyen emek artar, değer üretimi dış kaynak kullanımı yoluyla ücretli emek yerine karşılığı ödenmeyen emeğe yaptırılır. Fazla ve gerekli emek

arasındaki çelişki olumsuzlanır, öyle ki, yeni bir nitelik ortaya çıkar: değer yaratımı, karşılığı ödenmeyen emeğe devredilir. Aynı zamanda, bu çelişki yeni bir seviyeye taşınır ve şiddetlenir, çünkü emeğin mülksüzlüğü, yoksulluğu ve güvencesizliği bir yanda, sermaye zenginliğinin şiddetlenmesi diğer yandadır.

Michael A. Lebowitz (1986, 165), Smythe'ın yaklaşımının sadece "kulağa Marksist gelen bir iletişim kuramı" olduğunu öne sürmektedir. Marksizm şunu farz ederdi: "kapitalizmde artı değer doğrudan üretim sürecinde üretilir, bu süreçte işçiler (kendi emek güçlerinin idaresinin mülkiyet haklarından feragat ederek) ücretlerinin eşdeğerini üretmek için gerekli olandan daha uzun çalışmaya mecbur bırakılır. Belki de bu sebepten ötürü izleyicilerin çalıştığı, sömürüldüğü ve artı değer ürettiği görüşünü kabul etmek üzerine, bu paradigma, Marksist paradigmadan oldukça farklı olduğu için, bir tereddüt bulunmaktadır" (a.g.e., 167). Medya kapitalistleri, "rakip sanayi kapitalistlerinin harcamaları için" rekabete girer ve "sanayi kapitalistlerinin meta satışlarını arttırmaya" yardım eder ve böylece kârları "sanayi sermayesinin artı değerinden bir pay alabilir" (a.g.e., 169). Smythe'ın izleyici metası yaklaşımı "Marksist olmayan sonuçlarla, tamamıyla Marksist olmayan bir argüman" geliştirmektedir (a.g.e., 170).

Lebowitz, argümanını, Marx'ın çalışmalarına içkin olduğunu iddia ettiği şu üç temel hipoteze dayandırmaktadır:

(1) sanayi sermayesi kapitalizmin esas biçimidir,

(2) sadece sanayi sermayesinin emri altında icra edilen işler üretkendir ve artı değer yaratır,

(3) sadece ücretli emek sömürülebilir.

Bu tartışma mantığının kuramsal ve politik olarak dolaysız sonuçları ise aşağıdadır:

(1) Ticari medya, sanayi sermayesine dâhildir.

(2) Köleler, ev işçileri ve karşılığı ödenmeyen diğer işçiler sömürülmez.

(3) Medya sermayesinin emri altında icra edilen ücretli ve ücret-

li olmayan işler, üretken olmayan işlerdir. Medya şirketleri, işçileri sömüremez çünkü işçilerin yarattığı ürün ve hizmetler kapitalizmin dolaşım alanının bir parçası olan ürün ve hizmetlerdir.

Lebowitz'in argümanının yönelttiği politik soru, ücreti ödenmeyen işçilerin sömürülemeyeceğine dair ücret merkezli bir sömürü kuramının çıkarımlarını bir kimsenin paylaşmak isteyip istememesidir. Üretken emek (başka bir deyişle, artı değer yaratan emek), Marx'ın çalışmalarında yer alan karmaşık, çelişkili ve tutarsız bir konudur. *Kapital 1.Cilt*'te Marx, üretken emeğin farklı konseptlerini ayırt etmiştir. Daha dar anlamda "üretken olan işçi, sadece, kapitalist için artı değer üreten, başka bir deyişle, sermayenin öz-değerlenmesine katkıda bulunan işçidir" (Marx 1867c, 644). Bu formülasyon, artı değer üreticisinin sadece ücretli işçi olabileceğini ima etmez, çünkü sermaye için artı değer üreten ama ücreti ödenmeyen işçiler de mevcut olabilir (başka bir deyişle, çalışma zamanlarının %100'ü artı emek zamandan oluşan işçiler olabilir). İkinci bir tanımlamada Marx, bir işçinin üretken olarak değerlendirilmesi için şunları söyler: "işçinin kendi eliyle çalışması artık zorunlu değildir, kolektif emekçinin bir uzvu olması ve onun yerine getireceği alt işlevlerden bir tanesini yapması yeterlidir" (a.g.e., 643–644). Bunun anlamı şudur: üretken emeğin bu şekilde anlaşılması, "kolektif emekçinin müşterek ürünü olan" ve bir kapitalist tarafından kontrol edilen bir "toplumsal ürüne" (a.g.e., 643) katkı sağlayan bir işçinin, bu iş için ücret alıp almamasından bağımsız olarak, sömürüldüğünü ifade eder. Bu işçi, kolektif veya toplumsal işçinin bir parçasıdır. Üçüncü bir yaklaşımda Marx, kapitalist üretim sürecinden soyutlanır ve *Kapital 1. Cilt*'in Almanca baskısının 5. bölümü ve İngilizce baskısının 7. bölümünde bütün işlerin üretken olduğunu çünkü çalışmanın koşulu ve sonucu olan ürünler yarattığını ileri sürer.

İlk iki anlayış ele alındığında, Marx'ın kapitalist üretim sürecine katkıda bulunan, ücretsiz işçileri "üretken olmayan" ve sömürülmeyen olarak gördüğünü varsaymanın gereği yoktur. Lebowitz Marx'ın çalışmalarını tek bir yorumlamayla sınırlar ve bunun tek mümkün yorumlama olduğunu, bu yorumlamayı paylaşmayan birinin Marksist olmadığını iddia eder. Bu mantıksal işleyişe verilen ortak ad, dog-

matizmdir. Ücretli emek dogmatizminin temsilcileri, Marx'ın ticaret veya hizmetler alanındaki dolaşım işçilerinin ve ticari işçilerin üretken olmadığını öne sürdüğü *Artı Değer Kuramları* veya *Kapital 3. Cilt*'te bulunan pasajları alıntı yaparak benim argümanıma mutlak bir şekilde karşı çıkabilirler. Fakat, üzerinde en çok düşünülmüş kitabında, yani *Kapital 1. Cilt*'te Marx'ın üretken emek kavramının ücretsiz-emek-fetişistik yorumlarına izin veren pasajlar yazdığı bir gerçektir. *Kapital 2. Cilt ve 3. Cilt*'in (Marx'ın ölümünden sonra Engels tarafından düzenlenen) ve *Artı Değer Kuramları'nın* (basılmamış notlar olan) aksine *1. Cilt*, Marx tarafından onaylanmış ve akabinde defalarca yeniden düzenlenmiştir.

Ücret fetişizminin aksine Marx, artı değerin -ve dolayısıyla sömürü kavramının- kapitalizme özgü olmadığını ileri sürmektedir: "Sermaye, artı emeği icat etmedi. Her nerede toplumun bir kısmı üretim araçlarının tekeline sahipse, özgür olsun ya da olmasın işçi, kendi varlığını sürdürmek için gerekli emek zamanına, üretim araçlarına sahip olanların geçim araçlarını üretmek için fazladan bir emek zaman miktarını eklemek zorundadır; üretim araçlarının tekelini elinde bulunduran kimse, ister Atinalı bir kalos kagathon [aristokrat], Etrüsk bir teokrat, Romalı bir yurttaş, bir Norman baronu, Amerikalı bir köle sahibi, Eflaklı bir boyar, modern bir toprak sahibi ya da kapitalist olsun, bu hep böyledir" (Marx 1867c, 344–345). Marx kölelerin işlerinin %100'ünün, karşılığı ödenmeyen iş olarak icra edildiğini ifade etmiştir: "Bunun tersine, kölenin emeğinin karşılığı ödenen kısmı bile karşılığı ödenmeyen emek olarak görünür. Köle şüphesiz ki çalışmak için yaşamak zorundadır, ve iş gününün bir kısmı kendi varlığının değeriyle yer değiştirir. Fakat kendisi ve sahibi arasında bir pazarlık uzlaşısı olmadığı için ve iki taraf arasında bir alım satım işlemi yapılmadığı için, kölenin emeğinin tümü bir hiç pahasına verilmiş gibi görünür" (Marx 1865).

Her ne kadar farklı kaynaklara, içeriklere ve kuramsal sonuçlara sahip olsalar da, Dallas Smythe'ın çalışmaları ve Otonomist Marksizm, artı değer üretimine katkıda bulunan, sermaye tarafından sömürülen ve fabrikalar, evler, ilkel birikim kolonileri ve boş zaman gibi kapitalizmin muhtelif alanlarında oluşan kolektif işgücü kavramının

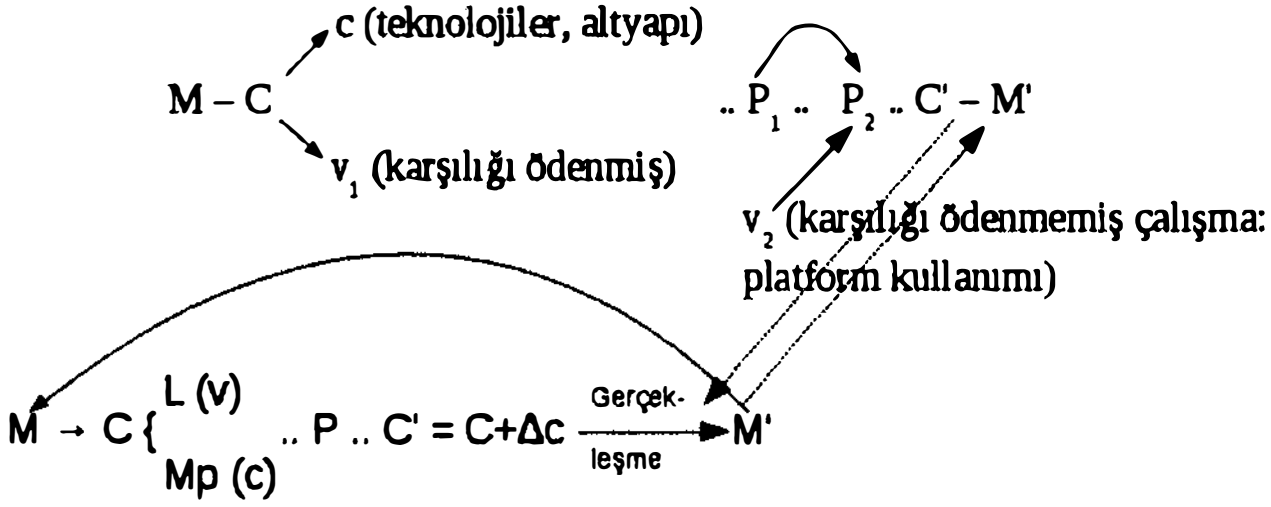
eleştirisi kadar, ücretli emek fetişizminin eleştirisini de paylaşırlar.

Dijital emek değer kuramı bağlamında, sermayenin dolaşım alanında reklamcılığı sabitlemek ve onu sanayi sermayesi tarafından belirlenen bir ilişkiye indirgemek kolay değildir. Genel kapitalist ekonomi kapsamında, ticari medya ve reklamcılık endüstrileri belirli metaların satın alınması gerektiği ile ilgili mesajlar yayarak diğer kapitalistlerin kâr etmesine yardımcı olma rolünü üstlenirler. Fakat bir taraftan da kendi içlerinde, emeğin sömürüsüne dayalı sermaye birikimini sağlayan kapitalist bir endüstri kurarlar. Marx'a göre üretken emek kavramı esasen sömürü sürecinin eleştirisi etrafında şekillenir. Medyanın ve reklamcılık endüstrisinin de kâr elde etme etrafında şekillendiği ve ücretli işçilerin ve karşılığı ödenmeyen kullanıcıların/medya tüketicilerinin emeklerini kullandığı düşünüldüğünde, bu düşünceyi şu takip eder: Bu endüstri, karşılığı ödenmemiş emek zamanı, kâr elde etmek için kullanır; yani bu sürece dahil olan çalışma, "kapitalist için artı değer üretir" ve "sermayenin kendi değerini genişletmesine katkıda bulunur" (Marx 1867c, 644) -ki bu da Marx'ın üretken emek tanımıdır. Buna ek olarak, dijital emek bağlamında, medya izleyicilerinin sadece medya tüketicileri olduklarını ve bu yüzden tüketim ve dolaşım alanında yer aldıklarını söylemek kolay değildir; çünkü dijital medyanın tüketimi belirli bir noktaya kadar içerik, davranışsal veri, sosyal ağ verisi ve kişisel veri üretir ki adı geçen bu veriler metalaşır ve reklam veren müşterilere satılır.

Şekil 4.3 hedefli reklamcılığa dayalı ticari dijital medyanın sermaye birikimi süreci ve reklam veren müşterilerin sermaye birikimi süreci arasındaki bağlantıyı göstermektedir. İkisi de soyut emeğin sömürüsüne dayalı, göreceli olarak otonom sermaye birikimi süreçlerine sahiptir ve ikisi de, reklam veren müşterilerin paraları karşılığında kullanıcı verileri metalarına erişim elde ettiği M—C mübadele süreci şeklinden bağımsızdır.

Jhally (1987, 83) "seyretmek, fabrika emeğinin bir uzantısıdır" der ve oturma odamızın günümüzdeki fabrikalardan bir tanesi olduğunu savunur. Fabrika, ücretli emeğin alanıdır, ancak aynı zamanda oturma odalarımızda yer alır. Ücretli emek alanları dışında, fabrika sadece

evimizde değil, her yerdedir. İnternet, aynı anda her yerde var olabilen bir fabrika ve izleyici metasının üretim alanıdır. Sosyal medya ve mobil İnternet, izleyici metasını her yerde bulunabilen bir hale getirir ve bu fabrika sadece oturma odanızla ve ücretli işyerinizle sınırlı değildir -fabrika, arada yer alan bütün alanlardadır ve günümüzde bütün gezegen, kapitalist bir fabrika haline gelmiştir.



Şekil 4.3 Sosyal medya sermaye birikimi ve reklam veren müşterilerin sermaye birikimi diyalektiği.

Kapitalizmin modern küreselleşmesi, dünyanın dört bir yanındaki ücretli emek fabrikalarının duvarlarının çözünmesine sebep olmuştur. Çünkü sermaye, ücretsiz emek olmadan var olamaz ve herkes tarafından yaratılan ortak değerleri sömürür, toplum, bir fabrika haline gelir. Bu gelişmenin bir yansıması olarak, Mario Tronti toplumsal fabrika kavramını türetmiştir: "Kapitalist gelişmenin en yüksek seviyesinde, toplumsal ilişkiler, üretim ilişkisi döngülerine dönüşür ve toplumun tamamı üretim sürecine eklemlenir. Kısacası, toplumun tamamı, hayatlarını fabrikanın bir parçası olarak devam ettirir ve fabrika, kendine özgü baskısını toplumun tamamı üzerine yayar" (Mario Tronti, Cleaver 1992, 137'den alıntılanmış ve tercüme edilmiştir). "Şu anda elimizde fabrika gezegen, veya gezegen fabrika isimli, Fordizm'de olduğu gibi, sadece üretimi, tüketimi ve toplumsal yeniden üretimi değil, ayrıca yaşamın genetik ve ekolojik boyutlarını da içerir bir rejim mevcuttur" (Dyer-Witheford 2010, 485).

Toplumsal işçi ve toplumsal fabrika kavramları, bir insanın ücret merkezli değer kavramının, emeğin ve sömürünün ötesine geçmesi-

ni sağlar. Esasen, özellikle kadınlar, göçmen işçiler, yasadışı işçiler, prekarya işçiler, ev işçileri ve gelişen ülkelerdeki işçi sınıfı uzun zamandır karşılığı ödenmeyen veya az ödenen işler sunan üretim biçimlerinde hayatta kalma mücadelesi ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Özellikle de neoliberalizm, prekarya tipi çalışmayı genelleştirmesi ile güvensiz, karşılığı az ödenen, geçici, güvencesiz, bireyselleşmiş; sosyal güvenceden, sendikadan, sağlık imkânlarından ve diğer refah imkânlarından yoksun olan ev kadınılaşmış çalışma, pek çokları için normal bir çalışma haline gelmiştir. Küresel bir toplumsal fabrikada çalışan toplumsal emekçinin sömürüsü kavramı, Marksist ekonomi politikle, feminizm ve ırk ve postkolonyalizm çalışmaları arasında bağlantı kurulabilmesini sağlar. Bilgi işinin örgütlenmesinde, küresel bir işbölürnü vardır. Bu işbölümü, sınıfsal-yapıda, cinsiyetçi ve ırkçıdır. Kapitalist üretim biçiminde, sınıf, cinsiyet ve ırk arasında içsel bir bağlantı mevcuttur. Dallas Smythe, Marksist feminizm ve Otonomcu Marksizm, sömürünün geleneksel ücretli emek fabrikasının sınırları ötesinde yaşandığını vurgulamıştır ki bu da, bu yaklaşımlar arasındaki bağlantıları geliştirmektedir.

Vincent Mosco ve Catherine McKercher (2008, 62), Dallas Smythe'ın gönüllü, düşük ücretli ve ücreti ödenmeyen emek araştırmasına "zemin hazırladığını" vurgulamaktadır. Bunu da, "insanların dikkatlerinin reklamcılara satılması yoluyla evdeki izleyici emeği kapsamını tarif ederek" yapmaktadır. "Son zamanlarda, kapitalizm, patriyarka ve ırkçılık arasındaki bağlantı, daha önce hiç olmadığı kadar açık hale gelmiştir. Bu bağlantının incelenmesine daha fazla gerek duyulmuştur ve kapitalizmde günümüzde rastladığımız sömürülen farklı grupların dayanışmasında bu bağlantı bir dayanak noktası olabilmektedir". Harry Cleaver'a göre (2000, 123) sermaye, "bütün 'boş zaman' veya serbest zaman faaliyetlerini [...] kendi ilgi alanına göre şekillendirmektedir. Bu yüzden, ücretlendirilmeyen 'emek zaman olmayan' zamanı otomatik bir şekilde serbest zaman olarak veya tamamen sermayeye karşıt zaman olarak incelemek yerine, sermayenin bu zamanı da kendi birikim sürecine entegre etmeye çalıştığını farkına varmaya zorlanırız. [...] Bir başka ifadeyle, sermaye, toplumsal fabrika yaratarak 'bireysel tüketimi', 'üretken tüketim'e dönüştürmeye çalışır. "Kapitalist med-

ya ve kültür, küresel bir üretim biçimi tarafından şekillendirilmektedir. Burada ev işçileri ve tüketiciler, metalar için alışveriş yaparlar ve emek gücünü ve işi, medya için izleyici olarak aktif bir biçimde yeniden üretirler. Kullanıcılar, İnternet'te bir veri metası yaratırlar. Yoksul ülkelerdeki köle işçiler, donanımların üretiminde kullanılan madenleri çıkarırlar. Çin'de ve diğer üretici şirketlerdeki düşük ücretli çocuklar, kadınlar ve diğer işçiler, bilgisayar donanımları, telefon ve yazıcıların montajını oldukça zor ve tehlikeli çalışma koşulları altında yaparlar. Yüksek ücretli ve fazla çalıştırılan yazılım mühendisleri Google ve Microsoft gibi şirketlerde çalışırlar. Gelişmekte olan ülkelerde görece düşük ücretli bilgi işçileri kültürel içeriği ve yazılımı, Batılı medya ve iletişim şirketlerinin taşeronları olan firmalar için dönüştürür, işlemden geçirir veya düzeltirler. Kadınsılaşmış düşük ücretli bir işgücü, çağrı merkezi ve diğer hizmet atölyelerinde iletişim hizmetleriyle ilgilenir ve bunun gibi daha nicesi söz konusudur. Uluslararası bir işbölümü içerisinde olan iletişim işçileri arasındaki bu çelişkili ilişkiler, "Bilgi işçileri birleşecek mi?" sorusunu doğurmaktadır (Mosco ve McKercher 2008, 13).

"Kent, modern mücadelenin en önemli alanlarından birisidir" (David Harvey, Harvey, Hardt ve Negri 2009'dan alıntılamıştır). "Metropol, ortak değerlerin üretimi için bir fabrikadır [...] Biyopolitik üretim hegemonyasına geçişle birlikte, ekonomik üretim alanı ve kent alanı üst üste binme eğilimindedir. Artık bir fabrikayı diğerinden ayıran bir duvar kalmamıştır ve 'dışsallıklar' artık kendilerini değerleyen üretim alanlarının dışında değildir. İşçiler, metropolün her bir çatlağında ve gediğinde dahi üretim yapmaktadır. Hatta, ortak değerlerin üretimi kent yaşamının ta kendisi haline gelmiştir" (Hardt ve Negri 2009, 250–251). Ticari sosyal medya, İnternet'in aynı zamanda hem bir oyun alanı hem de bir fabrika olduğunu göstermektedir (Scholz 2011). "Birbirleri ile aynı ağın içindeki topluluklar, istimlak edildikleri, kendi aralarındaki ilişkilerin çalışmaya konu edildiği ve ilgilerinin ve arzularının paraya çevrildiği 'duvarlı bahçelere' kilitlenmektedirler" (a.g.e, 246). İnternet kullanıcılarının metalaştırılmaları, fabrikanın ve sömürünün genelleştirilmesi sonucunu doğuran, her şeyin metalaştırılması eğiliminin bir parçasıdır. "Metalaştırma, mülkiyet

haklarının varlığının süreçlerden, şeylerden, toplumsal ilişkilerden üstün olduğunu, bunlara bir fiyat biçilebileceğini ve bunların hukuki sözleşmeler kapsamında ticarete konu olabileceğini varsayar. [...] Elbette uygulamada her toplum metalaştırmanın nerede başlayacağına ve nerede sona ereceğine ilişkin bazı sınırlar çizmiştir" (Harvey 2007, 165). Neoliberal kapitalizm, nelere meta olarak muamele edileceğine ilişkin sınırları büyük ölçüde genişletmiştir. "Cinselliğin, kültürün, tarihin, kültürel mirasın metalaştırılması, doğanın bir manzara veya bir yatak istirahati olacak şekilde metalaştırılması [...] -bunların hepsi aslında hiçbir zaman meta olarak üretilemeyecek şeylere fiyat biçmek anlamına gelir" (a.g.e, 166).

İşin dış kaynak kullanımı yoluyla tüketicilere yaptırılması, modern kapitalizmin genel eğilimidir. Facebook, kendi sitesinin diğer dillere tercüme edilmesini herhangi bir ödeme yapmaksızın kullanıcılarından talep etmiştir. Facebook'ta uluslararası yönetici olan Javier Olivan, bu konu hakkında kitlelerin bilgeliğini kullanmanın çok iyi bir şey olduğu yorumunu yapmıştır.[4] Pepsi, en iyi Pepsi kutusu tasarımı için bir kişinin 10.000 ABD doları kazanabileceği bir yarışma başlattı. Fikir başına ödül [Ideabounty], Red Bull, BMW veya Unilever gibi şirketler için kitle kaynak kullanımı projelerini organize eden bir kitle kaynak kullanımı platformudur. Bu tür projelerde yaptırılan işlerin çoğu karşılığı ödenmeyen işlerdir. Tekil bireyler sembolik para ödülleri alsalar bile, kullanıcılar ve tüketiciler tarafından işe koşulan çalışma zamanının çoğu, şirketlere dış kaynak kullanımı yoluyla ücretli emek zamanı yerine bedava çalışan tüketiciler veya hayranlarını kullanma fırsatı sunan, tamamen karşılığı ödenmeyen zamandır.

Değer, karmaşık bir kavramdır. Göran Bolin (2011), ekonomik değer, tinsel değer, haber değeri, ortak değer, kültürel değer, estetik değer, toplumsal değer, eğitimsel değer, politik değer ve sembolik/simge değer kavramlarını, terimin özgül tabirleri olarak tanımlamaktadır. Marx, Adam Smith ve David Ricardo'nun nesnel değer anlayışını benimsemiştir. Onlar için bir metanın değeri, "maddede içerilen 'değer türetici özün', emeğin niceliğidir", üretimi için "toplumsal olarak ge-

[4] http://www. msnbc. msn. com/id/24205912 (erişim tarihi: 20 Ağustos 2011).

rekli emek miktarıdır" (Marx 1867c, 129). Marx kapitalizmde malların ikili karaktere sahip olduğunu savunmuştur. Malların, bir kullanım değeri tarafı (belirli amaçları gerçekleştirmek için kullanılırlar) ve bir de değer tarafı vardır. Somut ve soyut emek boyutları vardır. Somut emek, metanın kullanım değerini oluşturur (insan ihtiyaçlarını karşılayan yararlı mal olarak malın niteliksel özelliği), soyut emek de bir metanın değerini oluşturur (x miktar meta A = y miktar meta B ilişkisi biçiminde, diğer metalarla mübadele edilmesini sağlayan, malın niceliksel tarafı). Jean-Baptiste Say ve Frederic Bastiat gibi Fransız ekonomi politikçilerin veya neoklasik Avusturya okulunun temsilcilerinin benimsediği öznel ekonomik değer anlayışı, bir malın değerinin, insanların bilişsel değerlendirmesi ve tinsel yargıları tarafından belirlendiğini varsayar; onlar değeri, idealist bir şekilde yorumlarlar. Bir malın değerinin insanların öznel yargıları tarafından veri olarak verilen değer olduğunu söylerler.

Değer kavramının bir sorunu, onun öznel ve nesnel anlamının genellikle karıştırılmasıdır. Kapitalizmin tinsel değeri ekonomik değer olduğu için, kesin bir değer anlayışına ihtiyaç vardır. Ekonomik değerdeki "değer" teriminin anlamına odaklanmak, otomatik olarak kapitalizm veya metalaştırma lehine konuşulduğu anlamına gelmez; bu sadece, modern toplumda kapitalist ekonominin sahip olduğu önemli rolü yansıtır ve meta mantığının eğiliminin, metalaştırılmayan alanları sömürgeleştirme girişimi olduğunu vurgular. Sosyalistler için önemli politik bir hedef, ekonomik değer tarafından hükmedilmeyen bir dünyadır. Fakat bu hedefe ulaşmak, ekonomik olmayan bir değer kavramı tanımını zorunlu olarak gerektirmez.

Marx, değer ve fiyat kavramları arasında bir ayrım yapmıştır. Bir malın değerinden bahsettiğimizde, o malın üretimi için gereken ortalama saat miktarından bahsederiz, oysa fiyat, para miktarıyla ifade edilir. "Bir metanın değerinin altınla ifade edilmesi — x meta A = Y para meta — onun para-biçimi veya fiyatıdır" (Marx 1867c, 189). Marx, bir metanın değeri ve fiyatının birbirleriyle örtüşmediğini ileri sürmüştür: "bir metanın üretim fiyatı, katiyen onun değeriyle aynı değildir. [...] Bir metanın üretim fiyatının, değerinin üzerinde veya

altında olabileceği ve ikisinin sadece müstesna durumlarda örtüştüğü gösterilmiştir" (Marx 1894, 892). Marx, değerlerin fiyatlara nasıl dönüştüğü sorusunu da ele almıştır. *Kapital 3. Cilt*'in 9. Bölümü, (a.g.e., 254–272) bu soruya ayrılmıştır.

- Enformasyon özgün bir metadır:
- Tüketimde harcanmaz.
- Bir kişi tarafından malın kendisi kaybolmadan sonsuz sayıda paylaşılabilir ve kopyalanabilir. Aynı anda bir kaç kişi tarafından sahiplenilebilir.
- Fiziksel olarak yıpranma ve aşınmaya uğramaz. Yıpranma ve aşınması, Marx'ın "moral yıpranma" olarak adlandırdığı (1867c, 528) şeydir: buna sebep olan şey, rekabet ve şirketlerin enformasyonel metaların yeni versiyonlarını çıkarma dürtüsüdür, tıpkı daha fazla sermaye birikimi için iPod veya iPad'in en yeni versiyonlarının ya da bir sanatçının yeni bir şarkısının çıkması gibi. Bu şekilde reklam ve markalaşma ile sembolik farklılıkların öne sürülmesi suretiyle, enformasyonel metaların tüketicilere "demode" görünmesi sağlanır.
- Kolay ve ucuz bir şekilde kopyalanabilir ve hızlı bir şekilde aktarılabilir.
- Toplumsal etkileşimlerin ve bilginin tarihini yansıtan toplumsal bir maldır.
- Enformasyonun ilk halini üretmenin değeri görece yüksektir (saatlerce gelişme maliyeti içerir), oysa ikinci kopyasıyla başlamanın değeri görece düşüktür (çalışma zamanı esas olarak malın kopyalanması ve dağıtılmasına dayanır).
- Enformasyon, yine de, çoğunlukla değerinden daha yüksek bir fiyata satılır (değeri, üretimi için gereken saat miktarıyla ölçülür). Değer ve fiyat arasındaki fark, enformasyon endüstrilerindeki kâr amacının temelidir.

Yüksek fiyata satılan bir sanat eseri, değer-fiyat farklılığından ve satın alıcıların, sanatçının üstünlüğüne dair ideolojik inançlarından is-

tifade eder. Benzer şekilde markalaşma da, bir değer-fiyat farklılığı oluşturabilir. Tüketicileri, metaların ekonomik değerlerinin üzerinde bir sembolik değere sahip olduğuna inandırmak, ideolojik bir mekanizmadır. Belirli bir metanın üstünlüğüne dair tüketicilerin ideolojik inancı, şirketlerin aşırı kârlara ulaşmalarını sağlar, öyle ki, benzer kullanım değerlerinden elde edecekleri kârdan daha yüksek bir kâr elde ederler. Bununla bağlantılı bir fenomen de finansal varlıklardır. Finansal varlıklar, altta yatan metaların sağladığı kâra karşılık gelmeyen fiyatlara satılırlar. Marx (1894) bu hususla ilgili olarak hayalî sermayeden bahsetmektedir. David Harvey (2005) de "sermaye değerlerinin gelecekte dolaşıma yeniden girmesi"ne riayet etmesiyle sonuçlanan (a.g.e., 109) ve bu şekilde kâr ile varlık fiyatları arasındaki farkın finansal balonlara yol açan bir zamansal sabiteden söz eder. Tıpkı bir metanın değeri ile fiyatı arasında bir farklılık olabildiği gibi, kâr ile bir finansal varlığın finans piyasası değeri arasında da bir farklılık olabilir.

Bolin (2011) yayıncılıkta izleyicilerin değil, istatistikçilerin çalıştığını öne sürmektedir. Reklamcılar, izleyicileri değil, izleyici reytinglerini göreli olarak rastgele biçimde ölçen istatistikçiler tarafından oluşturulan belirli bir izleyici değeri kanısını satın alırlar. "izleyiciler çalışmaz; bunu daha ziyade istatistikçiler ve piyasa yetkilileri yapar" (a.g.e., 84). Marksist bir bakış açısıyla (Smythe'ın geliştirdiği üzere), izleyicilerin çalışma zamanı, ticari medyayı tükettikleri zamandır. Emek değerin kesin niceliği asla belirlenemez; bu yüzden Marx şöyle demiştir: "Tek tek her meta [...] kendi türünün ortalama bir örneği olarak kabul edilmelidir" (Marx 1867c, 129–130). İzleyiciler ticari medya metasının değerini yaratırken, izleyici istatistikleri, belirli bir büyüklükteki örneğe dayanan ortalama izleyici sayısının tahmin edilmesiyle izleyici metasının fiyatını belirler. İstatistikçi işçiler, fiyatların ayarlanması ve medyanın emek değerlerinin fiyatlara dönüştürülmesinde can alıcı bir öneme sahiptir.

Ticari sosyal medyada kullanıcılar içeriği yaratır, gözden geçirir, iletişim kurarak ve profillerini güncelleyerek başka insanlarla ilişkiler kurar ve bunun devamını sağlar. Onların bu platformlarda geçirdiği

tüm zaman, çalışma zamanıdır. Facebook veya Google üzerinden bir reklamcının satın aldığı İnternet üretketici metası, özgül demografik verilere (yaş, yer, eğitim, cinsiyet, işyeri, vb.) ve ilgi alanlarına dayanır (örneğin Google'a yazılan belirli anahtar kelimeler veya Facebook'ta tanımlanan belirli ilgi alanları). Bu sayede, özgül bir grup hedef grubu olarak tanımlanabilir. Bu grup üyelerinin özgül sosyal medya platformlarında harcadığı tüm zaman, özgül bir İnternet üretketici metasının değerini (çalışma zamanı) oluşturur. Bu çalışma zamanı, sosyal ilişkilerin yönetilmesi ve itibar yaratan kültürel faaliyetlerin yürütülmesi için gereken zamanı içerir. Bu yüzden birilerinin, değerin medya tarafından nasıl üretildiği konusunun Bourdieu'nun toplumsal, kültürel ve sembolik sermaye olarak adlandırdığı şeyle bağlantısı üzerine kafa yorması gerekmektedir (Bolin 2011). Kullanıcılar sosyal medyayı kullanır çünkü Bourdieu'nun (1986a, b) adlandırdığı toplumsal sermaye (toplumsal ilişkiler birikimi), kültürel sermaye (nitelik, eğitim, bilgi birikimi) ve sembolik sermayeye (itibar birikimi) belirli bir dereceye kadar ulaşma çabası içerisindedirler. Kullanıcıların toplumsal, kültürel ve sembolik sermaye yaratmak için ticari sosyal medyada harcadığı zaman, üretketici metalaştırmasının ekonomik sermayeye dönüşümü süreci içerisindedir. Ticari sosyal medyadaki emek zaman, Bourdieucu toplumsal, kültürel ve sembolik sermayenin Marksist değer ve ekonomik sermayeye dönüşümüdür.

Marx (1894) bir metanın değeri ile fiyatı arasındaki farklılığa vurgu yapmıştır. Bir metanın üretim fiyatı, değerinin üzerinde veya altında olabilir ve bazı durumlarda değeriyle örtüşebilir. Değer düzeyi, metaların üretimi için gereken emeği saatler cinsinden ölçer, fiyat düzeyi ise bir metanın satıldığı para miktarını ölçer. Reyting endüstrisi, izleyici metasının değerini fiyatlara dönüştürür. Reklamlar belirli programlarla ilişkilidir çünkü özgül bir grup izleyicinin belirli programları izlemesi beklenir (veya bir gazetenin belirli kısımlarını okuması). Reklamlar tarafından kesintiye uğrayan özgül bir programın değeri, tüm seyircilerin programı seyrederek geçirdiği zamanının (reklamlar dâhil) toplamıdır. Bu değeri tam olarak ölçmek mümkün değildir. Daha ziyade, Marx'ın (1894) fark ettiği gibi, bir metanın sadece ortalama değerinin tahmin edilmesi mümkündür. Popüler ol-

ması nedeniyle, bir programı daha fazla seyirci izlerse, o programın değeri artar. Bu durum, daha fazla reklam izleneceği için izleyicilerin de fiyatının yükseleceği düşüncesini mantıklı kılar. Fakat, izleyici metasının değeri ile fiyatı arasında otomatik bir uyum mekanizması yoktur: eğer bir programı bir sürü meta satın alması beklenen bir milyon şehirli, orta sınıf genç izliyor ve aynı uzunlukta diğer programı da iki milyon yaşlı taşra insanı izliyorsa, ikinci izleyici metasının değeri daha yüksektir. Fakat, şehirli genç insanların yaşlı taşra insanlarından daha fazla tüketim odaklı olması beklendiği için, ilk izleyici metasının fiyatı (bir reklamcının belirli büyüklükteki tanımlanmış izleyiciye ulaşmak amacıyla bir program süresi diliminde belirli bir zaman için ödemesi gereken para miktarıyla ölçülür) daha yüksek olabilir.

Değer, Facebook'ta çevrimiçi emek tarafından bir kere yaratıldığında, neticede ortaya çıkan veri metaları, belirli ödeme yöntemlerinin yardımıyla reklam veren müşterilere sunulur. Bu ödeme yöntemleri, tıklama başına (CPC) veya 1000 izlenim başına (CPM) şeklinde olabilmektedir. Analizimizin bu noktasında, değer düzeyi ve meta üretimi alanını bırakıyor ve fiyat düzeyi ve meta satışı alanına giriyoruz. Sosyal medya üretketici metasının fiyatı nasıl belirlenir ve değer, parasal kâra nasıl dönüşür? Reklam veren müşteriler, ilgi alanlarına uygun olarak bireyselleştirilmiş reklamlarla hedeflenebilen özgül gruplara erişmekle ilgilenirler. Bu gruba ve onların ilgi alanlarına (belirli ilgi alanlarını paylaşan özgül bir gruba kimin üye olduğu enformasyonu) erişim hakkı reklamcılara satılır. Reklamcılar Google ve Facebook'ta bir kampanya için azami bir bütçe ayırırlar ve reklamları için her tıklama başına veya her 1000 izlenim başına ödemeye razı oldukları azami noktayı belirlerler (1 izlenim = bir profildeki bir reklam sunumu). Bir tıklama veya 1000 izlenim için verilen tam fiyat, otomatikleşmiş bir müzayede sürecinde belirlenir. Bu süreçte, özgül bir grupla ilgilenen (tüm reklamlar bu özgül grubu hedefler) tüm reklamcılar birbiriyle rekabet eder. İki modelde de her kullanıcı bir meta olarak sunulur ve metalaştırılır, ama sadece belirli kullanıcı grupları meta olarak satılır. Tıklama başına ödeme modelinde, bir kullanıcı reklam üzerine tıkladığı zaman, değer paraya dönüşür (kâr gerçekleşir). Görüntüleme başına ödeme modelinde, bir reklam bir kullanıcının profilinde gösterildiği

zaman değer, paraya dönüşür (kâr gerçekleşir). Fiyat, bir algoritma tarafından ve tekliflere dayanarak matematiksel bir biçimde belirlenir. Spesifik bir kullanıcı grubunun çevrimiçi olarak geçirdiği saat sayısı, sosyal medya üretketici metasının değerini belirler. Bu metanın fiyatı ise algoritmik olarak belirlenir.

Facebook, Google ve benzer ticari sosyal medya kullanıcılarının çevrimiçi olarak geçirdikleri tüm zaman, çalışma zamanını teşkil eder. Bu zaman içerisinde veri metaları yanında, kârın gerçekleşmesi için potansiyel zaman da oluşturulur. Tek bir kullanıcının üretken olan zamanı (başka bir deyişle veri metalarıyla neticelenen zamanı) azami olarak çevrimiçi geçirdiği zamanın %100'üdür. Aynı kullanıcının reklamlara tıklayarak veya reklamları görüntüleyerek kârın gerçekleşmesine katkıda bulunduğu azami zaman, özgül bir platformda geçirdiği zamandır. Pratikte, kullanıcılar gösterilen reklamların sadece küçük bir kısmına tıklarlar. Yani tıklama başına ödeme şeklindeki birikim modelinde çalışma zamanı, kâr gerçekleştirme zamanından çok daha fazladır. Çevrimiçi emek, satılığa çıkarılan pek çok meta yaratır, ancak bu emeğin sadece belirli bir kısmı satılır ve kâr ile sonuçlanır. Yine de bu kısım, Google ve Facebook gibi şirketlerin kayda değer kârlar elde etmesine yetecek büyüklüktedir. Çevrimiçi emek zamanı aynı zamanda potansiyel kâr gerçekleştirme zamanıdır. Sermaye, sermaye birikimi amacıyla kâr gerçekleştirme zamanını arttırmaya, yani üretken emek zamanının en geniş kısmını aynı zamanda kâr gerçekleştirme zamanı yapmaya çalışır.

Facebook'a göre ihaledeki bir reklamın fiyatı, özgül bir reklam alanı/hedef izleyici için rekabet edenlerin sayısı tarafından ve reklam kalitesi ve performansıyla belirlenir. Google AdWords'te bir reklamın fiyatı, belirlenen/göze alınabilen maksimum fiyata ve reklam kalitesine bağlıdır. Reklam kalitesi, bir reklam metninin konuyla ne kadar ilgili olduğuna ve ne kadar iyi hedeflendiğine dair bir değerlendirmeye dayanır (Google, video "AdWords: Maliyetlerinizi Kontrol Edin"): bir reklam ne kadar çok hedeflenmişse, CPC maliyetleri o kadar az olur. Google'ın reklam kalite puanı, hedeflenmiş anahtar kelime için geçmiş tıklama sayısına, geçmiş tıklamaların görünen URL sayısına,

reklam metninin "hedeflenmişliğine" ve reklam için geçmiş tıklama sayısına dayanır (Google AdWords Yardım: Kalite Puanı). Facebook gibi, Google da ödeme yöntemi olarak hem CPC hem de CPM'yi sunar. Google ve Facebook'un fiyatlama algoritmasının tam olarak nasıl işlediği bilinmez çünkü açık-kaynak değillerdir.

İstatistiklere göre Google'da en pahalı anahtar sözcükler şunlar: sigorta, borçlar, mortgage, avukat ve kredi.[5] Facebook'ta en fazla görüntülenen reklamlar; perakende satış (görüntülenen tüm reklamların %23'ü), yiyecek ve içecek (%19), eğlence (%11) ve oyun sektöründeki (%11) reklamlardır.[6]

Facebook reklamcılığı üzerine Comscore (2012) tarafından yürütülen bir çalışma şunları öne sürmektedir:

- Kullanıcılar, Facebook'taki zamanlarının %40'ını, haber kaynağında geçirmektedir, bu yüzden burada reklamlara maruz kalma, marka sayfalarında olduğundan daha fazla olmaktadır.
- DoubleClick'e göre, bağlantı tıklama oranı ortalama %0,1'dir.
- Günümüzde pek çok şirket yanlış bir şekilde, marka sayfalarındaki hayran sayılarını çevrimiçi reklamcılık için temel başarı göstergesi olarak görmektedir.
- Facebook'ta reklamlara maruz kalan insanların çevrimiçi olarak veya mağazalardan ürün satın alması, diğer insanlara nazaran daha olasıdır. Satın alma oranı, reklam kampanyasının uzunluğuyla birlikte artmaktadır. Çalışmamız bu yüzden "pek çok kampanya için tıklama oranlarının ortalama altında olduğu bilinirken görüntüleme-yoluyla görünen reklam etkinliğinin orta düzeyde olmasının" önemini ortaya koymaktadır (a.g.e., 3).

Bir reklamın fiyatının belirlenmesinde sayı ölçüsü kritik bir öneme sahiptir: insanların bir reklama tıklama sayısı, bir reklamın veya hedef

[5] http://techcrunch. com/2011/07/18/most-expensive-google-adwords-keywords (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

[6] http://allfacebook.com/facebook-advertising-rates-2_b86020. (erişim tarihi: 8 Ağustos 2013).

URL'nin hâlihazırda görüntülenme sayısı, bir anahtar sözcüğün girilme sayısı ve özgül bir kullanıcı grubunun platformda geçirdiği zaman sayısı. Dahası, reklam alanı için rekabet eden reklam veren müşteri sayısının yanı sıra, kullanılan maksimum fiyat teklifleri de reklam fiyatlarını etkilemektedir. Görüntüleme başına ödeme yönteminde Facebook ve Google, Facebook'ta çok zaman geçiren bir grubu hedefleyen bir reklamla daha fazla para kazanır. Hedef grup ne kadar geniş olursa, Facebook ve Google'ın kârları o kadar yüksek olma eğiliminde olur. Tıklama başına ödeme yönteminde Facebook ve Google, sadece kullanıcıların reklam üzerine tıklamasıyla para kazanır. Çalışmalara göre bağlantı tıklama oranı ortalama %0,1'dir (Comscore 2012). Bunun anlamı, reklamların daha fazla kullanıcıya gösterilmesiyle Facebook ve Google'ın daha fazla kâr elde etme eğiliminde olduğudur.

Genel olarak söylenen şey, reklamlara toplamda verilen dikkat zamanı ne kadar fazla olursa, Google ve Facebook'un kârlarının o kadar yüksek olma eğiliminde olduğudur. Dikkat zamanı, hedef grubunun büyüklüğü ve bu grubun platformlarda geçirdiği ortalama zaman tarafından belirlenir. Ticari sosyal medyadaki çevrimiçi zaman, hem emek zamanı hem de dikkat zamanıdır: Bütün faaliyetler gözlemlenir ve veri metalarıyla sonuçlanır, böylece kullanıcılar çevrimiçi zamanları süresince çevrimiçi olarak meta üretirler. Görüntüleme başına ödeme usulünde, özel olarak hedeflenen grupların özgül çevrimiçi zamanları, aynı zamanda Facebook veya Google için kâr gerçekleştiren dikkat zamanıdır. Görüntüleme başına ödeme usulünde kâr gerçekleştiren dikkat zamanı, çevrimiçi zamanın sadece bir kısmını oluşturur. Bu kısım, kullanıcıların, onlara gösterilen reklamlara tıklamak için ayırdıkları zamandır. İki durumda da çevrimiçi zaman, (a) veri metalarının üretimi ve (b) veri metalarının satışından kaynaklanan kâr gerçekleşmesi için çok önemlidir. Ticari sosyal medya sermaye birikimi modelinde, reklamcılara verilen hem çevrimiçi zamanın (üretim alanında) hem de dikkat zamanının (dolaşım alanında) gözetimi önemli bir rol oynar.

Google Trendleri'ne göre, Michael Jackson 27 Haziran 2012 tarihinde Google'da en popüler arama terimi olmuştur. Google AdWords

trafik tahmincisi kullanıldığında (27 Haziran 2012 tarihinde), "Michael Jackson"ı aratan Google kullanıcıları hedeflenerek yaratılan bir kampanyada azami 10 ve günlük 1000 CPC ile 900–1100 arası toplam maliyetle bir günde 2,867–3,504 izlenime ve 112–137 tıklamaya ulaşılabildiği görülmektedir. Bununla karşılaştırıldığında, aynı ayarlamaları "Cat Power" (Michael Jackson'dan daha az popüler olan ve daha az rağbet gören Amerikalı bir indie rock şarkıcısı) anahtar sözcüğü için kullandım. Google'da "Cat Power" araması yapan kullanıcıları hedefleyen bir kampanyada, günde 30,96–37,84 maliyetle 108–132 izlenim ve 3,9–4,7 tıklama yapılması beklenebilir. Google'ın "Michael Jackson" anahtar sözcüğü ile ilişkili veri metasından elde edeceği kâr, "Cat Power" anahtar sözcüğüyle ilişkili olandan çok daha fazladır çünkü ilki daha çok rağbet gören bir anahtar sözcüktür. Bir anahtar sözcüğün popüler olmasının anlamı, kullanıcıların o anahtar sözcüğü girerek bir günde daha fazla kolektif kullanım zamanı geçirdikleri ve sonuç sayfalarını diğer anahtar sözcüklerden daha fazla okuduklarıdır. Bu örnek göstermektedir ki, kullanıcıların oluşturduğu ve tüketimlerinin ürünü olan popüler ilgi alanları için İnternet'te geçirdikleri zaman, o kadar popüler olmayan anahtar sözcüklerden daha fazladır ve bu, o kadar popüler olmayan ilgi alanlarına göre Google'ın daha fazla kâr elde etmesi eğilimiyle sonuçlanır.

Marx değer yasasını şunu söyleyerek formüle etmiştir: "bir nesnenin üretimi için gerekli emek zaman ne kadar çok olursa, [...] değeri de o kadar çok olur" (Marx 1867c, 131). Değer yasası ticari sosyal medya durumunda da geçerlidir: Bir kullanıcı ticari sosyal medyada ne kadar çok zaman geçirirse, kendi ilgi alanı ve faaliyetleri hakkında o kadar çok veri elde edilir ve ona gösterilen reklamlar o kadar çok olur. Çevrimiçi olarak çok fazla vakit geçiren kullanıcılar, potansiyel olarak kâra dönüşecek daha fazla veri ve daha fazla değer (çalışma zamanı) yaratırlar. Ticari sosyal medyaya uygulanan değer yasası, Google'da sıklıkla aratılan anahtar sözcükler bağlamında sunulan reklamlar için yüksek fiyatların varlığı durumundan da gözlemlenebilir. Pek çok kullanıcı, çalışma zamanını bu anahtar sözcükleri aramakla geçirmektedir: yani, özgül anahtar sözcüklerin altında yatan değer (çalışma zamanı) yüksektir. Bu, ilgili kullanıcı metasını daha değerli

hale getirir (bunun büyük bir grup olması olasıdır); bu yüzden fiyatı daha yüksek bir derecede belirlenebilir.

Artı değer üreten emeğin, kapitalist üretim biçiminin ortaya çıkardığı bir varlık olmasının anlamı, emek çekip gittiğinde üretimin ve birikimin çökeceğidir. Bu, kapitalist üretim sürecinin temel özelliğidir. Üretketicilerin sarf ettiği emeğin artı değer üreten emek olduğu, Facebook veya Google kullanmayı bıraktıklarında ne olacağı hayal edildiğinde de görülebilir: Kullanıcıların sayısı düşecek, reklam verenler, reklam vermekte bir amaçları olmayacağı için yatırımlarını durduracak ve dolayısıyla malları için herhangi bir potansiyel alıcı bulamayacak, yeni medya kuruluşlarının kârları düşecek ve bu kuruluşlar iflas edecektir. Bu faaliyetler daha büyük ölçekte gerçekleştirildiği takdirde, yeni bir ekonomik kriz doğacaktır. Bu düşünce deneyi, yeni medya ekonomisinde kâr yaratılması için kullanıcıların hayati bir rol üstlendiğini göstermektedir. Dahası, bu insanlar malların parçalarını ve dolayısıyla bu mallarda nesneleşen kullanım değeri, değer ve artı değer parçalarını da üretmekte ve bu parçaların üretimine yardımcı olmaktadırlar.

Üretketicilerin sosyal medyadaki çalışmalarının tamamı metalaşmış değildir (tıpkı izleyicilerin bütün çalışmalarının metalaşmış olmaması gibi). Ticari olmayan, kâr amacı gütmeyen (Wikipedia veya Indymedia, Alternet, Democracy Now!, Open Democracy, WikiLeaks gibi alternatif çevrimiçi haber medyası veya sivil toplum örgütlerinin sosyal medyayı kullanımları gibi) projelere içerik, ilgi veya yorum sağlayan çalışmalar, kullanım değeri (alternatif haberler, eleştirel söylemler vs.) yaratılmasına yardım etme açısından çalışmalardır; ancak bu çalışma, metalaşmış olmayan çalışmadır, sömürülemez, mübadele değeri yoktur ve kâr üretmez. Ticari olmayan, kâr amacı gütmeyen projeler, metaların ve mübadele değerinin mantığı tarafından yönetilmeyen bir toplum ve İnternet için verilen mücadelenin ifadesidirler. Her ne kadar genellikle güvencesiz olsalar da, bu alternatiflerin varlığı genel olarak kapitalizmde sosyal medya ve medyanın (a) sınıfsal yapılar (b) ideolojik "bütünleşme ve meşrulaşma" ve (c) "eleştiri dalgaları ve karşı çıkma hareketleri"ni mümkün kılan "çatlaklar ve yarıklar"

oluşturan "boşluklar ve zıtlıklar" tarafından şekillendirildiğini göstermektedir (Golding ve Murdock 1978, 353).

Ticari sosyal medya finans kapitale, içkin bir bağla bağlıdır. Google'ın 2011 yılında, kârı 9,7 milyar ABD dolarıyken (SEC Dosyalama Formu 10-K 2011) finans piyasasındaki değerlemesi (hisselerin toplam piyasa değeri) 26 Haziran 2012 tarihinde 182 milyar ABD dolarıydı.[7] Facebook'un 2011 yılındaki kârı 1 milyar ABD dolarıyken (SEC Dosyalama Formu S-1 Kuruluş Bilançosu), hisselerinin toplam piyasa değeri 26 Haziran 2012 tarihinde 70 milyar ABD dolarıydı.[8] Bu göstermektedir ki, borsada ulaşılan finans piyasası değerleri ile İnternet üretketicisinin metalaştırılmasıyla ulaşılan kârlar birbiriyle örtüşmez. Facebook ve Google gibi şirketler borsada aşırı değerlenmiştir; kârları ile yüksek borsa değerleri uyuşmaz. Bu uyuşmazlık fenomeni Marksist kuramın mantığının dışında yer almaz, fakat Marx tarafından daha ziyade *Kapital 3.Cilt*'te hayali sermaye analizi içerisinde tanımlanmıştır.

Marx'a göre, finans kapital, M (para)—M' (daha fazla para) formülüne dayanmaktadır. "Burada M—M' ile, para üreten parayı, bu iki ucu meydana getiren süreç olmaksızın, kendisini genişleten değeri görüyoruz" (a.g.e., 515, ayrıca bkz. 471). Tüketici kredileri, ipotekli konut kredileri, hisse, bono ve türev varlıklar, hepsi bu finansal birikim biçimine dayanmaktadır. Finans kapital, bizzat kâr üretmez, sadece gelecekte yapılacak olan ödemeler üzerindeki bir haktır ve kârlardan ya da ücretlerden (mesela tüketici kredileri örneğinde ücretlerden) türer. Marx bu yüzden finans kapitali, hayalî sermaye olarak karakterize etmektedir (a.g.e., 596). "Bir hisse senedi, artı değerin bu sermaye tarafından gerçekleştirilen kısmına tekabül eden mülkiyet hakkından başka bir şey değildir. A, bu hakkı B'ye ve B de C'ye satabilir. Bu alışverişler, sorunun niteliğinde hiçbir şeyi değiştirmez. A veya B, hisse senedini sermayeye dönüştürmüş, lakin C, sermayesini, hisse senetli sermayeden gelmesi beklenen artı değerden alacağı salt mülkiyet hakkına dönüştürmüştür" (a.g.e., 597–598). Hisse senetlerine ve finansal

[7] http://money. cnn. com/data/us_markets/ (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

[8] A.g.e. http://money. cnn. com/data/us_markets/ (erişim tarihi: 8 Ağustos 2013).

türevlere yapılan finansal yatırımlar işleyen sermayeye dönüşür, fakat bizzat kendileri sermaye değildir. Onlar yalnızca, gelecekte üretilmesi beklenen artı değerin bir kısmına ait mülkiyet hakkını temsil ederler. "Tüm bu senetlerin gerçekte temsil ettiği şey, gelecekteki üretim üzerinden birikmiş alacaklar ya da yasal haklardan başka bir şey değildir" (a.g.e., 599). Bu yüzden senedin değeri spekülatiftir ve şirketin gerçek kârlarına değil, yalnızca borsa yatırımcılarının alım satım kararlarını belirleyen gelecek kâr beklentilerine bağlıdır: "Bu senetlerin piyasa değeri kısmen spekülatiftir, çünkü bu yalnız fiili gelir ile değil, aynı zamanda önceden hesaplanan beklenen gelir ile de belirlenmiştir" (a.g.e., 598, ayrıca bkz. 608, 641). Sonuç, kumarı andıran yüksek riskli bir spekülasyon sistemi (a.g.e., 609) ve kriz yatkınlığıdır (a.g.e., 621). Kapitalizmde "parasal krizler, reel krizlerden bağımsız bir şekilde veya onların yoğunlaştırılması olarak kaçınılmazdır" (a.g.e., 649).

Finansallaşma, Facebook ve Google gibi ticari sosyal medya platformlarının çok önemli bir boyutudur. Finansallaşma, Marx'ın kapitalizmin önemli bir unsuru olarak tanımladığı bir mekanizmadır. Kullanıcı emeği bu platformlardaki kârın kaynağıdır. Finans kapital, Facebook ve Google gibi platformlara yatırım yapar çünkü gelecekte yüksek kâr beklentisi vardır. 2000 yılında yaşanmış olan yeni ekonomik kriz, borsa değerleri ile gerçek kârlar arasındaki farkın, Marx'ın da bildiği gibi, finansal balonların patlamasına, bunun ise ekonomik krizlere neden olabileceğini göstermiştir. Krizlerin birden fazla kaynağı olabilir (mesela yetersiz satış = aşırı üretim, az tüketim; yatırımları artıran ve kârı olumsuz etkileyen (kâr sıkıştıran) sınıf mücadelesi; aşırı birikim; hisse senetlerinin geniş ölçekli satışını ve hüsrana uğrayan yatırım durumlarını tetikleyen kriz olayları; bu kriz kaynaklarından birkaçının bir araya gelişi, vb.). Google ve Facebook gibi şirketlerin borsa değerleri, gelecekte bu kurumların kullanıcılarının ve çalışanlarının emeğini ne kadar iyi sömüreceğine ve bu sömürüyü ne kadar iyi kâra dönüştürebileceğine dair beklentilere dayanmaktadır. Gerçek kâr oranları, borsa yatırımcılarının alım ve satım kararlarını etkiler fakat belirlemez. Bu kararlar, birden fazla etken ve beklentiyle, özellikle potansiyel gelecek beklentileriyle belirlenir; Marx'ın hayalî sermayeden bahsetmesinin nedeni de budur.

Sermaye, kârı azami seviyeye çıkarmak için içsel bir ilgiye sahiptir. Bunu yapmak için gerekli tüm araçları kullanacaktır zira tek bir kapitalist, eğer sermaye birikimi yapamazsa, yüksek yatırım giderleri, zorlu rekabet, üretkenlik eksikliği ve diğer nedenlerden dolayı iflas riskiyle karşı karşıyadır. Daha önce de öne sürdüğümüz gibi, ücret ilişkisi, sınıf mücadelesinin mühim bir unsurudur. Sermaye, kârı azami seviyeye çıkarmak için ücret toplamını mümkün olduğunca aşağı çekmeye çalışır. Sermaye, böylelikle, eğer mümkünse, emek gücüne değerinin altında, yani hayatta kalmak için toplumsal olarak gerekli maliyetin altında ödeme yapacaktır. Değerin, emek gücünün fiyatına dönüşümü ve bu ikisi arasındaki fark, Clever (2000) ve Bidet'ın da (2009) vurguladığı gibi, sınıf mücadelesinin sonucudur. Çalışma hukuku ve örgütlü bir işçi hareketi, emek gücünün değerinden daha yüksek ücretler için mücadele edebilir. Ancak eğer emek (örneğin faşist baskı yüzünden) zayıfsa, sermaye kârı artırabilmek için herhangi bir ücret düşürme fırsatından büyük ihtimalle mümkün olduğunca yararlanacaktır. Neoliberalizm; refah, bakım ve eğitim için yapılan devlet harcamalarını kesme; bu hizmetleri özelleştirme; geçici, güvensiz ve düşük ücretli olan güvencesiz ücret ilişkileri yaratma; işçi örgütlerinin gücünü zayıflatma; göreceli ya da mutlak bir şekilde ücretleri azaltma ya da yükseltmeme; emeği, düşük ücretli veya ücreti ödenmeyen üretim biçimlerinden dış kaynak kullanımı yoluyla temin etme; işsizleri ücretsiz ya da son derece düşük ücretlerle çalışmaya zorlama ve bunlara benzer şeyler yapma yoluyla ücret toplamını düşürerek kârı arttıran bir yönetimsellik biçimidir. Bu, sermayenin, emek gücünün fiyatını mümkün olduğunca düşürmesine, hatta mümkünse insan yaşamı için gerekli olan asgari değerin altına çekmesine yardımcı olmayı amaçlayan bir siyaset biçimidir. Birçok güvencesiz ve ücreti ödenmeyen çalışma biçiminin yaratılması, sermayenin emek gücü maliyetini azaltmak için verdiği sınıf mücadelesinin bir ifadesidir. Sonuç, emek gücünün değeri ve fiyatı arasında meydana gelen bir kopuştur. Dijital emek, sermayenin mevcut emek gücü fiyatını düşürme mücadelesi ve işçi sınıfının potansiyel direnişi bağlamına yerleştirilmelidir. Emek gücünün değeri ve fiyatı arasındaki kopuşa, metaların değeri ve fiyatı arasındaki bir kopuş eşlik eder: Ekonominin finansallaşması, borsada,

gelecek yüksek kârlar ve kâr payları umuduna dayanan hayalî değerlere sahip olan hisse senetleri ve türev varlıklar yaratmıştır; fakat bunlar gerçek emek değerlerinden ve meta fiyatlarından kopuktur. Modern kapitalizm, değerlerin, kârların ve fiyatların zıvanadan çıkmaya meyilli olduğu, böylelikle yüksek bir kriz yatkınlığının bulunduğu bir kopuş ekonomisidir.

Ticari sosyal medyanın meta ve sermaye yönünü analiz ettikten sonra, önümüzdeki bölümde, oyun ve emek arasındaki ilişkide meydana gelen değişimleri tartışıp bu değişimleri dijital emek tartışmasıyla ilişkilendireceğim.

4.5 İdeoloji, Oyun ve Dijital Emek

İdeoloji, modern dijital medyayla ilişkisinde iki farklı biçim alır:

(1) Sosyal medyanın katılımcı bir kültür ve yeni bir demokrasi biçimi olarak sunuluşu.

(2) Sömürünün oyun olarak gizli görünümü.

İdeolojik savlar, "Web 2.0" gibi terimlere özgü değildir; 1990'lı yıllarda İnternet hakkındaki savlar da bireyselliği, kişisel sorumluluğu, rekabeti, özel mülkiyeti ve tüketiciliği vurgulayan, eşitsizlik ve sömürüye dair bilinçten mahrum olan ve neoliberalizmin temel fikirleriyle örtüşen bir "Kaliforniya ideolojisi" (Barbrook ve Cameron 2001) oluşturmuştur (Fisher 2010). Neubauer (2011) bu bağlamda, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gücüne olan inançla neoliberalizmi bir araya getiren belirli bir enformasyonel neoliberalizm ideolojisinin mevcudiyetini vurgulamaktadır.

Milenyumun başlangıcı, ciddi ölçüde finansallaşmış İnternet şirketlerinin krizine tanık olmuştur. "Dot.com" krizi, "İnternet çağı"nın yeni bir refah çağı ve engelsiz bir ekonomik büyüme getireceğine dair umutları yıkmıştır. Krizi takip eden yıllarda Facebook (2004), Flickr (2004), LinkedIn (2003), Sina Weibo (2009), Tumblr (2007), Twitter (2006), VK (VKontakte, 2006), Wordpress (2003) ve YouTube (2005, 2006 yılında Google'a satıldı) gibi şirketler kurulmuştur. Bu şirketler, günümüzde dünya çapında en çok erişilen web platformları arasında

bulunan İnternet hizmetlerini sağlamaktadır. Bunlar, kapitalistlerin hedefli reklamcılığa dayanan yeni bir sermaye birikimi modeli kurmayı amaçlayan yeni umutlarını temsil etmektedir.

Sözkonusu platformların yükselişine, bu hizmetleri radikal bir biçimde yeni ve ekonomik bir demokrasi ile katılımcı bir kültürün yükselişi olarak yücelten bir ideoloji eşlik etmiştir. Henry Jenkins (2008, 275) "Web'in tüketici katılımının alanı hâline gelmiş olduğunu" iddia etmekte ve katılımcı bir kültürün yükselişini desteklemektedir. Axel Bruns, Flickr, YouTube, MySpace ve Facebook'un "kamusal katılım" (Bruns 2008, 227-228) ortamları olduğunu ve "üretlanım temelli bir demokratik modele" (372) yol açtığını öne sürmektedir. John Hartley (2012) "herkesin bir üretici" (3) olduğu "diyalojik bir iletişim modelinin" (2) ortaya çıkışını tanımlamaktadır. Genel savı, sosyal ağ kurmayı ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerik üretimi ve dağıtımını destekleyen çevrimiçi platformların yükselişiyle beraber gazeteciliğin, kamusal alanın, üniversitelerin, kitle iletişim araçlarının, vatandaşlığın, arşivlerin ve diğer kurumların daha da demokratikleştikleri çünkü "insanların tüketimde olduğu kadar üretimde de daha fazla söz sahibi olduklarıdır" (a.g.e., 14). Clay Shirky (2008, 297) "Web 2.0"ın "üretimin demokratikleşmesi" anlamına geldiğini söylemektedir. Tapscott ve Williams, "yeni bir ekonomik demokrasi"nin doğuşuna neden olan ve "vikinomi" adını verdikleri yeni bir ekonominin yükselişine dikkat çekmektedirler (Tapscott ve Williams 2006, 267).

Özellikle işletme guruları ve kültürel kuramcılar, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik platformlarının katılımcı bir ekonomi ve kültür geliştirmiş olduğunu iddia eder. Bu iddiayı savunanlar, girişimci kapitalistlerin yatırım yapması gereken "bir sonraki büyük şey" olan "Web 2.0"ın satışına yardımcı olmuşlardır. Bu yutturmaca, demokrasiyle ilgili olmaktan daha çok sermaye birikimiyle ilgili olmaya dönmüştür. "Sosyal medya" ve "Web 2.0" gibi terimlerle ilgili yapılan tartışmalar, Tim O'Reilly'in 2005 yılında "Web 2.0" terimini tanıtmasıyla başlamıştır. Her ne kadar Tim O'Reilly "Web 2.0"ın gerçek farklılıklar gösterdiğini kendinden emin bir şekilde düşünse ve can alıcı gerçeğin kolektif zekâ olarak kullanıcıların Google, Amazon,

Wikipedia veya CraigsList gibi platformların değerini "birbirleriyle bağlantılı kullanıcılar toplumu" içerisinde birlikte yaratmaları olduğunu söylese de (O'Reilly ve Battelle 2009, 1), finansal balonun patlamasıyla pek çok İnternet şirketinin çökmesi sonucunu doğuran "dot.com" krizinden sonra, terimin esas olarak İnternet şirketlerinin yeni iktisadi stratejilere olan ihtiyacını tanımlamak için kullanıldığını kabul etmektedir. O'Reilly, "Web 2.0" teriminin icadından beş yıl sonra yayınlanan bir makalede şunları söylemektedir: Bu kategori, "dot.com fiyaskosundan sonra yolunu kaybetmiş bir sektörde güveni yeniden tesis etmek için tasarlanmış" bir konferansta "dot.com fiyaskosundan sonra Web'in yeniden doğuşunun beyanıydı" (a.g.e.). Bu, Web 2.0 terimini türeten kişinin, bu terimin yatırımcıları çekmeyi amaçlayan bir ideoloji olduğunu kabul etmesi anlamına gelmektedir.

Web 2.0 hayranları katılım kavramını sığ bir biçimde kullanma eğiliminde olmakla birlikte, bu teknolojinin ana kullanımının katılımcı demokrasi kuramından doğduğunu ve bunun da sahipliğin, karar vermenin ve değer tanımının herkes tarafından kontrol edilmesi anlamına geldiğini unuturlar (Fuchs 2011a, kısım 7). Web 2.0 şirketlerinin mülkiyet yapıları, YouTube'un en çok izlenen videoları, en popüler Facebook grupları, Google'daki en popüler konular ve Twitter'daki en yüksek takipçi sayısına sahip kullanıcılar gibi istatistikler göstermektedir ki ticari Web 2.0 eşit katılımcıların buluştuğu demokratik bir alan değil, büyük şirketlerin, ünlülerin ve gösteri dünyasının hakimiyetindeki bir alandır. Bu sayılanlar, gündelik kullanıcılara kıyasla çok daha yüksek sayıda takipçilere, okuyuculara, seyircilere, dinleyicilere, re-tweetlere, beğenilere ve benzeri şeylere sahiptir (a.g.e.). Gerçekliğe ilişkin bir iddia gerçeklikten ayrılmışsa, bir insan bu iddiayı genellikle bir ideoloji olarak karakterize edecektir. Katılımcı kültür ve katılımcı ekonomi tarafından ortaya çıkarılan "Web 2.0" ve "sosyal medya" hâkim sınıfın çıkarlarına hizmet eden, ideolojik kategorilerdir. Bunlar, İnterneti oluşturan güç yapılarını görmezden gelirler.

"Sosyal medya"nın gücüne ilişkin iddialar sadece ticari yatırımları çekme amacı taşımakla kalmaz, aynı zamanda gündelik kullanıcıların hayatları ve düşünceleri üzerinde hegemonik bir yön de taşırlar.

Jodi Dean (2005) İnternet fetişizminden bu bağlamda bahseder ve İnternet'in doğası gereği politik olduğu ve "Web 2.0"ın kendi içinde bir politika olduğunu varsaymanın bir ideoloji olduğunu savunur: "Meşgul insanlar aktif olduklarını düşünebilirler, teknoloji onlar için hareket edecek, onları hiçbir şeyin çok fazla değişmeyeceğine ikna etmek suretiyle onların suçluluklarını yatıştıracaktır. [...] Bir e-posta göndermek, bir imza kampanyasına katılmak, bir blogda yer alan yazıya yorum yazma suretiyle insanlar kendilerini politik hissedebilir. Ve bu his, ardında bıraktığı zamanı öldüren, gittikçe artan ve riskli politika çabaları ile iletişimci kapitalizmi besler. [...] Bu, politize olmanın tehlikeli bölgesine çıkılacak bir duruş sergilemeyi göze almanın reddedilişidir" (Dean 2005, 70).

Ancak ideoloji yalnızca "sosyal medya"nın demokratik çıkarımlarına ilişkin abartılmış iddialar biçimini almaz. Aynı zamanda toplumsal ilişkiler şeklindeki sömürünün, oyun yapılarına gizlenme eğilimi taşıdığı medya yapım sürecinin içinde de var olur. Sosyal medya şirketlerinin sermaye birikim stratejisinin emek tarafı dijital oyun alanlarıdır. Oyunemek (oyun+emek) tabirini ilk kez Kücklich (2005) tanıtmıştır. Dijital oyun alanının sömürüsü, çalışma zamanı ve oyun zamanı arasındaki ayrımın çöküşüne dayanır. Kapitalist üretimin Fordist biçiminde, çalışma zamanı ızdırap zamanı, baskı zamanı ve insanın haz isteğinin artı baskısıyken, boş zamanlar Eros'un zamanlarıydı (Marcuse 1955). Modern kapitalizmde, oyun ve emek, Eros ve Thanatos, haz ilkesi ve ölüm dürtüsü kısmen birleşirler; işçilerin çalışma zamanında eğlenmeleri beklenir ve eğlence zamanı üretken ve çalışma benzeri bir hale gelir. Oyun zamanı ve çalışma zamanı kesişir ve insanın varoluşundaki tüm zaman sermaye birikimi uğruna sömürülme eğilimine girer.

Kapitalizm, emek ve oyunu yıkıcı bir diyalektikte birbirine bağlar. Geleneksel olarak, keyif, seks ve eğlence biçimindeki oyun, kapitalizmde sadece boş zamanın bir parçasıydı ki bu zaman daha ziyade üretken olmayan zamandı (satmak üzere meta üretme anlamında) ve emek zamandan ayrıydı. Freud (1961) dürtü yapılarını, Eros (yaşam, cinsellik, şehvet dürtüleri) ile Thanatos'un (ölüm, yıkım, saldırganlık

dürtüleri) bir diyalektiği olarak nitlendirmiştir. Freud'a göre, insanlar Eros'un daimi olarak gerçekleştirilmesi için çabalar (haz ilkesi), fakat kültür sadece, Eros'un geçici olarak reddedilmesi ve ertelenmesiyle ve erotik enerjinin kültür ve emeğe dönüşmesiyle mümkün hale gelir. Emek, cinsel öğelerin ortadan kaldırılmasının, yani cinsel dürtülerin baskılanmasının üretken bir biçimidir. Freud bu bağlamda gerçeklik ilkesinden veya ulvileştirmeden bahsetmektedir. Gerçeklik ilkesi, haz ilkesini olumsuzlamaktadır. İnsan kültürü bu yüzden insan doğasını reddeder ve insanın ikinci doğası haline gelir.

Marcuse (1955) Freud'un dürtüler kuramını, Marx'ın kapitalizm kuramıyla ilişkilendirmiştir. Yabancılaşmış emeğin, tahakkümün ve sermaye birikiminin, gerçeklik ilkesini, baskıcı bir gerçeklik ilkesine -performans ilkesine dönüştüğünü iddia etmektedir: yabancılaşmış emek Eros'un artı baskısını kurmaktadır. Haz ilkesinin baskılanması, kültürel olarak gerekli baskıyı aşan bir niceliğe ulaşır. Marcuse, Marx'ın gerekli emek ve artı emek/değer nosyonlarını Freudcu bir nosyon olan insanların dürtü yapısıyla ilişkilendirmiştir ve dürtüler düzeyindeki gerekli emeğin, gerekli baskıya ve artı emeğin de artı baskıya tekabül ettiğini öne sürmüştür. Bu, bir toplumun var olmak için, belirli bir miktarda gerekli emeğe (mesai saatleriyle hesaplanır) ve böylece buna tekabül eden belirli bir miktarda da haz ilkesinin (yine saatlerle hesaplanır) baskılanmasına ihtiyacı olduğu anlamına gelmektedir. Artı değerin sömürülmesi (ücretsiz bir şekilde sarf edilen ve kâr yaratan emek) sadece işçilerin sermaye için belirli bir noktaya kadar ücretsiz çalışmaya zorlandıkları bir koşula değil aynı zamanda haz ilkesinin buna ek olarak baskılanmasını gerektiren bir koşula da neden olmaktadır.

"Gerçeklik ilkesinin ardında Ananke'nin veya kıtlığın (*Lebensnot* [Yaşamsal zorunluluk]) temel gerçeği yatar. Bu, varoluş mücadelesinin insan ihtiyaçlarının sabit kısıtlamalar, feragatler, gecikmeler olmaksızın tatmin edilebilmesi için çok fakir bir dünyada sahne aldığı anlamına gelir. Diğer bir deyişle, mümkün olan her çeşit tatmin, ihtiyaçların karşılanma araçlarının tedarik edilmesi adına çalışmayı, taahhütleri ve az ya da çok ölçüde acı verici sözleşmeleri gerekli kılar.

Yetişkin bireyin, neredeyse, varoluşunun tamamını işgal eden çalışma süresi boyunca haz 'askıya alınmıştır' ve acı üstün gelir" (a.g.e., 35). Tahakküm ilkesine dayalı toplumlarda gerçeklik ilkesi, performans ilkesi şeklini alır: Tahakküm "kendisinin devamlılığını sağlamak ve kendisini ayrıcalıklı bir konuma yerleştirmek amacıyla, belirli bir zümre ya da kişi tarafından uygulanır" (a.g.e, 36). Performans ilkesi, artı baskı isimli, "toplumsal tahakküm tarafından zorunlu kılınan kısıtlamaları" belirten bir terimle bağlantılıdır (a.g.e, 35). Tahakküm, "medenileşmiş insan birlikteliği için elzem olanlar üzerinde ek bir kontrol" sağlar (a.g.e. 37).

Marcuse (1955) performans ilkesinin, Thanatos'un insanları ve toplumu yönettiği ve yabancılaşmanın insanların içindeki, tamamen vahşi ve saldırgan bir topluma neden olan saldırgan dürtüleri (baskıcı bayağılaşma) serbest bıraktığı anlamına geldiğini öne sürmektedir. Geç modern toplumda ulaşılan yüksek üretkenlik dolayısıyla, tarihsel bir alternatif olanaklı olacaktır: baskıcı gerçeklik ilkesinin bertaraf edilmesi, gerekli çalışma zamanının asgariye indirilmesi ve boş vaktin azami seviyeye çekilmesi, toplumun ve bedenin erotikleştirilmesi, toplumun ve insanların Eros tarafından şekillendirilmesi ve libidoya dayalı toplumsal ilişkilerin ortaya çıkışıdır. Böyle bir gelişme tarihsel ama kapitalizm ve patriyarkayla bağdaşmayan bir olasılık olacaktır.

Gilles Deleuze (1995) modern kapitalizmde disiplinci iktidarın, insanların gitgide dışsal bir şiddet olmadan kendi kendilerini disipline ettikleri bir biçime dönüştüğüne işaret etmiştir. Bu durumu (öz-) denetim toplumu olarak isimlendirmektedir. Bu, örneğin katılımcı yönetim stratejilerinde gözlemlenebilmektedir. Bu yöntem, teşviklerin kullanımını ve oyunun emekle bütünleşmesini desteklemektedir. İşin eğlenceli olması gerektiğini, işçilerin sürekli olarak yeni fikirler geliştirmeleri, yaratıcılıklarını gerçekleştirmeleri, boş zamanlarının keyfini fabrikada çıkarmaları gerektiğini ve benzeri şeyleri iddia etmektedir. Çalışma zamanı ile boş zaman arasındaki ve emek ile oyun arasındaki sınırlar bulanıklaşmaktadır. İş, oyun özelliklerini edinme eğilimi gösterirken boş vakitteki eğlence, emeğe benzer bir hâle gelme eğilimi göstermektedir. Çalışma zamanı ve boş zaman ayırt edilemez

bir hâle gelmektedir. Aynı zamanda işe bağlı stres şiddetlenmekte ve mülkiyet ilişkileri değişmeden kalmaktadır (Boltanski ve Chiapello 2007). Ticari sosyal medyanın İnternet kullanıcılarını sömürmesi, bu dönüşümün bir boyutudur. Bu, oyun, eğlence, keyif ve zevk (Eros'un suretleri) ile güdülenen özel İnternet kullanımının, sermaye altında toplanmış ve emek sömürüsünün bir alanı olmuş olduğuna delalet etmektedir. İnternet şirketleri, kullanıcıların oyun emeğini sömürerek kâr elde etmekte ve kâr biriktirmektedir.

Luc Boltanski ve Éve Chiapello'ya (2007) göre katılımcı yönetim, 1968 politik başkaldırısının anti-otoriter değerlerini ve sonrasında ortaya çıkan Yeni Sol'u sermaye altında toplar ve bu, yeni bir kapitalizm ruhunun ortaya çıkması anlamına gelir (Yeni Sol- otonomi, hareketlilik, yaratıcılık, ağlaşma, örgütlenme, ileri görüş, açıklık, çokluluk, resmiyete uymama, orijinallik, özgürlük). Hareketin konu başlıkları, zamanında yok etmek istediği güçler tarafından kullanıma sunulmuştur. Bunun sonucu "yeni, sözde 'ağ' kapitalizminin inşası" (a.g.e, 429) olacaktır. Böylece eşitliği ve sınıfın üstesinden gelmeyi gerektiren toplumsal eleştirinin aksine, orijinallik, yaratıcılık, özgürlük ve otonomiyi çağıran sanatsal eleştiri (37-38) günümüzde "dolaylı olarak kapitalizme hizmet eder ve onun ayakta kalmasını sağlayan araçlardan birisi haline gelir" (490).

Ayrıca ödeme yapılan yaratıcı endüstri işi, günümüzde gitgide daha çok oyuna benzer bir hâle bürünmektedir. Hesmondhalgh ve Baker (2011) güvencesiz olan fakat içerebileceği eğlence, bağlantılar, itibar, yaratıcılık ve öz-belirlenim yüzünden değerli bulunan birçok yaratıcı endüstri işindeki tezatlığı göstermektedir. Buradaki zorluk şudur ki emek, oyun gibi hissedilmekte ve sömürü ile eğlence böylelikle ayrılamaz bir hâle gelmektedir. Günümüzde, belirli durumlarda oyun ve emek ayırt edilemez bir durumdadır. Eros, tamamen baskıcı gerçeklik ilkesinin altında toplanmıştır. Oyun büyük ölçüde metalaştırılmıştır ve günümüzde sermaye tarafından sömürülmeyen alan ve boş zaman neredeyse kalmamıştır. Bunu yaratmak ve korumak oldukça zordur. Günümüzde oyun, artı değer üreten ve sermaye tarafından sömürülen emektir. İnsan faaliyetlerinin ve böylece oyunun tümü, günümüz ko-

şullarında, sermayenin altında toplanmakta ve sermaye tarafından sömürülmektedir. Eros'un bir ifadesi olarak oyun böylece yok edilmiş, insan özgürlüğü ve insan kapasiteleri kötürüm kalmıştır. Ticari sosyal medyada, oyun ve emek, sermaye birikimi için sömürülen oyunemeğe yakınsamaktadır. Böylelikle ticari İnternet, zamanın toptan metalaştırılmasını ve sömürülmesini temsil etmektedir, insan zamanının tümü, sermaye tarafından sömürülen, artı değer üreten zamana dönüşme eğilimi göstermektedir. Tablo 4.1 Marcuse'nin oyun, emek ve haz kuramının ticari sosyal medyaya uyarlanışını özetlemektedir.

İnsan arzularının özü	*Kıtlık barındıran toplumlarda gerçeklik ilkesi*	*Klasik kapitalizmde baskılayıcı gerçeklik ilkesi*	*ticari sosyal medya çağındaki kapitalizmde baskılayıcı gerçeklik ilkesi*
doğrudan tatmin	ertelenmiş tatmin	ertelenmiş tatmin	doğrudan çevrimiçi tatmin
haz	hazzın dizginlenmesi	boş zaman: haz; çalışma zamanı: hazzın dizginlenmesi, hazzın artı baskısı	boş zaman ve çalışma zamanının çöküşü, boş zaman çalışma zamanı haline gelir ve çalışma zamanı da boş zaman, bütün zaman sömürülür hale gelir, çevrimiçi boş zaman artı değer yaratımı olur, ücretli emek zaman = hazzın artı baskı zamanı, oyun emek zamanı = artı değer yaratan haz zamanı
keyif (oyun)	zahmet (çalışma)	boş zaman: keyif (oyun); çalışma zamanı: zahmet (çalışma)	oyun emeği: zahmet ve çalışma olarak keyif ve oyun, keyif ve oyun olarak zahmet ve çalışma
alıcılık	üretkenlik	boş zaman: alıcılık; çalışma zamanı: üretkenlik	boş zaman/çalışma zamanı ve alıcılık/üretkenlik arasındaki ayrımın çöküşü, insan zamanının toptan metalaştırılması
Hazzın baskılanmasının yokluğu	hazzın baskılanması	boş zaman: hazzın baskılanmasının yokluğu; çalışma zamanı: hazzın baskılanması	oyun emek zamanı: artı değer yaratımı haz gibi görünür, fakat baskı mantığına hizmet eder (sermaye mülkiyeti yoksunluğu)

Kaynak: Marcuse'nin (1955, 12) tablosu baz alınmıştır.

Tablo 4.1 Toplumun dört biçiminde haz (insan özü, kıtlık barındıran toplum, klasik kapitalizm, Ticari sosyal medya çağındaki kapitalizm)

Bazı yazarlar dijital emek tartışmasında gelişen temel argümanları eleştirmiştir. Bir sonraki bölümde eleştirinin bazı noktalarını sunuyor ve tartışıyorum.

4.6 Dijital Emeğin Eleştirisinin Bir Eleştirisi

David Hesmondhalgh (2010) İnternet emeğinin sömürülmediğini; çünkü toplumda çok fazla ücreti ödenmeyen kültürel çalışmanın olduğunu öne sürmektedir. "Tarihteki çoğu kültürel üretim ücretsiz olmuştur ve bu, günümüzde de devam etmektedir. Dünya üzerindeki milyonlarca insanı, özellikle de genç insanları ele alın. Siz bunları okurken müzik aletleri çalıyor, ya da kültürel bir endüstri yerine boş zaman endüstrisi olarak adlandıracağım bir endüstrinin bir örneğini teşkil ediyorlar. Ne kadar genç insanın futbol veya basketbol oynadığını düşünün. Şimdi, bütün bunların, müzik endüstrisindeki veya futbol endüstrisindeki artı değerin gerçekleştirilmesi için hayati önemi haiz bir emeği (burada bir çeşit mecburiyet altında harcanan efor anlamında kullanılmıştır; genellikle daha dinlendirici bir faaliyeti taahhüt etmekten daha tercih edilebilir bulunur) temsil ettiği savunulabilir. Zira bu emek, söz konusu endüstrilerin beslenebileceği bir işçi rezervi yaratır" (a.g.e., 277). Hesmondhalgh, "Facebook üzerinden arkadaşlarla iletişim kurmanın ve fotoğraflar yüklemenin bir çeşit sömürülen emek olduğu" yönündeki iddiaya, kendi fikrince, tüm amatör futbol kulübü hocalarına, bağışladıkları boş vakitleri için ücret ödenmesi gerektiğini savunmaya benzediğini belirtmektedir: savunması imkânsız değil; ancak bir önceliğe de sahip olduğu söylenemez ve buna, en nihayetinde pazarın dışında bırakmayı tercih edeceğimiz faaliyet şekillerini metalaştırılması riski eşlik etmektedir." (278).

Hesmondhalgh, iki farklı faaliyet türünü birbirine karıştırmaktadır:

(1) Emek gücünü yeniden üreten fakat hiçbir metanın üretilmediği hobi ya da özel faaliyetler (futbol oynamak ya da uyumak gibi);

(2) Kapitalist şirketlerin doğrudan el koyduğu değerin üretildiği hobi faaliyetleri (ticari İnternet platformlarının kullanımı, ticari televizyonun izlenmesi, vb.).

Hesmondhalgh farklı faaliyetleri bir araya getirmektedir: emek gücünü yeniden üreten fakat satılan hiçbir meta üretmeyen yeniden üretken faaliyetler ve emek gücünü yeniden üreten, aynı zamanda da bir izleyici ya da İnternet üretketici metası yaratan yeniden üretken faaliyetler. Bu faaliyetlerin biri ya da her ikisi için ücret talebinin gerekli olup olmadığı (sol görüşlü siyasal yaklaşımların bu talebi destekleyen savları ve karşı savları vardır) bir başka (siyasal) sorudur, fakat Hesmondhalgh, ikinci faaliyet türünde sınıfın, metalaştırmanın ve kârın doğrudan rolünü dikkate almamaktadır.

İzleyici emeği ve dijital emek, ticari sosyal medyada kesinlikle sömürülmektedir çünkü sömürünün üç şartı (Wright 1997, 10) verilidir:

(a) Biriken kâr, izleyiciyi ve kullanıcıları maddi kazanımlardan mahrum bırakmaktadır (ters karşılıklı-bağımlı refah).

(b) İzleyici ve kullanıcılar, medya organizasyonlarının mülkiyetinden ve birikmiş kârdan dışlanmaktadır (dışlanma).

(c) Sermaye, yaratılan kâra el koymaktadır (el koyma).

Pasquinelli (2009, 2010) Google'ın sayfa derecelendirme algoritmasıyla değer yarattığı ve biriktirdiğini savunur ve Google'ın kârının, bilişsel rantın bir türü olduğunu söyler. Caraway (2011, 701) bu analizi daha genel bir düzlemde paylaşır ve şöyle der; "Smythe'ın tanımladığı ekonomik işlemler, ranttır. Medya sahibi, ortamın kullanımını bir izleyici topluluğuna erişim sağlamakla ilgilenen endüstriyel kapitaliste kiralar. Kiralanan, zaman (yayınlamak) veya mekân (basmak) için olabilir. Belirli bir izleyici topluluğunun oluşmasına müsait bir ortam yaratmak medya sahibinin işidir". İnternet'in rant kuramları, rant kavramıyla sınıf, artı değer ve sömürü gibi kategorilerin yerine geçmektedir.

Marx (1867c), teknolojinin hiçbir zaman değer yaratmadığını, yalnızca canlı insan emeği tarafından meta yaratmak için kullanılan bir araç olduğunu göstermiştir. Dolayısıyla, sayfa derecelendirme algoritmasının değer yarattığı iddiası, teknolojik belirlenimci bir varsayımdır. Marx (1894) toprak karşılığında rant elde edildiğini iddia etmiştir ve bir metanın değerinin üç boyutunu ifade eden üçlü formülü geliş-

tirmiştir (48. bölüm): kâr (faiz de dahil olmak üzere), rant, ücretler. Kâr sermayeye, rant toprağa ve ücretler de ücretli emeğe ilişkindir. Gelirin üç türü, metaların, toprağın ve emek gücünün satılmasına bağlıdır. Rant, toprağın ya da gayrimenkullerin kiralanmasıyla temin edilir. Rant, artı değer üretiminin ve insan emeğinin doğrudan sonucu değildir. Kiralama sürecinde yeni hiçbir ürün yaratılmaz. Rant dolaylı olarak artı değerden çıkar, çünkü kapitalistler artı değerin bir kısmını ev kiralamak için alır, fakat rant, artı değerin gayrimenkul satın almak için kullanıldığı ikincil bir süreçte yaratılır. "İlk olarak kullanım değeri olan, hiçbir değeri olmayan toprak vardır ve sonra mübadele değeri olan rant vardır" (a.g.e., 956). "Değer emektir. Bu yüzden artı değer toprak olamaz" (a.g.e., 954). Böylelikle, ticari medyayı ve İnternet pratiklerini ve bunların sonuçlarını tanımlamak için rant kategorisinin kullanılması, ticari medyadaki ve İnternet'teki, Google'da sörf yapmak ya da YouTube veya Facebook'ta içerik yaratmak gibi faaliyetlerin sömürülmediğini ve hiçbir emek biçimi olmadığını varsaymak anlamına gelmektedir. Bilişsel rant kategorisi Medyanın ve İnternet'in Eleştirel Ekonomi Politiği için kullanışlı değildir. Sömürülen bilgi emeği ile yaratılan İnternet üretketici metası kavramı daha uygundur.

Adam Arvidsson dijital emek hipotezinin ve Smythe'ın izleyici metası yaklaşımının bir eleştirisini geliştirmiştir. "Sonuç olarak, emek değer kuramı sadece emeğin bir bedeli olması durumunda, bir şekilde piyasada alınıp satılabilecek bir metaya dönüştürülmüş olması halinde geçerlidir. Bu noktada açıkça görüldüğü üzere emek değer kuramının, ücret ilişkisinin dışında kalmış, verili bir fiyatı olmayan üretim pratiklerine uygulanması zordur" (Arvidsson 2011, 265). "Dijital emeğin fiyatının olmadığı ve üretken zamanın üretken olmayan zamandan ayrılmasının mümkün olmadığı bir durum", "Arvidsson'ın (2006), Fuchs'un (2009a)ve Cote ile Phybus'un (2007) yapmış olduğu gibi, Marksist 'sömürü' kavramının müşterilerle ortak bir üretim sürecine uygulanmasının sürdürülmesini zorlaştırır" (Arvidsson 2011, 266–267). "Ancak, 'ücretsiz emek' zaten bedava olduğu için, herhangi bir fiyatı yoktur ve bu yüzden, bir değer kaynağı olamaz" (a.g.e.). Arvidsson'ın varmış olduğu sonuç, dijital emeğin herhangi bir fiyatı olmadığı (diğer bir deyişle, ücreti ödenmediği) için sömürüye tâbi olmadığıdır.

Dijital emek tarihsel olarak ücreti ödenmeyen tek çalışma biçimi değildir; ev işi ve köle işi de akla gelebilir. Marksist feministler, ev işçilerinin, "süregelen ilkel birikim"in gerçekleştiği bir yer olan kapitalist patriyarkanın sömürülen bir kolonisi olduğunu iddia etmektedir (Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988, 6): Onların ücretleri ödenmemektedir, özgür değillerdir ve kapitalizm için bir işlevi yerine getirmektedirler. Bu yüzden onlar, aşırı sömürünün mahalidirler. Marksist feminizmin savı, "ağırlıklı olarak kadınların gerçekleştirdiği ve köleler, taşeron işçiler ve kolonilerdeki köylüler gibi diğer ücretli olmayan işçiler tarafından gerçekleştirilen geçimlik üretimin, 'kapitalist üretken güçlerin' inşa edilebileceği ve sömürülebileceği kalıcı bir temel oluşturduğudur" (Mies 1986, 48).

Klasik anlamdaki köleler, ev işçileri ve ticari İnternet kullanıcıları arasında son derece önemli bir fark vardır; çünkü ilk grup fiziksel şiddet ile baskı altına alınmıştır (çalışmayı keserlerse muhtemelen öldürüleceklerdir) ve ikinci grup kısmen fiziksel şiddet ve sevgi ve şefkat duyguları ile zorlanmaktadırlar. Öte yandan üçüncü grup, ideolojik olarak zorlanmaktadır (toplumsal ilişkileri ve itibarlarını sürdürmek için hakim ticari İnternet platformlarını kullanmak zorundadırlar; kullanmayı durdururlarsa ölmeyecek, ancak muhtemelen izole olacaklardır). Fakat, bu üç tür emek de diğerleri tarafından (köle sahibi, kapitalist ve maaşlı çalışanlar, şirketler) takdir gören değerler üretir. Bunların karşılığı ödenmemiştir. Diğerleri, bunların çalışma zamanlarının tamamını sömürürler. Arvidsson'ın, sömürünün sadece ücretin ödenmesi durumunda mevcut olduğu yönünde hatalı varsayımı, sömürünün doğurduğu dehşeti önemsiz gösterir ve klasik anlamdaki kölelerin ve ev işçilerinin de sömürülmediği anlamına gelir. Bu yüzden, Arvidsson'ın varsayımı, ırkçı üretim biçimleri ve patriyarka bağlamında sorun teşkil eden çıkarımlara sahiptir. Bundan daha da ilginci, Arvidsson'ın 2006'da yayınlanmış bir makalede ücretsiz emeğin sömürüsü tezini paylaşmış olduğu için kendi kendisini eleştirmesidir.

Dijital medyanın gerçekliği, iPhone'ların ve Nokia telefonların, iPad'lerin ve iMac'lerin "kanlı telefonlar", "kanlı tabletler" ve "kanlı Mac'ler" olduğudur: Akıllı telefonların, dizüstü bilgisayarların, dijital

kameraların, MP3 çalarların ve benzerlerinin çoğu, Demokratik Kongo Cumhuriyeti ve diğer ülkelerde bulunan maden ocaklarından kölelik benzeri koşullar altında çıkartılan madenlerle (örn. kalay taşı, volframit, koltan, altın, tungsten, tantal, kalay) üretilmektedir. İnternet'in şu anki hakim kapitalist biçimindeki varlığı çeşitli emek biçimlerine dayanmaktadır: yazılım mühendislerinin göreli yüksek ücretli işi ve İnternet şirketlerindeki proleterleşmiş düşük ücretli işçiler, kullanıcıların ücreti ödenmeyen emeği ve gelişmekte olan ülkelerde donanım üreten ve "iç çatışmayı finanse eden madenler" çıkaran son derece sömürülen kanlı Taylorcu iş ve köle işi. Arvidsson'ın yaklaşımı, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin malzemelerini çıkartan bu ücretsiz Kongolu köle işçilerin sömürülmediğini ima etmektedir ki bu yaklaşımın tartışmalı çıkarımları bulunmaktadır.

Arvidsson'ın emek değer kuramına alternatifi, idealist ve öznelci bir değer kavramıdır ki bu kavram, "duygulanımsal şekilde kayda değer ilişki türleri yaratma kabiliyeti" olarak anlaşılan etik değerdir (Arvidsson 2011, 270). İdealist ve öznelci olan bu değer kavramı, maddi eşitsizlikler, güvencesiz emek ve zenginle fakir arasındaki uçurum gerçeğini görmezden gelir ve modern ekonomide her şeyin duygulanımsal olduğunu varsayar.

Arvidsson (2011, 273) "Facebook kullanıcılarının emeklerinin mübadele değeri sıfır olduğu için 'sonsuz derecede sömürüye' konu olduğu şeklindeki fikrimin absürt bir önerme" olduğunu savunmaktadır. Dijital emek makalelerimden birinin (Fuchs 2010b) yorumunda Arvidsson ve Colleoni şunu ileri sürmektedir: "Eğer Facebook 2010 yılında 355 milyon dolar kâr elde ettiyse [...] bunun anlamı, her Facebook kullanıcısının yılda 0,7 dolar miktarında bir 'artı değer sömürüsünün kurbanı' olduğu [...] ve Fuchs'un 'sömürü oranının sonsuza yakınsadığı' iddiasının zorlama olduğudur" (Arvidsson ve Colleoni 2012, 138). Fuchs (2012e), Arvidsson'ın çalışmasına daha detaylı bir eleştiri getirir. Arvidsson ve meslektaşı değer ve fiyatı karıştırmaktadır. Eğer 500 milyon kişi, hedefli reklamcılık tarafından finanse edilen ticari bir platformu yılda ortalama 90 saat (yani günde ortalama 15 dakika) kullanırsa bu, yaratılan değerin 45 milyar saatlik dijital emek olduğu

anlamına gelir. Bu çevrimiçi zamanın tümü izlenmekte ve reklamcılara satışı teklif edilen bir trafik metası yaratmaktadır; bu zamanların hiçbirine ücret ödenmez. 45 milyar saatlik çalışma böylece sömürülmektedir. Sömürü, bir metada nesneleşen ve sermaye tarafından el konulan ücretsiz çalışma zamanı tarafından meydana getirilmektedir. Veri metasının ne ölçüde satılabileceği, değerin kâra dönüşümüne dair bir sorudur. Eğer yeterince veri metası satılmazsa, kâr düşük olacaktır. Ancak, işçiler, yarattıkları metalar satılmasa da sömürülmektedir zira bir metanın değeri ve artı değeri satılmadan önce yaratılmaktadır. Arvidsson'ın eleştirisi, sömürünün meta üretimi alanında değil, meta dolaşımı alanında temellendiğini ima etmektedir. Bu varsayım absürttür çünkü, örneğin talep olmadığı için satılmayan bir meta yaratan işçilerin sömürülmediği anlamına gelmektedir. Arvidsson'ın eleştirisi, Marx'a dair bilgi eksikliğine dayanmaktadır.

Marx, bir metanın değeri ve fiyatı arasındaki farka dikkat çekmiştir. Meta değer özünün ölçüsü, onun üretimi için gerekli saat miktarıdır: "Peki öyleyse [bir metaya ait] değerin büyüklüğü nasıl ölçülür? O nesnede içerilen 'değer yaratıcı özün', yani emeğin miktarıyla. Bu emek miktarı, onun süresiyle ölçülür ve emek zamanın ölçütü de, saatler, günler, vb. ile ifade edilir" (Marx 1867c, 129). "Her meta (ürün veya üretim aracı) = veri emek zaman miktarının nesneleştirilmesidir" (Marx 1857/1858b, 140). Marx değer yasasını şunu söyleyerek formüle etmiştir: "bir nesnenin üretimi için gerekli emek zaman ne kadar çok olursa, [...] değeri de o kadar çok olur. Bu nedenle, bir metanın değeri, o metada maddeleşmiş emeğin miktarıyla doğru orantılı, üretkenliği ile ters orantılı olarak değişir. Artık, değer tözünü biliyoruz: emek. Değer büyüklüğünün ölçüsünü biliyoruz: emek zaman" (Marx 1867c, 131).

Fiyat, değerle aynı şey değildir: "Bir metanın değerinin altın olarak ifadesi, x meta = y para meta, onun para biçimi ya da fiyatıdır" (a.g.e., 189). "Fiyat, bir metada nesneleşen emeğin para-adıdır" (a.g.e., 195–196). Bunun anlamı şudur ki, değer, çalışma saati düzeyinde ve fiyat, para düzeyinde belirlenir. İkisi de niceliksel ölçülerdir, fakat farklı ölçü birimleri kullanırlar. Değer, üretim sürecinin bir ölçüsüdür, fi-

yat metaların dolaşım sürecinin (satış) bir ölçüsüdür. Emek, üretim sürecinde zaman (ve mekân) boyunca genişler. Bu süreçte metalar yaratılır ve dolaşım alanında (başka bir deyişle, metaların belirli fiyatlarda satıldığı meta pazarlarında) kâra dönüşür (fiyatı para üzerinden ölçülen). Bu şu anlama gelir: *Sömürü, metaların satışından önce yer alır.* Bir meta satılmasa bile, bir kere üretildiği takdirde, emek, sömürülmüş olur.

Adam Arvidsson (2005, 238), marka değeri kavramını ortaya koyarken Smyhte'tan da bahsettiği bir makalesinde, doğrudan markaların ABD doları cinsinden değerlerini gösteren figürler vermektedir. Bu göstermektedir ki, Arvidsson, değeri çalışma saatleri (bir metanın değerini gösteren) açısından değil, para açısından (yalnızca bir metanın fiyatını gösteren) düşünmektedir. Marka değerinin "marka tarafından üretilen, tahmin edilebilir gelecek kazancın şu anki değeri" (Arvidsson 2005, 238) şeklindeki tanımı, yalnızca döngüsel ve böylece absürt olmakla kalmaz, ki değerin değerle tanımlanması absürttür, aynı zamanda Arvidsson'ın değeri sadece fiyat ("kazanç") düzeyinde tanımladığını açıkça göstermektedir.

4.7 Sonuç

Küresel kapitalist kriz, neoliberalizmde ve her şeyin metalaştırılması mantığında çatlaklara, yarıklara ve deliklere sebep olmuştur. Ancak bu, neoliberalizmin sonunu değil, bir belirsizlik dönemi getirmiştir. Bu dönemde Marx'ın eserlerine, eleştirel kurama, Eleştirel Ekonomi Politiğe, sınıfa ve kapitalizmin eleştirisine duyulan yenilenmiş bir ilgi ortaya çıkmıştır. Medya ve iletişim çalışmaları, zamanın izlerini görmeli ve Marksizm, sınıf ve kapitalizme güçlü bir şekilde yönelmelidir. Günümüzde Dallas Smythe'ın eserleriyle ilgilenmek, Marksist medya ve iletişim çalışmalarının yenilenmesine bir katkıdır.

Medya metalaştırmasının analizi için Dallas Smythe izleyici metasından, Jhally ve Livant ise çalışırken izlemekten bahsetmiştir. İnternet ve medya izleme/okuma/dinleme/kullanma, değer üreten emektir ve izleyici metası ve İnternet üretketici metası, izleme/okuma/dinleme/okuma işiyle yaratılan metalardır. İzleyici kendisini meta olarak

üretir; yaptığı iş, izleyiciyi ve kullanıcıları meta olarak yaratır. Medya kullanımı, ticari ve reklamla finanse edilen medya durumunda, izleyici emeğidir. İzleyici zamanı, değer üreten emek zamanı içerisindedir; sermaye, ücreti ödenmeyen izleyiciyi sömürür. Facebook gibi ticari sosyal medya örneklerinde, izleyici emek zamanı, gayet aktif, toplumsal ve yaratıcı emek zamanıdır ve sırf izleyici emeği değil, üretketici emeğidir. Üretketici emeğin çevrimiçi karakteri, platformların, kullanıcıların tüm faaliyetlerini takip etmesine ve hedefli reklam alanlarını, yalnızca tahminlere göre değil fakat kullanıcı davranışının kesin gözlemlerine göre reklam uyarlayabilen reklam veren müşterilere satmasına olanak sağlar.

Bu bölümün ana hatlarını şu şekilde özetleyebiliriz:

- Dallas Smythe, kapitalizmde medyayı eleştirel olarak incelerken, bize Marx'ın eserleriyle ilgilenmenin önemini hatırlatmaktadır.
- Hem eleştirel kuram hem de Medya ve İletişimin Eleştirel Ekonomi Politiği, tek taraflı oldukları için eleştirilmiştir. Böyle yorumlar, ağırlıklı olarak seçici okumalara dayanmaktadır. Her iki yaklaşımda da, medya metalaştırmasının, izleyicilerin, ideolojinin ve alternatiflerinin boyutlarına farklı ağırlıklarda odaklanıldığı durumu göz ardı edilmektedir. Eleştirel kuram ve Eleştirel Ekonomi Politik birbirlerinin tamamlayıcılarıdır ve günümüzde eleştirel medya ve iletişim çalışmalarında bir araya getirilmelidir.
- Dallas Smythe'ın izleyici metası kavramı, dijital emeğin ticari İnternet sağlayıcılar tarafından sömürülmesi hakkındaki tartışmada yeni bir anlamlılık kazanmıştır. Dijital emeğin sömürüsü, zorlama, yabancılaşma ve el koymayı içermektedir.
- Ticari sosyal medya, İnternet kullanıcılarının ücretsiz emeğinin sömürüsüne ve reklamcılara meta olarak satılan, kullanıcı tarafından yaratılan verinin ve kullanıcı davranışı hakkındaki verinin metalaştırılmasına dayanan sermaye birikimi modellerini kullanmaktadır. Hedefli reklamcılık ve ekonomik gözetim,

bu birikim modelinin önemli boyutlarıdır. İzleyici metası kategorisi, sosyal medya alanında, İnternet üretketici metası hâline dönüşmüştür.

- Ticari "sosyal medya" ve "Web 2.0", ekonominin ve kültürün demokratikleşmesine değil, daha ziyade yeni sermaye birikim modellerini yücelten ideolojilere işaret etmekte ve böylelikle yatırımcı çekmeye yardımcı olmaktadır.
- İnternet üretketici metasının sömürüsü, kapitalizmin, oyun ve emek arasındaki sınırların bulanıklaştığı ve oyun emeğin sömürüsünün yeni bir ilke hâline geldiği bir aşamasının tezahürüdür. Sömürü, eğlence gibi hissedilme eğilimi göstermekte ve boş zamanın bir parçası hâline gelmektedir.
- Dijital emek tartışmasının eleştirileri, farklı çalışma faaliyetlerini bir araya getirmekte, sömürünün önemini yok sayma eğilimi göstermekte ve bir dereceye kadar artı değer, değer, fiyat ve rant gibi kavramları yanlış yorumlamaktadır.

Kapitalizm, günümüzde bir hayli çelişkilidir. Kriz, kapitalizmin üstesinden gelemediği, kapitalizme içkin nesnel çelişkilerin bir tezahürüdür. Krize verilen tepkiler çelişkilidir: Bu tepkiler, hiper-neoliberalizm'den ("zenginler ve bankalar için sosyalizm" ilkesini uygulamayı ve refah, eğitim, sağlık vb. alanları özelleştirmeyi ve bu alanlara yönelik kamu yardımlarını kesmeyi amaçlayan politikalar) arbedelere, isyanlara, protestolara, gösterilere, işgallere (Occupy hareketi veya Yunanistan'da, İspanya'da ve Portekiz'de vuku bulan protestolar gibi) ve devrimlere (Tunus, Mısır ve Libya'daki gibi) uzanmaktadır. Bu mücadeleler ve siyaset şekilleri, kapitalizmin kriz zamanındaki öznel çelişkilerini yansıtır. Günümüzdeki eleştirel düşünürlere düşen görev ise ortak iletişim değerlerini de içeren, ortak mal ve hizmetlere dayanan, adil bir dünya için akademik ve politik mücadelelerin içine dâhil olmaktır. Bölüm 3 ve 4, dijital emek tartışmasını, Kültürel Çalışmalar ve Eleştirel Ekonomi Politiğin akademik manzarasında ele almıştır. Sonraki bölümde ele alınacak olan daha ileri bir bağlamsallaştırma, dijital emeğin, enformasyon toplumu, enformasyon ekonomisi, yara-

tıcı ve kültürel endüstriler ve bilgi işi gibi başlıkların altında tartışılan, daha geniş bir toplumsal ve ekonomik bağlamla iç içe geçmişliği ile ilgilidir. Hangi tür bir toplumda yaşamaktayız? Bir enformasyon toplumu mu? Yoksa kapitalist bir toplum mu? Sonraki bölüm, bu sorularla ilgili olacak.

5-Kapitalizm mi Enformasyon Toplumu mu?

Bu bölüm, bir enformasyon toplumu [informationsociety] ve/veya bir kapitalist toplum içerisinde yaşayıp yaşamadığımızı ele almaktadır. Enformasyon toplumu kavramı, toplumun içerisinden geçtiği söylenen değişiklikleri tanımlamak için geçtiğimiz yıllarda oldukça gözde olan bir kavramdır. "Kapitalizm" teriminin aksine bu terim epeyce tarafsız veya olumlu bir tınıya sahiptir. Topluma ilişkin eleştirel bir kuram, enformasyon toplumu söylemiyle ilişkili olarak kendisini nasıl konumlandırdığını sormalıdır. Bu bölüm ilk olarak bir giriş (5.1) yapıyor, girişi enformasyon toplumu kuramlarının sınıflandırılması (5.2), enformasyon toplumuna alternatif bakışların sınıflandırılması (5.3) ve enformasyon toplumu göstergeleri sunumları (5.4) izliyor. Bilgi emeği kavramı, enformasyon toplumu kuramının eleştirel bir yorumuyla bağlam içinde kullanılıyor.

1968 yılında, Theodor W. Adorno insanların geç kapitalizmde mi yoksa bir sanayi toplumunda mı yaşadığını sordu. Topluma ilişkin temel sorunun alternatifler hakkında olduğunu öne sürdü: geç kapitalizm mi yoksa sanayi toplumu mu? Ben ise çağdaş toplumun temel sorusunun diğer alternatiflerle ilgili olduğunu öne sürüyorum: kapitalizm mi yoksa enformasyon toplumu mu?

5.1 Giriş

Sosyal Bilimler Atıf Dizini'nde (SSCI) yer alan çeşitli yıllara ait

makalelerin başlıklarında "information society" ifadesine yönelik bir arama, 1980'lerden beri enformasyon toplumu kavramına ilişkin aralıksız bir akademik ilginin olduğunu gösteriyor (şekil 5.1). Yayınlanmış makalelerin miktarında iki tane dikkate değer artış gerçekleşmiş. İlk tepe noktası 1983 yılında (1980: 1 yayınlanmış makale, 1981: 2, 1982: 11, 1983: 22, 1984: 21), IBM kişisel bilgisayarının tanıtılmasından iki yıl sonra, ilk grafiksel kullanıcı arayüzüne sahip Apple Macintosh bilgisayarının piyasaya sürüldüğü 1984 yılı civarında başladı. İkinci dikkate değer tepe noktası, World Wide Web (WWW) [Dünya Çapında Ağ] gezintisini oldukça kullanıcı dostu yapan Mosaic WWW grafiksel tarayıcısının tanıtılmasından 2 yıl sonra 1995 yılı civarındaydı (1994: 4 yayınlanmış makale, 1994: 4, 1995: 14, 1996: 24, 1997: 43). Özel hayatta, gündelik yaşamda ve ekonomide hesaplamaya artan rağbet, bu noktalarda enformasyon toplumu kavramına artan bir ilgiyle sonuçlanmış olabilir.

Politik tartışmalarda, medyada, gündelik yaşamda ve akademik söylemde Batı toplumlarının günümüzdeki yapısına ilişkin birçok iddiayla karşılaşılabilir: bilgisayarlaştırılmış toplum, dijital toplum, enformasyon toplumu, bilgi toplumu, bilgi temelli toplum, ağ toplumu, EİT toplumu, İnternet toplumu, iletişim toplumu, sibertoplum, medya toplumu, sanayi sonrası toplum, postmodern toplum, sanal toplum. Bu kavramların ve iddiaların çoğunun ortak noktası bilginin önemini; bilginin üretimi, oluşumu, yayılımı ve kullanımını; ve İnternet veya mobil telefonlar gibi bilgisayar ve dijital ağ teknolojilerinin yükselişini vurgulamalarıdır. Enformasyon toplumu tartışmalarıyla ilişkili iki önemli soru, 'toplumun enformasyonel boyutu nasıl tanımlanmalıdır' ve 'bir toplum boyutunun veya belirli bir altsisteminin hangi dereceye kadar enformasyonel olduğu nasıl ölçülmelidir' sorularıdır. Bu bölüm ilk konuyu ele alarak, enformasyon toplumu olup olmadığı ve hangi koşullar altında bir enformasyon toplumu hakkında konuşmanın kuramsal olarak olası olduğu sorusu hakkındaki bazı düşünceleri sunmaktadır.



Şekil 5.1 Enformasyon toplumu konusu üzerine yayınlanmış olan makalelerin yıllık gelişimi

Theodor W. Adorno (1968/2003) 1968'de şu soruyu sordu: toplumun mevcut yapısı hakkında temel soru nedir? Geç kapitalizmde mi yoksa bir sanayi toplumunda mı yaşıyoruz? Bilginin, yaratıcı çalışmanın, medyanın, bilgisayarın ve İnternet'in önemli olduğu söylenen bugünün toplumunda, Adorno'nun sorusunu şu şekilde yeniden düzenleyebiliriz: Toplumun şu anki yapısındaki temel soru nedir? Kapitalizmde mi yoksa bir enformasyon toplumu içerisinde mi yaşıyoruz? Bu bölüm bu soruları ele almaktadır.

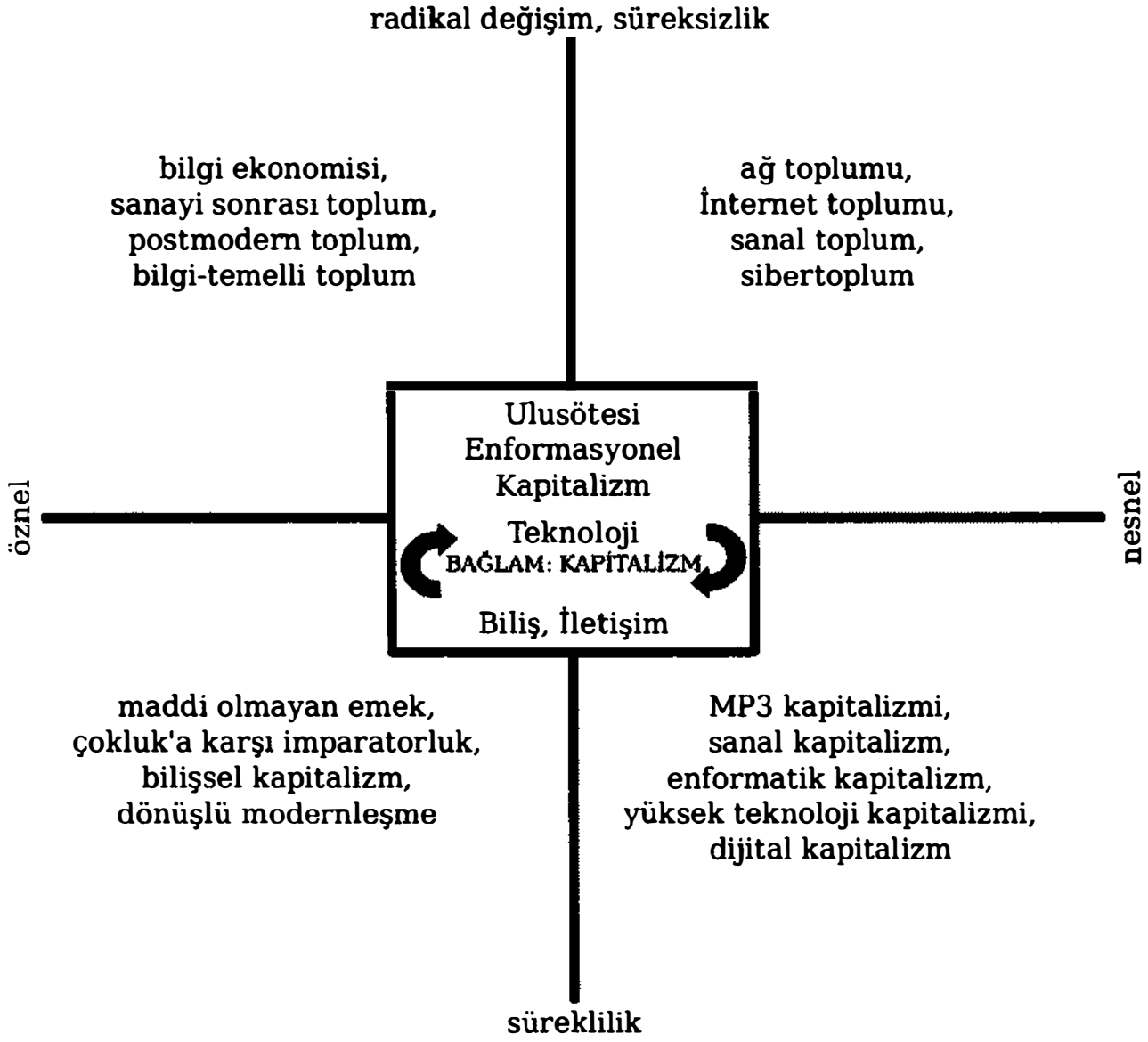
İlk olarak, enformasyon toplumu kuramlarının bir sınıflandırmasını sunacağım. Radikal süreksiz enformasyon toplumu kuramlarını, kuşkucu görüşleri ve sürekli enformasyon toplumu kuramlarını tartışacağım. İkinci olarak, Hegelci felsefe ve Marksist ekonomi politiğe dayanan alternatif bir kavram tanıtacağım. Üçüncü olarak, enformasyon toplumunu ölçmeye yönelik yöntembilimsel bir pusula sunacağım. Son olarak, bazı sonuçlar çıkaracağım.

5.2 Enformasyon Toplumu Kuramlarının Bir Sınıflandırması

Frank Webster (1995, 2002) enformasyon toplumunu tanımlamanın beş şeklini belirtmiştir: teknolojik yenilik [innovation], mesleki değişim, ekonomik değer, bilgi akışı ve simge ve işaretlerin genişle-

mesi. Webster'ın enformasyon toplumu kuramlarını sınıflandırmak için kullandığı kuramsal ölçüt, bu kuramların öncelikle odaklandıkları toplum boyutudur. Kuramların başka bir sınıflandırmasına, yenilik derecesi ve ayırt edici ölçüt olarak sosyolojik kuramlaştırmanın türünün birleşimiyle ulaşılabilir. Enformasyon toplumu kuramı söylemi böylece kuramsal olarak iki eksen kullanımıyla sınıflandırılabilir: ilk eksen toplumsal değişim boyutunu ayrımsar, ikinci eksen de bu değişimlerin enformasyonel niteliklerini. Geçmiş yılların dönüşümlerini, radikal toplumsal değişim oluşturur şekilde kavrayan kuramlar mevcuttur. Bunlar süreksiz kuramlardır. Diğer kuramlar modern toplumun sürekliliğini daha fazla vurgular. Öznel toplumsal kuramlar, insan bireylerin ve onların toplumdaki düşünüş ve eylemlerinin önemini vurgularlar, halbuki nesnel toplumsal kuramlar tekil bireyleri aşan yapıları vurgularlar (Giddens 1984, xx). Çağdaş toplumda öznel enformasyon toplumu kuramları insan bilgisinin (düşünüş, zihinsel etkinlikler) önemine vurgu yaparken, nesnel enformasyon toplumu kuramları, kitlesel medya, bilgisayar, İnternet veya mobil telefon gibi enformasyon teknolojilerinin rolünü ön plana çıkarırlar. Şekil 5.2 enformasyon toplumu kuramlarına ilişkin bir tipolojiyi göstermektedir.

Süreksiz öznel kavramlar, örneğin, bilgi ekonomisi (Machlup 1962, Drucker 1969/1992, Porat 1977), sanayi sonrası toplum (Bell 1974, Touraine 1974), postmodern toplum (Lyotard 1979) veya bilgi temelli toplum (Stehr 1994) şeklindedir. Enformasyon teknolojilerinin önemini vurgulayan nesnel sürekli kavramlar, örneğin, ağ toplumu (Castells 1996, 2000b; vanDijk 2006), sanal toplum (Bühl 2000, Woolgar 2002), sibertoplum (Jones 1998) veya İnternet toplumu (Bakardjieva 2005) şeklindedir.



Şekil 5.2 Enformasyon toplumu kuramlarına ilişkin bir tipoloji

Süreksiz enformasyon toplumu kuramları, toplum veya ekonomi gibi makrososyolojik kategorilerin başına belirli terimleri getirerek toplum veya ekonominin geçen onyıllar içerisinde radikal bir dönüşüm içerisinden geçtiğini ve bizim şimdi yeni bir toplum veya ekonomi içerisinde yaşadığımızı varsayarlar. Bu yaklaşımlar süreksizliği vurgularlar, yani şu an 100 veya 150 yıl önceki toplumla neredeyse hiçbir ortak noktası olmayan yeni bir toplum içerisinde yaşıyoruz derler. Alain Touraine (1974, 4) örneğin sanayi sonrası veya programlanmış toplum "yeni tür bir toplum"dur der. Daniel Bell (1974) için, "sanayi sonrası toplum", "eski (mülkiyete bağlı olan) toplumsal ilişkilerin, mevcut (dar seçkinleri merkez alan) iktidar yapılarının ve (baskı ve doyumun ertelenmesi kavramlarına dayanan) burjuva kültürün hızlı bir şekilde aşındığı engin bir tarihsel değişim" (37) doğurmuş ve "herhangi bir toplumda merkezi olan zenginlik, iktidar ve mevki dağıtımına ilişkin

hususları gündeme getiren yeni tür bir toplum ortaya çıkarmıştır" (43). AlvinToffler (1980), "bilgi çağı" şeklinde de isimlendirdiği bir üçüncü dalga toplumu öne sürer. Bu; "bugün yaşamlarımızı yumruklayan dev bir değişim dalgası" (5), bir "kocaman tarihsel kayma" (243), "çarpıcı değişimler" ve "devrimsel ilerleme" (168) anlamına gelir ve sonuç "tamamıyla yeni [bir] toplum"dur (261). Peter Drucker "bilgi toplumu"nun "ekonomi ve teknoloji dünyasında Süreksizlik Çağı" (Drucker 1969/1992, 10) anlamına geldiğini ve "bu yüzyılın son on yılındaki çalışma ve işgücü, toplum ve yönetimin hepsi, hem bu yüzyılın ilk yıllarındakinden hem de insan tarihinde önceden deneyimlenen herhangi bir şeyden nitelik ve nicelik bakımından farklı olduğunu (Şekillenim olarak, süreçleri, sorunları ve yapıları bakımından farklı" (Drucker 2001: 227)) öne sürer. Nico Stehr (1994) için, bilgi toplumu olarak isimlendirdiğinin ortaya çıkışıyla "emek ve mülkiyet çağı tükenmiştir" (viii), "bilgi toplumlarının ortaya çıkışı, her şeyden önce ekonominin yapısında radikal bir dönüşüme işaret etmektedir" (10) ve "ekonomik etkinlik için yeni bir yapı ve örgütlenmenin ortaya çıkışıdır" (122). Manuel Castells'e göre, "ağ toplumu"nun yükselişi, "bin yılın bu kavşağında yeni [bir] dünyanın biçimlendi[ği]" ve "bilgi teknolojileri devrimi[nin], yeni toplumun maddi temeli olarak enformasyonalizmin doğuşunu tetikledi[ği]" anlamına gelir (Castells 2000a, 367).

Bu örnekler, çoğu (ancak kesinlikle hepsi değil) enformasyon toplumu kuramcısının enformasyon teknolojilerinin, bilgi, bilim ve iletişimin toplum üzerindeki etkilerinin yeni tür bir toplum doğurduğunu varsaydığını göstermektedir. Dolayısıyla, kimi yaklaşımların bir yanıt olarak, süreksizlik hipotezinin toplumun radikal olarak dönüştüğü iddiasını sorgulaması şaşırtıcı değildir. "Eğer sadece daha fazla bilgi varsa o zaman insanın bizim şimdi radikal olarak yeni bir şeyin arifesinde olduğumuzu neden önerdiğini anlamak zor" (Webster 2002, 26). Nicholas Garnham (1998/2004, 2000b) bu nedenle enformasyon toplumu kuramını bir ideoloji olarak niteler. Garnham (1998/2004, 165), enformasyon toplumu kuramının "egemen ekonomik ve politik erk için tercih edilen meşrulaştırma ideolojisi" olduğunu söyler. Garnham'ın temel savı, yeni bir enformasyon, ağ, bilgi veya sanayi sonrası toplum olduğu iddiasının, işçiler ve kapitalistler arasındaki süregiden

sömürücü sınıf ilişkilerinin varoluşunu yadsıdığıdır. "Ancak çığır açan değişim iddiaları açısından, ayrıca sormamız gereken bu niteliklerin yeni mi yoksa aksine, kullanımda yok olmayan metaların kültürel tüketimi için yeni döngüler ve yenilik arayışını sürekli güdüleyen enformasyon metalarıyla değer yaratmanın sorunlarının meyveleri olup olmadıklarıdır" (a.g.e., 179). Süreksizlik hipotezi ideolojik bir niteliğe sahiptir, çünkü, neoliberal ideolojiye özgü bir bakışla, değişim için hiç bir şey yapamayacağımızı ve mevcut politik gerçekliklere uyum sağlamamız gerektiğini söyler (Webster 1995, 267). Peter Golding (2000, 170) enformasyon toplumu söyleminin, "EİT geliştirmelerini serbest pazarın büyümesine dahil etmeyi ve bilginin özelleştirilmesini öven ve uman" bir ideoloji olduğunu öne sürer. Sosyoloji'nin yeniye kapılmasındaki tehlike, onun radikal potansiyellere ve bu potansiyellerin nasıl bastırıldığını eleştirmeye odaklanmaya ilgisini kaybetmesidir (a.g.e., 171).

Stehr (1994), bilgi/sanayi sonrası toplumun radikal bir dönüşüm oluşturduğuna ilişkin hipotezlerin çağdaş toplumun sürekliliklerini dikkate almadığını söyleyen eleştirileri açıkça tartışır. Toplumun devingen niteliğini ihmal ettiklerini ve değişimleri açıklayamadıklarını söyler.

> Sanayi sonrası kuramcılar modern yaşamın değişimler dünyası olduğunu öne sürerken, sanayi sonrası toplum kuramının radikal bir eleştirisi modern dünyanın sürekliliğini ileri sürer. Ancak, iktidar seçkinlerinin varlığı, toplumsal eşitsizlik, işsizlik, yoksulluk, ekonomi denetimindeki yoğunlaşma, toplumsal karşıtlıklar, toplumsal denetim ve kısıtlar olarak da adlandırılan, daimi olmasa bile daha kalıcı olsun veya olmasın modern toplumun özellikleri olan sanayi toplumunun belirleyici niteliklerine ilişkin sanayi sonrası toplum kuramının radikal bir eleştirisine saplanma, benim görüşüme göre, yalnızca modern toplumun devingen niteliğine ilişkin sezgiler kazanmaktan alıkoyar. Yani, modern toplumun sosyoekonomik ve politik gerçekliklerinde radikal eleştiri sabit, durağan ve değişmez sorunlarda uzun, devingen ve evrimleşen şekillenmelerinde kısmen kısadır (Stehr 1994, 55).

Benzer bir şekilde Castells (2000a, 367) şunu sorar: "sonuç olarak, eğer güneşin altındaki hiç bir şey yeni değilse, neden hakkında araştırmak, düşünmek, yazmak ve okumak için canımızı sıkalım?"

Stehr ve Castells'in görüşleri tartışmayı ilerletmiyor, çünkü basitçe bu kavramın tam da eleştirisine karşı radikal bir kırılma olduğu kavramını ileri sürüyorlar. Stehr radikal kırılma hipotezinin ateşli bir savunucusu. Radikal kırılmanın kapitalizmde sermaye birikimi, eşitsizlik, sömürü ve katmanlaşma sürekliliğini gizlediği ve bu nedenle olumlayıcı bir ideoloji oluşturduğu eleştirisine bir yanıt vermiyor.

Sürekli enformasyon toplumu kuramları belirli bir dereceye kadar kuşkucu görüşleri göz önüne alır ve hâlâ modern kapitalist toplumda yaşadığımızı, ancak temel kapitalist yapıları ifade eden biçimlerde kimi belirli değişimler gerçekleştiğini vurgular. Öznel sürekli enformasyon toplumu kavramları, örneğin dönüşümsel modernleşme (Beck vd., 1994), bilişsel kapitalizm (Negri 2008,Vercellone 2007), semiyokapitalizm (Berardi 2009a, b) ile genel zekâ ve maddi olmayan emek (Hardt ve Negri 2000, 2005; Virno 2004) şeklindedir. Çağdaş kapitalizmde sermaye birikimi için zihin emeğinin önemini vurgularlar. Nesnel sürekli enformasyon toplumu kavramları dijital kapitalizm (Schiller 2000, Glotz 1999), sanal kapitalizm (Dawson ve Foster 1998), yüksek teknoloji kapitalizmi (Haug 2003a), MP3 kapitalizmi (Sennett 2006) ve bilişim kapitalizmini (Fitzpatrick 2002) içerir. Bu gibi yaklaşımlar kapitalizmin sürekliliğini vurgular ancak bununla birlikte sürekli enformasyon toplumu kuramlarının enformasyon teknolojilerinin veya bilginin çağdaş toplumlarda merkez etken olduğu görüşünü paylaşırlar. Bunlar, örneğin uğruna savaşların yapıldığı petrol gibi gayet maddi kaynakların devam eden önemini veya 2008'de yeni bir küresel ekonomik krizin ortaya çıkmasında can alıcı bir rol oynayan finans kapitalin önemini zor bela açıklayabilirler. En uç biçiminde, süreklilik hipotezi çağdaş toplumun 19. yüzyıl kapitalizminden dikkate değer bir şekilde farklılaşmadığı iddiasındadır. Örneğin, Walter Runciman (1993, 65), 1970'ler ve 1980'lerde Büyük Britanya'da "yeni bir alt tür kapitalist üretim biçiminin ortaya çıktığının iddia edilemeyeceğini" öne sürmüştür. Birleşik Krallık, "kapitalist üretim tarzı"na, "liberal ikna tarzı"na ve "demokratik baskı tarzı"na sahip bir "kapitalist-liberal-demokratik" toplumdur (a.g.e.). "'Yönetimsel' kapitalizm veya 'geç' kapitalizm, veya 'finans' kapitalizm, veya 'korporatist' kapitalizm gibi terimlerin hepsi zihin açmaktan ziyade daha fazla karmaşa

yaratmıştır" (a.g.e., 54). Benzer bir sav Jonathan Friedman tarafından da ileri sürülmüştür (2002, 302): "Kapitalizm, metalaşmanın derinleşmesi, fiktif sermayenin birikiminin gerçek birikime göre artışı, dünya nüfusunun büyük kısımlarının artan lümpenleşmesi ile ilgili genel eğilimleri açısından değişmemiştir. Bütün bu süreçler yeni yüksek teknolojiyle kışkırtılmışlardır, ancak onun nedeni değillerdir ve aksine sistemin mantığından oldukça öngörülebilir vaziyetin, dar boğazdaki kapitalizmin belirtileridirler". Tek yeni nitelik, yeni bir toplumda yaşadığımız şeklindeki ideolojik iddia, "hem sıradan liberalizmi radikalizmin diline çeviren hem de ayrıcalıklı sınıfların temsilcileri olan entelektüeller arasındaki radikal kimlik veya öz kimliğin garip havası" olacaktır. (a.g.e.). Hiç şüphe yok ki kapitalizm, var olmak için birikim ve sömürü yapılarında bir sürekliliğe gereksinim duyar. Bununla birlikte bu süreçler pürüzsüz değildir, aksine çelişkili ve devingendir, bu da kapitalist krizler gerçeğini ve kriz yatkınlığını doğurur. Marx, kapitalizmin çelişkili doğasını ve krizle doluluğunu içsel kapitalist değişimin (ve sosyalizme geçiş olasılığının) bir kaynağı olarak gördü. Kapitalizm, krizleri aşabilmek için birikim ve sömürü yapılarının örgütlenmesinde bir değişikliğe ihtiyaç duyar. Krizler, "değerdeki dönemsel köklü değişiklikler" olarak "[...] çürüttüğü kabul edilen şeyi, yani sermaye olarak değerin bağımsız bir varlık kazandığını ve bunu hareketleriyle sürdürüp güçlendirdiğini doğrulamış olur" (Marx 1885, 185 [Sol, s. 115]). "Sermaye birikimi, başlangıçta yalnızca bir miktar büyümesi olarak görünmekle birlikte, daha önce de gördüğümüz gibi, değişmeyen kısmında değişen kısmın aleyhine devamlı bir artış göstererek, bileşiminde gitgide artan bir nitel değişme ile gerçekleşir." (Marx 1867c, 781 [Sol, s. 645]). Bu bölümde alınan konum hem süreklilik hem de süreksizlik hipotezlerinin her ikisinin de aynı anda belli bir dereceye kadar doğru ve yanlış olduğu ve toplumun gelişiminin anlaşılması için diyalektik bir metodolojiye ihtiyacımız olduğu şeklindedir. Bu tür bir metodoloji gelişmenin, toplum örgütlenmesinin üst düzeylerindeki dönüşümler yoluyla temel bir düzeyde değişimleri koruma aracılığıyla çalıştığını ve toplumdaki bu temel değişimlerin o üst düzeylerde gerçekleşen veçhelere ve çelişkilere dayandırılabileceğini vurgular. Diyalektik bir metodoloji uyguladığımızda ulusötesi

enformasyonel kapitalizmin yükselişi ne sadece öznel ne de sadece nesnel bir dönüşüm olur, ancak özne-nesne diyalektiğine dayanır. Nesnel yaklaşımlar tekno-belirlenimcidir ve emek ve aracılık biçimlerinin nasıl değiştiğini ihmal ederler; öznel yaklaşımlar teknolojinin aracıyı biçimlendiren ve aracı tarafından biçimlendirilen bir güç olduğunu ihmal ederler. Bu yüzden hem teknoloji yönelimli öznel hem de nesnel bilgi yönelimli yaklaşımların her ikisi de yetersizdir. Ancak aynı zamanda daha büyük bir çerçevenin diyalektiğinin bir kutbunu vurgulama konusunda haklıdırlar: Ulusötesi enformasyonel kapitalizm kavramı diyalektik olarak düşünmenin her iki hattını da içererek aşar, çünkü bilgi ve ağların her ikisi de öznel ve nesnel görünüşlere sahiptir; üretim araçlarını ve üretim ilişkilerini dönüştürürler. Sermayenin, sermaye birikimi için yeni stratejiler ve biçimler arayışı emeği bilişsel, iletişimsel ve işbirlikçi emeğin bütün emek zamanın önemli bir miktarını oluşturduğu bir şekilde dönüştürürken ("katılımcı yönetim"in öz disiplini ideolojisinin yükselişiyle zorlanan bir gelişme), aynı zamanda bu emek, enformasyon teknolojilerince aşırı derecede dolayıma uğramakta ve belli bir dereceye kadar somut enformasyonel mallar (yanısıra soyut enformasyonel hizmetler) üretmektedir (Fuchs 2008). Ulusötesi enformasyonel kapitalizm kavramı bu özne-nesne diyalektiğini idrak eder; çağdaş kapitalizmi, insan bilişini, iletişimini ve işbirliğini nesneleştiren teknolojilerin ve malların yükselişiyle birbirine bağlı olan bilişsel, iletişimsel ve işbirlikçi emeğin yükselişi temelinde kavramsallaştırır. Enformasyonel kapitalizm, öznel bilgi ve enformasyon teknolojilerinde nesneleşmiş bilgi arasındaki diyalektik birbirine bağlılığa dayanmaktadır. Bu yaklaşımın neden daha gerçekçi olduğuna inanmamın gerekçesi diyalektiğin, hakikatın tek boyutlu ve durağan tanımlarını sorgulamaya, hakikatı karmaşık ve devingen olarak tasavvur etmeye olanak sağlamasıdır.

Ulusötesi enformasyonel kapitalizm, kapitalist gelişmeyi şekillendiren süreklilik ve süreksizlik diyalektiğinin sonucudur. Artı değer, mübadele değeri, sermaye, metalar ve rekabet kapitalizmin temel özellikleridir; bu tür biçimlerin gerçekte nasıl üretildiği, somutlaştırıldığı, biriktirildiği ve dolaştığı olumsal ve tarihseldir; farklı kapitalist gelişme tarzlarında kendilerini farklı şekillerde ortaya koyarlar. Enfor-

masyonel kapitalist gelişme tarzında, artı değer üretimi ve sermaye birikimi kendilerini simgesel, "maddi olmayan", enformasyonel metalar ve bilişsel, iletişimsel ve işbirlikçi emek olarak ortaya koyarlar. Dijital medya, ulusötesi bir ölçekte tanımlama kapasitesi, iktidar ve sermaye birikimini dolayımlar. Roy Bhaskar (1993, 55), içererek aşmanın belirlenimci olmayan ve karmaşık niteliğini vurgulamak amacıyla "*gerçek yadsıma, dönüştürücü yadsıma, radikal yadsıma*" arasında ayrım yapmıştır. Bütün yadsımaların yadsıması asli düzeyde değildir; ayrıca dönüştürücü olan ancak radikal olmayan kısmi içererek aşmalar da vardır. Ulusötesi enformasyonel kapitalizmin ortaya çıkışı dönüşümsel bir içererek aşmadır, ancak radikal bir aşma değildir.

Ulusötesi enformasyonel kapitalizm, çağdaş kapitalizmin gelişmesinde bir eğilim ve göreceli bir düzeydir, bu onun tek baskın eğilim olmadığı anlamına da gelir. Kapitalizm aynı zamanda birçok şeydir: belli bir dereceye kadar enformasyonel, ancak aynı anda belli bir dereceye kadar finans kapitalizmi, emperyalist kapitalizm, aşırı sanayi kapitalizmi, ve benzerleridir. Bugün, toplumu düzenleyen bütünsel kapitalist tarz içerisinde var olan birçok kapitalizme sahibiz. Kapitalizm aynı zamanda genel bir üretim ve sömürü tarzı ve kapitalist üretim ve sömürünün farklı tip ve biçimlerinin özgül bir gerçekleştirme, birlikte varoluş ve etkileşimidir. Neden *ulusötesi* enformasyonel kapitalizmden söz ediyorum? Hirst ve Thompson (1999, 95) "iş etkinliğinin uluslararasılaşma kapsamının yaygın ve akademik anlatımlarda sıklıkla abartıldı[ğını]" öne sürer. Kevin Doogan (2009) dolayısıyla, "sermayenin hareketini abartan" (87) ve "küreselleşme süreç ve düzeneklerinin güçlü ulusal boyutları olduğunu" (210) ihmal eden "küreselleşmenin küresel ideolojisi"nin (65) ortaya çıkışından söz eder. Medya ekonomisi bağlamında, bazı bilim insanları küresel medyanın ortaya çıkışından kuşku duymakta veya [küresel medyanın] varoluşunun bir efsane olduğunu öne sürmektedir (örneğin Hafez 2007, Flew 2007). Doğrudan yabancı yatırım (DYY) hisseleri 1980'lerin başlarındaki dünya GSYİH'sinin %5 düzeyinden, ikinci binyılın ilk on yılının sonunda dünya GSYİH'sinin %25-%30 düzeylerine yükselmiştir.[1] Bu sermaye birikiminin küresel olduğunu kanıtlamaz, ancak

[1] UNCTAD İstatistikleri, http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx/ (erişim tarihi: 8 Ağustos 2013).

Fordist kapitalizm aşamasıyla kıyaslandığında, daha da önemli hale gelmiş olan emek maliyetlerini ve sabit maliyetleri düşürmek için üretimi küresel olarak devretme [dış kaynak kullanma, outsourcing] aracılığıyla sermaye ihraçlarının bir göstergesidir. Ekonomi son 30 yılda, 1945-1975 yıllarına kıyasla daha da küresel hale gelmiştir (ayrıca bkz. Fuchs 2010a, c). Dünya'nın 100 en büyük ulusötesi şirketlerinin (UŞ) uluslararası varlıklar oranı 2009'da %62, 2010'da %63 ve 2011'de %63 şeklindedir. Uluslararası satış oranları 2009'da %66, 2010'da %64 ve 2011'de %65'tir. Uluslararası istihdam oranı 2009'da %57, 2010'da %57 ve 2011'de %57'dir (Dünya Yatırım Raporu 2012, 25). Tablo 5.1, 2008 yılı için varlıkların, satışların ve istihdamın uluslararası oranlarıyla birlikte, dünyanın en büyük 100 UŞ listesi içerisindeki enformasyonel şirket (yani enformasyon üretimi, dağıtımı veya tüketimi bağlamında ihtiyaç duyulan mallar veya hizmetler yaratan şirketler) sayılabilecek olanların ulusötesilik göstergesini (TNI) [Transnationality Index] göstermektedir. 100 şirketten otuz üçü enformasyonel şirkettir. Ortalama uluslararası varlık oranları %65,3'tür, ortalama uluslararası satış oranları %70,4, ortalama yabancı istihdam oranları %64,8 ve ortalama TNI değerleri %66,8'dir. UNCTAD TNI, bir şirketin küresel boyutunu, dünyanın en büyük şirketlerinin genel merkezinin olduğu ülke dışındaki varlık, satış ve çalışan oranlarını kapsayan bir bileşik indeksle ölçmektedir.

Şirket	*Sanayi*	*Yurt dışı varlık oranı*	*Yurt dışı satış oranı*	*Uluslararası istihdam oranı*	*Ulusötesilik dizini*
Vodafone	Telekomünikasyon	%92,1	%86,9	%86,9	%88,6
Siemens	Elektronik donanım	%77,3	%72,6	%69,1	%73,0
Telefonica	Telekomünikasyon	%68,6	%63,8	%78,3	%70,3
Deutsche Telekom	Telekomünikasyon	%55,4	%53,2	%42,2	%50,3
France Telecom	Telekomünikasyon	%61,4	%46,6	%45,0	%51,0
Sony	Elektronik donanım	%46,6	%75,8	%63,0	%61,8
IBM	Elektronik donanım	%47,5	%64,6	%71,1	%61,1
Nokia	Elektronik donanım	%90,8	%99,3	%80,7	%90,3
Hewlett-Packard	Elektronik donanım	%42,6	%68,8	%65,3	%58,9
Vivendi Universal	Telekomünikasyon	%45,5	%37,1	%68,1	%50,2
Liberty Global	Telekomünikasyon	%99,8	%100	%58,9	%86,2
TeliaSonera	Telekomünikasyon	%86,3	%65,4	%66,2	%72,6
Samsung	Elektronik donanım	%34,4	%80,6	%47,8	%54,2
Ortalama		%65,3	%70,4	%64,8	%66,8

Kaynak: UNCTAD istatistikleri http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx/ (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013)

TABLO 5.1 Dünyanın en büyük enformasyonel UAŞ'lerininulusötesiliği (2008 yılı)

İstatistiksel veri, medya/bilgi şirketlerinin küreselleşmesinin bir efsane olmadığını göstermektedir. Elbette tamamen küresel medya sistemi yoktur, çünkü ulusötesi şirketler kendi ulusal ekonomilerine dayanmaktadırlar. Ancak dış kaynak kullanımı, taşeronluk ve mekânsal olarak yayılmış üretim biçimlerindeki küresel üretim, kapitalizmin ve dolayısıyla da enformasyon şirketlerinin gelişmekte olan bir niteliği olarak gözükmektedir. TNI, yurt dışı varlık oranı, yurt dışı satış oranı, yurt dışı istihdam oranı ve yurt dışı iştirakların oranı gibi göstergeler enformasyon şirketlerinin ulusötesiliğinin derecesini ölçmeye olanak verir.

5.3 Enformasyon Toplumuna Alternatif Bir Bakış

Marx'ın üretici güçler ve üretim ilişkileri şeklinde ayrımı, enformasyon toplumu hakkındaki tartışmayı daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir. Alain Touraine (1974), Daniel Bell (1974), Alvin Toffler (1980), Peter Drucker (1969/1992, 2001), Nico Stehr (1994) veya Manuel Castells (1996, 2000a, 2000b) gibi bilim insanları sanayi sonrası toplum/ bilgi toplumu/ enformasyon toplumu/ ağ toplumunun yükselişinden söz ettiklerinde, asıl kastettikleri üretici güçlerdeki değişimdir: bilgi ve enformasyon teknolojileri, sermaye birikimi amacına hizmet eden metaların üretimi açısından önemli araçlar haline gelmiştir. Bu dönüşümü köklü bir süreksizlik veya yeni bir toplum olarak nitelemek yanlıştır, çünkü ekonomi sadece üretici güçlerden oluşmaz, ayrıca üretici güçlerin ve üretim ilişkilerinin etkileşiminden de, veya Marx'ın üretim biçimi (*Produktions weise*) olarak ifade ettiğinden de söz etmeliyiz. Ayrıca, ekonomi kesinlikle toplumun merkezi bir konumunu oluştursa da, ekonomiyi topluma eşit olarak kabul etmek de bir yanlıştır. Nicholas Garnham (1998/2004, 2000a, 2004), Peter Golding (2000) ve Frank Webster (1995, 2002) gibi bilim insanları enformasyon toplumu hipotezine karşı çıktıklarında, çağdaş ekonominin üretici güçlerdeki değişime indirgenmesinin, nitelik olarak sömürücü olan kapitalist sınıf ilişkilerinin süregiden varlığını belirsizleştirdiği şeklinde uyarıda bulunmak istiyorlar. İddiaları, bu gibi bir indirgemenin çağdaş toplumu öven ve bu toplumun içerisinde gerçekleşen,

ilerleyen ve sömürü ilişkileriyle dürtülenen üretici güçlerdeki değişimleri gizleyen ve yadsıyan bir ideoloji oluşturduğu şeklindedir. Garnham (1998/2004, 178) "enerjiden beyin gücüne kaymanın, emeğin sermayeye tabi olmasını değiştirmesi gerekmez" derken, kapitalizmin değişimlerden geçtiğini inkâr etmemektedir; aksine üretici güçlerdeki değişimlerin devrimci olmadığı ve kapitalist sınıf sistemini dönüştürmekten ziyade sistemin istikrarını sağladığına dikkat çekmek istemektedir. Ancak, ne çağdaş ekonomide hiçbir şeyin değişmediğini söylemek, ne de köklü değişikliklerin olduğunu söylemek yeterli değildir. Marx gibi, üretici güçlerin ve üretim ilişkilerinin diyalektik ilişkisini görebilmek önemlidir. Enformasyon toplumu hipotezi, toplumun gelişmesinde köklü bir süreksizlik olarak yorumlandığında tartışmaya açıktır, ancak süreklilik yanlılarına da, hipotezin bize ayrıca sermaye birikimi ve sınıf ilişkilerinin yeniden üretimi için gerekli olan üretici güçlerde önemli değişiklikler olduğunu hatırlattığını da vurgulamak gerekmektedir. Marx'ın da bildiği gibi, kapitalizm, daha fazla sermaye biriktirmek için emek sömürüsünü teknik olarak yoğunlaştırarak üretici güçleri sürekli alt üst etmeye çalışır. Sınıf analizi üzerine çalışan en önemli bilim insanlarından ve sınıf ilişkilerinin en önemli Marksist analistlerinden olduğu için kapitalizmin devam eden varlığını gizlemek istemeyeceğinden emin olduğumuz Erik Olin Wright bile[2] enformasyon toplumu savının kapitalizmin içsel dönüşümünü açıklamakta bir önemi olduğunu kabul etmiştir. Amerika'da sınıf yapısına ilişkin deneysel çözümlemesiyle üretimde bilginin, hizmetlerin ve enformasyon teknolojilerinin kullanımının "gelişmiş kapitalist toplumlarda, sınıf ilişkileri içerisindeki çelişkili konumlardaki bir gerilemeden ziyade genişlemeye yönelik bir değişim gidişatı" ortaya çıkardığını ve sonuç olarak "kapitalizmin sınıf yapısı[nın] gittikçe artan bir şekilde karmaşık olmayı sürdürüyor görün[düğünü]" göstermiştir (Wright 2000, 66).

[2] "Marxist Class Categories and Income Inequality" (Wright ve Perrone 1977) [Marksist Sınıf Kategorileri ve Gelir Eşitsizliği] bildirisi Sosyal Bilimler Atıf Dizini içerisinde ekonomik sınıf çözümlemesi konuları hakkındaki en çok atıf alan bildiridir (289 atıf, erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

5.4 Enformasyon Toplumu Göstergeleri: Enformasyon Toplumunu Ölçmek

Bugünün üretici güçlerinin hangi dereceye kadar enformasyonel üretici güçler olduğunun deneysel olarak incelenmesi akla yatkındır. Bu, enformasyon toplumu istatistiklerinin yardımıyla, belirli göstergeleri kullanarak enformasyonelliğin derecesinin hesaplanmasıyla yapılabilir. Bu göstergeler arasında toplam işgücü içerisindeki enformasyon sanayide çalışan işçilerin oranı, toplam katma değer içerisinde enformasyon sanayilerinin payı, toplam ücretler içerisinde enformasyon sanayilerindeki işçilerin ücretlerinin payı, dünyanın en büyük 2000 şirketinin toplam sermaye varlıkları/ toplam kârlar/ toplam piyasa değeri içerisindeki enformasyon şirketlerinin payı, toplam giriş/ çıkış /stok içi/ stok dışı doğrudan yabancı yatırımları içerisinde enformasyon sanayilerinin payı, toplam ithalat/ ihracat içerisinde enformasyon ürünlerinin payı, vb. örnek olarak sayılabilir (örnek hesaplamalar için Fuchs, 2011a, 3. ve 5. bölümü inceleyebilirsiniz). Farklı ülkeler ve dünya ekonomisi için belirli zaman aralıkları boyunca bu göstergelerin gelişmesini gözlemlemek önemlidir. Bu gibi ölçütler bize yeni bir toplumun varlığı hakkında bilgi veremez, çünkü sadece üretici güçlerdeki değişimlerle ilgilidirler. Dolayısıyla bu göstergelerin kullanımı konusunda pragmatik olunmalıdır; amaç üretici güçlerin hangi dereceye kadar enformasyonel olduğunu ve enformasyonel olmadığını göstermektir. Kullanılan göstergeye bağlı olarak sonuçlar farklı olacaktır. "Enformasyonel üretici güçler" terimi tamamen yeni üretici güçleri nitelememektedir, ancak belirli bir göstergeye bağlı olarak, üretici güçlerin belirli bir veçhesinin hangi dereceye kadar enformasyonel olduğunun ve enformasyonel olmayan kısmının bileşik derecesinin göstergesidir.

Kapitalist üretici güçlerin enformasyon yoğunluğunu ölçmek için hangi göstergenin kullanıldığına bağlı olarak, hangi derecede bir enformasyonel kapitalizmde yaşadığımız sorusuna yanıtlar farklılaşacaktır. Enformasyonel kapitalizm, üretici güçlerin gelişimindeki bir eğilimdir, bir toplum değildir. Pragmatik bir şekilde "enformasyonel kapitalizm" terimini, üretici güçlerin enformasyona dayanan bütün kısımlarını ni-

teleyen bir terim olarak kullanmanın gerektiğini öne sürüyorum. Kapitalist ekonominin hangi dereceye kadar enformasyon temelli olduğu ancak deneysel araştırma ve ilişkili göstergelerin seçimi ve tartışılması aracılığıyla belirlenebilir. Enformasyon geleneksel anlayışta ya öznel olarak (insan beyninde saklanan bilgi) ya da nesnel olarak (bir şey olarak enformasyon, insan yapımı eserlerde [artefact] saklanan zihinsel bir çalışmanın sonucu) anlaşılmıştır. Tersine, ben enformasyonu, insanların dünyayı tanıyarak fikirlerini oluşturdukları ve değiştirdikleri, diğer insanlarla toplumsal ilişkiler içerisinde simgesel olarak etkileştikleri ve ortak çalışma şeklinde iletişim kurarak toplumsal dünyanın yeni niteliklerini oluşturdukları bir biliş, iletişim ve işbirliği süreci olarak görüyorum (Fuchs ve Hofkirchner 2005). Enformasyonun böylesine bir tanımı, belirli sanayileri enformasyon ekonomisi içerisinde içermeye ve diğerlerini dışarıda bırakmaya olanak sağlar. Para, mübadelelerine aracılık ettiği metaların fiyatının ifadesidir. Finansal sanayi parayı meta olarak satan bir alandır. Marx (1894) finansın sermaye birikimi devresini M-M' olarak tanımlar: para daha fazla parayı, herhangi bir etkin meta üretim devresi olmadan dolaysız bir şekilde yaratır; paranın kendisi satılan metadır. Paranın, kapitalist ekonomide mübadelenin genel aracı olarak rolü her şeyden önce bilişsel veya iletişimsel etkinliklere değil de, gerçek üretim ilişkilerini para biçiminde gizleyen mübadelenin anonimliğine dayanmaktadır. Buna karşın, Google ve Facebook gibi şirketler insanlar tarafından, dünya hakkında bilgi edinmek ve diğerleriyle etkileşmek için kullanılan yazılım araçları yaratırlar. Bankacılığın tersine, bu araçlar herşeyden önce insan biliş ve iletişimini devreye sokmaya yöneliktir. Enformasyon ekonomileri, özellikle de İnternet sanayi, finans sanayiden ayrı değildir. Google ve Facebook girişim sermayesine dayanmaktadır ve borsada yer almaktadır. Enformasyon ekonomisindeki finansallaşmaya rağmen, finans ve enformasyon ekonomisi alanlarının ürünleri nitelik olarak oldukça farklıdır.

İstatistiksel çözümleme, üretici güçlerin çözümlemesiyle sonlandırılmamalıdır. Ayrıca kapitalist toplumların sınıf yapısındaki gelişmeleri ölçmek de önemlidir. Bu ölçüm, örneğin, şu göstergelerin yardımıyla yapılabilir: işçi sınıfının, kapitalist sınıfın, ara sınıfların ve işsizlerin büyüklüğünün ölçümü (Wright 2000); ücret oranı ve kâr

oranı arasındaki ilişki; toplumdaki en yoksul ve en zengin kesimler arasındaki ilişki (örneğin 90:10 oranı); ücret ve yaşam kalitesindeki büyümenin GSYİH ve kârların büyümesiyle ilişkisi; belirli şirketler/ şirket grupları/ sanayilerin kârlarındaki gelişme; dünyada ve belirli ülkelerdeki toplam kârın gelişmesi; dünya gayri safi sermaye oluşumu; listelenmiş şirketlerin piyasa sermayelendirilmesi; toplam sermaye varlıklarının büyümesi; belirli şirketlerin/ şirket gruplarının/ sanayilerin/ ekonomilerin sermaye varlıkları/ kârları/ piyasa değerlerinin büyümesi. Sınıf çözümlemesiyle, üretici güçlerin enformasyonellik derecelerinin incelenmesinin birleştirilmesi, kapitalizmin hangi dereceye kadar enformasyonel kapitalizme dönüştüğü kararına varılmasına olanak sağlar. Enformasyonel kapitalizm kategorisinin altında yatan temel varsayım (Fuchs 2008, 2010b, 2010c, 2011a) bilgi, hizmetler ve üretimdeki enformasyon teknolojilerindeki gelişmelerin kapitalist amaçlara yaradığıdır; yani, egemen sınıfın, sermaye birikimi ve artı değer üretimi ve kârları mümkün olduğunca artırmak için sabit ve değişken ücret maliyetlerini düşürmeyi amaçlayan yeni stratejiler geliştirmenin bilinçli bir sınıf tasarısıdır. Bu stratejilerin ne dereceye kadar başarılı olduğu veya kriz tetikleyen ekonomik antagonizmalara iliştirildiği bir başka önemli konudur. Enformasyonel kapitalizmin varlığını iddia etme konusunda alçakgönüllü olunmalıdır. Çağdaş toplumun veya çağdaş kapitalist ekonomilerinin bütün veçhelerinin birden enformasyonel olması pek mümkün değildir. Dolayısıyla enformasyonel kapitalizm kavramı, bir tümlük kategorisi olarak akla yatkın değildir. Sadece kapitalist üretim biçiminin, sınıf ilişkileri içerisinde (başka bir deyişle artı değeri sömürerek) sermaye birikimi için hangi dereceye kadar enformasyonel üretici güçleri kullandığını açıklamak açısından anlamlıdır. Forbes'un dünyadaki en büyük şirketler listesini sermaye varlıklarının sanayilere nasıl dağıtıldığı noktasında incelediğimizde, son yıllarda finans firmaları ve finansal hizmet şirketlerinin birlikte sermaye varlıklarının çok büyük bir oranına tekabül ettiğini, ikinci büyük sektörün petrol, gaz ve kamu hizmetleri, üçüncü büyük sektörün ise (telekomünikasyon, teknoloji donanım ve donatıları, medya içeriği, yazılım ve yarı iletken alt alanlarından oluşan) enformasyon sektörü olduğunu görebiliriz (bkz. Fuchs 2011a, 132). Bu

yüzden, üretici güçlerin enformasyonelleşme düzeyi, küresel üretici güçlerin baskın bir niteliğinden ziyade, önemli ancak baskın olmayan bir yönelimi olarak görünüyor. Finansal sermaye bugün sermayenin baskın kesimidir, bu da günümüzdeki emperyalist kapitalizmin önemli bir niteliğini göstermektedir (Fuchs 2010a, c). Fosil yakıtlar da çağdaş ekonomi için hala oldukça önemlidir, bu sanayi toplumunun bitmediğinin ve enformasyon üretim, satış ve tüketiminin bütün ekonomi açısından önemli bir etken olduğu ancak finansal sermaye ve fosil yakıtların ekonomik öneminin yerini almadığı yeni bir aşırı sanayileşmiş döneme girdiğimizin bir göstergesidir. Finansallaşma, aşırı sanayileşme ve enformasyonelleşme çağdaş emperyalist kapitalizmi simgeler. Enformasyon şirketleri küresel kapitalist ekonomide önemlidir, bu da enformasyonelleşme (yani, ekonomide enformasyonun artan önemi) yönündeki eğilimi yansıtır, ancak finans ile petrol ve gaz sanayilerinden daha az önemlidir. Küresel üretici güçlerin bu tür bir çözümlemesi, üretim ilişkileriyle bağlantılandırılabilir. Yani sermaye birikimi dünya nüfusunun çalışma ve yaşama koşullarıyla bir ilişki içerisindedir. Enformasyon şirketleri baskın şirketler değillerdir. Dolayısıyla, dünyanın en büyük şirketlerinin varlık ve kâr göstergelerine dayanarak, kapitalist üretim biçiminin enformasyonel kapitalizm olarak nitelendiği sonucuna varamayız.

2007 yılında, dünyanın en büyük 2000 şirketinin kârlarının toplamı 2357,06 milyar dolardı (veri kaynağı: Forbes 2000 (2008) listesi). Afrika ülkelerindeki ücret oranına ilişkin veri kolaylıkla erişilebilen bir veri değildir. Ancak mevcut veriler, Afrika'daki ortalama ayarlanmamış ücret oranının 2001-2006 yıllarında %29,5 olarak hesaplanmasına olanak vermektedir (Uluslararası Çalışma Örgütü 2008, ek A1). Bu ortalamanın 2006 yılından beri önemli ölçüde arttığını varsaymak için hiç bir neden olmadığına göre, Afrika ücret oranını %30 olarak almak uygundur. 2007'de, Afrika'nın toplam GSYİH miktarı 1291,7 milyar dolardı (UNHDR 2009, tablo M). Ortalama ücret oranını %30 olarak kabul ettiğimizde, Afrika için ücret toplamı olarak 387,5 milyar dolar miktarını ediniriz. Bu demektir ki, dünyanın en büyük 2000 şirketinin toplam kârı, Afrika'daki bütün çalışanlara ödenen toplam ücretten yaklaşık olarak 6 kat daha fazladır. Bu bağıntı, kapitalist sınıfın zen-

ginliği ve geliriyle, dünyanın en yoksul işçileri arasındaki muazzam farklılığı göstermektedir. Enformasyon şirketleri, 2007'deki dünyanın en büyük 2000 şirketinin kârlarının %12,4'üne tekabül etmektedir, bunun toplamı da 293,07 milyar dolardır, yaklaşık olarak Afrikalı işçilerin ücret toplamından 100 milyar dolar daha düşüktür, ancak hâlâ küresel enformasyon şirketlerinin ekonomik gücünü göstermektedir. Bu verilerin gösterdiği, kapitalist üretim ilişkilerinin son derece katmanlaştığıdır. Büyük şirketler muazzam ekonomik para gücüne sahip, oysaki işçiler, Marx'ın da söylediği gibi, doğrudan kapitalist bolluğa dönüştürülen ekonomik zenginlikten yoksundur. Emeğin yoksulluğu, sermayenin zenginliğidir.

Tablo 5.2 seçili ülkeler için düşük ücretli iş oranıyla, üst gelir grubunu (genellikle yöneticiler) oluşturan %10'un ücretleri ve en düşük gelir grubunu oluşturan %10'un ücretleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Çoğu ülkede, yüksek gelirliler ile düşük gelirliler arasındaki uçurum genişlemiş ve düşük ücretli işlerin bütün işlere oranı genellikle %20'nin üzerindeki oranlara çıkmıştır.

"İşçilere en düşük ödeme yapılan %10 ile en iyi ödeme yapılan %10 arasındaki aralık, 1995-2000 ve 2007-2009 zaman dilimleri içerisinde en azından bir veri noktasına ulaşılabilindiği için seçilmiş olan 30 ülkenin 17'sinde artmıştır. Eşitsizlikteki bu artışın en geniş kısmı, çoğunluktakiler arasından yüksek ücretlilerin 'ayrılmasıyla' ilgili olduğu halde, diğer bir kısmı "alta çökme" olarak adlandırılan, ortalama çalışanlar ile düşük ödeme yapılan çalışanlar arasındaki mesafenin 28 ülkenin 12'sinde arttığı yerle ilgilidir" (Uluslararası Çalışma Örgütü 2010, 31).

Ülke	Düşük ücretli iş oranı 1995-2000	2001-2006	2007-2009	Ondalık oranı D9/D10 1995-2000	2001-2006	2007-2009
Avustralya	%13,5	%14,5	%16,8	3,0	3,1	3,3
Kanada	%22,4	%22,1	%22,0	3,6	3,7	3,8
Almanya	%16,6	%19,2	%21,2	3,1	3,2	3,3
Birleşik Krallık	%20,5	%20,6	%20,8	6,8	7,0	7,2
Birleşik Devletler	%24,8	%23,8	%24,5	4,6	4,7	4,9

Kaynak: Uluslararası Çalışma Örgütü (2010)

Tablo 5.2 Seçili ülkelerdeki düşük ücretli işlerin dağılımı ve ücret eşitsizlikleri

Ücret oranı, toplam katma değer içerisinde toplam çalışma bedelidir. "1980-2007 dönemi [için], [çalışmada yer alan] 24 ülkeden 17'sinde düşen bir ücret oranı kaydedilmiştir" (a.g.e, 22). Bu gelişme özellikle imalat ve inşaat sanayilerini etkilemiştir, oysaki finans, emlak, kiralama ve işletme hizmetlerinde ücret oranı genellikle artmıştır (a.g.e., 25ss).

Kârların, ücretlerin göreli düşüşünün ve düşük ücretli prekarya istihdamının artmasının bir sonucu olarak arttığına ilişkin göstergeler mevcuttur. Sunulan veri, kapitalist üretim ilişkilerinin 20. yüzyılın son yıllarında ve 21. yüzyılın ilk on yılında, emek pahasına sermayeye yarar sağlayan sosyo-ekonomik eşitsizlikte bir artışı şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Neoliberalizm, "ekonomik seçkinlerin iktidarını yeniden inşa etmeyi" ve "bu hedefe ulaşmak için ne yapılması gerekiyorsa yapmayı temellendirmenin ve meşrulaştırmanın bir sistemini" (Harvey 2007, 19) amaçlayan politik bir sınıf mücadelesi tasarısı olmuştur. Üretim ilişkileri, sermayenin ve emeğin çıkarları arasındaki derin bir sınıf çatışmasıyla biçimlendirilmektedir.

5.5 Sonuç

1968 yılında, Daniel Bell'in enformasyon toplumu söylemi açısından çığır açıcı olan *The Coming of Post-Industrial Society* [Sanayi Sonrası Toplumun Gelişi] kitabının yayınlanmasından altı yıl önce (başka bir deyişle enformasyon toplumu hipotezinin zirveye çıkmasından önceki bir zamanda), Theodor W. Adorno (1968/2003), Alman Sosyoloji Derneğinin yıllık buluşmasında "Geç Kapitalizm mi yoksa Sanayi Toplumu mu?" başlıklı giriş düzeyinde bir açılış konuşması yaptı. Dedi ki "toplumun günümüzdeki yapısıyla ilgili temel soru", "alternatifler hakkındadır: geç kapitalizm veya sanayi toplumu" ve "Kapitalist sistem, değişmiş olsa da, hâlâ modeli uyarınca baskın mıdır, yoksa sanayinin gelişmesi kapitalizm kavramını, kapitalist ve kapitalist olmayan devletler ayrımıyla birlikte ve hatta kapitalizm eleştirisini geçersiz mi kılmıştır?" Bir başka deyişle soru, Marx'ın modasının geçtiğinin doğru olup olmadığıdır" (a.g.e., 111). Adorno bu soruya yönelik ikili yanıtların (ya/ya da) "kendisi özgür olmayan

bir toplumdaki ikilemler üzerine biçimlendirilmiş çıkmazlar" olduğuna işaret etmiştir (a.g.e., 113). Bu soruya, kapitalist üretim tarzındaki üretici güçlerin ve üretim ilişkilerinin önemini ve ilişkisini hesaba katan bir yanıt vermiştir: "eleştirel, diyalektik kuram açısından, çağdaş toplum, kuşkusuz üretim *güçlerinin* durumu uyarınca bir sanayi toplumudur şeklindeki başlangıç ve ister istemez soyut olan yanıtı önermek istiyorum. Farklı politik sistemleri ayıran sınırlara aldırmadan, sınai emek her yerde toplum modeli haline gelmiştir. Bir bütünsellik haline gelişmiştir, çünkü bu sanayilerde modellenen yöntemler, ekonominin yasalarıyla zorunlu olarak malzeme üretimi, yönetim, dağıtım alanı ve kendisini kültür olarak adlandıran alanlara da genişletilmiştir. Ancak, yine de, toplum üretim *ilişkileri* bağlamında kapitalisttir. İnsanlar hâlâ Marx'ın 19. yüzyılın ortasında çözümlediği şekildedir. [...] Üretim bugün de, o zaman olduğu gibi, kâr uğruna gerçekleşiyor" (a.g.e., 117).

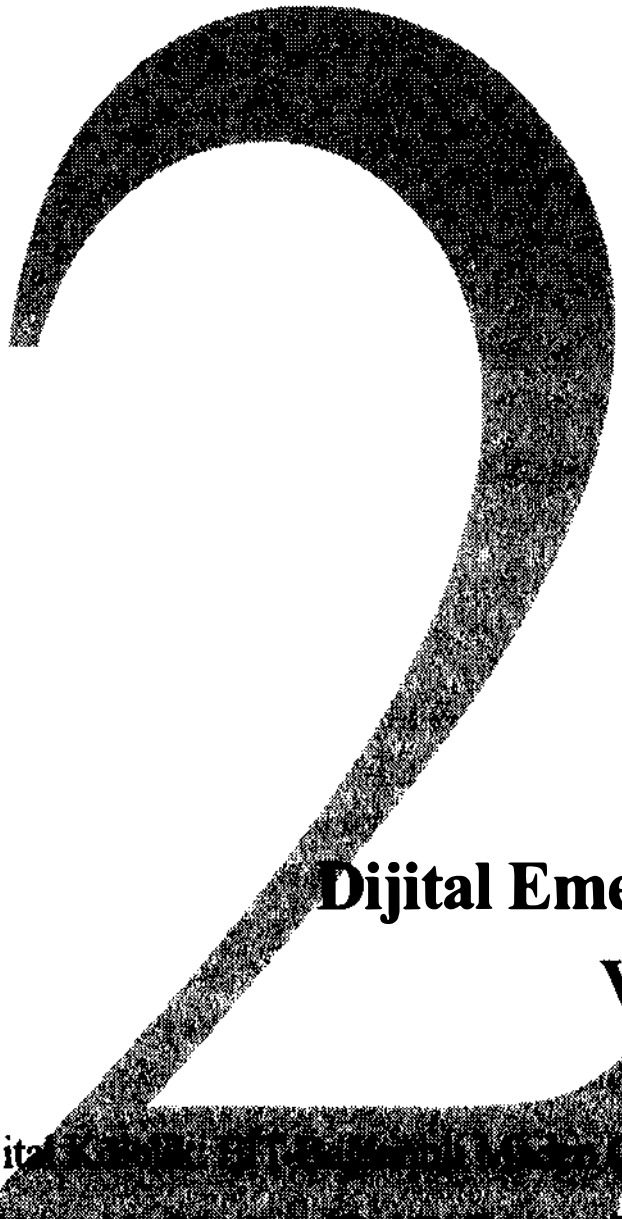
Adorno'yu açımlamak ve sorusunu enformasyon toplumu söyleminin şekillendirdiği bir döneme aktarmak ve yanıtlamak için, bugünkü toplum yapısının temel sorusunun kapitalizm veya enformasyon toplumu alternatifleri hakkında olduğu şeklindeki varsayımda bulunulabilir. Eleştirel, diyalektik kurama dayanarak, başlangıçta ister istemez soyut olan bir yanıt, çağdaş toplumun üretim *güçlerinin* durumu uyarınca bir enformasyon toplumu olduğunu yanıtını önermek istiyorum. Buna karşılık, gelgelelim, çağdaş toplum üretim *ilişkilerinde* kapitalisttir. İnsanlar, hâlâ, Marx'ın 19. yüzyıl ortalarındaki çözümlemesinde olduğu gibidir. Üretim bugün de, o zaman olduğu gibi, kâr uğruna olmaktadır ve buna erişmek için belli bir dereceye kadar üretimde bilgi ve enformasyon teknolojisini kullanmaktadır. Üretici güçler ve üretim ilişkileri birbirine kenetli görüngülerdir: birbirlerini içerirler. Bu bölümdeki savım, üretimin enformasyonel güçlerinin (bilgi emeği, enformasyon teknolojileri, bilim, kuramsal bilgi) ve kapitalist sınıf ilişkilerinin kutupsal karşıtlar olarak görülmemesi ve enformasyon toplumunun var olup olmadığı hakkında tartışmanın ne üretici güçler düzeyine ne de üretim ilişkileri düzeyine indirgenmemesi gerektiği şeklindedir. İlk indirgeme, yeni bir toplumda, enformasyon toplumunda, yaşadığımız varsayımıyla sonuçlanmaktadır, ikinci indirgemenin yanıtı ise hiç bir şeyin değişmediği ve hâlâ kapitalist toplumda yaşa-

dığımız şeklindedir. Üretimin enformasyonel güçleri (aynı enformasyonel olmayanlar gibi) sınıf ilişkileriyle dolayımlanmaktadır, bunun anlamı enformasyon teknolojilerinin (üretim aygıtlarının parçası olarak) ve bilgi işinin (zihinsel ve iletişimsel özelliklerin elle yapılana ilişkin özellikleri üzerinde hâkimiyet kurduğu emek bileşimiyle nitelenen) ekonomik üretimin ayırt edici özellikleri olarak tesisi, artı değer sömürüsünü genişletmenin, değişken ve sabit sermayeyi küçültmenin stratejileridir. Sermaye bu şekilde daha yüksek kâr oranlarına ulaşmayı ummaktadır. Toplum kavramının bugün salt enformasyonel üretici güçlere atıfla inşa edilebileceği fikri ideolojik bir yanılsamadır. Kapitalist sınıf ilişkileriyle hükmedilen bir toplumda yaşadığımız için hiç bir şeyin değişmediği şeklindeki karşıt sav anlaşılabilir bir tepki ve bir ideolojiyi eleştirme stratejisidir. Ancak, diyalektik bir çözümleme, sınıf yapısının derinleştiğini destekleyen ve ayrıca Marx'ın *Keimformen* (yeni alternatif toplumun nüveleri) olarak ifade ettiğini de içeren, gerçekleşmekte olan belirli değişimleri dışlayamaz. Enformasyonel üretici güçlerin gelişmesinin kendisi de çelişkilidir ve kapitalist üretim ilişkileriyle bir uyuşmazlıkla birlikte ortaya çıkar, bu İnternet üzerinde dosya paylaşımı, fikri mülkiyet haklarına ilişkin tartışmalar, gelişmiş kapitalist ülkelerin siyasi görünümlerinde korsan partilerin ortaya çıkışı veya özgür yazılımın rağbet görmesi gibi görüngülerde de gözlenebilir (Fuchs 2008, 2009). Marx, enformasyonel üretici güçlerin ortaya çıkışını, sabit sermayenin gelişiminin, yani canlı emek gücünün pahasına üretimde teknolojinin rolünün artışıyla nitelenen sermayenin teknik ve organik bileşiminin artışının bir sonucu olarak öngörmüştü. "Sabit sermayenin gelişmesi, genel toplumsal bilginin ne dereceye kadar doğrudan üretici güç olduğunu, dolayısıyla da toplumsal yaşam süreci koşullarının kendisinin genel bilginin denetimi altına girdiğini ve ona göre biçimlendiğini gösterir. Toplumsal üretken güçlerin, hem bilgi biçiminde, hem de toplumsal uygulamanın, gerçek yaşam sürecinin doğrudan organları olarak ne dereceye kadar üretildiğini gösterir" Marx 1857/1858b, 706 [Sol II, s. 166]).

Marx, teknolojik gelişmeyle, "tüm üretim süreci"nin "bilimin teknolojik uygulanması" haline geldiğini öne sürmüştür (a.g.e., 699 [Sol, s. 160]). "Üretim sürecinin basit bir emek sürecinden [...] bilimsel bir

sürece dönüşmesi, canlı emek karşısında sabit sermayenin özelliği olarak ortaya çıkar;" (a.g.e., 700 [Sol, s. 161]). Bu yüzden Marx'a göre, enformasyonel üretim güçlerinin yükselişi, sermayenin daha fazla kâr birikimine olanak sağlayacak olan teknik yöntemlere ihtiyaç duymasıyla içkin olarak bağlantılıdır. Bu toplumun belli bir dereceye kadar enformasyonel olması, koşullar hakkındaki söylemle aynı şekilde, kapitalizmin gelişmesinin bir sonucudur.

3, 4 ve 5. bölümler dijital emeğin akademik ve toplumsal bağlamını sergilemiştir. 6. bölümden 11. bölüme kadar, dijital medyanın üretiminde yer alan emeğin hakikatını çözümleyeceğiz.



Kısım II

Dijital Emek Çözümlemesi: Vaka Çalışmaları

- Dijital Kölelik: Bilgi Toplumu için Çıkarmada Köle Çalışması
- Foxconn'da Sömürü: İşçi Birlikleri ve Emeğin Biçimsel Boyunduruğu
- Yeni Emperyalizmin İşbölümü: Hindistan Yazılım Sanayisinde Çalışma
- Düşlerin Silikon Vadisi ve Sömürünün Kâbusları: Google İşçi Aristokrasisi ve Bağlamı
- Taylorist, Ev Kadınılaşmış Hizmet Emeği: Çağrı Merkezinde Çalışma Örneği
- Sosyal Medyada Dijital Emek Kuramlaştırması

6 - Dijital Kölelik

EİT-Bağlantılı Maden Çıkarmada Köle Çalışması

Şu anda bulunduğunuz yere bir göz atın. Muhtemeldir ki, bilgisayar, yazıcı veya cep telefonu gibi muhtelif EİT'ler göreceksiniz. Bu araçlar, topraktan çıkarılan kaynaklardan yapılmıştır: madenler. Bu araçlara baktığımızda, bu araçların içerdiği madenlerin hangi koşullarda çıkarıldığını görmeyiz. Bu bölüm, gündelik hayatta kullandığımız dijital medya araçlarının yapıldığı madenleri çıkartan maden işçilerinin çalışmalarına göz atmaktadır. Bu bölüm, nahoş bir gerçekliği, yani bu madenlerin parçalarının köleliğe yakın koşullarda çıkarıldığını kayıt altına almaktadır. Dijital medya, dijital kölelik ile bağlantılıdır. Bu madenleri çıkartan çoğu köle, hiçbir zaman bir bilgisayar veya dizüstü bilgisayar sahibi olmamıştır. Bu insanlar, yüksek miktarda sömürü ve şiddete maruz kaldıkları koşullar altında çalışmaktadırlar. Eğer dijital medyamız, köle işçilerin kanına ve ölümüne dayanmaktaysa, ortaya şu soru çıkar: Bu konuda ne yapabiliriz? Bu bölüm, ortada herhangi bir kolay çözüm yolu bulunmadığına ve kölelerin sömürülmesinin, medya şirketlerinin kâr odaklı olmalarından kaynaklanan bir olgu olduğuna dikkat çekmek istemektedir. Dijital köle emeğinin üstesinden gelmek istiyorsak, kapitalizmi sorgulamaya başlamak zorundayız.

6.1. Giriş

Şu anda bulunduğunuz ev, ofis, kamusal alan ya da ulaşım aracında etrafınıza bakarsanız, İnternete bağlı en azından bir bilgisayar, bir dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu görmeniz ve bu cihazın üzerindeki

etikette şunlardan birinin yazıyor olması çok olasıdır: Acer, Apple, Asus, BenQ, Compal, Dell, Fujitsu, Hewlett-Packard, HTC, Huawei, Lenovo, LG, Logic Instruments, Motorola, NEC, Nokia, MEDION, Panasonic, Quanta, Samsung, Sony, Sony Ericsson, Toshiba, Wistron, WortmannTerra veya ZTE. Bu yüzden, "Bilgisayarın/telefonun nereden geliyor? Kim tarafından üretildi?" sorusu sorulduğunda kişi "X şirketi tarafından üretildi" diye cevap verme eğilimi gösterir. EİT kullanıcısının cihazı hakkındaki asıl bilgisi, onu hangi bayi ve şirketten satın almış olduğudur. Fakat bu şirketler, yalnızca bu cihazları satan ve bu satışlardan elde edilen kârlara sahip olan aktörlerdir. Üretim sürecinin kendisi, kullanıcı için görünmez olan birçok emek biçiminden oluşmaktadır. Hatta bu emek olmadan EİT'ler var olmazdı, çünkü EİT'ler karmaşık insan emeği süreçlerinin nesneleşmiş halleridir. Bir bilgisayar ya da cep telefonu uygulama programları, bir işletim sistemi, kablolar, fiziksel bir kasa, bir ekran, bir batarya, bir merkezi işlemci, rastgele erişilebilir bellek (RAM), veri depolama çipleri, salt okunur bellek, veri depolama çipleri, iç bellek cihazları (sabit disk, hafıza kartı), bir klavye ya da diğer bir giriş birimi ve bir soğutucudan oluşur. Tüm bu bileşenlerin karmaşık emek süreçlerinde üretilmesi ve son kullanıcıya satılacak olan bir bilgisayar sistemi olarak bir araya getirilmesi gerekmektedir. Üretim sürecinin karmaşıklığı ve ilgili karmaşık emek süreçlerinin son EİT ürününde görünmezliği yüzünden, "Dizüstü /masaüstü bilgisayarını kim üretti?" sorusu çoğu kullanıcı tarafından iyice düşünüldükten sonra "X şirketi tarafından üretildi" gibi bir cevapla yanıtlanacaktır. Fakat tam olarak nerede ve kim tarafından imal edildiği sorulduğunda, muhtemelen şöyle cevap vereceklerdir: "Bilmiyorum. Y'den satın aldım/sipariş ettim. Fakat sorduğun soru ilgi çekici, bu konu hakkında daha çok şey öğrenmek istiyorum." 6-11 bölümleri şu sorulara değinmektedir: "Dizüstü/ masaüstü bilgisayar/ cep telefonu nereden geliyor? Kim tarafından üretiliyor? Bu üretime hangi emek biçimleri dahil?" Bu bölümler EİT işinin özel örneklerini tartışarak EİT'lerin üretim süreçlerindeki adımları analiz etmekte ve kuramsallaştırmaktadır: Afrika'daki maden ocaklarından maden çıkartılması (bölüm 6), Çin'de EİT imalatı ve montajı (bölüm 7), Hindistan'da yazılım mühendisliği (bölüm 8), çağrı merkezi hiz-

meti işi (bölüm 9), Silikon Vadisi bağlamında Google'da yazılım mühendisliği (bölüm 10) ve İnternet üretketicileri/ kullanıcılarının dijital emeği (bölüm 11). Kullanılan analiz yöntemi, mevcut ampirik verinin ve kuramsal olarak yorumlanan ampirik araştırma sonuçlarının sunumundan oluşmaktadır. Kuramsal çerçeve, Karl Marx'ın üretim biçimleri kuramının EİT endüstrisine uygulanmasıyla çizilmektedir. Bu amaçla, bu kuramın temelleri, bu bölümün başında ortaya konulmaktadır. Son kullanıcının telefonunda, kişisel bilgisayarında ya da dizüstü bilgisayarında İnternete bağlanabilmesi için gerekli olan çeşitli EİT emeği biçimleri maden çıkarma, donanım imalatı ve montajı, yazılım mühendisliği, hizmet işi ve kullanıcıların üretken tüketimi gibi birçok çeşitli emek biçimlerini ihtiva etmektedir. Tüm bu emek biçimleri, tek bir EİT cihazında nesneleşmiştir ki bu, EİT'lerin karmaşık mekânsal ve zamansal bir üretim geçmişi olduğunu göstermektedir. Bu üretim geçmişi, farklı emek biçimlerinin bir bilgisayar ya da cep telefonu edinmek için gereken kullanım değerleri yarattığı bir UDİ'yi [Uluslararası Dijital İşbölümü] içermektedir. Belirli çalışma koşullarıyla karşı karşıya kalan farklı işçiler tarafından farklı mekânlarda ve farklı zamanlarda üretilen bu farklı kullanım değerleri hep birlikte yürümekte ve tek bir EİT cihazında nesneleşmektedir. Uluslararası bir işbölümünü ihtiva eden UDİ'nin ortaya koyduğu büyük resim ve kuramsal sonuçlar, sonuç bölümünde verilmektedir.

6.2 Marx: Üretim Biçimleri Üzerine

Michael Porter (1985, 36) "ürünü tasarlamak, üretmek, pazarlamak, teslimatını yapmak ve desteklemek için gerekli faaliyetler bütünü" olarak tanımladığı değer zinciri kavramını tanıtmıştır. Porter, ana faaliyetler (giriş yapan ve çıkış yapan lojistikler, operasyonlar, pazarlama ve satış, hizmet) ve destekleyici faaliyetler (tedarik, teknolojik gelişme, insan kaynakları yönetimi, şirket altyapısı) ayrımını yapmıştır. "Değer zinciri" terimi, 1985'ten bu yana, sermayenin organizasyonunu analiz etmek için popüler bir kategori haline gelmiştir. Zira, Business Source Premier akademik veritabanı kapsamında, özetinde bu terimi kullanan 11.682 adet makalenin varlığı da bu durumu gösterir (21 Mayıs 2013 tarihinde erişilmiştir). Bu terim, ayrıca anaakım med-

ya ekonomisinde de, geleneksel medya ve EİT'lerin değer zincirlerini analiz etmek için kullanılmıştır. Zerdick vd. 2000 (126–135) EİT değer zincirindeki aşamaların tedarik; donanımın, ekipmanların, yazılımın, işletim sistemi yazılımının üretimi; kullanıcı yazılımının satışı ve destek hizmetleri olduğunu savunur. Değer zinciri konseptinin anaakım kullanımındaki sorun ise, onun meta üretimindeki aşamalara odaklanması ve çalışma koşulları ile sınıf ilişkileri boyutlarını ihmal etme eğiliminde olmasıdır. Eleştirel çalışmalar tarafından öne sürülen alternatif bir kavram ise yeni uluslararası işbölümü (YUİ) kavramıdır: "Dünya ekonomisinin gelişimi, artan bir biçimde, gitgide daha çok şirketin hayatta kalmasının yolunun, üretimlerini, emek gücünün ucuz, bol ve disiplinli olduğu yeni endüstriyel bölgelere taşımalarından; yani kısaca üretimin ulusötesi olarak yeniden örgütlenmesinden geçtiği (yeni uluslararası işbölümünün gelişmesini zorlayan) koşullar yaratmıştır" (Fröbel, Heinrichs ve Kreye 1981, 15). Başka bir gelişme ise "meta üretiminin artan bir şekilde, parçaların her birinin, dünyada en kârlı sermaye ve emek birleşimini sunan kısımlarında üretilecek şekilde parçalara ayrılarak yapılmasıdır" (a.g.e., 14). YUİ kavramı, üretim, Üçüncü Dünya ülkelerindeki az gelişmişlik, kadınların istihdamı, göç, kentsel dönüşümler, kültür endüstrisi ve EİT endüstrisi gibi bağlamlarda da kullanılmıştır (örn. bkz. Cohen 1981, 1987; Ernst 1980; Feagin ve Smith 1987; Folke, Fold ve Enevoldsen 1993; Gamsey ve Paukert 1987; Henderson 1986; Huws vd. 1983; Huws 2003; Miller vd. 2004). YUİ konsepti, sermaye ve emek arasındaki sınıf ilişkisini vurgulaması ve sınıf mücadelesi sürecinde sermayenin, üretim sürecini küresel yayılmacılığa tabi tutmak suretiyle toplam ücret maliyetlerini düşürmeye çalışarak kârı nasıl arttırmaya çalıştığına vurgu yapmasıyla avantaj sağlamıştır. Bu kavram, aynı zamanda kapitalist yeniden yapılanmanın olumsuz etkilerine karşı işçilerin mücadelesini de kapsamaktadır. Bu bölümde ele alınan yaklaşım, küreselleşme analizinde sınıf çelişkilerini vurgulayan Marksist geleneğe dayanmaktadır. Bu bölüm, üretim biçimi kavramının yeni uluslararası işbölümü kavramına nasıl bağlandığını soruşturmaktadır.

Üretim biçimi kavramı, bir yanda sınıf ilişkileri (üretim ilişkileri), diğer yanda sermayenin, emeğin ve teknolojinin (üretici güçler)

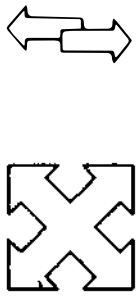
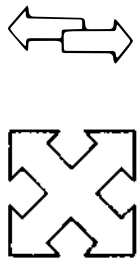
örgütlenme biçimleri arasındaki diyalektik bağıntılı olma durumunu vurgulamaktadır. Sınıf ilişkisi, kimin özel mülkiyete sahip olacağını ve bu özel mülkiyet sahiplerinin el koyacağı artı değeri, bu artı değere sahip olmayan diğerlerine ürettirme gücüne sahip olacağını belirleyen bir toplumsal ilişkidir. Sınıf ilişkileri, sahip olan bir sınıf ve sahip olmayan bir sınıf içerir: Sahip olmayan sınıf, sahip olan sınıf tarafından el konulan artı değeri üretmeye mecbur edilir. *Üretim ilişkileri*, kimin ne kadar (tamamı, birazı, hepsi) emek gücüne, üretim aracına, emek ürününe sahip olduğunu belirten mülkiyet ilişkilerini, malların tahsisi ve bölüşümünü, mülkiyet ilişkilerinin korunması için kullanılacak zorlama biçimini ve işbölümünü belirler. Sınıf ilişkileri, üretim ilişkilerinin örgütlenme biçimleridir. Üretim ilişkilerinde egemen sınıf, kendisine bağlı sınıfı sömürmek için mülkiyet, bölüşüm ve zorlama biçimlerini kontrol eder. Sınıfsız bir toplumda insanlar, mülkiyet ve bölüşümü müşterek bir şekilde kontrol eder. Her ekonomi, yılda belli bir miktar mal üretir. Belirli kaynaklara yatırım yapılır ve belirli bir çıktı elde edilir. Ekonomide, krize bağlı bir küçülme söz konusu değilse, artı ürün yaratılır, diğer bir deyişle başlangıçtaki kaynaklarda bir artış olur. Mülkiyet ilişkileri, ekonominin başlangıç kaynaklarına ve artığa kimlerin sahip olacağını belirler. Tablo 6.3, çeşitli mülkiyet biçimlerine, diğer bir deyişle çeşitli mülkiyet ilişkilerine dayanan üretim biçimlerinin (patriyarka, kölelik, feodalizm, kapitalizm, komünizm) ayrımını yapar. *Zorlama biçimleri*; fiziksel şiddet (yöneticiler, güvenlik güçleri, ordu), yapısal şiddet (pazarlar, kurumsallaşmış ücretli emek sözleşmeleri, özel mülkiyetin hukuken korunması vs.) ve kültürel şiddet (mevcut düzenin olabilecek en iyi düzen veya mümkün olan tek düzen olduğunu savunan ve toplumsal sorunları, günah keçisi belirlemek suretiyle ertelemeye çalışan ideolojiler) şeklinde vücut bulabilir. Özgür bir toplumda herhangi bir zorlama biçimine gerek duyulmaz. Tahsis ve bölüşüm biçimleri, ürünlerin nasıl bölüşüldüğünü ve tahsis edildiğini tanımlar: Komünist bir toplumda, her insan hayatta kalmak ve insani ihtiyaçlarını karşılamak için ihtiyaç duyduğu kadarını alır. Sınıflı toplumlarda, bölüşüm, mübadele biçiminde düzenlenmiştir: mübadele, bir ürünün diğeri ile değiştirilmesi anlamına gelir. Eğer hiçbir şeye sahip olmadığınız için mübadeleye

konu olabilecek herhangi bir şeyiniz yoksa, mübadeleye konu olmayıp ücretsiz olarak sağlanan mal ve hizmetler dışında başka hiçbir şey alamazsınız. Mübadele, değişik biçimlerde düzenlenir: genel mübadele, mübadele değeri için mübadele (x meta A = y meta B), azami mübadele değeri için mübadele, sermaye birikimi için mübadele. *İşbölümü;* evle ilgili faaliyetleri, ekonomiyle ilgili faaliyetleri, siyasetle ilgili faaliyetleri ve kültürle ilgili faaliyetleri kimlerin yerine getireceğini tanımlar. Tarihsel olarak, cinsiyete dayalı bir işbölümü, zihinsel ve fiziksel bir işbölümü, uzmanlar tarafından yerine getirilen pek çok muhtelif işlevlere yönelik işbölümü ve üretimin küreselleşmesinden kaynaklanan bir uluslararası işbölümü söz konusu olmuştur. Buna karşılık Marx, kültürlü insanların, işbölümünü ortadan kaldırdığı ve böylece evrensel olarak aktif ve çok yönlü olduğu bir toplumun hayalini kurmuştur. Marx, sınıf ilişkilerinin temel özelliğinin, artıdeğerin yönetilmesi olduğuna işaret eder: "Sermaye artı emeği icat etmemiştir. Her nerede toplumun bir kısmı üretim araçlarının tekeline sahipse, özgür olsun ya da olmasın işçi, kendi varlığını sürdürmek için gerekli emek zamanına, üretim araçlarına sahip olanların geçim araçlarını üretmek için fazladan bir emek zaman miktarını eklemek zorundadır; üretim araçlarının tekelini elinde bulunduran kimse, ister Atinalı bir kaloskagathon [aristokrat], Etrüsk bir teokrat, *Romalı bir yurttaş*, bir Norman baronu, Amerikalı bir köle sahibi, Eflaklı bir boyar, modern bir toprak sahibi ya da kapitalist olsun, bu hep böyledir" (Marx 1867c, 334–335). Marx (1857/1858b, 238) der ki, sınıflı bir toplumda "emek, yabancı(laşmış) mülkiyeti yaratacaktır ve mülkiyet yabancı(laşmış) emeğe hâkim olacaktır". Bunun tarihsel bir alternatifi ise sınıf ilişkilerinin yok olduğu ve artı ürün ile özel mülkiyetin topluma ait olduğu ve müşterek biçimde kontrol edildiği komünist bir toplum ve üretim biçimidir. Üretim ilişkileri, diyalektik olarak üretici güçler sistemine bağlıdır: Bu kitabın 2.2.1 sayılı kısmında (Ayrıca görselleştirme için bkz. şekil 2.2) insan öznelerinin, emek sürecinde üretim araçları ile etkileşime giren emek gücüne sahip olduğunu belirttim. Üretim araçları, emeğin nesnesinden (doğal kaynaklar, hammaddeler) ve emeğin araçlarından (teknoloji) oluşmaktadır. İnsanlar, emek sürecinde, kendi emek-güçlerini kullanarak ve emek araçlarının da yardımı ile emeğin

nesnesini (doğa, kültür) dönüşüme uğratırlar. Sonuç, emeğin ürünüdür ki bu da Hegelci bir özne-nesne veya Marx'ın tabiriyle emeğin, oluşturduğu nesneye bağlı olduğu bir üründür: Emek, üründe nesneleşmiştir ve nesne, insan ihtiyaçlarına hizmet edecek şekilde dönüşüme uğramış bir kullanım değerinin sonucudur. Üretici güçler; öznel üretici güçlerin (insan emek gücünün), doğal üretici güçlerin parçalarını (aynı zamanda nesnel üretici güçlerin de parçasıdır) dönüştürmek için, teknik üretici güçleri (nesnel üretici güçlerin parçası) kullandığı ve böylece emek ürününün ortaya çıktığı bir sistemdir. Üretici güçler sisteminin gelişmesinin bir amacı, emeğin zaman birimi başına ürettiği çıktı (ürün) miktarını, yani emek üretkenliğini arttırmaktır. Bu yüzden Marx, üretici güçlerin gelişimi (emek üretkenliğinin artışı) kavramını şöyle tanımlamıştır: "emek-sürecinde [...] bir [metanın] üretimi için gerekli emek zamanın kısaltılması türünden bir değişiklik ve belli nicelikteki emeğe daha fazla kullanım değeri üretme gücünün sağlanması" (Marx 1867c, 431). Üretici güçlerin gelişimindeki diğer bir amaç ise gerekli emek zamanın ve yoğun çalışmanın (zahmet) azaltılması ile insanın kendi gelişimini güçlendirmesi olabilmektedir.

Çalışma araçları, insan beyni ve bedeni, mekanik araçlar ve karmaşık makine sistemleri olabilir. Bu araçlar aynı zamanda belirli uzay-zaman organizasyonlarını, yani belirli zaman aralıklarında işletilen üretim mekânlarını da kapsamaktadır. Zamanın en önemli boyutu, üretkenlik seviyesine bağlı olan gerekli çalışma zamanıdır. Bu zaman, bir toplumun hayatta kalmasını güvence altına almak için yıllık olarak ihtiyaç duyulan çalışma zamanıdır. Çalışmanın nesneleri ve ürünleri doğal, endüstriyel ya da enformasyonel kaynaklar veya bunların bir kombinasyonu olabilir. İnsan öznesi emek gücüne sahiptir. Yeniden üretken çalışma; insan varlığını yeniden üreten, devam ettiren ve yeniden yaratan çalışmadır. Bu çalışma, temel insan ihtiyaçlarını karşılayan geçim araçlarını üretir. Geçim araçları üretiminin örgütlenmesi, birbiriyle bağlantılı üç aşamada düzenlenmektedir: bireysel alan, toplumsal alan ve kurumsal alan. Bu üç aşamanın hepsinde, yeniden üretim, birbiriyle bağlantılı insan zihni ve insan bedenini etkileyen iki aşamayla yürümektedir. İnsanlar yalnızca, zihin ve bedenin bireysel, toplumsal ve kurumsal aşamalardaki etkileşimi olarak var olmaktadır.

Tablo 6.1 insanın yeniden üretimini düzenleyen ve üreten bireysel, toplumsal ve kurumsal yapıları özetlemektedir.

	Zihin, enformasyon, üst-yapı, kültür ve siyaset		*Beden, fiziksel, altyapı, doğa, ekonomi*
Kurumsal ihtiyaçlar	Eğitim kurumları, sağlık ve tıbbi bakım, araştırma kurumları, medya, sanat ve kültür, karar verme kurumları, dernekler		Sağlık ve tıbbi bakım, işyeri
Toplumsal ihtiyaçlar	Toplumsal ilişkiler, iletişim, dil, sevgi, arkadaşlıklar, işbirliği		Üreme, cinsel ilişkiler, işbirliği
Bireysel ihtiyaçlar	Zihin, duygulanımlar, bilgi, yetenekler, yaratıcılık, zihinsel sağlık, izzeti nefis, özsaygı, güzellik, kendini gerçekleştirme, değerler, ahlak, amaç		Yiyecek, su, hava, barınak, uyku, dinlenme, duygulanımlar, cinsellik, konut, bedensel sağlık, sıcaklık

Tablo 6.1 İnsan öznesinin geçim/yeniden üretim araçları

Tablo 6.1'deki oklar, beden ve zihnin ve insan varlığının bunlara tekabül eden alanlarının birbirine bağlı ve ayrılamaz olduğunu göstermektedir. Bunlar diyalektik olarak iç içe geçmiş bir hâldedir ki bu, kendi başlarına var oldukları, birbirlerine bağlı oldukları ve birbirlerini oluşturdukları anlamına gelmektedir. Örneğin, bahçıvanlık gibi fiziksel bir çalışma, ellerin bedensel hareketleri kadar ağaçların, çimenin ve çiçeklerin tam olarak nasıl ekileceğine dair yaratıcı bir düşünceyi de gerektirir. Bahçenin görünüşü ve zaman içindeki gelişimi, bahçıvanın hangi düzenlemeleri yapacağına dair hayal gücünü şekillendirir. Bu değişiklikleri yürütmek, bahçenin fiziksel farklılaşmasını da beraberinde getirir. Geleneksel olarak beden/zihin ayrımı, sınıf ayrımlarını, belirli bir tür faaliyetin belirli bir gruba, bu faaliyete karşı bir faaliyetin ise başka bir gruba verileceği (örneğin ev işi/ücretli emek, üretim/yönetim) şekilde biçimlendirmiştir. İkinci grubun süreç içinde uyguladığı kontrol ve sömürü, insan öznesinin iki alanını ayı-

ran beden/zihin ikiliğine atıfta bulunulmasıyla ideolojik olarak haklı gösterilmektedir.

Biçim	*Çalışma araçları*	*Çalışma nesneleri*	*Çalışmanın ürünleri*
Tarımsal üretici güçler	Beden, beyin, aletler, makineler	Doğa	Temel ürünler
Endüstriyel üretici güçler	Beden, beyin, aletler, makineler	Temel ürünler, endüstriyel ürünler	Endüstriyel ürünler
Enformasyonel üretici güçler	Beden, beyin, aletler, makineler	Deneyimler, fikirler	Enformasyonel ürünler

Tablo 6.2 Üretici güçlerin örgütlenmesinin üç biçimi

Üretici güçler <=>	**Üretim ilişkileri**
Özne, emek gücü: Geçim araçları/yeniden üretim: bireysel, toplumsal, kurumsal **Nesne, üretim araçları:** Çalışma araçları: beden, beyin, aletler, makineler, mekân-zaman Çalışma nesneleri: doğal, endüstriyel, enformasyonel kaynaklar **Özne/nesne, çalışmanın ürünleri:** Doğal ürünler Endüstriyel ürünler Enformasyonel ürünler	**Mülkiyet biçimleri:** Emek gücü, üretim araçları, çalışmanın nesneleri **Baskı biçimi:** Yok Fiziksel şiddet Yapısal şiddet İdeolojik şiddet **Tahsis/bölüşüm biçimi** Herkesin kendi ihtiyacına göre mübadele, mübadele değeri için mübadele, azami mübadele değeri için mübadele, sermaye birikimi için mübadele **İşbölümü:** Hane halkı, fiziksel/zihinsel, yetkili/uzman siyaset

Şekil 6.1 Üretici güçlerin ve üretim ilişkilerinin boyutları

Üretici güçler, kullanım değerleri yaratan bir üretim sistemidir. Üretici güçlerin, tarımsal üretici güçler, endüstriyel üretici güçler ve enformasyonel üretici güçler gibi farklı örgütlenme biçimleri vardır. Tablo 6.2 genel bir bakış sunmaktadır.

Şekil 6.1 üretim ilişkilerinin ve üretici güçlerin boyutlarına dair genel bir bakış sunmaktadır.

Marx'a göre tarih, üretim biçimlerinin birbirini izlemesi ve içererek aşmasıdır. Bir üretim biçimi, üretici güçlerin ve üretim ilişkilerinin birliğidir. Eğer bu biçimler, kendi üretim ilişkileri olarak sınıflara dayanıyorsa, bir üretim biçiminin içererek aşmasına ve yeni bir üretim biçiminin ortaya çıkışına neden olan belirli çelişkiler ihtiva ederler. Tarih öyle bir şekilde gelişir ki "bir engel hâline gelmiş olan önceki bir ilişki biçiminin yerini, daha gelişmiş üretici güçlere ve böylelikle bireylerin daha ileri bir öz-faaliyet biçimine tekabül eden yeni bir ilişki biçimi alır -sırası geldiğinde bir engel hâline gelecek olan ve başka bir ilişki biçimi tarafından yerinden edilecek bir biçim" (Marx ve Engels 1845/1846, 91). Sınıf ilişkileri ve üretici güçler, tarihsel olarak yeni üretim biçimlerinin kuruluşuna neden olan bir dizi çelişkiye yol açmıştır.

Marx, hem *Grundrisse*'nin"Kapitalist üretimi önceleyen biçimler" bölümünde (Marx 1857/1858b, 471ff) hem de *Alman İdeolojisi*'nin "Feuerbach: Materyalist ve idealist anlayışların karşıtlığı" bölümünde (Marx ve Engels 1845/1846), üretim biçimlerinin şu tarihsel sıralanışını tartışmaktadır:

1. Patriyarkal aileye dayalı kabile toplumu;
2. Şehirlerdeki antik komünal mülkiyet (Roma, Antik Yunan);
3. Kırsal kesimdeki feodal üretim;
4. Kapitalizm.

Marx'ın tartıştığı özgül tarihsel üretim biçimleri; aile/kabile, antik köleci toplumlar, feodalizm ve kapitalizmdir. Takip eden bölümlerde antik köleci toplumlar ve feodalizm bir arada tartışılmaktadır, zira iki toplumda da köle, tüm ekonominin önemli bir bileşendir. Ayrıca, enformasyonel üretimi, kapitalist üretim biçimi içinde görece yeni bir gelişme olarak vurgulayan bir kısım ekledim.

Marx'a göre kabilesel, antik ve feodal üretim biçimleri doğanın sahiplenilmesi temeline dayanmaktadır: Bu üretim biçimlerinde

"toprak mülkiyeti ve tarım, ekonomik düzenin temelini oluşturur", toprak "emeğin özgün aracı olduğu kadar onun atölyesi ve hammaddelerin deposudur" ve "toprakla bir mülk olarak kurulan ilişki her zaman için toprak ve arazinin işgal edilmesi yoluyla sağlanır" (Marx 1857/1858b, 485). Bunlar, bu üretim biçimlerinin tarımsal toplumlardaki üretici güçler seviyesinde bulunduğunu -doğanın, emeğin kullanım değerine dönüştürdüğü temel nesnesi olduğunu söylemenin farklı yollarıdır. Kapitalist üretim biçiminin yükselişine, geniş ölçekli endüstri ve makinelerin ortaya çıkışı dahil olmuştur ki bunun anlamı, "insan varoluşunun bu inorganik şartları [=doğa] ile bu aktif varoluş [=emek] arasında bir ayrım, yalnızca ücretli emeğin sermayeye olan ilişkisine tamamen yerleştirilmiş olan bir ayrım" olduğudur (a.g.e., 489). Marx'ın burada ifade ettiği şey şudur ki, geniş ölçekli endüstride emek, birebir toprakla doğrudan temas hâlinde çalışmamakta, daha ziyade doğadan gelen hammaddeleri ve yarı mamul malları, yeni bir mal ya da metanın ortaya çıkacağı şekilde dönüştürülen emek nesneleri olarak almaktadır. Buna göre Marx, kapitalizmin yükselişini, üretici güçlerin bir örgütlenme biçimi olarak, endüstrileşmenin yükselişiyle birlikte ele almaktadır. Kapitalizmin ortaya çıkışı, insanın "topraktan tahliye edilmesi; toprak mülkiyeti ilişkilerinin çözülmesidir" (a.g.e., 502). Böylelikle kapitalizm aynı zamanda zorunlu olarak fabrikanın bir endüstriyel üretim birimi olarak kuruluşuna neden olmuştur. Bu geçiş "emek araçlarının, aletlerden makinelere dönüşmesine" (Marx 1867c, 492), bir motor mekanizması, bir güç iletici mekanizma ve bir çalışma mekanizmasından oluşan bir sisteme (494) ya da çalışma mekanizmasından oluşan birleşik bir sisteme, bir makine sistemine (501) yol açmıştır.

Klasik kölelik, serflik ve ücretli emek, sınıf ilişkilerinin üç önemli tarihsel biçimidir: "Toplumun, sömüren ve sömürülen sınıflara ilk büyük bölünüşü, en yüksek gelişimine uygarlık safhasında erişen kölelikle birlikte ortaya çıktı. Bu bölünüş, bütün uygarlık dönemi boyunca sürüp gitti. Kölelik, sömürünün ilk biçimi, antik dünyaya özgü bir biçimdir; onun yerine orta çağlarda serflik ve daha yakın çağlarda ücretli-emek geçer. Bunlar, uygarlığın üç büyük devrinin karakteristiğini yansıtan, üç büyük esaret biçimidir; önceleri açık ve günümüzde

gizlenmiş olarak kölelik, her daim bunlara eşlik eder" (Engels 1884). Tablo 6.3, sahipliğin baskın biçimlerine (öz-denetim, kısmi özdenetim ve kısmi yabancı(laşmış) denetim, tamamen yabancı(laşmış) denetim) dayanan üretim biçimlerinin bir sınıflandırmasını sunmaktadır.

	Emek gücünün sahibi	*Üretim araçlarının sahibi*	*Emek ürünlerinin sahibi*
Patriyarkal	Patriyark	Patriyark	Aile
Kölelik	Köle sahibi	Köle sahibi	Köle sahibi
Feodalizm	Kısmen özdenetim, kısmen lord	Kısmen öz denetim, kısmen lord	Kısmen öz denetim, kısmen lord
Kapitalizm	İşçi	Kapitalist	Kapitalist
Komünizm	Bireyin kendisi	Toplum	Kısmen toplum, kısmen birey

Tablo 6.3. Çeşitli üretim biçimlerinde mülkiyetin temel biçimleri

Fakat üretim biçimleri birbirleriyle nasıl ilişkilidir? Tarihsel bir şekilde birbirlerinin yerini almalarıyla mı, yoksa eski oluşumları ortadan kaldıran ancak kendisini eski üretim biçimleri ile çevreleyen özgül bir toplumsal oluşum içerisinde tarihsel/mantıksal bir şekilde mi? Jairus Banaji (2011), Stalinizmin ve vulgar Marksizmin, özgül bir üretim biçiminin sadece tek bir özgül tarihsel emek ve artı değere el konulma biçimini barındırdığını ve önceki biçimleri ortadan kaldırarak tarihin doğrusal bir evrim sürecinde geliştiği (kölelik-->feodalizm-->kapitalizm-->komünizm) varsayımına dayanan bir üretim biçimi nosyonunu kavramsallaştırdığını savunmuştur. Dolayısıyla, örneğin Althusser ve Balibar (1970), toplumun tarihsel gelişiminin diyalektik olmadığını ve birbirini içererek aşmaktan ziyade "bir üretim biçiminden diğerine geçişin söz konusu olduğunu" (a.g.e, 307), böylece bir üretim biçiminin, diğerini takip ettiğini savunurlar. Bu tarih konsepti, E.P. Thompson'ın (1978a, 131) Althusser'in yaklaşımını "kuram düzeyindeki Stalinizm" olarak kategorize etmesinin sebeplerinden birisidir. Stalinist "metafizik-skolastik biçimcilik" (Banaji 2011, 61) liberal kuramın, tarım toplumundan, endüstriyel topluma ve enformasyon toplumuna doğru evrimci bir tarihsel gelişmenin olduğu ve böylece her bir aşamanın bir öncekini ortadan kaldırdığı yönündeki varsayımından (Örn. Bell'in (1975) ve Toffler'ın (1980)'de savunulduğu gibi) türemiştir ki bu da kuramsal anlamda günümüz liberallerinin aslında modern Stalinist-

ler olduğunu göstermektedir. Banaji'ye göre kapitalizm sıklıkla feodal veya yarı-feodal üretim ilişkilerini yoğunlaştırmıştır. Avrupa'nın bazı bölgelerinde ve dışında, feodalizm sadece "meta-üretimi girişimi" olarak gelişme göstermiştir (Banaji 2011, 88). İslami kapitalizm dünyası, kölelik ve feodalizm olmaksızın gelişmiştir (a.g.e., 6). Banaji, biçimselci yorumlamaların aksine, Marx'ın kuramının karmaşık bir okumasını geliştirmiştir, öyle ki, bir üretim biçimi, "kendisinden önceki biçimleri ihtiva etmeye muktedirdir" (a.g.e, 1), "birbirinden çok farklı üretim biçimlerinde, birbirine benzer emek-kullanımları bulunabilir" (6) ve kapitalizm "çok çeşitli sömürü biçimleri ile birlikte yol alır" (145) ve "artı değer üretme amacı doğrultusunda muhtelif sömürü yollarını ve emeğin örgütlenme biçimlerini" (359) birbirine entegre eden, birleşik bir gelişme biçimidir (358). Bir üretim biçimi, üretici güçlerin ve üretim ilişkilerinin bir birliğidir (Marx ve Engels 1845/1846, 91). Eğer bu biçimler, üretim ilişkileri olarak sınıflara dayanmaktaysa, bu durumda bu üretim biçimleri, bir üretim biçiminin içererek aşılmasıyla (*Aufhebung*) ve yeni bir tanesinin ortaya çıkışıyla sonuçlanan özgül çelişkilere sahip olacaktır. Yeni bir üretim biçiminin ortaya çıkışı, illa ki önceki üretim biçimini yok etmez, daha ziyade, onu içererek aşar (*aufheben*). Bu şu anlama gelir ki, Marx için tarih tam olarak Hegel'in üç anlamlı *Aufhebung* (içererek aşma) terimindeki diyalektik süreçtir: (1) yükselme, (2) ortadan kaldırma ve (3) muhafaza. Bunlar şu şekilde genişletilebilir: (1) ekonominin yeni nitelikleri ortaya çıkar, (2) eski üretim biçiminin hâkimiyeti söner, (3) ancak bu eski biçim, yeni biçim içinde özgül bir şekilde ve bu yeni biçime uyarlanmış olarak var olmaya devam eder. Öte yandan, kapitalizmin yükselişi, patriyarkanın sonunu getirmemiş, patriyarka, ortaya çıkan özgül bir tür ev ekonomisinin, modern emek gücünün yeniden üretimi rolünü üstlenmesi ile var olmaya devam etmiştir. Bir içererek aşma, çok veya az ölçüde temel olabilir. Kapitalizmden komünizme geçiş, kapitalizmin temel ölçüde ortadan kalkışını gerektirir; ancak sorun, bunun derhal mümkün olup olamayacağıdır. Ortadan kaldırma ve muhafaza etme farklı derecelerde ortaya çıkabilir. Ayrıca, içererek aşma, doğrusal olmayan bir gelişmedir. Örgütlenmenin önceki biçimlerine benzeyen ilişkilerin yaratılması her daim mümkündür. Üretim

ilişkileri düzeyinde kapitalizm, bir tarafta sermaye sahipleri ve diğer tarafta ücretli/ücretsiz emek ve işsizler arasındaki ilişkiler etrafında örgütlenmiştir. Üretici güçler düzeyinde kapitalizm, endüstriyel üretici güçlerden enformasyonel üretici güçlere doğru gelişim göstermiştir. Enformasyonel üretici güçler, diğer üretici güçleri ortadan kaldırmaz ama onları içererek aşar (*aufheben*) (Adorno 1968/2003, kitabın 5. bölümü): Enformasyonel ürünlerin var olmaları için, pek çok fiziksel üretim gerekmektedir ki buna tarımsal, madensel ve endüstriyel üretim de dâhildir. Enformasyonel kapitalizmin ortaya çıkışı üretimi sanallaştırmamış veya onu ağırlıksız veya soyut hale getirmemiştir; bilakis, kökenleri fiziksel üretime dayanmaktadır (Huws 1999, Maxwell ve Miller, 2012). Kapitalizmin bir üretim biçimi olması ele alındığında, "tarım toplumu", "sanayi toplumu" ve "enformasyon toplumu" terimleri, üretici güçlerin örgütlenmesinin özgül şekillerini karakterize eder (Adorno 1968/2003, kitabın 5. bölümü).

Yeni uluslararası işbölümü, emeği mekân ve zamanda, tüm metaların belirli bileşenlerinin küresel ekonomideki belirli yerlerde üretileceği ve bunların bir meta olarak satılabilmesi için uyumlu bir bütün oluşturması amacıyla yeniden montajlanacağı bir şekilde örgütlemektedir. Böylece bütün dünyadaki emeği bütün gün boyunca yönetebilmektedir. Sömürü zamansal ve mekânsal olarak yayılmıştır. YUİ, üretim biçimleriyle iki özgül şekilde bağlantılıdır:

1. *Üretici güçler* düzeyinde, tarımsal emek, endüstriyel emek, hizmet emeği, bilgi emeği, ücretsiz tüketim ve kullanıcı emeği gibi çeşitli üretim biçimlerini, kendisini ürünler ve hizmetlerde nesneleştiren fakat işçiler ve tüketiciler için otomatik bir şekilde görünür olmayan bir üretim ağı biçiminde küresel olarak bağlantı kurar.
2. *Üretim ilişkileri* düzeyinde, amaç, ücret giderlerini düşürerek kârı azami seviyeye çekmektir, bunun için şunlardan yararlanılır:

   (a) Üretim sürecinin belirli adımlarının, çalışma koşullarının güvencesiz olduğu ülkelere nakledilmesi. Bu, çeşitli ülkelerdeki işçi sınıflarının rekabet etmelerine yol açmakta ve işçilerin korunması

ve kapitalizmin refah devleti modelinin küçültülmesine ve denetimsizleştirilmesine yönelik neoliberal politikalar tarafından işçilerin araçsallaştırılmasına neden olmaktadır.

(b) Çeşitli kapitalizm öncesi sınıf ilişkilerinin (patriyarkal, kölelik, feodalizm) kapitalist sınıf ilişkileriyle birlikte harekete geçirilmesi.

Rosa Luxemburg (1913/2003) kapitalizmin kapitalist olmayan ortamlara ihtiyaç duyduğunu ve ilkel birikimin yeni birikim alanları ve mekânları yaratan sürecinin devam etmekte olan bir süreç olduğunu öne sürmüştür. Bununla ilgili şöyle yazmıştır: Bir yandan "kapitalizm, kapitalist olmayan toplumsal organizasyonlara ihtiyaç duyar", öte yandan "sermaye [...] alanlar ve toplumsal örgütlenmeler üzerinde egemenlik sahibi olmak için elinden geleni yapar" (a.g.e., 346). David Harvey (2005, 2007) Luxemburg'u şu şekilde yorumlar: Kapitalizm kendi kriz eğilimlerinin üstesinden gelebilmek için yeni birikim alanları yaratmaya ihtiyaç duyar. Ücretsiz emeğin ücretli emeğe ya da kamu hizmetlerinin kapitalist birikim alanlarına dönüşümü, devam etmekte olan ilkel birikimin belirli biçimleridir. Diğer biçimler ise kapitalist birikimle bağlantılı olan çeşitli ücretsiz, kapitalizm öncesi, feodal, patriyark ya da köle emeği türlerinin yaratılmasıdır.

Takip eden kısımlarda, küresel dijital medya üretimindeki çeşitli sömürü biçimlerini ve bu sömürü biçimlerinin belirli üretim biçimleriyle ve üretici güçlerin örgütlenme biçimleriyle nasıl bağlantılı olduklarını analiz etmek için örnekler kullanılacaktır. İzleyen tartışma, ev işinin, köleliğin ve kapitalist üretim biçiminin örgütlenme modellerinin, dijital medyayı yaratan küresel işbölümünde nasıl birbirine bağlı bir rol oynadığını göstermeye çalışacaktır. Önceki üretim biçimlerinin ve kapitalizmin örgütlenme biçimlerinin dijital medya ekonomisinde sürekliliklerinin, içererek aşmalarının ve süreksizliklerinin analizi, "enformasyon toplumu"nun neoliberal ideolojilerin ve işletmecilik ideolojilerinin iddia ettiği gibi tamamen yeni bir şey olmadığını, sömürünün modern küresel kapitalist toplumdaki dijital medya varoluşunun önemli bir boyutu olduğunu anlamamıza yardımcı olmaktadır.

6.2.1. Üretim Biçimi olarak Aile içi Karşılıksız Çalışma

Marx ve Engels özel mülkiyetin ve köleliğin kökenlerinin aile için-

de olduğunu öne sürmektedir: Özel mülkiyetin ilk biçimi "kadın ve çocukların kocanın kölesi olduğu ailede yatmaktadır. Aile içindeki bu gizli kölelik, hâlâ ilkel olsa da, mülkiyetin ilk biçimidir, fakat bu aşamada bile bunu başkasının emek gücünden serbestçe yararlanma yetkisi olarak adlandıran modern ekonomistlerin tanımıyla kusursuz bir şekilde örtüşmektedir" (Marx ve Engels 1845/1846, 52). Aile, emek gücünün bir meta olmadığı fakat bağlılıkla sonuçlanan kişisel ve duygusal ilişkiler tarafından örgütlendiği, ücreti ödenmeyen ve duygular ve toplumsal ilişkiler üreten aile işinin içerildiği ve insan zihni ile bedeninin yeniden üretiminin gerçekleştiği bir üretim biçimidir. Dolayısıyla yeniden üretken iş olarak da adlandırılabilir. Tarihsel olarak, aile içi fiziksel ve duygusal/bakım işini yerine getiren kişiler, çoğunlukla kadınlar olmuştur. Aile içi çalışma baskısı esasen duygusal ve toplumsaldır (işçiler, faaliyetlerini güdüleyen duygusal bir bağlılık hissederler), fakat aynı zamanda çoğunlukla ekonomik (ev işçileri, kendilerinin ve ailenin hayatta kalması için diğer hane üyelerinin ücretli gelirlerine bağımlıdır) ve bir yere kadar fizikseldir (aile içi taciz ve şiddet).

Peki, yeniden üretken emek ve karşılıksız emek, kapitalizmde genel olarak hangi rolü oynar? *Grundrisse*'deki bir formülasyonda Marx, emeği ortak ya da birleşik emek (Marx 1857/1858b, 470) olarak, kolektif işçi (*Gesamtarbeiter*) olarak ele almaktadır. Bu fikir, *Kapital 1. Cilt*'te de ele alınmaktadır; Marx burada kolektif işçiyi "kolektif bir emekçi, yani bir işçi topluluğu" (Marx 1867c, 644) olarak tanımlamakta ve eğer bir emek gücü topluluğunun bir parçası ise emeğin üretken olduğunu öne sürmektedir: "Üretken biçimde çalışmak için kişinin bizzat eliyle çalışması gerekmez; kolektif emekçinin bir uzvu olması, onun yerine getireceği alt işlevlerden birini yapması yeterlidir" (a.g.e.). Kolektif işçi bir "toplu işçidir" öyle ki "ortak faaliyeti maddesel olarak toplu bir ürünle sonuçlanır" (a.g.e., 1040). "Bu toplu emek gücünün faaliyeti", "artı değerin dolaysız üretimi, artı değerin sermayeye dolaysız dönüşümüdür" (a.g.e.). Bu, kapitalizmde kolektif işçinin değer, artı değer ve sermaye yaratan üretken işçi olduğu anlamına gelmektedir. Kolektif işçi nosyonu, ücretli-emek-merkezli olmayan bir Marx yorumuna olanak sağlamaktadır, zira birleşmiş

işgücü olarak kolektif işçi aynı zamanda karşılığı ödenmeyen fakat doğrudan ya da dolaylı bir şekilde sermayenin ihtiyaçlarına hizmet eden tüm faaliyetleri kapsamaktadır. Emek gücünün yeniden üretilmesi gerekir; yani günün belirli bir zaman aralığı süresince yapılan ve işçinin dinlenmesine, emek kapasitesini sürdürmesine yardımcı olan belirli faaliyetler bulunmaktadır. "Emek gücünün değeri, diğer bütün metalarda olduğu gibi, üretimi için gerekli emek zamanıyla ve netice itibariyle bu özel nesnenin yeniden üretilmesi için gerekli emek zamanıyla belirlenir" (a.g.e., 274). Bu, işçiler ve onların aileleri için, tecrübe, tahsil, eğitim ve buna benzer geçim araçlarını kapsar (Marx 1861–1863). Bunun anlamı, emek gücünü yeniden üreten ve birileri tarafından gerçekleştirilmesi gereken faaliyetlerin olduğudur. Bu bağlamda, çoğunlukla karşılığı ödenmemiş bir emek biçimi olan yeniden üretken emekten söz edilebilir. Ücretli-olmayan emek, "emek gücünün ve yaşam koşullarının yeniden üretimini sağlar" (Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988, 18). Bu, "yaşamın üretiminde, ya da geçimlik üretimde" harcanan emektir (a.g.e., 70).

6.2.2. Üretim Biçimleri Olarak Antik ve Feodal Kölelik

Marx ve Engels (1845/1846) antik çağlarda (örneğin Antik Roma'da) yaygın olan mülkiyet şeklinin, vatandaşlar arasındaki ortak mülkiyet olduğunu savunmuştur. Bu mülkiyet çeşidi, üretim biçimi olarak köleliğe dayanmaktadır. Şehirlerdeki mülkiyet şekli böyleyken, kırsalda ise feodal mülkiyet gözlenmekteydi. Feodal çağlarda kölelik özgül bir şekle bürünmüştü: köylüler köle idi. Şehirde esnaflar, bireysel mülkiyet ve üretime dayalı, özgül bir ekonomik grup olarak ortaya çıkmışlardı. Mülkiyet, "feodal çağlarda asıl olarak, bir yanda toprak mülkiyeti ve ona bağlı serf emeğinden, diğer yanda kendi küçük sermayesi ile yevmiyeli işçilerin emeğini yöneten bireylerden oluşmaktaydı" (a.g.e., 40).

Ücretli işçinin emek gücünün bir fiyatı, yani ücreti vardır. Öte yandan bir kölenin emek gücünün bir fiyatı yoktur, o bir meta değildir. Ancak, kölenin kendisinin bir fiyatı vardır ki bu da insanın tüm bedeni ve aklının bir meta olarak bir köle sahibinden, köleyi hayatı boyunca yönetecek başka bir köle sahibine satılabileceği anlamına gelir. "Bir

köle olarak işçinin, bir mübadele değeri, bir değeri vardır; özgür bir ücretli işçi olarak ise herhangi bir değeri yoktur; daha ziyade değeri olan şey, kendisiyle mübadelesinin sonucu olan emeğini elden çıkarma gücüdür" (Marx 1857/1858b, 288–289). Yani kölelikte, para, köleyi bir mal gibi alıp satmak için kullanılan bir araçtır (üretim araçları gibi) ama köle ile sahibi arasındaki ilişkiyi düzenleyen bir araç değildir: "Antik çağlarda, bir insan doğrudan emek, köle satın alabilir; ancak köle, emeği ile para satın alamaz" (a.g.e., 224). "Bu yüzden Roma hukukunda köle, oldukça doğru bir şekilde, kendisi için herhangi bir şey edinmek amacıyla mübadeleye giremeyen kişi olarak tanımlanmıştır" (a.g.e., 245).

Hem antik kölelikte hem de feodalizmde köleye bir eşya gibi muamele edilir ve köle, bir eşya statüsündedir: "Kölelik ilişkisinde köle, bir bireye, yani belirli bir sahibe aittir ve sahibinin çalışan makinesidir. Güç-tüketiminin bir toplamı veya emek kapasitesi olarak, bir başkasına ait olan bir eşyadır ve bu yüzden, ne kendi belirli güç tüketiminin konusuyla ilişkilidir, ne de canlı emeğin hareketiyle. Serflik ilişkisinde ise, tıpkı bir yük hayvanı gibi, bizzat kendisi toprak mülkiyetinin bir uğrağı, arazinin bir uzantısı olarak görünür. Köle ilişkisinde işçi, yaşayan bir çalışan makineden başka bir şey değildir ki bu yüzden başkaları için bir değere sahiptir, daha doğrusu kendisi bir değerdir" (a.g.e., 464–465).

Kölelik üretim biçiminde baskı aracı, fiziksel şiddettir: "Doğrudan zorlanan emek antik dünyanın temelidir; toplum, kendi temeli olarak buna dayanır" (a.g.e., 245). Bu, kölenin çalışmayı reddetmesi durumunda öldürüleceği anlamına gelir.

6.2.3. Kapitalist Üretim Biçimi

Marx (1867c) *Kapital 1.Cilt*'teki ilkel birikime ilişkin bölümde ("8. Kısım: İlkel birikim") feodalizmden kapitalizme geçişin, işçinin bedeninin artık (bir köle sahibine veya feodal lorda ait olan) bir özel mülk olmaması, kendisinin malı olması ve böylece işçinin hayatta kalmak için ihtiyaç duyduğu ücreti kazanmak adına kendi emek gücünü kapitalistlere satmaya başlaması anlamına geldiğine işaret etmiştir.

Aynı zamanda, ücretli işçiler haline gelen esnaflar ve köylüler de özel mülkiyet haline gelen üretim araçlarını kaybetmişlerdir. "Sermayenin ilkel birikimi, diğer bir deyişle tarihsel doğuşu, nasıl olmuştur? İlkel birikim, köleler ile serflerin doğrudan ücretli işçilere dönüşümü ve böylece salt bir biçim değişimine uğramaları ile olmadığı müddetçe, ancak, doğrudan üreticilerin mülksüzleştirilmesi, yani sahibinin emeğine dayanan özel mülkiyetin çözülüp yok olması anlamına gelir" (Marx 1867c, 927). Marx'a göre ilkel birikim süreci, 15. ve 16. yüzyıllarda başlamıştır: "Kapitalist üretim biçiminin temelini atan devrimin ilk perdesi, 15. yüzyılın son otuz yılı ile 16. yüzyılın ilk on yılında oynandı. Feodal uşaklardan oluşan toplulukların yok oluşu ile birlikte 'serbest' ve bağlı olmayan proletarya, emek pazarına sürülmüş oldu. [...] Kendisi de burjuva gelişiminin bir ürünü olan krallık iktidarının, mutlak egemenlik peşindeki çabası ile bu uşak topluluklarının dağılmasını zorlaması, bu süreci hızlandırmakla birlikte, bunun tek nedeni de değildi. Krallık ve Parlamento ile zorlu bir çatışmaya giren büyük feodal lordlar, tıpkı kendileri gibi, üzerinde bulundukları toprak üzerinde feodal haklara sahip olan köylüleri zorla söküp atarak ve bu topraklara el koyarak çok daha fazla miktarda proletarya yarattılar. Flaman yünü üretiminin hızlı artışı ve buna karşılık İngiltere'de yün fiyatlarının yükselmesi, bu akını daha da hızlandırdı" (a.g.e., 878–879). Marx, kapitalizmde işçinin özgül niteliği olarak ikili bir özgürlük görür: (1) İşçi, herhangi bir köle sahibinin, kendisinin bedenine sahip olmaması anlamında özgürdür, ancak bu özgürlüğün olumlu tarafı derhal olumsuz bir tarafını, yani insanın, ücret için emeğini bir kapitaliste satması zorunluluğunu doğurmuştur. Dolayısıyla tutsaklığın bir tanesinden (kölelik) kurtuluş, yeni bir özgürlük kisvesi altındaki yeni bir tutsaklık biçimiyle (ücretli çalışma/kölelik) sonuçlanmıştır. (2) Aynı zamanda, feodalizm çağında esnaflar ve köylüler, bir noktaya kadar, üretim araçlarına sahiplerdi ki bu üretim araçları kapitalizmde tarihin olumsuzlanmasıyla kapitalistlerin özel mülkü haline gelmiştir. Böylece üretim araçlarının önceki sahipleri, herhangi bir sahipliği olmayan, mülkiyetten özgürleşen bireylere dönüşmüşlerdir. Marx, kapitalizmdeki bu çifte emek özgürlüğünü (tutsaklığını) şu paragrafta açıklamıştır: "İki anlamda özgür işçiler, ne köleler, serfler

vb. gibi üretim araçlarının ayrılmaz birer parçasıdırlar, ne de mülk sahibi köylüler gibi üretim araçlarına sahiptirler. Bu özgür işçiler bu yüzden kendi üretim araçları bulunmayan, böyle bir engel ve yükten özgürleşmiş kimselerdir. Meta pazarındaki bu kutuplaşma ile kapitalist üretimin temel koşulları sağlanmış olur. Kapitalist sistem, işçilerin emeklerini gerçekleştirebilecekleri araçlar üzerindeki her türlü mülkiyet hakkından tamamen ayrılmış ve kopmuş olmalarını gerektirir. Kapitalist üretim, ayakları üzerinde doğrulur doğrulmaz, yalnız bu ayrılığı sürdürmekle kalmaz, bunu bir de gitgide artan bir boyutta yeniden üretir. Bu yüzden, kapitalist sistemin yolunu açan süreç, üretim araçları sahipliğini emekçinin elinden alan süreçten başka bir şey olamaz; bu süreç, bir yandan toplumsal geçim araçlarını sermayeye dönüştürür, öte yandan dolaysız üreticileri ücretli emekçilere dönüştürür. Bu yüzden, ilkel birikim, üreticiyi üretim araçlarından ayıran tarihsel süreçten başka bir şey değildir. 'İlkel' olarak görünür, zira, sermayenin ve buna uygun düşen üretim tarzının tarih-öncesi aşamasını oluşturur" (a.g.e., 874–875).

6.2.4. Enformasyonel Üretici Güçler

Daha önce Marx'ın kapitalizmin yükselişinin, tarım toplumundan endüstriyel topluma geçişle alakalı olduğunu öne sürdüğünü belirtmiştim. Marx, teknolojik yeniliklerden kaynaklanan üretkenlik artışının enformasyonel ekonominin, endüstriyel ekonomiyi nasıl içererek aşmasıyla sonuçlandığını tarif etmektedir. Marx, sabit sermayenin, yani yaşayan emek gücü pahasına, üretim teknolojisinin rolünde yaşanan artış tarafından karakterize edilen, sermayenin teknik ve organik bileşiminin artışının sonucu olarak enformasyonel üretici güçlerin ortaya çıkışını öngörmüştür. Marx, teknolojik gelişmeyle "üretim sürecinin tamamının", "bilimin teknolojik uygulanışı" haline geldiğini savunmuştur (Marx 1857/1858b, 699). "Üretim sürecinin, basit emek sürecinden bilimsel sürece dönüşmesi, yaşayan emeğin aksine, sabit sermayenin bir niteliği olarak ortaya çıkmaktadır" (a.g.e., 700). Dolayısıyla Marx'a göre, enformasyonel üretici güçler, içkin olarak sermayenin daha fazla kâr birikimini sağlayabilecek teknolojik yollar bulma ihtiyacı ile bağlantılıdır. Yani, toplumun belirli bir ölçüye kadar

enformasyonel olması, kapitalizmin gelişmesinin bir sonucudur.

Böylece Marx, kendisini krizler ve çelişkilerle ifade eden ölü emek ile canlı emek arasındaki çelişkiyle yüzyüze olan enformasyon ekonomisinin, "toplumsal beynin genel üretici güçleri" (a.g.e., 694) olarak yükselişini tahmin etmiştir. Öte yandan, Marx, enformasyon ekonomisinin illaki kapitalizmi sona erdireceğini farz etmemiştir. Bu durumun aşikar olduğu ortadadır çünkü, her ne kadar bilginin toplumsal niteliği, çalışmanın toplumsallaşmasını geliştirmekte ise de, günümüzde kapitalist bir enformasyon ekonomisinde yaşamaktayız ve komünist potansiyellerin, komünist bir enformasyon ekonomisi/toplumu ile sonuçlanma imkanı bulunsa da, bu otomatik olarak ve tarihsel gerekliliğin bir şartı olarak gerçekleşmeyecektir. Bir enformasyon ekonomisinin yükselişi, endüstriyel ekonominin üretici güçler düzeyinde bir içerilerek aşılmasıdır. Bu, yeni mülkiyet çelişkileri (örneğin aslında kültürün doğası gereği ortak bir ürün olan ve gerçeklikte bir meta olan fikri haklardan kaynaklanan, dosya paylaşan kullanıcılar ve fikri mülkiyet hakkı sahipleri arasındaki çelişki gibi) doğurmakta, ancak sınıf ilişkilerini içererek aşmamaktadır. Modern toplumun üretim ilişkileri, karakter olarak kapitalisttir, oysaki üretici güçler aynı anda enformasyonel, endüstriyel ve tarımsaldır.

Üretimin enformasyonel güçlerinde iş, bilgi işi formunu alır, öyle ki Marx bunu, genel zekânın işi (a.g.e., 706), "insan ruhunun evrensel emeği" (Marx 1894, 114) veya "nesneleşen, bilgi gücü" şeklinde adlandırmıştır (Marx 1857/1858b, 706): "Sabit sermayenin gelişimi, genel toplumsal bilginin ne ölçüde doğrudan bir üretim biçimi haline geldiğini ve dolayısıyla bizzat toplumsal yaşam sürecinin ne ölçüde genel zekânın kontrolüne girdiğini ve ona uygun olarak dönüştüğünü gösterir. Sadece bilgi biçiminde değil, aynı zamanda toplumsal pratiklerin ve gerçek yaşam sürecinin dolaysız organları olarak, toplumsal üretimin ne ölçüde gerçekleştiğini gösterir" (a.g.e.).

Enformasyonel üretici güçler, yeni bir üretim biçimini değil, daha ziyade üretici güçlerin örgütleniş biçiminin içerilerek aşılmasını teşkil eder. Yani, enformasyon toplumu, kapitalizm dâhilinde bir değişimdir. Öte yandan, emeğin toplumsallaşmasını geliştirme ve bu sebeple sınıf

ilişkileri ile çelişme ve kapitalizm-sonrası üretim biçiminin başlangıç biçimini oluşturma potansiyelini de içinde barındırmaktadır.

Maden türü	*Üreten başlıca ülkeler*	*EİT endüstrisindeki kullanımı*	*En büyük ithalatçılar*
Berilyum	Amerika Birleşik Devletleri, Çin, Mozambik	Bilgisayarlar, cep telefonları	Rusya, Kazakistan, Japonya, Kenya
Kobalt	Kongo Demokratik Cumhuriyeti (KDC), Avustralya, Rusya, Yeni Kaledonya (Fransa), Zambiya, Rusya, Kanada	Dizüstü bilgisayarların, cep telefonlarının, MP3 çalarların, konsolların ve dijital kameraların şarj edilebilir bataryaları; sabit disklerin kaplamaları; kulaklıklar	Çin, Norveç, Rusya, Kanada
Galyum	Çin, Almanya, Japonya, Ukrayna	Cep telefonları	Almanya, Kanada, Birleşik Krallık, Çin
İndiyum	Çin, Kore Cumhuriyeti, Japonya, Kanada, Belçika, Brezilya	Dizüstü bilgisayarlar, düz ekranlar, cep telefonları	Çin, Kanada, Japonya, Belçika
Paladyum	Rusya, Güney Afrika, Kanada, Amerika Birleşik Devletleri, Zimbabwe	Cep telefonları, bilgisayarlar, kapasitörler	Rusya, Güney Afrika, Birleşik Krallık, Norveç
Platin	Güney Afrika, Rusya, Kanada, Zimbabwe, Amerika Birleşik Devletleri	Sabit diskler	Almanya, Güney Afrika, Birleşik Krallık, Kanada
Nadir elementler	Çin, Hindistan, Brezilya, Malezya	Cep telefonları, dizüstü bilgisayarlar, masaüstü bilgisayarlar, dijital kameralar	Çin, Fransa, Estonya, Japonya
Tantal/ Koltan	Avustralya, Brezilya, DKC, Ruanda, Mozambik, Kanada	Cep telefonları, bilgisayarlar, dijital kameralar, çeşitli elektronik cihazlarda (cep telefonları, konsollar, dizüstü bilgisayarlar, MP3 çalarlar vb.) kullanılan kapasitörler	Brezilya, Kanada, Almanya, Rusya
Kalay	Çin, Endonezya, Peru, Bolivya, Brezilya, Avustralya, Vietnam, KDC	Baskılı devre kartları; bilgisayarlarda, cep telefonlarında, MP3 çalarlarda ve oyun konsollarında kullanılan lehim	Peru, Bolivya, Endonezya, Çin

Kaynaklar: Finnwatch (2007), SOMO (2007), ABD Jeoloji Kurumu İstatistikleri (2012)

Tablo 6.4 EİT endüstrisinde kullanılan başlıca metaller

6.3 Dijital Medya ve Madenler

"Dizüstü bilgisayarlar, cep telefonları, oyunlar, MP3 çalarlar ve web kameraları gibi ürünler, önemli miktarda metal içerirler. Miktar bakımından en önemli metaller arasında alüminyum, demir, bakır, nikel ve çinko vardır. Ancak, berilyum, indiyum, tantal ve platin metalleri gibi oldukça küçük miktarlarda kullanılan diğer metaller de günümüzün tüketici elektronikleri için elzemdir. Batarya ve şarj aleti hariç bir cep telefonunun ağırlığının %25'ini metallerin oluşturduğu hesaplanmıştır. En fazla metal çeşidi devre kartında bulunmaktadır" (SOMO 2007, 10). Tablo 6.4'te yer alan istatistikler, Afrika ülkelerinin (Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Etiyopya, Mozambik, Ruanda, Güney Afrika, Zambiya, Zimbabwe) EİT'ler için gereken madenlerin en büyük üreticileri arasında olduğunu fakat önemli ithalatçı ülkeler arasında yer almadığını göstermektedir. Bu, EİT'lerin değer zincirinin bir işbölümüne dayandığının göstergesidir; öyle ki bu işbölümünde Afrika, daha sonra Afrikalı olmayan ülkelerde, özellikle Çin'de işlenecek olan doğal kaynakların önemli ve nispeten ucuz tedarikçisi (yüksek derecede sömürülen emek sebebiyle ucuz) rolündedir. Küresel EİT değer zincirinde Afrika yüksek derecede sömürülen bir ekonomik kolonidir. Bu koloniyal statü, gösterileceği gibi, Afrikalıların yüksek derecede sömürülen çalışmasına ve köle çalışmasına dayanmaktadır. Marx kolonilerin bir ilkel birikim biçimi olduğunu öne sürmüştür. "Amerika'daki altının ve gümüşün keşfedilmesi, kıtadaki yerli halkın kökünün kazınması, köleleştirilmesi ve madenlere gömülmesi, Hindistan'ın fethedilmeye ve yağmalanmaya başlanması ve Afrika'nın siyah derililerinin ticari bir şekilde avlandığı bir alana dönüşmesi, kapitalist üretim döneminin şafağını karakterize eden şeylerdir. Bu pastoral gelişmeler, ilkel birikimin belli başlı adımlarıdır" (Marx 1867c, 916). Ekonomik kolonilerin günümüzdeki varlığı, kapitalizmin, devam eden ilkel birikim sürecini kaynakları ve emeği ele geçirmek için kullandığını, bunu da sömürüyü azami seviyeye getirerek yatırım maliyetlerini asgari seviyeye çekmek suretiyle yaptığını göstermektedir. EİT'ler için gerekli olan madenler Afrika ve Çin'de çıkarılırken, bu madenlerin eritilmesi, işlenmesi ve zenginleştirilme-

si genelde elektronik piyasasına ürün tedarik eden Tayland, Malezya, Çin ve Endonezya gibi Asya ülkelerinde gerçekleşmektedir (Finnwatch 2007, 37). "Markalaşmış elektronik şirketleri, üretimlerinin büyük bir kısmını dış kaynak kullanımı yoluyla Asya ülkelerine yaptırmaktadır. Bunun doğrudan sonucu olarak Asyalı maden şirketleri ve tacirleri, imalat için gereken metalleri elde etmek amacıyla Bakır Kuşağına [Demokratik Kongo Cumhuriyeti ve Zambiya] dönmektedir" (Swedwatch 2007, 8).

Özellikle kobalt, tantal (koltandan elde edilmektedir) ve kalay taşı (bir kalay oksit metali), EİT'lerde kullanılan ve Demokratik Kongo Cumhuriyeti'nde (DKC) çıkartılmakta olan madenlerdir. Bisie madeninin bulunduğu Walikale'nin yerlisi ve Goma'daki yerel bir sivil toplum örgütünün yöneticisi olan Thomas Luanda "1993'ten önce bu madenler bilinmemekteydi" demektedir (Eichstaedt 2011, 111). Cep telefonlarının, bilgisayarların ve oyun konsollarının kullanımının 1990'lardan itibaren artması, bu madenlere ve özellikle de yüksek kâr elde etmeyi sağlayabilecek ucuz kaynaklara olan talebi arttırmıştır. İlk bakışta, Doğu DKC'deki, yani Hutu ve Tutsiler arasındaki çatışmalar, genel olarak ideolojik sebeplere dayanıyor gibi görünebilir. İşin EİT-bağlantılı madenler boyutu ise, aynı zamanda madenlerin kontrolü için yapılan maddi ve ölümcül bir çatışma olan, bu savaşa ilişkin tartışmanın kör noktasıdır. Nest (2011, 26), 2008 yılında dünyadaki koltanın yaklaşık %21'inin DKC tarafından üretildiğini hesaplamıştır. Yager (2012) ise 2010 yılında dünyadaki kobaltın %51'inin, dünyadaki tantalın %14'ünün ve dünyadaki kalayın %3'ünün DKC tarafından çıkartıldığını hesaplamıştır.

Güney Afrika'daki paladyum ve platin madenciliği üzerine yapılan bir çalışmada (SOMO 2007), kötü çalışma koşulları, çocuk işçiler, toplulukların yerinden edilmesi, toprak bozunması, çevre kirliliği, su kirliliği, hava kirliliği, işçilerdeki solunum hastalıkları (örneğin silikozis), düşük ücretler, ek ödemelerin yapılmaması, kötü eğitim, güvencesiz iş sözleşmeleri, iş güvencesi yoksunluğu ve fazla mesai ücretlerinin düşüklüğü gibi hususlara dair kanıtlar elde edilmiştir. Ağustos 2012'de, Marikana platin madeninde çalışan madenciler

greve gitmiş ve madenin sahibi olan Lonmin şirketinden, ücretlerinin yükseltilmesini talep etmişlerdir. Polis, grev yapan 34 tane işçiyi öldürmüş ve onlarcasını da yaralamıştır. Yapılan basın açıklamasında, Lonmin, öldürülen işçilerin aileleri için üzüntü duyduklarını, şirketin bünyesinde sendikalar bulunduğunu ve dolayısıyla yapılan "yasa dışı grevin üzücü ve zarar verici olduğunu" belirtmiştir (Lonmin 2012). Bu açıklama, yapılan grevin sendika onayı alınmadan yapılan bir grev [wildcatstrike] olmasının, polisin gerçekleştirdiği katliamı meşru kıldığı anlamında yorumlanabilir. Dünyanın önde gelen haber medya kuruluşlarının (BBC, *The Guardian*, *The New York Times*[1]) yapmış olduğu yayın, polis şiddetine yoğunlaşmakla birlikte, bu katliamın EİT endüstrisi ile bağlantısını es geçmiştir: Platin, sabit disklerin üretimi için önemli bir materyaldir. Bütün sabit diskler platin içerir ve hesaplamalara göre bir sabit disk alaşımının ortalama %35'i platinden oluşur.[2] Bu, EİT'lerin sadece Afrikalı maden işçilerinin sömürüsüne değil, aynı zamanda onların kanlarına da dayalı olduğu anlamına gelir. Grev yapan işçilerin kasıtlı olarak katledilmesi, basitçe kapitalizmin bir boyutu değil, (faşizm kuramlarına göre) kapitalizmin belirli bir biçiminin, faşizmin, dışavurumudur. "Faşizm, işçi sınıfı ile köylülerin ve aydınların devrimci kısmına yönelik bir terörist intikam örgütlenmesidir. Dış politikada, diğer milletlere duyulan nefretle kışkırtılan faşizm, şovenizmin en zalim biçimidir" (Dimitrov 1935). Faşizm, Faşist [Nasyonel Sosyalist] Parti'nin, bürokrasinin, ordunun ve şirketlerin, bütün insanlar üzerindeki diktatörlüğüdür (Neumann 1942, 295). EİT endüstrisi kanlı bir endüstridir ve onun ölüm saçan ve sömürücü karakteri, meta fetişizminin ardına gizlenmiştir; örneğin bir bilgisayar veya bir sabit disk, emek ilişkilerinin bir ürünüdür, ancak bu ilişkiler, ürüne bakılmak suretiyle gözlemlenemez ve tecrübe edilemez; bunlar, nihai ürünün arkasına gizlenmiştir. "Çalışma, ironik olarak, Kültür Çalışmaları'nın görülmesi en zor kısmıdır. Bu durum kısmen, kültürel

[1] 23 Haziran-23 Aralık 2012 tarihleri arasında Factiva veri tabanında, grevi haber yapan bu üç medya kuruluşunda yer alan makaleler için bir araştırmada (anahtar sözcük: "Lonmin"), 36 sonuç elde edilmiştir (erişim tarihi:23 Aralık 2012). Sonuçların hiçbirisi grevin EİT boyutunu haber yapmamıştı.

[2] http://www.platinum.matthey.com/applications/industrial-applications/hard-disks/ (erişim tarihi: 23 Aralık 2012).

emeğin modern ekonomi politiğin uluslararası işbölümünde dağılmasından ve gizlenmesinden kaynaklanmaktadır" (Maxwell 2001b, 2). EİT bayileri, ürünleri büyük EİT üreticilerinden satın alırlar. Bu büyük üreticiler, donanım üretimini dış kaynak kullanımı ile yapmaya ve donanım bileşenlerini, imalatçı şirketlerden metal satın alan başka şirketlerden satın almaya eğilimlidirler. İmalatçı şirketler ise hammaddeleri komisyoncular aracılığıyla madenleri ilk çıkaranlardan satın alırlar. Bu karmaşık küresel değer zinciri, pek çok iç içe toplumsal ilişkiye ev sahipliği yapar, böylece bu zincirin altında yatan sosyal ilişkiler, yukarıdan bakıldığında görülemez. Tüketiciler, cep telefonlarının veya dizüstü bilgisayarlarının üzerinde hangi etiket olduğunu ve bu ürünlerin hangi bayiden alındığını bilirler; ancak sahip oldukları ölü varlık, konuşamaz; kendisini yaratan canlı emek ilişkileri hakkında sessiz kalır.

DKC, 1885 yılından bağımsızlığını kazandığı 1960 yılına kadar bir Belçika kolonisiydi. 1960 yılında Mouvement National Congolais [Milli Kongo Hareketi] parlamento seçimlerini kazandı ve Patrice Lumumba, DKC'nin ilk başbakanı oldu. Lumumba, 1961 yılında Belçika ordusu ve Amerika Birleşik Devletleri tarafından desteklenen ayrılıkçılar tarafından öldürüldü. 1971 yılından 1997 yılına kadar Mobutu Sese Seko, ülkeyi ABD yanlısı olan bir tek parti diktatörlüğüyle yönetti. Hutu ve Tutsiler arasında gerçekleşen Ruanda İç Savaşı (1990-1994) DKC'yi büyük ölçüde etkiledi zira Kongo'ya kaçan Hutu askerleri FDLR'yi (Forcesdémocratiques de libérationdu Rwanda) [Ruanda Özgürlük Demokratik Güçleri] kurdular; bu da Ruanda sınırında yer alan Doğu DKC'de askeri çatışmalara neden oldu. Doğu DKC'de yaşayan ve Hutular ile hükümet güçleri tarafından saldırıya uğrayan Tutsi Ruandalılar olan Banyamulengeler, Hutu Ruandalıları DKC'den zorla çıkarmak istediler. Mobutu FDLR'yi destekledi ve Doğu DKC'deki Tutsilerin ülkeden ayrılmalarını, aksi takdirde öldürülmelerini emretti. Mobutu yönetimi, Birinci Kongo Savaşı'nda (1996-1997) Laurent Kabila tarafından yönetilen ve Tutsi yönetimi altındaki Ruanda ile Uganda tarafından desteklenen isyancıların iktidarı ele geçirmesiyle sonra erdi. Kabila'nın, Hutu askerlerinin Doğu DKC'de yeniden örgütlenmesine izin vermesinin ardından Ruanda

ve Uganda, Kabila'ya karşı çıktı; bu da, Kabila'nın Angola, Nambiya ve Zimbabwe tarafından desteklenen ordusunun, Ruanda ve Uganda tarafından desteklenen isyancılarla savaştığı İkinci Kongo Savaşı'na (1998-2003) neden oldu. Kabila'nın 2001 de öldürülmesinin ardından oğlu Joseph iktidara geldi. Doğu DKC gündelik silahlı çatışmalardan kurtulamayan bir bölge olarak kaldı. Tahminlere göre, 1998 - 2007 yılları arasında Kongo'da 5,4 milyon kişi öldü; bu, Kongo savaşlarının "İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yaşanan en ölümcül insani felaket olduğu" anlamına gelmektedir (Eichstaedt 2011, 8). Ülkenin yaşadığı yoksulluk ve şiddet, insanların hayatta kalabilmek adına ne gerekiyorsa onu yaptığı koşulları yarattı; bu da modern kölelik biçimleri için uygun olan koşulların ortaya çıkmasına neden oldu.

6.4 Uluslararası Dijital İşbölümünde Maden Çıkarmanın Üretici Güçleri: Emek Gücü ve Emeğin Nesneleri, Araçları ve Ürünleri

DKC'de, EİT endüstrisiyle bağlantılı madencilik, kalay cevheri kasiterit, tantal cevheri koltan (yani işleme yoluyla metal tantala dönüştürülmüş), volframit ve altını kapsamaktadır (Finnwatch ve Swedwatch 2010). Bu madenler cep telefonu, dizüstü bilgisayar, ampul ve otomobil üretiminde hammadde olarak kullanılır (Free the Slaves [Köleleri Özgürleştir] 2011). Katanga bölgesinde zengin bakır, kobalt, çinko ve kurşun rezervleri bulunmaktadır (ACIDH 2011). Bazı durumlarda bakır, cep telefonlarının, özellikle bataryaların yapıldığı malzemenin neredeyse %25'ine tekabül etmektedir (a.g.e).

DKC'de madencilik, devlete ait olan madencilik şirketi Société Minière et Industrielle de Kivu'nun çalışmasının durmasıyla 1990lı yıllarda özelleştirilmiştir (Nest 2011, 36). Savaş ekonomisi şartları altında bulunan Doğu DKC'deki özelleştirilmiş ticari faaliyetlerde elle madencilik yöntemleri kullanılmaya başladı: Madencilik için kullanılan araçlar çoğu durumda makineler değildi; madenciler bunun yerine ellerini, çubukları, kazmaları, kürekleri, sivri kazmaları, levyeleri, çelik çubukları, çelik sopaları, kovaları ve ipleri kullanıyordu (Eichstaedt 2011, 39, 102, 143; Nest 2011, 34). Elle madencilik yöntemleri

özellikle koltan, kalay, altın, tungsten ve elmas madenciliğinde yaygın olarak kullanılmaktadır (Nest 2011, 36).

Madencilik işinin özelleştirilmesi, bölgesel toplulukların zoraki yer değiştirmesine ve ırmakların, havanın ve ekilebilir arazilerin kirletilmesine olduğu kadar bölge sakinlerinin karar-almada ve istihdamda yer alamamasına neden olmuştur (ACIDH 2011).

6.5. Uluslararası Dijital İşbölümünde Maden Çıkarmanın Üretim İlişkileri

DKC'deki çoğu maden ya silahlı hükümet güçlerinin (FARDC) ya da Hutu milisi FDLR, Tutsi milisi CNDP (Congrèsnationalpour la défensedupeuple) [Halkın Savunması için Ulusal Kongre] veya Mai-Mai gibi isyancı orduların kontrolü altındadır. EİT üretimiyle bağlantılı madenler bağlamında, koltan madenlerinin kontrolüyle ilişkili olan gruplar DKC hükümeti güçleri, FDLR, CNDP, PARECO (Patriot esrésist ant scongolais) [Kongolu Yurtsever Direnişçiler], Mai-Mai, Ruanda ve Uganda orduları, RCD-Goma (Rassemblemen tCongolaispour la démocratie –Goma) [Kongo Demokrasi için Birlik] ve MLC (Mouvementpour la Liberation du Congo) [Kongo'nun Özgürlüğü Hareketi] idi. MLC dışındaki tüm gruplar aynı zamanda kalay madenlerinin kontrolüyle de ilişkiliydi; kobalt madenleri yalnızca DKC hükümeti ordusu tarafından kontrol edilmekteydi (Nest 2011, 77, 80).

2002 yılında Birleşmiş Milletler (2002) Kongo'da çatışma madenlerinin ticaretini yapan 85 şirketin yer aldığı bir liste içeren raporu yayımladı. Bu listedeki 18 şirketten açık bir şekilde koltan ticareti ya da işlemesi yapan şirketler olarak söz edilmektedir: Belçika'dan dört; Birleşik Krallık'tan üç; Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Çin ve Saint Kitts'ten ikişer; İsviçre, Malezya ve Kazakistan'dan birer şirket. Bu şirketler arasında Amerika Birleşik Devletleri'nden Cabot, Almanya'dan H.C. Starck ve Çin'den Ningxia bulunmaktadır. Bu şirketlerin bazıları, Çatışmalardan Etkilenmiş ve Yüksek Risk Taşıyan Bölgelerden Sorumlu Maden Tedarik Zincirlerine İlişkin OECD Durum Tespiti Kılavuzu'nun şartlarını yerine getirdiklerini ve sorumlu

tedarik zinciri yönetimi ruhsatlarını aldıklarını dile getirirken,[3] BM raporunda yer alan diğer şirketler BM tarafından kendileriyle iletişime geçildiğini fakat herhangi bir yaptırım olmadığı için ticarete devam ettiklerini (örneğin Forestier 2007, 42:30-49:10 tarafından yapılan bir mülakata göre, önceki adı Umicore olan Traxys isimli Belçika şirketi) söylemiştir. Bu, herhangi bir ceza ya da yaptırım olmaksızın gönüllü sorumlulukların ve şirketlerin kamu tarafından ayıplanmasının, sorunu mutlaka sona erdirmediğini çünkü paranın vicdandan daha önemli olduğunu göstermektedir. 2008 yılında yayımlanan bir diğer BM raporundan sonra, Traxys DKC'de çatışma madenleri ticaretini durduracağını açıkladı fakat bu ticarete hâlâ son vermediği iddiaları 2012 yılında ortaya çıktı (International Business Times 2012). Bu, küresel maden ticaretinde şeffaflığın ve uygulanabilir kuralların bulunmayışını göz önüne sermektedir. Maden ticareti büyük ölçüde denetlenmeyen bir pazar oluşturmaktadır ve çatışma madenleri ticaretini yapmak ya da yapmamak büyük ölçüde isteğe bağlı bir seçimdir.

Free the Slaves (2011) raporu için yapılmış olan ampirik araştırma, hem Bisie ve Omate madenlerindeki hem de Walikale ve Masisi madenlerindeki işçilerle yapılan mülakatlara odaklanmaktadır (N= 742 mülakat). Çalışma, hem madenlerin kazılması, tasnif edilmesi, nakledilmesi ve satılması işleri bağlamında hem de madencilere ev hizmetçileri olarak evlerde ya da barlarda ve seks endüstrisinde sağlanan hizmetler bağlamında köleliğin madencilik endüstrisinde oldukça yaygın olduğunu göstermiştir. "Doğu DKC'deki maden bölgelerinde modern köleliğin belirgin bir biçimde teşhis edilebilen birkaç biçimi bulunmuştur. Bunlar silahlı gruplar tarafından uygulanan zorla çalıştırmayı, borç köleliğini, köleliği, cinsel köleliği, zorla evlendirmeyi, çocukların silahlı gruplar tarafından kullanılmasını ve çocuk köleliliğin diğer biçimlerini kapsamaktadır" (Free the Slaves 2011, 11). DKC'nin kalay/kasiterit madenlerinin %80'inin çıkarıldığı (Eichstaedt 2011, 121) Bisie madenindeki katılımcıların %40'ı (Free the Slaves 2001) kölelik koşulları altında çalışmaktadır.

---

[3] Bkz. H.C. Starck tarafından yapılan bir açıklama, http://www.hcstarck.com/en/home/hc_starck_group/ the_way_we_move/raw_material_procurement.html (erişim tarihi: 26 Aralık 2012).

Araştırmacılar, FARDC'ye [Forces Armées de la République Démocratique du Congo - Demokratik Kongo Cumhuriyeti Silahlı Kuvvetleri] mensup askerlerin, köylüleri ücretsiz olarak ve kaçmaları durumunda öldürülecekleri tehdidiyle Bisie madeninde çalışmaya zorladıklarını, yani zorunlu emeği belgelemişlerdir. Kuzey Kivu'nun başkenti olan Gomalı bir vatandaş şunları söylemektedir: "Kaynaklarımızı alıyorlar, insanları öldürüyorlar, telefonları çalıyorlar, kadınlarımıza tecavüz ediyorlar" (Forestier 2007, 27:46-27:52). Güney Kivu'nun başkenti Bukavu'da yaşayan bir maden nakliyecisi Joseph'in dile getirdiği gibi sonuç, artan eşitsizliktir: "Kongolulardan çalıyorlar", "sıradan Kongolular değil, onlar zenginleşiyor" (a.g.e., 10:33-10:40). Ayrıca tüm maden işçilerinin haftanın belirli bir gününde bir FARDC yetkilisi için çalışmak zorunda olduğu, salongo adı verilen bir sistem de belgelenmiştir (Free the Slaves 2011, 13). Marx, bu sistemi angarya emek olarak tanımlamıştır; lord için çalışılan günler artı emek yaratırken diğer günler gerekli emek zamanını oluşturmaktadır. Marx üretimin saf bir biçimi olarak angarya emeğin "Slav ülkelerinde ve Romalılar tarafından işgal edilen Tuna bölgelerinde" (Marx 1861-1863) var olduğunu öne sürmektedir. Angarya emek "serflik temelinden ortaya çıkmamıştır, tersine serflik angarya emekten doğmuştur" (a.g.e). "Serfliğin angarya emekten doğuşu bir topluluğa dayanır ve artı değer de bu topluluk üyelerinin geçimleri için gerekenden daha fazla ve bunun üzerinde çalışmasına. Bu çalışma kısmen (ortak) bir yedek akçe görevini görür ve kısmen onların ortak, politik ve dinsel gereksinimlerinin maliyetini karşılar, zamanla yavaş yavaş kendi özel mülkiyetleri olarak yedek akçeyi ve politik ve dinsel makamlar gasp eden aileler için sarf edilen angarya emeğe dönüşür" (a.g.e.). "Angaryanın günleri", "arazi sahibinin yasal olarak emri altında geçer" ve "yasal olarak tesis edilen artı değeri" oluşturur. "Angarya emekçisi, kendi sahip olduğu alanda kendi emek kapasitesinin yeniden üretimi için gerekli emeği gerçekleştirir. Artı emeği ise beylik arazisindeki toprak sahibi için sarf eder". Böyle bir sistemde, işçiler hayatlarını kazanmak için başka faaliyetlerde bulunur ve her hafta belirli bir saat süresince feodal lordun toprağında (veya DKC örneğinde olduğu gibi madenlerde) çalışmaya zorlanırlar. "Angarya sisteminde ücret biçimi

bulunmamaktadır" (a.g.e.); bu sebeple angarya sistemi, üretimin modern öncesi biçimi, köleliğin özgül biçimidir.

Doğu DKC'de gözlemlenen bir diğer sistem ise madencilerin belirli bir madende çalışmak için maden denetçilerine ve hükümete haftalık bir kira ödemek zorunda olmasıdır: "Bir madende çalışmak için ödenen haftalık ücret hemen hemen 7,50 $ değerinde olan (kelimenin tam anlamıyla) iki tatlı kaşığı dolusu koltandı" (Nest 2011, 43). Bisie madeninde 15.000 ila 25.000 kişi çalışmaktadır. Bu madenciler kalay çıkarmaktadır ve madene girmek ve madenden çıkmak için (çıkarılan madenleri satmak amacıyla) madeni kontrol eden silahlı gruba belirli ücretler ödemek zorundadırlar. Dayatılan ücretler o kadar yüksektir ki işçiler kapana kısıldıkları bu çalışma ilişkisinden asla çıkamazlar, köle durumundadırlar (Poulsen 2011, 41:15ff). DKC'nin madencilik endüstrisinde hem klasik kölelik biçimi hem de ranta ve angaryaya dayanan feodal kölelik biçimi mevcuttur. Marx bu iki modern öncesi üretim biçiminin ücretli emekten nasıl ayrıldığını açıklamaktadır: "Bu ücret-biçimi böylelikle, çalışma gününün gerekli emeğe ve artı emeğe, karşılığı ödenmiş ve ödenmemiş emeğe bölünüşünün her bir izini ortadan kaldırır. Bütün emek, karşılığı ödenmiş emek olarak görünür. Angarya sisteminde ise durum farklıdır. Bu sistemde serfin kendisi için ortaya koyduğu emek ile arazinin lordu için ortaya koyduğu zorunlu emek hem mekânsal hem de zamansal olarak açık bir şekilde ayrılmıştır. Köle emeğinde, çalışma gününün, kölenin yalnızca kendi geçim araçlarının değerini yerine koyduğu kısmı, yani aslında sadece kendisi için çalışmış olduğu kısmı bile, efendisi için ortaya koyduğu emek olarak görünür. Tüm emeği, karşılığı ödenmemiş emek olarak görünür. Ücretli emekte ise, aksine, artı emek ya da karşılığı ödenmemiş emek bile ücretli emek gibi görünür. Bir durumda, mülkiyet ilişkisi kölenin kendisi için ortaya koyduğu emeği gizlemekte; diğer durumda ise para ilişkisi ücretli emekçinin ücreti ödenmeyen emeğini gizlemektedir" (Marx 1867c, 680). Ücretli emekte, işçi iki kere özgürdür ve emek gücünü çalışma haftasının tamamında bir meta olarak satmaktadır. Klasik kölelikte, köle özgür değildir ve çalışma haftasının tamamında köle sahibinin mülkiyetindedir. Angarya sisteminde ise işçi çalışma haftasının bir kısmında köleyken diğer kısmında geçi-

mini kazanmak için gerekli diğer faaliyetleri yerine getirebilmek için özgürdür. "Köle belirli bir efendinin mülküdür; işçi kendisini gerçekten sermayeye satmak zorundadır fakat belirli bir sermaye sahibine satmak zorunda olmadığı için belirli sınırlar dâhilinde kendisini istediği kişiye satabilir; ve ayrıca efendisini değiştirebilir" (a.g.e, 1032). Kölelik ve ücretli emek biçimlerinin her ikisinde ortak olan şey belirli sınıf ilişkileri dâhilinde gerçekleşmeleridir; bu da, işçilerin karşılığı ödenmeyen artı emeklerini çalışma haftasının belirli bir kısmında sömüren sahiplerin var olduğu anlamına gelmektedir: "Artı emeği icat eden sermaye değildir. Her nerede toplumun bir kısmı üretim araçlarının tekeline sahipse, özgür olsun ya da olmasın işçi, kendi varlığını sürdürmek için gerekli emek zamanına, üretim araçlarına sahip olanların geçim araçlarını üretmek için fazladan bir emek zaman miktarını eklemek zorundadır; üretim araçlarının tekelini elinde bulunduran kimse, ister Atinalı bir kaloskagathon [aristokrat], Etrüsk bir teokrat, Romalı bir yurttaş, bir Norman baronu, Amerikalı bir köle sahibi, Eflaklı bir boyar, modern bir toprak sahibi ya da kapitalist olsun, bu hep böyledir" (a.g.e., 344-345). Free the Slaves (2011) çalışmasında, katılımcıların önemli bir kısmı borç köleliğiyle karşı karşıyaydı: Çok yüksek faizlerle borç alınan para, borçluları bir madende çalışmaya zorluyor. "Borcu ödemeyi olanaksız hâle getiren" dolandırıcı planlar yapılıyor (a.g.e, 14). "15 yaşındaki Jean, annesinin 100 $ tutarındaki borcunu ödeyecek parayı kazanabilmek için annesi tarafından yaşadığı kasaba olan Mubi'den 30 kilometre (yaklaşık 18 mil) uzaklıktaki Omate'ye gönderilmişti. Kızarmış keçi eti satan Jean aynı zamanda kazıcılık yapıyor. Annesi ve patronu çocuğun hizmetleri için patronun aylık 8000FC (Jean'la mülakat yapıldığında yaklaşık olarak 10 $) 'ödemesini' kararlaştırmışlardı; annesi bu ücretin 6000FC'sini alıyor ve patron da görünüşte çocuğun ihtiyaçlarını karşılamak için geri kalanını elinde tutuyor. Jean yalnızca eve gitmek, bir okula kayıt olmak ve küçük bir işletme sahibi olmak istediğini söylüyor" (a.g.e). Bu çalışmada ayrıca borç köleliğinin varlığı da belgelenmiştir. Bu kölelik biçiminde, kişi genelde uydurma suçlarla tutuklanmakta ve cezasının bir madende çalışmak olduğu söylenmektedir. Genellikle kadınların madenlerde çalışmasına izin verilmemektedir. Ancak kadınlar ma-

dencilikle bağlantılı çeşitli cinsel kölelik biçimleriyle karşı karşıya kalmaktadır; örneğin fuhuşla bağlantılı olarak bar sahibinin paranın bir kısmını ya da tümünü aldığı karşılığı ödenmeyen çalışma gibi. Kadınlar aynı zamanda tecavüzle, zoraki evliliklerle, askerler tarafından yapılan kadın sünnetiyle ve AIDS bulaşması tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Mülakat yapılan çocukların üçte biri, zorla bir silahlı gruba alındıklarını ve asker ya da madenci olarak çalıştırıldıklarını söylemekteydi. Bu özellikle Mai-Mai isyancı gruplarında, fakat aynı zamanda FARDC'de görülmekte olan bir durumdur. "Bir STK çalışanı durumu şu şekilde açıklamıştır: 'Eğer işçilere ücret ödeyemeyecek durumdaysanız en korunmasız olan ve yalnızca günün sonunda bir yemek verme sözüyle en sömürücü hallerle kandırılabilecek olan çocukları hedef alırsınız'" (a.g.e., 21). Mülakat yapılan çocukların (N= 31) %89'u kölelik şartları altında yaşamakta ve çalışmaktaydı. "Çocukların yaptıkları işler madenlerin kazılması, temizlenmesi, kürenmesi, toplanması ve nakliyesinin yanı sıra çekiçle cevher dövmeyi de kapsamaktadır" (a.g.e., 22). Hiç ücret ödenmemekte ya da yalnızca asgari geçimi karşılayabilecek ücretler ödenmektedir. Kongolu bir maden işçisinin ortalama ücreti günlük 1-3 $ arasında değişmektedir ve madencilerin %75'i, bu ücretle temel ihtiyaçlarını karşılayamamaktadır (Finnwatch 2007, 29). Köleler uzun saatler boyunca çalışmaktadır; neredeyse hiç sendika yoktur; olanlar ise çok zayıf sendikalardır, kötü, sağlığa ve hijyene aykırı yaşama koşulları görülmektedir, tıbbi malzeme ve hizmet eksikliği yaşanmakta ve bunun sonucu olarak da işçiler sürekli olarak hastalanmaktadır.

"Sendikalar mevcut olduğunda bile genelde zayıf ve gerçek bir değişim getiremeyecek durumda bulunurlar. Bazı durumlarda sendikalar tamamen işverenler tarafından kontrol edilmektedir; bu işverenler kendi amaçları için kullanmak adına temsilci seçimlerini etkilemektedir. Boss Madencilik'te (Camec) çalışan işçilere göre sendikaya üye olmak zorunludur. İşveren her ay, tüm işçilerin maaşından sendika aidatı olarak bir dolar kesmektedir. 'Yalnızca bir sendika vardır. Temsilciler seçtik fakat taleplerimiz hakkında Genel Müdürle konuşmak istediklerinde, onlar da Genel Müdür tarafından tehdit edildi. Sonunda grev yaptık çünkü temsilciler başarılı olamadı'" (Swed Watch 2007,

36). Bu örnek, EİT-bağlantılı doğal madenleri işleme endüstrisinde (kızıl yerine) sarı sendikaların varlığını göstermektedir. "Maden bölgelerinin sakinleri silahlı grupların kanun tanımazlığından kaynaklanan sürekli tehdidin yanı sıra sağlıklarına ve kişisel güvenliklerine yönelen sayısız tehditle de karşı karşıyadır. Madenciler temel ekipmandan yoksun bir şekilde çalışmakta ve toprak kayması, maden kuyusunun çökmesi ve oksijensiz kalma tehlikeleriyle karşılaşmaktadır. Yetersiz beslenme, tükenmişlik, fiziksel travma, yetersiz sağlık önlemleri, tıbbi tedavi eksikliği ve temiz içme suyu yetersizliği, sağlığa ilişkin kaygıların da aynı şekilde fazla olduğu anlamına gelmektedir. Sık görülen yaralanma ve hastalıklar şunları kapsamaktadır: göz yaralanmaları; silikozis; konjonktivit; bronşit; tüberküloz; astım, ishal, cilt lezyonları; çocuklarda ağır yükler yüzünden görülen kas ve kemik deformasyonları; apse, çürük ve lezyon gibi devamlı diş sorunları; tetanos; kırık ve burkulmalar; ve berelenmeler ve ciddi morarmalar. Bunlara ek olarak, yaygın uyuşturucu kullanımı ve cinsel yolla bulaşan hastalıkların etkileri sıralanabilir. Köleleştirilmiş madencilerin zaman zaman maden kuyularında sıkışık bir hâlde uyumaya zorlanmaları sonucunda oluşan yoğun kalabalık, bulaşıcı hastalıkların oldukça yaygın olması anlamına gelmektedir. Katılımcılardan biri, madende dört-beş yıl çalışmanın ardından bedenin 'tamamen bozulduğunu' belirtmiş; omurga ve akciğer hasarından ve havanın ve suyun aşırı kirliliği ve zehirli kimyasallara maruz kalma yüzünden daha da kötüleşen koşullardan bahsetmiştir" (Free the Slaves 2011, 7-8).

Free the Slaves (2011) çalışmasında, belgelenmiş olan köleliğin bir yandan fiziksel şiddet aracılığıyla işlemekte olduğu belirginleşmiştir: askerler, çocukları ve köylüleri silah zoruyla madenlerde köle olarak çalıştırmaktadır. Eğer çalışmayı reddederlerse işçileri öldürmekte veya onlara işkence etmektedirler. Ayrıca kadınlar şiddet kullanılarak askerlerle evlenmeye veya cinsel ilişkiye girmeye zorlanmaktadır. Ancak zorlama, sosyo-ekonomik bir biçim de almaktadır; köylüler yoksulluk içinde yaşadıkları ve yoksulluktan kurtulmayı umut ettikleri için maden işçisi ya da seks işçisi olarak çalışmak istemektedir. Örneğin: "11 yaşındaki Janine, Mubi'ye geldikten sonra cinsel köleliğe zorlanmıştır. Walikale'deki annesine destek olabilmek için bir

barda çalışmak zorunda kalmıştır. Janine kısa bir süre sonra, bir kızın 'bar işi' yapmasının, yerine getirdiği iş karşılığında bir ücret alamayacağı anlamına geldiğini keşfetmiştir. Bunun yerine kendisine 'cinsel hizmetleri için ona para ödeyecek adamlar tarafından görülme fırsatı verildiği' söylenmiştir. Gidecek başka bir yeri ve yiyecek hiçbir şeyi olmayan Janine, kendi sözleriyle 'bir kalıp sabun bulabilmek için' bar müşterileriyle fuhuş yapmaya zorlanmıştır. Hem CREDDHO [Centre de Recherche sur l'Environnement, la Démocratieet les Droits de l'Homme] [Çevre, Demokrasi ve İnsan Hakları Araştırma Merkezi] hem de ASSODIP [Associationpour le Développement des Initiatives Paysannes] [Köylü Girişimleri Kalkınma Derneği] annelerin bu şekilde reşit olmayan kızlarına fuhuş yaptırdığı durumları ortaya çıkarmıştır. Örneğin, 13 yaşındaki Solange, annesinin Omate'deki barında bir garson olarak çalışırken aynı zamanda bar müşterileriyle fuhuş da yapmaktadır" (a.g.e., 18). Kuzey Kivu'da köleleştirilmiş bir madenci olan Muhanga Kawaya, yaptığı işi şu şekilde tanımlamaktadır: "Küçücük delikte sürünürken, ellerinizi ve parmaklarınızı kullanarak kazıyorsunuz,doğru dürüst kazmak için yeterince boşluk yok ve her tarafınız kötü bir şekilde sıyrıklarla doluyor. Ve sonra, elinizde kalay taşıyla birlikte nihayet dışarı çıktığınızda, onu sizden silah zoruyla almak için bekleyen askerlerle karşılaşıyorsunuz. Bunun anlamı ekmek alabileceğiniz hiçbir şeyinizin olmamasıdır. Dolayısıyla biz her zaman açız" (Finnwatch 2007, 20).

6.6. Sonuç

Kullandığımız cep telefonlarının, bilgisayarların, dijital kameraların, sabit disklerin, oyun konsollarının ve MP3 çalarların hepsi, tamamen ya da kısmen, Doğu Kongolu madencilerin kanıyla kaplıdır: 2011 yılında DKC tüm dünyada üretilen kobaltın %53'ünü, kalayın %2,3'ünü (ABD Jeoloji Kurumu İstatistikleri 2012) ve tantalın %10'unu (Eichstaedt 2011, 140) üretmiştir. Yani durum, madenin türüne göre değişmektedir. DKC dünyanın en büyük kobalt üreticisi ve önemli tantal ve kalay üreticilerinden biridir. Bu olgulardan bağımsız olarak, Batılı şirketlerin ucuz maden talebi, Doğu DKC'deki şiddete, köleliğe ve sömürüye zemin hazırlayan önemli bir faktör olmuştur.

DKC'nin trajedisi, 20. ve 21. yüzyıllarda dünyanın en kanlı çatışmalarından birine ev sahipliği yapan ve maden kaynakları açısından zengin bir ülke olması ve çatışma madenleri biçimindeki bu çatışmanın, Batı'yla ve Batılı EİT endüstrisiyle bağlantılı olmasıdır. DKC 2011 yılında dünyanın en az gelişmiş ülkesiydi; oldukça yüksek bir eşitsizlik oranına (Gini) - %44,4 - sahipti; nüfusun %59,2'si (geçim için günlük 1,25$'ın altında bir gelirle) aşırı bir yoksulluk içinde yaşıyordu ve ortalama yaşam süresi 45 yıldı (UNHDR 2011). Savaş ve bölge sakinlerine değil de değer zincirinin sonundaki, özellikle Batılı şirketlere yarayan, emeğin ve ülke kaynaklarının neo-emperyalist sömürüsü, kapitalizmin tipik paradoksunu yaratmıştır; dünyanın doğal kaynaklar açısından en zengin ülkesi - dünya kobalt rezervinin %45'i, elmas rezervinin %25'i (ABD Jeoloji Kurumu İstatistikleri 2012) ve koltan rezervinin tahminlere göre %7-8'i (Nest 2011, 18-20) ila %64'ü (Gootnick 2008) DKC'de yer almaktadır, toplumsal olarak dünyanın en yoksul ülkesidir. Küresel EİT endüstrisinde Afrikalı şirketler neredeyse hiç bulunmamaktadır, daha ziyade Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Tayvan, Güney Kore, İsveç ve Finlandiya menşeili şirketler, hammadde olarak madenleri kullanan bilgisayar donanım endüstrisine egemen konumdadırlar: dünyanın en büyük bilgisayar, iletişim ekipmanı ve dış yüzey üreticileri Apple (ABD), HP (ABD), Dell (ABD), Fujitsu (Japonya) ve Quanta Computer (Tayvan); en büyük yarı iletken üreticileri Samsung (Güney Kore), Intel (ABD), Taiwan Semiconductor (Tayvan), Texas Instruments (ABD) ve Applied Materials (ABD); en büyük iletişim ekipmanı üreticileri Cisco (ABD), Qualcomm (ABD), Ericsson (İsveç), Corning (ABD) ve Nokia (Finlandiya)'dır (Forbes 2000, 2012). Bu, nihai ürünlerin (bir cep telefonu, bilgisayar, yazıcı, vb.) satışından kazanılan kârın Batılı Şirket hissedarlarının cebine gittiğini; oysa bu ürünlerin temelini oluşturan hammaddelerin dolaysız çıkarıcılarının genellikle acımasız çalışma koşullarıyla karşılaştığını ve zar zor hayatta kalabildiğini göstermektedir. En büyük tantal işleyicileri ABD'li Cabot ve Almanyalı H.C. Starck'tır (Nest 2011, 12). 2011 yılında en büyük kalay işleyicileri Yunnan Tin (Çin), Malaysia Smelting Corporation, PT Timah (Endonezya) ve Minsur (Peru)'dur (ITRI 2011). 2010 yılında

kobalt işleyicisi olarak en büyük ülke Çin'di ve dünya kapasitesinin %43,9'unu Çin karşılıyordu (Shedd 2012). Kobalt işleyen en büyük Çin şirketleri Jinchuan, Zhejiang Huayou Cobalt Nickel Materials Co. Ltd., Zhejiang Galico Cobalt & Nickel Material Co. Ltd. ve Ganzhou Yi Hao Umicore Industries'tir (a.g.e.). Aynı yıl dünyada çıkarılan kobaltın %51'i DKC'den çıkarıldığı halde, yine aynı yıl dünyada işlenen kobaltın %8,8'ini DKC işlemiştir (Yager 2012). Dünyanın en büyük 400 şirketi arasında yer alan, en büyük ve en çok kâr eden madencilik ve metal üretimi şirketlerine sahip olan ülkeler Avustralya, Brezilya, Birleşik Krallık, İsviçre, Çin, Kanada ve Rusya'dır (Forbes 2000, 2012). Bu da, Afrika'nın (Güney Afrika dışında) genel olarak metal üreticisi değil, yalnızca eritilip işlenmek ve böylece daha fazla kâr için satılmak üzere diğer ülkelere satılan madenlerin çıkarıcısı olduğunu göstermektedir. Afrikalı ülkeler, değer zincirinin en aşağısında yer almaktadır: yüksek derecede sömürülen emeğin bulunduğu ülkelerdir ve EİT endüstrisinde ve metale ihtiyaç duyan diğer endüstrilerde (örneğin benzer bir analiz, otomobil endüstrisi için de yapılabilir; dünyanın en büyük 2000 şirketi arasında yer alan tek bir Afrikalı büyük otomobil imalatçısı bulunmamaktadır) elde edilen toplam kârın çok küçük bir kısmını elde etmektedir.

Çalışır durumdaki bir EİT aracı elde etmek için, çıkarılan madenler EİT bileşenlerinin imalatı ve montajında kullanılmak zorundadır. Sonraki bölümde örnek olarak Çin'de bulunan Foxconn'daki EİT montajı ve imalatı ele alınacaktır.

7 –Foxconn'da Sömürü

İlkel Birikim ve Emeğin Biçimsel Boyunduruğu

Bir Apple Macintosh, iPad, iPod veya iPhone'a sahip misiniz? Hiç bunların montajını, kimin ve hangi koşullar altında yaptığını düşündünüz mü? Apple firmasını düşünün. İstemsiz olarak hangi isimlerle özdeşleştiriyorsunuz? Şu isimlerden biri olmadığı kesin: Rong Bo, Ma Xianqian, Li Hongliang, Tian Yu, Li Wei, Liu Zhijun, Rao Shuqin, Ning, Lu Xin, Zhu Chenming, Liang Chao, Nan Chang, Li Hai, He, Chen Lin, Liu, Liu Ming. Ve şu iki isimden biri olması yüksek ihtimal: Steve Jobs ve Steve Wozniak. 17 Çince isim, Ocak ve Ağustos 2010 tarihleri arasında, Apple ve diğer EİT ürünlerinin montajının yapıldığı fabrikalardaki kötü çalışma koşullarına artık dayanamadığı için intihar eden 17 Foxconn işçisinin ismi. Çoğunlukla dünyada tanınmıyorlar. Buna karşın, Steve Jobs ve Steve Wozniak Apple firmasının kurucuları olarak bütün dünyada biliniyorlar. Egemenler tarihi yazsa da, egemenlere karşı mücadele edenler tarihi yapıyor. Bu bölümün amacı, her gün kullandığımız bilgisayar teknolojilerini yaratanların hikâyelerini hatırlatmaya yardımcı olmaktır. Bu bölüm, dünyanın en büyük EİT imalat ve montaj şirketlerinden biri olan Foxconn'daki çalışma koşullarının hikâyesini anlatıyor; konuşmak, yazmak, dinlemek ve izlemek için her gün kullandığımız telefonlara, bilgisayarlara, ekranlara ve dizüstü bilgisayarlara kazınmış olan bir emperyalizm ve sömürü hikâyesini. Çoğu EİT aygıtının hikâyesi, yüksek derecede sömürülen işçilerin çoğunlukla bilinmeyen hikâyesidir.

7.1. Giriş

2011 yılında, Çin'de, Gini katsayısıyla ölçülen gelir eşitsizliği %41,5, erişkin okuma yazma bilmeme oranı %6, sağlıklı yaşam beklentisi 66 yıldı; nüfusun %12,5'i çok boyutlu yoksulluk ve %4,5'i aşırı yoksulluk içerisinde yaşamaktaydı ve nüfusun %15,9'u günlük 1,25 dolardan daha az gelirle yaşamak zorundaydı (UNHDR 2011). Bu veriler, Çin'in, yoksulluk ve cehaletle mücadelede başarılı olurken, aynı zamanda yüksek düzeyde sosyo-ekonomik eşitsizliğe de sahip olan bir orta düzey gelişmekte olan ülke durumuna eriştiğini göstermektedir. Küresel bilgisayar donanımı pazarı Amerikalı ve Tayvanlı şirketlerin egemenliğindedir: 2012 yılında Forbes 2000 dünyanın en büyük şirketleri listesinde yer alan 12 donanım şirketinden 3'ü, dünyanın en büyük donanım şirketleri olan ve dünyanın en büyük 200 şirketi içerisinde de yer alan Amerika merkezli (Apple, HP, Dell) şirketlerdir. Listede 7 Tayvanlı şirket varken, sadece 1 Çinli bilgisayar donanım üreticisi (Linovo) (Forbes 2000, 2012) vardır. Listelenmiş 15 yazılım şirketinden 10 tanesi (Microsoft, Oracle, Symantec, vb.) Amerika Birleşik Devletleri merkezliyken, hiçbirinin yönetim merkezi Çin'de değil. Forbes 2000 listesinde 29 yarı iletken üreticisi yer almaktadır, bunların en büyüklerinden 14'ü Amerikalı ve 4 tanesi Tayvanlı, ancak, yine, hiçbiri Çin'den değil. Bilgisayar depolama pazarında, Forbes 2000 listesindeki 4 Amerikalı şirketle kıyaslandığında sadece 1 adet Çinli şirket (Tencent Holdings) yer almaktadır. Yazılım hizmetlerinde, en büyük şirketler Amerika Birleşik Devletleri'ndedir (IBM, Google). Amerika, dünyanın en büyük 20 yazılım hizmet sağlayıcılarının 8 tanesine, Çin ise 3 tanesine (Tencent Holdings, Baidu, Netease) sahiptir. Hindistan ve Fransa'nın da 3 tanedir. En büyük telekomünikasyon teçhizat şirketleri Amerika (Cisco, Qualcomm, Corning), İsveç (Ericsson) ve Finlandiya (Nokia) merkezliyken, bu listede sadece 1 adet Çinli şirket (ZTE) vardır. Bu, Çinli şirketlerin küresel EİT sanayisinde bir payı olsa da, Amerika tarafından hükmedilen bir yapının içerisine eklemlendiğini göstermektedir. Tüketici elektroniği üretimi Japonya'nın egemenliğindedir, Japonya (2012) Forbes 2000 listesinde bu alanda yer alan 12 şirketten 8'ine sahiptir (Panasonic, Fujifilm, Sony, Nintendo, vb.). Ayrıca

iki Çinli şirket bu listede yer almaktadır: TCL Corporation (TV'ler, video kameralar, telefonlar) ve Great Wall Technology (bellek, güç kaynağı, ekranlar, bilgisayarlar, LCD TV'ler). Telekomünikasyon pazarı, nitelik olarak güçlü bir şekilde ulusaldır, 2012'deki Forbes 2000'nin bir parçası olan 62 telekomünikasyon şirketi listesinde 37 farklı ülke temsil edilmektedir. Bu 62 şirketten 3 tanesi Çinlidir (ChinaTelecom, China Mobile, China Unicom). Bu veriler, Çin'in, EİT sanayisinde önemli ancak baskın olmayan bir oyuncu olduğunu ve bu sanayinin Amerika (donanım, yazılım, yarı iletkenler, yazılım hizmetleri, telekomünikasyon, teçhizat), Tayvan (donanım) ve Japonya'nın (tüketici elektroniği) egemenliğinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 7.1 ve 7.2, Çin bilgisayar donanımı çıktılarının on yıllık gelişimini göstermektedir. 2011 yılında 320 milyon mikrobilgisayar imal edilmiştir. Aynı yılda bir milyardan fazla mobil telefon üretilmiştir. 2001-2010 döneminde, imal edilen tümleşik devre sayısı 2,2 milyardan 7,4 milyara yükselmiştir. Yu Hong (2011, 50–51, 55), Çin EİT sanayisinde 2003 ve 2007 yıllarında bilgisayar, elektronik bileşenler ve telekomünikasyon teçhizatlarının birincil çıktı (milyar CNY, Çin'in resmi para birimi, ile ölçülen) olduğunu, özellikle telekomünikasyon teçhizatı ve bilgisayarların büyük doğrudan yabancı yatırımların ilgisini çektiğini ve bilgisayar ve elektronik bileşenlerin ihraç edildiğini gösteren verileri sunmaktadır. 2011 yılında, başlıca Çin ihracatı veri işleme bileşenleri/makineleri (ihracat değeri: 176,3 milyar dolar) ve giysilerdir (153,2 milyar dolar) (Çin Ulusal İstatistik Bürosu 2012). Çin ihracatlarının %52,4'ü yabancılarca finanse edilmiştir (a.g.e.). Hong (2011, 63–64), EİT ihracatlarının yabancı sermaye ile Çinli şirketlerle yabancı şirketlerin ortak teşebbüsünün egemenliğinde olduğunu gösteren verileri sunmuştur. 2007 yılında, bilgisayar imalatında 1,3 milyon insan, elektronik bileşen imalatında 2,1 milyon insan istihdam edilmişti (a.g.e, 55). Bu çalışanların büyük bir kısmı montajcı ve satış işçileriydi (a.g.e., 53). Çin EİT sanayisi, yabancı şirketlerin egemenliğindedir: 2005 yılında bu şirketler, bu sanayinin kârlarının %76,5'ine tekabül etmekteydi, ancak hükümetin özel muameleleri nedeniyle EİT sanayi toplam vergilerin sadece %42,3'üne tekabül etmiştir (a.g.e., 38).

	2001	2010
Tümleşik devreler	2,2 milyar	7,4 milyar
Baskılı devre kartları	382 milyon kadem kare [35 milyon metrekare]	1,1 milyar kadem kare [120 milyon metrekare]
Işık yayan diyotlar	1,96 milyar	30,3 milyar

Kaynak: Çin Cumhuriyeti İstatistik Yıllığı (2010)

Tablo 7.1 Çin'de EİT donanım üretiminin gelişmesi

	2011
Tümleşik devreler	7,2 milyar
Mikrobilgisayarlar	320 milyon
Renkli TV takımları	122 milyon
LCD TV takımları	103 milyon
Mobil telefonlar	1,1 milyar

Kaynak: Çin Ulusal İstatistik Bürosu (2012)

Tablo 7.2 Çin'deki 2011 yılı EİT donanım üretimi

Bu veriler, Çin'in, elektronik ve elbise imalatına, ucuz emek ve araziye ve ulusötesi şirketlerin egemenliğine fazlasıyla dayanan ihracata yönelik bir ekonomiye sahip olduğunu göstermektedir (Zhao 2010a). Çin, 2006 yılında dünyanın ikinci büyük EİT imalatçısı (Hong 2011, 2) ve 2004 yılında dünyanın en büyük dizüstü, mobil telefon, renkli ve LCD ekran ve anahtarlayıcı üreticisi olmuştur (59).

Yayıncılık sanayisinde, 2010 yılında, resmi istatistiklere göre (*Çin Cumhuriyeti İstatistik Yıllığı* 2010) Çin'deki bütün yayıncıların (gazete, süreli yayın ve magazin, kitap, yazılım ve diğer yayınları içeren) %4,4'üne tekabül eden 148 yazılım yayıncısı vardı. Bu, Çin'de yazılım sanayisinin diğer medya sanayilerine göre nispeten küçük olduğunu göstermektedir. Jack Qiu (2009, 93–94), Çin'deki yabancı sermaye yatırımlarının özellikle elektronik sanayiye odaklandığını savunmaktadır. Qiu (a.g.e.), 1978'de Deng Xiaoping'in "Çinli niteliklerivle piyasa sosyalizmi"ni (kimileri bunun yerine "Çinli niteliklerivle neoliberalizm" ifadesini tercih etmekte, Harvey 2007, bölüm 7) hayata geçiren "piyasa sosyalizmi" reformlarını uygulama programını başlattığından beri tarım, balıkçılık ve madencilikte istihdamda büyük çapta azalma olduğunu ve imalat ve düşük vasıflı hizmet istihdamında [bu azalmaya] denk bir artış olduğunu gösteren istatistikler sunmuş-

tur. Yuezhi Zhao (2007a, 2008), Çin'deki dijital devrimin "Çin devletinin, Çin ekonomisini gittikçe liberalleştirdiği ve piyasa güçlerini teşvik ettiği bir süreçte olduğunu" ikna edici bir şekilde öne sürmüştür (Zhao 2007a, 100). Çin'de EİT'nin yükselişi, ayrıca tekno-milliyetçilik, askeri-sınai çıkarlar, "Çin'in kentsel orta sınıfının tüketim önceliklerivle birlikte yerel bürokratik ve uluslararası şirket sermayesinin çakışan çıkarları" aracılığıyla başarılmıştır. "Bu nedenle, doğası gereği, Çin genelinde onmilyonlarca kişinin yüz yüze kaldığı derinleşen ekonomik eşitsizlik ve her tarafa yayılan toplumsal adaletsizlikle bağlantılıdır. [...] 1990'lar boyunca Çin ekonomisi katlanarak büyürken ve telekomünikasyon pazarının genişlemesi devlet planlamacılarının beklentilerini defalarca aşarken [...], eşitsizlik de katlanarak büyümüştür" (Zhao 2007a, 101). Çin, Dallas Smythe'ın (1994) 1970'lerin başında Çin'i ziyaret ettiğinde hakkında uyardığı tüketimcilik [consumerism] ve kapitalizmi tamamen kucaklamıştır. Çin'in sanayi ve EİT sanayisi, "Çin'in EİT sanayilerini küreselleşmiş üretim zincirinde aşağı akım sanayi kümesi olarak yapılandıran" ve "EİT üretiminde yabancı sermayenin egemenliğini kurmuş" olan "DYY'ye [Doğrudan Yabancı Yatırımlar] dost, ihracata bağımlı ve piyasa köktenci politika çerçevesine" dayanmaktadır (Hong 2011, 80).

7.2. Foxconn'un Uluslararası Dijital İşbölümü İçerisindeki Üretici Güçleri: Emek Gücü ve Emeğin Nesneleri, Araçları ve Ürünleri

Hon Hai Precision (Foxconn olarak da biliniyor) "bağlantı parçaları, kablo, kasalar, kablolu/kablosuz iletişim ürünleri, optik ürünler, güç kaynağı birimleri ve enformasyon teknolojileri, iletişim, otomotiv teçhizatı, hassas kalıp, otomobil ve tüketici elektroniği sanayilerinde kullanılmak üzere tertibatlar işleyen ve satan" Tayvanlı bir şirkettir.[1] Genel merkezi Tayvan'dadır. 47,3 milyar dolar aktifle, 37,8 milyar dolar piyasa değeri, 102,7 milyar dolar satış ve 2,6 milyar dolar kârla, 2012 yılında dünyanın en büyük 156. şirketiydi (Forbes 2000, 2012).

[1] Şirket profili: http://www.forbes.com/companies/hon-hai-precision (erişim tarihi: 27 Aralık 2012).

2012 yılında 995.000 çalışana sahipti (a.g.e.). Terry Gou şirketin kurucusu ve yönetim kurulu başkanıdır. Dünyanın en zengin 184. insanıdır ve 2012 yılında servetinin miktarı 5,5 milyar dolar tutarındaydı (Forbes: The World's Billionaires 2012). CNN Global 500'e (2012) göre, Foxconn dünyanın en büyük beşinci tüzel işverenidir. 2010 yılında, Çin'de 900.000 işçiye sahipti, bunların 420.000'i Shenzen fabrikasında çalışmaktaydı (SACOM 2010, 10). Foxconn, 2011 yılında Çin'deki işgücünü, çoğunluğunu kırsal kesimlerden gelen genç göçmen işçilerin oluşturduğu, bir milyona büyüttü (SACOM 2011a). Foxconn'un işçilerinin büyük bir kısmı Chengdu, Chongdinq, Guanlan ve Longhua (Shenzhen'deki iki bölge), Hangzhou, Kunshan, Langfang, Nanhai (Foshan şehrinde), Taiyuan, Tianjin ve Zhengzhou gibi Çinli fabrikalarda bulunmaktadır. Foxconn iPad, iMac, iPhone, Kindle ve çeşitli oyun konsollarının (Sony, Nintendo, Microsoft) montajını yapmaktadır. Müşterileri Apple, Dell, HP, Motorola, Nokia, Sony ve Sony Ericsson gibi Batılı şirketlerdir (SACOM 2010, 4).

7.3. Uluslararası Dijital İşbölümü İçerisinde Foxconn'un Üretim İlişkileri

Rong Bo. Ma Xianqian. Li Hongliang. Tian Yu. Li Wei. Liu Zhijun. Rao Shuqin. Ning. Lu Xin. Zhu Chenming. Liang Chao. Nan Chang. Li Hai. He. Chen Lin. Liu. Liu Ming.[2]

Bunlar, Ocak-Ağustos 2010 tarihleri arasında intihara yeltenen 17 Foxconn işçisinin adıdır. 12'si erkek, 7'si kadın, yaşları 17-25 aralığındaydı; 16'sı Foxconn binalarından atlayarak intihara yeltenirken, biri bileklerini keserek bunu denedi. Dördü sağ kaldı. İntiharların iki tanesi Langfang fabrikasında, dört tanesi Guanlan fabrikası, dokuz tanesi Longhua fabrikasında, bir tanesi Nanhai fabrikasında ve bir tanesi de Kunshan fabrikasında (SACOM 2010, 2) gerçekleşti. Steve Jobs öldü. Ve kesinlikle çoğu insan tarafından Apple firmasını kuran kişi olarak hatırlanacak. Bu 17 genç işçiden on üç tanesi öldü. Kaç insan isimlerini şimdiye kadar duymuştur? Kaç insan isimlerini hatırlayacaktır? Toplum, iktidarda olanları hatırlamaya ve bu iktidarın üzerine

[2] SACOM 2010, 2.

kurulu olduğu emeğin, terin ve kanın sahiplerini unutmaya eğilimlidir. Çünkü sınıflı bir toplumun, kolektif bir sınıf belleği vardır.

Students and Scholars against Corporate Mis behaviour [Şirket Kötü Davranışına karşı olan Öğrenciler ve Bilim İnsanları] (SACOM 2010), Shenzen ve Hangzhou'daki 100 Foxconn işçisiyle mülakat ve gözleme dayalı bir çalışma gerçekleştirdi. Haziran 2010'da, Foxconn Shenzen işçilerinin temel ücreti ayda 1200 CNY (Çin para birimi) idi, bu yaklaşık olarak 120 GBP (İngiliz Sterlin'i) [30 Haziran 2010'da 1 Sterlin = 2,3645 TL] civarında ve yerel asgari ücretten 100 CNY daha yüksektir (SACOM 2010, 6). Aynı dönemde temel ücret, Foxconn Hangzhou'da 1250 CNY, Foxconn Kunshan'da 1110 CNY, Foxconn Wuhan'da 950 CNY ve Foxconn Tianjin 940 CNY idi (a.g.e.). SACOM (2010) yaşamı sürdürebilmek için gerekli olan geçinmeye yetecek ücreti Shenzen için 2293 CNY, Hangzhou için 2173 CNY, Kunshan için 2000 CNY, Wuhan için 1754 CNY ve Tianjin için 1685 CNY olarak hesaplamıştır.

2008 yılında, Foxconn Guanlan işçileri, her ay ortalama olarak 120 saat fazla mesai yaptılar (SACOM 2010, 7). Foxconn Shenzhen'deki bir mühendis şöyle diyor: "İlk nesil iPad'leri biz ürettik. Altı aylık bir dönem boyunca meşguldük ve Pazar günleri bile çalışmak zorundaydık. Sadece 13 günde bir istirahatimiz vardı. Ve hafta sonları için fazla mesai primi yoktu. Günde 12 saat çalışmak beni gerçekten tüketmişti" (a.g.e.). Foxconn Hangzhou'da, hafta sonu fazla mesaileri yasanın gerektirdiği şekilde 2 kat yerine yalnızca 1,5 kat olarak ödenmekteydi. Foxconn Taiyuan'da, ayda 80 saati aşan fazla mesailerin karşılığı ödenmemekteydi. Vardiya başlangıcından önce gün başına bir saat kadar süren karşılığı ödenmeyen çalışma toplanmaları belgelenmişti. SACOM (2010) ayrıca yaygın çalışma vardiya değişimlerini, gün başına 10 saatten fazla olan düzenli çalışma zamanı, mola eksikliği, tekdüze çalışma, benzen veya lehim macunu gibi kimyasalların neden olduğu fiziksel zarar, koruyucu elbise ve teçhizatların eksikliği, meslek okulundan öğrencilerin (okul yönetimleriyle anlaşma içerisinde) eğitimlerine yardımcı olmayan düzenli montaj çalışması gerçekleştiren stajyerler olarak zorla kullanımı, her yatakhanede birbirini tanı-

mayan 6-22 işçinin olduğu hapishane benzeri barınma koşulları (SACOM 2011a, 18), şirket yetkilileri ve işçilerin güvenmediği kişilerce yönetilen sarı sendikaları belgelemiştir. Foxconn Longhua'daki bir işçi, sendika "genellikle yönetim lehine davranmaktadır. Sendika işçileri, kariyerlerini güvence altına almak için yönetimi memnun etmeye eğilimlidir" (SACOM 2010, 21) görüşünü belirtmektedir. Ayrıca yemeğin de son derece tiksindirici olduğu da raporlanmıştır. Chongqing Foxconn fabrikasındaki bir işçi "İlk gün, kantindeki yemeği yedikten sonra neredeyse kusuyordum. Bundan daha kötü tada sahip bir şeyi hiç yememiştim" (SACOM 2011a, 18) dedi.

İntihar girişiminden sonra sağ kalan 17 yaşındaki kadın işçi Tian Yu, Foxconn Longhua'da sabah 7'den akşam 7'ye kadar çalışmak zorunda olduğunu söyledi (Qiu 2010b). "Fabrikada biri beni azarladı". Gözetmen, kadının [Tian Yu] çok yavaş çalıştığını öne sürdü. Yu, maaşının zamanında ödenmediğini ve kendisine maaşını, maaşı hakkında hiç kimsenin bir şey bilmediği başka bir fabrika kampüsünden alması gerektiğinin söylendiğini belirtti.

SACOM (2011a) Shenzen, Chengdu ve Chongdinq'de, Foxconn intiharlarından bir yıl sonra çalışma koşullarının değişip değişmediğini araştırmak için 120 işçiyle mülakatlar yaptı. Foxconn Chengdu fabrikasında Apple ürünleri montajını yapan görüşülen kimseler, iş ilanları ve hükümet duyurularında ayda 1600-2500 CNY vaat edilirken, gerçekte 950 CNY verildiği için aldatıldıklarını ve yanlış yönlendirildiklerini düşünmekteydi. Önceki çalışmada belgelenen kötü çalışma koşulları doğrulandı. Üstelik araştırmacılar ayrıca hiçbir zaman düzeltilmeyen ve işçilerin (patron tarafından saklanan ama işçiye bir nüshasının verilmediği) sözleşmelerinde güvence altına alınmış ücretlerden daha düşük ücretlere terk eden ücret yanlış hesaplamalarını da bulmuşlardır. Chengdu'daki çıplak maaş 2011 yılında 950 CNY, gıda ve barınma ödenekleri dahil edildiğinde 1300 CNY idi, oysa ki Engel Yasası'na [Engel Yasası'na göre, gıda harcamaları oranı toplam harcama artsa bile azalmaktadır.] göre 2600 CNY olması gerekiyordu. SACOM (2011b), iPhone'ların imal edildiği Zhengzhou'daki Foxconn'a ait3 üretim tesisindeki işçilerle mülakatlar düzenledi. Çalışma,

önceden belgelenmiş olan kötü çalışma koşullarını doğruladı. 2012 yılında, SACOM (2012) Zhengzhou'daki işçilerle yapılan 60 mülakatı içeren bir izleme çalışması gerçekleştirdi. Araştırmacılar (yine) aşırı fazla mesai, iPhone 5'in piyasaya çıkmasından kaynaklı çalışma saatlerinde artma, karşılıksız fazla mesai, tekdüze çalışma, molaların eksikliği, sözleşmeli çalışma, sağlık ve güvenlik tehditleri, askeri yönetim biçimi, zorunlu stajyer öğrencilerin sömürülmesi, keyfi yer değiştirme, hatalı davranışı bildirmek için itiraf mektupları yazmak zorunda olan işçiler ve sarı bir sendikayla karşılaştılar. 30 yaşındaki bir işçi şunu bildirmekte: "Şimdi, bizim, sadece 13 iş gününden birinde izin günümüz var. Makine operatörlerinin, bir ay boyunca hiçbir izin günü yok. İşten izinli ayrılmak oldukça zor. Apple Foxconn için herşey. [...] Düşük ücretlerimizle bir iPhone satın alabileceğimi sanmıyorum. [...] Apple konusunda hayal kırıklığı hissediyorum. Sadece kâr yapmayı amaçlıyor" (a.g.e., 4–5). 21 yaşında bir işçi şöyle açıklamakta: "Şimdi, iPhone 5 siparişlerini tamamlamak için koşturmak zorunda olduğumuz için, yönetim insafsız davranıyor. Son 30 günde hiçbir izin günüm olmadı" (a.g.e., 5).

World Economy, Ecologyand Development [Dünya Ekonomi, Çevre ve Kalkınma] (WEED) ve SACOM; AMD, Fujitsu Siemens ve Intel için anakartlar, yongalar ve grafik kartları montajı yapan Excelsior Electronics şirketinde ve Dell, Lenovo ve Nokia gibi firmalar tarafından kullanılan baskı devreleri imal eden Compeq Technology şirketinde çok benzer kötü çalışma koşullarıyla karşılaştılar (WEED ve SACOM 2008). Bu, Foxconn örneğinin tekil bir örnek olmadığını, aksine UDİ [Uluslararası Dijital İşbölümü] açısından daha büyük bir eğilimin izlendiğini göstermektedir. Adil Emek Örgütü [The Fair Labor Association] (2012) Foxconn Chengdu, Guanlan ve Longhua'da istihdam edilen 35168 katılımcıyla bir anket çalışması gerçekleştirdi. Anket, ortalama çalışma saatinin haftada 56,07 saat olduğunu, son üç aydaki ortalama azami çalışma miktarının 61,05 saat olduğunu ve son üç aydaki hiç dinlenmeden geçirilen ortalama en uzun dönemin 11,57 gün olduğunu göstermiştir. Katılımcıların %64,3'ü, maaşlarının temel ihtiyaçlarını karşılamadığını düşünmektedir. Chengdu'da, katılımcıların %72'si aynı şekilde düşünüyor, kantindeki yemeğin iyi olduğu-

na %71,8'i katılmıyor, %78,6'sı da tamamen katılmıyor ve %78,6'sı da yatakhanenin biraz kalabalık veya kalabalık olduğunu düşünüyor. Ankette, Longhua'daki işçilerin %4,9'u, Guanlan'dakilerin %59'u, Chengdu'dakilerin %71'i bazen çalıştıktan sonra bedensel ağrı çektiklerini; %70,2'si sendikaların karar vermeye katılıp katılmadığını bilmediklerini; %61,4'ü de işlerinin stresli olduğuna katıldığını ve tamamen katıldığını belirtmiştir. İşçilere eğer fırsat verilseydi değiştirecekleri üç şey soruldu: Ücretler en yüksek öncelikliydi, onu sosyal yardımlar/ödenekler, yemek kalitesi ve çalışma saatleri izlemekteydi. Sadece %22,1'i sendika üyesi olduğunu söyledi. Katılımcıların %72,2'sinin hepsi göçmen işçiydi, ki bu oldukça anlamlıdır, çünkü bu işçiler, çoğunlukla ayrımcı uygulamalar nedeniyle, düşük ücretli tekdüzeleşmiş görevleri yerine getirmekteler ve Hukou sisteminin [Çin'deki hane kayıt sistemi] bir sonucu olarak resmen kırsal yurttaşlar şeklinde, çalıştıkları kentsel merkezlere ait olmayan ve dolayısıyla kamu hizmetlerine erişimi engellenen ve bu hizmetlerde ayrımcılığa uğrayan kişiler olarak görüldükleri için, işverenlerin ortaya koyduğu baskılara karşı oldukça savunmasızlar (Qiu 2009, 4. ve 6. bölüm). Resmi istatistiklere göre, 2011 yılında Çin'de, 2010 yılına göre %4,4'lük bir artışla, 252,78 milyon göçmen işçi vardı (Çin Ulusal İstatistik Bürosu 2012). Kırsal yoksulluk, Çinli genç kırsal nüfusun kentsel bölgelere göç etmesinin temel nedenidir (Hong 2011, 5. bölüm). "Kentsel tutkular tarafından çekilirken, kötü kentsel deneyimlerce itilme, sık iş değiştirmeyi uzlaşılan seçenek olarak ortaya çıkarıyor ve göçmen işçiler için kendine özgü bir yaşam yörüngesi oluşturuyor" (a.g.e, 202).

2001-2005 yılları arasında, hükümetin kırsal alanlara el koymasıyla, 40 milyon topraksız köylü yaratıldı, bu da şehirlere göçü daha da tırmandırdı (a.g.e., 204). Çinli köylülere olan tam da Marx'ın (1867c), 15. ve 16. yüzyılda Avrupa'da başlayan ve ilkel birikim olarak adlandırdığı süreçtir: İlkel birikim "köylüleri kovma ve ortak topraklara el koyma yoluyla, görülmedik büyüklükte bir proletarya" yaratmıştır (a.g.e., 878 [Yordam, s. 690]). "Ama öte yandan, bu yeni kurtarılmış insanlar, ancak, bütün [kırsal] üretim araçlarından ve eski feodal düzenin kendilerine sağladığı bütün yaşama güvencelerinden yoksun bırakıldıktan sonra, kendi kendilerinin satıcıları durumuna gelir. Ve

onların mülksüzleştirilmesinin öyküsü, insanlık tarihine kandan ve ateşten harflerle yazılmıştır" (a.g.e., 875 [Yordam, s. 688]).

Foxconn, tipik bir Çin EİT ekonomisi şirketidir. Şirketin istihdam ilişkileri, istatistiksel çözümleme ve Çinli işçilerle yaptığı 63 mülakata dayanarak Yu Hong (2011, 3. ve 5. bölümler) tarafından ayrıntılı olarak çözümlenmiştir: EİT sanayisine yapılan yüksek düzeydeki dolaysız yabancı yatırımlar milyonlarca istihdam yaratırken, gelgelim, bunlar daha çok "yarı vasıflı, geleceksiz ve düzensiz montaj işleridir" (a.g.e, 103). Düşük ücretle, düşük iş ve sosyal güvenceyle, düşük vasıfla, tekrar eden ve emek yoğun çalışmayla, işçi sağlığı tehlikesiyle ve uzun çalışma saatleriyle nitelenen enformel mevkilerdir. Çin EİT sanayisindeki bu işçilerin büyük bir kısmı genç, kadın ve kırsal göçmenlerdir. Bu işçileri istihdam eden şirketlerin büyük bir kısmı Guangdong ve Fujian eyaletlerindedir (a.g.e, 112). "EİT'nin, DYY güdümlü ve dışa dönük geliştirme biçimi, bölgesel bazda kümelenmiş, çoğunlukla köylü temelli, yarı vasıflı, düzensiz istihdam edilen ve çoğunlukla kadın beden işçilerinden oluşan yeni bir işçi sınıfı tabakası yaratmıştır" (a.g.e., 113).

Adil Emek Örgütü (FLA), gözlemlediği şirketlerin büyük bir kısmının, onun en büyük bağışçısı olması nedeniyle eleştirilmektedir. Bundan dolayı, örneğin, 2012 yılında Foxconn'a ilişkin Adil Emek Örgütü (2012) çalışmasının başladığı zamanda, Apple FLA'nın ücretli şirket üyesi oldu. FLA'nın yönetim kurulu başkanı AuretvanHeerden, Foxconn'da rehber eşliğinde bir turdan sonra, "Foxconn gerçekten bir terhane [sweatshop] değil" yorumunu yapmıştır (Greenhouse 2012). Bu görüş, herhangi bir gözleme dayalı incelemeden önce yapılmıştı ve FLA bu görüş nedeniyle yanlı ve peşin hükümlü olmakla oldukça eleştirilmiştir (a.g.e.). SACOM, "FLA, Apple'dan bağımsız değildir ve üyelerinin düşük birim fiyatı ve kısa teslimat süresini eleştirmez" iddiasındadır (SACOM 2012, 10). Dolayısıyla, SACOM, FLA'nın (2012) fazla mesainin nedeni olarak yüksek işçi devri savını da eleştirmektedir. SACOM'un (kuramsal olarak doğru) bakış açısı "yüksek devir, aşırı fazla mesainin temel nedeni olmak yerine, iş tatminsizliğinin bir belirtisidir" şeklindedir (SACOM 2012, 3). FLA çalışması

geniş ölçekli olma avantajına ve işçilerin büyük bir kısmına ulaşabilme olasılığına sahiptir. Aynı zamanda, FLA'nın bağımsızlığı tartışma konusudur. Bu da, şirket dostu bir şekilde gerçekleştirdiği anket ve mülakatları etkileyebilir ve eğer anket resmi olarak şirket içerisinde ve yönetim tarafından başlatılır/desteklenir bir şekilde yapılırsa, işçiler baskı altında hissederek, doğru bir şekilde yanıt vermekten çekinebilirler. Gerçek isimlerinin saklanacağına ilişkin güvenceye yönelik korkuları bulunmaktadır. Tersine, SACOM mülakatları gayrı resmi ve isimsiz olarak gerçekleştirmektedir. Fabrikalarda öğrenciler çalışmaya başlıyor, işçilerle temas kuruyor ve daha sonra onlarla özel bir şekilde oluşturulmuş ortamda mülakat yapılıyor. Bu yöntem, daha gerçekçi sonuçları güvence altına alıyor, ancak daha fazla sayıda katılımcıya ulaşma konusunda kaynak ve zaman kısıtlarına sahip. Şirket Toplumsal ve Çevresel Sorumluluk [Corporate Social & Environmental Responsibility] (CSR) raporlarında, Foxconn (2010, 2011) olumsuz söylemleri ve araştırma sonuçlarını irdelemeden kaçınma şeklindeki ideolojik stratejiyi izlemekte ve bunun yerine kendisinin olumlu başarılarını, daha çok bağımsız bir şekilde doğrulanmamış iddialar biçiminde listelemektedir. "Foxconn 'sağlık, istikrar ve gelişme'yi teşvik eden uyumlu bir çalışma ortamını geliştirir ve çalışanların refahını ilerletmek için çaba harcar" (Foxconn 2011, 14). Foxconn "sağlık, uyum ve ilerleme atmosferi yaratır" (Foxconn 2010, 15). "2.2 Çalışan Refahı" bölümü sadece beş sayfaya sahip, genellikle mutlu çalışanları gösteren resimlerden oluşmakta, az miktarda metin içermekte ve Foxconn'un eleştirildiği çok önemli konuları ele almamaktadır. Öyle ki, örneğin, işçi sendikalarının "işyerinde yaşam kalitesini artırmak için ve bütün işçilerin katılması için özendirildiği çeşitli eğlence etkinlikleri düzenle[mesini]" olumlu bir başarı olarak tanımlamaktadır. "Bu etkinlikler '2010 En Üstün Ön Hat İşçi Ödülü' [2010 Excellent Frontline Worker Award] yarışması, yemek ve alışveriş karnavalı, şarkı şampiyonaları ('Who is the Idol'), logo tasarım yarışmaları gösterisi, fotoğraf yarışmaları, Kadınlara Özen Günü [Care on Women's Day] programı ve buluşma etkinliklerini içermektedir" (a.g.e., 17).Üyeleri, gerçekten de üyesi oldukları bu sendikalar tarafından temsil edildiklerini düşünüyorlar mı, sendikalar (ister kızıl olsun isterse de sarı sen-

dika) işçilerin mi yoksa kapitalistlerin mi çıkarlarını koruyor, işçiler sendika temsilcilerine güveniyor mu, sendikaların karar alıcı bir gücü var mı gibi sorular tartışılmamaktadır. Tartışılan çalışmalar, durumun bu olduğuna ilişkin güçlü şüphelerin olduğunu göstermektedir. Teunvan Dijk (1998, 267; 2011, 396–397), ideolojik kare [ideological square] modelinin bir parçası olarak, ideolojik bir söyleme ilişkin gerçekliği tahrif etmeye yönelik bir stratejinin "Biz" hakkındaki olumlu bilginin ifade edilmesi/vurgulanması olduğunu açıklamaktadır. "Biz" örgüt içinde oluşturulan topluluktur, örneğin Foxconn. Foxconn, CSR raporlarında bu stratejiyi uygulamaktadır.

Apple, Sağlayıcı Sorumluluk Raporlarını başlatmıştır. Eğer bir şirket kendi sağlayıcılarını denetliyorsa, bu incelemenin tamamen bağımsız ve eleştirel bir biçimde yapılıp yapılmadığı şüphelidir. Her ne kadar 2012 raporu (Apple 2012) emek sorunlarının çoğunluğunun sağlayıcılar tarafından iyi bir şekilde ele alındığını (oldukça şüpheli ve anlaşılmaz tanımlar ve deneysel yöntemlere dayanarak) iddia etse de, sağlayıcıların sadece %38'inin çalışma saatleri standartlarına uyduğunu belirtmektedir. 2013 raporu "haftada azami 60 saate ortalama yüzde 92'lik uyumluluğa ulaş[tığını]" (Apple 2013, 6) iddia etmektedir. Apple'ın çalışma zamanı standartları şunu söyler: "Apple Yasaları haftada azami 60 saatlik bir çalışmayı belirler ve yedi günlük çalışmada en azından bir günlük dinlenmeyi, beklenmedik ve acil durumlarda istisnalara da izin vererek, şart koşar" (Apple 2012, 8). Apple'ın uygun çalışma saatlerine ilişkin tanımlaması oldukça keyfidir ve Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) C030 - Çalışma Zamanı Sözleşmesiyle de uyumsuzdur. Sözleşmede konuyla ilgili hükümler şöyledir: "Madde 3: Bu sözleşmenin uygulandığı kişilerin çalışma zamanı, aşağıdaki aksi belirtilmediği sürece, haftada kırk sekiz saat ve günde sekiz saati aşmamalıdır. Madde 4: Madde 3'te belirtilen azami çalışma saatleri, günlük çalışma saatleri on saati geçmeyecek şekilde tekrar düzenlenebilir" (ILO 1930). Apple'ın uygun çalışma saatlerini kendisinin tanımlaması, daha sonra da bu tanımlara göre kendisinin ölçüm yapması CSR raporlarının sorununu göstermektedir. Rapordaki sorunlar, genellikle isteyerek yapılması ve olanakları yeterli ve suçlu şirketleri cezalandırabilecek ve standartları uygulatabilecek zorlayı-

cı ölçütlere sahip bağımsız aracılar tarafından yapılmamasıdır. Apple (2013, 18), üçüncü taraf aracıların ve bölgesel emek temsilciliklerinin Apple'ın sağlayıcı fabrikalarındaki çocuk emeğinin sorumlusu olduklarını iddia etmektedir. Apple, çocuk emeği veya borca dayalı kölelik kullanan şirketlerle iş ilişkisini bitirdiğini söylüyor (a.g.e., 18, 20). Apple kendi uygulamalarında herhangi bir sorumsuzluluk görmekten ziyade "onları" (yozlaşmış Çinli şirketler ve emek temsilcileri) suçlamaktadır. Çocukları ailelerine geri göndermek, çocuk emeğiyle ve ailelerin çocuklarını fabrikaya çalışmaya gönderme isteğiyle sonuçlanan yoksulluk sorununu çözmemektedir. Eğer çocuklar geri gönderilirse, aile öncesinden daha az paraya sahip olmakta, böylece maddi koşullar daha da kötüleşmektedir. Kapitalizm eşitsizlik ve sosyo-ekonomik uçurumları gerektirir. Apple, ayrıca Çin'deki faaliyetlerinin kârları artırmak üzere maliyetleri azaltmayı hedeflemesini de sorunlaştırmamaktadır. Apple (2013) sağlayıcılarını nasıl denetlediğini şu şekilde tanımlıyor: "Denetlenen her tesiste takımlar fiziksel teftişler, yönetici ve işçilerle mülakatlar ve gözlemlerde bulunarak sağlayıcıları bizim Sağlayıcı Davranış Kuralları'mızın her bir kategorisine tekabül eden 100'den fazla veri göstergesine dayanarak notlandırıyorlar". Denetlemeler bağımsız bir şekilde değil de, Apple'ın kendisi tarafından yapılmaktadır. Ayrıca işçi mülakatları çalışma ortamında ve Apple tarafından işe alınmış görüşmecilerle yapılmakta, bu da büyük ihtimalle mülakat yapılan kişilerin gerçeği söylemeleri durumunda işlerini kaybedecekleri korkusunu yaşamalarına neden olabilmektedir. CSR raporlamasının genel sorunu isteğe bağlı olması ve kurumlara ciddi olarak ceza kesebilecek (örneğin şirketlerin ilgili işçiler için yıllık gelirden belirli bir oranı ödemesinin sağlanması) değerlendirme ve zorlayıcı yeteneklere sahip bağımsız bir kurum tarafından uygulanmaması ve zorlanmamasıdır (Sandoval 2013). Denetleme sonuçları basitçe raporlar şeklinde sunuluyor, ancak çalışma gerçekten de bu şekilde mi yapılıyor, gerçeklikle örtüşüyor mu, uygulanan yöntem uygulanabilir mi ve yerleşik bağımsız bilimciler tarafından uygulanabilir görülüyor mu konularında kamuya yönelik bir saydamlık bulunmamaktadır. Apple'ın kendisinin seçtiği denetleme yordamlarına ilişkin herhangi bir denetim yok. CSR raporlamasının, şirket için, şirketsel sorumsuz-

lukların altında yatan sermaye ve iktidar yapılarını sorgulamadan iyi bir kamusal görünüm yaratma isteği anlamında ideolojik bir niteliği de var (a.g.e.).

2011 Sağlayıcı Sorumluluk Raporu'nda, Apple (2011) Foxconn intiharlarına ilişkin "bağımsız" bir inceleme yürüttüğünü iddia etmiştir. Rapor "çok sayıda psikolojik danışman" işe alma gerekliliği, "24 saatlik bakım merkezi [kurulması] ve hatta fabrika binalarına dürtüsel intiharları önlemek için geniş ağlar eklenmesi" ve "acil yardım hattı çalışanları ve bakım merkezi danışmanları için daha iyi eğitim ve etkililiği güvence altına almak için daha iyi izleme" (a.g.e., 19) sağlanması sonucuna varmaktaydı. Bu paragraf temel bir tutumu yansıtmaktadır. Şöyle ki intiharlar bireysel psikolojik sorunlar nedeniyle oldu, kötü çalışma koşullarıyla bir ilgisi yoktu ve sonuç olarak kişi sorunu çözmek için sadece biraz daha fazla psikoloğa ve ağlara ihtiyaç duymakta, çalışma koşullarını değiştirmeye gerek yok. Bu tutum sadece alaycı, üstünkörü ve sorunun kökenlerini anlamaktan uzak değil, ayrıca son derece de insanlık dışıdır. Bir röportajda Foxconn hakkında soru sorulduğu zaman, Steve Jobs bu raporları övdü: "Biz bu konunun oldukça üzerinde duruyoruz. Ben gerçekten Apple'ın, tedarik zincirimizdeki çalışma koşullarını anlama konusunda bizim sanayideki bütün şirketler arasındaki ve belki de herhangi bir sanayideki en iyi işlerden birini yaptığını düşünüyorum. [...] Foxconn bir terhane değil. [...] Bir fabrika, ancak aman Tanrım! Restoranlara, sinema salonlarına, hastanelere ve yüzme havuzlarına sahipler. Demek istediğim bir fabrika olarak gerçekten de iyi bir fabrika olduklarıdır" (Jobs 2010, 19:11–20:10). Steve Jobs, doğrusu Foxconn işlerindeki mevcut sömürüyü meşrulaştırmak için kötü bir ideolojik göreve girişmiş. İddialarının mantığını çözümlemek için, Teunvan Dijk'ın (1998, 2011) ideolojik kare modeli kullanılabilir. Jobs, Biz (bir şirket olarak Apple) hakkındaki olumlu şeyleri ve onlar hakkındaki (intihar eden işçiler) olumsuz şeyleri vurgulamaktadır. Apple'ın şirket sosyal sorumluluk raporlaması konusunda dünya öncüsü olduğunu ve işçilerin genç ve ilk defa evden uzakta yalnız oldukları için psikolojik sorunları olduğunu söylemekte ve eklemektedir: "oldukça yoksul kırsal bölgelerden ayrılarak bu fabrikalara gelen birçok işçiye sahipler, ilk defa evlerinden

uzağa gidiyorlar, 19 yaşındalar, muhtemelen sizin ülkenizdeki tipik bir yüksek okul öğrencisinin koleje gitmek için evden ayrıldığından daha az evden ayrılmaya hazırlar" (Jobs 2010, 21:07–21:18). Dolayısıyla Jobs'ın tumturaklı bir şekilde ima ettiği Apple ve Foxconn'un hiçbir sorumluluğunun olmadığıdır. Çünkü "biz" (Apple, Foxconn) güzel fabrikalara ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarına sahibiz, ancak "onlar" (işçiler) düşük ücret, uzun çalışma saatleri, kötü davranış veya genel olarak insanlık dışı koşullardan dolayı değil de, Jobs'a göre genç, aptal köylüler oldukları için kendilerini öldürmektedirler. Jobs'ın iddiasının mantığı Foxconn'daki çalışma koşullarıyla, düşük ücret gerçeğiyle, Apple'ın elde ettiği daha fazla kârla ilgili herşeyi dışarıda bıraktığı gibi üstelik bir yaş ayrımcılığı ve kırsal Çinlilere yönelik bir çeşit ırkçılık düşüncesini (bu intihara yönelen kişilerin iki kat aptal olması, çünkü hem gençler hem de kırsal bir arka plana sahipler, gerektiği şeklindeki) dile getirmiş olmaktadır. Foxconn işçilerinin Jobs'ın işlerine ve çalışma ve çalışma sorunlarına ilişkin anlayışına ihtiyaçları yok, aksine Jobs gibi kişilerin ticari değerler sistemiyle tanımlanmayan bir çeşit çalışmaya ihtiyaçları var. Foxconn'daki işler Jobs'ın ideolojisine oldukça bağlıdır, ancak insancıl olmaları için Jobs'ın değili olmaları gerekmektedir, bunun anlamı özne olarak işçilerin sadece "sermayenin değili, sermayenin yadsınması" (Marx 1857/1858b, 274) olmadıklarını anlamaları gerekmektedir, Foxconn fabrikalarındaki, Çin'deki, Batı'daki ve küresel kapitalizmdeki sermaye ve emek arasındaki olumsuz ilişkinin yadsımasını politik olarak yaratmak için bu durumun bilincine varmaları gerekmektedir. Foxconn ve Apple'ı ortaklaştırması [communalize] gerekmektedir.

Foxconn işçilerinin süregiden yüksek düzeydeki sömürüsü ayrıca bir direnişle de sonuçlanmıştır: Ekim 2012'de, 4000 işçinin bir kısmı Zhengzhou fabrikasında greve gitmiştir, çünkü iPhone 5 üretimindeki yeni kalite kontrolleri, Çin ulusal Ekim tatilinde de çalışmak zorunda kalan çalışanlar üzerinde ağır çalışma baskıları doğurmuştur (China Labor Watch 2012b). Eylül 2012'de, Taiyuan'da, Foxconn güvenlikçilerinin diğer işçilerle arbede yaşayan bir işçiyi bıçaklamasından sonra, tahminlere göre 2000 ile 10000 işçiyi içeren[3] bir isyan çıktı.

[3] http://www.chinalaborwatch.org/news/new-427.html,

Görgü tanığı bir işçi şunu söyledi, "Foxconn Taiyuan'da, güvenlikçiler baştan beri bütün işçilerin ortak düşmanı olmuştur. Her işçi onlara sinirleniyor. Fakat, şirket bu gibi konulara gözünü kapattı, işçilere yönelik temel saygıyı hiçe saydı. Bu gibi duyguların patlaması sadece bir an meselesidir. Dolayısıyla, Foxconn Taiyuan'daki 10000 işçilik isyanın suçlusu Foxconn'un kendisidir. Foxconn sözcüsünün kelimeleri ne kadar etkileyici olsa da, hiçbiri bu hadisenin gerçeklerini gizleyemez" (China Labor Watch 2012a). Zhao (2007a) Çinli dijital neoliberalizm ve Çinli nitelikleriyle neoliberalizmin yazılmış bir kader anlamına gelmediğine, EİT'leri de radikal sol çevrimiçi yayınlar ve tartışmalar biçiminde kullanan işçilerin ve köylülerin mücadeleleri biçiminde itiraza uğradığına dikkat çekmektedir. Foxconn'daki mücadele ve isyanlar, "Çin'in dijital devrim hükümlerine itiraz eden" mücadeleler olduğunun bir ifadesidir ve Çin'deki ve dünyadaki "dijital çağın eşitsizliğini ve ölçüsüzlüğünü" göstermektedirler (a.g.e., 113).

Katılmanın zorunlu olduğu günlük toplantılarda, işçiler üretim hedefine ulaşmak için yoğun çalışmaları yönünde teşvik edilmekte ve Foxconn'daki çalışmayla ilgili olarak gazetecilerle ve diğerleriyle konuşmamaları konusunda uyarılmaktadırlar (SACOM 2010). SACOM (2010) haşin yönetim yöntemlerini belgelemiştir. Bunların arasında mola olmaması, işçilerin hareket etmesine, konuşmasına veya bedenlerini esnetmelerine yönelik yasaklar ve üretim esnasında işçilerin ayakta durmasına ilişkin kuralların yanısıra güvenlikçiler tarafından cezalar, dayaklar ve tacizler yer almaktadır. 19 yaşında bir işçi olan Ah Ming, "Günde 14 saat ayakta durmam gerekiyor. [...] Aslında, gün boyunca ayakta durmamız gerekiyor, isterse işe giderken olsun isterse de yatakhaneye dönerken. Yatakhaneye ulaştığımızda, saat zaten 21.00 olmuş oluyor. [...] Şirket fazla mesaiye kalmanın gönüllü olduğunu söylüyor, ancak eğer fazla mesaiye kalmazsam, iş bırakma olarak değerlendirilecek. [...] Değişmeyen bir rutin. Uyu, çalış ve ye" (SACOM 2011a, 12–13) şeklinde anlatmaktadır.

"Hangzhou Foxconn fabrikasından yeni istifa eden bir genç kadın işçi 'üretim bölümü o kadar soğuk bir ortam ki beni bunalıma sokuyor.

---

http://www.nytimes.com/2012/09/25/business/global/foxconn-riot-underscores-labor-rift-in-china.html?_r=0 (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

Yeni gelen biri olarak, konuşabileceğim kimse yok. Eğer Foxconn'da çalışmaya devam edersem, ben de intihara kalkışabilirim' diyor" (SACOM 2010, 12). Ma Xianqian, Foxconn'daki güvenlik görevlileri tarafından ceza olarak yerleri ve tuvaletleri temizlemeye zorlanıyor, temizlikten sonra kendisini öldürüyor (a.g.e., 13).

Sadece çalışma yerleri değil, ayrıca barınma yerleri de askeri bir şekilde yönetilmektedir. "Eğer işçiler yatakhane kurallarını ihlal ederse, örneğin saçlarını yatakhane odaları içerisinde kuruturlarsa veya yatakhaneye 23.30'dan sonra dönerlerse, isimleri kayıt altına alınacak ve yatakhaneyi 'gönüllüler' olarak temizlemeleri sağlanacaktır. Ayrıca, işçiler her yatakhane kuralı ihlalini itiraf etmelidir. İtiraf mektubunda isim, işçi numarası, fotoğraflı işçi kimliği belirtilecektir. Şunu bildirecektir: 'Benim hatam. Odamda saçımı hiçbir zaman kurutmayacağım. Yanlış bir şey yaptım. Hiçbir zaman tekrarlamayacağım'" (SACOM 2010, 19).

7.4. Sonuç

Foxconn'daki çalışma koşullarına ilişkin çalışmalar düşük ücretleri, çalışma gününün ödenmeyen kısımlarını, mola olmamasını, uzun çalışma saatlerini, fiziksel ve psikolojik sağlık açısından zararlı çalışma ortamlarını, zorunlu fazla mesaiyi, zoraki öğrenci emeğini, cezalar ve dayakları da içeren askeri yönetimi ve patron yandaşı sözde sendikaları belgelemiştir. "Üretkenliği artırmak için, Foxconn'daki işçiler makine gibi çalıştırılmıştır" (a.g.e., 10). Foxconn'da karşılaştığımız EİT işçileri, Kongo'daki madenlerde karşılaştığımız EİT işçilerinin diyalektik olarak içerilerek aşılmış [sublation] (*Aufhebung*) halidir: İkincisinin köle niteliği ilkinde korunmuştur. SACOM'a göre, Foxconn'la işbirliği içerisindeki öğretmenleri tarafından Foxconn'un fabrikalarında, Çin yasaları altında yasadışı olan (fazla mesai, öğrencilerin öğrenimleriyle ilgisiz konularda çalışma) zorlu koşullarda çalışmaya mecbur bırakılan meslek okullarından öğrenciler var. Kongo'daki maden işçisi köleler gibi, bu gençler de istihdam ilişkisini terketme seçeneğine sahip değiller. DKC'deki [Demokratik Kongo Cumhuriyeti] köle madencilerin aksine, Foxconn fabrikalarında ayrı-

ca çifte özgürlüğe sahip ücretli köleler de var. Emeklerini hangi kapitaliste satmak istediklerini seçebilirler ve ayrıca istihdam ilişkisini istediklerinde bırakabilirler (köleler ve Foxconn'daki stajyer öğrenciler bunu yapamıyor). Ancak bu özgürlük aynı zamanda emek gücünü bir meta olarak satma ve kendisine ait olmayan mallar üretme zorunluluğu şeklindeki özgür olmama durumudur. Enformel ve prekarya Çinli EİT işçilerinin büyük bir oranını genç kırsal göçmenler oluşturmaktadır. Kısmen, kırsal araziyi istimlâk eden ve onları mülksüz kılan ilkel birikim süreçlerinde topraklarından sürülmüşlerdir. Kadınlar, genç göçmen işgücü içerisinde önemli bir oranı oluşturmakta ve yüksek düzeyde sömürülmektedirler. Bir tür çifte anlamda çalışmanın kadınsılaşması söz konusu: Çinli EİT işçileri arasındaki yüksek düzeyde düşük ücretli kadın işçiler var ve güvencesiz, prekarya düşük ücretli istihdam Çin EİT montaj sanayisinin genel bir deseni.

Foxconn fabrikalarındaki koşullarla, Marx'ın 19. yüzyıl İngilteresi için tanımladıkları oldukça benzerdir: Yüksek derecede sömürülmüş genç insanlar çalıştırılmaktadır. Marx, kibrit üreten İskoçya fabrikasındaki çalışma koşullarını tanımlamaktadır: "İşçilerin yarısı, 13 yaşından küçük çocuklar ve 18'in altında gençlerden meydana geliyor. [...] Komisyon üyesi White'ın dinlediği (1863) tanıklar arasında, 18 yaşın altında 270, 10 yaşından küçük 40, henüz 8 yaşında 10 ve hatta 6 yaşında 5 çocuk bulunmaktaydı. İş günü 12 ile 14 veya 15 saat arasında değişiyor, geceleri de çalışılıyor, yemek saatleri düzensiz, yemekler çok kere fosfor tozlarına bulanmış çalışma mekânlarında yeniyor" (Marx 1867c, 356 [Yordam, s. 242-3]). Benzer şekilde, Marx dokuma müfettişlerinin bir duvar kâğıdı fabrikasında çalışma koşullarına ilişkin raporlarını betimlemektedir: "Çocuklar yorgunluktan gözlerini açamayacak hale geldikleri zaman, bakıyorum, biz kendimiz de gözlerimizi açabilecek halde değiliz. [...] J. Lightbourne: '13 yaşındayım. [...] Geçen kış akşamları saat 9'a kadar çalıştık, ondan önceki kış saat 10'a kadar çalışmıştık. Geçen kış, ayaklarımdaki ağrıdan hemen hemen her gece ağlardım'. [...] Bir Manchester fabrikasının yönetici ortağı olan Smith: "Biz" ("bizim için çalışan işçiler" demek istiyor) "yemek için hiç ara vermeden çalışırız; böylece günlük işi 16.30'ta bitiririz ve bundan sonraki bütün zaman, fazla çalışma zamanıdır'.

[...] '"Biz" (aynı Smith) "işi ender olarak, akşamları saat 6'dan önce durdururuz," ("bizim emek gücü makinelerimizi tüketmeyi" demek istiyor) "böylece biz" (yine aynı adam) fiilen bütün yıl boyunca fazla çalışırız... Çocuklar ve yetişkinler" (18 yaşından küçük 152 çocuk ve genç ile 140 yetişkin çalıştırılmaktadır) "son 18 ay boyunca hepsi aynı miktarda, haftada ortalama en az 7 gün 5 saat ya da haftada 78! saat çalıştı" (a.g.e., 357 [Yordam, s. 243]).

Eğer, bu tanımları SACOM raporlarına koysaydık, çoğu okuyucu bunların farklı bir tarihsel ve coğrafi bağlamlarda olduğunu tanımlayamazdı. Çünkü Marx tarafından 19. yüzyılın ikinci yarısı için anlatılan çalışma koşulları, SACOM tarafından belirtilenlerle benzer etkiyi yaratmaktadır. Bu da, Foxconn'un, insan bedenlerinin yüksek düzeyde fiziksel şiddet ve disiplinle zorlanmasıyla gerçekleşen mutlak artı değer üretimini içeren bir kapitalist üretim aşamasını temsil eden çalışma koşullarını andırdığının bir göstergesidir.

Foxconn ve ilgili şirketlere ilişkin gözlemci örgütlerin çalışmalarıyla, Marx ve Engels tarafından sunulan örnekler arasında başka bir benzerlik daha var. Marx ve Engels, kuramı doğrulamak ve açıklamak için fabrika müfettişlerinin raporlarına bel bağladılar. SACOM ve diğer şirket gözlemcisi örgütler çağdaş fabrika müfettişleridir ve uluslararası işbölümünün bir parçası olan fabrikalarda neler olduğunu sistematik olarak incelemeyi amaçlıyorlar. Yine de, farklılık şu ki, 19. yüzyıl fabrika müfettişleri yasal ve devlet kaynaklarıyla destekleniyordu, bu da şirketlere karşı çeşitli yaptırım olanaklarını sağlamıştı. Ancak SACOM gibi örgütler sivil toplum kuruluşlarıdır, bunun anlamı daha bağımsız fakat prekarya çalışmasına ve sıklıkla daha az kaynağa sahip olmalarıdır. Dolayısıyla şirketleri sorumlu tutma çabaları ve davranışlarını kamuya açma konusunda sorunlar yaşamaktadırlar. İş gününün iki parçası vardır: karşılığı ödenmiş olan ve ödenmemiş olan. İşçi sadece ilk kısım için bir ücret alır. Bu durum, metalar kâr elde etmek için onlara yapılan yatırım maliyetlerinden (ücretler, kaynak maliyetleri, altyapı maliyetleri) daha yüksek fiyatlara satılıyor şeklinde kolayca kavranabilir. Ancak iş gününün (çalışma zamanı düzeyinde veya Marx'ın deyimiyle değer bağlamında) kâr üretimine

(fiyatlar düzeyinde) tekabül eden parçası, satış fiyatının, işçiler tarafından üretilen metaları sahiplenmesine ve onlardan kâr elde etmesine izin veren şirketlerin yasal sahiplik haklarıyla ücretlerden yapay olarak ayrılmış bir kısmını oluşturur. Dolayısıyla ücretler iş gününün bir parçasına, kârlar da diğer parçasına tekabül eder. Marx ilk kısmı gerekli emek zaman, ikinci kısmı da artı emek zaman olarak adlandırır. İlk kısmın karşılığı ödenmiştir, ikinci kısmınsa ödenmemiştir. Marx kapitalistlerin iş gününü daha fazla kâr biriktirmek için nasıl da örgütlediklerine ilişkin iki yöntemi tanımlar: "İş gününün işçinin tam kendi emek gücünün değerine eşit bir değeri ürettiği noktanın ötesine uzatılması ve bu artık emeğe sermaye tarafından el konması: Mutlak artık değer üretimi denilen şey budur. Kapitalist sistemin genel temelini ve göreli artık değer üretiminin hareket noktasını bu oluşturur. Kapitalist sistemde iş günü daha baştan iki kısma bölünmüştür: gerekli emek ve artık emek. Artık emek-zamanı uzatmak için, gerekli emek-zaman, ücretin eş değerini daha az zamanda üretmeyi sağlayan yöntemlerle kısaltılır. Mutlak artık değer üretimi sadece iş gününün uzunluğuna bağlıdır; göreli artık değer üretimi, işin teknik süreçlerini ve toplumun bileşimini giderek köklü değişikliklere uğratır"[4] (Marx 1867c, 645 [Yordam, s. 486-7]). İlk yöntem emeğin miktarını değiştirir (arttırır), ikincisi ise emeğin niteliğini. Mutlak artı değer üretimi, işçilerin karşılığı ödenmeden daha fazla çalışmaları anlamına gelir, çünkü iş günü uzatılmaktadır. Oysaki göreli artı değer üretiminde, çalışma zamanı aynı kalırken, çalışma daha üretken bir hale gelir ve bir üretim artışına, hızlanmaya uğrar, böylece öncekiyle aynı zaman miktarında daha fazla artı değer üretilmiş olur.

İncelenen raporlar, Foxconn fabrikalarının kârları artırmak amacıyla genellikle artı değer üretimine ilişkin mutlak yöntemleri kullandığını açıkça göstermektedir. Bunların arasında ücretsiz fazla mesai, zar zor verilen molalar, neredeyse 12 saate kadar uzun iş günleri, altı iş gününe sahip iş haftası, iki haftalık zaman süresince dinlenmeden çalışma, vb. yer almaktadır. Belirli bir ücret ödenmekte, ancak yöne-

[4] "Surplus value" için kitap genelinde "artı değer" ifadesi tercih edilmiştir. Yordam Yayınları'nın *Kapital* baskılarında ise "artık değer" ifadesi kullanılmıştır. Yordam Yayınları'nın *Kapital* baskısının dikkate alındığı yerlerde "artık değer" kullanımına müdahale edilmedi (ç.n.).

timin stratejisi ücret karşılığında işçilerin mümkün olduğunca fazla saat çalışması için baskı uygulamak şeklindedir. İş günü, nadir olan ve işçilerin uzun saatler boyunca çalışmak ve ayakta durmak zorunda olmalarından dolayı, süresince çok yorgun oldukları serbest zamandan açıkça ayrılmış durumda. Bu nedenle, sıradan bir Foxconn günü işçiler tarafından "çalış, ye ve uyu" şeklinde tanımlanmaktadır ve "eğlence için zamanları olmadığını" söylemektedirler (SACOM 2011a, 12). "Tatillerde ne yapmak isterdiniz" şeklinde sorulduğunda, "çoğu 'uyumak' şeklinde yanıtlıyor" (a.g.e.). Bu durum, her ne kadar serbest zaman ve çalışma zamanı ayrı olsa da, birbirleriyle güçlü bir şekilde bağlı olduklarını ve bir diyalektik oluşturduklarını göstermektedir: Mutlak artı değer üretimi yöntemindeki çalışma zamanı genişletilmekte, böylece serbest zamanı gasp edilmekte ve yoksullaştırılmaktadır. İşçilerin yaşama zamanlarını soğurulmakta ve süresince sömürüldükleri çalışma zamanına dönüştürülmektedir.

Marx mutlak artı değer üretiminin maddi sınırları olduğunu öne sürmektedir: "iş gününün bir üst sınırı vardır. Belirli bir sınırın ötesine uzatılamaz. Bu üst sınır iki şeyle belirlenir. Bunlardan biri, emek gücünü fiziksel bakımdan sınırlar. Bir insan 24 saatlik bir gün boyunca ancak belli bir miktarda yaşam gücü harcayabilir. Bunun gibi, bir at da, her gün, ancak 8 saat çalışabilir. Günün bir kısmında gücün dinlenmesi, uyuması gerekir; insanın, günün bir diğer kısmında gidermesi gereken yemek yemek, yıkanıp temizlenmek, giyinmek vb. başka fiziksel ihtiyaçları vardır. Bu fiziksel sınırlar dışında, iş gününün uzatılmasının önünde manevi sınırlar bulunur. İşçinin, genişlik ve sayıları genel uygarlık düzeyi ile belirlenen ruhsal ve toplumsal ihtiyaçlarını giderebilmesi için zamana ihtiyacı vardır. Bu nedenle, iş günündeki değişmeler, fiziksel ve toplumsal sınırlara tabidir. Ne var ki, her iki sınır da doğaları gereği fazlasıyla esnektir ve çok geniş bir oynama alanı bırakırlar" (Marx 1867c, 341 [Yordam, s. 229-30]). Foxconn işçileri örneğinde, raporlar çalışma zamanının yüksek düzeylere esnetildiğini göstermektedir. Bu da işçilerin uyku ve toplumsal ilişkiler bakımından yeniden üretim gereksinimlerini etkilemekte, böylece uyku zamanları ve toplumsal zamanları yoksullaşmaktadır. Ayrıca ücretler de o kadar düşük ki, zar zor hayatta kalmayı güvence altına almaktadır.

Bunun anlamı, gelir eksikliğinin, ya yoksunlukla (örneğin sağlıklarını olumsuz yönde etkileyebilecek yeterli miktarda gıdadan) ya da hayatta kalmaları için gereken kaynakları başka yollar aracılığıyla ele geçirerek (örneğin suç işleyerek) telafi edilmesi gerektiğidir. Raporlar ayrıca, mutlak artı değer üretiminin belirli, ancak daha küçük, bir derecede göreli artı değer üretimiyle birleştirildiğini de göstermekte: işçilerin sadece mola vermeden uzun çalışma saatleri boyunca çalışmaları değil ayrıca yoğun bir şekilde çalışmaları, saat başına mümkün olduğunca çok parça üretmeleri için onları disiplin altına almak üzere talim, denetim ve cezalandırmayı kullanan gözetim ve baskı amacıyla askeri sistem. Yönetim tarafından üretim hedeflerinin arttırılması şeklinde bir eğilim var: "İşçilerin üretim hattında konuşmalarına izin verilmiyor ve günde yüzlerce ve hatta binlerce kez sadece aynı hareketi tekrarlamalarına izin veriliyor. Üretim hedefi sürekli artıyor. Ve işçiler gitgide daha fazla hızlanmak zorundalar" (SACOM 2011a, 15). Gözetmenler işçiler üzerinde daha ağır çalışmaları yönünde baskı uygulamaktalar: "Temel olarak, üretim hedefini başarabiliriz. Ancak, ön hat nezaretçisi çoğunlukla, vardiya değişiminden bir saat önce, 19.00 civarında daha fazla çalışmamız yönünde baskı uyguluyor. Bütün gün boyunca çalışırken ayakta durmamız gerekiyor: Şirket her iki saatte bir 10 dakikalık bir mola alabileceğimiz yönünde söz veriyor. Ama bu bir yalan. Yatakhaneye geri döndüğümde, bacaklarım bitkinlikten dolayı titriyor. Personel değişim oranı oldukça yüksek. İlk ayda istifa eden çok sayıda insan var" (SACOM 2011b, 9). "Üretim hedefi genellikle günlük olarak 5000 parça olarak belirleniyor. Eğer siparişlerde kitlesel bir artış varsa, hedef saatte 1000 parçaya yükseltiliyor. Üretim hedefi sürekli [*metinde aynen böyle*] tırmanıyor. Yönetim sürekli işçilerin kapasitesini sınıyor. İşçiler kotalarını gerçekleştirebildikleri ölçüde, işçilerin kapasiteleri azami düzeye ulaşana kadar gün be gün hedef artırılıyor" (SACOM 2010, 12). Marx (1867c,1019–1023, 1025–1034 [Yordam, s. 782–786, 787–796]) sermayenin emeğin üzerindeki biçimsel boyunduruğunun, bir yandan emeğin ücretli emek olarak ve sermayenin iş gününü olabildiğince uzatmaya çalıştığı mutlak artı değer üretimi yöntemi olarak örgütlendiği üretim ilişkilerinin yaratılmasını gerektirdiğini öne sürer. Sermayenin emek üzerindeki

gerçek boyunduruğu (a.g.e, 1023–1025, 1034–1038 [Yordam, s. 786-787, 796-800]), örneğin el birlikçi çalışma, iş bölümü, makine kullanımı veya üretim sürecinin bilimsel planlaması yardımıyla, göreli artı değer üretimine dayanmaktadır (1024 [Yordam, s. 786]). Marx, emeğin biçimsel ve gerçek boyunduruğunun "kapitalist üretimin iki ayrı biçimi" olduğunu öne sürer (1025 [Yordam, s. 787]).Sermayenin emek üzerindeki biçimsel boyunduruğu üretim tarzında/üretici güçlerde niceliksel değişimleri gerektirir, oysaki gerçek boyunduruk üretici güçleri niteliksel olarak değiştirir. Marx kapitalizmin yeni başladığı erken dönemlerde, biçimsel boyunduruk yönteminin mutlaka hüküm sürmesi gerektiğini, gerçek boyunduruğun da biçimsel boyunduruk la kesişebileceğini öne sürmüştür. Foxconn kapitalist üretimin her iki biçiminin de bu şekilde kesiştiği bir firmadır, öyle ki mutlak artı değer üretiminin üstünlüğü söz konusudur. Çin, göreceli olarak saf bir kapitalist sistemi 1978'den beri etkin bir şekilde uygulamaktadır. 2011 yılında, Çin'de erişilen kârların %58'i iştirak kuruluşlarının, %25,7'si yabancı yatırımcıların ve sadece %1,6'sı kolektif kuruluşların mülkiyetindeydi (Çin Ulusal İstatistik Bürosu 2012). Buna karşın, 1978 yılında hiçbir yabancı yatırımcı yoktu ve neredeyse %100 kolektif ve devlet mülkiyeti söz konusuydu (Qiu 2009, 89). Dolayısıyla sermayenin emek üzerindeki biçimsel boyunduruğu oldukça görünür bir özelliktir, çünkü "her türlü kapitalist üretim sürecinin genel biçimidir" (Marx 1867c, 1019, [Yordam, s. 782]) ve "kendine yeten bir amaç olarak üretim– gerçi daha sermayenin emek üzerinde biçimsel boyunduruğuyla birlikte... ortaya çıkar" (1037, [Yordam, s. 799]).

Jack Qiu (2009, x) Çin'in "küresel enformasyon çağının en büyük sömürülen işçi sınıfına" sahip olduğunu öne sürer. Qui, dolayısıyla Çin'i, işçi sınıfı ağ toplumunun (Qiu 2009, 2010c) ortaya çıkışıyla sonuçlanan süregiden bir değişimle niteler. Bu toplum özellikle "enformasyonu ol(may)anlar [informationhave-less]: en yalın EİT kullanıcıları, hizmet sağlayıcılar ve bu elektronikleri imal eden emekçiler" terimiyle nitelendirilmektedir (Qiu 2009, 3–4). Bu sınıf göçmen işçiler (kırsal bölgelerden kentsel bölgelere göçetmiş olan), işsiz ve istediği şekilde iş bulamayan işçiler, küçük girişimciler, gençler, öğrenciler ve yaşamaya çabalayan emekliler, belli bir dereceye kadar

"gri yakalı" olan ve yüksek oranda tekrarlayıp duran işlere sahip yazılım mühendisliği, tasarım, pazarlama, reklamcılık, telekomünikasyon ve müşteri hizmetleri gibi sanayilerde çalışan işçilerden oluşmaktadır (a.g.e., 104–105, 93, 113). Qiu (2009, 83) onların "gri yakalı" olarak adlandırıldığını, çünkü "sıklıkla gri üniforma giydiklerini" söyler. Bununla birlikte bir başka boyut da söz konusu: Gri, beyaz ve maviyi karıştırdığımızda elde edeceğimiz renktir, dolayısıyla terim arada kalmışlık (beyaz ve mavi yakalılık arasında) durumunu da ifade edebilir. Aynı zamanda da, her ne kadar bu işler üçüncül işler olsa da, yoğun bir şekilde Taylorcu sanayi çalışması biçiminde standartlaştırılmıştır. Böylece, sanayi ve hizmet işinin standartlaşma, prekaryalaşma ve proleterleşmeyle sonuçlanan olumsuz diyalektiği şeklindeki bir çeşit hizmet işi sanayileşmesini temsil etmektedirler.

Bir bilgisayarın kullanılabilmesi için, donanım kadar yazılım (işletim sistemi, uygulama yazılımları) da gerekmektedir. Yazılım, dünyanın çeşitli bölgelerinde birtakım çalışma koşullarında üretilmektedir. Gelecek bölümde, Hindistan yazılım sanayisindeki çalışmaya göz atacağız.

8 - Yeni Emperyalizmin İşbölümü

Hindistan Yazılım Sanayisinde Çalışma

2000 yılında muhafazakâr Alman siyasetçi Jürgen Rüttgers "Kinder statt Inder" (Hintliler yerine Çocuklar) sloganını popülerleştirmişti. Almanların daha fazla çocuk sahibi olması gerektiğini çünkü yazılım sanayisinin daha fazla işçiye gereksinim duyduğunu ifade etmek istemişti. Yazılım mühendislerinin gitgide artarak Hindistan'dan işe alındığını fakat Hintliler yerine Alman çocukların profesyonel bilgisayar kullanıcısı olması gerektiğini öne sürmüştü. Birçok gözlemci bu sloganın alenen ırkçı ve yabancı düşmanı olduğunu dile getirmişti.

Neden Batı'da yaşayan Hintlilerin yaptıkları işler ya restoranlarla ya da yazılımla ilişkili olma eğilimi göstermektedir? Bu bölüm yazılım mühendisliğinin Hint ekonomisinde oynadığı rolü aydınlatmayı amaçlamakta, EİT sanayisindeki küresel işbölümünü tartışmadan Hint yazılım sanayisini tartışamayacağımızı göstermektedir. Daha yakından bir analiz, Batı kapitalizminin Hint emeğinin sömürüsünden çıkar sağlayan yeni emperyalizm biçiminin yapılarını ortaya koymaktadır.

8.1. Giriş

Tablo 8.1, Hint ekonomisinin 2010 yılındaki istihdam yapısını göstermektedir. Bu göstergeye dayanarak, Hint ekonomisinin ağırlıklı olarak bir tarım ekonomisi olduğu söylenebilmektedir. Hizmet sektö-

ründe, en geniş istihdamı sağlayan sektör toptan ve perakende satışı ve onarımı kapsayan sektördür: bu sektör, toplam istihdamın %9,5'ine tekabül etmektedir. Hint inşaat sanayisi de (ikincil sektörün bir parçasıdır) tarım sektöründe çalışmayan Hint işçilerin görece büyük bir kısmını, yani tüm Hint çalışanların %9,5'ini kapsamaktadır. Ancak, tablo 8.1 aynı zamanda Hint ekonomisindeki katma değer yapısının oldukça farklı bir model izlediğini göstermektedir: katma değerin büyük bir kısmı hizmet sektöründe bulunurken tarım en küçük kısmı oluşturmaktadır. Bu, Hint ekonomisinin oldukça eşitsiz bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir: Hint ekonomisi sermayeyle ilişkili olarak bir hizmet ekonomisi, emekle ilişkili olarak ise bir tarım ekonomisidir. Hindistan'daki istihdamın büyük bir kısmı, özellikle de tarım sektöründe, serbest çalışanlardan oluşmaktadır (ICSSR 2012, 38-39). 2010 yılında Hint işçilerin tamamının %50,6'sı serbest çalışanlardan oluşmaktaydı; %32,8'i gayriresmî ve geçici işlerde çalışırken yalnızca %16,7'sinin düzenli ücretli bir işi vardı (a.g.e., 19). Hindistan ekonomisinin en büyük sorunlarından biri, toplam çalışanların %20 'sinden fazlasına tekabül eden çalışan yoksulların varlığıdır (a.g.e., 46). Tüm işçilerin yalnızca yaklaşık olarak %8'inin sosyal güvencesi bulunmaktadır (a.g.e., 55).

Sektör	*İstihdam payı*	*GSYİH payı*
Birincil ekonomik sektör (tarım ve madencilik)	%53,7	%17,0
İkincil ekonomik sektör (imalat)	%20,9	%24,2
Üçüncül ekonomik sektör (hizmetler)	%25,4	%58,9

Kaynak: NSSO (2012, tablo S36), ICSSR (2012, 36)[1]

Tablo 8.1 2010 yılında Hindistan ekonomisinin üç sektöründe istihdam payı

[1] Hindistan ekonomisinin üç-sektörlü modeli, aşağıdaki şekilde belirtilen ekonomik sektörlerin istatistiksel kategorilerinin haritalandırılmasına dayanmaktadır: (1) Birincil sektör (tarım, madencilik): Kısım A: Tarım, avcılık, ormancılık; Kısım B: Balıkçılık kısmı; Kısım C: Madencilik ve taşçılık (2) İkincil sektör (sanayi): Kısım D: Üretim; Kısım E: Elektrik, gaz ve su arzı; Kısım F: İnşaat; (3) Üçüncül sektör (hizmetler): Kısım G: Toptan ve perakende satış, motorlu taşıtların tamiri; motosikletler ve kişisel aletler, ev aletleri; Kısım H: oteller ve restoranlar; Kısım I: Ulaşım, depolama ve iletişim; Kısım J: Finansal aracılık; Kısım K: Emlakçılık, kiralama ve iş faaliyetleri; Kısım L: Kamu yönetimi ve savunma, zorunlu sosyal güvenlik; Kısım M: Eğitim; Kısım N: Sağlık ve toplumsal çalışma; Kısım O: Diğer topluluk işleri, toplumsal ve kişisel hizmet faaliyetleri; Kısım P: Bir işveren olarak özel evlerin faaliyetleri ve özel evlerde görülen, belirleyici özellikleri olmayan üretim faaliyetleri; Kısım Q: Sınır ötesi organizasyonlar ve kuruluşlar.

ICSSR (2012) raporu, ikincil sektörün -özellikle kauçuk, plastik ve kömür ürünlerinin, tekstil ve deri ürünlerinin, makine, taşıma ekipmanı, kimyasal ve kâğıt ürünlerinin imalatı- ihracata yönelik olmasını ve doğrudan yabancı yatırımlar sayesinde 1983-2005 döneminde yüksek istihdam büyüme oranlarına sahip olduğunu göstermektedir. HCL Technologies, Hindistan'ın en büyük yazılım şirketidir. 2012 yılındaki sıralamalarda dünyanın en büyük 1868. şirketi ve en büyük 16. yazılım şirketi olmuştur (Forbes 2000, 2012). 2011 yılında sabit varlıkları 3,3 milyar dolar, pazar değeri 6,9 milyar dolar ve kârı ise 0,4 milyar dolardı (a.g.e.). Bilgisayar hizmetleri alanında, Tata Consultancy Services (#667), Infosys Technologies (#784) ve Wipro (#788) Hindistan'ın küresel olarak en önde gelen şirketleridir. Bu şirketlerin 2011 yılı kârları sırasıyla 2 milyar dolar, 1,5 milyar dolar ve 1,2 milyar dolardır (a.g.e.). Üç şirket de Hindistan'ın Andhra Pradeş eyaletinin başkenti olan Haydarabad'da bulunmaktadır. Telekomünikasyon hizmetlerinde, Bharti Airtel (#377) ve Reliance Communications (#1520) dünyanın en büyük şirketleri arasında yer almaktadır. Yayıncılık, bilgisayar donanımı, telekomünikasyon ekipmanı, bilgisayar depolama cihazları, tüketici elektronikleri, basım ve yayım ve yarıiletkenler gibi diğer medya ve EİT sektörlerinde, 2012 yılında dünyanın en büyük şirketleri arasına giren hiçbir Hindistan şirketi olmamıştır. Veriler, Hindistan'ın en güçlü medya sanayisinin yazılım sanayisi olduğunu göstermektedir. Bu yüzden EİT sanayisinin küresel işbölümünde Hindistan'ın rolü tartışılırken bu sanayideki emek özel bir ilgiyi hak etmektedir.

8.2. Uluslararası Dijital İşbölümünde Hindistan Yazılım Sanayisinin Üretici Güçleri: Emek Gücü ve Emeğin Nesneleri, Araçları ve Ürünleri

1980'lerin ortasında Hindistan hükümeti, uluslararası sermaye tarafından yapılan yatırımları yazılım sanayisine çekmek amacıyla, giderek artan bir şekilde liberalleştirdiği düzenlemelere başlamıştır (Lakha 1994). Indira Gandhi'nin 1984 yılında suikaste uğrayıp öldürülmesiyle, Rajiv Gandhi Hindistan'ın yeni başbakanı olmuş ve eski

tekno-milliyetçilik politikalarını, iletişimi modernleştiren ve liberalleştiren politikalarla değiştirmiştir; bu ise bilgisayar sanayisinde denetimin ve düzenlemelerin azalmasına, yabancı sermayeyi çekmeye odaklanılmasına ve Hindistan EİT ekonomisinin ihracata yönelmesine neden olmuştur (Chakravartty 2004, Upadhyave Vasavi 2008). Bengaluru, Bhubaneshwar, Pune, Madras ve Haydarabad'da yazılım teknolojisi parkları açılmaya başlamıştır. Hindistan'ın yüksek sayıdaki, üniversite eğitimi almış, İngilizce yetenekleri görece iyi olan ve düşük seviyede ücretler alan mühendisleri uluslararası yazılım şirketlerinin ilgisini çekmektedir (Lakha 1994). Citi-group (ABD) ve Texas Instruments (ABD), Hindistan yazılım piyasasına görece erken bir zamanda, 1980'lerin ortasında girmiş olan ulusötesi şirketlerden ikisidir; bu iki şirketi daha sonra Alcatel, British Telecom, Cadence, HP, IBM, LG Electronics, Microsoft, Motorola, Oracle ve Philips gibi diğerleri izlemiştir (Arora, Gambardellave Torrisi 2001; D'Costa 2002).

Hindistan 2012 yılında dış kaynak kullanımı yoluyla temin edilen tüm enformasyon teknolojisi ve iş süreçlerinin (çağrı merkezleri, müşteri hizmetleri, insan kaynakları, finans, muhasebe) %58'ini çekmiştir; bu, Hindistan yazılım sektörünün UDİ'deki [Uluslararası Dijital İşbölümü] önemini göstermektedir. Tablo 8.2 Hindistan imalat sanayisinin ihracata yönelik kısımlarının Hindistan yazılım sanayisinin özelliklerini de belirlediğini göstermektedir: 2000-2009 döneminde büyüme oranları %11 ile %51 arasında değişmiştir. Aynı zamanda sanayinin ihracata yönelimi de yaklaşık olarak %50 iken, %75'i geçecek şekilde artmıştır. 2010 yılında yazılım hizmetleri, Hindistan'dan ihraç edilen tüm hizmetlerin %54,4'üne tekabül etmiştir (Hindistan Maliye Bakanlığı 2011, 166). 2011 yılında bu değer yaklaşık olarak %58'e çıkmıştır (NASSCOM 2012). 1997-1998 yıllarında Hindistan'ın tüm yazılım ihracatının %58'i Amerika Birleşik Devletleri'ne yapılmıştır (Arora, Gambardella ve Torrisi 2001). 2009 yılında, ihraç edilen yazılım, Hindistan elektronik ve enformasyon teknolojisi (donanım ve yazılım) üretim değerinin %58,7'sine tekabül etmekteyken, yurt içinde kullanılan yazılım, üretimin yalnızca %15,5'ini oluşturmaktaydı (Hindistan Maliye Bakanlığı 2011, 221). Donanım ve yazılım sanayisine doğrudan yabancı yatırım (DYY) girişi, 2010 yılında tüm DYY

girişinin %3'ünü oluşturmaktayken, 2009 yılında %7,8'ine tekabül etmekteydi; bu, küresel kapitalist krizin yazılım sanayisindeki sermaye ihracatını olumsuz olarak etkilediğini göstermektedir (a.g.e., 225). Hindistan yazılım sanayisinde DYY girişinin toplam hacmi, 2009 yılına kıyasla 2010 yılında %58,6 oranında düşmüştür (a.g.e.). Hindistan yazılım sanayisi muazzam bir büyüme oranına ve hizmet sektöründeki ihracatın büyük bir kısmına sahip olsa da, Hindistan'ın toplam işgücünün 2009 yılında %0,5'ine, 2012 yılında ise %0,6'sına tekabül etmekteydi. Bu durum, Hindistan'ın dünyadaki en büyük ikinci ülke olmasıyla (Çin'den sonra) birlikte hesaba katıldığında, yalnızca ülkenin büyüklüğünün bile Batılı şirketlerin toplam ücret maliyetlerini azaltarak kâr oranlarını artırmak amacıyla EİT hizmetlerini dış kaynak kullanımı yoluyla temin etmeleri için çekici bir konum yarattığını göstermektedir. Buna karşın Hindistan ekonomisindeki toplam istihdam etkisi az olmuştur. Ancak Hindistan yazılım sektörü, 2012 yılında Hindistan GSYİH'sinin yüzde 7,5'ini teşkil etmektedir (NASSCOM 2012).

Yıl	*Yazılımda ve yazılım hizmetlerinde istihdam*	*İstihdamın ihracat payı*	*Yıllık istihdam büyüme oranı*	*Toplam işgücü payı*
2000	284.000	%53,5		
2001	430.100	%53,9	%51,4	
2002	522.200	%52,9	%21,4	
2003	670.000	%56,9	%28,3	
2004	833.000	%61,5	%24,3	
2005	1.058.000	%66,7	%27,0	
2006	1.293.000	%71,8	%22,2	
2007	1.621.000	%76,7	%25,4	
2008	2.010.000	%77,6	%24,0	
2009	2.236.614	%77,6	%11,3	%0,5
2012	2.8 milyon			%0,6

Kaynak: ICSSR (2012, 22), NASSCOM (2012, 5)[2]

Tablo 8.2 Hindistan yazılım sanayisinde istihdam

[2] İstatistiklere göre Hindistan'ın 2009 yılındaki toplam işgücü 467 milyon (http:// www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=in&v=72, 2 Ocak 2013'te erişilmiştir, CIA World Factbook kaynaklıdır) ve 2011 yılında ise 487,6 milyondur (https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/in.html, erişim tarihi: 3 Ocak 2013).

Sunulmuş olan veriler, Hindistan yazılım sanayisinin büyümesinin ihracata yönelik büyüme modeline ve yabancı sermaye yatırımlarının çekilmesine dayanmakta olduğunu göstermektedir. Yazılım, Hindistan hizmet ihracatında özellikle önemli bir yere sahiptir ve görece yüksek düzeyde DYY çekmiştir; bu, Hindistan yazılım sanayisinin UDİ'de önemli bir role sahip olduğunu göstermektedir. Bu yüzden bu sanayinin analizini ilerletmek istiyoruz.

8.3. Uluslararası Dijital İşbölümünde Hindistan Yazılım Sanayisi'nin Üretim İlişkileri

Hindistan'da, zenginler ve fakirler arasında, eğitimliler ve eğitimsizler arasında, şehirde yaşayan teknoloji girişimcileri ile kırsaldaki topraksız işçiler ve çiftçiler arasında olduğu kadar, küçük kasabalar ve büyük şehirler ve Güney ile Doğu arasında da çok büyük uçurumlar vardır (D'Costa 2002). D'Costa'ya göre (2002), Hindistan'ın yazılım alanındaki gelişimi, kazananlar ve kaybedenler üreten ve bazı şehirlerin, bölgelerin ve grupların, geride kalanlar pahasına gelişimini sağlayan Hindistan kapitalizminin eşitsiz ve bileşik gelişimi ile bütünleşik haldedir. 2011'de, Hindistan'da, Gini katsayısına göre gelir eşitsizliği %36,8, yetişkinlerdeki eğitimsizlik oranı %37,2 ve sağlığa bağlı yaşam beklentisi 56 yıl olarak ölçülmüşken; nüfusun %53,7'si çok boyutlu yoksulluk, %26,8'i şiddetli yoksulluk koşullarında yaşamakta ve %41,6'sı ise günde 1,25 Dolar'dan daha azıyla yaşamak zorunda kalmaktadır (UNHDR 2011). Ampirik çalışmasında Ilavarasan (2007), Hint EİT işgücü içerisinde şehirli-kırsal ve cinsiyetçi farklılıklar olduğu ve bu farklılıkların Hindistan'daki eşitsiz gelişime katkıda bulunduğu sonucuna varmaktadır. Hint yazılım işçileri genellikle orta-üst sınıf çıkışlı olup, yükseköğrenim görmüş kimselerdir. Daha az örgün eğitim görme şansı olan fakir ailelere mensup, alt sınıf insanların yazılım mühendisi olmaları daha zordur (Ilavarasan 2008).

Hint yazılım mühendislerinin neredeyse hepsi üniversite eğitimi almıştır ve oldukça niteliklidir; ve genelde yerine getirdikleri görevler için gereğinden fazla niteliklidir (Upadhya ve Vasavi 2008). Hint yazılım şirketleri ihracat piyasası için ağırlıklı olarak düşük seviyede

kod yazma, yazılım tasarlama ve test etme yaparken yurtiçi yazılım piyasası üretim sürecinde bütün yazılım yaşam döngüsünü zorunlu olarak içeren daha karmaşık yazılım mühendisliği projelerine odaklanmaktadır (Arora vd. 1999, 2001). "Mülakat yaptığımız ABD şirketlerinin çoğunda müdürler [...] dış kaynak kullanımı yoluyla temin edilen türden işin ne teknolojik olarak çok karmaşık ne de işleri için elzem olduğunu kabul ettiler" (Aroravd. 2001, 1274). "Dış kaynak kullanımı yoluyla temin edilen iş yalnızca teknolojik olarak basit değil, aynı zamanda projeler de genellikle küçüktür" (Aroravd. 2001, 1287). Ilavarasan (2008) iki Hint yazılım şirketini içeren bir emek süreci analizi yapmıştır. Burada, tasarlama ve uygulamayı içeren dört farklı pozisyon (geliştirici, modül lideri, proje lideri, proje müdürü) tespit etmiştir. Tasarlama ve uygulamayı yerine getirenler arasında bir ayrım yapılmamıştır. Görevler Taylorist bir şekilde yüksek yetenek gerektiren faaliyetler ve rutinleştirilmiş düşük yetenek gerektiren faaliyetler olarak ayrılmamıştır. Çalışma, Hint yazılım şirketlerindeki faaliyetlerin, herkesin çeşitli iş görevlerine katılabileceği şekilde dağıtılmış olduğunu göstermektedir. Gelen projelerin ne kadar çaba gerektirdiğine bağlı olarak (yalnızca kod yazma, test etme, teslimat ve kurma mı, yoksa gereklilik belirtimleri ve tasarım mı gerektirdiğine göre), Hint EİT işçileri daha fazla ya da daha az tasarlama ve/veya uygulama görevleri yerine getirmektedir.

Aroravd. (2001) 40 yazılım şirketinde üst düzey yöneticilerle ve yazılım uzmanlarıyla yaptıkları 75 mülakata ek olarak Hindistan'da 60 yazılım mühendisiyle de kısa mülakatlar yapmışlardır. Yazılımın dış kaynak kullanımı yoluyla Hindistan'a yaptırılmasının üç biçimini tespit etmişlerdir: (1) deniz aşırı şirketlerde yerinde danışmanlık ya da mühendislik, (2) Hint yazılım mühendislerinin yerinde ve yabancı ülkelerde çalışmalarının bir birleşimi ve (3) giderleri azaltmak için Kıyı ötesi Geliştirme Merkezleri'nin kurulması. Yürütülen çalışmada toplam işin %42,7'si kıyı ötesinde yürütülmüştür.

Xiang Biao (2007), ET [Enformasyon Teknolojisi] sanayisindeki "küresel *body-shopping*" üzerine yaptığı çalışmasında 90'dan fazla mülakat gerçekleştirmiştir. *Body shopping* "Hint programcıların çalış-

ma vizelerini güvence altına almak ve onları iş sahasında çalıştırmak üzere ABD'ye [veya başka ülkelere] getirme şeklindeki fiziksel uygulama" anlamına gelmektedir (Aneesh 2006, 3). "*Body shopping*, dünyanın herhangi bir yerindeki Hint kökenli bir danışmanlık şirketininin (*body shop*), çoğunlukla Hindistan'dan ET işçilerini topladığı ve onları proje-bazlı emek olarak muhtelif müşterilere tayin ettiği, muhtemelen sadece Hindistan'a özgü bir uygulamadır. İş arayanları işverenler ile bir araya getiren geleneksel iş ve işçi bulma aracılarının aksine, *body shop*'lar işverenlerin yerine işçileri, geçici çalışma vizelerine kaynak sağlamaktan, maaşlarını ödemeye, kalacak yer sağlamaya ve benzeri gibi konulara kadar yönetir. Bu şekilde işçiler, sözleşmeli işverenleri ile herhangi bir şekilde doğrudan ilişki içine girmezler ve istenildiği zaman sayıları azaltılarak tasarrufa gidilebilir, bundan sonra ise *body shop*, bu işçiyi başka bir müşteriye gönderebilir veya bir sonraki iş için beklemeye alabilir. Birlikte hareket eden *body shop* sahipleri, aynı bölgede veya farklı ülkelerdeki meslektaşları ile bağlantı kurup, ihtiyaç olan yerlere ET işçileri gönderirler" (Biao 2007, 4). Biao, bu şekilde çalıştırılan Hint programcıların, "ayak işi" olarak nitelendirdikleri, monoton ve görece düşük ücretli işlerde çalıştırılma eğiliminde olduklarını (a.g.e., 5), genellikle ücretlerinin bir kısmını, ABD veya başka bir ülkeye gönderilmelerinin karşılığında Hint *body shop*'lara vermek durumunda kaldıklarını, başka bir iş bulmalarını yasaklayan maddeler barındıran geçici iş sözleşmeleri yapma eğiliminde olduklarını ve genellikle yüksek ölçüde bireyselleştirilmiş, açık ve kesin olmayan sözleşmeler yaptıklarını keşfetmiştir. Hindistan'daki EİT *body shopping*'inin bir sonucu olarak "küçük zenginlikler, küreselden yerele doğru geçmekteyken, bunun tam tersi olarak değer, yerelden yukarı ve dışarı (Batı'ya) doğru pompalanmaktadır" (a.g.e., 112). A. Aneesh (2006, 43) *body shopping*'in etkilerini şu şekilde açıklamaktadır: Batılı bir şirket "işgücünü azaltabilmekte, bu geçici işçileri yalnızca ihtiyaç zamanlarında hizmete alabilmekte ve kalıcı işçilere sağlanması gereken uzun dönemli sosyal olanaklardan -sosyal güvenlik, emeklilik katkıları, sağlık sigortası ve işsizlik sigortası- tasarruf edebilmektedir". Hint *body shop*'ları genellikle işçinin ücretinin üçte biri ile üçte ikisini almaktadır. Aneesh ayrıca sanal göç adını verdi-

ği ikinci bir yaygın stratejiyi de analiz etmiştir: "Sanal göç kavramı Hindistan'da yaşayan ve yerel bir şirkette çalışan bir programcının doğrudan ABD'de hizmet verebileceğini vurgulamaktadır" (a.g.e.,2). "Hindistan'da bulunan bir işçinin yerine getirdiği iş, Amerika Birleşik Devletleri'nde yer alan ana bilgisayarlarda ve sunucularda yerine getirdiği gerçek zamanlı işten, bir firmanın merkezi bir iş istasyonu bulunmadan coğrafi olarak dünya çapında çeşitli konumlara yayılmasına olanak sağlayan bir iş tasarımına kadar değişkenlik gösterebilir" (a.g.e., 69). Farklı zaman dilimleri, EİT şirketlerinin küresel olarak yayılmış teşekküller hâline gelebileceği, emeğin günün 24 saati boyunca işleyebileceği şekilde entegre olmuştur. Hindistanlı bir programcı bu durumu şu şekilde açıklamaktadır: "Temel olarak ABD'de gece [olduğunda] burada sabahın erken saatleridir. [...] Günleri sona erdiğinde [ABD'lilerin] yalnızca sorunlarını ve yapmamızı istedikleri değişiklikleri sıralamaları yeterlidir; bu sorunları normal çalışma saatlerimiz içinde, tam zamanında çözebiliriz; ertesi gün ofislerine gittiklerinde sorunları çözülmüş olur" (a.g.e., 84). *Body shopping* ve sanal göç, ücret maliyetlerinin düşük tutulup kârın azami seviyeye çekilebilmesini sağlamak amacıyla emek-gücünün ucuzlatılması için emeği yüksek derecede sömüreceği, bireyselleştireceği, dağıtacağı, ayıracağı, güvencesizleştireceği ve sendikasızlaştıracağı bir şekilde örgütlemek için uygulanan stratejilerdir. İki strateji de mekânı Hint işçileri sömürmek için ırkçı bir şekilde düzenlemektedir:

- *Body shopping*'de, EİT sermayesi nereye isterse Hint işçiler meta olarak oraya ihraç edilmektedir. İşçiler kendi hareket özgürlüklerini sınırlayan sözleşmeler yapmaktadır. Sermaye nereye gitmelerini emrederse, EİT şirketlerinin istediği süre boyunca oraya gitmek zorundadırlar. Sonuç, sürekli olarak hareket hâlinde olmaları, EİT sermayesi müsait olmalarını her istediğinde müsait olmaları ve yeteneklerine daha fazla ihtiyaç duyulmadığı anda yollarına devam etmeleri şeklinde sermayenin çıkarlarına hizmet etmeleri olabilir.
- Sanal göçte mekânsal esneklik şirketin operasyonlarını Hindistan'a genişlettiği anlamına gelmektedir. Hintli işçiler fizik-

sel olarak ev sahibi bir ülkeye göç etmezler, Hindistan'da kalıp Batılı EİT sermaye sahipleri için görevlerini buradan yürütürler. Mekân, EİT-odaklı iletişim ve veri aktarımının belirli bir iş birlikteliğine olanak sağlayabileceği şekilde düzenlenmektedir, böylelikle Hint yazılım mühendisleri yazılım projeleri için ihtiyaç duyulan kodun parçalarını sağlamaktadır.

Her iki strateji de Hintli işçilere düzenli koşullar altında çalışan işçilerden daha düşük ücretler ödeyerek ücret maliyetlerini azaltmaktadır. Yani Hintli bir işçi olmak, yüksek derecede sömürülmek anlamına gelmektedir. Dayandığı temel, daha yüksek bir seviyede sömürüye ve daha güvensiz bir istihdam stratejisine dönüşmektedir. *Body shopping* ve sanal göç, sömürüyü artırmak amacıyla mekânı esnekleştiren ve kârların yükselmesiyle sonuçlanan, bilgi üretiminin oldukça ırkçı biçimleridir.

Hindistan'da, ET sektöründeki ücretler, ABD standartlarının %7'si ile %40'ı arasında değişmektedir (D'Costa 2002). Bir diğer hesaplama ise yazılım mühendisliğinin dış kaynak kullanımı yoluyla Hindistan'da yaptırılmasının, ABD'de yaptırılmasına kıyasla üçte bir ile beşte bir oranında daha ucuz olacağı şeklindedir (Arora vd. 2001, 1278). "Üretimin bir kısmını yaptırmak için gelişmiş bir ülke yerine Hindistan'ın tercih edilmesinin yegâne sebebi, düşük emek maliyetleridir" (Dossani ve Kenney 2007, 777). Yazılımcıların ücretleri, Hindistan'daki en yüksek ücretlerden birisidir (Ilavarasan 2007) ki bu da Hindistan'da ve gelişen-gelişmekte olan ülkeler arasında genellikle büyük bir zenginlik ve ücret farkı olduğunu göstermektedir. Commander vd. (2008), 225 adet Hint kökenli ve 60 adet ABD kökenli yazılım firmasıyla anket yapmıştır. Edindikleri sonuçlara göre, Hindistan yazılım sanayisindeki ücretler görece yüksek olmakla birlikte, şirketler arasında büyük farklar bulunmaktadır: tasarımcılar, yöneticilere göre ortalama %29,8 daha az kazanmakta, yazılım geliştiricileri, yöneticilere göre %53,2 daha az kazanmakta, düzenleyiciler %62 ve yardımcı personel %67 daha az kazanmaktadır. Hint şirketlerindeki yöneticilerin ortalama ücretleri, ABD'deki meslektaşlarının %12'si oranında iken, bu oran tasarımcılar ve düzenleyiciler için %10, geliştiriciler için

%9 ve yardımcı personel için %7'dir. Bu, bu çalışmada yer alan Hint yazılım şirketlerindeki ortalama ücretlerin, ABD'de yer alan firmalardaki ücretlerin %9,6'sı olduğu anlamına gelmektedir. Commander vd. (2008) bu ücret farkının, eğitimli Hint profesyonellerinin, ABD'ye yönelik, büyük ölçekli "beyin göçünden" kaynaklandığını bildirmektedir. Paula Chakravartty (2006) ABD'de, medya ve siyasette yer alan sağcı zenofobik söylemlerin, ABD'ye göç eden veya dış kaynak kullanımı yoluyla ABD'den iş alan Hint yazılım mühendislerinin düşük ücretlerle çalışmalarının, ülkedeki beyaz-yakalı işlerdeki ücret düşüşüne neden olduğu yönünde bir ideoloji ileriye sürdüğünü savunmaktadır. Oysaki kendilerine ABD yazılım sanayisinde çalışma olanağını sağlayan geçici H1-B vizesine sahip olan Hintli göçmenler, aslında yüksek ölçüde sömürülmekte, uzun saatler boyunca çalışmakta ve karşılığı ödenmeyen fazla mesai çalışmaları yapmaktadırlar. Hindistan'da orta sınıf, ABD'ye göç etmiş olan yazılım mühendislerini, Hindistan'ın milli ekonomik gelişiminin kahramanları olarak görüp, onları göklere çıkarmaktadır. Chakravatty'ye göre, bu iki söylem de "beyaz-yakalı milliyetçiliğinin" bireysel suçlama veya bireysel kahramanlaştırma şeklindeki değişik biçimleridir ve dolayısıyla ücret maliyetlerini düşürerek, kârı azamileştirmeye çalışan ve EİT sanayisini şekillendiren küresel kapitalizm gerçeğini gözden kaçırmaktadır.

D'Mello ve Sahay (2007) Mumbai'de bulunan bir yazılım şirketinde (IN-Sync, ihracat ve yurtiçi odaklı) yapılan 50 mülakata dayanarak, Hint yazılım mühendislerinin karşılaştığı işgücü hareketliliğinin üç biçimini tespit etmiştir: coğrafi hareketlilik (işe gidiş-geliş zamanlarının uzunluğu, evde çalışma, sık denizaşırı çalışmalar, iş değişimi yüzünden yer değiştirme), sosyal hareketlilik (uzun çalışma saatleri dolayısıyla şirket içinde güçlü sosyal ağlar, göreceli zenginlikle birlikte yukarı doğru sosyal hareketlilik, değişen kast ilişkileri), ve varoluşsal hareketlilik (aile yaşamı için yetersiz zaman, boş zamanın çalışma zamanına dönüşmesi, aşırı çalışma yüzünden sağlık riskleri ve intiharlar, iş baskısı, sürekli olarak teslim tarihiyle çalışma, vb.; herhangi bir anda işçilerin işten çıkarılmasına olanak sağlayan güvencesiz iş sözleşmeleri; daha fazla sorumluluğa, gerginlik ve strese sebep olan kariyer gelişimi, artan gerilim ve istifa). Hint EİT işçileri

"tekno-göçebe" işçilerdir (Upadhya ve Vasavi 2008, 20). Otuzlu yaşlarının ortasında bir proje müdürü olan Mohan şöyle bir açıklama yapmaktadır: "İş bir öncelik hâline geliyor. [...] Aile ve diğerlerinin içinde bulunduğu alan devamlı küçülüyor" (D'Mello ve Sahay 2007, 179). Mülakat yapılan bir diğer kişi ise "Bazen haftada beş gün sabah saat 8'de işe başlayıp akşam 10-11 gibi işten çıkıyorsunuz. Ve herhangi bir zamanda çağrılabilirsiniz. [...] Ayrıca hiçbir hobi geliştiremezsiniz" (a.g.e.) demektedir. Üçüncü biri ise şunu öne sürmektedir: "İşte geçen kaçınılmaz uzun saatler yüzünden ET'de çalışan insanlar şirket içinde güçlü sosyal ağlar inşa eder. Ofisin dışında, aile üyelerinin haricinde sosyalleşmek için çok az zaman ve enerji kalır. Bu olgu, denizaşırı seyahatle birlikte aile ilişkilerine darbe vurur. [...] Bir yandan ailem kısa seyahatler için benimle birlikte denizaşırı ülkelere gidebiliyor, ki bu muhteşem bir şey. Ancak, ailem yokluğumda kendilerine başka destek sistemleri bulmuş gibi görünüyor ve bazen evdeki konumum hakkında şüpheye düşüyorum!" (a.g.e., 177).

Ev kadınılaşma [housewifization], işlerin, geleneksel olarak ev işlerinin yapısında bulunan, güvensiz ve güvencesiz özelliklere bürünmesi anlamına gelmektedir (Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988; Mies 1986; Werlhof 1991). Hint yazılım mühendisleri, ev işçilerinden, ücretli işçiler olmaları bakımından farklıdır; ancak uymak zorunda kaldıkları esneklikler, ev kadınılaşmanın başka bir boyutudur: ev işçileri gibi mütemadiyen müsait olmaları, değişik görevler arasında geçiş yapmaya hazır olmaları ve kendilerine vakit ayırmadan uzun saatler boyunca çalışmaları gerekir.

Ilavarasan (2007) iki büyük Hint yazılım şirketinde D'Mello ve Sahay'ın (2007) sonuçlarını doğrulayan 114 kişiyle yaptığı bir anketin yanı sıra 62 de mülakat yapmıştır. Birçok işçinin esnek çalışma saatlerine sahip olduğu ve sık sık geceleri çalıştığı bulgusuna ulaşmıştır. Katılımcıların %56'sı tatil günlerinde de çalıştığını, %86'sı ise fazla mesai ücretlerinin ödenmediğini söylemiştir. Gerçek haftalık çalışma saatleri, resmi olarak zorunlu olan 40 saatten çok daha fazlasına tekabül etmektedir.

Valk ve Srinivasan (2011), 13 adet yarı yapılandırılmış mülakata dayanarak kadın Hint ET profesyonellerinin ET işçileri olarak kim-

liklerine değer verdiklerini fakat aynı zamanda yaşlı, hasta ve çocuk bakımının bir parçası olduğu birleşik aileleri için de güçlü bir sorumluluk hissettiklerini göstermiştir. İş baskısı, yolculuk ve zor teslim tarihleri, iş-aile dengesi açısından sorunlar yaratmaktadır. Bu sonuçlar Hint yazılım sanayisinde yüksek stres seviyelerinin kadınlar için özel sorunlar yarattığını göstermektedir. Infosys; spor salonları, basketbol ve badminton sahaları, bir dizi restoran, çeşitli oyunlar ve benzerlerini içeren eğlenceli işyerleri yaparak Google işyeri tasarımı modelini benimsemiştir (Mathew, Ogbonna ve Harris 2012). Bu işyeri düzenleme modeli, Hint yazılım sanayisinde görülen daha kapsamlı ve genel bir trendin ayırt edici özelliğidir: takım çalışmasını, katılımı, açık ve şeffaf bir kültürü, yönetim hedeflerinin çalışanlar tarafından içselleştirilmesini, öz-disiplini, sosyal etkinlikleri, akran grup baskısını ve kontrolünü, şirket kültürü/felsefesini ve kültürel eğitim programlarını vurgulayan yumuşak yönetim teknikleri kullanılmaktadır (Upadhya ve Vasavi 2008). Sonuç, çalışanlar arasında rekabet ve güçlü bir bireyselleşmedir. Aynı zamanda yumuşak yönetim teknikleri genelde panoptik iş gözetimiyle birlikte kullanılmaktadır: "Doğrudan ve dolaylı örgütsel kontrol tekniklerinin bu şekilde bir araya getirilmesi, şirketlerin, çalışanlarını azami seviyede çalıştırmalarına ve böylelikle üretkenliği azami seviyeye çekmelerine olanak sağlamaktadır. Fakat bu aynı zamanda bir çelişki de taşımaktadır: işçiler bir yandan her hareketlerini ve anlarını izleyen, sıkı kontrol edilen ve şahsi olmayan bir yönetim sistemi içinde çalışırken öte yandan işçilerden kendilerini, bireyselleşmiş, kendilerini yöneten ve yönlendiren 'girişimci' çalışanlara dönüştürmeleri beklenmektedir" (a.g.e., 29).

EİT sanayisinde sendikalaşma zor olmuştur; zira işçiler ve yöneticiler, sendikaların, Hint kapitalizmine zarar verdiğini düşünmüşlerdir ve Hint EİT çalışanları kendilerini işçi olarak değil, bilgi uzmanları olarak görme eğilimindedirler (Mukherjee 2008). Batı Bengal eyaleti, daha da ileriye giderek ET sektöründe grevleri yasaklamıştır (Stevens ve Mosco 2010). Hindistan'da sendikalaşmanın önündeki bir diğer sorun ise, insanların, sendikaların siyasi partilere fazla bağlı olduğunu düşünme eğiliminde olmalarıdır (James ve Vira 2010). Ayrıca, Hint EİT sanayisinde uygulanmakta olan, bireyselleştirmeyi geliştiren ve

toplu sözleşmenin altını oyan yumuşak yönetim tekniklerinin de sendikalaşma üzerinde olumsuz etkileri olmuştur (Upadhya ve Vasavi 2008). Stevens ve Mosco (2010), Hint EİT sektörünün sendikalaştırılmasına dair girişimlerin ayrıntılarını vermektedir. Buna bir örnek, Enformasyon Teknolojileri ve Bağlı Hizmetler Profesyonelleri Sendikası'nın (UNITES) kurulmuş olması ancak geniş bir üye tabanı bulmakta zorlanmasıdır.

8.4. Sonuç

Edward Said (1978, 153) Karl Marx'ın Hindistan hakkında yazdığı "Britanya, Asya'yı yok ederek, orada gerçek bir toplumsal devrim ihtimalini mümkün kılmaktadır" yazısından dolayı, Marx'ın, "toplumları vahşi bir şekilde dönüşüme uğrarken, Doğuluların çektiği acıları" "tarihsel gereklilik" olarak gördüğünü öne sürmüştür. Kevin Anderson (2010, 20) Marx'ın, Batı ile aynı gelişim yolunu izlemesi mümkün olan toplumlar ile ilgili görüşlerinde bazı problemler olduğunu ve Batı'nın izlediği gelişim yolunu nihai ve yegâne gelişim yolu olarak gördüğünü kabul etmektedir, ancak bu "hiçbir şekilde başka insanların acılarına duyulan empati eksikliği anlamına gelmez". Gerçekten de, Marx, Hindistan hakkındaki makalelerinde "İngiliz müdahalesinin" Hint toplumunu ve onun ekonomisini yok ederek, "Asya'da duyulmuş yegâne toplumsal devrimi" sağladığını yazmıştır (Marx 1853a). Marx ayrıca şunları belirtmiştir: "İngiltere, Hindistan'da çifte bir görevi tamamlamalıdır: Biri yıkıcı, diğeri yapıcı, eski Asyatik toplumun ortadan kaldırılması ve Asya'daki Batılı toplumun maddi temellerinin kurulması" (Marx 1853b). Ancak bu, Marx'ın 1853 yılında Hindistan üzerine yazdığı makalelerdeki tüm gerçekliği yansıtmamaktadır. Marx, burjuvazinin, Hindistan'da ve aktif olduğu her yerde, "bireyleri ve insanları kanın, pisliğin, acının ve aşağılamanın içine sürüklediğini" (a.g.e) belirtmiştir. Ve şu sonuca varmaktadır: "Hintliler, Britanya burjuvazisi tarafından aralarına saçılmış yeni toplumsal unsurların meyvelerini, Büyük Britanya'nın iktidar sınıfının yerini endüstriyel proletarya alana kadar veya Hindular hep birlikte İngiliz boyunduruğunu başlarından atacak düzeyde güçlenene kadar, toplayamayacaktır" (a.g.e.). Bu alıntı, Marx'ın "Hintli bir özgürleş-

me hareketinin yükselişini" öngördüğünü, bu hareketi desteklediğini (Anderson 2010, 24) ve böyle bir yaklaşıma yakınlık duyduğunu göstermektedir. Marx, Hint halkını pasif ve devrim yapmaktan aciz olarak görmemiş, daha ziyade burjuvazinin her tür hâkimiyetinin acı, kan, pislik ve aşağılama ile sonuçlanacağını ve Hindistan örneğinde de bu durumun söz konusu olduğunu düşünmüştür. Ayrıca, Hintlilerin kapitalist ve sömürgeci bir egemenlikten herhangi bir fayda sağlamayacağını belirtmiştir. Kapitalizmin sömürücü ve emperyalist karakteri göz önünde bulundurulduğunda, insani bir topluma erişmek için, Hindistan'da, Britanya'da ve dünyada toplumsal devrimlere ihtiyaç vardır. Bu, Marx'ın Hindistan hakkındaki yazılarından çıkan nihai sonuçtur. Günümüzde Hindistan'ın Marksist bir analizinin yapılması ayrıca önem teşkil etmektedir.

Liberalleştirme, kuralsızlaştırma ve özelleştirmeyi kapsayan neoliberal bir program, geçtiğimiz yıllarda Hindistan'ı karakterize eden şey olmuştur. Arundhati Roy (2003) bu bağlamda Hindistan'ın "günümüzde kurumsal küreselleşme projesinin en ön saflarında yer aldığını, [...] kurumsallaşmanın ve özelleştirmenin, Hükümet ve Hindistan elitleri tarafından iyi karşılandığını" söylemektedir. Arundhati Roy, Hindistan'ın Reliance Industries Limited (RIL), Tatas, Jindals, Vedanta, Mittals, Infosys, Essar ve ADAG Reliance gibi az sayıdaki şirket tarafından yönetildiğini savunmaktadır (Roy 2012). "Her Şeyin Özelleştirilmesi dönemi, Hindistan ekonomisini dünyada en hızlı büyüyen ekonomilerden birisi haline getirmiştir" (a.g.e.). Aynı zamanda bu zenginlik, işçilerin sömürülmesinin yanında, köylülerin ve kırsal kesimin topraksızlaştırılması yoluyla Hindistan'da ileri derecede eşitsiz bir gelişimin ortaya çıkmasına dayanmaktadır: "Hindistan'da, yeni ve IMF sonrası politikaların reforme ettiği orta sınıfa mensup, pazar haline gelmiş, 300 milyon insanımız, öteki dünyanın ruhlarıyla, kurumuş nehirlerin, ağaçsız dağların, kesilmiş ormanların, borç yüzünden kendi canına kıymış 2.500.000 işçinin ve bu orta sınıfın ortaya çıkması uğruna fakirleştirilmiş, topraksızlaştırılmış ve günde yirmi rupiden[3] daha az parayla hayatta kalmaya mecbur bırakılmış 800 milyon insanımızın hayaletleri ile yan yana yaşamaktadır" (a.g.e.).

[3] 1 Ocak 2012 tarihinde 1 doların karşılığı 53,06 rupiydi (Kaynak: http://www.exchange-rates.org) (ç.n.).

Yazılım sanayisi, neoliberal politika çerçevesinde, Hindistan'daki ekonomik politikaların belirlenmesinde stratejik bir odak noktası haline gelmiştir ve bu sanayinin kuralsızlaştırılması, yabancı yatırımların bu sanayiye çekilmesi ve yönlendirilmesi, Hindistan'da sermaye birikiminin özgül bir durumunu ortaya çıkarmıştır. Yazılım, Hindistan'ın en önemli hizmet ihracatı sektörü ve EİT endüstrisinin en önemli sektörüdür. Hindistan yazılım sanayisi yüksek miktarda değer yaratmakta; ancak sadece kısıtlı bir istihdam payına sahip olmaktadır. Bu değerin büyük çoğunluğu (%75), sermaye yatırımcılarının ana merkezlerinin bulunduğu yabancı ülkelere, en çok da ABD'ye, ihraç edilmektedir.

Yabancı kapitalistler, yazılım mühendisliği alanındaki işlerini dış kaynak kullanımı yoluyla Hindistan'da yaptırarak maliyetleri azaltıp, kârı arttırmayı umarlar. Bu yöndeki genel eğilim, Hindistan yazılım sanayisindeki emek maliyetinin, Batı'daki standartların sadece bir kısmını oluşturduğu (%7 ila %40) ve böylece Batılı şirketlerin kârlarının çoğaltılacağı yönündedir. Çalışmanın geçicileşmesi, "çalışmanın, düzenlenmemiş bir hal alması ve genelde, iş mevzuatının sağladığı koruma, kalıcı iş sözleşmeleri ve iş güvencesi gibi koşullar altında gerçekleştirilen, bilindik tam zamanlı çalışmalardan farklılaşması süreci" anlamına gelir (Riethof 2005, 64; ayrıca bkz. Huws 2011). Çalışmanın geçicileşmesi, çalışmanın kayıt dışılaşmasını (hukuki güvence ve toplu sözleşme hakkının olmaması) ve esnekleşmeyi (işin esnekleşmesi: dış kaynak kullanımı, değişen çalışma saatleri ve ücretler; emek piyasasının esnekleşmesi: işçilerin hareketliliği) içerir. Neoliberalizm, çalışmanın geçicileşmesini geliştirmiştir. (Saad-Filho ve Johnston 2005). Hindistan yazılım sanayisinde geçicileşme, özellikle çalışma saatlerinin esnekliği ve işçilerin konumsal olarak hareketli olma gerekliliği anlamındadır. Çalışanlar, sermayenin dilediği zaman çalışmalı, herhangi bir zamanda muhtelif görevleri yerine getirmeye ve bu görevler arasında geçiş yapmaya hazır olmalı ve uzun saatler boyunca çalışmalıdırlar. Batılı sermaye yatırımları, Hint yazılım mühendislerinin hayatlarını parasal anlamda geliştirmişlerdir; ancak söz konusu parasal faydalar, fazla çalışmayı, artan stresi, zorunlu esnekliği ve oradan oraya sürüklenmeyi, iş yaşamının ve iş-aile dengesinin yok olmasını, sağlık tehlikelerini ve güvencesiz istihdamı beraberin-

de getirmiştir. Maruz kaldıkları esneklik ve hareketlilik, çalışmanın ev kadınılaşmasının birer boyutudur. Bu zor koşullara rağmen, bu sektörde sendikalaşmayı sağlamak ziyadesiyle zor olmuştur. Yazılım sektöründeki neoliberal odak, zengin ile yoksul, şehir ile kırsal, eğitimli ile eğitimsiz arasında vuku bulan eşitsiz bir gelişme ile bütünleşik haldedir. Hint yazılım mühendisleri, niteliksiz ve tekrarlayıp duran işleri yapan Taylorist işçiler değildir; bu mühendislerin yüksek seviyede mantıksal kavrayış ve akıl yürütme gerektiren işleri yerine getirebilecek ölçüde üniversite eğitimi almış olmaları gerekir. Bu yüzden, bu işlerle, donanım montajcıları tarafından yürütülen işler arasında belirgin bir fark vardır ki ikincisi çok daha fazla sıklıkla Taylorist standardizasyona maruz kalmaktadır. Hint yazılım mühendisleri yüksek ölçüde kalifiye olan ve yüksek ölçüde sömürülen işçilerdir. Lenin (1917, 215) sermaye ihracatını, emperyalizmin önemli bir özelliği olarak karakterize etmiştir: "Modern kapitalizmde, tekeller üstünlük sağladığında, sermaye ihracatı tipik bir özellik halini alır". Ulaşılmak istenen amaç, "sermayenin kıt, toprak fiyatının görece düşük, ücretlerin düşük ve hammaddelerin ucuz olduğu" ülkelere sermaye ihracatı yapılarak yüksek kârlar elde etmektir (a.g.e., 216). Kolonilerde emeğin yüksek oranlarda sömürülmesi, askeri yollarla (bir ülkenin ilhak edilmesi) ve/veya ekonomik yollarla gerçekleştirilebilir. David Harvey (2005), modern yeni emperyalizmi, *mülksüzleştirerek birikim* biçimi şeklinde nitelendirir. Hint yazılım sanayisinde, yeni emperyalizm, yabancı sermayenin sanayiyi kontrol ettiği, uluslararası ücretlere oranla düşük ücretler ödediği (ki bu da sektör üzerindeki devlet kontrollerinin devre dışı bırakılması ile söz konusu olur) ve bu şekilde yüksek kazanç sağladığı özgül bir ekonomi biçimini almaktadır. Hint yazılım mühendisleri tarafından yaratılan değer, büyük ölçüde ülkede kalmaz ve ülkenin yararına olmaz. Bu değere, daha ziyade, Batı sermayesi el koyar ve sahip olur. Batı, bu sermayenin birikimini, yüksek oranda sömürüye maruz kalan Hint yazılım mühendislerinin yarattığı değeri mülksüzleştirmek suretiyle sağlar. Hint yazılım sanayisi, küresel işbölümünün yeni emperyalizm tarafından şekillendirilen bir parçasıdır. Söz konusu şekillendirme, Hindistan'da üretilen değerin, yüksek bir sömürü oranıyla Batılı ülkelere ihracı biçimindedir.

Bunun sonucu olarak, EİT sanayisinde eşitsiz, küresel bir gelişme ve Hindistan'da da bu gelişmenin oluşumu ve güçlendirilmesi mevcuttur. Marx, Hindistan hakkında "aristokrasi onu fethetmek, plutokrasi yağmalamak ve manifaktür oligarşisi ise yok pahasına satmak istemişti" demiştir (Marx 1853b). Neo-liberalizmin modern biçimleri, halen kolonilerin sömürülmesine dayalıdır: Batı sermayesi, Hindistan'ı ve yerkürenin güneyindeki ülkeleri yağmalayan "plutokrasi" şeklinde hareket etmektedir. Bu yağmacılık özgül bir biçim almaktadır. Hint yazılım sanayisi, küresel EİT sanayisinin yeni emperyalist işbölümünde stratejik bir sanayisidir. Tıpkı Marx'ın 1853'te yazmış olduğu gibi, günümüzde de Hintlilerin çoğu, Hindistan'daki yazılım sektöründe var olan, "[enformasyon] toplumunun yeni unsurlarının meyvelerini toplayamamaktadır" (a.g.e.)

Yazılım mühendisliği merkezleri, muhtelif ülkelerde özgül çalışma koşulları altında bulunabilir. Silikon Vadisi bunlara bir örnektir. Ve bu bölgede genel merkezi olan önemli bir EİT şirketi de Google'dır. Sonraki bölüm, Google'daki yazılım mühendisliğine ve Silikon Vadisi'nde çalışmaya yoğunlaşmaktadır.

9– Düşlerin Silikon Vadisi ve Sömürünün Kâbusları

Google İşçi Aristokrasisi ve Bağlamı

Okumaya başlamadan önce, bir süre "Silikon Vadisi" ifadesi hakkında düşünün. Çağrışımlarınız neler? Yarım dakika bekleyin ve dile getirin: SİLİKON VADİSİ... Olasıdır ki çağrışımlarınız Kaliforniya, bilgisayarlar, yazılım, mikroişlemciler, Intel, Google, Apple, HP, Adobe, Oracle, Facebook'u içeriyor. Silikon Vadisi, tarihsel olarak EİT sanayisinin çok önemli bir rol oynadığı San Francisco'nun güneyindeki bir bölgedir. Bu ifadeyle, belirli bilgisayar teknolojilerini ve EİT şirketlerini ilişkilendirmeye eğilimliyiz. Çoğu insan Silikon Vadisi'nin Amerikan rüyasının yuvası olduğunu düşünür. Bilişim tarihinde önemli bir rol oynadı. Ancak bilişim tarihi sadece teknolojilerin ve şirketlerin tarihi değildir. Bu tarih ayrıca EİT üretiminde yer alan dijital emeğin de tarihidir. Bu bölüm Silikon Vadisi'ndeki EİT sanayisindeki çalışma koşullarını, donanım montajı ve Google'daki yazılım mühendisliği örneklerine odaklanarak aydınlatmayı amaçlıyor. Silikon Vadisi'nin hikâyesinin yalnızca zengin olma, toplumu hızlandırma ve ekonominin verimliliğini arttırma rüyalarının bilgisayarlar yardımıyla nasıl da gerçekleştirdiğini değil, ayrıca bir kâbus hikâyesi olduğunu da gösteriyor: sömürü, ırkçılık, zehirli iş yerleri, zehirli toprak, zehirli hava, zehirli su, atıklara maruz kalan işçiler için ölüm, yüksek düzeyde stres ve fazla mesai. Silikon Vadisi sadece Amerikan rüyasının gerçekleştiği bir vadi değil, ayrıca sömürünün ve çevresel adaletsizliğin de vadisidir.

9.1. Giriş

Silikon Vadisi San Francisco'nun güneyindeki Santa Clara Vadisi'nde yer alan bölgenin adıdır. Cupertino, Los Altos, Mountain View, Palo Alto, San Jose, Santa Clara ve Sunnyvale gibi şehirleri barındırıyor. Bu terim, Kaliforniya'nın bu bölgesindeki EİT şirketlerinin fazla miktardaki varlığına işaret etmektedir. 1971 yılında, dünyanın ilk ticari mikroişlemcisi Intel 4004, genel merkezi Santa Clara'da olan Intel Corporation tarafından piyasaya sunuldu. Örneğin HP'nin 9100'i (1968) gibi ilk mikro-bilgisayarların bir kısmı Silikon Vadisi'nde geliştirildi. HP'nin genel merkezi Palo Alto'da. Silikon Vadisi'nin yükselişi, Soğuk Savaş döneminde ABD savunma sanayisinin çıkarları ve harp amaçlarıyla mikroişlemci ve transistör araştırma ve geliştirmesine olanak sağlayan ABD Savunma Bakanlığı'nın yaptığı yatırımlara dayanmaktadır. 2012'de, dünyanın en büyük 2000 şirketi arasında (Forbes 2000, 2012) çeşitli EİT sanayilerinde faaliyet gösteren ve Silikon Vadisi'nde yerleşik olan 21 tane şirket vardı:

- Donanım: Apple (#22, Cupertino), HP (#67, Palo Alto);
- Bilgisayar hizmetleri: Google (#103, Mountain View), Yahoo! (#756, Sunnyvale);
- Bilgisayar depolama aygıtları: SanDisk (#888, Milpitas), NetApp (#970, Sunnyvale);
- İnternet üzerinden perakende satış: eBay (#322, San Jose);
- Yarı iletkenler: Intel (#85, Santa Clara), Applied Materials (#583, Santa Clara), Altera (#1260, San Jose), KLA-Tencor (#1384, Milpitas), Nvidia (#1411, Santa Clara), Advanced Micro Devices (#1416, Sunnyvale), Xilinx (#1432, San Jose), Maxim Integrated Products (#1553, San Jose), Linear Technology (#1586, Milpitas);
- Yazılım: Oracle (#109, Santa Clara), Symantec (#815, Sunnyvale),VMWare (#984, Palo Alto), Adobe Systems (#1010, San Jose), Intuit (#1154, Mountain View).

Bu Silikon Vadisi şirketleri, 2012 yılında, dünyanın en büyük donanım şirketlerinin kârlarının %84,9'una, bilgisayar hizmetleri ala-

nında %26,2'sine, bilgisayar depolama aygıtları alanında %26,2'sine, İnternet üzerinden perakende satış alanında %68,1'ine, yarı iletken sanayisinde %39,4'üne, yazılım sanayisinde %27,1'ine tekabül ediyordu. Bu verinin bize gösterdiği, Silikon Vadisi'nin, EİT yönelimli birçok sermayenin yer aldığı, dünyanın EİT sanayisi için bir ana coğrafik merkez olduğudur. Bu durum, bize, Silikon Vadisi'nin gerçekten de "düşler vadisi" olup olmadığını anlamamız adına çalışma koşullarına bakmamız için bir gerekçe sunmaktadır.

	Yazılım yayımcılığı	*Veri işleme ve barındırma*	*İnternet yayımcılığı ve web arama portalleri*	*Özel istek bilgisayar programlama hizmetleri*	*Bilgisayar sistemleri tasarım hizmetleri*	*Diğer bilgisayarla ilişkili hizmetler*
2007	10549	4.653	12.872	28.403	20.166	996
2008	10.482	4.666	15.007	27.698	21.802	1.035
2009	10.340	4.628	15.006	24.788	19.047	1.076
2010	11.421	4.693	16.758	25.944	19.324	1.213
2011	13.505	4.921	19.587	28.009	21.104	1.200

Kaynak: ABD İşçi İstatistikleri Bürosu, Üç Aylık İstihdam ve Ücret Sayımı

Tablo 9.1 Santa Clara'daki seçili sanayilerdeki istihdam miktarları

	Yazılım yayımcılığı	*Veri işleme ve barındırma*	*İnternet yayımcılığı ve web arama portalleri*	*Özel istek bilgisayar programlama hizmetleri*	*Bilgisayar sistemleri tasarım hizmetleri*	*Diğer bilgisayarla ilişkili hizmetler*	*Ortalama yıllık ücret (ABD çapı, bütün istihdam)*
2007	191267	170.562	258.151	137.687	136.167	88.892	44.458
2008	201.640	151.876	216.316	148.116	124.562	95.395	45.563
2009	175.085	155.119	217.643	133.793	128.988	96.168	45.559
2010	235.226	233.153	236.885	146.329	148.575	100.899	46.751
2011	239.930	197.842	269.258	154.342	163.093	100.491	48.043

Kaynak: ABD İşçi İstatistikleri Bürosu, Üç Aylık İstihdam ve Ücret Sayımı

Tablo 9.2 Santa Clara'daki seçili sanayilerdeki yıllık ortalama ücretler (dolar)

Tablo 9.1 ve 9.2 dünya ekonomik krizi 2008'de başladıktan sonra, Silikon Vadisi'ndeki bütün yazılım ve İnternet tabanlı sanayilerdeki istihdamın nasıl da büyümeye devam ettiğini göstermektedir. Tablo 9.2 bu sanayilerde çalışanların ortalama ücretlerinin 2001 yılında genel ABD ortalama ücretinden 2 ile 5,6 kat daha yüksek olduğunu göstermektedir (ilk rakam bilgisayarla ilişkili hizmetler, ikinci rakam

İnternet yayımcılığı ve web arama portalleri için). Gerçekte bunun anlamı Silikon Vadisi'nde Google için çalışan birinin oldukça yüksek bir maaş beklentisinde olabileceği şeklindedir. Silikon Vadisi'ndeki yazılım sanayi, görünen o ki krizden kazançlı çıkmıştır. Hâlbuki diğer sanayiler krizden oldukça kötü bir şekilde etkilenmişlerdir: Santa Clara ilindeki gazete sanayisinde, ortalama yıllık ücret 2008'deki 62.381 dolardan 2011'deki 59.684 dolara gerilemiş ve 2007'de işçi sayısı 1.506 iken, bu sayı 2011'de 932'ye düşmüştür (ABD İşçi İstatistikleri Bürosu, Üç Aylık İstihdam ve Ücret Sayımı). 2008 ve 2009'da, ABD'de 30.278 gazete çalışanı işten atılırken, aynı dönem ABD gazetelerinin gelirleri 2008'de %17 ve 2009'da %27 oranında azaldı.[1] Bütün Kaliforniya eyaletinde, 2008-2011 döneminde, yayıncılık sanayisinde (İnternet hariç) 8.155, sinema ve ses kayıt sanayisinde 200.749, radyo ve televizyon yayıncılığında (İnternet hariç) 7.448 ve telekomünikasyonda 10.645 çalışan kovuldu (Western Information Office: Mass layoffs in California—2011 annual totals[2]). Bu veriler bize Kaliforniya ve Silikon Vadisi'nde enformasyon sanayisinin geniş kapsamlı bir şekilde krizden kötü etkilendiğini gösteriyor. Yazılım ve İnternet sanayisi bu krizin istisnai durumları olarak göze çarpıyor. Fakat her ne kadar Silikon Vadisi'ndeki yazılım ve İnternet sanayisi genel olarak istihdam büyümesi yaratmış olsa da, yine de EİT firmaları tarafından da işten çıkarmalar yaşandı: Yahoo! 2008'de 236, 2009'da 295, Intel 2008'de 650'den fazla, Sun Microsystems 2010'da 246, Cisco 2009'da 233, Adobe 2010'da 196 çalışanı işten çıkardı.[3] İstihdam büyümesi eşitsiz olmuş gibi gözükmektedir. Yarı iletken sanayisinde, Silikon Vadisi'ndeki yazılım dışındaki diğer büyük EİT sanayisinde, Silikon Vadisi'ndeki istihdam miktarları 2007'deki 47.633'ten, 2011'deki 42.328'e azaldı (ABD İşçi İstatistikleri Bürosu, Üç Aylık İstihdam ve Ücret Sayımı). Ancak ayrıca İnternet ve yazılım sanayisinde de, gelişme düzensiz: Örneğin, kriz başladığında eğer Google değil de, onun rakibi olan Yahoo!'da çalışıyor olsaydınız, büyük ihti-

[1] http://newsosaur.blogspot.se/2011/12/newspaper-job-cuts-surged-30-in-2011.html (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

[2] http://www.bls.gov/ro9/mlsca.htm (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

[3] Califomia Layoffs Database, http://www.mercurynews.com/business/ci_12277251 (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

malle işinizi kaybedecektiniz. Nisan 2012'de, Yahoo! 2.000 çalışanın işten çıkarıldığını duyurdu.[4] 2008'de, Yahoo!'nun kârı 640 milyon dolardan, 419 milyon dolara küçüldü, bu istihdamı azaltmanın kısmi bir açıklaması olabilir. İzleyen yıllarda Yahoo!'nun kârı 2009'da 598 milyon dolar, 2010 yılında 1,2 milyar dolar, 2011 yılında 1 milyar dolar şeklindeydi (Yahoo! Inc., SEC Filings [ABD Sermaye Piyasası Kurulu Başvuruları], 2011 yılı için Form 10-K). Paralel olarak, Google'ın (Yahoo!'nun arama ve çevrimiçi hizmet ve reklamcılık sanayisindeki en büyük rakibi) kârı 2007 ve 2008'deki 4,5 milyar dolardan, 2009'da 6,5 milyar dolar, 2010'da 8,5 milyar dolar ve 2011'de 9,7 milyar dolara yükseldi (Google Inc., SEC Filings, 2009 ve 2010 yılları için Form 10-K). Yahoo! şiddetli rekabete işten çıkarmalarla karşılık verdi, bu da ilk başta kârlarını arttırırken, 2011 yılında bir ters tepmeyle sonuçlandı, Yahoo! bu ters tepmeye 2012 yılında yine işten çıkarmalarla karşılık verdi. 2012'deki 2.000 işten çıkarma hesaba katılmadığında, Yahoo! 2007'deki 14.300 çalışanını, 2011'de 14.100'e düşürmüş durumdaydı (Yahoo! SEC Filings, 2007 ve 2011 yılları için Form10-K), oysaki Google 2007'deki 16.805 çalışanını 2011'de 32.467'ye arttırmıştı (Google SEC Filing, 2007 ve 2011 yılları için Form 10-K).

9.2. Silikon Vadisinin Uluslararası Dijital İşbölümündeki Üretici Güçleri: Emek Gücü ve Nesneleri, Araçları ve Emek Ürünleri

Aşağıdaki tablo (Tablo 9.3) Santa Clara ilinde bulunan seçili sanayilerdeki 2000 ve 2011 yılları için ortalama istihdamı göz önüne sermektedir. Tablo, bilgisayar ve elektronik ürün imalatının Silikon Vadisi'ndeki istihdamın önemli bir oranını oluşturduğunu göstermektedir. İstihdam oranı 2000'deki %18,4'ten, 2011'deki %13,8'e düşmüştür, bu da EİT imalatının ülke dışındaki taşeronlara aktarılmasının bir göstergesidir. Buna karşın, bu alan Silikon Vadisi'ndeki en büyük istihdam sektörünü oluşturmaktadır. Eğer yazılım sektörünü yazılım yayımcılığı (5.112), İnternet yayımcılığı ve yayıncılığı (516), İSS'ler

[4] http://content.usatoday.com/communities/technologylive/post/2012/04/yahoo-layoffs-read-the-email-to-employees/1#.UOzIGhhR97w (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

[İnternet Servis Sağlayıcı], arama portalleri ve veri işleme (518) ve bilgisayar sistemleri tasarım ve ilişkili hizmetlerden (5.415) oluştuğunu kabul edersek, bu durumda bu sektörün, Silikon Vadisi'ndeki istihdamda 2000 yılında %9,1 ve 2011 yılında %8,7'den daha fazlasını oluşturduğunu görebiliriz. Silikon Vadisi'ndeki diğer büyük istihdama sahip sektörler perakende ticaret (2011'de %10,0), sağlık hizmetleri ve sosyal yardım (2011'de %9,9) ve barınma ve yemek hizmetleridir (2011'de %8,2).

NAICS [Kuzey Amerika Sanayi Sınıflandırma Sistemi] Kodu	*Sanayi*	*2011*	*2000*
	Toplam	783.785	943.574
11	Tarım, Ormancılık, Balıkçılık ve Avcılık	0,4	0,5
21	Madencilik	0,0	0,0
22	Kamu hizmetleri	0,2	0,2
23	İnşaat	3,9	5,1
31–33	İmalat	19,8	26,9
334	Bilgisayar Elektronik Ürün İmalatı	13,8	18,4
3341	Bilgisayarlar ve Çevresel Donanım	4,8	5,0
334111	Elektronik Bilgisayar İmalatı	4,5	4,1
334112	Bilgisayar Depolama Aygıt İmalatı	0,1	0,4
334118	Bilgisayar Uçbirim ve Çevresel Donanım İmalatı	0,2	0,5
3342	İletişim Donanım İmalatı	1,3	1,6
33422	Yayın ve Kablosuz İletişim Donanım	0,6	0,5
3344	Yarı iletken ve Elektronik Bileşenler	5,4	8,0
42	Toptan Ticaret	4,5	4,4
44–45	Perakende Ticaret	10,0	9,7
48–49	Nakliye ve Ambarlama	1,3	1,6
51	Enformasyon	6,2	4,5
511	Yayımcılık Sanayi	1,9	1,5
5111	Gazete, Kitap ve Dizin Yayıncılığı	0,2	0,4
5112	Yazılım Yayımcıları	1,7	1,1
512	Sinema ve Ses Kayıt Sanayi	0,2	0,2
515	Radyo Televizyon Yayıncılığı (İnternet hariç)	0,2	0,1
516	İnternet Yayıncılığı ve Yayımcılığı	Yok	0,2
517	Telekomünikasyon	0,7	0,8

518	İnternet Erişim Sağlayıcılar, Arama Portalleri ve Veri İşleme	0,6	1,7
519	Diğer Enformasyon Hizmetleri	2,5	0,0
52	Finans ve Sigortacılık	2,4	2,0
53	Emlak, Kiralama ve Leasing	1,6	1,6
54	Profesyonel ve Teknik Hizmetler	14,1	13,5
5411	Yasal Hizmetler	0,9	1,0
5412	Muhasebe ve Defter Tutma Hizmetleri	1,0	0,7
5413	Mimarlık ve Mühendislik Hizmetleri	1,5	2,1
5414	Uzmanlaşmış Tasarım Hizmetleri	0,1	0,2
5415	Bilgisayar Sistemleri Tasarım ve İlişkili Hizmetler	6,4	6,1
5416	Yönetim ve Teknik Danışmanlık Hizmetleri	1,1	0,8
5417	Bilimsel Araştırma ve Geliştirme Hizmetleri	2,4	2,0
5418	Reklamcılık ve İlişkili Hizmetleri	0,2	0,4
5419	Diğer Profesyonel ve Teknik Hizmetler	0,4	0,3
55	Şirket ve Firma Yönetimi	1,2	2,3
56	Yönetimsel ve Atık Hizmetleri	6,2	8,3
61	Eğitim Hizmetleri	4,0	2,4
62	Sağlık Hizmetler ve Sosyal Yardım	9,9	6,5
71	Sanat, Eğlence ve Dinlence	1,4	1,1
72	Barınma ve Gıda Hizmetleri	8,2	6,5
81	Diğer Hizmetler, Örn. Kamusal Yönetim	3,9	2,7

Kaynak: Kaliforniya Eyaleti Çalışma Bakanlığı, özel sanayi verisi

Tablo 9.3 Seçili sanayilerin Santa Clara'daki toplam istihdamdaki oranları (%)

Tablo 9.4, bilgisayar ve elektronik ürün imalatıyla birlikte enformasyon sanayilerinin Silikon Vadisi'nin değerin en büyük nispi payını üreten ekonomi sektörleri arasında olduğunu göstermektedir. Bu durum, bize, sözkonusu sanayilerin bu coğrafik bölgedeki önemini göstermektedir. Bilgisayar ve elektronik ürün imalatı, 2001'de bölgenin GSYİH'sinin %19'una, 2009'da %18,8'ine tekabül ederken, enformasyon sanayi 2001 yılında %6,4, 2009'da %12'sine tekabül ediyordu. Ayrıca toptan ve perakende satış (2009'da yerel GSYİH'nin %11,0'ı) ve emlak (%12,4) Silikon Vadisi'ndeki önemli değer üretim yerleridir. EİT imalatındaki istihdam oranı düşerken, yaratılan değer payının aynı kalması, sanayinin (üretkenlik artışları, taşeron emek

kullanımı ve emeğin güvencesizleşmesi aracılığıyla) emek maliyetlerini düşürdüğünün bir göstergesidir. San Jose–Sunnyvale–Santa Clara metropolitan bölgesi ABD'deki üretilen toplam değerin yaklaşık olarak sadece %1'ine tekabül etse de, yine de EİT imalatının toplam değerinin 2001'de %16,5 ve 2009'da %12,5'ine, bütün EİT sektöründeki toplam değerin 2001 yılında %8,8 ve 2006'da %8,0'ına tekabül etmektedir. Bu veriler Silikon Vadisi'ndeki yazılım ve EİT imalatı sanayisinin ABD'nin toplam enformasyon ekonomisindeki belirginliğini göstermektedir. EİT değer yaratımı açısından Silikon Vadisi'ndeki yazılım mühendisliğinin, yazılım ve İnternet hizmetleriyle birlikte EİT imalatının önemli rolünü belirlemesinden sonra ortaya çıkan soru, bu sanayilerdeki çalışma koşullarının nasıl olduğu şeklindedir.

	2009 (yerel pay)	*2006 (yerel pay)*	*2001 (yerel pay)*	*2009 ABD (toplam pay)*	*2006 ABD (toplam pay)*	*2001 ABD (toplam pay)*
Bilgisayar ve Elektronik Ürün İmalatı	% 18,8		% 19,0	% 12,5		% 16,5
Enformasyon (yayımcılık sanayileri, yazılım, sinema ve ses kayıt, radyo ve televizyon yayıncılığı, telekomünikasyon, enformasyon ve veri işleme hizmetleri)	% 12,0		% 6,4	% 2,7		% 1,6
Toptan ve perakende ticaret	% 11,0		% 12,5	% 1,0		% 1,1
Emlak	% 12,4		% 11,5	% 1,0		% 1,1
EİT sektörü: bilgisayar ve elektronik ürün imalatı, enformasyon (yazılımı da içeren yayımcılık, enformasyon ve bilgi işleme hizmetleri), profesyonel ve işletme hizmetleri (bilgisayar sistemleri tasarımı ve ilişkili hizmetler)	Yok	% 34,1	% 30,1	Yok	% 8,0	% 8,8
Toplam özel sanayi GSYİH				% 1,2	% 1,1	% 1,2

Kaynak: Ekonomik Analiz Bürosu

Tablo 9.4 Seçili sanayilerin GSYİH'sinin San Jose–Sunnyvale–Santa Clara metropolitan bölgesindeki özel sanayilerdeki ve toplam özel ABD ekonomisindeki payı

9.3. Uluslararası Dijital İşbölümünde Google ve Silikon Vadisi'nin Üretim İlişkileri

Chris Benner (2002) Silikon Vadisi'ndeki emeğin standart dışı istihdamdaki (geçici iş, yarı zamanlı iş, taşeron çalışma, sözleşmeli çalışma, tek işçili işletme) bir artışla, yüksek personel değişim hızıyla ve üst düzey niteliklerin değersizleşmesi ile nitelendiğini göstermektedir. Profesyoneller, özellikle bir uçta yöneticiler diğer uçta imalat işçileri, arasında yüksek düzeyde ücret eşitsizliği bulunmaktadır (ayrıca bkz. Carnoy, Castells ve Benner 1997). "1991 ve 2000 yılları arasında Silikon Vadisi'ndeki en büyük şirketlerin ilk 100 yöneticisinin aldığı ortalama tazminat reel olarak yüzde 2000'den fazla artmıştır. Oysa elektronik sanayiide çalışan üretim işçilerinin ortalama yıllık geliri yüzde 7 gerilemiştir" (Benner 2002, 213). Yetkililer, yöneticiler ve profesyonellerin büyük bir kısmını beyaz insanlar oluştururken, Hispanik ve Asyalı çalışanlar Silikon Vadisi'ndeki yarı vasıflı ve vasıfsız üretim ve hizmet işçilerinin büyük bir kesimini oluşturmaktadır (Benner 2002, Pellow ve Park 2002). "Böylece ırk, sınıf ve cinsiyet genellikle Silikon Vadisi'nde renkli insanlar ve kadınlar için dezavantaj yaratacak şekillerde işlemektedir" (Pellow ve Park 2002, 68). Benner ile Pellow ve Park 2002 yılında incelemelerini yayınladıklarından beri, EİT sanayisinde ücret eşitsizliği Kaliforniya'da artmaya devam etti (Tablo 9.5'e bakınız). 2004 yılında, bir bilgisayar ve bilgi sistemi yöneticisinin aylık maaşı ortalama olarak bir elektronik donanım montajcısından 4,1 kat, bir yarı iletken imalatçısından da 3,1 kat daha yüksekti. 2012 yılında, bu oranlar 4,4 ve 4,0'a yükselmişti. 2002 yılında, Kaliforniyalı sistem yazılımı geliştiricisi ortalama olarak bir elektronik donanım montajcısından 3,3 kat ve bir yarı iletken imalatçısından 3,1 kat daha fazla kazanıyordu. 2012 yılında oranlar 3,5 ve 3,2 şeklindeydi.

	2012	*2010*	*2008*	*2006*	*2004*	*2002*
Yönetici	123,364	117,810	109,503	100,772	98,074	Yok
Bilgisayar ve Bilgi Sistemi Yöneticisi	145,873	138,826	128,937			
Bilgisayar ve Enformasyon Araştırma Bilim İnsanı	117,972	123,743	120,606	116,277	100,959	90,646
Bilgisayar Sistemleri Çözümleyicisi	90,252	84,962	81,166	75,527	71,124	68,341
Bilgisayar Programcıları	86,626	84,683	81,320	76,691	75,896	70,858
Yazılım Geliştiriciler (Uygulamalar)	105,806	102,995	98,261	90,605	89,136	82,643
Yazılım Geliştiriciler (Sistem Yazılımları)	115,424	110,220	102,752	94,397	90,320	84,297
Elektrik ve Elektronik Donanım Montajcıları	33,179	31,845	29,937	29,000	26,680	25,204
Yarı İletken İmalatçısı	36,584	34,158	40,008	38,917	30,094	27,423

Kaynak: Kaliforniya Eyaleti İstihdam Geliştirme Bakanlığı

Tablo 9.5 Kaliforniya'daki belirli mesleklerdeki yıllık ortalama ücretlerdeki değişim (dolar)

Benner (2002), İnternet ve yazılımın Silikon Vadisi'nde 1990'lardan beri en çok büyüyen sektörler olduğunu ortaya koymuştur. Özellikle yarı iletken ve bilgisayar imalat sanayisi, emek kullanımının yurtdışına aktarılmasıyla çok fazla karşılaşmıştır. Bununla beraber, yazılım sanayisi de proje temelli niteliği nedeniyle oldukça yüksek bir personel değişim oranına sahiptir. Yazılım mühendisleri diğer mesleklere göre kariyerlerini değiştirmeye iki kat daha fazla eğilimlidir (Benner 2002, 65).

Pellow ve Park (2002) Silikon Vadisi'ndeki EİT imalat sanayisindeki çalışma koşullarını incelemiştir. Bu sanayinin ve hak sahiplerinin zenginliğinin "belgeli ve belgesiz kişilerin işverenlerce aşırı sömürülmesi" (a.g.e, 6) ve yüksek düzeyde cinsiyetçi ve ırkçı bir biçimde yapılandırılmış zehirli iş yerleri ile bağlantılı olduğunu göstermişlerdir. Öyle ki, Silikon Vadisi'ndeki EİT imalatında düşük ücretli ve zehirli maddelere maruz kalınan işlerde özellikle göçmen kadınlar çalışmaktadır. İşyerlerine düzenli olarak salınan ve işçiler tarafından solunan

zehirli maddeler içerisinde arsenik, asbest, klor gazı, siyanür, freon, glikol eter, hidroklorik asit, isoproil alkol, kurşun, nitrik asit, silika, lehim, sülfat, sülfür, tolüen, trikloroetilen (TCE), mor ötesi mürekkep ve ksilen yer almaktadır. Bunlar özellikle kadın işçilerin üreme sistemlerinde sağlık sorunları yaratmaktadır. Oluşan etkiler içerisinde "düşük, doğum kusuru, kısırlık, bozuk adet dönemleri, zehirli anne sütü ve meme kanseri" (a.g.e., 12), solunum sistemi ve gırtlak kanseri, bronşit, astım, alerji, kalp ve sinir yollarında kusurlar olan bebeklerin oranında bir artış sayılabilir. Silikon Vadisi'ndeki ırkçı ve patriyarkal işbölümü, ayrıca, tecrit edilmiş yerleşim yerleri ve okullarla da sonuçlanmıştır. EİT imalatında oluşan zehirli ağır metaller (kadmiyum, siyanür, kurşun ve nikel) özellikle ağırlıklı olarak göçmenlerin yerleşim yerlerindeki su, hava ve toprağa da bulaşmıştır. Bunun anlamı, onların, zehirli maddelere hem işyerinde hem de evlerinde olacak şekilde iki kere maruz kaldıkları ve onlara bulaştığıdır. Sendikalar geleneksel olarak Silikon Vadisi'nde güçsüz olmuşlardır ve EİT sanayisindeki işgücünü sendikalaştırmak zor olmuştur (Pellow ve Park 2002). Birçok imalat işçisi geçici ve güvencesiz koşullarda çalışmakta, işlerini kaybetme konusunda savunmasız kalmakta ve dolayısıyla korku duymaktadır. Zehirli maddelere maruz kalan Kamboçyalı bir işçi şöyle anlatmaktadır: "[benimle] aynı şekilde hisseden iş arkadaşlarımla konuştum ancak hiçbiri işlerini kaybetme korkusundan bunu gündeme getirmedi" (Pellow ve Park 2002, 139). 2011 yılında, Kaliforniya'da çalışan işçilerin sadece %17,1'i bir sendika üyesiydi (İşçi İstatistikleri Bürosu). Bunun sonucu olarak, işçilerin pazarlık gücü çok az, [görece] vasıfsız işlerde ücretler oldukça düşük olma eğiliminde ve işten çıkarmalar yüksektir. 2000-2011 yılları arasında Kaliforniya'da, 2000-2002 ile 2008 ve 2009 gibi ekonomik kriz evrelerinde yüksek düzeylerle birlikte, toplam 60.600 işten çıkarma olayı yaşanmıştır (İşçi İstatistikleri Bürosu). Meslek Sağlık Kliniği, Mesleki Sağlık için Santa Clara Merkezi veya Silikon Vadisi Zehirler Koalisyonu gibi sivil toplum grupları sürekli olarak işçilere bulaşma ve çevrenin kirletilmesine karşı belgeleme ve mücadele üzerine çalışmışlardır. Pellow ve Park (2002) ayrıca, bütün göçmen ailelerin evlerinde, zehirli maddelerle EİT bileşenlerini temizledikleri, parça başı

işin de olduğunu göstermiştir. Bu parça başı iş özellikle baskı devre kartı veya kabloların montajı için kullanılıyor. Bu işçilerin büyük bir çoğunluğu her birleştirilen parça için ücret almaktadır, kimi zaman "üretilen her bileşen için bir sent kadar az" (a.g.e., 158). Parça ücreti, montajcılar üzerinde çalışma baskısı oluşturur. Sabit bir saatlik ücretleri yok, dolayısıyla eğer yeterince hızlı çalışmazlar ve yeterince bileşen birleştiremezlerse, geçinmelerine yetecek kadarını kazanamazlar. Marx parça başı ücreti "ücret kesintilerinin ve kapitalist dolandırıcılığın en korkunç kaynağı" (Marx, 1867c, [Yordam, s. 531]) olarak nitelendirmiştir. "Emeğin bir aracı tarafından kiralanmasının" [subletting of labour] nasıl da parça başına özgü olduğunu betimler. Ve gerçekten, Pellow ve Park (2002) tarafından betimlenen Silikon Vadisi'ndeki ev işinde, bütün aileler, çocuklar da dâhil olmak üzere, bu biçimdeki bir EİT imalatında çalışmaktadır. "Parça başı ücret, emeği yoğunlaştırmanın ve iş gününü uzatmanın bir biçimidir: Parça başına ücretin miktarı verilmiş ise, doğal olarak, emek gücünü mümkün olduğu kadar yoğun bir şekilde kullanmak, işçinin kişisel çıkarı haline gelir; bu da kapitalistin normal yoğunluk derecesini yükseltmesini kolaylaştırır. Aynı şekilde, iş gününün uzatılmasında da işçinin kişisel çıkarı vardır; çünkü işçi bu yolla günlük ya da haftalık ücretini artırır" (Marx 1867c, [Yordam, s. 532]).

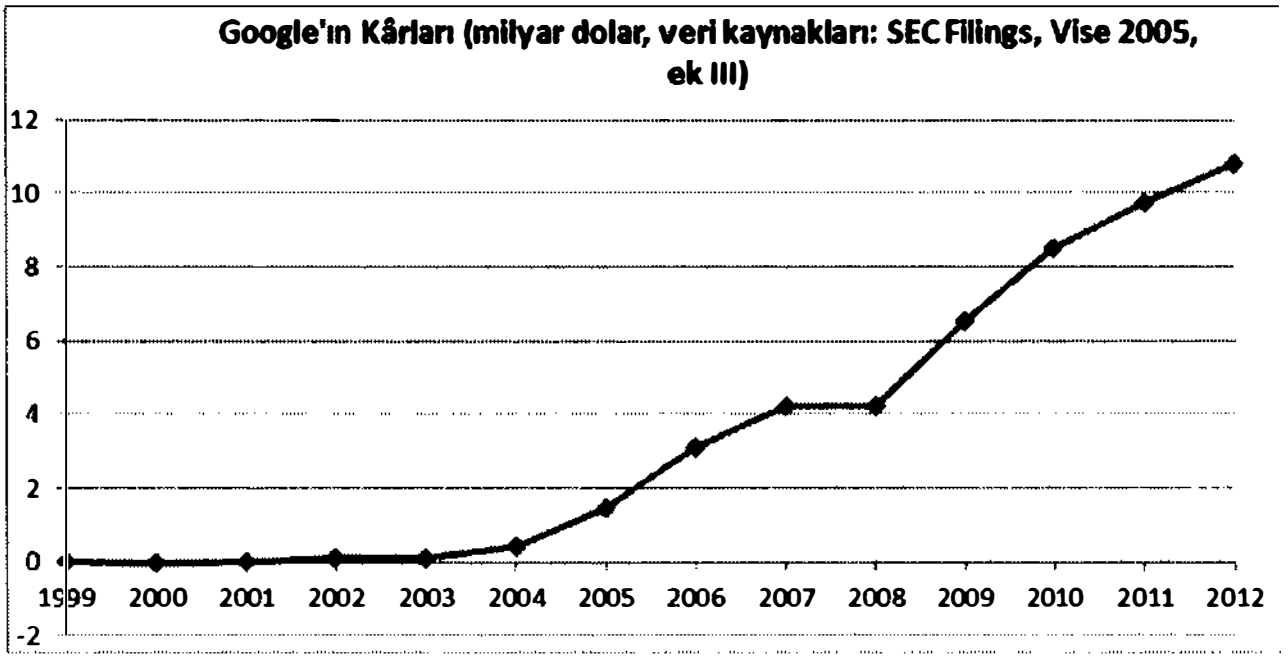
Dolayısıyla Silikon Vadisi'ndeki imalat ve montaj sanayisinde yüksek oranda sömürülen, düşük ücretli ve tehlikeli işler bulunmaktadır. Peki, bilgi yoğun işlerde, örneğin yazılım mühendisliğinde çalışma koşulları nasıl gözükmektedir? Bunu araştırmak için, Silikon Vadisi'nin en çok bilinen şirketlerinden birindeki, Google'daki emeğe bir göz atmak istiyoruz. 1998 yılında Larry Page ve Sergey Brin tarafından kurulan Google, 19 Ağustos 2004 yılında halka açık bir şirkete dönüşmüştür (Vise 2005, 4). Google video paylaşım platformu YouTube'u 2006 yılında 1,65 milyar dolara ve çevrimiçi reklamcılık hizmeti şirketi Double Click'i 2008 yılında 3,1 milyar dolara satın almıştır (Stross 2008, 2). 2012 yılında, Google, IBM'den sonra dünyadaki ikinci en büyük bilgisayar hizmetleri şirketiydi (Forbes Global 2000, 2012 listesi). Google, dünyanın en büyük şirketleri listesindeki sırasını oldukça hızlı bir şekilde yükseltmiştir (tablo 9.6). 2012 yılı

Google için en yüksek kârlılık yaptığı yıl oldu: kârı şirketin 1998'deki kuruluşundan beri en yüksek miktar olan 10,79 milyar dolardı (Google SEC Filings, Annual Report 2011). 2004'ten beri, Google'ın yıllık kârı hızlı bir şekilde artmıştır (bkz. şekil 9.1).

2004	*2005*	*2006*	*2007*	*2008*	*2009*	*2010*	*2011*
904	439	289	213	155	120	120	103

Kaynak: Forbes Global 2000, çeşitli yıllar; sıralama kârlar, satışlar, varlıklar ve piyasa değerine dayalı bileşik bir göstergeye dayanmaktadır

Tablo 9.6 Dünyadaki en büyük halka açık şirketler içerisinde Google'ın sıralaması



Şekil 9.1 Google kârlarındaki değişme

Glassdoor[5] "işlere ve şirketlere içeriden bakmak için dünyaya sunulmuş ücretsiz bir iş ve kariyer topluluğudur". Belirli şirketlerin iş, mülakat ve maaşları hakkında milyonlarca yorumu toplamıştır. Google için yapılmış olan ve görev unvanı 'software' [yazılım] anahtar kelimesiyle ilgili olan işler hakkındaki görüşleri inceledim. Ek olarak, reddit üzerindeki insanlara Google'daki çalışma koşullarını isimsiz bir şekilde anlatmalarını isteyen bir mesaj dizisini inceledim.[6] İşçilerin çalışma zamanı konularında konuştukları kayıtları aradım ve inceledim. Glassdoor üzerindeki 5 Şubat 2008 ve 15 Aralık 2012 arasında yazılmış olan 307 kayıt arama ölçütüme uygundu. Bu çabam

[5] www.glassdoor.com/about/index_input.htm.

[6] www.reddit.com/r/AskReddit/comments/clzl m/google_employees_on_reddit_fire_up_ your_throwaway/ (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

10'u reddit mesaj dizisinden, 65'i de Glassdoor'dan olmak üzere 75 kayıtlık bir örneklemle sonuçlandı. Glassdoor belirli iş pozisyonları için ortalama maaşları hesaplamaktadır. 17 Ocak 2013 tarihinde ortalama maaş ABD'deki Google yazılım mühendisi için 112,915 dolar (N = 2744) ve kıdemli bir yazılım mühendisi için maaş 144,692 dolardı (N = 187). 2012 yılında Kaliforniya'da çalışan bir uygulama yazılım geliştiricinin ortalama maaşının 105,806 dolar olduğu düşünüldüğünde (Kaliforniya Eyaleti İş Geliştirme Bakanlığı, bkz. tablo 9.5), Google şirketinin ortalamanın biraz üzerinde bir maaş ödediğini söyleyebiliriz. Çoğu kayıt çalışma süresi hakkında hiçbir şey söylememekte, ancak aksine bedava yemek gibi hususlara odaklanmaktadır. Dolayısıyla bunlar çalışma süresi incelemesinden çıkarıldı. Gerçekleştirilen incelemede, kayıtlardan 18 tanesi Google'daki çalışma süresi hakkında olumlu olarak söz etmektedir. Bunlardan 14 tanesi (%78) esnek çalışma saatleri olmasını değerli bulduklarını belirtmekte, az bir kısmı ise iyi bir iş-yaşam dengesi olduğunu (3, %17) veya düzenli olarak günde sekiz saat çalıştıklarını (%1,5) söylemektedir. Elli sekiz kayıt Google'daki çalışma sürelerinin olumsuz hususlarından söz etmektedir. Bu 58 kaydın çalışma süresiyle ilişkili olarak özellikle odaklandığı konu uzun çalışma süreleri ve sonucundaki kötü iş-yaşam dengesiydi. Özgün yorumları tablo 9.7'de özetledim. Bu incelemeden ortaya çıkan manzara, insanların Google'da uzun saatler boyunca çalışmaya eğilimli olduklarını göstermektedir. Çalışanlar bedava yemek, spor salonları, restoranlar, kafeler, etkinlikler, teknolojik söyleşiler ve diğer avantajları içeren güzel çalışma ortamına sahip oldukları için uzun süreler boyunca işyerinde kalmaya ve çalışmaya cesaretlendirilmiş hissetmektedirler. Bu uzun çalışma saatleri yönetim tarafından resmi olarak dayatılmaktan ziyade şirket kültürünün içine eklenerek uzun saatler boyunca çalışma yönünde çok rekabetçi akran baskısının oluşması sağlanmıştır. Bu şekilde kendi projelerine zamanlarının %20'sini ayırmak için yeterli zamanları kalmamakta veya bu %20'yi kendi %100'lük çalışma zamanlarının üstüne eklemeleri gerekmektedir.

No	*Yorum*
5	Henüz pek bir sosyal yaşama sahip değilim (üzerinde çalışıyorum) dolayısıyla geç saatlerde de ofiste olma eğilimindeyim. [...] İnsanlar öğle vakti ortaya çıktığımda iki kere bakmıyorlar: 3
6	Google'ın olumsuz taraflarını mı soruyorsun? Bu kolay. Senin için yaptıkları her şey, seni ofiste mümkün olduğunca daha fazla tutabilmek amacıyla yapılıyor. Sana kahvaltı, öğle yemeği, akşam yemeği veriyorlar (hepsi de lezzetli, çerçöp değil). Spor salonları var, çamaşırınızı yıkıyorlar, masaj yapıyorlar, spor yapabiliyorsun, evcil hayvan getirebiliyorsun. Dolayısıyla bu bazı insanlar için MUHTEŞEM. Benim bütün gördüğüm kendi istemleri dışında haftada 50-70 saat ofiste olan ve günlük yaşamlarını işlerinden ayırmayan bir grup insan.
7	İnsanların geç kalması, evde geç saatlere kadar çalışması ve hafta sonları birkaç saat çalışması alışılmamış bir durum değil
8	Sonunda tipik bir günüm 14 saat uzunluğundaydı ve başlıca sorumluluklarımda beklenenden daha kötü performans göstermeye başlamıştım. [...] Hızlı tempo ve rekabetçi ortam, bunu düpedüz Googlecıların içine düşecekleri kolay bir tuzak haline getiriyor.
9	Google, özellikle uzun saatler boyunca çalışan insanlara yeme içme hizmeti sunuyor. Kahvaltı saat 8.30'da ve akşam yemeği saat 18.30'da (ve akşam yemeği yedikten hemen sonra ayrılmak adilik olarak değerlendiriliyor).
14	Yemek müthişti ve her gün ofiste uzun süreler boyunca kaldığımda çalışma programım bana hiç de baskıcı gelmedi, sırf iyi bir çalışma ortamında olduğum için.
17	Benim grubumda insanlar her gün genellikle 9.00'dan 19.00'a kadar çalışıyorlar.
24	Herkes çok çok fazla kariyer odaklı, yaşamlarında genellikle başka hiçbir tutkuları yok. Bu yüzden ofiste oldukça fazla zaman harcıyorlar. Ve bu da muazzam bir mahalle yaratıyor. [...] Eğer istikrarlı bir iş yaşamıyla ve işten başka ilgilerle birlikte istikrarlı bir iş baskısı istiyorsanız, burası size kesinlikle size uygun değil.
26	Bütün yararlar sizi daha fazla çalıştırmak için tasarlanmış.
27	Eksiler -İşte çok fazla zaman harcanıyor (haftada 50-60 saat)
29	Eksiler -fazla mesai çalışması. Herkes hafta sonları geç saatlere kadar çalışıyor görünüyor.
32	Eksiler -işte çok fazla zaman harcanıyor, kimi zaman dışarıdayken bile işi düşünmeye çok fazla zaman harcanıyor.
33	%20 zaman için fırsatlar gerçek, ancak bunu kullanmak için yeterli zaman veya enerjiye sahip olmayabilirsin.
35	Ayrıca, kampüste bedava yemek, spor salonu, vb. ve şirket ağı üzerinden yeterince eğlenceli oyalanmalar burada daha fazla zaman harcamayı kolaylaştırıyor.
37	Eksiler -Şirket politikası, çalışırken hiç de eğlenceli değil, baskı, bitiş tarihi, itme, bazen iş için yaşamınızdan vermeniz gerekiyor.
38	Artılar -Bedava yemek güzel. Eksiler -Çalışma saatleri uzun. Ücret işte harcanan zaman için hiç de değmiyor. Yönetim hiç harika değil.
43	Eksiler -çok fazla iş ve oldukça acayip saatler! Üst yönetime öneri, iyi bir iş yaşam dengesi edininiz.

45	"Ölüm marşı" zamanlamaları ve gelişigüzel öncelik değişimleri gittikçe daha sıradan hale geliyor.
47	İş ve kişisel yaşam arasında kötü denge.
49	Eksiler -Şirkette büyüme eğer kişisel yaşam ve uykudan fedakârlıkta bulunmaya hazır değilsen zor.
50	Uzun saatler çalışılması yönünde yönetim tarafından fazla bir dışsal baskı olmasa da, insanlar büyük bir şey başarmak istedikleri için bunu yapmaya eğilimli. Herhangi başka bir yerde üstlerde olsanız bile, burası ortalamanın altında olduğunuzu hissetmenizin kolay olduğu bir yer.
51	Kötü iş/yaşam dengesi.
54	Eksiler -Oldukça uzun saatler. En azından benim olduğum yerde, insanlar cidden günde 12-14 saat çalışıyordu (bunun %90'ı verimli saatlerdi, tonlarca kodla uğraşıyorlardı). [...] Google artık çalışılabilecek sihirli bir yer değil: daha iyi ücret, iş-yaşam dengesini düşün (yani gerçekten bunu düşün, düşünüyormuş gibi yapma).
56	Eksiler -Uzun çalışma saatleri. Günde 10+ saat çoğu mühendis için tipik.
58	Eksiler -Çoğu insan oldukça uzun saatler boyunca çalışıyor, bu nedenle iyi bir çalışan olarak değerlendirilmek için aynısını yapman gerektiği şeklinde hissediyorsun.
61	Akran kümesi oldukça iyi olduğu için, beklentiler de yüksek, sonuç olarak çoğu insan uzun saatlerini sunmak zorunda.
62	İnsanların işte 8-9 saat ve daha sonra evde geceleyin 2+ saat çalışmasıyla günde 10+ saat çalışma beklendiği için iş-yaşam dengesi gerçekten de yok. [...] Üst Yönetime Öneri -Çalışmayı bu kadar vurgulamayın ve genel olarak daha açık olun.
63	Eksiler -Üstün başarı gösteren iş arkadaşlarını hayal kırıklığına uğratmak istemediğinden uzun saatler çalışabiliyor.
65	Eksiler -Orada uzun saatler boyunca çalışma kültürü var ve %20 zaman konusu şu an hemen hemen bir masal. Aksine, %120 zaman geçerli.
67	Uzun saatler boyunca çalışma kültürü var.
70	[Çalışma] Kültür[ü], insanın yaşamının geri kalanından işi için vazgeçmeye cesaretlendiriyor.
73	Eksiler -Uzun saatler! İş dışında bir yaşama sahip olmak isteyen insanlar için burası uygun değil, fakat zaten bu gibi insanlar burada işe başlamak üzere heyecanlanan tipler değiller.
74	Eksiler -Fazla miktarda yarardan (örneğin bedava yemek) dolayı çalışanların daha uzun saatler boyunca çalışmalarının beklendiğine yönelik dile getirilmemiş bir kural var gibi gözüküyor. Birçok insan günde 8 saatten fazla çalışmakta ve daha sonra evde de birkaç saat daha e-postada çevrimiçi olmakta veya işle meşgul olmakta, geceleri de (veya hafta sonları da) bu böyledir. Oldukça güzel bir iyi iş/yaşam dengesi başarmak zor olabiliyor. Üst Yönetime Öneri -Mühendislere %20 zamanı, %120'lik çalışma stresi olmadan harika projelerde çalışmak üzere kullanacakları daha fazla özgürlük verin.

Tablo 9.7 Google çalışanlarının iş saatleriyle ilgili özgün yorumlarından seçmeler

AB ÇP6 projesi WORKS (Work Organisation and Restructuring in the Knowledge Society [Bilgi Toplumu içerisinde İş Örgütlenmesi ve Yeniden Yapılandırılması]) kapsamında gerçekleştirilen Avrupa'daki ET profesyonellerinin çalışma koşullarıyla ilgili bir çalışmada (Valenduc 2007) araştırmacılar, yedi ülkedeki 57 yazılım mühendisiyle görüşmeler gerçekleştirdi. "Ücretlerin bireyselleştirildiği, [...] bireysel ücret pazarlığının genellikle herhangi bir düzenleyici çerçeveden kaçındığı" (a.g.e., 96) ortaya konulmuştur. Tipik bir çalışma programı, proje yüklerine dayanan bir esas çalışma saati ve esnek çalışma saatleri barındırmaktadır (a.g.e., 90). Yedi ülkeden beşinde, fazla mesainin oldukça sık olduğu, bunların dördünde de karşılığının ödenmediği bulunmuştur (a.g.e.). Bununla birlikte, görüşülen çalışanlar çalışma saati yönetiminin kendilerine oldukça iyi bir esneklik sağladığını ve yüksek iş yükünün proje çalışmasında kaçınılmaz olduğunu söylemektedir (a.g.e.). "İş saati düzenlemelerindeki esneklik olumlu bir şekilde değerlendirilmekte ve yüksek iş yükünü telafi etmektedir" (a.g.e., 92). WORKS projesinin deneysel sonuçları Google örneği için de doğrulanabilir. Çalışanlar bir taraftan uzun çalışma saatleri ve oldukça fazla mesai yapma eğiliminde iken diğer taraftan ofis saatleri tamamen esnekleştirilmiş durumdadır ve yönetim eğer birisi saat 9'dan 5'e çalışmazsa bunu olumsuz bir özellik olarak görmemektedir. Rosalind Gill (2002) altı Avrupa ülkesindeki 125 serbest çalışan [freelance] dijital medya işçisiyle (dijital içerik yaratıcı) bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bir başka çalışmasında da programcı, tasarımcı, sanatçı, proje yöneticisi ve içerik yaratıcısı olan 34 Hollandalı dijital medya işçisiyle mülakatlar yapmıştır (Gill 2006). Çalışmalar dijital medya sanayisinde çalışmanın hoş, rahat, hiyerarşik olmayan, çeşit çeşit, yaratıcı ve eşitlikçi olduğu şeklindeki miti yapı söküme uğratmıştır. Çözümlemeler, gündelik gerçeklikleri içerisinde dijital medya işçilerinin sıklıkla proje tabanlı çalışma, düşük gelirler (ilk çalışmada ortalama yıllık gelir erkekler için 16.000, kadınlar için 10.000; ikinci çalışmada görüşülen kişilerden sadece üçte biri ortalama ulusal gelirden daha fazla ve görüşülen serbest çalışanlardan %85 civarı ortalama ücretten daha azını kazanmaktadır), uzun çalışma saatleri, yüksek güvencesizlik, riskin bireyselleşmesi, "kısa bir süre için yoğun gece gündüz süren

çalışma [...] ve takip eden birkaç hafta elde hiç (yeni medya) çalışmasının olmaması" (Gill 2002, 83–84), (Pratt (2000) ve Gill ve Pratt (2008) bu görüngüyü bulimya[7] çalışması olarak adlandırmaktadır) nedenleriyle birlikte kariyer, aile ve çocukları birlikte yürütememekten (ki bu yanıt verenlerin çoğunun çocuğunun olmaması durumuyla sonuçlanmıştır) kaynaklanan stresle karşılaştıklarını göstermektedir. Çalışmalardaki serbest çalışanlar tatil yapmaya eğilimli değil ve büyük çoğunluğunun ne emeklilik ne de işsizlik sigortası vardır. Çalışanlar genellikle prekarya işçilerdir ve güvencesizlik cinsiyetçi bir nitelikte (yani kadınları özel şekillerde etkilemektedir) gözükmektedir. Aynı zamanda Gill (2002, 2006) dijital medya işçilerinin çoğunlukla üniversite eğitimli ve yaratıcı ve özerklik kaynağı olarak görmeye eğilimli oldukları işleri konusunda tutkulu ve hevesli olduklarını ortaya koymuştur. Hesmondhalgh ve Baker (2011), Rosalind Gill'ın sonuçlarını TV, müzik kayıt ve magazin yayıncılığındaki 63 yaratıcı işçiyle yaptıkları mülakatlarla doğrulamıştır. Bu çalışma yaratıcı sanayi işinin güvencesiz fakat içerebileceği eğlence, bağlantılar, itibar, yaratıcılık ve öz belirlenim nedeniyle el üstünde tutulması şeklindeki hayli karmaşık durumu göstermiştir. Juliet Webster (2011) dijital medya sanayisindeki emek üzerine feminist çalışmaların sonuçlarını özetlemektedir: "EİT geliştirme projelerinde, kadınlar özellikle yoktur ve olsalar bile görünmezdirler. EİT profesyonelleri arasında kötü bir şekilde temsil edilirler [...] ve EİT kullanıcıları olarak, değişim süreçleri üzerinde ufak etkiye sahip düşük statülü işlerde kümelenmeye eğilimlidirler" (a.g.e., 6). Dijital medya emeğindeki cinsiyetçiliğin anlamı, kadınların güvencesiz çalışma ve dışlanmayla karşılaşmaya eğilimli olduğu şeklindedir. Andrew Ross (2003) New York şehrindeki dijital medya işçilerine ilişkin bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmanın can alıcı bir veçhesi olarak "çalışanlar, ücretli zaman hizmetleri içerisinde, en özgür düşünce ve dürtülerini kaydedebilir. Yaratıcı fikirler, hizmetler ve çözümler ticareti yapan bilgi şirketlerinde çalışanların uyanıklık anlarında yaptığı, düşündüğü veya söylediği her şey sanayinin değirmenlerinde öğütülecek bir maddedir [...] iş ve boş zaman ara-

[7] Bulimya: Genellikle yalnızken çok fazla yemek yiyip bunu bir şekilde çıkarma biçiminde seyreden bir yeme bozukluğudur (ç.n.).

sında artık hiçbir sınır yoktur. İşleri diğer herkes için bir destek sistemi haline gelir. Bir Yeni Ekonomi işine sahip olan hiç kimsenin bu biyokirliliğe bağışıklığı yoktur" (a.g.e., 19) şeklindeki sonuçla karşılaşmıştır. Ross'un çalışması Google'a özgü bulduğumuz görüngüyü doğrulamaktadır. Yani dijital medya işlerindeki çalışma süreleri serbest zamanı soğurmaya ve şirket ideolojisi bu gelişmeyi özgürlük, esneklik ve çalışmanın oyun ve eğlence olduğu sosyal işyeri kavramlarına dayanarak sunmaya eğilimlidir. Sonuç Ross'un "yakasız"[8] olarak adlandırdığı bir ideolojidir: "açıklık, işbirliği ve öz yönetim", "otorite karşıtı çalışma zihniyeti", "açık iletişim ve öz yönlendirme, sürdükçe bağımsızlığın yeni çeşit ve masallarını benimseme"yi kucaklayan bir çalışma kültürü (Ross 2003, 9–10). Yakasız işçiler sermayenin çıkarlarını sorgulamayan "*öz gerekçeli*" bilgi işgücü olacaktır. "Son derece kafeinli 85 saatlik fazla mesainin ödenmediği çalışma haftaları, esnek sözleşmeli Webshop işçilerinin bir yaşam biçimidir. Onlar, genellikle hisse senetleri satışlarıyla telafi edebileceklerine ilişkin nafile bir umutla oldukça fazla miktarda alın teri yatırımı yaparlar. Sonuçta, en düşük düzeydeki çalışan bile kendisini girişimci bir yatırımcı olarak hisseder. Çoğu durumda, hisse senetleri şirket iflas ettiğinde işten çıkarma kâğıtlarına dönüşürken, bazı durumlarda da henüz senetler olgunlaşmadan çalışanlar işten atılırlar" (Ross 2001, 82). Politik görev, bilgi emeğinin kendisini örgütlemesi ve özgür kılması olacaktır: "bu yüzyılların ana felaketleri kölelik, serflik ve çıraklık sözleşmesi (ve henüz bunlarla işimiz bitmedi) olmuş olsa da, şimdiki uğrağa hisli şarkısı 'Redemption Song' [Kefaret Şarkısı] ile Bob Marley'in bize verdiği akıllıca tavsiyesine uyarak karşılık vermemiz gerekiyor: 'Kendini zihinsel kölelikten kurtar'" (a.g.e., 86). Prekarya emeği, kapitalist ekonomilerde geniş ölçekli bir eğilim haline gelmiştir. Neoliberalizm, emeğin ev kadınılaşması (Mies 1986; Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988) sonucunu doğurdu. Çoğu işçi bugün "yaşamlarının bütün veçhelerinin güvencesizliğine ilişkin paylaşılan kaygılarla bir şekilde bağlantılı" bir "*prekarya*" koşullarıyla karşılaşıyor (Ross 2008, 34–35). Bilgi işçilerinin ve diğer işçilerin somut durumları farklı derecelerde prekaryadan etkileniyor. Bazılarının daimi sözleşmesi varken,

[8] No-collar: Yakasız, aslında bu terimi *tasmasız* olarak düşünmek de mümkün (ç.n.).

bir kısmı geçici sözleşmelerle veya kendi hesabına çalışmaktadır. Kimileri yüksek ücretler alırken, kimileri daha düşük ücret almaktadır (ücret farklılığı cinsiyetçiliğe ve iş durumunun bireyselleşme düzeyine bağlı gözükmektedir). Kimilerinin emeklilik ve işsizlik sigortası varken, diğerlerinin yoktur. Uzun saatler boyunca çalışmaları gerekmektedir, çalışmanın ve oyunun bulanıklaştığı düzensiz iş günü ve mekânlarına sahiptirler. Bugün çoğu işçi bir şekilde prekaryanın bir yüzüyle karşılaşıyor. Prekaryanın anlamı işçilerin işlerine birçok zaman yatırmaları ve güvencesiz yaşama koşullarına sahip olmalarıdır. Prekarya mutlak artı değer üretiminin bir biçimidir. Kişi yüksek derecede sendikalaşmış ve örgütlenmiş emek koşulları altında oldukça farklı olabilecek uzun saatler boyunca çalışmakta ve toplumsal maliyetler bireylere devredilmektedir. Yüksek kârlar yapanların toplam ücret ve yatırım maliyetleri (taşeron işçilik maliyetleri de dâhil) böylece en aza indirilmiş olmakta, bu da sömürü oranını ve kârları arttırmaktadır. Google'daki yazılım mühendisleri prekaryanın kimi özelliklerini paylaşma eğilimindedir. Uzun saatler boyunca çalışmakta ve iş yaşamıyla aile, arkadaş ve iş dışındaki toplumsal yaşamı karıştırma sorunuyla karşılaşmaktadırlar. Nispeten yüksek ücret alma eğilimindedirler. Onlar aynı zamanda hem prekarya çalışma sürelerine sahip prekarya işçiler hem de artı emek ücretleri kazanan aristokrat işçilerdir. Ancak Google işçilerinin hepsi nispeten yüksek ücretlere sahip gibi görünmemektedir: 2011 yılında Andrew Normal Wilson, Google Books için kitap tarayan veri giriş işçileriyle konuştuğu ve onları filme aldığı için kovuldu.[9] Onlar, gözlemlere göre, çoğunlukla, diğer Google işçilerinin zevkini çıkardığı ayrıcalıklara sahip olmayan renkli insanlardır.[10] Uzun çalışma saatleri nelere yol açabilir? Çalışanlar performanslarını arttırmak için masalarının altında yatmaktadırlar. Önceki Google başkan yardımcısı Marissa Mayer Google'da geçirdiği dönemle ilgili olarak şunu söylemektedir: "Google bir taraftan doğru zamanda muhteşem teknolojilerin olduğu yerdi, ancak diğer taraftan gerçekten de sıkı çalıştık. [...] Haftada 130 saatti. İnsanlar soruyor,

[9] http://www.youtube.com/watch?v=w0RTgOuoi2k&feature=share (erişim tarihi: 27 Mart 2013).

[10] a.g.e.

'haftada sadece 168 saat var, nasıl yaptınız?' Hoş, eğer ne zaman duş alacağınız ve sıranızın altında yatacağınız konusunda stratejikseniz, yapılabilir".[11] Bu gibi bir davranışın nihai sonucu Google dışında bir yaşam olmamasıdır. Yaşam Google haline gelmektedir ve dolayısıyla tek boyutludur. Google hakkındaki en çarpıcı şey, baskı için yumuşak ve sosyal biçimleri kullanan bir yönetim stratejisidir. Fazla mesai yapma konusunda sözleşmeye dayanan resmi bir zorunluluk yoktur, fakat şirket kültürü proje tabanlı çalışma, iş arkadaşları arasında sosyal baskı, rekabet, işle olumlu tanınma, eğlen ve oyna kültürü, performansa dayalı terfi, işyerinde bolca zaman harcamak için teşvikler (spor salonu, restoran, kafe, masaj, sosyal etkinlikler, dersler, vb.) ve çalışma ve oyun arasındaki sınırlarda bulanıklaşmaya dayanmaktadır. Sonuç olarak, çalışanlar daha uzun saatler boyunca çalışma eğilimi göstermekte, iş-yaşam dengesi bozulmakta ve Google yaşamın kendisiyle anlamdaşlaşmaktadır. Yaşam zamanı; iş zamanı ve Google için değer yaratma zamanı haline gelmektedir. Google, Luc Boltanski ve Éve Chiapello (2007) tarafından kapitalizmin yeni ruhu olarak adlandırılan şeyin gerçekleştiğini gösteren prototipik bir şirkettir. 1968 politik isyanı ve peşinden ortaya çıkan Yeni Sol'un özerklik, oyun, özgürlük, doğallık, devinim, yaratıcılık, ağlaşma [networking], tasavvur, açıklık, çoğulluk, teklifsizlik, otantiklik ve kurtuluş gibi otorite karşıtı değerlerinin sermaye mantığının boyunduruğuna alınmasıdır. Marx'ın *Kapital 1. Cilt*'te tariflediği kapitalizmin erken dönemlerinde, iş gününün uzatılması denetim, gözetim, disiplin cezaları ve devlet yasalarının meşrulaştırmasıyla sağlanıyordu. Bedeli iş saatlerini düşürmek için sıkıştıran sınıf mücadelelerindeki artıştı. Artı değer üretimini arttırmaya yönelik Google'ın ana yöntemi de mutlak artı değer üretimidir (yani iş gününü uzatmak). Ancak farklı bir yaklaşım sergilenmektedir: baskı ideolojik ve toplumsaldır. Şirketin eğlence, oyun emeği, çalışan hizmetleri ve akran baskısı şeklindeki kültürünün içine eklenmiştir. Sonuç, çalışan başına ortalama çalışma saati ve karşılığı ödenmemiş iş saatlerindeki artış eğilimidir. Marx bu durumu mutlak ve göreli artı değer üretiminin özel bir yöntemi olarak tanımlamıştır. Bu

[11] http://it-jobs.fins.com/Articles/SBB00014240527023034047045773094936615136 90/How-Google-s-Marissa-Mayer-Manages-Burnout (erişim tarihi: 16 Mart 2013).

yöntemde emeğin üretkenliği ve yoğunluğu sabit kalırken, iş gününün uzunluğu değişkendir. Eğer iş günü uzatılırsa ve emeğin fiyatı (ücret) aynı kalırsa "artık değerin mutlak büyüklüğü ile birlikte göreli büyüklüğü de artar. Emek gücünün değer büyüklüğü, mutlak olarak değişmemiş olmakla beraber, göreli olarak düşer. [...] Burada, [...] emek gücünün değerindeki göreli büyüklük değişmesi, artık değerdeki mutlak bir büyüklük değişmesinin sonucu olmaktadır" (Marx 1867c, 663 [Yordam, s. 501-2]). Marx'ın bu metinde anlattığı, çalışanların karşılığı ödenmemiş fazla mesai süresi arttıkça, ücretlerin göreli olarak düşme eğilimidir, çünkü böylece ek artı değer ve kâr yaratabilirler. Bu Google örneğinde gösterilebilir: incelenen kayıtlardan 12 tanesi ortalama haftalık çalışma saatini belirtiyordu, onların aracılığıyla ortalama haftalık çalışma saatini 62 olarak hesaplayabiliriz.[12] Bu kanıt kesinlikle sistematik olmayan veriye dayanmakta, ancak Google'da uzun saatler boyunca çalışmanın yaygın olduğuna ilişkin yorumların fazlalığı, bu sonucu belirleyici kılmaktadır. ABD Adil Emek Standartları Yasası [The Fair US Labor Standards Act] (Bölüm 13 (a) 17) bilgisayar sistem çözümleyiciler, yazılım mühendisleri veya benzer işçilerin eğer saatte en az 27,63 dolar kazanıyorlarsa fazla mesai ücretinden muaf tutulmalarını sağlamaktadır. Bunun anlamı, eğer Google'daki bir yazılım mühendisi ortalama olarak haftada 22 saat fazla mesai yapıyorsa, 112,915 dolarlık ortalama maaşın %155 zaman istihdamına denk geldiği, yani çalışma zamanlarının %55'inin karşılığı ödenmeyen ilave çalışma zamanı olmasıdır. Bu haftalık 22 saat sürecinde, çalışan, Google için artı değer ve kâr yaratır. Eğer yılda 47 çalışma haftası olduğunu varsayarsak, bu durumda karşılığı ödenmeyen fazla mesai, çalışmayı yılda ortalama 1.034 saat uzatır. 2012 yılında ortalama olarak 36,584 dolar kazanan Kaliforniya yarı iletken işleyiciler ve 2012'de ortalama ücreti 33,179 dolar (Kaliforniya Eyaleti İstihdam Geliştirme Bakanlığı) olan elektronik donanım montajcılarıyla karşılaştırdığımızda, bir Google yazılım mühendisinin 2012 ortalama maaşı (112,915 dolar) onlardan sırasıyla 3,1 ve 3,4 kat daha yüksektir. Bu, EİT sanayisinde, montajcılar ve yazılım mühendisleri arasında

[12] Eğer bir çalışan, örneğin haftada 55-70 saat çalıştığını yazdıysa, bu durum ortalama 62,5 saat olarak kodlanmıştır.

kayda değer bir uçurum olduğunu göstermektedir. Emeğin iki türü de sömürülmekte ve EİT sanayi için sermaye birikimi açısından zorunlu olmaktadır. Google'daki (ve diğer şirketlerdeki) yazılım mühendisleri Engels'in isimlendirdiği şekliyle "işçi aristokrasi"sidir. Engels, 1885 yılında İngiltere'de "içinde yaşadıkları ne olacağını bilmezlik ve sefalet[in] [...] eskisi kadar yakadan-paçadan ak[tığı]" işçilerle, "kendileri için göreli olarak rahat bir konum yaratmayı başarmış" olan "işçi sınıfı içinde bir aristokrasi" (mühendisler, marangozlar, doğramacı, duvarcı) olduğunu anlatmıştır (Engels 1892 [Sol 1997]). Ayrıca Lenin (1920), Engels'e dayanarak, "yaşam tarzlarıyla, ücretleriyle, dünya görüşleriyle tamamen küçük-burjuva niteliği taşıyan" ve "*işçi hareketi içinde, burjuvazinin gerçek ajanları*, kapitalist sınıfın işçi uşakları" olan "burjuvalaşmış işçiler"den oluşan bir işçi aristokrasisinden söz etmiştir. EİT imalatçılarıyla karşılaştırıldığında, Google işçileri daha yüksek ücretlere ve ayrıcalıklara sahipler, bu ayrıca onların daha az karşı koyacakları anlamına da gelir. Bu Engels'in açıkladığı gibi işçi aristokrasisine özgüdür: "şimdilerde herhangi bir makul kapitalistin ve genelde tüm kapitalist sınıfın birlikte çalışabileceği çok kibar insanlardır" (Engels 1892).

Slavoj Žižek (2012, 12) uygunsuz bir şekilde Occupy hareketini, "güvenceli işlere sahip ayrıcalıklı işçilerden" oluşan ve "artı emek ücretlerini kaybetme korkusuyla güdülenmiş" ücretli burjuvanın hareketi olarak tanımladı. Fakat bu metinde bilmeden gerçekten tanımladığı şey, EİT imalatçılarına göre daha yüksek ücretlere sahip bir işçi aristokrasisi olan Google profesyonelleridir. Eğer EİT sanayi bileşik bir sanayi ve kârları da bileşik kârlar olarak görülürse, o zaman Google yazılım mühendisleri de, az ücret alan EİT montajcılarının tersine belirli bir artısı olan ücrete sahiplerdir. Şu var ki, bu göreceli artı emek ücreti, bir bedel karşılığında olur: uzun çalışma saatleri, yoğun stres, yazılım sanayide görece yüksek personel değişim oranı, kötü iş-yaşam dengesi ve şirket dışında hiçbir sosyal yaşama sahip olmama eğilimi. "İşçi aristokrasisi" terimi, nesnel fakat öznelliği şart olmayan bir manada şu anlama gelmektedir: Google yazılım mühendisleri EİT imalat işçilerine göre bir artı emek ücretine sahiptir. Bu durumun, Google yönetici ve sahiplerine oldukça benzer bir şekilde burjuva bilinçle so-

nuçlanıp sonuçlanmadığı ancak deneysel olarak belirlenebilir. Google emek zamanı, yaşam zamanı olarak bütünlüyor. Karşılığı ödenmemiş emek zamanı yüksek hacimlerde sömürebilmek için bir teşvik olarak görece yüksek ücret ödemektedir.

Sosyal medya, Google ve bilgi sanayilerindeki diğer şirketler gibi yerlerde çalışan işçilerin stresini arttırma eğilimindedir. Melissa Gregg (2011), neoliberalizmin, bilgi profesyonellerinin işlerini kişisellikle ilgili bütün kaygıların üstüne koymaları yönünde zorladığını ve EİT ve özellikle de mobil telefonlar ve Facebook gibi sosyal medyanın bu eğilimi nasıl şiddetlendirdiğini göstermektedir. Her zaman mevcut bir neoliberal talep olacaktır, Gregg bunu "mevcudiyet kanaması" [presence bleed] olarak adlandırmaktadır (a.g.e., 2). "Facebook gibi iletişim teknolojileri zaten beklenenin üzerine yeni bir iş katmanı eklemiş oluyor" (a.g.e., 17). "Facebook'un şöhretinin artışı, beyaz yakalı profesyonellerin yaşamlarında çalışmanın önemini yansıtmaktadır" (a.g.e., 88) ve "yeni bir tür mevcudiyetle anlamdaş"tır (101). Çalışanlar bugün artan bir şekilde, normal işlerinin yanında, Twitter yayınlarını, Facebook profillerini, YouTube videolarını ve daha fazlasını yönetmek ve kendi özel profillerinde çalıştıkları şirketin reklamını yapmaları talebiyle karşılaşmaktadırlar.

Yöndeşme; medya teknolojileri, şirketler, kurumlar, sanayiler, mekânlar, üretim ve tüketim, kültür ve politik gibi boyutlar bağlamında tanımlanmaktadır (Jenkins 2008, Meikle ve Young 2012; Mosco ve McKercher 2008). Mosco ve McKercher (2008) yöndeşmesinin sadece bu alanları değil, ayrıca emek dünyasını da etkilediğine işaret etmektedir. Kapitalizmin küreselleşmesi ve kapitalist sanayilerin ve şirketlerin yöndeşmesi, işçi sendikalarının da sınıf mücadelesini daha iyi örgütlemeleri için yöndeşmesine yönelik bir gereksinim yaratır. Deuze (2007) yaşam, iş ve oyun arasındaki sınırların akışkanlaştığına ve medyanın bu gelişmeyi desteklediğine işaret etmektedir. Gregg'in (2011) çalışması çağdaş kapitalizmin, mobil ve sosyal medyanın emeğin yöndeşmesini ilerlettiğini göstermektedir şeklinde yorumlanabilir: geleneksel olarak yöneticiler, sekreterler, tanıtım, halkla ilişkiler bölümlerinin ve çağrı merkezlerinin yaptığı işler mobil telefonlar, di-

züstü bilgisayarlar, İnternet bağlantıları, IP üzerinden sesli iletişim ve sosyal medya aracılığıyla sürekli erişilebilir (mevcut) olan ve eldeki sınırlı zaman içerisinde çok sayıda farklı etkinliği yönetmeleri gereken bilgi işçilerine devrediliyor [outsourced]. Bilgi emeğinin yöndeşmesi daha fazla görevle sonuçlanmakta ve farklı bilgi işleri tek bir işe doğru yöndeşiyor gibi görünmektedir. Bu da kolayca bilgi işçileri üzerinde fazla sayıda talep ve yüksek baskı yaratabilmektedir. Emek yöndeşmesi, teknolojilerin ve sanayilerin yöndeşmesiyle de etkileşmektedir. İşçi sendikalarının yöndeşmesi buna uygun bir politik karşılıktır (Mosco ve McKercher 2008).

9.4. Sonuç

Silikon Vadisi sırf bir EİT üretim mekânı değildir, ayrıca eşitsizliğin coğrafi ve toplumsal gerçekliğine dayanan EİT üretimindeki sermaye birikimi mekânıdır. Özellikle kadınlar ve göçmenler, kısmen parça başı çalışmaya dayanan düşük ücretli EİT imalatı işlerinde çalışmaktadır. İşyerlerindeki, havadaki, topraktaki ve içme suyundaki kirlenme nedeniyle kanser, solunum hastalıkları, bebek düşükleri ve doğum kusurları gibi sağlık sorunlarıyla karşılaşma eğilimi de mevcuttur. Silikon Vadisi'ndeki EİT imalatı, işçileri yüksek düzeyde sömüren ve fiziksel olarak onları ve ailelerini sakatlayan, doğayı tahrip eden cinsiyetçi ve ırkçı bir ekonomi politiğe dayanmaktadır. EİT sanayisi kârını ücret ve yatırım maliyetlerini düşürerek artırmaktadır. İş yeri sağlık, güvenlik ve çevre koruma maliyetleri, işçilere ve doğaya fiziksel olarak zarar verme pahasına düşürülmektedir. Silikon Vadisi Marx tarafından gözlemlenen durumun oldukça iyi bir örneğidir: "[k]apitalist üretim, tekniği ve toplumsal üretim süreçlerinin birleşmesini [...] bütün zenginliğin iki kaynağını, toprağı ve işçiyi kurutarak ilerletir" (Marx 1867c, 638 [Yordam 482]). James O'Connor (1998) üretici güçler ile üretim ilişkileri arasında, değer üretimi ve gerçekleşmesi arasındaki bir çelişki biçimini alan bir çelişkinin yanında, "kapitalist üretim ilişkileri (ve üretici güçler) ve kapitalist üretim koşulları veya 'kapitalist ilişkiler ve toplumsal yeniden üretimin güçleri' arasındaki çelişki" (a.g.e.., 160) şeklinde "kapitalizmin ikinci [bir] çelişkisi" ol-

duğunu öne sürmektedir (a.g.e., 158-177). EİT imalatı örneğinde, sermaye ve emek arasındaki sınıf çelişkisinin nasıl da kapitalist üretim tarzı ve doğal güçler arasındaki antagonizmayla bağlantılı olumsuz bir diyalektik biçiminde olduğunu gözlemleyebiliyoruz. Böylece sermayenin yıkıcı güçleri hem insanları hem de doğayı yok etmekte; insanları, doğayı mahvederek (zehirli hava, su ve toprak) ve insan doğasını da, insanları ve doğayı (doğum kusurlarına sahip bebekler) mahvederek yıkıma uğratmaktadır. Silikon Vadisi'nde, ekolojik antagonizma ve kapitalizmin toplumsal antagonizması doğrudan bağlaşıktır.

Marx *Grundrisse*'de, belirli işçilerin "artı emekteki [...] az bir payı" yansıtan "artı emek ücreti" edindiği, örneğin tek bir belirli sanayide yoğun emek talebi gibi, üretim koşullarını tarif eder (Marx 1857/1858b, 438 [Sol 320]). Martin Nicolaus, bu yüzden önsözde, Marx'ın, "ekonomik dönem sorunundan tamamen ayrı olarak, işçi sınıfının bir kesiminin (ama hepsi değil), farklı kapitalistler arasındaki kâr dağılım mekanizmaları aracılığıyla, kendileri tarafından üretilen artı değerin 'son derece az bir payını', 'artı emek ücretleri' biçiminde edinmesinin, kuramsal olarak olanaklı" (s. 438 [Sol 320]) olduğunu gösterdiğini yazmıştır (a.g.e., 48). Google işçileri, EİT imalatçılarının aksine, görece yüksek ücretlere sahipler: yüksek derecede ücretlendirilmiş ve yüksek derecede stres altındalar. Silikon Vadisi'ndeki EİT imalat işçilerinin sömürüsünün dayandığı doğa ve sınıf arasındaki antagonizma, EİT işçi sınıfını düşük ücretli imalat proletaryası ve kendi yaşam zamanını Google için çalışma zamanına dönüştürme pahasına görece artı emek ücretlerinin zevkini çıkaran yüksek ücretli ve yüksek stres altındaki işçi aristokrasisi şeklinde parçalayan bir antagonizmayla tamamlanır.

Silikon Vadisi sadece bazıları için düşlerin vadisidir. EİT sanayisinde, tam da EİT imalat işçilerinin ölüm vadisi ve yazılım mühendisliğinde işçi aristokrasisi için stres vadisi olduğundan dolayı yüksek kârlar kazananlardan oluşan sınıf için düşler vadisidir. Silikon Vadisi, kapitalist EİT sanayi ve onun kârlarının temeli olan bir eşitsizlik, ölüm, stres ve doğa ile insanın dirliğinin yıkımının coğrafyasıyla biçimlenmektedir. Bir enformasyon toplumunda bir metanın satışı bu

mal için propaganda ve müşteri ilgileriyle birlikte müşterilerin sorunları ve sorgularına yanıtların incelenmesini ve izlenmesini gerektirir. Çağrı merkezleri, bu gibi görevlerle meşgul olan belirli bir türdeki hizmet işinin mekânlarıdır. Bu tür bir çalışma sadece EİT'lerin satışlarını yönetmek için yok, bütün ticari sanayilerde bulunabilir. Çağrı merkezi işi duygulanımsal ve iletişimseldir. Sürekli olarak telefonları ve sıklıkla müşteri veritabanlarını yönetmek, veri girmek, vb. için ağa bağlı bilgisayarları kullanır. Dolayısıyla, çağrı merkezi çalışması, UDİ içerisinde emek incelemesi bağlamında özellikle ilgi çekici bir örnektir.

10- Taylorist, Ev Kadınılaşmış Hizmet Emeği

Çağrı Merkezinde Çalışma Örneği

"İyi günler. Aradığınız için teşekkürler X. Ben, Y. Size nasıl yardımcı olabilirim efendim?" Bu cümleler, siz ve bir çağrı merkezi temsilcisi arasındaki telefon görüşmesi için tipik başlangıç cümleleridir. Banka hesaplarımızı düzenlemek, müşteri hesaplarımızı oluşturmak ve yönetmek, sahip olduğumuz bir alet bozulduğunda teknik yardım almak, unuttuğumuz şifreleri sıfırlamak, şikâyette bulunmak ve benzer şeyler için bu merkezleri ararız. Ayrıca bizi arayıp, anketlere katılmamızı isteyen, bize bir şeyler satmaya çalışan, müşteri hesaplarımızı güncellemek isteyen, bizi X üyeliğimizi uzatmamız gerektiğine ikna etmeye çalışan, sadece Y'ye değil, onunla birlikte Z'ye de sahip olmamız gerektiğini ve diğer muhtelif şeyleri söyleyen çağrı merkezi temsilcileri de mevcuttur. Çağrı merkezi işi sadece telefonları değil aynı zamanda bilgisayar veritabanlarını da içerir. Bu dijital hizmet emeğinin belirli bir şeklidir. Fakat bir çağrı merkezinde çalışmak nasıl bir şeydir? Bu bölüm, bu soruyla ilgilenmektedir.

Alman araştırmacı gazeteci ve gizli muhabir Günter Wallraff çalışma koşullarını belgelemek üzere çağrı merkezlerinde gizli olarak bir çalışma yürütmüştür. Wallraff, izlenimlerini şöyle aktarmaktadır: "60 bilgisayar ünitesi, dar bir alana yüklenmiştir. Diziliş: düz ekran monitör, kulaklık seti ve bir tıklama ile kayıtlı numaraları çeviren yazılım. Bağlantı kurulur kurulmaz, katılımcının adresi ve adresin

> kaynağı görüntülenir. [...] Kendime soruyorum: Neden işçiler bunu yapacak kadar alçalıyor? Onları, bunu yapmaya kim zorluyor? ZIU'dan ayrılan [ZIU-International: Köln'de yer alan bir çağrı merkezi/reklamcılık şirketi] CallOn'daki [Almanya'nın Dortmund kentinde yer alan bir çağrı merkezi yönetimi şirketi] kadın, eski çalışma arkadaşlarını savunuyor: Bu işçiler, genellikle uzunca bir süre işsiz kalmış ve denize düşüp yılana sarılmış insanlardır. Her ne kadar zor anlar yaşasalar da, şu an telefonda enerjilerini karşıya aktarmaları ve iyi bir ruh halinde olmaları gerekir. Ancak böyle bir emeğin, çalışanlar açısından doğuracağı sonuçlar nelerdir? [...] Ofisin dekorasyonu, bu soruyu hâlihazırda yanıtlamaktadır: Duvarda, üzerinde yapılan satışların, satışı yapanın adıyla kaydedildiği bir tablo asılıdır. Eğer birisi şirkete yeni bir anlaşma sağlamışsa, duvarın önüne gider ve bunu not eder. Bu, otomatik olarak başarı ve rekabet doğuran bir baskı oluşturur".[1] Şimdi, çağrı merkezi işine, dijital emeğin belirli bir şekli olarak, daha yakından bakalım.

10.1. Giriş

2010 yılında, AB27[2] ülkelerinde çağrı merkezi faaliyetleri üzerine uzmanlaşmış 8.240 adet şirket bulunmaktaydı. Bu şirketler, faktör maliyetlerinde 10,6 milyar katma değer, 861,54 milyon brüt faaliyet fazlası ve 4,3 milyon kişilik istihdam yaratmışlardır (Eurostat[3]). Bu ekonomik faaliyetler, AB27 ülkelerindeki sanayi ve hizmet sektöründeki katma değerin %0,18'ini, faaliyet fazlasının %0,04'ünü ve çalışanların tamamının (finans ve sigorta sektörleri hariç) %3,2'sini teşkil

---

[1] Almanca'dan benim çevirim. Orijinal metin: "Auf engstem Raum sind hier 60 Computerarbeitsplätze installiert. Die Ausstattung: Flachbildschirm, Headset und Software, die gespeicherte Nummern nach Mausklick anwählt. Sobald eine Verbindung zustande kommt, erscheinen auf dem Bildschirm die Anschrift des Teilnehmers und die Herkunft der Adresse. [...] Ich frage mich: Warum geben sie sich dafür her? Wer zwingt sie dazu? Die Frau bei CallOn, die bei ZIU ausgestiegen war, hatte ihre früheren Kollegen in Schutz genommen: Es seien oftVerzweifelte, die über lange Zeit arbeitslos gewesen seien und sich an den letzten Strohhalm klammerten. Die nun am Telefon Energie und gute Laune versprühen müssten, obwohl es ihnen dreckig gehe. Aber welche Auswirkungen hat eine solche Arbeit auf die Beschäftigten? Einmal unterstellt, dass hier keine Betrüger am Werke sind, die lustvoll andere ausnehmen. Schon die Einrichtung des Büros gibt eine Antwort: An der Wand hängt eine Tafel, auf der die Verkaufsabschlüsse namentlich erfasst werden. Wer einen neuen Abschluss zustande gebracht hat, geht nach vorn und notiert das. So entsteht automatisch Erfolgs- und Konkurrenzdruck" (Wallraff 2009).

[2] AB27: 2007 itibariyle Avrupa Birliği'nin 27 üye ülkesi (ç.n.).

[3] http://epp.eurostat.ec.europa.eu (erişim tarihi: 8 Ağustos 2013).

etmektedir. Bu veriler, çağrı merkezi sektörünün, istihdam, değer ve kâr bağlamında ekonomik olarak konuyla oldukça alakalı olduğunu ve bu yüzden daha ileri bir ilgiyi hak ettiğini göstermektedir.

STILE isimli Avrupa Birliği projesinde, ulusal istatistik kurumlarında çalışan ve kod yazan insanlardan, Uluslararası Standart Meslek Sınıflaması'ında (ISCO) yer alan iş tanımlarını kodlamaları istenmiştir. Otuz dört sonuç, çağrı merkezi çalışmasını içermekteydi. Bu sonuçların sadece iki tanesinin nasıl kodlanacağı konusunda anlaşma sağlanabilmiştir. "Görünüşe göre çağrı merkezleri, yeni ekonomi kapsamında faaliyetlerin sınıflandırılmasında paradigmatik bir örnek teşkil etmekte, şirketler ve onların müşterileri arasında, ürünler ve hizmetler arasında ve içsel ve dışsal süreçlerin arasında yer almaktadır" (Bertin vd. 2004, 76).

STILE, çağrı merkezi faaliyetlerinin zor anlaşıldığını göstermektedir. Öyleyse çağrı merkezi işi nasıl tanımlanabilir? Uluslararası Standart Meslek Sınıflaması'nın (ISCO-08) 2008 versiyonu, çağrı merkezi işçilerini tanımlayan iki kategori içermektedir:

- 4222: İletişim merkezi danışma elemanları:

  "İletişim merkezi danışma elemanları, müşterilerine öneri ve enformasyon sağlar, bir şirketin veya bir kuruluşun mal, hizmet veya politikalarıyla ilgili sorulara cevap verir ve telefon veya e-posta gibi elektronik iletişim ortamlarını kullanarak finansal işlemler yaparlar. Bu elemanlar, bilgi sağladıkları müşterilerden veya kuruluş ya da şirketlerin diğer faaliyetlerinden uzak bir mekânda çalışabilirler" (ISCO-08).

- 5244: İletişim merkezi satış elemanı:

  "İletişim merkezi satış elemanları, telefon veya diğer elektronik iletişim araçlarını kullanarak, ürün ve hizmetlerin tanıtımını yapmak, satışlar elde etmek ve satış ziyaretlerini düzenlemek amacıyla mevcut ve potansiyel müşteriler ile iletişim sağlarlar. Bu kişiler, bir müşteri iletişim merkezinde veya merkez dışında başka bir yerde çalışabilirler" (a.g.e.).

Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması (ISIC Rev 4) çağrı merkezi sektörü için bir kategori içermektedir

-8220 Çağrı merkezi faaliyetleri:

"Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır:

> —gelen çağrı merkezi faaliyetleri, insan operatörlerin kullanılmasıyla müşterilerin çağrılarının yanıtlanması, otomatik çağrı dağıtımı, bilgisayar telefon entegrasyonu, talimatları almak için interaktif ses cevap sistemleri veya benzer yöntemler, ürün bilgisi sağlanması, müşterilerin yardım talepleri ve şikâyetleri ile ilgilenilmesi
>
> —giden çağrı merkezi faaliyetleri, ürün veya hizmetlerin potansiyel müşterilere satışı veya pazarlanması için benzer yöntemler kullanılması, müşteriler nezdinde pazar araştırması, kamuoyu yoklaması ve benzeri faaliyetler yürütülmesi" (ISIC Rev. 4, 242).

AB projesi TOSCA, çağrı merkezinin sentetik bir tanımını şu şekilde yapmaktadır: "sesli veya elektronik ortamdaki iletişim süreciyle bağlantılı bilgisayar ve telekomünikasyon kullanımını içeren, insanların uzman mevkisinde istihdam edildikleri bir ofis" (Paul ve Huws 2002, 10). Çağrı merkezi işi EİT kullanımını (telefonlar, bilgisayarlar, İnternet) içerir. Bu iş, bazı üretimlerin standartlaştırma niteliğindeki özelliklerine sahip beyaz yakalı işidir. Ve mekânsal ve zamansal olarak yerleşik olmayan faaliyetleri (dış kaynak kullanımı, esnek çalışma zamanı) içermektedir.

10.2. Uluslararası Dijital İşbölümünde Çağrı Merkezleri'nin Üretici Güçleri: Emek Gücü ve Emeğin Nesneleri, Araçları ve Ürünleri

Paul ve Huws (2002) telefon hizmetlerinin uzun zamandır var olduğunu ancak telekomünikasyondaki ilerlemelerin, tüketici kültüründeki gelişme ve medya yeteneklerindeki artışın, çağrı merkezlerinin doğumu için gerekli şartları oluşturduğunu savunmaktadır.

Çağrı merkezleri genellikle müşteri ilişkileri üzerine odaklanmaktadır. Müşteri ilişkileri firmadan-firmaya veya firmadan-müşteriye şeklinde olabilir. Bunlar, gelen (müşteri çağrısı) veya giden (şirketin fiili veya potansiyel müşterilere çağrısı, örneğin pazarlama araştırması) veya ikisi birden olabilir. Çağrı merkezlerinin yaklaşık %75'i kitle müşteri hizmetleri pazarına, yaklaşık % 25'i de şirketten-şirkete

merkezlere yöneliktir (Holman, Batt ve Holtgrewe 2007). Bunlardan ilki, toplam işgücünün yaklaşık %80'ine sahiptir. Çağrı merkezlerinin en geniş ölçekte bulunduğu alan, telekomünikasyon ve finansal hizmetler alanıdır (a.g.e.). Toplam sayının %79'unu gelen, %21'ini ise giden çağrı merkezleri oluşturmaktadır (a.g.e.). Müşterileri olan ve dış kaynak kullanımı yoluyla çağrı merkezlerine hizmet sağlayan taşeronlar, tüm çağrı merkezlerinin %33'ünü oluşturmakta, fakat çalışanların %56'sını teşkil etmektedir. Bu durum, taşeronların boyut olarak epeyce geniş olma eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Bir çağrı merkezinin işletilmesi için gerekli olan teknolojiler, bir telefon hattı ve ağ bağlantılı bilgisayarları içermektedir. Telefon hattı müşterilerle konuşmayı sağlamakta, bilgisayarlar da, çalışanlara müşterilerle ilgili enformasyonu depolayan veritabanına erişimi ve telefon görüşmelerinden elde edilen verilerin girişini sağlamaktadır. Çoğu zaman çalışan takibi yazılımı da kullanılmaktadır.

10.3. Uluslararası Dijital İşbölümünde Çağrı Merkezinin Üretim İlişkileri

Bir AB projesi olan TOSCA, Avrupa'daki çağrı merkezleri üzerine bir araştırma yapmıştır. Bu araştırmada çağrı merkezi işinin oldukça tekrar içeren, gözetlenen ve son derece stresli bir iş olduğu bulunmuştur. Bu sebeple bundan "modern zaman terhanesi" olarak bahsedilebilir (Paul ve Huws 2002, 14). Oluşan stres ve sağlığa olumsuz etkiler, çalışanların yaklaşık %25'ini devamsızlığa sevk etmektedir. Çalışanların genellikle kadın olması, düşük eğitim seviyelerine ve esnek çalışma saatlerine sahip olması sonucunda çağrı merkezleri 24 saat faaliyet gösterebilmektedir. Bu koşullar, %40 oranında yüksek bir işçi sirkülasyonuyla sonuçlanmaktadır. Ayrıca çağrı merkezlerinde sendika varlığı düşük bir seviyededir.

Küresel Çağrı Merkezi Projesi[4] 20 ülkede çağrı merkezi işi üzerine çalışma yapan bir araştırma ağıdır. Proje 17 ülkede, 2.500 çağrı merkezini kapsayan bir anket yapmıştır (Holman, Batt ve Holtgrewe

[4] Küresel Çağrı Merkezi Projesi ile ilgili bilgi için: www.ilr.cornell.edu/globalcallcenter.

2007). Ülkeler şunlardır: Avusturya, Brezilya, Kanada, Danimarka, Fransa, Almanya, Hindistan, İrlanda, İsrail, Hollanda, Polonya, Güney Afrika, Güney Kore, İspanya, İsveç, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri. Anketin yapıldığı zamanda (2007), ortalama bir çağrı merkezi sekiz yaşındaydı. Bu, çağrı merkezlerinin bilgi sektöründe nispeten yeni gelişmekte olduğunu göstermektedir. Çalışmaya katılan çağrı merkezlerinin %14'ü uluslararası müşterilere hizmet vermektedir. Ancak Hindistan'da, çağrı merkezi müşterilerinin %73'ü uluslararası müşterilerden oluşmaktadır. Hindistan'ın yanı sıra, Kanada ve İrlanda da uluslararası müşteri tabanına nispeten geniş ölçüde odaklanmaktadır (Holtgrewe vd. 2009). Çalışmaya dâhil olan çağrı merkezlerinin %67'sini daha büyük şirketlerin parçası olan çağrı merkezleri oluşturmakta ve %33'ü de çağrı merkezi işini dış kaynak kullanımı yoluyla şirketlere sağlayan taşeronlardan oluşmaktadır.

Tüm ülkelerde, kadınların işgücüne katılımı oldukça yüksek seviyelerdeydi. Kadınlar, çalışanların %69'unu teşkil etmekteydi. Çalışanların %71'i tam zamanlı, %17'si yarı zamanlı ve %12'si geçici işçilerden oluşmaktaydı. Bazı ülkelerde ise, yarı zamanlı işçilerin payı daha büyüktü: İsrail'de %48, Hollanda'da %46 ve İspanya'da %44. Güney Kore'de, çağrı merkezi çalışanlarının %60'ı geçici işçiydi. Çağrı merkezlerinin %40'ının toplu pazarlık sözleşmeleri mevcutken, %50'sinin muhtelif şekillerde kolektif temsil sistemleri bulunmaktaydı. Fransa, Hollanda ve Brezilya gibi ülkelerde toplu pazarlık ve temsil mekanizmaları yüksek sayıdayken, bu tür mekanizmaların varlığına rastlamanın oldukça güç olduğu ülkelerin (İsrail, Kanada, Amerika Birleşik Devletleri, Hindistan, Polonya, Güney Kore) sayısı da azımsanamayacak ölçüdeydi. Çağrı merkezlerinin %15,3'ünde performansa dayalı ödeme vardı. Ancak, Hollanda'da bu oran %41'di. Çalışma, ayrıca, toplu pazarlığın bulunduğu şirketlerde ücretlerin daha yüksek olduğunu göstermiştir. Bir çağrı merkezi temsilcisine yıllık ortalama olarak yapılan ödeme, yönlendirilmiş ekonomilerde 32.925 $, serbest ekonomilerde 23.599 $ ve sanayileşmekte olan ülkelerde ise 19.105 $'dı. Yöneticilerin ortalama ücretleri, belirtilen ülke sırasına göre %111 / %58 / %59,1 oranında daha yüksekti. Emek maliyetleri, toplam maliyetlerin ortalama olarak %65'ini teşkil etmekteydi. Perso-

nelin ortalama sirkülasyon hızı %20'ydi (sirkülasyon kavramı istifa edenleri, kovulanları, terfi edenleri ve emekli olanları içerir) ki bu da her yıl 5 çalışandan 1 tanesinin ayrıldığı anlamına gelmektedir. Dış kaynak kullanımı yoluyla uluslararası müşterilere hizmet veren çağrı merkezleri (yani taşeronlar) özellikle Kanada, Hindistan ve İrlanda'da bulunabilmektedir. İşçilerin aldığı çağrı sayısı, taşeron çağrı merkezlerinde genellikle günde 80 ve kurum içi çağrı merkezlerinde 65 olmaktadır. Taşeron çağrı merkezlerindeki çalışanlar, kurum içi çağrı merkezlerindeki çalışanlara göre genellikle daha basit görevleri yerine getirir, daha az eğitim alır ve daha güvencesiz iş sözleşmelerine (geçici, yarı-zamanlı) sahiptir. Ayrıca bu tarz şirketlerde daha çok gözetim ve daha düşük görev takdir yetkisi mevcuttur. Yine bu tür şirketlerde toplu pazarlığa daha az rastlanır ve çalışanların ücretleri, ortalamaya göre %18 daha azdır.

Çağrı merkezleri, çağrı takibi ve çağrı performans ölçümü yazılımlarını yoğun olarak kullanırlar (Holman, Batt ve Holtgrewe 2007, 9-10). "Tipik bir çağrı merkezinin çağrı yönetim süresi, farklı ülkelerde yer alan çağrı merkezlerinde yapılan işlerin göreceli standardizasyonunu sağlayan göstergelerden birisidir. Bu rapordaki tipik çağrı merkezinin, ortalama çağrı yönetim süresi 190 saniye, yani 3 dakika ve 10 saniyedir" (a.g.e., 10). Üç ülkedeki çağrı merkezleri -Fransa, Hindistan, Kanada- ağırlıklı olarak (%50'den daha fazla) üniversite mezunlarını işe alırlar. Dokuz ülkede, bu oran %20'nin altında ve beş tanesinde de %20 ile %40 arasındadır. Bu, çağrı merkezi çalışanlarının, belirli birkaç ülke haricinde, daha düşük eğitime sahip olma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Performans takibi (çağrı yönetim süreleri, görev süreleri, çağrı bekletme zamanları), yeni sanayileşmiş ülkelerde genellikle haftada bir kereden daha fazla görülür. Bu sayı, serbest ekonomilerde iki hafta ve yönlendirilmiş ekonomilerde ise ayda birdir.

Görev takdir yetkisi (çalışanların işin temposu üzerinde sahip olabilecekleri etki, çalışma yöntemleri, molaların zamanlaması, görev tamamlanışı ve müşteri yanıtlarının yönetimi) oldukça düşük bulunmuştur: 1 ile 5 arası bir ölçekte, 2,6. Çalışmada, analiz edilen çağrı

merkezlerinin %39'unun görece düşük görev takdir yetkisine ve görece yüksek performans takibine sahip olan, düşük ile çok düşük nitelikli görevleri olduğu görülmüştür. Diğer bir sonuç ise çalışanların %36'sının çok düşük nitelikli, %67'sinin düşük ile çok düşük nitelikli arasında, %14'ünün ise yüksek veya çok yüksek nitelikli görevlerinin olduğudur. "Bulgularımız, çağrı merkezlerindeki performans takibinin, çalışanların yüksek seviyede görev çabası devamlılığının sağlanması şeklinde işlediğine işaret etmektedir. [...] Yüksek seviyede gözetim, fiziksel ve zihinsel tükenmişliği hızlandırmakta, bu da düşük seviyede mutluluğa yol açmaktadır" (Holman, Batt ve Holtgrewe 2007, 42-43). Ayrıca düşük nitelikli görevler, yüksek strese ve bunun sonucu olarak yüksek seviyede hastalığa ve izne sebep olmaktadır. Çalışan başına düşen hastalık izni günlerinin yılda ortalama altı gün olması bu duruma işaret etmektedir.

Küresel Çağrı Merkezi Projesi genel olarak, çağrı merkezi görevlerinin yüksek seviyede standartlaştırıldığını, yüksek derecede performans takibi yapıldığını, çalışanların iş süreciyle ilgili karar verme üzerindeki etkisinin düşük düzeyde olduğunu, görevlerin niteliksizliğini ve yüksek oranda kadın istihdamı olduğunu bulgulamıştır. Çalışmada, bazı ülkelerde sendika gücü ve etkisinin yüksek olması, çağrı merkezi görevlerinin daha nitelikli ve işçi sirkülasyonunun daha az olması ve ücret farklarının daha az olmasıyla açıklanan birtakım farklılıklar tespit edilmiştir. "Maliyet odaklı bir modele bel bağlamanın, sadece düşük nitelikli görevler yaratmadığı, aynı zamanda müşteri memnuniyetsizliği ve çalışan sirkülasyonuna yol açtığına dair yeterli sayıda kanıt mevcuttur" (Holman, Batt ve Holtgrewe 2007, 45).

İngilizce konuşulan ülkelerin, dış kaynak kullanımı yaptığı işler için (bankacılık, enerji, eğlence, sigorta, medya, satış, teknoloji, telekomünikasyon, seyahat, kamu hizmetleri) tercih ettiği ülke Hindistan'dır (James ve Vira 2010). Fortune 500 şirketlerinden dört yüz tanesi Hindistan'da (a.g.e.), özellikle de Bangalore, Delhi ve Mumbai'de çağrı merkezlerine sahiptir. Kıyı ötesi çağrı merkezi kullanımı ile masraflar %25 ile %50 oranında azaltılabilmektedir. Hindistan, uluslararası dış kaynak kullanımlı çağrı merkezi işinin çoğunluğunu

çekmektedir. Çalışmalara göre, Hindistan'daki çağrı merkezi işi tekrarlamalı, sert bir disipline sahip, işçilerin büyük ölçüde gözetlendiği, çalışanların sağlığına olumsuz etkileri olan (kas çekmesi, baş ağrısı, göz yorgunluğu, tekrar eden gerilme rahatsızlığı [RSI], ses kaybı, işitme problemleri, stres, mide bulantısı, baş dönmesi ve panik ataklar) ve karar alma aşamasına katılımın olmadığı, hiyerarşik bir niteliğe sahiptir (a.g.e.). James ve Vira (2010), 42 Hint çağrı merkezi işçisi ile yaptıkları mülakatların ve bu işçiler arasında yürüttükleri bir anketin (N = 511) sonuçlarını sunmaktadır. Çalışmada, başlangıç maaşlarının aylık ortalama 9272 INR (Hindistan rupisi) olduğu bulunmuştur ki bu, Hindistan'da kişi başına düşen gelirin üç katıdır. Hint çağrı merkezi temsilcileri, kendilerini yüksek nitelikli beyaz yakalı profesyoneller olarak görmektedir. Katılımcıların %79'u üniversite mezunudur ve temsilcilerin %75'i sendikaların sektöre zarar verdiğini düşünmektedir. Hint çağrı merkezi işçileri genellikle üniversite eğitimli ve çoğu zaman yaptıkları görevler için fazla niteliklidir (Upadhya ve Vasavi, 2008). Ramesh (2008) Hint çağrı merkezi işçileri arasında bir anket (N = 277) düzenlemiştir. Ankete göre bu işçilerin %97'si üniversite eğitimlidir. İşçilerin sadece %13'ü iki yıldan fazla bir süredir bu işe sahiptir ki bu, fazla nitelikli olmalarından kaynaklı, çağrı merkezini uzun vadeli bir fırsat olarak görmediklerine işaret etmektedir. "Çağrı merkezi, daha çok, başka bir kariyere yönelme veya eğitime devam etmeden önce para kazanmak için geçici hazırlıklar olarak görülmektedir" (Upadhya ve Vasavi 2008, 19). Katılımcıların %53'ü, 10.000 INR'den fazla kazanırken, %19'u 8000 ile 10.000 INR arasında kazanmaktadır. Hint çağrı merkezi işi, Batılı müşterilerin ihtiyaçlarına uymak için genellikle gece vardiyaları içermektedir. Kaydedilen aramalar, bilgisayar destekli performans takibi ve kart tabanlı kayıt sistemleri şeklinde yüksek seviyede bir denetim ve gözetim vardır. Her işçi için belirli sayıda bireysel çağrı hedefi koyulmaktadır ve bu hedefler performans değerlendirmelerinde sürekli yükseltilmektedir. Tüm çalışanların performansının herkese teşhir edilmesiyle çevre baskısı oluşturulmaktadır. D'Cruz ve Noronha (2009), Hint çağrı merkezi işçilerine yöneticiler tarafından çoğunlukla zorbalık edildiğini göstermektedir.

10.4. Sonuç

Çağrı merkezi işi, yinelemeli, standartlaştırılmış, stresli ve son derece gözetimli olma eğilimindedir ve genellikle iş-yaşam ve iş-aile dengesi için sorun teşkil eden esnek çalışma ve vardiya özellikleri bulunmaktadır. Görevle ilgili karar alma etkisinin ve görev niteliğinin düşük olma eğilimi vardır. Çağrı merkezi işçilerinin büyük bir kısmı kadındır.

Birçok çağrı merkezi işçisi, kendisini bu şekilde tanımlamaktan ziyade kendi kimliğini tamamen farklı bir şey olarak değerlendirmektedir (Huws 2009, Paul ve Huws 2002): İşçiler kendilerini çağrı merkezi işinde sadece geçici olarak görme eğilimindedir ve bu durum, çağrı merkezi temsilciliğinin, kendi özelliklerinin bir sonucu olarak, işgücünde ve toplum arasında yüksek statü sağlamayan ve muhtemelen sağlayamayan bir iş olduğunu göstermektedir. Ursula Huws (2009), işin "çağrı merkezi işine dönüştürüldüğünü", öyle ki bunun "önceden kanıksanmış olan, işin pek çok özelliğini istikrarsızlaştırdığını" öne sürmektedir (Huws 2009, 7): Pek çok çağrı merkezi çalışanı ve işçisi genel olarak, şirket ve müşteriler arasındaki zorlu ara birimleri idare etmek zorunda kalmaktadır. Bu, yerel iş ile küresel sermayenin doğası arasında ve çalışma hayatı ile aile hayatı arasında kayda değer bir duygulanımsal emek çabası gerektirmektedir. Rosa Luxemburg (1913, 2003) sermaye birikiminin, kapitalist sisteme çekilen çevrelerin sömürülmesinden beslendiğini öne sürmektedir: "sermaye buna benzer örgütlenmelerin kalıntılarıyla beslenir; ve bu kapitalist olmayan ortam, birikim için zaruri olsa bile, birikim, bu vasıtanın pahasına da olsa kapitalist çevreyi yiyerek gelişme gösterir" (a.g.e, 363). Bu fikir Luxemburg tarafından emperyalizmin kolonilerinin varlığını açıklamakta kullanılmıştır ve karşılığı ödenmeyen yeniden üretken emeğin kapitalizmin ilkel birikiminin içsel kolonisi ve çevresi olarak değerlendirilebileceğini savunmak amacıyla Marksist feminizm tarafından uygulanmıştır (Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988, 1986 Mies, Werlhof 1991). Ücretli olmayan emek, "emek-gücü ve yaşam koşullarının yeniden üretilmesini sağlar" (Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988, 18). Bu, "yaşamın üretiminde, veya geçimlik

üretimde" (a.g.e., 70) harcanan emektir. İlkel birikim, "'ekonomik olarak' gerekli, politik olarak mümkün ve teknik olarak uygulanabilir olduğu her yerde, her zamanda ve her kişiye karşı, soygunculuk amacıyla uygulanan açık bir şiddettir" (a.g.e., 102). Post-Fordist kapitalizmde, kapitalizmin içsel kolonileri genişletilmekte ve böylece karşılığı ödenmeyen ve düşük ödenen emek çevrelerinin oluşturulmasıyla kârlar arttırılabilmektedir. Bu kolonilerin oluşumu, emeği istimlâk etmek için şiddet kullanan, ilkel birikimin devam eden bir şeklidir. "Kadın, koloniler ve doğa", "devam eden ilkel birikim sürecinin ana hedefleridir" (a.g.e., 6). Bu olgu, "ev kadınılaşma" olarak adlandırılmıştır (Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988, Mies 1986): gittikçe daha fazla insan, geleneksel olarak patriyarkal ilişkilerin niteliği olmuş olan güvencesiz koşullar altında yaşamakta ve çalışmaktadır. Bu koşullar altında çalışan insanlar, tıpkı ev kadınları gibi, denetimsiz ve sınırsız bir sömürü kaynağıdır. Ev kadınılaşma, emeği dönüştürmektedir, öyle ki emek "ev işlerinin niteliğini taşımaktadır, yani emek, sendikalar veya iş kanunlarıyla korunmamakta, herhangi bir fiyat için her zaman müsait olmakta, 'emek' olarak değil, bir 'etkinlik' olarak, 'gelir getirici faaliyetler' olarak kabul edilmekte, yalıtılmış ve örgütsüz olmakta ve bunun gibi anlamlara gelmektedir" (Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988, 10). Ev kadınılaşmış emek şu şekilde nitelendirilmektedir: "iş sürekliliğinin olmaması, en düşük ücretler, en uzun çalışma saatleri, en monoton iş, sendikasızlık, yüksek nitelikler elde etmek için hiçbir fırsatın olmaması, terfi alınmaması, haklar ve sosyal güvenliğin olmaması" (a.g.e., 169). Bu tür gayriresmi işler, "denetimsiz, sınırsız bir sömürü kaynağıdır" (Mies 1986, 16). Ev kadınılaşmış emek, "ücretli olmayan emekçilerin, [...] ücretli emeğin mümkün olan sömürüsünün üzerinde, aşırı sömürülmesidir" (a.g.e., 48) çünkü, "aksi takdirde kapitalistler tarafından karşılanması gereken maliyetlerin dışsallaştırılmasını ve dış-bölgeselleştirilmesini içermektedir" (110).

Zillah Eisenstein (1979, 33) kapitalist patriyarkayı şekillendiren cinsiyetçi işbölümünün kadınlara beş tür rol biçtiğini savunmaktadır: üreme, çocuk bakımı, evin bakımı, cinsellik ve tüketimin düzenlenmesi. Çağrı merkezi emeği göstermektedir ki cinsiyetçi işbölümü, ev-

den, kapitalist işyerine değin uzanır: evde, kadınlar biyolojik üreme ve çocuk bakımı ile ilgilenmek zorundadır. Çağrı merkezi işinde de bu roller yeniden üretilir, zira mevcut patriyarkal ideoloji, kadınları duygulanımsal, sosyal, dost canlısı ve sadece evdeki çocuklara ve aileye karşı değil, telefondaki müşteriye karşı da ilgili olarak görür. Evdeki sabit düzenin sürdürülmesi faaliyeti, çağrı merkezinde, çalışanlara müşteri veritabanının düzenli tutulması işinin verilmesi şeklinde kendisini gösterir ki müşteriler, kendilerine önerilen metaları satın almaya devam etsinler. Patriyarkal düzenin kadınlara evde verdiği rol, aile tüketiminin düzenlenmesidir. Bu, yiyeceklerin satın alınması ve hazırlanmasını, aile hayatına katkısı olabilecek yeni tüketici ürünler hakkında kadının bilgi sahibi olması ve benzerlerini içermektedir. Çağrı merkezinde, işçiler yine tüketimin düzenlenmesinden sorumludur: müşterilerin tüketim ihtiyaçlarına karşılık verirler, tüketime yönelik sorunlarını çözmeye çalışırlar ve tüketim deneyimini daha iyi hale getirirler. Sonuncu, fakat bir o kadar önemli olarak, cinsellik işi ve arzu da patriyarkal ilişkiler tarafından, çağrı merkezlerinde yeniden üretilir: müşteri hizmetlerinde bir kadınla konuşmak, cinsel arzuları uyandırabileceği için, erkek müşterileri daha kolay memnun edebilir. Her nasıl ki hayat kadınlığının telekomünike olmuş biçimi (ücretli telefon seksi gibi) erkeklere cinsel bir hizmet sağlamakta ise, kadın çağrı merkezi temsilcileri de, kapitalist patriyarkanın kültüründe olduğu gibi kadının itaatkâr ve cinsel imaları hatırlatıldığında erkekleri daha kolay memnun edebilecek hizmetleri sağlamaktadır. Eisenstein'ın tanımladığı beş tür ev işi (üreme, çocuk bakımı, evin bakımı, cinsellik, tüketimin düzenlenmesi) çağrı merkezinde yeniden üretilir. Bu yüzden, çağrı merkezi temsilcilerinin çoğunun kadın olması sürpriz değildir. Kapitalizm, ev kadınılaşmış istihdam ilişkileri yaratmak adına, ataerkil ideolojileri (örneğin kadının sosyal, ilgili, duygusal, cinsel, ilişkisel ve iletişimsel olarak tanımlanması) kullanır. Tıpkı evdeki gibi, çağrı merkezlerinde de "erkek/kadın biyolojik ayrımı", ideolojik olarak "toplumsal fonksiyonlar ve bireysel güç ayrımı" amacıyla kullanılır (a.g.e.,17) ve "ücretli işçi olan" çalışanların "durumları ise, kadın olmak üzerinden tanımlanır" (30). Ev işi gibi, çağrı merkezi işi de işçilerin geçici uygunluğuna ve yabancılaşmış esnekliğine dayanır:

ev işçileri genellikle çocuklar ve tüm aile için bütün gün uygun olmak zorundayken, çağrı merkezleri de 24 saat açık olmak zorundadır ki bu da kolektif çağrı merkezi işçisinin bütün gün uygun olmasını gerektirir. Bu durum, kişinin sağlığı ve aile hayatı için sorun yaratabilir.

Bununla birlikte, elbette, ev işçileri ve çağrı merkezi işçileri arasında önemli bir fark mevcuttur: çağrı merkezi çalışanlarının ücretleri son derece kötü durumdayken, ev işçilerinin emekleri karşılığında herhangi bir ödeme bile yapılmamaktadır. Ev içindeki "köleler, ücretli köleler gibi sömürülmezler. Bu çeşit bir sömürünün söz konusu olması için ücret almaları gerekir" (a.g.e., 23). İşin, "çağrı merkezi işine dönüşmesi" ve ev kadınılaşması, kârların çoğaltılması adına "ücretsiz emek havuzunu" ve "ucuz emek havuzunu" yaratmakta ve genişletmektedir (a.g.e., 31).

Çağrı merkezi temsilcisinin işi, yani sermayenin ihtiyaçları tarafından tanımlanan zamansal ve mekânsal esneklik gerekliliğini zorunlu kılan, güvensiz, istikrarsız, stresli, standartlaştırılmış işi, özellikle de genç insanların hayatlarını olumsuz olarak etkileyen, istikrarsız ve güvencesiz işlerden oluşan bir ekonominin yaratılışı için örnek teşkil etmiştir. Ursula Huws'un (2009) "çağrı merkezi işine dönüşme" olarak adlandırdığı şey, aynı zamanda işin ev kadınılaşmasıdır: kadınların, cinsiyetçi iş bölümü yüzünden, uzun süreler boyu zorluklarla mücadele etmesine benzeyen emek biçimlerinin yaratılması. İşin "çağrı merkezi işine dönüşmesi" ve ev kadınılaşması, tek bir amaca hizmet eder: kârın azamileşmesi için emek maliyetinin düşürülmesi (diğer bir deyişle işçilerin, ev kadınılaşmamış bir işten beklenebilecek bir ücretten daha azına çalıştırılması). Ev kadınılaşma yoluyla emek maliyetlerinin düşürülmesi, bir mutlak artı-değer üretim biçimidir: günün artı-değer üreten kısmı ve kâr arttırılmıştır. İdeoloji, kadınlara erkeklerden daha az ödemek için onları çalışan anneler olarak tanımlar. Çağrı merkezi işi yüksek ölçüde gözetlenen ve standartlaşmış bir iştir; beyaz yakalı işi ile mavi yakalı işi arasındaki sınırların bulanıklaştığı, bir nevi Taylorist bir beyaz yakalı işidir. Dolayısıyla bu tür işlere gri-yakalı işi denilebilir zira gri, mavi ve beyazın karışımının sonucudur. İşin gözetlenmesi ve standartlaştırılması ve buna eşlik eden, işçileri hayatta

kalma baskısı altına sokacak şekilde güvencesiz hale getirilmesi, bir göreli artı-değer üretim yöntemidir: işçilerin akıllarını ve vücutlarını, onların daha yoğun çalışmalarını (diğer bir deyişle daha az zamanda daha çok müşteri ile ilgilenmeleri ve üretkenliğin arttırılması) sağlayacak şekilde sürekli denetim ve baskı altında tutmak. Çağrı merkezi işi, emeğin sermaye altında hem biçimsel hem de gerçek boyunduruğu ile nitelenebilir: hem mutlak artı-değer üretimi (ücret maliyetlerinin azaltılması) hem de göreli artı-değer üretimi (standardizasyon, gözetleme, gri-yakalı Taylorizm) yöntemleri, sermaye birikimini ilerletmek için kullanılır.

Uluslararası dijital işbölümünde, göz önünde bulundurulması gereken başka bir iş çeşidi daha mevcuttur: kullanıcıların, özellikle de sosyal medya kullanıcılarının, karşılığı ödenmemiş dijital emeği. Bu emek biçiminin analizini bir sonraki bölümde yapacağız.

11 - Sosyal Medyada Dijital Emek Kuramlaştırması[1]

- "Facebook ile arkadaşlarınıza ve çevrenizdeki dünyaya bağlanın". "Facebook'un misyonu; insanlara paylaşmaları ve dünyayı daha açık ve bağlantılı kılmaları için güç vermektir".
- "YouTube, milyarlarca kullanıcının özgün olarak oluşturulmuş videoları keşfetmesine, izlemesine ve paylaşmasına olanak vermektedir. YouTube tüm dünyadan kullanıcıların bağlanacağı, bilgi alacağı ve diğerlerine ilham vereceği bir forum sağlamakta ve özgün içerik oluşturucular ile büyük veya küçük ölçekli reklam verenler için bir dağıtım platformu görevi görmektedir".
- "Twitter'a hoş geldiniz. İlgilendiğiniz insanlar, kuruluşlar hakkında neler olduğunu hemen şimdi öğrenin". "Twitter sizi ilgilendiğiniz güncel hikâyeler, fikirler, düşünceler ve haberlere bağlayan gerçek zamanlı bilgi ağıdır. Çekici bulduğunuz hesapları kolayca bulun ve görüşmeleri takip edin".
- "Blogger: Bir blog yaratın. Ücretsizdir".
- "200 milyonun üzerinde profesyonel; bilgi, fikir ve fırsat alışverişi için LinkedIn'i kullanmaktadır. Kişileriniz ve sektör hakkında haber alın. Hedeflerinize ulaşmak için gereken kişileri ve bilgileri bulun. Profesyonel kimliğinizi çevrimiçi olarak denetleyin".
- "VK'de neler yapabilirsiniz? Herhangi bir zamanda birlikte öğrenim

[1] Bu bölümün 11.3.1 ve 11.3.2 kısımları Sebastian Sevignani ile beraber yazılmıştır.

gördüğünüz, çalıştığınız ya da tatil yaptığınız kişileri bulun. Etrafınızdaki kişiler hakkında daha fazla bilgi edinin ve yeni arkadaşlar bulun. Değer verdiklerinizle her zaman bağlantıda olun".

- "tumblr. Dünya'nın yaratıcılarını takip edin. Tumblr herhangi bir şeyi rahatlıkla paylaşmanızı sağlar". "Metin, fotoğraf, alıntı, bağlantı, müzik ve videoları tarayıcınızdan, telefonunuzdan, masa üstünüzden, e-postanızdan veya neredeyseniz oradan gönderin. Her şeyi özelleştirebilirsiniz, renklerden temanızın HTML'sine kadar".
- "Pinterest. Sevdiğiniz şeyleri toplayın ve düzenleyin".
- "Instagram'la tanışın. Fotoğraflarınızı arkadaş ve ailenizle paylaşmanın hızlı, güzel ve eğlenceli yolu. Bir resim şaklatın, görünüm ve hissini dönüştürmek için bir filtre seçin, daha sonra da Instragram'a gönderin. Facebook, Twitter ve Tumblr ile de yağdan kıl çeker gibi paylaşın. Instagram, yeniden keşfedilmiş foto paylaşımıdır. Ha, ücretsiz olduğundan söz etmiş miydik?"
- "Muhteşem yerleri arkadaşlarınızla keşfedin ve paylaşın. 30 milyonun üzerinde insan bulundukları yerin tadını çıkarmak için Foursquare kullanıyor. Civardaki muhteşem yerleri keşfedin ve haklarında bilgi edinin, arzuladığınız şeyleri bulun ve yol boyunca öneri ve ipuçlarını edinin. Üstelik, Foursquare kişiselleştirilmiştir. Her kaydınızda, sizin denememiz için yerler önermekte daha da iyi hale geliyoruz".
- Weibo: "Sina mikroblogging hesabı? Şimdi katılın". "Merhaba! Ben izleyiciyim".

Bunlar, dünyanın en gözde sosyal medya platformları olan Facebook, YouTube, Twitter, Blogger, LinkedIn, VK, Tumblr, Pinterest, Instagram, Foursquare, Weibo'nun kullanıcılara katılmaları için yaptıkları davetler. Kullanıcılara bağlanmayı, paylaşmayı, dünyaya açılmayı, keşfetmeyi, izlemeyi, yaratmayı, haberdar etmeyi, esinlenmeyi, ortaya çıkarmayı, ilgilenmeyi, değiş tokuş etmeyi, irtibat kurmayı, öğrenmeyi, takip etmeyi, postalamayı, toplamayı, düzenlemeyi, eğlenmeyi, önermeyi ve güzelliğin, özgürlüğün ve fırsatların tadını çıkarmayı vaat etmektedirler.

Ticari sosyal medya, bir olumlu vaatler ve ilişkiler tufanı yayımlamaktadır. Fakat bunların hepsi nasıl çalışmaktadır? Kim bunları çalışır kılmak için çalışmaktadır? Bu çalışmanın sonuçlarına kim sahip olmaktadır? Ticari sosyal medyayı anlamak, dijital emek ve dijital

çalışma konularının eleştirel bir tartışmasını ve şu sorularla bir uğraşıyı gerektirir: Sosyal medya üzerinde dijital çalışma ve dijital emek nedir?

11.1. Giriş

Kullanıcılar, EİT satın alan ve tüketen olarak çok farklı şekillerde hareket ederler. Masaüstü bilgisayarlar, dizüstü bilgisayarlar, ekranlar, mobil telefonlar, tabletler, yazıcılar, klavyeler, fareler, oyun konsolları, işletim sistemleri, uygulama yazılımları veya müzik, metin, video ve resimlere çevrimiçi erişimi satın alırlar ve kullanırlar. Bütün bu rollerde, metalarla parayı mübadele eden tüketiciler olarak davranırlar. Bu mübadele aracılığıyla sermaye meta biçiminden para biçimine dönüşür. Yahut Marx'ın deyimiyle (1867c, 1885) metada kristalleşmiş artı emek biçiminde var olan potansiyel biçimden, EİT'ye sahip olmak veya gerçekleştirmek için tüketicinin ödediği paradaki fiili biçim halinde kâr gerçekleşir. Az önce tanımlanan örneklerde, kullanıcılar EİT işçileri olmaktan ziyade tüketicilerdir. Sermaye birikim süreci M (para) — C (metalar: üretim araçları, emek gücü) — P (üretim) ... C' (yeni metalar) — M' (daha fazla para), tüketicilerin satın alma sürecinde, elde edilen kârın bir kısmı yeni üretime yatırım yapılarak yeni bir birikim devri olacak şekilde yeniden başlamak üzere bir sona ulaşır. Bu yüzden kullanıcıların rolü tam da metalarla para mübadelesi yaptıkları ve tüketim için bir kullanım değeri edindikleri C' — M' aşamasındadır. Tüketim sürecinin kendisinde, kullanıcılar anlam yaratma kültürel sürecine kalkışırlar. Günlük yaşamlarında bu malların kullanımlarında çeşitli meta anlamları yaratırlar. Örneğin yeni bir bilgisayar oyununu eğlendirici, sıkıcı, komik, çok şiddetli, bireyselleştirici, diğer oyuncularla sosyalleşmek için iyi, vb. olarak bulabilirler. Kültürel malların kullanım ve tüketim sürecinde ürettikleri, anlamdır. Tüketiciler olarak EİT kullanıcılarının bu rolleri, bazılarının EİT kullanıcılarının İnternet üretketimi (Fuchs 2010b, Ritzer ve Jurgenson 2010) veya tüketim çalışması (Huws 2003, 37–38, 44; Huws 2012) olarak adlandırdıkları yönde kısmen değişmektedir. Öyleyse, bu değişimler neyin nesidir?

11.2. Kullanıcılar ve Uluslararası Dijital İşbölümünde Üretici Güçler: Emek Gücü ve Emek Nesneleri, Araçları, Ürünleri

2013 başlarında, İnternet kullanıcılarının %46'sı çevrimiçi enformasyon aramasını Google yardımıyla, %13'ü Baidu yardımıyla yapıyordu, %43'ü Facebook kullanıcısıydı, %32'si YouTube üzerinde videolar izliyordu, %7'si tweetliyordu, %6'sı Blogspot üzerinde yazılar yazıyor veya okuyordu ve %5'i LinkedIn kullanıyordu.[2] Bu platformlar (arama, sosyal ağ, kullanıcı tarafından yaratılmış içerik izleme ve paylaşma, bloglama ve mikrobloglama gibi) farklı kullanım biçimlerine olanak vermeleri bakımından farklıdır. Hepsinde ortak olan nokta mutlaka "sosyal" olmaları ve diğer İnternet kullanım biçimlerinin (örneğin çevrimiçi gazete okumak veya e-posta göndermek) "sosyal olmaması" değildir. Daha çok sosyalleşmenin diğer iki biçimi olan enformasyon ve iletişimle birleşmiş paylaşma, topluluk ve ortaklığa odaklanmış bir sosyallik biçimini ifade ederler. Bütün bu platformların ortak yanı hedefli reklamcılığa ve kullanıcıların verilerini (içerik, profiller, sosyal ağlar, çevrimiçi davranışlar) bir metaya çevirmeye dayanan bir iş modeli kullanmalarıdır. Kullanıcı verisinin kullanımı, gözetimi ve metalaşması genellikle yasal açıdan kullanım şartları ve gizlilik politikaları içerisinde tanımlanmıştır. İnternet üretketici metalaşması gizlilik politikaları ve kullanım şartlarıyla sağlanmaktadır. Aşağıda bu tür koşulların üç örneği yer almaktadır:

- "Edindiğimiz bilgiyi reklamlar göstermek ve sizi daha çok ilgilendirecek hale getirmek için kullanıyoruz. Bunlar arasında Facebook üzerinde paylaştığınız ve yaptığınız her şey yer alıyor, örneğin beğendiğiniz sayfalar veya haberlerinizdeki anahtar kelimeler ve Facebook kullanımınızdan çıkardığımız şeyler" (Facebook Veri Kullanımı Politikası, 8 Haziran 2012).
- "Bu bilgileri ayrıca, size daha uygun arama sonuçları ve reklamlar sunmak gibi doğrudan size özel içerikler sağlamak için de kullanırız" (Google Gizlilik Politikası, 27 Temmuz 2012).

[2] alexa.com, üç aylık ortalama kullanım istatistikleri (erişim tarihi: 18 Ocak 2013).

- "Hizmetler reklam içerebilir, bunlar hizmetlerdeki içerik veya bilgiye, hizmetler aracılığıyla yapılmış sorgulara veya diğer bilgilere odaklanmış olabilir" (Twitter Kullanım Şartları, 25 Haziran 2012).

Metaları yaratan üreticiler vardır; aksi halde var olamazlardı. Bu yüzden eğer İnternet platformlarında zikredilen meta, kullanıcı verisi ise, o zaman bu veriyi yaratma süreci de değer üreten emek olarak değerlendirilmelidir. Bunun anlamı şudur, bu türden bir İnternet kullanımı, satılan bir meta ve değer yaratma bakımından bir üretken tüketim veya üretketimdir. Bu bağlamda, dijital emek kavramı öne çıkmakta (Burston, Dyer-Witheford ve Hearn 2010; Scholz 2013) ve Dallas Smythe'ın izleyici emeği tekrar canlanarak İnternet üretketici-metası kavramına dönüşmektedir. Dijital emek sosyal medya üzerinde, İnternet platformları aracılığıyla, reklam veren müşterilere satılan ve karşılığında kullanıcılara hedefli reklam olarak geri dönen İnternet üretketici-metası yaratmaktadır.

İşletme düşünürleri şirketlere, emek maliyetlerini azaltarak kârı arttırmak amacıyla emeğin dış kaynak olarak kullanıcı ve tüketicilere aktarılması önerisinde bulunmuştur. Jeff Howe bu bağlamda kitle kaynak kullanımı [crowdsourcing] kavramını tanıtmıştır: "Basitçe tanımlandığında, kitle kaynak kullanımı, bir şirket veya kuruluşun bir zamanlar çalışanlar tarafından yapılan bir işlevi alarak onu bir açık çağrı [opencall] biçiminde tanımlanmamış (ve genellikle geniş) bir kullanıcı ağına dış kaynak olarak aktarma eylemini temsil eder. Bu kolektif üretim (iş birlikte gerçekleştirildiğinde) biçimini alabilir, ama ayrıca sıklıkla tekil bireylerce de üstlenilebilir. Çok önemli ön koşul, açık çağrı biçiminin ve geniş bir potansiyel emekçi ağının kullanımıdır" (Howe 2006). Howe (2008) kitle kaynak kullanımının kapitalizmin demokratikleşmesiyle sonuçlandığını da öne sürmektedir: "Kitle kaynak kullanımı ayrıca, şirketler ve müşteriler arasındaki, işbirliğinin bir başka biçimidir. Toffler haklıydı: İnsanlar pasif olarak tüketmek istemiyorlar; aksine kendileri için anlamlı ürünlerin geliştirilmesi ve yaratılmasına katılmak istiyorlar. Kitle kaynak kullanımı, ticarette daha büyük bir demokratikleşme yönündeki daha geniş bir eğilimin

sadece bir göstergesidir" (a.g.e., 14). Yönetim guruları bu gibi önerilerde bulunuyor ve bunları ekonomik demokrasi olarak yeni bir sermaye birikimi modelinin ortaya çıktığına ilişkin bir göstergeymiş gibi ideolojik bir biçimde sunuyorlar.

11.3.Kullanıcılar ve Uluslararası Dijital İşbölümünde Üretim İlişkileri

Bu bölümde, Marx'ın çalışma ve emek kuramını çevrimiçi medya alanına nasıl uygulayacağımızı tartışacağız. Bir yandan genel savları geliştirecek, diğer yandan Facebook'u soyut tartışmayı somutlaştırmak amacıyla örnek olarak kullanacağız. Facebook, en gözde "sosyal ortam" olduğu ve kullanıcıların çevrimiçi etkinliklerinin metalaşması olmadan işe yaramayacak olan bir sermaye birikimi modeli kullandığı için özellikle uygun bir vaka çalışmasıdır. Tartışma, sosyal medyanın diğer biçimlerine de uygulanabilir. Çevrimiçi çalışmanın genel ve kapitalizme özgü niteliklerini çözümlemek için 3. bölümde anlattığımız çalışma ve emek arasındaki ayrımı kullanacağız. Bu bölüm üç kısımdan oluşuyor: İlk kısım (11.3.1) sosyal medyada dijital çalışmayı, ikinci kısım (11.3.2) sosyal medyada dijital emeği, üçüncü kısım da (11.3.3) sosyal medya üzerinde değer yasasını tartışıyor.

11.3.1. Sosyal Medyada Dijital Çalışma

Raymond Williams "Means of Communication as Means of Production" [Üretim Araçları olarak İletişim Araçları] başlıklı makalesinde iletişimin yapılarına, yani medyaya (hem lisanı hem de kitlesel medyayı içeren) odaklanmakta ve bu yapıların üretim araçları olduklarını, dolayısıyla "hem üretici güçler hem de üretim ilişkileri açısından vazgeçilmez öğeler olduklarını" (Williams 1980, 50) öne sürmektedir. Bununla birlikte yapılara odaklanması, öznelerin uygulamalarına ve iletişimin bir çalışma biçimi olup olmadığına ilişkin soruna yönelik odağı ihmal eder. En somut biçimde bu hususa diller ve iletişimin "toplumsal üretimin biçimleri" (a.g.e., 55) olduğunu söyleyerek değinir. Çalışma ve iletişim arasındaki ilişkiyle ilgili bir husus doğanın üretimdeki rolü ve çalışmanın nesnelerinin mutlaka doğadan alınıp alınmaması konusudur. "Belki de emeğin malzemesi,

belirli bir gereksinim için emek araçlarıyla el koyulacak olan nesne, insan emeğinin yardımı olmadan doğada mevcuttur: örneğin suda yakalanan balık veya ilkel ormanda devrilmiş odun veya ocaktan dışarı çıkmış olan maden cevheri. Bu gibi bir durumda emeğin araçlarının kendisi önceki insan emeğinin bir ürünüdür. Bu madencilik sanayisi olarak adlandırılabilecek her şeyi niteler; tarıma sadece bakir toprağın işlendiği durumda uygun düşer" (Marx 1861-1863). Bu alıntı Marx'ın doğayı, tarımsal çalışma ve madencilikteki tek olası çalışma nesnesi olarak gördüğünü göstermektedir. Bu ayrıca imal edilmiş [fabricated] doğayı da kapsar ve fikirler de çalışmanın nesnesi olabilirler. Tarım ve madencilik çalışması nesne olarak doğayı, sanayi çalışması nesne olarak imal edilmiş doğayı ve enformasyon çalışması nesne olarak fikirleri ve insan öznelliğini kullanmaktadır. Marx sondaki olasılığı *Grundrisse* içerisindeki "Makine Üzerine Kısım" [Grundrisse'de 690-712 sayfaları arasındaki kısım, -Sol II, s. 156-171] bölümünde, enformasyon çalışmasının artan anlamlılığının eşlik ettiği bir gelişme olan makineler biçimindeki sabit değişmez sermayenin, üretkenliği arttırmak üzere üretimde tarihsel olarak gittikçe daha fazla önem kazanması şeklindeki kapitalizmin teknolojik ilerlemesinin bir sonucu olarak betimlemiştir. Bu bağlamda *genel zekâ* kavramını ortaya atmıştır: "Sabit sermayenin gelişmesi, genel toplumsal bilginin ne dereceye kadar doğrudan üretken güç olduğunu, dolayısıyla da toplumsal yaşam süreci koşullarının kendisinin genel bilginin [genel zekâ] denetimi altına girdiğini ve ona göre biçimlendiğini gösterir. Toplumsal üretken güçlerin, hem bilgi biçiminde, hem de toplumsal uygulamanın, gerçek yaşam sürecinin doğrudan organları olarak ne dereceye kadar üretildiğini gösterir" (Marx 1857/1858b, 706 [Sol II, s. 166]). İletişim sürecine kuramsal düzeyde ilgi gösteren çoğu Marksist yaklaşım, çalışmanın iletişimsel niteliğine odaklanmış, fakat iletişimin bir çalışma olup olmadığı sorusunu ihmal etmiştir. Bu yaklaşımlar çalışmanın iletişim gerektirdiğini ve iletişimin yardımıyla örgütlendiğini ve insan iletişiminin insan çalışmasıyla etkileşimle yeniden üretildiğini ve ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Geleneksel iletişim kuramında, madde ve fikir toplumun iki farklı alanı; emek ve etkileşim birbirine yabancı ve birbirinden bağımsız olarak görülmektedir (Hund 1976, 272–273).

Lisan birçok nesil boyunca süren insan etkinliklerinin bir sonucudur. Kelimeler doğal nesneler değildir, insanlar tarafından kültürleri içerisinde birlikte üretilmiştir. Enformasyon, insanlarca üretilmiş olarak insan çalışmasının ürünüdür. Eller, kafa, kulaklar, ağız (beden ve beyin) konuşmayı sağlamak için birlikte işler. Çalışmanın ikili bir karakteri vardır, hem fiziksel hem de toplumsal boyutlara sahiptir. Enformasyon ve simgelerin üretimiyle sonuçlanan düşünme ve konuşma iletişimin fiziksel boyutunu oluştururken, insan ilişkileri iletişimin toplumsal boyutunu oluşturur (Hund ve Kirchhoff-Hund 1980).

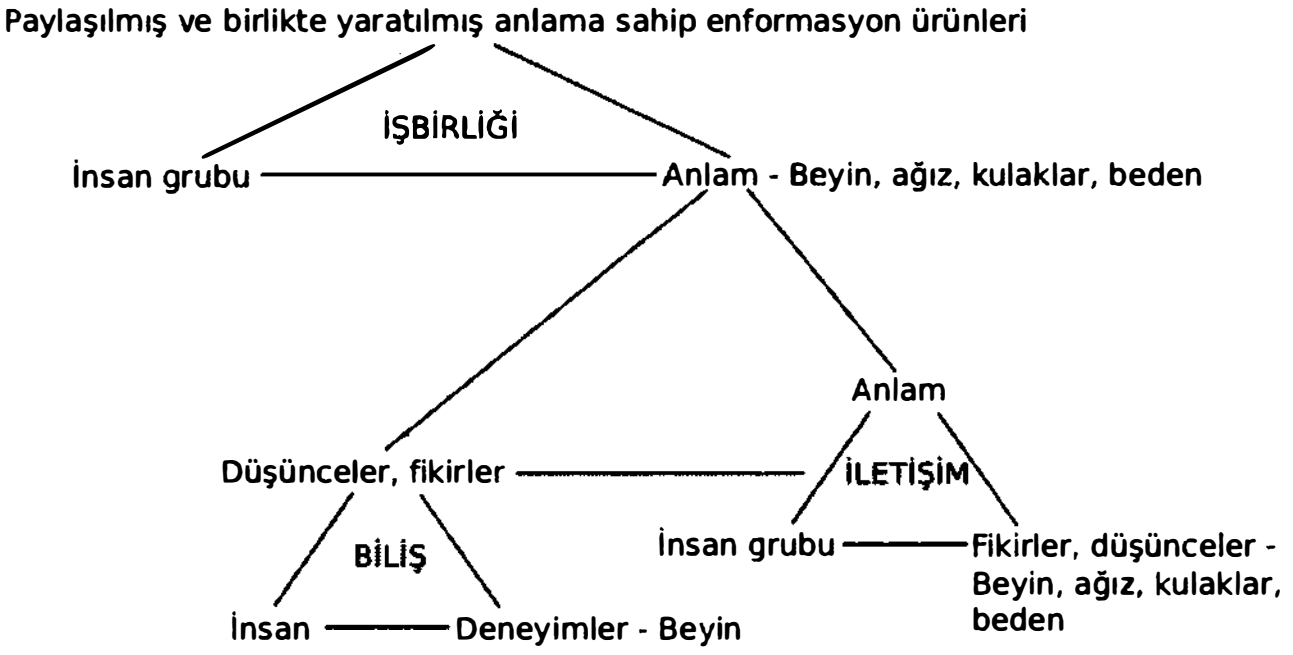
Enformasyon; biliş, iletişim ve işbirliğinin üçlü bir süreci olarak kavranabilir (Fuchs ve Hofkirchner 2005, Fuchs vd. 2010, Hofkirchner 2002). Aşağıdaki tablo bilişsel, iletişimsel ve işbirlikçi çalışmanın boyutlarına ilişkin bir genel bakış sunmaktadır.

	Özne	*Çalışmanın nesnesi*	*Çalışmanın araçları*	*Çalışmanın ürünü*
Biliş = insan beyninin çalışması	İnsan	Deneyimler	Beyin	Düşünceler, bilişsel desenler, fikirler
İletişim = insan grup çalışması	Bir grup insan	Düşünceler	Beyin, ağız, kulaklar	Anlam
İşbirliği = bir grup insanın ortak çalışması	Bir grup insan	Anlam	Beyin, ağız, kulaklar, beden	Paylaşılmış ve birlikte yaratılmış anlama sahip enformasyon ürünü

Tablo 11.1 Özne, nesne ve bilişsel, iletişimsel ve işbirlikçi çalışmanın özne-nesnesi

Şekil 11.1 bu üç sürecin diyalektik olarak ilişkili olduğunu ve birlikte enformasyon çalışmasını oluşturduğunu göstermektedir. Bu üç davranışın her biri (biliş, iletişim ve işbirliği) bir çalışma sürecidir: Biliş, insan beyninin çalışması; iletişim, insan gruplarının çalışması ve işbirliği, insan gruplarının ortak çalışmasıdır. İletişim bilişi temel alır ve bilişin ürünlerini (fikirler) çalışmasının nesnesi olarak kullanır. İşbirliği, iletişimi temel alır ve iletişimin ürünlerini (anlamlar) çalışma nesnesi olarak kullanır. Enformasyon, bir çalışma sürecidir. Bu süreçte bilişsel çalışma fikirleri, iletişimsel çalışma anlamları ve işbirlikçi çalışma paylaşılmış ve birlikte yaratılmış anlama sahip enformasyon ürünlerini birlikte yaratır. Enformasyon insan çalışmasının diyalek-

tik bir sürecidir. İçerisinde biliş, iletişim ve işbirliği diyalektik olarak bağlıdır. Bu üç süreçten her biri, başlı başına kendi özne-nesne diyalektiğine sahip bir çalışma sürecini oluşturur.



Şekil 11.1 Çalışma süreci olarak enformasyon süreci

Hegelci-Marksist çalışma sürecinin üçgen modelini (Bkz. Bölüm 2 Şekil 2.2 "Çalışma sürecinin diyalektik üçgeni") kullanarak, Marx'ın genel zekâ kavramı adına işaret ettiği gelişme şu şekilde somutlaştırılabilir: Ö-N (özne - nesne) >ÖN ... Ö-ÖN >ÖÖN ... Ö-ÖÖN > ÖÖÖN vesaire. Diyalektik çalışma üçgeninin nesne konumu sonuçla, önceki üçgenin *özne-nesne*siyle başlar, vb.

Bir örnek: Bir kişi bahçe işleri hakkındaki kitapları okumaktan hoşlanıyor ve güzel bir bahçenin nasıl yaratılacağına ilişkin çok yönlü bilgiyi daha fazla kitap okuyarak ve bu bilgiyi bahçesine uygulayarak geliştiriyor. Yaratılan bilgi, bahçesini güzel bir biçimde düzenlemesine yardımcı olması bağlamında bir kullanım değeridir. Kişi kıyaslanabilir bir bilgiye sahip başka bir kişiyle tanışır. Bahçe işlerine ilişkin fikirlerini paylaşmaya başlarlar. İletişim sürecinde, bir kişinin paylaşılan bilgisi diğer kişi tarafından yorumlanarak anlamın (yani dünyanın parçalarının tercümesi) biçimlendirildiği bir nesneyi oluşturur. Bu süreç ayrıca tam tersi olarak işler. Sonuç olarak, anlamlar her iki tarafta da kullanım değerleri olarak yaratılır ve her kişi diğeri hakkında bir şeyleri anlar. Kesintisiz sohbetler ve karşılıklı öğrenmeden sonra, bahçe işi hobisine sahip bu iki kişi, bahçe işleri hakkında bir

kitap yazmaya karar verirler. Tartışarak yeni fikirler geliştirirler ve deneyimlerini bir araya getirirler, sinerji aracılığıyla, yeni deneyim ve yeni bahçe işleri yöntemleri ortaya çıkar. Kitapta, ortak bir şekilde uğraştıkları bahçede uygulamaya çalıştıkları bu yeni yöntemleri tanımlarlar. Kitap biçimindeki ortaklaşa deneyim betimlemeleri ve birlikte yaratılmış yöntemler sadece ikisi için değil, ayrıca diğerleri için de bir kullanım değeridir.

Çalışma, enformasyon süreçlerine gerek duyar ve enformasyon yaratımının kendisi de bir çalışma sürecidir. Bu model (Habermas'ın yaklaşımının aksine) çalışma ve enformasyon/etkileşim nasıl bağlantılıdır sorusuna düalistik olmayan bir çözüm sunar. Doğa/kültür, çalışma/etkileşim, yapı/üst-yapı arasındaki ayrımlardan kaçınır ve enformasyonun kendi ekonomisine sahip, özgün kullanım değerleri yaratan bir çalışma olduğunu öne sürer. Bu kullanım değerleri biliş düzeyinde sadece nitelik olarak tekildir. İnsan düşünür ve yeni fikirler geliştirir. İletişim ve işbirliği düzeyinde ise doğrudan bir toplumsal niteliğe sahiptir. Ancak insanlar atomlar şeklinde var olmazlar: bilişsel çalışmanın nesneleri, büyük oranda toplumun kendisinden ve insan deneyimlerinden gelirler. Enformasyon yaratım sürecini bir çalışma olarak yorumlamak felsefi idealizm değildir. Çünkü idealizm, ruhu insan emeğiyle bağlantısı olmayan bağımsız olarak mevcut bir varlık olarak görür. Fikirler, anlamlar ve birlikte yaratılmış enformasyon ürünleri toplumu karmaşık şekillerde yansıtan emek nesneleridir. Her çalışma süreci biliş, iletişim ve işbirliğine üretim araçları olarak ihtiyaç duyar. Dolayısıyla, imalattaki malların fiziksel üretiminin yanısıra tarımsal çalışma ve madencilik de enformasyon süreçlerinden hiçbir zaman ayrılamaz. Bu açı, iletişim ve çalışma arasındaki bağlantıya ilişkin birçok Marksist çözümlemede vurgulanmıştır. Bu üretim biçimlerinde, enformasyon bir ürün değil, bir üretim aracıdır. Çalışma enformasyona gerek duyar. Tam tersine, enformasyon ayrıca çalışmadır da: 20 yüzyılda büyüklük olarak da genişleyen (içerisinde etkin nüfus ve ekonomi içerisinde toplam yaratılmış değerdeki oranı bağlamında) kapitalist üretim tarzında enformasyonel bir örgütlenme de vardır: Bu örgütlenme enformasyonel mal ve hizmetlerin üretimine odaklanmıştır. Bu bölümdeki ana odak noktası bu tür bir üretimdir.

Çalışma, enformasyon ve iletişime ihtiyaç duyar. Fakat aynı zamanda, enformasyon ve iletişime çalışma biçimleri olarak da ilgi göstermek önemlidir.

Somut çalışmada emek gücüyle donanmış insan özneler, insan ihtiyaçlarını tatmin edecek ürünleri yaratmak amacıyla aletleri nesnelere uygular. Facebook'ta emek gücü baskın bir şekilde enformasyonel çalışmadır. Enformasyon; biliş, iletişim ve işbirliğinin üçlü bir sürecidir. Facebook'ta kullanıcılar yaşamları hakkında enformasyon yayımlarlar. Bunun anlamı, toplumdaki deneyimlerine dayanan kendi öznel bilgilerini, kullanıcı profillerini yaratıp güncelleyerek nesneleştirirler. Bu Facebook'taki bilişsel çalışma aşamasıdır. Kullanıcılar ayrıca diğer kullanıcılarla mesajlaşma işlevini kullanarak veya duvarlara, topluluk sayfalarına yorumlar yazarak iletişim kurarlar. Bu süreçte, kullanıcılar, diğer kullanıcılarla mesajların simgesel paylaşımı içerisinde bilişsel bilgilerinin parçalarını dışsallaştırırlar. Eğer etkileşim karşılıklı ise, o zaman bir kullanıcının öznel bilgisi en azından diğer kullanıcının beyninde nesneleşmiş olur ve aynı şekilde tersi de doğrudur. Öznel bilginin nesnelleştirilmesi, kullanıcıların diğerlerinin mesajlarını yorumladıkları ve böylece düşünce desenlerini bir dereceye kadar değiştirdikleri anlamına gelir. Facebook üzerindeki iletişimsel çalışmanın anlamı öznel bilginin karşılıklı simgesel değiş tokuşudur. Bunun sonucu içselleştirilen bir anlam yaratmadır. Facebook ayrıca bir topluluktur, yani kullanıcılar arasında tekrarlayan iletişim, arkadaşlıklarla ve birlikteliğe ait olma duygularını içeren kişisel ilişkilerle sonuçlanır veya bu ilişkileri sürdürür. Bunun yanında, çevrimiçi ortak otomobil kullanımı [ridesharing] düzenleyerek para tasarrufu sağlanması, mobilya veya eşya değiş tokuşu yapılması veya bedelsiz verilmesi veya gerilla bahçıvanların, gerilla örgücülerin ve diğerlerinin ortaklaşa etkinliklerine olanak veren topluluk sayfalarının oluşturulması gibi amaçlara stratejik olarak ulaşmak için, kullanıcıların birlikte çaba gösterdikleri ortaklık (ortaklaşma) mekânıdır. Çevrimiçi topluluk ve çevrimiçi ortaklığın her ikisi de işbirliğinin dışa vurumlarıdır: İnsanlar, ister birliktelik duygularını içeren toplumsal ilişkiler olsun, isterse de dünyada özgün nesnelerin ortaklık içerisinde yaratımına olanak veren toplumsal ilişkiler olsun, yeni bir şey yaratmak için çevrimiçi

olarak bir araya gelirler. Bu işbirliği süreçleri, Facebook aracılığıyla mümkün kılınır ve içerisinden daha üst düzey bir toplumsal örgütlenme üzerinde sonuçlar yaratan tekrarlanan ve tek düze etkileşimlerle toplumsal bir sistemin yeni bir niteliğinin ortaya çıktığı insan biliş ve iletişimine dayanır. Facebook biliş, iletişim ve işbirliği etkinliklerinin bir diyarıdır. Fakat bu etkinlikler neden *çalışma*dır? Marx'a göre, çalışmadan söz edecek olursak, nesnelerle ve çalışmanın araçlarıyla emek gücünün bir etkileşimi olması gerekmektedir, böylece kullanım değerleri ürünler olarak yaratılabilir. Aşağıdaki tablo dijital çalışmanın üç biçimi ve İnternet kullanımı bağlamında bu öğeleri özetlemektedir. Bilişsel dijital çalışmada, insanlar beyinlerini, ağızlarını, konuşmayı, kulaklarını, ellerini, İnternet ve platformları (örneğin Facebook) bir nesneyi biçimlendiren deneyimlerinin parçalarını örgütlemek üzere araçlar olarak kullanırlar, böylece bu deneyimlerin şekli değiştirilmiş bir temsili, çevrimiçi diyarda yaratılır (örneğin bir blog yazısı, kullanıcı profili veya çevrimiçi bir video biçiminde). İletişimsel dijital çalışmada, en azından iki insan öznenin (ister çevrimiçi biçimde isterse de insan beyinlerinde nesneleşmiş olsun) deneyimleri çevrimiçi medya, insan beyinleri, ağızları, konuşması ve kulaklarıyla sağlanan simgesel etkileşim yardımıyla dönüştürülen bir nesneyi biçimlendirir, böylece katılan bireyler açısından dünya hakkında yeni anlamlar ve yeni deneyimler yaratılır ve toplumsal ilişkiler kurulur. Yeni anlamlar ve toplumsal ilişkiler (yaratılması veya sürdürülmesi) iletişimsel çalışmanın kullanım değerleridir. İşbirlikçi dijital çalışma; insan düşüncesi, çevrimiçi enformasyon veya ortaklaşa oluşturulmuş anlamlar ve mevcut toplumsal ilişkiler biçiminde verili olan insan deneyimlerini, çevrimiçi medya, insan beyinleri, ağızları, konuşması, kulakları ve elleri yardımıyla yeni eserler, topluluklar veya toplumsal sistemlerin yaratıldığı şekilde örgütler. Toplumsal bir sistem, belirli kuralları izleyen ve uzun süreler boyunca var olan davranışları barındıran tekdüzeleşmiş bir toplumsal ilişkidir. Dijital çalışmanın bütün üç biçiminin de ortak bir zemini var: Dijital çalışma; insan deneyimlerinin insan beyni, dijital medya ve konuşma yardımıyla yeni ürünler yaratılacak şekilde örgütlenmesidir. Bu ürünler çevrimiçi enformasyon, anlamlar, toplumsal ilişkiler, eserler veya toplumsal sistemler olabilir. Di-

jital çalışma Marx'ın insanı türsel varlık ve duyumsal varlık olarak isimlendirişinde temellenmektedir. Yani insanlar hem yaratıcı hem de üretici olmanın yanısıra lisan yetenekli toplumsal varlıklardır. İnsan "toplumsal bir (yani insan) varlık"tır (Marx 1844, 102 [Sol 95]) ve "öz varoluş[u] da toplumsal etkinliktir; sonuç olarak kendimi geliştirdiğim durum da, toplum için[dir]" (a.g.e.).[3]

	Çalışmanın nesnesi	*Çalışmanın araçları*	*Ürün, kullanım değeri*
Bilişsel dijital çalışma	İnsan deneyimleri	İnsan beyinleri, elleri, ağızları, kulakları, konuşma, İnternet, platformlar	Çevrimiçi enformasyon, profiller
İletişimsel dijital çalışma	İnsan deneyimleri, çevrimiçi enformasyon	İnsan beyinleri, elleri, ağızları, kulakları, konuşma, İnternet, platformlar	Toplumsal ilişkilerde oluşturulan yeni anlamlar
İşbirlikçi dijital çalışma	İnsan deneyimleri, çevrimiçi enformasyon, çevrimiçi toplumsal ilişkiler	İnsan beyinleri, elleri, ağızları, kulakları, konuşma, İnternet, platformlar	İnsan yapımı eserler, topluluklar, toplumsal sistemler

Tablo 11.2 Sosyal medyada dijital çalışmanın üç biçimi

"Genel toplumsal bilginin [genel zekâ] doğrudan üretici güç olduğu" ifadesi, belirli bir gelişme aşamasında, bilginin ekonomi için sadece okullar, üniversiteler, kütüphaneler ve diğer kültürel kurumlar biçiminde dolaylı bir rol oynamadığı, ayrıca enformasyonel ürünler yaratan enformasyon çalışması biçiminde de bir role sahip olduğu anlamına gelir. Marx'ın "Makine üzerine Kısım" okumasına dayanarak, İtalyan Otonomist Marksistler maddi olmayan emek kavramını formüle etmişlerdir. Maurizio Lazzarato, "metanın enformasyonel ve kültürel içeriğini oluşturan emek" (Lazzarato 1996, 133) anlamına gelen bu terimi ortaya koymuştur. Michael Hardt ve Antonio Negri bu kavramı yaygınlaştırarak maddi olmayan emeği "bilgi, enformasyon, iletişim, bir ilişki veya duygusal tepkiler gibi maddi olmayan ürünler yaratan" (Hardt ve Negri 2005, 108) emek olarak tanımlamışlardır. "Maddi olmayan" ifadesi enformasyon çalışmasının doğadan ve mad-

[3] http://www.marxists.org/archive/marx/works/1844/epm/3rd. htm (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

deden ayrı olduğu ve dünyada iki farklı çalışma türüyle sonuçlanan iki tözün (madde ve tin) var olduğu izlenimini yaratmaktadır. Oysa enformasyon çalışması doğadan ve maddeden ayrı değildir, kendisi de maddidir. İnsan maddeselliğinin bir parçası olarak maddi bir sistem olan insan beyninin faaliyetine dayanmaktadır. Eğer kişi tini, doğa ve maddeden ayrı olarak sunarsa, işçicilik sonrası [post-Operaist] beyanların sıklıkla yaptığı gibi, o zaman bu kişi toplumun materyalist çözümleme alanını terk ederek tinin ölümsüz töz olduğu tinselcilik, ezoterik ve dinsel alana giriyor demektir.

İnsan biliş, iletişim ve işbirliği gerçekten de çalışma mıdır? Jürgen Habermas bu görüşe itiraz etmiştir. Marx, Lukács, Horkheimer ve Adorno'nun "eylemin teleolojik kavramı"nı genişlettiğini ve böylece "bir anlayışa ulaşma modeline karşı amaca yönelik akılcılığı" (Habermas 1984, 343) göreceleştirdiklerini öne sürer. Araçsal akıl üzerine güçlü bir odak, iletişimsel akılcılık için yeterli bir değerlendirme sağlamaz. Marx bu nedenle "sistem ve yaşam dünyası"nı birlikte diyalektik olarak kenetler ve böylece "büyük sanayilerle ilişkili işçilerin özneler arasılığı sermayenin öz devinimi altında sakatlanır" (Habermas 1987, 340). Sonuç olarak, Habermas bir yandan başarıya yönelik amaçlı (araçsal, stratejik) eylem ile diğer bir yandan anlayışa ulaşmaya yönelik iletişimsel eylem arasında keskin bir ayrım yapar (Habermas 1984, 285–286). Habermas için çalışma her zaman eylemin araçsal, stratejik ve amaca yönelik bir biçimidir.

Habermas, ikincisinin insan eyleminin hem antropolojik hem de tarihsel yönüne dikkat ettiğini görmeyerek Marx'ı yanlış yorumlar. Türsel varlık [species-being] ve duyumsal varlık [sensuousbeing] kavramlarında, Marx, insanı hem üreten hem de iletişim kuran bir varlık olarak kavrar. Bu bağlamda türsel varlık ve duyumsal varlık kavramlarını kullanır. Türsel varlık ekonomik olarak üreten (yani çalışan) varlıktır: "İnsan türsel varlık olduğunun kanıtlarını, demek ki tam da nesnel dünyayı işleyip geliştirme olgusunda gerçekten vermeye başlar. Bu üretim onun etkin türsel yaşamıdır. Bu üretim aracıyla, doğa, onun yapıtı ve onun gerçekliği olarak görünür" (Marx 1844, 77 [Sol 69]). Duyumsal varlık, diğer şeylerin yanında konuşan ve iletişen bir

varlıktır: "Düşünce öğesinin ta kendisi, düşüncenin dirimsel belirtisinin öğesi olan dil, somut niteliktedir. Doğanın toplumsal gerçekliği ile insanal doğal bilimler veya doğal insan bilimleri özdeş deyimlerdir" (Marx 1844, 111 [Sol 102]). İletişim iki insan duyusu, konuşma ve duymanın etkileşimi aracılığıyla sağlanır. Ancak bu duyular, Marx'ın işaret ettiği gibi, hiçbir şekilde yalıtılmış olarak değil de sadece toplumsal ilişkiler içerisinde var olur: "onun kendi öz duyulur dünyası, ancak öteki insan sayesinde onun kendisi için insanal duyulur dünyadır" (a.g.e. [Sol 102]). "Dilin kendisi, bir topluluğun ürünüdür, tıpkı bir başka açıdan topluluğun kendiliğinden anlaşılır varoluşunun kendisi oluşu gibi" (Marx 1857/1858b, 490 [Sol I 364]). Dil "öteki insanlar için var olduğu gibi benim için de var olan pratik, gerçek bilinçtir. Dil, tıpkı bilinç gibi yalnızca başka insanlarla temas kurma ihtiyacından ve zorunluluğundan doğar" (Marx ve Engels 1845/1846, 49 [Evrensel 38]). Marx'a göre, insan araçsal bir varlık olmak zorunda değildir, çünkü bir yandan duyumsallık, konuşma ve iletişim boyutlarını vurgular diğer yandan da çalışmanın her zaman ve ille de bir gereklilik ve amaçlara ulaşmak için bir araç olmaması gerektiğine işaret eder, ancak komünizm döneminde gereklilik ve araçsallığın ötesinde özgür bir etkinlik haline gelir.

Habermas yanlış bir şekilde Marx'ın, toplumdaki insanları tanımlarken iletişimi hesaba katmadığını, bunun yerine çalışmaya ve araçsallığa odaklandığını iddia etmektedir. Göstermeye çalıştığımız gibi, Marx insana ilişkin türsel varlık ve duyumsal varlık şeklindeki çözümlemesinde hem çalışma hem de enformasyon boyutlarını insan varlığının kurucuları olarak görmüştür. İtalyan İşçicilik (Operaisma) sonrası düşünürleri, Marx'a dayanarak enformasyonun birçok çağdaş ekonomide üretici bir güç haline geldiğini ön plana çıkarmıştır. Bu tartışmadan ortaya çıkarabileceğimiz analitik sonuç, Habermas'ın kuramında yaptığı gibi enformasyon ve çalışmayı insan varlığının iki farklı alanı olarak ayırmanın mantıklı olmayacağı şeklindedir. Bunun yerine, çalışmayı insanın her türlü farklı çalışma türlerini (tarımsal çalışma, sanayi çalışması ve enformasyonel çalışma, vb.) içeren geniş bir kurucu kategorisi olarak görmeliyiz. Facebook üzerindeki çalışma, İnternet'e dayanan dijital medya yardımıyla örgütlenen enformasyo-

nel çalışmadır. Sosyal medya üzerinde dijital çalışma; insan beyninin insan deneyimlerini, simgesel temsillerin, toplumsal ilişkilerin, eserlerin, toplumsal sistemlerin ve toplulukların yeni nitelikler olarak ortaya çıkaracak şekilde örgütlemesiyle birlikte işletilen dijital medyayı, bir çalışma aleti olarak kullanan belirli bir türde enformasyonel çalışmadır.

11.3.2. Sosyal Medyada Dijital Emek

Çalışma ve emek arasında kavramsal bir ayrımın yapılması gerektiği ve emeğin insan varlığının dört katlı yabancılaşmasına dayandığını öne sürdüm: kendine yabancılaşma, emek nesnelerine yabancılaşma (emek araçlarına yabancılaşma, emek nesnelerine yabancılaşma) ve yaratılan ürünlere yabancılaşma. Bu dört katlı yabancılaşma, sınıf ilişkilerinin varlığı nedeniyle ve sömürüyle sonuçlanan bütün üretim sürecinden bir yabancılaşmayı oluşturur. Şimdi, bu tartışmayı dijital dünyaya ve Facebook örneğine uygulayacağız.

Marx için *emek gücünün yabancılaşması*nın anlamı insanların, yaşamlarını sürdürebilme amacıyla günün belirli bir payı karşılığında kendi üretken etkinliklerini sermayenin denetlemesine izin vermeleridir. Dijital emek hakkında kimi zaman duyduğumuz bir iddia, Facebook kullanıcılarının sömürülmediği, çünkü hiç kimsenin onları platformu kullanmaya zorlamadığı, aksine bunu gönüllü ve eğlenerek yaptıkları şeklindedir. Yaşayabilmek için insanlar sadece yemek yemek değil, ayrıca toplumsal ilişkilere girmek, iletişim ve arkadaşlıklar kurmak zorundadır. Bir bireyin iletişim ve toplumsal ağdan yalıtımı en sonunda ölüm veya hayvansı bir varoluşla sonuçlanır. Konuşma ve beyin insan iletişim gücünün temelinde yer almaktadır. Ancak toplumsal ilişkiler içerisinde, diğer insanlarla bağlantı durumunda kullanılabilirler. Bir enformasyon toplumunda, birçok insan için dijital medya, insanların kendi iletişim güçlerini kullanıma sokmaları için önemli bir etkileşim aracı haline gelmiştir. Emek gücü dolayısıyla kısmen de iletişim gücüdür. Eğer birisi bir sosyal paylaşım sitesini [social networking site] (SNS) diğerleriyle iletişim için kullanmak istiyorsa, o zaman Facebook, oldukça büyük sayıda kullanıcıyı ve profillerini yönettiği için en olası seçenektir. Bu, Facebook'u, bireylerin

ona erişmeleri durumunda dikkate değer miktarda anlamlı iletişimde bulunabilecekleri bir mecra kılar. Eğer Facebook kullanmazlarsa, yaşamları daha az miktarda anlamlı etkileşimler içerebilir. Bu özellikle, Facebook'un en etkin kullanıcıları olan ve gündelik etkinlikleri (partiler, dışarı çıkma, sohbet, eğlence, vb.) sosyal medya yardımıyla düzenlemeye eğilimli genç insanlar için doğrudur. Facebook tarafından kullanıcılara uygulanan baskı, ücretli bir iş bulamayıp fayda edinemeyen işçilerde olduğu gibi onları fiziksel olarak öldüren bir baskı değil de, aksine kullanıcıyı tecrit ve toplumsal dezavantajlarla tehdit eden toplumsal bir baskı biçimidir. Facebook kullanıcıları, emekleri için ücret almayan ücretsiz işçilerdir. Marx'a göre, sömürü mutlaka bir ücreti gerektirmez. Köleler veya ev işçileri, köle efendileri ve aile reisi tarafından sömürülenler ücretsiz işçi örnekleridir. Hem köleler hem de ev işçileri, kapitalizmde dönüşen ancak ortadan kalkmayan kapitalizm öncesi üretim tarzlarında var olmuştur ve değer yaratan ve bu süreçte sermaye tarafından sömürülen kolektif işçinin bir parçasıdırlar.

Facebook'taki ana *emek araçları* platformun kendisi ve insan kullanıcılarının beyinleridir. Kullanıcıların zihinlerinin yabancılaşması, Facebook ve diğer ticari platformlarda mevcut ideolojilerin sadece olumlu bir şekilde ve herhangi bir olumsuz etkisi olmadığı yönünde yayılması yönünde çabalar olduğu anlamına gelir. Bu ideolojiler aşağıdaki ifadelerle özetlenebilir: "Web 2.0 bir demokratik iletişim ve katılımcı kültür biçimidir", "Facebook ücretsiz ve her zaman öyle kalacaktır", "Daha fazla paylaşırsanız daha iyi bir dünya olacaktır", "Facebook dünyayı daha açık ve bağlanmış kılar", "Facebook insanların daha iyi anlaşmasına yardımcı olur", "Facebook açık bir toplum yaratır", "Facebook, insanların enformasyonu nasıl yaydığı ve tükettiğini devrimcileştirir", "Facebook insanlara söz hakkı verir", "Facebook, bugüne kadar var olan yekpare yukarıdan aşağı yapılar yerine aşağıdan yukarıya inşa edilmiş bir ağdır", vb. Facebook'un kültür, gündelik yaşam ve politikada ne tür bir rolü olduğu farklı bir sorudur, ancak pazarlama, halkla ilişkiler ve reklamcılıkta kullanılan bu gibi ifadelerin olumsuz etkileri, metalaşmayı ve mülkiyet ile kârları kimin denetlediği hakkındaki konuşmaları atladığı bir gerçektir. Kullanıcıların bu ideolojiler tarafından mutlaka aldatıldığı anlamına gelmez,

fakat Facebook'un ve diğer medyanın, Facebook gerçekliğinin sorunlu kısımlarını dışarıda bırakan tek taraflı bir resmini çizme çabaları bulunmaktadır. Genel hedef daha fazla kullanıcıya ulaşmak ve kullanıcıların Facebook üzerinde daha fazla zaman harcamalarını sağlamaktır. Benzer ideolojiler, diğer ticari çevrimiçi medya bağlamında da bulunabilir. Facebook'un sermaye birikimi modeli hedefli reklamcılığa dayanmaktadır. Bu reklamların içeriği genellikle belirli metaları tanıtmaya odaklanmıştır. Facebook reklamları, kullanıcılara belirli metaları almaları için seslenmeyi hedeflemektedir. Reklamlar, sıklıkla metalar hakkında abartılmış iddialar üretme ve ilgili metayı dünyada var olan en iyi ve insanların iyi bir yaşam için mutlaka sahip olması gereken bir şey olarak sunması anlamında ideolojiktir. Amaç, tüketicilere bu metaları aldırmak ve tüketicilerin ihtiyaç ve arzularını bu mallara sahip olmak zorunda hissedecekleri şekilde biçimlendirmektir. Reklamcılık için kullanıcıların beyinlerinin, ellerinin, ağızlarının, kulaklarının ve konuşmalarının, İnternet ve platformların araçsallaştırılması; emek araçlarının, Facebook ve diğer ticari sosyal medyadaki kullanıcılardan yabancılaşmasının oldukça önemli bir kısmını oluşturur. Emek araçlarının yabancılaşması, Facebook bağlamında ayrıca, kullanıcıların platforma sahip olmaması ve onu denetleyememesi anlamına da gelir. Facebook'un baştaki halka arzından sonra, 12 yönetici ve müdürü birlikte B sınıfı hisselerin %61,1'ini denetlemektedir (Facebook Registration Statement, Form S-1). B sınıfı hisseler için, A sınıfı hisselerdeki pay başına bir oy yerine, pay başına 10 oy söz konusudur (a.g.e.). Diğer Facebook hissedarları içerisinde Accel Partners, DST Global Ltd., Elevation Partners, Goldman Sachs, Greylock Partners, Mail.ru Group Ltd, Meritech Capital Partners, Microsoft, Reid Hoffman, T. Rowe Price Associations Inc., Tiger Global Management ve Valiant Capital Opportunities LLC şirketleri yer alır (a.g.e.). Bu veriler Facebook'un kullanıcılarının değil de yöneticilerinin ve kimi şirketlerin mülkiyetinde olduğunu göstermektedir. Facebook'un tam ortasında, hisse senedi sahipleriyle kullanıcılar (sahibi olmayanlar) arasında bir sınıf ilişkisi bulunmaktadır. İlk olarak kullanıcılar, mülkiyeti kontrol edemeyen ve hisse senedi sahiplerinin mülkiyeti ve denetimindeki zenginliği yaratan Facebook'un ekonomik yoksullarıdır.

Facebook kullanıcıları sınıfı ayrıca politik olarak yoksuldur, çünkü Facebook'un kurallarını ve tasarımını (örneğin kullanım şartları ve gizlilik politikası içeriği, gizlilik ayarları, reklamların kullanımı, hangi kullanıcı verilerinin reklam amacıyla satıldığı, hedefli reklamlara dâhil olma veya olmama gibi normal ayarlar, kayıt için gerekli veri, ticari ve ticari olmayan içeriğin ekranda yerleşimi, vb.) etkilemeye yönelik karar verme yetkisine sahip değillerdir. 2009 yılında, Facebook, kullanıcıların değişiklikleri tartışabildiği bir yönetişim sayfasını uygulamaya koydu. Sayfa ayrıca bu değişiklikler hakkında oylamayı da sağlamaktadır. Facebook, "eğer aktif kayıtlı kullanıcıların %30'undan fazlası oy kullanırsa, sonuçlar bağlayıcı olacaktır" demektedir.[4] Bu oylar sadece belirli politika değişikliklerinin kabulü veya reddiyle ilgilidir. Ancak, reklamcılık kullanılacak mı kullanılmayacak mı veya Facebook'un sahibi kimdir gibi daha temel soruları kapsamamaktadır. %30 sınırlama ibaresi kullanıcıların etkisini azaltmak amacıyla alınmış gibi gözükmektedir. Facebook ayrıca, platformu bir üretim aracı olarak sağlama, geliştirme ve sürdürmek için gerekli ücretli işçilere ve teknolojilere (özellikle sunucular) de sahip ve denetiminde tutmaktadır. Facebook'un *emek nesnesi* insan deneyimleridir. Bu deneyimler ilk başta yalıtılmış, özel ve birbirleriyle bağlantısızdır. Facebook'ta kamuya açılabilir ve sosyal olarak birbirleriyle bağlantılandırılabilir. Bunlar, bu nedenle, kullanıcılar tarafından icra edilen emeğin temel kaynakları ve yapı taşları olarak düşünülebilirler. Bir kullanıcı Facebook'a kayıt olarak, gizlilik politikası ve kullanım ilkelerini kabul eder. Bu belgeler, kullanıcının kendi bütün paylaştığı deneyimlerin Facebook tarafından ekonomik amaçlarla kullanılabileceğini kabul ettiğini belirtir. Böylece, kullanıcılar Facebook'a bu deneyimleri temsil eden veriyi sermaye birikimi için kullanma hakkını verirler. Deneyimler hâlâ kullanıcının beyninde saklanmıştır ve ondan ayrılamaz, çünkü bilgi tüketilince veya paylaşılınca bitmeyen bir maldır. Fakat ekonomik bakımdan, Facebook, platformda saklanmış olan bu deneyimlerin temsillerini sermaye birikimi için kullanma hakkını kazanır. Bu, kullanıcıların sosyal medya etkinliklerinin ekonomik olarak nasıl

[4] https://www.facebook.com/fbsitegovernance/app_4949752878 (erişim tarihi: 17 Kasım 2009).

ve ne için değerlendirileceğine ilişkin denetimi yitirdikleri anlamına gelir. Bu denetimi yitirmek ayrıca Facebook'un kullanıcılarının bütün etkinliklerini izleme ve ortaya çıkan veriyi ekonomik amaçla kullanma hakkına sahip olduğu anlamına da gelir.

Facebook'un kullanıcı verilerini denetlemesine olanak veren yasal bildirimler, kullanıcıları çevrimiçi paylaştıkları deneyimleri denetleme açısından yabancılaştırmaktadır. Kullanıcılar yasal olarak geçerli bir anlaşma aracılığıyla yabancılaşmaktadırlar. Bu bildirimler, örneğin şu hakları Facebook'a devreden gizlilik ilkeleri ve kullanım şartlarıdır: "Edindiğimiz bilgiyi reklamlar göstermek ve sizi daha çok ilgilendirecek hale getirmek için kullanıyoruz. Bunlar arasında Facebook üzerinde paylaştığınız ve yaptığınız her şey yer alıyor, örneğin beğendiğiniz sayfalar veya haberlerinizdeki anahtar kelimeler ve Facebook kullanımınızdan çıkardığımız şeyler" (Facebook Veri Kullanımı Politikası[5]). "Fotoğraflar ve videolar (FM [Fikri Mülkiyet] hakkı olan içerikler) gibi fikri mülkiyet hakları kapsamında bulunan içerikler için, tarafımıza, gizlilik ve uygulama ayarlarınıza tabi olan şu izni verirsiniz: Tarafımıza, Facebook'ta ya da Facebook ile bağlantılı bir şekilde paylaştığınız fikri mülkiyet hakkı olan herhangi bir içeriği (Fikri Mülkiyet Lisansı) kullanmamız için münhasır olmayan, devredilebilir, alt lisans atanabilir, telifsiz, uluslararası bir lisans tahsis edersiniz" (Facebook Hak ve Sorumluluklar Bildirimi[6]). Facebook'un *emek ürünü*, bireysel veya toplumsal deneyimleri temsil eden ve herkese açık olan veya belirli bir toplumsal gruba yönelik verinin, kullanıcıların yaşamlarının bir parçasını diğerlerine görünür kılma, iletişim ve işbirliği gereksinimlerini doyuran kullanım değeri olarak yaratılması şeklinde insan deneyimlerinin düzenlenmesi için Facebook platformunun ve insan beyinlerinin araçlar olarak kullanıldığı bir sürecin sonucudur. Emek nesnesini oluşturan belirli fikirlere sahip olan bir kullanıcının, bunları kendi Facebook profilinde veya başkasının duvarında yayınlamasını, böylece kendi çevrimiçi çalışmasının bir ürünü

[5] https://www.facebook.com/full_data_use_policy, 8 Haziran 2012 tarihlisürüm (erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

[6] https://www.facebook.com/legal/terms, 8 Haziran 2012 tarihlisürüm (erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

(yani bir topluluğun toplumsal ihtiyaçlarını karşılayan bir kullanım değeri) haline gelmesini örnek olarak verebiliriz. Bir başka örnek olarak, bir görüntü veya video yaratan ve bunu kendi sabit diskinde saklayan bir kullanıcı verilebilir. Bu nesne, eğer kullanıcı onu Facebook'a yüklerse bir kullanım değeri haline gelir. Başka bir kullanıcı kafasında belirli fikirlere sahip olabilir. Bu fikirler, onun deneyimlerini temsil ederler. Eğer, Facebook'ta arkadaşlarına mesaj göndererek bu fikirleri paylaşırsa, bunlar diğerleri için kullanım değeri haline gelir. Profilleri güncellemek, içerik yüklemek ve diğerleriyle iletişim kurmak gibi süreçler, insan gruplarının enformasyonel, iletişimsel ve toplumsal gereksinimlerini doyuran ürünler yaratan somut çalışma süreçleridir. Marx, kapitalizmde emeğin aynı anda bir soyut ve bir somut boyutu olduğunu öne sürmüştür: Değer ve kullanım değerleri yaratır. Bu, Facebook kullanıcıları tarafından yaratılmış olan ürünlerin, kullanıcıların insani gereksinimlerini doyurmasının yanında ayrıca Facebook'un kâr çıkarlarına hizmet ettiği anlamına gelir. Facebook kişisel profil verisini, Facebook platformu üzerindeki kullanım davranışı verisini, sosyal ağ verisini ve içerik verisini (görüntü, video, mesajlar, kayıtlar) veri metalarına çevirir. Bu demektir ki, Facebook kullanıcılarının yarattığı kullanım değerleri, aynı zamanda Facebook'un pazarda satışa sunduğu metalardır. Facebook kullanımı, aynı anda çalışma (somut emek) ve emektir (soyut emek), kullanım değerleri ve ekonomik değer üretir. Facebook kullanımı, bir çalışma ve bir değerlenme sürecinin bağlanmasıdır. İnsan öznelliği ve insan toplumsallığı sermaye birikimi için kullanıma sokulmaktadır. Bir kullanıcının bütün çevrimiçi zamanı, üretken çalışma zamanıdır: daima izlenmekte ve benzer kullanıcıların verileriyle birlikte, reklam veren müşterilere satışa sunulan bir veri metası olarak saklanmakta ve paketlenmektedir. Bu veri metanın yaratımı sadece ilgili kullanıcıların Facebook'ta harcadıkları bütün zamana değil, ayrıca Facebook'un reklam bölümünde istihdam edilenlerin de çalışma zamanına dayanmaktadır. Veri metaları, belirli demografik nitelik ve ilgilere sahip belirli kullanıcı gruplarını temsil edecek biçimde paketlenmektedir. Reklam veren müşteriler, bu metaları satın alarak tanımlı kullanıcı gruplarına hedefli reklam mesajları sunma olanağını bir kullanım değeri olarak elde ederler. Facebo-

ok başta veri metasını bir kullanım değeri olarak kontrol etmektedir, fakat sadece mübadele değeriyle, yani onu satarak ele geçirebileceği para miktarıyla ilgilenmektedir. Satış sürecinde, Facebook kullanım değerlerini para karşılığında mübadele eder ve reklam veren müşteriler para ödeyerek kullanım değerlerini edinirler.

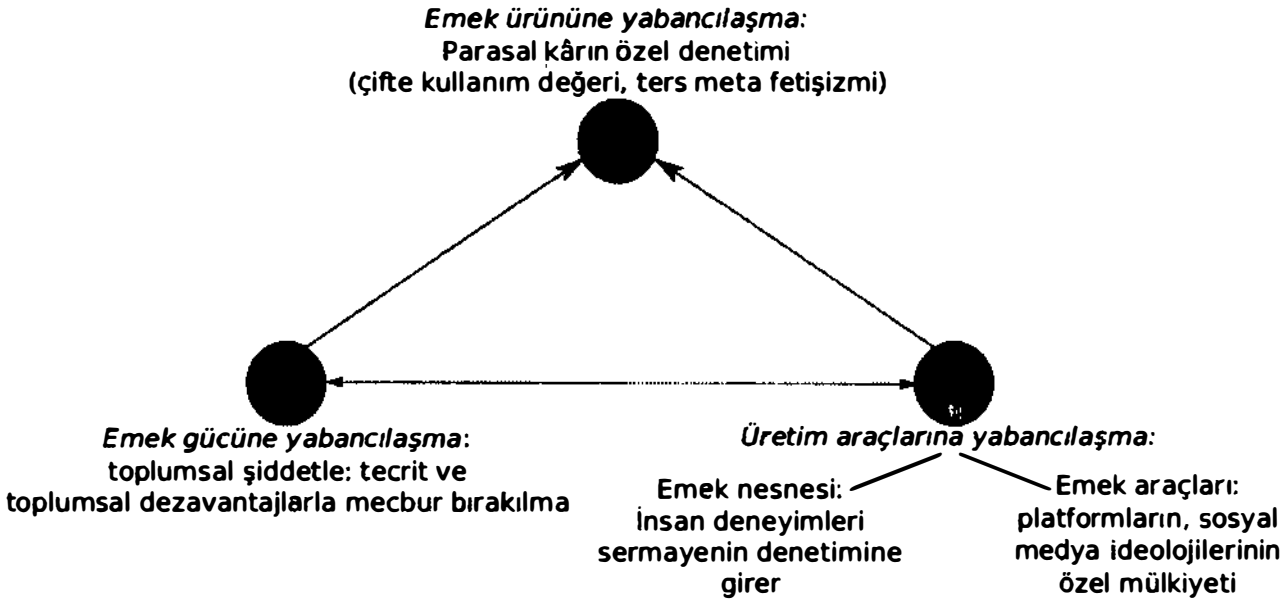
Facebook kullanıcılarının aynı dijital çalışmayla iki ayrı kullanım değeri yarattığını belirtmek önemlidir: kendi ihtiyaçları olarak iletişim ve kamusal görünürlük ile hedefli reklamla karşılaşma olasılığı. Bu nedenle, Facebook kullanım değerinin çifte karakterinden söz edebiliriz: Bir yandan kullanıcılar kendileri ve diğerleri için kullanım değeri, kullanıcılar arasında toplumsal bir ilişki ve kamusal görünürlük yaratmakta; öte yandan, sermaye için kullanım değeri, yani reklamcılık sanayi için hedefli reklam alanı yaratmaktadırlar. Facebook için, her iki kullanım değeri de mübadele değerine, reklam endüstrisine istediğini (reklam alanı) ve kullanıcılar tarafından üretileni satmak, ulaşmak için etkilidir. Kullanım değerlerinin çifte karakteri, Facebook ürün/kullanım değerinin enformasyonel olmasından kaynaklanmaktadır: O para ile mübadele edilebilir ve aynı zamanda kullanıcıların denetiminde kalmaya devam eder. Kullanım değerinin bu çifte karakteri, Facebook ürününü özel bir ürün yapar: Kullanıcıların kendi toplumsal ihtiyaçlarına ve reklam verenlerin ticari ihtiyaçlarına hizmet eder. Aynı zamanda, ticari kullanım değerleri ilk olarak Facebook aracılığıyla denetlenir ve kullanıcı verisinin metalaşmasına ve mübadele değeri karakterine olanak verir. Enformasyon özel bir niteliğe sahiptir: "Kültürel ve enformasyonel malların sorunu şudur: Kullanım değerleri neredeyse sınırsız olduğu için (kullanımla yok edilemez veya tükenmezler), onlara bir mübadele değeri iliştirmek oldukça zordur" (Garnham 1990, 38).

Facebook'ta değerin anlamı, kullanıcıların platform üzerinde geçirdikleri ortalama zamandır. Facebook'ta değer yasası da, belirli bir grup daha fazla zaman harcadıkça, ilgili veri metası daha da değerlenir anlamına gelir. Facebook'ta günde ortalama daha fazla dakika harcayan bir grup (örneğin 15-25 yaş aralığındakilerin grubu), bir başka gruba göre (örneğin 75-85 yaş aralığındakilerin grubu) daha değerli

veri metası oluşturmaktadır. Bunun nedenleri (a) gün başına daha yüksek bir ortalama emek/çevrimiçi zamana sahip olması ve satılabilecek daha fazla meta oluşturması ve (b) hedefli reklamların görüntülendiği daha fazla çevrimiçi zaman harcamasıdır.

Mark Andrejevic (2012, 85), ticari sosyal medyada işlem [transaction] verisinin "oluşturulması ve nasıl kullanıldığı" hakkında "kullanıcıların oldukça az söz hakkı" olduğunu ve "bu anlamda, bu verinin oluşturulması ve kullanımını, bu etkinliğin yabancılaşmış veya ayrılmış boyutu olarak tanımlayabiliriz" görüşünü öne sürmektedir. Andrejevic'e göre (2013, 154) bu ayrılmış özgür emek biçiminde, kullanıcılar "üretici etkinlikleri" ve "ürünleri üzerinde denetim"e sahip değillerdir. Kullanıcılar "belirli bir web sitesi veya çevrimiçi hizmet için hizmet kullanım şartlarını kabul ettiğinde, etkinliklerinin nasıl kullanılacağına ilişkin denetimin bir kısmını feda ederler" (a.g.e., 156). Eran Fisher (2012, 173), Facebook'ta daha az yabancılaşmanın ("kendisini ifade etme, kendi üretim sürecini denetleme, kendi özünü nesneleştirme ve diğerleriyle bağlantı ve iletişim kurma açısından daha büyük bir olasılık" olarak anlaşılan), geleneksel kitlesel medyaya nazaran daha fazla sömürüyle sonuçlandığını öne sürmektedir. Facebook, bir yeniden yabancılaşmayla sonuçlanır, çünkü "izleyici medya içeriğinin üretiminde etkin bir şekilde yer alır. İzleyicilik, medyayla derin bir uğraşıyı gerektirir, bu da hakiki öz ifade ve diğerleriyle iletişim ve işbirliği için bir fırsata yol açar. [...] izleyici çalışmasının sosyal medya aracılığıyla sağlanan yüksek düzeyde sömürüsü, düşük düzeyde bir yabancılaşmayla diyalektik olarak bağlıdır" (a.g.e., 182). PJ Rey (2012) için, ticari sosyal medyanın kullanımı yabancılaştırıcı değildir, çünkü orada gerçekleştirilen "maddi olmayan" emek entelektüel ve fiziksel etkinlikler ayrımına sahip değildir ve kullanımı isteğe bağlı, öz güdülenmiş ve kendiliğindendir. Bu üç yaklaşım da, dijital emeğin sermaye tarafından sömürüldüğünü kabul etmektedir. Ancak farklılaştıkları nokta, yabancılaşma kavramını kavrayışlarındadır. Andrejevic için yabancılaşma kullanıcıların çevrimiçi gözetim süreçleriyle ve gözetim ürünlerinin (kârlarının) mülkiyetsizliğiyle ilgili daha yapısal bir süreç iken, Fisher ve Rey yabancılaşma için tecrit, isteğe bağlı (olmayan) eylem ve entelektüel etkinlikle ilgili daha öznel

bir anlayışa sahiptir. Bu farklılaşma, yabancılaşmanın nesnel koşullarıyla öznel hissiyatları arasında bir ayrım yapılarak aşılabilir. Marx *Grundrisse* kitabındaki bir bölümde, kapitalizmde hangi yabancılaşma öğeleri olduğunu açıkça belirtir: İşçi (a) emek sermaye tarafından denetlendiği için kendisine, (b) emeğin malzemesine (c) emeğin nesnesine ve (d) emeğin ürününe yabancılaşmıştır. "Emeğin malzemesi yabancı malzemedir; alet de yabancı alettir; emek de yalnızca onların aksesuarı olarak ortaya çıkar (onlar asıl olarak görünürler) ve o, onun sahip olmadığı herhangi bir şeyde nesneleşir. Ve canlı emeğin kendisi, canlı emek-gücü karşısında yabancı olarak görünür, oysa kendisi onun emeğidir, onun öz yaşamının anlatımıdır, çünkü o, nesneleşmiş emek karşılığında, emeğin kendi ürünü karşılığında sermayeye aktarılmıştır. [...] Kendi emeği de ona yabancıdır — ve onun yöntemi vb. gereğince bu böyledir — tüm malzeme ve alet de ona yabancıdır. Sonuç olarak, ürün, ona, ötekinin malzemesinin, ötekinin aletinin ve ötekinin emeğinin bir bileşimi olarak — ötekinin mülkiyeti olarak — görünür" (Marx 1857/1858b, 462 [Sol I 342]). Yabancılaşmanın bu dört öğesi, Hegelci anlamda bir nesne, bir özne ve bir özne-nesne içeren emek süreciyle ilişkilendirilebilir. Yabancılaşma; öznenin kendisinden (emek gücü sermaye tarafından kullanıma sokulmakta ve denetlenmektedir), nesneden (emeğin nesneleri ve emeğin araçları) ve özne-nesne'den (emeğin ürünleri) yabancılaşmasıdır. Sosyal medyada, kullanıcılar nesnel olarak yabancılaşmıştır, çünkü öznellikle ilişkili olarak (a) tekel sermaye platformlarını (örneğin Facebook) terk etmeleri durumunda karşılaşacakları tecrit ve toplumsal kayıplarla mecbur bırakılmışlardır, emeğin nesneleriyle ilişkili olarak (b) insan deneyimleri sermayenin denetimine girmektedir, emeğin araçlarıyla ilişkili olarak (c) platformlar kullanıcıların değil, kullanıcı verisini de metalaştıran özel şirketlerin mülkiyetindedir, emeğin ürünüyle ilişkili olarak (d) parasal kâr tekil olarak platformların sahipleri tarafından denetlenmektedir. Yabancılaşmanın bu dört biçimi, birlikte, sosyal medya üzerinde sermayenin dijital emeği sömürmesini oluşturur. Dijital emeğin yabancılaşması; emek gücü, emek nesneleri ve araçları ve yaratılmış olan ürünlerle ilgilidir. Şekil 11.2 Facebook örneği için çok katmanlı yabancılaşma sürecini özetlemektedir.



Şekil 11.2 Ticari sosyal medyada dijital emeğin yabancılaşması

Kongolu madenciler, Foxconn işçileri, Hindistanlı ve Kaliforniyalı yazılım mühendisleri, çağrı merkezi işçileri ve sosyal medya üretketicilerinin hepsi, ürettikleri ürünlere ve kârlara sahip olmama anlamında yabancılaşmıştır. Bununla birlikte sosyal medya kullanıcıları örneğinde, durum biraz farklıdır. Aynı dijital çalışmayla iki farklı kullanım değeri yaratırlar: iletişim ve kamusal görünürlük ile hedefli reklamlarla karşılaşma olasılığı. Bu nedenle, ticari sosyal medyadaki kullanım değerlerinin çifte karakterinden söz edebiliriz: Bir yandan kullanıcılar kendileri için kullanım değeri yaratırlar (kullanıcılar ve kamusal görünürlük arasında toplumsal bir ilişki yaratırlar); diğer yandan, kullanıcılar sermaye için kullanım değeri, yani reklam veren sanayi için hedefli reklam alanı yaratırlar. Kullanım değerinin bu çifte karakteri, Facebook'u özgün bir ürün kılar: Kullanıcıların kendi toplumsal ihtiyaçlarına ve reklam verenlerin ticari ihtiyaçlarına hizmet eder. Aynı zamanda, ticari kullanım değeri ilk olarak ticari platformlarca denetlenir ve kullanıcı verisinin mübadele değeri niteliğini ve metalaşmasını sağlar. Ayrıca toplumsal bir biçim alan belirli bir baskı biçimi de vardır: Ticari bir platformu terk etmek, fazla sayıda bağlantıya sahip biri için hiç de kolay değildir, daha az bağlantı ve iletişimsel yoksullaşmayla karşılaşma tehlikesi söz konusudur.

Marx, metaların, metanın fetiş karakteri olarak isimlendirdiği ideolojik bir niteliğe sahip olduğunu öne sürmüştür: "Demek ki, meta biçiminin esrarlı bir şey oluşunun nedeni, basitçe, insanlara, kendi

emeklerinin toplumsal niteliğini, emek ürünlerinin nesnel nitelikleri olarak, bu şeylerin toplumsal doğal özellikleri olarak yansıtması ve dolayısıyla, üreticilerle toplam emek arasındaki toplumsal ilişkiyi de, şeyler arasındaki, üreticilerin dışında var olan bir toplumsal ilişki olarak göstermesidir. Emek ürünlerinin metalar, yani duyusal olarak algılanamaz ya da toplumsal şeyler haline gelmesinin nedeni işte budur." (Marx 1867c, 164–165 [Yordam 82]). Bunun anlamı, metayı oluşturan toplumsal ilişkiler metanın kendisinde, kendisini tüketiciye sunduğu şekilde görünür değildir. Sosyal medya üzerindeki dijital emek dünyasında, metanın fetiş karakteri ters bir biçim almaktadır. Sosyal medya metasının ters fetiş karakterinden söz edebiliriz. Facebook verisinin meta karakteri, Facebook'un toplumsal kullanım değerinin (yani platformun kullanımıyla sağlanan toplumsal ilişkiler ve işlevlerin) ardına gizlenmiştir. Facebook'un ters fetişi, sıklıkla şu gibi cümlelerle açığa vurulur: "Facebook beni sömürmüyor, çünkü ondan başka kullanıcılarla bağlantı kurmak için yararlanıyorum". Kullanıcıların nesne durumu (Facebook'un kâr çıkarlarına hizmet ediyor olmaları gerçeği), Facebook tarafından sağlanan toplumsal ağ kurmanın arkasına gizlenmiştir. Facebook'un sadece kullanıcılara toplumsal olarak çıkar sağladığı izlenimi tek yönlüdür. Bu toplumsal çıkarın, toplumsal ilişkiler ve elde edilen görünürlüğün, Facebook'un ticari ve şirketleşmiş tarafının (mübadele değeri ve meta boyutunun) özünde yer aldığını unutmaktadır. Mübadele değeri, kullanım değerinde ve Facebook'un nesne tarafı, toplumsal ilişkilerde kendisini gizlemektedir. Facebook'un nesne tarafı, Facebook, reklam müşterileri ve kullanıcılar arasındaki toplumsal ilişkilere dayanmaktadır: Bir taraftaki Facebook ve reklam verenler arasındaki mübadele ilişkisi, diğer taraftaki reklam verenlerle kullanıcılar arasındaki reklam ilişkisiyle birleşir. Her iki ilişki de, hem Facebook hem de reklam verenler için kâr yaratmak için gereklidir. Bu ticari ilişkiler kendilerini, genellikle kendileri ve diğer kullanıcılar arasındaki ilişkileri gören kullanıcılara dolaysız sunmazlar. Facebook'un meta yönünü oluşturan ticari ilişkiler, kullanıcılar arasındaki toplumsal ilişkilerin ardında gizlenmiştir. Facebook, kendisinin ters fetiş karakterinden, kendisinin kârla ilgili değil de paylaşma ve toplumsal ilişkiler hakkında bir kuruluş olarak sunarak fayda sağlamaktadır. Tartışma, Fa-

cebook ve kullanıcıları arasında, ekonomik sömürü sürecini oluşturan bir sınıf ilişkisi olduğunu göstermektedir. Facebook, kullanıcıları hakkındaki veriler açısından zengindir; dünyadaki veri denetleyicilerinden en büyüklerinden biridir. Ayrıca bu verileri metalar şeklinde satma ve kâr elde etme anlamında da zengindir. Kullanıcıların Facebook kullanımından en çok yararlanmaları, bu kullanımla elde ettikleri toplumsal ilişkilerde zenginleşme şeklinde görünmektedir. Ancak yoksullukları, toplumsal zenginlik görünümünün arkasında gizlenmiştir. Kullanıcılar çevrimiçi yoksullardırlar, çünkü sermayenin denetiminde olmayan (dijital emek gücünün yoksulluğu: neredeyse bütün İnternet şirketlerce yönetiliyor) çevrimiçi ilişkilere girme özgürlüğünden yoksunlar, ticari çevrimiçi platformların mülkiyetinden ve denetiminden yoksunlar (emek araçları açısından yoksulluk), sermayeden bağımsız olarak deneyimlerini ifade etme üzerindeki denetimden yoksunlar (emek nesneleri bağlamında yoksulluk) ve son olarak yarattıkları veri metası ve dolayısıyla üretilen parasal kârın mülkiyetinden yoksunlar (emek ürünleriyle ilişkili yoksulluk). Dijital işçi sınıfının bu çeşit çeşit yoksulluğu, aynı zamanda zenginliğin de kaynağıdır. Sermaye tarafından el konulan çevrimiçi zenginliğin üreticileridirler. Platformlarda harcadıkları çevrimiçi zaman üretken çalışmadır ve değerlenen ve para sermaye üreten emek zaman kullanıcılarca yaratılmış olsa da, onların mülkiyetinde değildir. Birkaç kişinin sınıfı (Facebook sahipleri), çok kişiden oluşan sınıfın (Facebook kullanıcıları) pahasına çıkar sağlar. Kullanıcıların, çevrimiçi zenginliğin kaynağı olduğu gerçeği, onlara, kendi kolektif zenginliklerinin kolektif yöneticileri haline gelerek kendi yoksulluklarını aşmanın olanağını sunar.

Ayrıca, Facebook'taki yabancılaşmanın bir de öznel boyutu bulunmaktadır. Raymond Williams, *The Long Revolution* [Uzun Devrim] başlıklı kitabında (1961, 64) his yapısı kavramını, bir yaşam tarzının onun aracılığıyla "belirli ve karakteristik renk" edindiği "deneyimin belirli topluluğu", "yaşamın belirli duyusu" olarak tanımlamıştır. "Bir dönemin kültürü"dür (a.g.e.) ve iletişim ona bağlıdır (65). Bir neslin "miras aldığı tekil dünyaya kendi tarzlarıyla karşılık verdiği" usuldür (a.g.e.). Örneğin şiirler, binalar ve giyim modaları gibi "belgesel kültür" içerisinde ifade edilir. Duygunun yapısı, belirli toplumsal koşul-

lar altındaki belirli bir zamanda nasıl yaşamaya ilişkin deneyimin bir ifadesidir. Her modern zamanın kendi sınıf yapılarına ve toplumsal çelişkilerine sahip olduğunu düşünürsek, her dönem kendi duygularının çelişen yapılarına sahip olmalıdır. Bu nedenle, belki de duyguların yapılarından tekil olarak değil de, antagonistik duygu yapılarından çoğul olarak söz etmek daha iyi olabilir. Williams (1961, 307) ayrıca "öz sürgün, yabancılaşma, tecrit deneyiminin çağdaş duygu yapılarının önemli bir parçası" olduğunu da söyler. Williams, burada, yabancılaşma duygularının belirli bir sınıfın duygularının yapılarının bir parçası olabileceğine ilişkin durumun ipucunu vermektedir. Facebook kullanıcıları, hangi duygusal yapıları göstermektedir? Bir sosyal medya platformunun duygusal yapısı, kullanıcıların tipik değerler, kullanım duyusu ve duygulanımları deseniyle biçimlenmiştir. Baskın duygu yapıları, platform sahiplerinden büyük ihtimalle farklı olacaktır. Çünkü platformu farklı bir toplumsal rol içerisinde deneyimlemektedirler. Kullanıcıların duygu yapıları, ayrıca içsel olarak çelişkili ve tartışmaya açık olabilir ve kullanıcının baskın duygu yapısı zamanla değişebilir. Facebook ve diğer ticari sosyal medyanın, çelişkili duygu yapılarına sahip olması olasıdır. Eğer ticari sosyal medya kullanımı, her ne kadar önceden belirtildiği şekilde nesnel olarak yabancılaşmış olsa da, yabancılaşmamış olarak deneyimleniyorsa, deneysel soru, ticari sosyal medya kullanıcılarının duygu yapılarına ilişkin bir sorudur. Sosyal medyada yabancılaşmanın nesnel koşulları ile kullanıcıların duygu yapıları arasında bir ayrım yapabiliriz. Diyalektik olarak birbirlerini dolayımlarlar: Sosyal medyanın nesnel koşulları (örneğin piyasa koşulları, tekel, mülkiyet yapıları, veri işleme, kullanım şartları ve gizlilik politikası, reklam kullanımı biçimi, vb.), belirli kullanım deneyimlerini ve duygu yapılarını şartlandırır. Buna karşılık, kullanıcıların baskın duygu yapısı da platformların nesnel koşullarını etkileyebilir. Eğer kullanıcılar fark edilen gizlilik ihlallerini kitlesel olarak protesto eder, platformu terk edip başkasına katılırsa, bu durumda kullanım koşulları bir bağlamdan (örn. Facebook) diğer bir bağlama (örn. Diaspora*) değişmiş olur. Bu ayrım, bizim, sosyal medya yabancılaşmasının hem öznel hem de nesnel boyutlarını ve birbirleriyle bağlantılarını kavramamıza olanak verir.

Facebook emeği, metaları ve kârları yaratır. Dolayısıyla üretken çalışmadır. Ancak, bu ücretsiz bir çalışmadır ve bu bağlamda yine ücretsiz diğer düzensiz işgüçlerinin, özellikle ev işçileri ve kölelerin, niteliklerini paylaşır. Aynı zamanda, Facebook kullanıcıları, baskın etkinlikleri bakım çalışması, cinsel çalışma ve tüketici fiziksel çalışma olan ev işçilerinden ve köle sahiplerinin özel mülkiyeti olan ve çalışmayı reddetmeleri durumunda sahipleri tarafından öldürülebilecek kölelerden oldukça farklı çalışma koşullarıyla karşı karşıyadır. Bütün bu çalışma türlerinin ortak yönü, işçilerin hepsinin ücretsiz çalışması ve ücretsiz işçiler olarak, ücreti ödenen düzenli emek ile yapılabilecek işlere ilişkin herhangi bir durumdan daha fazla artı değer ve kâr yaratmalarıdır. Emeklerinin %100'ü artı emek zamandır, bu da kapitalistlerin ilave artı değer ve ilave kârlar elde etmesini sağlar.

Antonio Negri, "şimdi bütün üretim ve yeniden üretim kapsamı boyunca genişlemiş" olan "yeni bir işçi sınıfı" -genişleyen bir proletarya- olduğunu öne sürmek için "toplumsal işçi" terimini kullanır (Negri 1982/1988, 209). Burada, Marx'ın, toplu ve bileşik bir işgücü oluşturan, heterojen ve kâr yaratmak için gerekli olan tekillikler bütününü biçimlendiren kolektif işçi fikrini sürdürmektedir. Negri (1971/1988) bu kavramı ilk olarak Marx'ın *Grundrisse* kitabındaki "Makine üzerine Kısım"a ilişkin bir okumada geliştirdi. Kapitalizmin ana çelişkisinin, emeğin, üretici güçlerin gelişmesiyle beraber, gittikçe artan biçimde toplumsal bir nitelik kazandığı ve değeri sorgularken, paranın değerin belirli ölçütü olması olduğunu öne sürmüştür. Emeğin toplumsallaşması, "kitleselleşmiş ve toplumsallaşmış bir işçi sınıfının ortaya çıkışı" ile sonuçlanacaktır (a.g.e., 104). *Toplumsallaşmış işçi sınıfı* kavramı daha sonra *toplumsal işçi* kavramı olarak geliştirilmiştir (Negri 1982/1988), bu da, planlamacı devlet ve Taylorculuk, Fordizm, Keynesçilik ile nitelenen kitlesel işçinin yok olmasına neden olan kapitalizmin yeniden örgütlenmesiyle ortaya çıkmıştır (a.g.e., 205). Toplumsal işçi, "yeniden üretim emeği ve üretken emek arasındaki karşılıklı bağlantıya ilişkin artan farkındalığa"(a.g.e., 209), "yayılan emek" (= taşeron emek, 214) ve mobil emeğin (= emek esnekliği, 218) ortaya çıkışına işaret etmektedir. Marx'ın kolektif işçi kavramının, enformasyonel ve Fordizm sonrası kapitalizm bağlamın-

da bir yeniden düzenlenmesi olan *toplumsal işçi* kavramının avantajı, bize düzensiz ve ücretsiz emeği (ev işçileri, köleler, prekarya işçiler, göçmen işçiler, eğitim işçileri, kamu hizmeti işçileri, işsizler, vb.) de üretken emekçiler olarak değerlendirme olanağı sunmasıdır (Fuchs 2010b). Negri, gelgelelim, bu eğilimin bir sonucu olarak "emek zaman"ın, "üretici makinenin tam toplumsallaşması bağlamında gitgide ilgisiz hale geldiğini" (Negri 1971/1988, 100) söyleyecek kadar ileri gider. Bu, değer yasasının artık var olmadığını, "bir tükenme sürecinde" (a.g.e., 148) olduğunu söylemenin başka bir şeklidir. Bu nedenle, Negri komünizmin yakın olduğunu varsayar: "Komünizm, günümüzün eğilimidir, burada ve orada işleyen etkin bir güçtür" (a.g.e., 112). Değer yasası, kapitalizm var oldukça işleyecektir. Toplumsal veya bilgi çalışmasının ortaya çıkmasıyla işlemesi durmaz ve doğrusu Negri'nin bu fikri ilk ifade ettiğinden beri geçen bütün yıllar boyunca da işlemesini durdurmadı. Toplumsal işçinin belirli bir kısmının emek zamanı mükemmel bir şekilde ölçülebilir: Belirli bir grup veya bir toplumdaki genel tarafından gerçekleştirilen karşılığı ödenmeyen ortalama çalışma zamanıdır. Çalışmanın toplumsallaşması artar çünkü üretkenlik artışı belirli malların üretimi için gereken zamanın tarihsel olarak azaldığı anlamına gelir. Yüksek üretkenlik, komünizmin bir ön koşuludur, ancak komünizm değildir ve kendiliğinden de komünizme yol açmaz. Kapitalizm içerisinde komünist olanaklar var; ancak, komünizm yalnızca mücadelelerle kurulabilir. Negri'nin yaklaşımındaki sınırlara bağlı olmaksızın, toplumsal veya kolektif işçi kavramının mantıksal sonucu, insan eğer metaları üreten kolektif işçinin bir parçasıysa o insan sömürülüyor ve üretkendir şeklindedir. Facebook'taki ve diğer ticari dijital medyadaki dijital emek, EİT sanayiyi oluşturan bütün değer zinciri ve küresel sömürü alanına bağlıdır ve aracılığıyla mümkündür. Bugünün EİT gerçekliği, sömürülen emek bolluğunun varlığıyla sağlanmıştır: Afrika'da EİT donanımlarını üretmek için kullanılan madenleri çıkaran siyahî insanların köle emeği, donanım araçlarının montajını yapan Çin ve diğer ülkelerdeki yüksek düzeyde sömürülen emek, gelişen ülkelerdeki düşük ücretli yazılım mühendisleri ve bilgi işçileri, Batı yazılım şirketlerindeki yüksek ücretli ve yüksek stresli mühendislerin emek aristokrasinin etkinlikleri, veriyi işleyen bilgi sanayisindeki prekarya hizmet işçilerinin (örn. çağrı mer-

kezi işçileri) emeği ve ücretsiz kullanıcıların dijital emeği. Sömürülen emeğin bütün bu çeşitli biçimleri birbirine bağlıdır ve EİT sanayide kâr yaratımı için gereklidir. Dünyadaki bilgi işçileri, dolayısıyla sermaye tarafından sömürülme durumları nedeniyle birbirine bağlantılıdır. Birleşik bir emek gücü oluştururlar: bilgi proletaryasını oluşturan toplumsal EİT ve bilgi işçisi. Bu nedenle, şu soru ortaya çıkar: Dünya toplumsal bilgi proletaryası kendisini politik olarak örgütleyebilir ve kapitalizme karşı mücadelede kendi için sınıf haline gelebilir mi?

Dijital emek tartışmasında, bir yandan bazı bilim insanları "sosyal medya"nın katılımcı kültüre olanak sağladığını (Jenkins 2008) veya bir "kültür 'yapma ve icrası'"na (Gauntlett 2011, 11) ve gündelik yaratıcılığa (a.g.e., 221) olanak sağladığını vurgularlar. Vurgu, katılımcı kültür ve yeni paylaşım, bağlantı, yapım ve yaratıcılık biçimlerindedir (Bruns 2008; Gauntlett 2011; Jenkins 2008; Shirky 2008, 2011). Diğer yandan, Facebook ve kârları hedefli reklamcılığa dayanan diğer ticari çevrimiçi medyanın, kullanıcı emeği sömürüsü ve kişisel verinin metalaşmasına dayandığını vurgulayan yazarlar da vardır (örn. Andrejevic 2011, 2012; Fuchs 2010b). Bu bağlamda, Dallas Smythe'ın (1977a, 1981) izleyici emeği/izleyici metası kavramı (Fuchs 2010b) ve Sut Jhally ve Bill Livant'ın (1986/2006) seyretme çalışması kavramı (Andrejevic 2009) gibi ticari kitlesel medyaya uygulanan Marksist emek değer kuramları kullanılmış ve güncellenmiştir. Sosyal medya ve katılımcı kültür hakkındaki iddiaların ideolojik olduğu ve abartıldığı, kapitalizmi övdüğüne ve "sosyal medya"nın gerçekliğinin yeni bir tür sömürü ve yabancılaşma olduğuna işaret eden bilim insanları da vardır (Andrejevic 2012; Curran, Fenton ve Freedman 2012; Fuchs 2010b, 2013; vanDijck 2013). Bu tartışma, Marx'ın emeğin iki yüzü olarak kullanım değerlerini üreten somut emek ve değeri doğuran soyut emek çözümlemesiyle yorumlanabilir.

Marx (1867c, 131 [Yordam 55]), metanın "iki yüzü, kullanım değeri ve değişim [mübadele] değeri olan bir şey" olduğunu öne sürmüştür. İnsan ihtiyaçlarını tatmin eder ve parayla mübadele edilir. İnsan ihtiyaçlarının tatmini böylece meta para biçimine bağımlı hale gelmiştir. Metanın iki yüzü olduğu göz önünde tutulursa, metayı ya-

ratan çalışmanın da ikiyüzlü olduğu anlaşılır: Hem kullanım değeri (çalışma) hem de değer (emek) yaratır. Kullanım değeri yaratımı, ekonomik üretimin antropolojik bir özelliğidir, oysa değer ve mübadele değeri tarihsel özellikleridir. Marx, toplumun hem asli hem de tarihsel özelliklerini kapitalizmin, emek ve metaların diyalektik niteliğine işaret ederek kuramlaştırdı. "Sosyal medya"nın sermaye birikimiyle sonuçlandığı düşünülürse, sosyal medya meta biçimine bağlıdır ve dolayısıyla metanın iki yüzü ve çalışma süreci de bu tür medyaya uygulanmalıdır. Sosyal medyanın; yaratıcılığın, toplumsallığın ve katılımcılığın veya sömürünün yeni biçimi olduğu iddia ediliyorsa eğer, metaların ve çalışmanın iki yönü sıklıkla gözden kaçmış demektir. İlk iddia, sosyal medyanın kullanım değeri biçimine odaklanır, ikincisi ise mübadele değeri biçimine. Fakat metalar hem bir kullanım değeri hem de mübadele değeri biçimine sahiptir ve somut emek ile soyut emeğin billurlaşmalarıdır. Dolayısıyla, sosyal medya hakkındaki iki iddia doğası gereği birbirine dolaşmıştır ve diyalektik düşünüş bize bu bağlantıyı anlama olanağı sunar: Facebook, Twitter, YouTube ve ticari blog platformlarının var olması için, kullanıcıların epeyce etkin, sosyal, yaratıcı ve ağlaşmış olması gerekir. Sosyal medyada gerçekleştirdikleri çevrimiçi çalışma enformasyonel çalışma, duygulanımsal çalışma, bilişsel çalışma, iletişimsel çalışma, topluluk çalışması ve ortak çalışmadır. Bu çalışma profilleri, içeriği, veri hareketlerini ve toplumsal ilişkileri yaratır. Sosyal medyanın kullanım değeri, kullanıcıların topluluklar kurma ve sürdürmesinin yanında bilgilenme, paylaşımda bulunma, iletişim kurma ve işbirliği yapmalarına olanak sağlamasıdır. Sosyal medyanın kullanım değeri onun enformasyonel özellikleridir: Biliş, iletişim ve işbirliği için araçlardır. Ancak bu kullanım değeri, somut çalışma süreçlerine dayanan ve gerektiren sosyal medyanın mübadele değeri tarafından içerilir. Sosyal medyanın kullanım değerini yaratan etkinlikler, toplumsal ilişkiler ve yaratıcı ifadeler ayrıca ekonomik değeri oluşturur ve böylece hedefli reklam verenlere satılan, bir piyasa fiyatı edinen ve sosyal medya şirketlerinin kâr elde etmesini sağlayan veri metalarını yaratırlar. Kullanıcıların yaratıcılığı, paylaşımı ve etkinlik bağlantısı kullanım değerini ve mübadele değerini var eder, bu somut çalışma ve soyut emektir. Sosyal medyanın

kullanım değeri mübadele değeri tarafından içerilir ancak aynı zamanda meta biçiminin de ötesine geçecek olasılığa işaret eden ve sahip olan emeğin bir toplumsallaşmasını temsil eder. Bu, kullanım değeri ekonomisinin nüvelerinden biridir.

Kapitalizm, emek ve oyunu yıkıcı bir diyalektikte ilişkilendirir. Geleneksel olarak zevk, cinsellik ve eğlence biçimindeki oyun kapitalizmde sadece, emekten ayrı olan ve üretken olmayan boş zamanın bir parçasıydı. Sigmund Freud (1961) dürtülerin yapısının Eros (yaşam, cinsellik ve şehvet dürtüsü) ve Tanatos (ölüm, yıkım, saldırganlık dürtüsü) arasındaki bir diyalektikle nitelendiğini öne sürmüştür. İnsanlar, Eros'un kalıcı gerçeklenmesi için uğraşırlar (arzu ilkesi), ancak kültür sadece Eros'un geçici bir yadsıması ve ertelenmesi, erotik enerjinin kültür ve emeğe dönüşmesiyle mümkün olur. Emek, cinsel olarak iktidarsızlaşmanın [desexualization], cinsel dürtülerin baskılanmasının üretici biçimidir. Freud bu bağlamda gerçeklik ilkesi veya bilinçaltındaki dürtüleri iyiye yönlendirmeden [sublimation] söz eder. Gerçeklik ilkesi, arzu ilkesini içerir; insan kültürü insan doğasını içerir ve insanın ikinci doğası haline gelir. Marcuse (1955), Freud'un dürtüler kuramını, Marx'ın kapitalizm kuramına ilişkilendirir. Yabancılaşmış emek, hegemonya ve sermaye birikiminin gerçeklik ilkesini bir baskıcı gerçeklik ilkesine, yabancılaşmış emeğin Eros'un artı baskılanmasını oluşturduğu performans ilkesine, dönüştürdüğünü öne sürer. Arzu ilkesinin baskılanması, kültürel olarak gerekli bastırmayı aşan miktarları yapmaya başlar. Marcuse, Marx'ın gerekli emek ve artı emek/değer kavramlarını, insanların Freudyen dürtü yapısıyla ilişkilendirmiş ve dürtü düzeyinde gerekli emeğin gerekli baskılanmaya ve artı emeğin de artı baskılanmaya tekabül ettiğini öne sürmüştür. Bunun anlamı şudur: bir toplum varlığını sürdürmek için belirli miktarda gerekli emeğe (çalışma saatleri olarak ölçülen) ve böylece arzu ilkesinin belirli bir miktarda baskılanmasına (o da saat olarak ölçülen) ihtiyaç duyar. Artı değerin (ücretsiz olarak gerçekleştirilen ve kârı yaratan emek) sömürülmesi sadece işçilerin sermaye için belirli bir dereceye kadar ücretsiz çalıştırmaları anlamına değil, ayrıca arzu ilkesinin ilave olarak baskılanması anlamına da gelir.

"Gerçeklik ilkesinin ardında, Anenka veya kıtlık (*Lebensnot*) temel gerçeği yatmaktadır. Bunun anlamı, varoluş mücadelesinin, sürekli dizginleme, feragat, gecikme olmayan insan gereksinimlerinin doyumu için oldukça yoksul bir dünyada gerçekleşmesidir. Başka bir deyişle, her çeşit tatmin, ihtiyaçları doyurucu araçların elde edilmesi için çalışma, az veya çok zahmetli düzenleme ve girişimleri gerektirir. Olgun bireyin neredeyse bütün var oluşunu meşgul eden çalışma süresince, arzu 'askıya alınır' ve acı galip gelir" (Marcuse 1955, 35). Tahakküm ilkesine dayanan toplumlarda, gerçeklik ilkesi performans ilkesi biçimini alır. Tahakküm "belirli bir grup veya bireyler tarafından kendilerini ayrıcalıklı bir duruma yükseltmek amacıyla uygulanır" (a.g.e., 36). Performans ilkesi, "toplumsal tahakküm açısından gerek duyulan kısıtlamalar"ı (a.g.e., 35) tanımlayan bir terim olan artı baskıyla bağlantılıdır. Tahakküm "uygar insan birliği için vazgeçilmez olanların yanında ek denetimler" (a.g.e., 37) getirir.

Marcuse (1955), performans ilkesinin, Tanatos'un insanları ve toplumu yönettiği ve yabancılaşmanın insanların içindeki saldırgan dürtüleri serbest bıraktığı (baskıcı bayağılaşma) ve sonucun şiddet dolu ve saldırgan bir toplum olduğu anlamına geldiğini öne sürer. Geç modern toplumda erişilen yüksek üretkenliğin bir sonucu olarak, tarihsel bir alternatif mümkün olabilir: baskıcı gerçeklik ilkesinin yok edilmesi, gerekli çalışma süresinin asgariye indirilmesi ve serbest zamanın azamileştirilmesi, toplumun ve bedenin erotikleştirilmesi, toplum ve insanların Eros'la biçimlendirilmesi ve libidonal toplumsal ilişkilerin ortaya çıkışı. Bu tür bir gelişme, tarihsel olarak mümkündür, ancak kapitalizm ve patriyarkayla uyumsuzdur.

Luc Boltanski ve Éve Chiapello (2007), katılımcı yönetimin yükselişinin, 1968'deki politik isyanın ve sonrasında ortaya çıkan Yeni Sol'un otorite karşıtı değerlerini (özerklik, kendiliğindenlik, devinim, yaratıcılık, örgülenim, imgelem, açıklık, çoğulluk, teklifsizlik, güvenirlik, kurtuluş, vb. gibi) sermayenin boyunduruğuna alan yeni bir kapitalizm ruhunun ortaya çıkışı anlamına geldiğini öne sürüyorlar. Hareketin başlıkları, şimdi zamanında yok etmek istediği güçlerin hizmetine koyulabilir. Sonuç, "'ağ' kapitalizmi olarak adlandırılan

yeninin inşası"dır (a.g.e., 429) ve sanatsal eleştiri (eşitlik ve sınıfların üstesinden gelme çağrısında bulunan toplumsal eleştirinin aksine güvenirlik, yaratıcılık, özgürlük ve özerklik çağrısında bulunan) bugün "dolaylı olarak kapitalizme hizmet eder ve onun sürmesinin araçlarından biridir" (490). Oyun emeği, kapitalizmin yeni ideolojisidir: Nesnel bir şekilde yabancılaşmış emek, işçiler için bir eğlence olan yaratıcılık, özgürlük ve özerklik olarak sunuluyor. İşçilerin eğlenmesi ve nesnel yabancılaşmalarını sevmeleri düşüncesi, sermaye ve yönetim kuramının yeni ideolojik stratejisi haline gelmiştir. Facebook emeği, kapitalizmin yeni ruhunun bir öğesi olarak oyun emeği ideolojisinin bir ifadesidir.

Gilles Deleuze (1995) çağdaş kapitalizmde, disiplinlerin, insanların artan bir şekilde, doğrudan dış bir şiddet olmadan kendi kendilerini disipline ettikleri bir şekilde dönüştüğüne işaret etmiştir. Bu durumu (öz) denetim toplumu olarak adlandırmıştır. Örneğin, bu toplumu, katılımcı yönetimin stratejilerinde gözlemek mümkündür. Bu yöntem teşviklerin kullanımını ve oyunun emeğe bütünleştirilmesini destekler. Çalışmanın eğlence olması ve işçilerin sürekli olarak yeni fikirler üretmesi, yaratıcılıklarını gerçekleştirmeleri, fabrikadaki boş zamanın zevkini çıkarmaları, vb. gerektiğini ileri sürer. Çalışma zamanıyla, serbest zaman arasındaki, emek ve oyun arasındaki, sınırlar bulanıklaşır. Çalışma, oyunun niteliklerini almaya eğilim gösterir ve boş zamandaki eğlence de emek gibi olmaya eğilim gösterir. Çalışma zamanı ve boş zaman ayrılmaz bir hale gelir. Fabrika, sınırlarını toplumun içine genişletir ve Mario Tronti'nin (1962) toplumsal fabrika olarak isimlendirdiği hale gelir: "Kapitalist gelişme ilerledikçe, yani göreli artı değer üretimi kendisini daha fazla dayatıp genişlettikçe, üretim—dağıtım—mübadele—tüketim döngüsü kaçınılmaz olarak kendisini daha fazla kapatırsa, kapitalist üretim ve burjuva toplumu arasındaki, fabrika ve toplum arasındaki, toplum ve devlet arasındaki toplumsal ilişki gitgide daha organik bir hale gelir. Kapitalist gelişmenin en üst düzeyinde, toplumsal ilişki üretim ilişkilerinin bir uğrağı haline gelir ve bütün toplum üretimin nedeni ve ifadesi olur, yani bütün toplum fabrikanın bir işlevi olarak yaşar ve fabrika kendi özel egemenliğini bütün topluma genişletir. [...] Fabrika kendisini, bütün

toplumun efendisi olarak öne sürdüğünde (bütün toplumsal üretim sınai üretim haline geldiğinde), fabrikanın belirli nitelikleri, toplumun genel niteliklerinin içerisinde kaybolur" (a.g.e., 30–31, Almanca'dan çeviri). Çalışma zamanı ve boş zamanın bulanıklaşmasıyla aynı zamanda, çalışmaya bağlı stres yoğunlaşır ve mülkiyet ilişkileri değişmeden kalır. İnternet kullanıcılarının Facebook (ve diğer İnternet şirketleri) tarafından sömürülmesi, bu dönüşümün bir görünüşüdür. Bu durum, oyun, eğlence, neşe ve sevinçle (Eros'un veçheleri) güdülenmiş özel İnternet kullanımının sermaye boyunduruğuna girdiğinin ve emek sömürüsünün bir alanı haline geldiğinin işaretidir. Bu kullanım, sermaye için artı değer üretir ve onun tarafından sömürülür, böylece İnternet şirketleri kâr biriktirirler. Oyun ve emek bugün ayırt edilemezdir. Eros, tamamen baskıcı gerçeklik ilkesinin boyunduruğuna girmiştir. Oyun büyük ölçüde metalaşmıştır: Sermaye tarafından sömürülmeyen bir serbest zaman veya mekân artık yoktur. Oyun bugün, sermaye tarafından sömürülen üretken, artı değer yaratan bir emektir. Bütün insan etkinlikleri, ve dolayısıyla oyunun hepsi, çağdaş koşullar altında sermaye boyunduruğuna girme ve sömürülme eğilimi altındadır. Eros'un bir ifadesi olarak oyun, böylece yok edilmiş, insanın özgürlüğü ve insanın kapasiteleri sakatlanmıştır. Facebook'ta, oyun ve emek, sermaye birikimi için sömürülen oyun emeği biçimine yakınsar. Facebook, bu nedenle, zamanın eksiksiz metalaşması ve sömürülmesini simgeler, bütün insan zamanı, sermaye tarafından sömürülen artı değer üreten bir zaman haline gelme eğiliminde olur. Tablo 11.3, Marcuse'un oyun, emek ve haz kuramının, Facebook ve sosyal medyaya uygulanmasını özetlemektedir.

Çalışma, oyunla diyalektik bir ilişkidedir. Oyunda, insanlar oyun nesneleriyle istediklerini yapma özgürlüğüne sahiptir: "Topun bir fırlatılışıyla, oyuncu, nesnel dünya üzerinde, teknik emeğin en muazzam başarısına göre, son derece büyük bir insan özgürlüğüne ulaşır" (Marcuse 1933, 128). Oyunun "süresi veya kalıcılığı" yoktur. "Temelde, insan dasein [varoluşuna] sürekli hükmeden diğer şeylerin zamanlarının 'aralıklarında', 'arasında' olur" (a.g.e.). Çalışmanın zahmet olduğu toplumlarda, oyun diyalektik olarak çalışmayla, ondan bir kaçış şeklinde ilişkili olacaktır: "Oyun, yeni bir odaklanma, gerilim, vb.

amacıyla öz oyalanma, öz rahatlama, öz nekahettir. Bu nedenle oyun, bütünlüğü içerisinde, kendisinden doğduğu ve kendisini hedeflediği bir ötekiyle ister istemez ilişkilidir. Ve bu öteki hâlihazırda sistemli düzenleme, gerilim, zahmet, vb. nitelikleri aracılığıyla *emek* olarak yerleşmiştir" (a.g.e.). Çalışma, dünyada insan gereksinimlerini doyuran nesneleri üreten dayanıklı ve sürekli bir süreçtir.

İnsan arzularının özü	*Kıtlık içeren toplumlardaki gerçeklik ilkesi*	*Klasik kapitalizmde baskıcı gerçeklik ilkesi*	*Facebook çağındaki kapitalizmde baskıcı gerçeklik ilkesi*
Doğrudan doyum	ertelenmiş doyum	ertelenmiş doyum	doğrudan çevrimiçi doyum
haz	hazzın kısıtlanması	boş zaman: haz; çalışma zamanı: hazzın kısıtlanması, hazza artı baskı	Serbest zaman ve çalışma zamanının çökmesi, serbest zaman çalışma zamanı haline ve çalışma zamanı da serbest zamanı haline gelir, bütün zaman sömürülür, çevrimiçi serbest zaman artı değer üretir hale gelir, ücretli emek zamanı = hazzın artı baskılanması, oyun emek zamanı = artı değer üreten haz zamanı
sevinç (oyun)	zahmet (çalışma)	boş zaman: sevinç (oyun); çalışma zamanı: zahmet (çalışma)	oyun emek: zahmet ve çalışma olarak sevinç ve oyun, sevinç ve oyun olarak zahmet ve çalışma
alıcılık	üretkenlik	boş zaman: alıcılık; çalışma zamanı: üretkenlik	Serbest zaman/çalışma zamanı ve alıcılık/üretkenlik arasındaki ayrımın çöküşü, insan zamanının bütünsel metalaşması.
hazzın baskılanmasının yokluğu	hazzın baskılanması	serbest zaman: hazzın baskılanmasının yokluğu; çalışma zamanı: hazzın baskılanması	oyun emek zaman: artı değer üretimi haz gibi gözükmektedir ancak baskının mantığına (sermaye sahipliği yoksunluğu) hizmet eder.

Kaynak: Marcuse (1955, 12) kitabındaki bir tabloya dayanmaktadır

Tablo 11.3 Toplumun dört tarzında (insan özü, kıtlıktaki toplum, klasik kapitalizm, Facebook çağında kapitalizm) hazlar

Tersine, oyun, düzensiz bir biçimde gerçekleşir ve insan ihtiyaçlarını tatmin eden kullanım değerlerinin yaratılmasını gerektirmez.

Oyunda, insanın nesnelerle istediğini yapma özgürlüğü vardır. Bu yeni nesneler yaratmayı da, ayrıca var olan nesneleri yok etmeyi veya salt bireysel sevinç olan ve yeni bir şey yaratmayan üretken olmayan bir etkinlik içerisinde bulunmayı da içerebilir. Bunun anlamı, tek bir topla oynarken insanın yeni bir oyun biçimi geliştirebileceğidir, topu yok et veya eğlence için etrafa savur. Oyun emeğinde (oyunemek), oyun ve emek arasındaki ilişki değişmiştir. Emek sürekli ve oyun düzensizken, Facebook oyunemeği, "serbest zaman" veya "çalışma zamanı" gibi belirli zamanlarda gerçekleşmez. Aksine ücretli emek zaman esnasında, evde veya hareket halinde (mobil aygıtlar aracılığıyla) herhangi bir anda gerçekleşebilir. Oyun emeği, düzensiz zaman ve aralıklarda gerçekleşmesi anlamında düzensizdir, ancak süreklidir çünkü kullanıcılar geri dönme ve profillerini güncelleme ve etkinliklerini tekrarlama eğilimindedir. Emek dünyada sürekliliğe sahip ve insan gereksinimlerini doyuran yeni nesneler yaratma ve oyun da bir nesneyle kişinin kendisine keyif veren herhangi bir şey yapma özgürlüğüne sahip iken, Facebook kullanıcısı kendi profilini istediği şekilde (elbette Facebook tarafından belirlenmiş kimi sınırlar içerisinde, örneğin mevcut girdi alanları, ne tür resim, video ve yorumların yüklenmesine izin veriliyor, vb.) tasarlama özgürlüğüne sahiptir ve Facebook üzerindeki her gezinme davranışı ve etkinliği saklanan, işlenen, çözümlenen ve hedefli reklamcılık amacıyla metalaştırılan veri biçiminde kalıcılaştırılır. Oyun, emeğin zorluğu ve özgürsüzlüğünden bir kaçınma ve gevşeme ve aynı zamanda emek gücünün dinlencesiyken [recreation], oyunemeği oyun ve emek arasındaki göreli zamansal ve uzamsal ayrılığı bozar: Facebook kullanımı gevşeme, sevinç ve eğlencedir, ancak aynı zamanda, emek gibi, parasal kârla sonuçlanabilecek ekonomik bir değer yaratır. Değeri yaratan dinlence, tüketimin kendisi üretken, oyunun kendisi de emektir. Oyun, bir süresi ve devamlılığı olmayan özgür bir etkinliktir: emek, süresiyle ve devamlılığıyla özgür olmayan bir etkinliktir. Oyun emeği, özgürlüğe benzer ancak başkalarınca denetlenen zenginlik ve kâr yarattığı için özgür değildir; düzensizliği içerisinde düzenlidir, kullanım geçiciliği (düzensiz süreler, yeni veya yararlı bir şey yaratma ihtiyacının olmaması, vb.) içerisinde veri saklama ve kullanma devamlılığı yaratır. Çoğunlukla kendi içinde bir

amaç olan oyun veya başkaları için bir amaç olan emek harcama gibi olmayan bir eğlence ve sevinçtir. Daha çok kendi içinde bir amaç olarak eğlence, başkaları için bir amaç olarak toplumsal bir etkinlik ve sermaye için bir amaç (yani oyun işçilerinin pahasına özel mülkiyet sahiplerinin parasal çıkarları anlamında başkaları için bir amaç) olarak değer yaratım etkinliğidir. Kullanıcıların sosyal medyadaki dijital emeği bir sömürü biçimi veya gerçek zamanlı izleme ve kullanıcı verisinin metalaşması için platformlara erişimi adil bir takas olarak görüp görmedikleri sorusu, daha çok sosyal bilimler yöntemleri yardımıyla araştırılması gereken deneysel bir sorudur. Bizim sadece dijital emek kuramı, dijital emek etiği ve dijital emek politikasına ihtiyacımız yok, ayrıca eleştirel deneysel bir dijital emek araştırmasına da ihtiyacımız var. Kullanıcıların sosyal medyanın metalaşmasını ve dijital emek sömürüsünü politik olarak sorguladıklarını gösteren örnekler var. Couchsurfing.org geceleyin kalmak üzere yer bulmak ve yaşadıkları şehre gelen gezginlere bir kanepe veya bir oda sunmak için bu platformu kullanan bir gezginler topluluğudur. Yolculukta karşılıklı yardımlaşma ve yolculuğu uygun fiyatlı kılma fikirlerine dayanan bir topluluktur. Kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olarak 2003 yılında kurulan Couchsurfing, "kültürleri, konukseverliği ve maceraları paylaşmak için, isterse yolda olsun isterse de yaşadıkları şehirlerde, çevrimdışı buluşan gezginleri ve yerlileri birleştirir. Misyonumuz basittir: ilham veren deneyimler yaratmak. Herkesin keşfettiği ve karşılaştıkları insanlar ve mekânlarla anlamlı bağlantılar kurduğu bir dünya tasavvur ediyoruz. Kültürler arasında anlamlı bağlantılar kurmak, bize farklılıklara merak, takdir ve saygıyla karşılık verme olanağı sağlar. Çeşitliliğin takdiri, hoşgörüyü yayar ve küresel bir topluluk yaratır".[7] Couchsurfing'in kâr amacı gütmeyen kuruluş niteliği, Couchsurfing topluluğunun karşılıklı yardımlaşma topluluğu şeklindeki genel ruhuna oldukça uygundur. 2011 yılında, Couchsurfing şirketleşti. Kurucu Casey Fenton, ekonomik krizin ayakta kalmayı zorlaştırdığını ve kâr amacı gütmemenin Couchsurfing'in çekirdek değeri olmadığını açıkladı: "Kâr amacı gütmeyen yapı [...] yenilik yapma yeteneğimizi gerçekten de sınırlayabilir". Kâr amacı gütmemek "Couchsurfing'in

[7] https://www.couchsurfing.org/n/about (erişim tarihi: 18 Ocak 2013).

çekirdek kimliği değil. Kimliğimiz, vizyonumuz ve misyonumuzdur: İnsanları bir araya getiriyoruz".[8] 2011 yılında, Couchsurfing, Omidyar Ventures ve VC Benchmark Capital tarafından sağlanan 7,6 milyon dolar girişim sermayesi yatırımı elde etti.[9] Couchsurfing B-şirketi[10] olarak adlandırılan hale geldi, kâr amacı güden ve "sosyal sorumluluk" sertifikalı bir şirket. Şirketin sorumluluk, çevre ve tüketici dostluğu, çalışanların çalışma koşulları ve topluluk niteliği düzenli olarak yayınlanan bir bütünsel B etki puanı hesaplamak için değerlendiriliyor.[11] Bu puan, sermaye birikiminin eşitsizliklerden hiç sorumlu olup olmadığı veya mutlaka eşitsizlikle sonuçlanıp sonuçlanmadığı şeklindeki genel soruyu görmezden gelir. Couchsurfing topluluğu ise, platformlarının metalaşması konusuna oldukça eleştirel yaklaşmıştır. Topluluk, örneğin, platformun denetiminin ve mülkiyetinin kullanıcılara geri verilmesi çağrısında bulunan bir Avaaz imza kampanyası başlattı: "Biz, CouchSurfing topluluğu olarak, gönüllü çalışmayla her şeyi sıfırdan kuran kişileriz [...] Bu topluluk, bütün kullanıcılarına bu derece bir yüksek toplumsal ödül veriyorken, kâr güden hissedarlar tarafından bütün bunların yok edilmesini izlemekle yetinmeyeceğiz. Topluluğumuzun geleceği için mücadele etmeye karar verdik ve uzun zaman boyunca olduğu gibi kullanıcı tabanlı bir topluluk halini tekrar kazanması için elimizden gelenin en iyisini yapacağız!"[12] Kampanya, kullanıcıların kendi gönüllü dijital çalışmalarının, sömürülen ve özel hissedarların el koyduğu kâr üreten dijital emeğe dönüştürülmesine yönelik kaygılarını ifade ediyor. Aldatılmış ve sömürülmüş hissediyorlar. Kullanım değeri üreten çalışmaları, rızaları olmadan mübadele değeri üreten emeğe dönüştürülüyor. Kullanıcı emeğiyle yaratıldığı halde, bu yaratılan kârın özel yatırımcılar tarafından ele geçirilmesi

---

[8] http://www.couchsurfing.org/bcorp (erişim tarihi: 18 Ocak 2013).

[9] http://techcrunch.com/2011/08/24/couchsurfing-raises-7-6-m-will-users-cry-sell-out/ (erişim tarihi: 18 Ocak 2013).

[10] Benefit Corporation: Fayda Şirketi, hem hissedarlar hem de toplum için fayda üreten bir şirket modeli (ç.n.).

[11] http://www.bcorporation.net/community/directory/couchsurfing (erişim tarihi: 18 Ocak 2013).

[12] http://www.avaaz.org/en/petition/For_a_strong_Community_behind_CouchSurfing (erişim tarihi: 18 Ocak 2013).

sonucu da var. Bir sosyal medya platformunun metalaşmasına ilişkin bir başka örnek ise Huffington Post örneği. AriannaHuffington tarafından 2005 yılında politik bir blog olarak kurulan bu site, daha sonra en başarılı İnternet gazetesi/haber blogu haline geldi. 18 Ocak 2013 tarihinde, dünyanın en çok erişilen 83. web sitesiydi (alexa.com). Ocak 2011'de, AOL Huffington Post'u 315 milyon dolar karşılığında satın aldıktan sonra reklamla finanse edilen bir platform haline geldi. Kimi yazarlar metinlerini gönüllü olarak veriyordu ve herhangi bir ücret almıyordu. Huffington Post'un metalaşma ve şirketleşmesiyle, bu yazarların çoğu sadece aldatılmış değil, aynı zamanda sömürülmüş de hissetti. Yazar Jonathan Tasini, bu nedenle, Huffington Post'a karşı, platformun haksız yere zenginleştiğini öne sürdüğü 105 milyon dolarlık bir grup davası açtı. Tasini, "Fikrimce, Huffington Post blogcuları, esasen Arianna Huffington'un çiftliğinde modern zaman kölelerine dönüştürüldüler. [...] O, bu blogcuların sıkı çalışmasından edindiği milyon dolarları cebe indirmek istiyor. [...] Bütün bunlar, Arianna Huffington Wal-Mart, Waltonlar, Lloyd Blankfein gibi davranmasaydı, yani basitçe şunu söyleseydi önlenebilirdi: 'Gidin kendinizi düdükleyin, bu benim param'" diyor (Forbes 2011).

Arianna Huffington, blogcuların, para amacıyla değil de, eğlence ve yaratıcılık için katkı sağladığını ve diğer dolaylı ödeme biçimlerini edindiklerini söyleyerek yanıt verdi: "İnsanlar HuffPost'ta, her gece kablolu TV programlarına ücretsiz çıkma nedenleriyle aynı gerekçeyle ücretsiz bir şekilde blogluyorlar: ya fikirleri hakkında tutkulu oldukları için ya da birçok ve geniş izleyici kitlesine ifşa etmek ve tanıtmak istedikleri bir şeyleri olduğu için. [...] Blogcularımız, TV'lere yazılarını tartışmak üzere defalarca davet edildiler ve ücretli konuşma fırsatlarıyla kitap anlaşmalarından TV programlarına kadar birçok öneri aldılar" (Los Angeles Times 2011). Bu iki sav, dijital emek tartışmaları bağlamında sıklıkla dile getiriliyor. İlki temelde kullanıcıların sadece sosyal medyadan edindikleri kullanım değeriyle ilgilendiğini söyler. Mübadele değeri yönünü ve kullanıcılar için sosyal medyada kullanım değeri yaratan etkinliklerin aynı zamanda kullanıcılardan ziyade özel şirket sahiplerinin parasal bir biçimde çıkar sağladığı değeri ve mübadele değerini yarattığını ihmal eder. İkinci sav, ticari sosyal med-

ya kullanıcıları için dolaylı veya parasal olmayan ödemeler olduğunu söyler. Bu bağlamda yaygın bir sav, onların platform erişimiyle ayni ödeme aldıkları şeklindedir. Bu sav, kapitalizmde paranın ve parasal kârın merkezi rolünü yanlış algılar. Para, diğer bütün meta biçimleriyle mübadele edilebilen yegâne metadır. Kapitalizmde, kimse platform erişimi karşılığında yemek alamaz, sadece parayla alabilir. Arianna Huffington'un savının biçimi ise blogcuların etkinlikleri karşılığında tanınmaları şeklindedir. Bu mantık, Huffington Post'taki mülkiyet yapılarından ve blogcuların içeriklerinin kâr güden şirketin bir parçası olduğu, bu içerikle bağlantılı olarak sermaye biriktirdiği ve blogcuların karşılıklarının ödenmediği durumundan dikkati dağıtır. Couchsurfing ve Huffington Post, sosyal ağ kullanıcıları ve blogcularının gönüllü çalışmasının, dijital çalışmanın nasıl da şirketler için değer ve kâr yaratan dijital emeğe dönüştüğünün iki örneğidir. Google, Facebook ve YouTube örneğinde, kâr amacı başlangıçtan itibaren vardır, bunun anlamı şudur: dijital emeğin sömürülmesi en baştan itibaren gündemdedir. Twitter örneğinde, ilk başta bir kâr amacı vardı, ancak reklamın ve onun aracılığıyla da dijital emeğin sömürülmesinin ortaya çıkması yıllar aldı. Dijital emek, ev kadınılaşmış bir emek biçimidir. "Ev kadınılaşma" (Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988; Mies 1986), çalışma veya emeğin, ev kadınlarının geleneksel olarak karşılaştıkları çalışma koşullarına benzeyecek şekilde dönüşmesi anlamına gelir. Ev kadınılaşmış emek "ev işinin niteliklerini taşır, şöyle ki; emek sendikalar veya iş yasalarıyla korunmaz, herhangi bir ücrete herhangi bir zamanda uygundur, 'emek' olarak değil de 'etkinlik' olarak tanınır, 'gelir üreten etkinlikler'de olduğu gibi, bunun anlamı yalıtılmış ve örgütlenmemiş, vb. olmasıdır" (Mies, Bennholdt-Thomsen ve Werlhof 1988, 10). Ev kadınılaşan emek, "iş devamlılığı olmaması, en düşük ücretler, en uzun çalışma saatleri, en tekdüze çalışma, sendikasızlık, daha yüksek vasıflar edinme fırsatlarının olmaması, terfi olmaması, hakların olmaması ve sosyal güvencenin olmaması" niteliklerine sahiptir (a.g.e., 169). "Sosyal medya"da dijital emek, ev işini andırır, çünkü ücreti yoktur, genellikle boş zamanda gerçekleştirilir, sendika temsiliyeti yoktur ve emek olarak algılanması zordur. Ev işi gibi, "normalde kapitalistlerce karşılanması gereken maliyetlerin dış-

sallaştırılması veya dış bölgelere aktarılması" durumunu içerir (Mies 1986, 110). "Kitle kaynak kullanımı" ifadesi, tam da kapitalistlerin emek maliyetlerinden tasarruf etmesine yardımcı olan bu dış kaynak kullanım sürecini açığa vurur. Ev işi gibi, dijital emek de "kontrolsüz, sınırsız bir sömürü kaynağı"dır (a.g.e., 16).

Köle çalışmasında ücret yoktur ve bütün iş gününün karşılığı ödenmediği için sömürü sınırsızdır. Gerekli emek zaman en aza indirilmiş, artı değer üreten emek zamanı ise en yükseğe çıkarılmıştır. Dijital emeğin, klasik kölelikle ortak yanı, çalışmanın ücretsiz ve yüksek düzeyde sömürülüyor olmasıdır. Yine de baskı türüne ilişkin önemli farklılıklar söz konusudur. Ne dijital işçinin ne de klasik kölenin emeği bir metadır. Her ikisi de emek piyasasında emek gücünü bir meta olarak satmazlar. Oldukça önemli fark, baskı şeklidir: Köle, köle sahibinin özel mülküdür, ancak dijital işçi özel bir mülk değildir. Dolayısıyla, daha çok bir ev kadını gibi, dijital çalışma üretim ilişkilerinden bağımsız koşullarda değer yaratır, oysa köle, kendisinin özel mülkiyet olduğu bir biçimdir. Hem köle hem de dijital işçinin emeğinde, oyun ve emek yakınsar, her ikisi için de oyun zamanı çalışma zamanıdır. Farklılık şudur: Köle çalışması, fiziksel olarak yorucu ve oyun gibi hissettirmeyen, zahmetli ve elle yapılan bir çalışma iken, dijital emek, neredeyse sırf veya yüksek düzeyde oyun gibi hissettiren enformasyon çalışmasıdır. Köleler; eller, kırbaçlar, kurşunlarla şiddet kullanımıyla zorlanırlar. Çalışmayı reddetmeleri durumunda işkenceye uğrar, dövülür veya öldürürler. Onlara karşı uygulanan şiddet, öncelikli olarak doğası gereği fizikseldir. Ev işçileri de ayrıca, aile içi şiddet durumlarında kısmen fiziksel olarak zorlanıyorlar. Ek olarak, aile için çalışmalarına neden olan sevgi, bağlılık ve sorumluluk duygularıyla da baskı görüyorlar. Patriyarkal ev işinde ana baskı türü duygulanımsal hisler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Dijital çalışma örneğinde ise, baskının doğası ağırlıklı olarak toplumsaldır. Facebook gibi büyük platformlar belirli hizmetlerin, çevrimiçi sosyal ağ gibi, sağlanmasını tekellerine almış ve milyardan fazla kullanıcıya sahiptir. Bu da onların yumuşak ve neredeyse görünmez bir baskı şekli uygulamalarına olanak sağlamaktadır. Kullanıcılar, bütün arkadaşları ve önemli bağlantıları orada olduğu ve bu bağlantıları kaybetmek iste-

medikleri için platformu kolayca terk edemediklerinden dolayı ticari platformlara zincirlenmiştir. Ticari olmayan alternatifler de mevcut, ancak, ticari platformların tekel durumu ve halkla ilişkiler için bütçe eksikliğinden dolayı kullanıcıları çekmekte sorunlar yaşıyorlar.

Kapitalizm, Leopoldina Fortunati'nin (1995) ileri sürdüğü gibi, "üretim hem değerin yaratımıdır hem de öyle *görünür*, [oysa] yeniden üretim; değerin yaratımıdır ancak *farklı görünür*" şeklindeki patriyarkal bir ideolojiyle bağlantılıdır. Emeğin iki yönlü niteliği, yalnızca kullanım değeri ve mübadele değeri arasındaki bir ayrımı içermez, ayrıca üretim ve yeniden üretim ayrımının yanısıra üretken emek ve üretken olmayan emek ayrımını da içerir: Patriyarkal ideolojiler ücretli emeği üretken, ev işini ise üretken olmayan olarak sunarlar. "*Hem üretimin hem de yeniden üretimin değer üretimi olarak işlemesine olanak veren, yeniden üretimi değer katmayan olarak konumlandırmaktır*" (a.g.e., 9). "Yeniden üretim çalışmasının öznel koşulları, üretim çalışmasının koşullarından ayrı olarak belirlenmiştir" (a.g.e., 12). Ev işiyle, ticari sosyal medya üzerindeki kullanıcı emeği arasında belirli paralellikler bulunmaktadır: Her ikisi de değer yaratan emeğin karşılığı ödenmeyen biçimleridir. Ve her ikisi de, kapitalistlerin kârını azamileştirmelerine olanak veren ev işçilerinin ve kullanıcıların sömürüsünü gizlemek için üretken olmayan olarak sunan ideolojilerin konusudur. Fortunati'nin çözümlemeleri, ev işinin üretkenliğinin patriyarkal-ideolojik inkârıyla, kullanıcı tarafından yaratılmış olan içerik ve metalaştırılmasıyla ayakta duran ticari İnternet platformları üzerinde kullanıcı emeğinin üretkenliğinin ideolojik inkârı arasında paralellikler bulmuştur. Kullanıcı emeğini, sömürülen emek olarak kavranmasını zorlaştıran durum, sıklıkla eğlence olarak hissedilmesi ve kişinin serbest zamanında gerçekleştirilmesidir. Aynı ev işinde olduğu gibi, kullanıcı emeğinde de çalışma zamanıyla serbest zaman arasındaki sınır bulanıklaşmıştır. Oyun zamanı ve serbest zaman çalışma zamanıdır. Kullanıcı emeği ve sömürü arasındaki ideolojik ayrıma ilişkin bir örnek, *Jonathan Tasini ve AOL/The Huffington Post* arasındaki toplu davanın kararıdır. Bir blog yazarı olan Tasini, Huffington Post'un AOL tarafından 315 milyon dolara satın alınmasından ve ticari bir platforma dönüştürülmesinden sonra dava açarak, Huffington

Post'un metalaşmasının, Post'a katkıda bulunmuş olan blog yazarlarının karşılığı ödenmemiş emeğinin sömürüsüyle ve haksız zenginleşmeyle sonuçlandığını öne sürmüştür. Kararda, yargıç iddiayı reddederek şunu öne sürmüştür: "New York yasası altında, bir müşteki, haksız zenginleşme kuramı altında tahsil etmesi reddedilen bir bedel için dava açmalıdır. Şikâyet bunu yapmakta başarısız olmaktadır ve dolayısıyla haksız zenginleşme iddiası reddedilmelidir. [...] Hiç kimse, müştekilerin çalışmalarını The Huffington Post'ta yayınlamak üzere vermeye zorlamamıştır ve müştekiler açık yürekle herhangi bir bedel beklemediklerini kabul etmişlerdir" (United States District Court Southern District of New York 2012, 12–13). Yargıcın savı, eğer bir işçi herhangi bir ödeme beklemiyorsa (örneğin çalışma ailenin veya arkadaşlık ilişkilerinin bir parçasıysa veya işçi projenin kamusal yararına inandığı için gerçekleştirildiyse), sömürü yoktur şeklindedir. Karar, sömürüyü öznelleştirmekte ve hem (a) ev işi hem de (b) ticari sosyal medya için ücretsiz kullanıcı çalışmasında, şirketlerin maddi olarak (a) emek gücünü yeniden üreten ev işi ve (b) bir veri metası yaratan kullanıcı çalışması aracılığıyla olanak sağlanan sermaye biriktirerek çıkar sağladıklarını görmemektedir. Üstelik yargıç, eğer birisi gönüllü olarak sömürülmeyi kabul ederse, bunun sömürü olmadığını da ileri sürüyor. Bir kölenin özgür olmakla esir olmak arasında seçim yapabildiğini ve bazı nedenlerden dolayı köleliği seçtiğini düşünelim. Her ne kadar seçimini anlamak zor olsa da, o sömürülmeye devam etmektedir. Hangi nedenle olursa olsun, gönüllü emek olsun veya olmasın, bir bedel beklesinler veya beklemesinler, ev işçileri ve kullanıcılar bu rollerde olmayı tercih etseler bile, sömürünün verilmişliği önemli değildir. Sermayenin bu emek biçimlerinden çıkar sağladığı durumu, sömürünün varlığının bir göstergesidir. Sömürünün nesnel ölçütleri vardır; patriyarkal ve kapitalist ideolojiler, gerçekleştiğini inkâr etmek için sömürüyü öznelleştirmeye çalışırlar.

11.3.3. Sosyal Medyada Dijital Emek ve Değer Yasası

Bazı bilim insanları, "bilgi toplumu" veya "bilişsel kapitalizm"in yanısıra "sosyal medya"nın yükselişinin, emek değer kuramının çağdaş kapitalizme uygulanamazlık ve güncelliğini yitirmesiyle sonuç-

landığını öne sürüyorlar. Virno (2004, 100) değer yasasının "kapitalist gelişmenin kendisi aracılığıyla paramparça ve çürümüş" olduğunu söylüyor. Hardt ve Negri (2005, 145), "değerin temel ölçütü olarak emeğin zamansal birimi bugün bir anlam ifade etmiyor" şeklinde öne sürüyor. Vercellone (2010, 90) "bilişsel kapitalizm"in, "değer yasası krizi" ve "ekonomi politiğin, emek, sermaye ve besbelli ki değer gibi asli kategorilerinin tam da anlamlarını istikrarsızlaştıran bir ölçme krizi" ile sonuçlandığını yazıyor. Üretimde bilginin artışı, Marx'ın (1857/1858b) *genel zekâ* olarak ifade ettiği şey, emeğin, özellikle de bilgi emeğinin, "doğrudan üretime adanmış bir emek zaman temeline göre ölçülemediği" bir durumla sonuçlanır (Vercellone 2007, 30). "Zaman birimiyle ölçülen", soyut emek, artık "emek üzerindeki denetimi sağlayan ve aynı zamanda toplumsal üretkenliğin büyümesini destekleyen bir araç" değildir (Vercellone 2010, 90). Yaratıcılık ve bilgi, bugün, "değerin ana kaynağı"nı oluşturmaktadır (a.g.e., 105).

Çoğu Otonomist Marksistin, değer yasası bugün artık geçerli değildir varsayımı, bu yasanın kapitalizmin varlığının bir dayanağı olması ve bu varsayım *Grundrisse*'de Marx'ın "emek-zamanı" zenginliğin ölçütü "olmaktan çıkar ve çıkmalıdır" (Marx 1857/1858b, 705 [Sol II 165]) ifadesinin yer aldığı bir metin parçasının yanlış yorumlanmasına (örneğin bkz. Vercellone 2007, 29–30) dayanması nedeniyle akla yatkın bir varsayım değildir. Yanlış yorumlama tam olarak Marx'ın burada kapitalizmin içerisinde bir dönüşümü tanımlıyor olmasıdır. Halbuki Marx aynı kısımda, "işçi yığını"nın "kendi artı-emeği[ne]" (a.g.e., 708 [Sol II 168]) el koyduğu bir durum hakkında konuştuğunu açıkça belirtmektedir. Kapitalizm var olduğu sürece, değer üretimin bir standardı olarak belirlenecektir, bununla birlikte metaların değeri tarihsel olarak azalmaya meyilli, bu da kapitalizmin krize yatkınlığını ilerleticidir. Harry Cleaver, Marx'ın metin parçasının, sınıf mücadelesinin "sistemi patlatan ve yeni bir tane bulan" (Cleaver 2000, 92) durumundan ortaya çıkan bir çerçeveye dayandığına işaret etmektedir.

Grundrisse'in ilgili kısmında, Marx şunu der: "İşçi yığını bunu yaptığı —ve bununla birlikte *yararlanabilir zaman, çelişkili* bir varlık olmaktan çıktığı— zaman bir yandan gerekli-emek zamanı, ölçüsünü,

toplumsal bireyin gereksinimlerinde bulacak, öte yandan da toplumsal üretken gücün gelişmesi öyle hızlı büyüyecektir ki, artık üretim herkesin servetinden sayılmakla birlikte, herkesin *yararlanabilir* zamanı da artacaktır" (Marx 1857/1858, 708 [Sol II 168]). Marx, "değişim-değerine [mübadele değeri] dayanan üretim[in] çöktüğü" (a.g.e., 705 [Sol II 165]) bir toplumdan söz etmektedir, komünist bir toplumdan.

Adam Arvidsson (2011), Heinrich'in yaklaşımı gibi dolaşım fetişçi yaklaşımlarla "emek değer kuramı sadece emeğin bir fiyatı varsa geçerlidir" varsayımını paylaşır (a.g.e., 265). Bu varsayımla, işaret etmek istediği, Facebook ve diğer ticari "sosyal medya" kullanıcılarının, herhangi bir ücret almadıkları için sömürülmedikleridir (Arvidsson'un yaklaşımının ayrıntılı bir eleştirisi için bkz. Fuchs 2012e). Bu bağlamda ortaya çıkan soru, herhangi bir ücret almayan kölelerin sömürülüp sömürülmedikleridir. Bu varsayım, yapılması zor bir varsayım olduğuna göre, Arvidsson'un yaklaşımının oldukça sorunlu sonuçlar doğuracağı açığa çıkar.

Ticari "sosyal medya"da, "çevrimiçi görüntüleme veya belirli bir site ile etkileşim zamanı, çevrimiçi reklam ortamında değeri tanımlamak veya ölçmek için kritik bir parametre değildir"; aksine "duygulanımsal uğraşlar" ve "kullanıcı duygulanımı" (örneğin sosyal düğmeler, duygu analizi, ağ analizi ile ölçülen) "değerin kaynağı" olacaktır (Arvidsson ve Colleoni 2012, 144). Bu demektir ki, Facebook ilgileri, kullanım davranışını, göz atma davranışını, demografik veriyi, kullanıcı tarafından yaratılmış içeriği, toplumsal ilişkileri, vb. durmaksızın gözlemektedir. Bunlar, kullanıcı hakkındaki bireysel, duygulanımsal, toplumsal, ekonomik, politik ve kültürel verilerdir. Bir kullanıcı Facebook üzerinde daha fazla zaman harcadıkça, reklam veren müşterilere meta olarak sunulan kendisi hakkında daha fazla veri oluşur. Bu metalaşma ve üretim sürecinde sömürü gerçekleşir, hâlbuki veri metaları reklam veren müşterilere üretim/sömürü sürecinden sonra satışa sunulmaktadır. Bir kullanıcı daha fazla çevrimiçi zaman harcadıkça, kendisi hakkında satılması ve ona daha fazla reklam sunulabilecek olası olan daha fazla veri oluşur. Bu nedenle, zaman, ticari sosyal medyada çok önemli bir rol oynar. Kullanıcılar sosyal medyayı, be-

lirli bir dereceye kadar Bourdieu'nun (1986a, b) toplumsal sermaye (toplumsal ilişkilerin birikimi), kültürel sermaye (vasıf, eğitim, bilgi birikimi) ve simgesel sermaye (itibar birikimi) olarak isimlendirdiğine ulaşmak için çabaladıkları için kullanırlar. Ticari sosyal medya platformları üzerinde kullanıcıların toplumsal, kültürel ve simgesel sermaye elde etmek için harcadığı zaman, üretketici metalaşma sürecinde ekonomik sermayeye dönüşmektedir. Ticari sosyal medya üzerindeki emek zaman, Bourdieucu toplumsal, kültürel ve simgesel sermayenin, Marksçı değer ve ekonomik sermayeye dönüşümüdür.

Arvidsson ve Colleoni (2012) emeğin oluşturduğu içeriğin, duygulanımların, beğenilerin, toplumsal ilişkilerin ve ağların zaman ve uzamda düzenlendiğini ve Facebook kullanım zamanının üretken emek zaman olduğunu hiçe sayıyor. Facebook, Google vb. ticari sosyal medya kullanıcılarının çevrimiçi harcadığı bütün zaman, veri metalarının yaratıldığı ve kâr gerçeklenmesi için olası zaman olan çalışma zamanını oluşturur.

Arvidsson, fiili sermaye birikiminin maddi gerçeklikleri ve gücünü, materyalist bir değer kavramı yerine öznel idealist bir değer kavramını kullanarak yadsıyor. Ekonomik bir değer kavramını, ahlaki bir değer kavramıyla değiştiriyor. Bu hamle, Grossberg'in yaklaşımında olduğu gibi değer kavramının genelleştirilmesi değil, aksine, Marx'ın üretim sürecinde toplumsal bir görüngü şeklinde oluşan bir töz olarak değer kavramını sorgulayan neoklasik ekonomi kuramlarına tekabül eden değerin öznelleştirilmesidir.

Üçüncü bölümdeki çağdaş Kültürel Çalışmalar tartışması, emek değer kuramının, Marx'ın kuramının modasının geçtiğini öne sürmek için sık sık kullanılan ideolojik bir nesne olduğunu gösterdi. Sonuçta oluşan iddialar, değerin genelleştiği ve çoğullaştığı (Grossberg) ve duygulanımlardan (Arvidsson) veya sosyal ağlardan (Hartley) kaynaklandığı, ancak emekle oluşmadığı ve emek zamanla ölçülmediği şeklindedir. Bu yaklaşımların çıkarımları, türlü türlüdür. Fakat hepsi de, kapitalizmin ve kapitalist medyanın radikal eleştirisinin doğrudanlığının önemini yitirdiği veya tümüyle işe yaramadığı sonucunu paylaşır.

Bugün değer yasasının sonunun geldiğini bütün Otonomist Marksistler paylaşmamaktadır. Karl Heinz Roth (2005, 60) bugünün dünyasındaki düşük ücretli ve ücretsiz işçilerin büyük sayısını vurgular. Değindiği örnekler, ailede yeniden üretken çalışma, prekarya ve enformel emek, köle işçiler, hapishane emeği (Roth 2005), geçici çalışma, mevsimlik işçiler, göçmen işçiler ve prekarya serbest meslektir (Roth ve van der Linden 2009). Karl Heinz Roth ve Marcelvan der Linden (2009, 560) bu işçilerin, "toplumsal grupların ve katmanların çoklu evreni" olan küresel işçiyi (*Weltarbeiterklasse*) oluşturduğunu söylüyorlar. Nick Dyer-Witheford (2010, 490) küresel işçinin (a) sermayenin küreselleşmesine dayandığını, (b) karmaşık işbölümüne dayandığını, (c) düşük ücretli ve ücretsiz emeğe (göçmenler, ev işçileri, vb.) dayandığını, (d) küresel iletişim ağlarına gömülü olduğunu, (e) prekarya koşullarıyla karşı karşıya olduğunu ve (f) dünya çapında etkileri olduğunu öne sürmüştür. Herhangi bir ücret almayan köle işçiler de, her ne kadar normalde başkasına kiralanan ama bu örnekte köle efendisinin özel mülkiyeti olan emek güçlerinin bir fiyatı olmasa da, değer üretirler (Roth ve van der Linden 2009, 581–587). Roth ve van der Linden, köle işçisi örneğini, ücret ilişkisini önceden gerektirmeyen sömürü ve değer üretimini tartışmak için kullanır. Bu tartışmayı, kişiliklerini (köleler), emek güçlerini (ücretli işçiler), üretim araçlarını ve geçimlerini (taşeron sözleşmeli emek), emek ürünlerini (düşük ücretli veya ücretsiz emek) veya yeniden üretim alanını (yeniden üretken emek) denetleyen ve sahip olan sermaye ile ilişkiye girerek parasal kâr üretimine katkı sağlayan bütün insanların sömürülen sınıfın bir parçası olduğunu varsayan dinamik bir değer yasası için yapıyorlar. Kârı mümkün olduğunca büyütmek, sermayenin doğasında olan ilgidir. Bunu yapmak için, gerekli olan her şeyi yapacaktır. Çünkü tek bir kapitalist, yüksek yatırım maliyetleri, yoğun rekabet, üretkenlik eksikliği, vb. sonucunda sermaye birikimi sağlayamazsa, kendi iflasını yaratma riskine sahiptir. Ücret ilişkisi, daha önce tartışıldığı gibi, sınıf mücadelesinin çok önemli bir öğesidir. Sermaye, kârı olabildiğince çoğaltmak için, ücret toplamını mümkün olduğunca düşürmeye çalışır. Eğer mümkünse, sermaye, bu nedenle emek gücüne değerinin altında, hayatta kalmak için gereken toplumsal olarak gerekli maliyetle-

rin altında ödeme yapar. Değerin emek gücü fiyatına dönüşümü ve ikisi arasındaki fark, Cleaver (2000) ve Bidet (2009)'in vurguladığı gibi, sınıf mücadelesinin bir sonucudur. Emek yasaları ve örgütlü bir emek hareketi, emek gücünün değerinden daha yüksek bir ücret için mücadele edebilir. Fakat, eğer, emek güçsüzse (örneğin Faşist baskı nedeniyle), sermaye, kârını arttırmak için, ücretleri olabildiğince düşürmek için muhtemelen her fırsatı kullanacaktır. Neoliberalizm, refah, bakım ve eğitim için yapılan devlet harcamalarını kısma; bu hizmetleri özelleştirme; geçici, güvencesiz ve düşük ücretli prekarya ücret ilişkileri yaratma; emek örgütlerinin gücünü zayıflatma; ücretleri göreceli veya mutlak olarak azaltma veya arttırmama; emeği düşük ücretli veya ücretsiz üretim biçimlerine taşeron olarak aktarma; işsizleri ödeme almadan veya oldukça düşük ücretlerle çalışmaya zorlama, vb. yardımıyla ücret toplamını düşürerek kârları arttıran bir yönetim zihniyetidir. Sermayeye, emek gücünün fiyatını olabildiğince çok, eğer mümkünse insanın var olması için gereken asgari değerin de altına düşürmesi için yardımcı olmayı amaçlar. Çok yönlü prekarya biçimleri ve çalışmanın ücretsiz biçimleri, sermayenin emek gücünün maliyetini düşürmeye yönelik sınıf mücadelesinin bir ifadesidir. Sonuç, emek gücünün değeriyle fiyatı arasındaki kopmadır. Emek gücünün değeri ve fiyatı arasındaki kopmaya, metaların değerleri ve fiyatları arasındaki bir kopma eşlik eder: Ekonominin finansallaşması, gelecekte yüksek kârlar ve paylar umuduna bel bağlayan, fakat gerçek emek değerleri ve meta fiyatlarıyla bağını koparmış borsalarda fiktif fiyatlara sahip olan hisse senetlerini ve türev ürünleri oluşturmuştur. Çağdaş kapitalizm; değerler, kârlar ve fiyatların çığrından çıkma eğilimi gösterdiği ve yüksek düzeyde kriz yatkınlığı gösteren bir kopuş ekonomisidir. Dijital medya bilim insanları, girişimci, yönetici, danışman ve politikacıları sıklıkla Facebook, Twitter ve YouTube gibi "sosyal medya"nın yükselişini, kullanıcıların iletişim ve entelektüel üretim araçlarını denetledikleri ve tüketicilerin etkin ve yaratıcı olarak ekonomiyi biçimlendirdikleri demokratik ve katılımcı bir ekonominin yükselişi olarak överler. Dinamik emek değer kuramı bakış açısından görüldüğü gibi, ticari sosyal medya, tam tersine ücretsiz emeğin sömürülmesini biçimlendirir: Kullanıcıların bu gibi platformlarda har-

cadığı bütün zaman kaydedilerek ve çözümlenerek, kişisel ve kullanım verilerini içeren ve kullanıcılara hedefli reklamlar sağlayan reklam veren müşterilere satılan veri metalarını oluşturur. Kullanıcının emek gücünün fiyatı sıfırdır: Ücret almazlar, bu da sermayenin, emek gücünün fiyatını, değerinin mümkün olduğunca altına düşürerek kârlarını arttırmasına olanak sağlar. Küresel işçinin çoklu evreni, ayrı çalışma türleri ve üretim ilişkilerinden oluşmaktan ziyade, bir bütün oluşturan birbirine bağlı üretim ilişkilerinden oluşur. NickDyer-Witheford (2002, 2010), bu nedenle, küresel bir fabrika şeklindeki çokuluslu şirketlerce örgütlenen bir değer zincirini biçimlendiren bir küresel değer öznesinin ortaya çıkışından söz eder. Witheford, bilgi çalışmasının ve küresel işçinin ortaya çıkışının, değer yasasının sonu anlamına gelmediğini, aksine sömürünün ve değer yasasının, "sömürünün geleneksel yeri" (2002, 8) olarak işyerinden "fabrika gezegeni"ne (2010, 485) doğru yayılması anlamına geldiği vurgular. Facebook ve Google gibi ticari İnternet platformlarındaki kullanıcı emeğinin sömürülmesi, her zaman ve her yerde var olan bir fabrikanın emek sömürüsünün mekânı olduğu kapitalizmin yeni bir aşamasının göstergesidir. Sosyal medya ve mobil İnternet, izleyici emeğini aynı zamanda her zaman ve her yerde var olan bir hale getirmekte ve fabrikayı sadece sizin oturma odanız ve ücretli işyerinizle sınırlamamaktadır. Fabrika ve işyeri gözetimi de ayrıca bütün ara yerlerde gerçekleşmektedir. Bugün, bütün gezegen kapitalist bir fabrikadır. İnternet kullanıcılarının/üretketicilerinin sömürüsü yalıtık değildir; Afrikalı köle işçilerinin hammadde çıkardığı, gelişen ülkelerdeki (ve Batılı ülkelerdeki) düşük ücretli işçilerin donanım montajı yaptığı, gelişen ülkelerdeki düşük ücretli işçiler ve Batı'daki yüksek düzeyli işçilerin yazılım mühendisliği yaptığı ve prekarya hizmet işçilerinin (örneğin çağrı merkezi çalışanları) destek sağladığı daha büyük bir hesaplama değer zincirinin bir parçasıdır. Bu nedenle, küresel değer özneleri, "dünya pazarının mantığıyla oluşturulmuş ve sınırlandırılmış değer yasasına tabidir" (Dyer-Witheford 2002, 9). Ancak onlar ayrıca, çalışmayı reddederek (protestolar, grevler, işgaller ve en uç durumda Foxconn örneğinde olduğu gibi intiharlar), tüketmeyi reddederek (belirli ürünleri kullanmayı bırakarak ve ticari olmayan ürünleri kullanmayı tercih

ederek) ve parasal değerleri aşan ve nitelik olarak kâr amacı gütmeyen ve ticari olmayan değerleme/üretim süreçlerinin alternatif biçimlerini oluşturma (örneğin özel mülk olmayan yazılım/işletim sistemleri, ticari olmayan sosyal ağ siteleri, öz yönetimli alternatif ET şirketleri, vb.) aracılığıyla değer yasasının düzenini bozacak potansiyel güce de sahiptir. Göran Bolin (2011) bu bağlamda, medyayı biçimlendiren tek değerin ekonomik değer olmadığını vurgular. Nick Couldry (2010) neoliberalizmin, ekonomik mantığa alternatif bir ahlaki değer oluşturan seslerin duyurulması olasılığını düşürdüğüne işaret eder. Farklı şekilde ifade edersek, kapitalizmin kıymeti değerdir, bu insanın durumunu, dilsiz ve sömürülen makinedeki bir çarka indirger ve onun kendisini sürekli konuşan biri olarak algılamasını sağlar, insanlar çoğunlukla gerçek bir etkisi olmayan ses ve güce sahiptir. Ulaşmamız gereken, (ekonomik) değerin artık birincil (ahlaki) değer olmadığı bir durum için, ekonomik değerin yadsınmasıdır.

Değer yasası gücünü kaybetmemiştir. Dünyanın her neresinde sömürü varsa, orada tam olarak yürürlüktedir. Düşük ücretli veya ücretsiz emek biçimlerine genişletilmiştir, ticari medya üretketiciliği sadece bunlardan biridir. Üretkenlikteki teknik artışların bir sonucu olarak, metaların değeri tarihsel olarak azalmaya meyillidir. Aynı zamanda, değer kapitalizmde sermaye, metalar ve kârın tek kaynağıdır. Değerin çelişkileri, fiili veya olası krizlere neden olan değerler, kârlar ve fiyatlardaki kopmalarla sonuçlanmıştır, bu da krizlerin kapitalizmin doğasında olduğunu gösterir. Bu, kapitalizmi, değerin kaynağının değer değil de, yaratıcılık, toplumsal ilişkiler, serbest zaman ve oyunun olduğu ortak mülkiyete dayalı bir varoluş sistemiyle değiştirmeyi uygun kılmaktadır. Bu tür bir toplumun adı komünizmdir ve bu toplum, kapitalizmin olumsuzluğunun yadsınmasıdır.

11.4. Sonuç

Facebook, Twitter, YouTube ve Google gibi ticari sosyal medya platformlarında, kullanıcılar sadece enformasyonun tüketicileri değildir, ayrıca kullanım değerleri olarak profiller, içerik, bağlantılar, toplumsal ilişkiler, ağlar ve topluluklar yaratan üretketicilerdir (üretken

tüketiciler). Onlar yaratıcı, etkin, ağlaşmış dijital işçilerdir. Üstelik bütün bu etkinliklere ilişkin veri üretilmekte ve kullanıcıların tercihlerine ve verisine para karşılığında erişen ve kullanıcılara özelleştirilmiş reklamlar sunan hedefli reklam verenlere satılmaktadır. Sosyal medyanın kullanım değeri, bu şekilde kullanıcıların kendisine yabancılaşmakta ve bu da etkinlikleri, veriyi, deneyimleri, platformları ve yaratılmış olan parasal kârı denetlemeye ilişkin bir yabancılaşmayla sonuçlanmaktadır. Sonuç olarak kullanıcılar, artı değer ve parasal kârlar yaratan ve sömürülen dijital işçilerdir. "Sosyal medya" üzerinde dijital emek, ev işini andırır, çünkü bir ücreti yoktur, sıklıkla boş zamanda gerçekleştirilir, sendika temsiliyetine sahip değildir ve emek olarak algılanması zordur. Ev işçileri, köleler ve sosyal medyadaki dijital işçilerin ortak yönü bir ücretleri olmaması ve yüksek derecede sömürülmeleridir. İş günlerinin bütünü veya büyük bir kısmı artı değer yaratır. Nitelik olarak duygusal, fiziksel ve toplumsal olan farklı baskı türleriyle karşılaşırlar. Demokratik Kongo Cumhuriyeti'ndeki EİT'lerin fiziksel temelini oluşturan çatışma madenlerini çıkaran köle işçiler, fiziksel olarak zor çıkarma işini reddetmeleri durumunda muhtemelen öldürüleceklerdir. Facebook kullanıcıları, postalaşma, bağlantı kurma, tarama, yorumlama, okuma, izleme, vb. şeklindeki eğlence çalışmasını reddettiklerinde, muhtemelen toplumsal olarak daha fazla tecrit olacaklardır. İlk türdeki emek kesinlikle hiç de eğlenceli değil, ölümcül derecede ciddi ve kanlı, ikinci türdeki emek eğlencelidir ve zar zor emek gibi hissettirir. Bir farklılık yaratan bu farkların yanında, ikisinin de ortak yanı UDİ kapsamında gerçekleştiriliyor olmaları, sermaye birikimi için gerekli etkinlikler olmaları ve parasal olarak neredeyse hiç karşılık almamalarıdır. İlki fiziksel emektir, ikincisi ise enformasyon çalışmasının özel bir biçimidir; oyun enformasyon emeğidir. Sosyal medyadaki dijital oyun işçileri nesnel olarak toplumsallık denetimi, platformların denetimi, çevrimiçi deneyimlerinin verileriyle ne yapıldığına ilişkin denetim ve türetilen parasal kârların denetimine yabancılaşmıştır. Dahası, iyi kötü öznel olarak yabancılaşmış bir veya birkaç kolektif kullanım duygusu yapısına çevrilen bireysel kullanım duygusu yapılarına sahipler.

Bu bölüm, sosyal medyada dijital çalışma ve dijital emek nedir sorusunu ele aldı. Muhtemel yanıtlar sağlayabilmek için, çalışma ve emeğin kuramsal kavramlarına ihtiyaç vardır. Bu bağlamda Marx'ın kuramının kullanımını araştırdık. Marx, insan gereksinimlerini doyuran kolektif etkinliklerin antropolojik ve tarihsel nitelikleri arasında bir ayrım yapar: çalışma ve emek. Bu ayrım, kapitalizmde, aynı anda hem kullanım değeri hem de (mübadele) değer şeklindeki metanın iki yönüyle yansımaktadır. Çalışma sürecini, insan gereksinimlerini doyuran ürünleri ortaya çıkaracak şekilde nesneler üzerinde aletler kullanan insan öznelerinin (emek gücü) diyalektik olarak birbirine bağlı olma durumu olarak anlamak için Hegelci-Marksist bir çerçeve sergiledik. Kapitalist toplumlarda yabancılaşma, işçilerin bu diyalektiğin bütün kutuplarından ve sınıf ilişkileri ve sömürüyü oluşturan bütün bu sürecin kendisinden yabancılaşmasıdır. Daha önce ortaya koyulan ve kimi zaman sosyal medyanın (a) Ekonomi Politiği ve (b) Kültürel Çalışmaları yaklaşımlarının temsilcilerini ayrıştıran soruya (ticari sosyal medyanın kullanımının sonucunda dijital emeğin sömürüsü mü yoksa yaratıcı ve katılımcı bir kültür mü oluşur?) bir yanıt, bu konuya, Marx'ın, kapitalizmde çalışmayı, kullanım değerleri yaratan somut emek ve metaların değerini yaratan soyut emek süreci olarak tanımlamasının yardımıyla yaklaşılarak verilebilir. Sosyal medya kullanıcıları, paylaşma, eyleme, bağlantı kurma ve yapmanın kültürüyle uğraşan yaratıcı, toplumsal ve etkin üretketicilerdir ve bu çalışma etkinlikleri toplumsal kullanım değerleri (içerik, toplumsal ilişkiler, işbirliği) yaratırlar. Hedefli reklamları kullanan ticari sosyal medyada, bu yaratıcılık, reklam verenlere satılan ve kârla sonuçlanan bir veri metasının değerinin kaynağı olan bir emek biçimidir. Facebook, 2011 yılında 3,7 milyar dolar gelire ulaşmıştır (Facebook Registration Statement Form S-1). Kurucusu Mark Zuckerberg, 2012 yılında dünyanın en zengin 35. kişisiydi, 17,5 milyar dolar zenginliği yönetiyordu (Forbes 2012 Dünya Milyarderler Listesi[13]). Facebook'un 2012 yılı kazançlarının 4,991

[13] http://www.forbes.com/billionaires/#p_1_s_a0_Technology%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20_All%20countries_All%20states_ (erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

milyar dolar olması tahmin ediliyor.[14,15] Aynı zamanda, Facebook, hisse başına fiyatın 38 dolar olduğu Mayıs'taki ilk halka arzdan sonra 2012'de değer kaybetti. Eylül 2012 başlarında, 20 dolara kadar düşmüşken, Ocak 2013 sonunda 30 doların biraz üstüne çıktı.[16] Bu gösteriyor ki, Facebook'un hisse değeriyle sermaye birikimi arasında bir fark bulunmaktadır. Facebook, yatırımcıları kendine çekmeye ve böylece sermaye tabanını ve işlemlerini arttırmaya çalışmaktadır. Soru şudur: kârları ve hisse değerleri tamamen istikrarlı mı olacak yoksa aralarındaki uçurum sürecek mi?

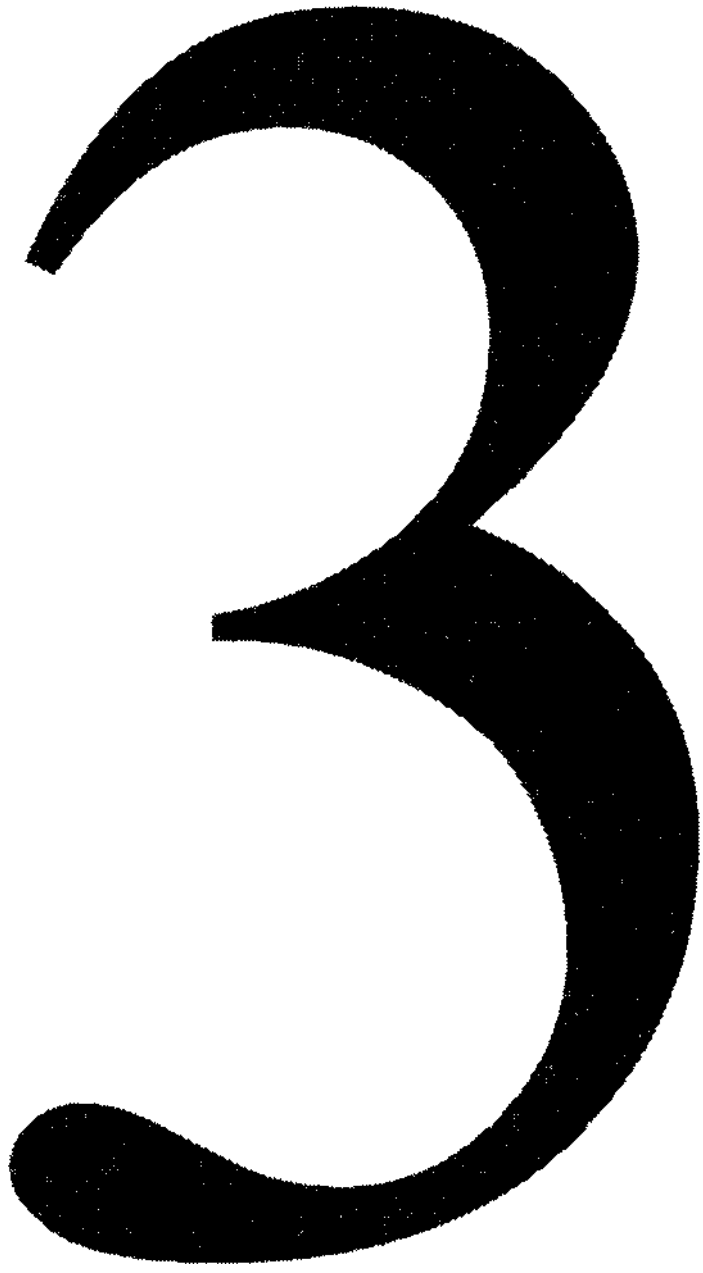
Bu bölümde ileri sürülen sav, Facebook sahiplerinin zenginliğinin ve şirketin kârlarının, kullanıcıların karşılığı ödenmeyen ve kolektif küresel EİT işçisinin bir parçası olan emeğinin sömürülmesine dayandığı şeklindedir. Dijital emek, yabancılaşmış dijital çalışmadır. Kendisinden, emek araçlarından ve nesnelerinden ve emek ürünlerinden yabancılaşmıştır. Sömürülmüştür, ancak bu sömürü, sosyal medyada bir sömürü değilmiş gibi algılanmaya eğilimlidir, çünkü dijital emek, sömürü gerçeğini diğer kullanıcılarla bağlantı kurma ve tanışma eğlencesinin arkasına gizleyen oyun emeğidir. Facebook'un halka açılması, daha büyük sermaye yatırımlarını çekecek mi ve bu yatırımların kâr büyütme beklentileri gerçek sermaye birikimiyle karşılanabilecek mi sorusunu ortaya çıkarmaktadır. Bir borsa şirketi olarak halka arzı, kesinlikle Facebook'u krizlere daha yatkın ve dolayısıyla kullanıcıların sömürülmesini yoğunlaştırmaya ve genişletmeye daha istekli kılmıştır. Kapitalist İnternet daha önce de bir finansal balonla karşı karşıya kaldı. Kapitalizm, 2008 yılında konut balonunun patlamasından beri büyük bir krize batmış durumda. Sosyal medya ekonomisinin finansallaşması, bir sonraki büyük balonla sonuçlanabilir. İnternet krizinden ve sömürü ekonomisinden çıkışın tek alternatifi, dijital emekten çıkmak, yabancılaşmayı alt etmek, sermaye mantığı yerine müşterekliğin mantığını koymak ve dijital emeği dijital çalışmaya dönüştürmekten geçmektedir.

---

[14] Facebook 2012 yılı için 5,089 milyar dolar, 2013 7,872 milyar dolar gelir bildirdi Kaynak: http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=821954 (ç.n.).

[15] http://www.4-traders.com/FACEBOOK-INC-10547141/calendar/ (erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

[16] money.cnn.com (erişim tarihi: 27 Ocak 2013).



Kısım III
Sonuçlar

- Dijital Emek ve Dijital Çalışma Mücadeleleri: Occupy, Yeni bir İşçi Sınıfı Hareketi mi? Sosyal Medya, İşçi Sınıfı Sosyal Medyası mı?
- Dijital Emek Anahtar Sözcükler

12 - Dijital Emek ve Dijital Çalışma Mücadeleleri

Occupy [İşgal Et], Yeni bir İşçi Sınıfı Hareketi mi? Sosyal Medya İşçi Sınıfı Sosyal Medyası mı?

- "Occupy Wall Street, 17 Eylül 2011 tarihinde Manhattan'ın Finans Bölgesi'ndeki Özgürlük Meydanı'nda başlayan, halkın gücüne dayalı bir hareketti. Amerika'da 100'den fazla ve dünyada 1.500'den fazla şehre yayıldı. #ows büyük bankaların ve çokuluslu şirketlerin demokratik süreç üzerindeki çürütücü iktidarına ve Wall Street'in nesiller boyunca muazzam resesyonlara yol açan ekonomik yıkımdaki rolüne karşı savaşmaktadır. Hareket, Mısır ve Tunus'taki halk ayaklanmalarından esinlenmiştir ve geleceğimizi karartan haksız küresel ekonominin kurallarını yazan en zengin %1'lik kesime karşı mücadeleyi hedefler".
- "Occupy London, bu adaletsizlikten endişe duyan yurttaşları bir araya getiren ve insanları ve yaşadığımız çevreyi şirket kârlarının önüne koyan sürdürülebilir bir ekonomi için mücadele eden küresel toplumsal hareketin bir parçasıdır".

2011 yılı, çoğu ülkede devrimlerin ve yeni protesto hareketlerinin ortaya çıktığı bir yıldı. Occupy hareketi bu hareketlerden biridir. Kendi tanımları emek, adalet, ekonomik kriz, sömürü, zenginler ve yoksullar arasındaki uçurum ve sınıf ilişkileri gibi sosyoekonomik

konulara odaklanan bir hareket olduklarını göstermektedir. Bu durum, zengin ve sahip olan seçkinlerin %1'ine karşı halkı gözeten "biz %99'uz" sloganında özetlenmektedir.

Bu bölümde, kitabın genel bir özetini sunacağım. Ticari dijital medya, dijital emeğin çeşitli biçimlerinin sömürüldüğü bir sınıf sistemine dayanmaktadır. Bu bölüm, bu sömürü biçimlerine nasıl karşı koyulabilir sorusunu soruyor. Occupy hareketi, yeni bir işçi sınıfı hareketi midir? Dijital medyayı kullanması, işçi sınıfının EİT'lerini oluşturuyor mu? Bunun üzerinde gerçekleştirilen alternatif bir sosyal medya ve dijital çalışma nasıldır?

12.1. 2 – 11. Bölümlerinin Sonuçları

Bir Google araması yapmak veya Facebook'ta bir durum mesajı ya da yorum yazmak için bir cep telefonu, iPad veya dizüstü bilgisayar kullandığınızda, bütün bu süreç size çabuk ve basit gelir ve yüksek bir hızda gerçekleşir. Ağ bağlantılı EİT kullanımının bu dolaysızlığı, basitliği ve yüksek hızı, bu sürecin gerçekleşmesi için, küresel olarak dağılmış fakat zorunlu olarak emek süreciyle birbirine bağlantılı karmaşık bir zincirin, yani uluslararası dijital işbölümünün (UDİ) yürütülmesi gerektiği koşulunu gizlemektedir. EİT'ler, modern kapitalist toplumda yönetim kuramından ve kapitalist sınıftan çıkan, İnternet'in ve sosyal medyanın otomatik olarak daha iyi ve radikal olarak yeni bir dünya yaratacağı fikrini savunan ideolojik teknolojik fetişizmi (Jodi Dean (2005) bunu İnternet fetişizmi olarak adlandırır) geliştirmekle kalmaz. Aynı zamanda üretim ilişkilerine içkin bir İnternet fetişizmi biçimini de geliştirir: EİT kullanımının küresel değer zinciri öyle karmaşık ve küresel olarak öyle dağılmıştır ki, birinin belirli bir dönem kullandığı cihaz veya hizmette tam olarak hangi emek ve sömürü biçiminin nesneleştiğini takip etmek oldukça zor bir hâl alır.

Bilgisayarların çeşitli unsurlarının üreticileri, bilgisayarlar tarafından yaygınlaştırılan içerikler ve yaratılan ürünler ve bu bileşenlerin örgütlendiği şirketlerin sahipleri, birbirinden bağımsız ve ayrı olmakla birlikte, aynı zamanda UDİ tarafından anonim olarak birbirine bağlıdır. Biçimsel olarak bağımsızdırlar fakat bir işbölümü tarafından maddesel olarak birbirleriyle bağlantılıdırlar. "Meta ekonomisinde-kapi-

talist ekonomide insanlar arasındaki üretim-çalışma ilişkileri, zorunlu olarak nesnelerin değer biçimlerini elde etmekte ve sadece bu maddesel biçimde görünebilmektedir" (Rubin 2008, 62). EİT kullanıcıları, Marx'ın dediği gibi şöyle bir durumla karşı karşıya kalır: "insanların kendilerinin belirli toplumsal ilişkisi", "şeyler arasındaki hayal ürünü bir ilişki biçimi" olarak görünür (Marx 1867c, 165 [Yordam, s. 81]). Bu, tam olarak Marx'ın meta fetişizmi olarak adlandırdığı şeydir. Değer, "alnında ne olduğunu tarif eden bir damgaya sahip değildir": EİT endüstrisinin emek ilişkilerinin temelinde yer alan kölelik, sömürü, emperyalizm, ev kadınılaşmış emek ve ilkel birikim ilişkileri, dijital medyanın eseri olduklarını açıkça dile getirmezler. Daha ziyade onda nesneleşmişlerdir ve bu yüzden kullanıcılara görünmez ve çözülemez olurlar: "her emek ürününü toplumsal bir hiyeroglife çevirir. İnsanlar, sonradan, kendi toplumsal ürünlerinin gerisinde yatan sırra ulaşmak için, hiyeroglifin anlamını çözmeye çalışır" (a.g.e., 167, [Yordam, s. 84]). Dijital metanın toplumsal (yani sömürücü) özelliği, nesne olarak görünüşünün dolaysız formunda gizlenir.

Maxwell ve Miller (2012) medya teknolojilerinin insanların modern uyuşturucusu olduğunu ileri sürmektedir: "Güzellik, zevk, huzur ve benzerleri gibi insan özellikleriyle süslenmiş medya teknolojileri, günlük kapitalizmde bu niteliklerin yokluğunu, sembolik bir sarhoşluk adına 'kalıcı afyon savaşı' yoluyla giderir" (a.g.e., 21). "Kirli işleri, başkalarının rahatlamak için kullandığı makine oyuncaklarının ardına gizlenmiştir" (a.g.e., 89).

Wolfgang Fritz Haug, bu bağlamda Marx'ın meta fetişizmi kuramına dayanarak meta estetiği kavramını geliştirmiştir: metalar, onları satmak amacıyla çekici biçimlerde tasarlanırlar. Haug'un adlandırdığı üzere, bir kullanım değeri vaadinde bulunurlar: "Meta estetiğinin temel yasası, satın alma mübadele işlemini tetikleyen şeyin kullanım değerinden ziyade kullanım değeri vaadi olmasıdır" (Haug 1987, 147).

Apple MacBook, iPhone veya iPad sadece hoş görünmekle kalmaz, aynı zamanda esnek ve mobil bir hayat tarzının, başarının, bilgi profesyonelleri grubunun bir parçası olmanın, modernliğin ve ilerlemenin birer sembolüdür. Bir Apple cihazına sahip olmak "havalı" bir

şeydir. Ve bu havalı oluş, EİT üretiminin altında yatan emek koşullarını gizler. EİT'ler genellikle kan ve ter gerçeğini oyun, arzu, iyi görünüş, çekici tasarım ve hayat tarzı ideolojileri aracılığıyla gizleyen, göz boyayan ve bu gerçeği yeniden çözümleyen bir meta estetiği ideolojisine sahiptir. EİT'lerin meta estetiği ideolojisi, Jim McGuigan'ın (2009) adlandırdığı üzere havalı kapitalizm ideolojisinin ve Vincent Mosco'nun (2004) adlandırdığı üzere dijital yüceltmenin bir karakteristiğidir.

Çeşitli ampirik araştırma sonuçlarının tartışılması ve bu sonuçların kuramsal yorumunun yardımıyla, UDİ'nin, her biri anonim olarak birbirine ağ yoluyla bağlı ve dijital medyanın üretimi, kullanımı ve uygulanması için tüm gerekli unsurları oluşturan çeşitli emek, sömürü biçimlerini ve üretim biçimlerini kapsadığını göstermeye çalıştım. Tablo 12.1, 6-11. bölümlerde tartışılan ve UDİ tarafından kapsanmakta olan çeşitli emek biçimlerini özetlemektedir. Bahsedilen kavramların muhakkak belirli UDİ biçimlerinden yalnızca bir tanesine özgü olmadığına dikkat edin. Aksine bu bölümler, bir dijital emek kuramı-alet çantası oluşturan belirli Marksist kavramların nasıl uygulanacağını gösteren örnek vaka çalışmalarıdır. Kapitalizmin dinamik karakteri, genellikle bu alet çantasının bir kategorisinin UDİ kapsamındaki çeşitli faaliyetlere uygulanabilir olduğu bir duruma sebebiyet vermektedir.

Kullanıcıların ticari sosyal medyada bağlantı kurarken, yazarken, okurken ve izlerken karşılaştığı, mutlaka en görünürü ve bilinçlisi olmasa da, en dolaysızı olan emek biçimi İnternet üretketici emeğidir. Bu, kullanıcıların mevcut enformasyonu tükettiği ve enformasyon, profil, toplumsal ilişki ve duygulanımları yarattığı ve bu süreçte Facebook, Google ve Twitter gibi reklam şirketleri tarafından metalaştırılan işlem verisi yarattığı anlamına gelmektedir; bu şirketler bu veriyi kullanıcılara hedefli reklam sağlayan reklam müşterilerine meta olarak satmaktadır. Bu emek türü 11. bölümünde tartışılmıştır.

Tipik çalışma koşulları	*Zorlama biçimi*	*Tipik örnekler*
Köle efendilerinin mülkiyeti ya da yarı-zamanlı mülkiyeti (angarya emek sisteminde) olan köle işçiler bulunmaktadır; efendiler işin kurallarına uymamaları durumunda köleleri öldürebilir. Bu köle çalışması yeni bir emperyalist sisteme gömülüdür; bu sistemde, gelişmekte olan ülkelerdeki köle çalışması, maden çıkararak Batı dijital medya şirketleri için kâr üretmektedir.	Fiziksel şiddet, işgücünün askeri kontrolü: çalışma reddedildiği takdirde öldürülme tehdidi	Afrikalı köle maden işçileri
Yüksek seviyede standartlaştırma, askeri tatbikat, işçilerin yüksek bir ölüm, ciddi yaralanma ya da zehirlenme veya intihar etme riski taşıyacağı derecede emeğin sermayenin ölümcül ve biçimsel boyunduruğu altına girmesi, köylülerin ücretli işçiler olmak üzere topraktan ayrılıp kentsel bölgelere çekildiği ilkel birikim, işçilerin, toprağın, dünyanın, havanın, suyun, ailelerin kirletilmesi (doğanın ve işçilerin yok edilmesi), parça başı iş gibi özellikleri barındırabilen Taylorist endüstriyel çalışma. Bu şekilde bir çalışma çoğu zaman ağırlıklı olarak ya da önemli bir dereceye kadar kadınlar tarafından yerine getirilmektedir.	İki kere özgür ücretli emek, gözetim, askeri tatbikat, gözetim, cezalar	Çin ve Silikon Vadisi'ndeki EİT montajı ve imalatı endüstrisi
Giderlerden tasarruf etmek ve kârı azami seviyeye çekmek amacıyla bilgi işini gelişmekte olan ülkelerden dış kaynak kullanımı yoluyla temin eden ve mutlak ve zorunlu geçicilik ve hareketlilik (yüksek-teknoloji göçebeleri, küresel body shopping, sanal göç) uygulama eğilimi gösteren yeni emperyalizm biçiminde sömürülen bilgi işçileri	Özgürlük ve katılıma vurgu yapan yönetim dili, sessiz zorlama, işi kaybetme korkusundan kaynaklanan öz disiplin, düşük sendikalaşma seviyesi, direnişi zorlaştırmaktadır.	Hint yazılım mühendisleri
Yüksek derecede standartlaşma, tekrarlama ve yüksek derecede izlenme (göreli artı değer üretimi yöntemi olarak kontrol), bilgi işçisi aristokrasisinin profesyonel işine kıyasla daha az karşılığı ödenme eğilimi ve yüksek seviyede kadın işçiler içerme eğilimi gösteren Taylorist hizmet işi (gri yaka). Güvencesiz hizmet işi özellikle cinsiyetçidir ve çok katmanlı bir şekilde ev işçilerinin emeğiyle kıyaslanabilir zira bu işçiler genellikle kadındır, sendikalar tarafından ya hiç temsil edilmez ya da çok az temsil edilirler, en uzun çalışma saatlerine sahip olmalarına rağmen en düşük ücretleri alırlar, gayet monoton bir işte, duygulanımsal faaliyetlerde (satış ve müşteri ilişkileri gibi hizmet işi) çalışırlar ve tüketimi düzenleyen ve cinsel çağrışımlara sahip bir işi yerine getirirler. Ayrıca diğer dijital emek biçimleri genellikle ev işine dönüşmekte ve güçlü bir cinsiyetçilik göstermektedir fakat güvencesiz hizmet işi yüksek derecede ve çok boyutlu bir şekilde ev kadınılaşmış bir emek biçimi olma eğilimi göstermektedir	İki kere özgür ücretli çalışma, performans takibi, Taylorist çalışma standartlaştırması	Çağrı merkezi işçileri
Uluslararası dijital işbölümündeki düşük ücretli işlere kıyasla dijital emek aristokrasisinin aldığı artı ücret olarak yüksek ücretler, uzun saatler boyunca çalışma pahasına (mutlak artı değer üretimi) olmaktadır. Yüksek ücretler alan ve yoğun stres altında kalan işçiler.	Öz-disiplin, kapitalizmin yeni ruhu, sosyal baskı ve akran baskısı, iş ortamında çok zaman harcama teşvikleri (restoran, spor tesisleri, sosyal etkinlikler	Google yazılım mühendisleri
Dijital emeğin bu biçimi Öz-disiplini ve ev işinin bazı özelliklerini paylaşmaktadır: ücretsizdir, tamamen sendikasızlaşmıştır ve sonsuz bir şekilde sömürülmektedir. İkili bir kullanım değeri (sosyallik ve veri metası) yaratır ve ters yüz edilmiş bir meta fetişizmiyle karşılaşmaktadır (meta karakteri sosyal faydaların arkasına saklanmaktadır).	Öz-disiplin, sosyal zorlama	Ticari sosyal ağ siteleri ve kurumsal sosyal medya kullanıcıları (Facebook, YouTube, Google, Twitter, vb.)

Tablo 12.1 Dijital medya endüstrisinin işbölümünde üretici güçlerin ve üretim ilişkilerinin unsurları

UDİ'nin boyutu	*Üretim İlişkileri*	*Üretici güçler*	*Emek gücü (özne)*	*Çalışma nesnesi*	*Çalışma araçları*	*Çalışmanın ürünü*	*Çalışma zamanı ve oyun zamanı arasındaki ilişki*
Köle maden işçiler	Köle-köle sahibi	Tarımsal üretim	Köle sahibinin özel mülkiyeti	Doğa	Madencilik ekipmanı	Madenler: kasiterit (kalayın temeli), volframit, koltan (tantalın temeli), altın, tungsten	Yaşam hiç de oyun ve eğlence içerme eğilimi göstermemekte, aksine aşırı zahmet ve ölüm tehdidiyle dolu olmakta ve hiç oyun içermemektedir
Taylorist donanım montajcıları	İşçi-sermaye	Endüstriyel üretim	**Meta**	Madenler, yarı-iletkenler, EİT parçaları	Makine sistemi	Yarı-iletkenler, bilgisayarlar, çevresel birimler	Çalışma ve oyun zamanının ayrımı
Gelişmekte olan ülkelerde emperyalist bir şekilde sömürülen bilgi işçileri	İşçiler-sermaye	Enformasyon üretimi	**Meta**	Veri	Bilgisayarlar, beyin	Yazılım, nesneleşmiş bilgi	Boş zaman çalışma zamanı tarafından soğurulma eğilimi göstermektedir, yönetim, çalışmayı eğlence ve oyun olarak sunmayı denemektedir.
Prekarya hizmet işçileri	İşçiler-sermaye	Endüstriyelleşmiş enformasyon üretimi, enformasyon üretimi	**Meta**	**Kültür**	Bilgisayarlar, telefonlar, beyinler	Müşteri ilişkileri, halklailişkiler, içerik, yazılım	Çalışma zamanı ve oyun zamanı arasında ayrım
Yüksek ücretli bilgi işçileri	Güvencesiz işçiler-yüksek ücretli bilgi işçileri-sermaye	Enformasyon üretimi	**Meta**	**Kültür**	Bilgisayarlar, beyinler	İçerik, yazılım	Oyun emeği: çalışma ve oyun zamanı arasında bulanıklaşmış sınır - boş zaman emek zamanına dönüşmektedir, emek zamanı kısmen oyun deneyimi olarak sunulmaktadır
İnternet üretketici emeği	Üretketiciler-sermaye	Enformasyon üretimi	**Meta yok**	**Kültürler**	Bilgisayarlar, beyinler	İçerik, yazılım, sosyal ağlar, kullanıcı tarafından oluşturulmuş içerik; davranışsal veri, profil verisi, sosyal ağ verisi	Oyun emeği: oyun zamanı ücreti ödenmeyen emek zamanıdır

İnternet üretketici emeği, genellikle eğlenceli olan ve karşılığı ödenmeyen boş zaman faaliyetini içeren oyun emeğidir. Bu, kadınsılaşmış ve ev kadınılaşmış emektir, zira karşılığı ödenmemiş, sendikalaşmamış olması ve yüksek derecede sömürülmesiyle ev işini andırmaktadır. Aynı zamanda kölelik ve ev işinden ayrılmaktadır da çünkü zorlama biçimi temel olarak ne fiziksel şiddete ne de sevgiye dayanmakta, bunun yerine kullanıcıları izole olma ve sosyal bağlantıları yitirmeyle tehdit eden özgül bir toplumsal zorlama biçimine dayanmaktadır. İnternet'i kullanmak için yazılım mühendisleri tarafından muhtelif çalışma koşulları altında geliştirilen çeşitli uygulama ve işletim sistemlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bir yandan dijital emek aristokrasisinin bir parçasını oluşturan Google mühendisleri gibi (9. bölüm) yüksek ücretli ve yoğun stresli yazılım mühendisleri bulunmaktadır. Bu mühendisler iş-oyun yerleriyle karşı karşıyadır. İş-oyun yerleri, çalışma ve oyunun birbirine yakınsadığı, çalışma zamanı ve oyun zamanı arasındaki sınırların oldukça bulanıklaştığı, böylece İnternet ve yazılım şirketlerinin sermaye sahiplerinin yararına olan mutlak artı değer üretiminin (uzun saatler çalışmak), akran baskısı ve öz-disiplinin, günlük gerçeklikler haline geldiği yerlerdir. Bu mühendisler, nesnel sınıf ilişkileri düzeyinde, diğer EİT işçilerine nazaran artı ücretlerden yararlandıkları bir işçi aristokrasisi oluştururlar. Diğer yandan, gelişmekte olan ve yükselen ekonomilerden, özellikle Hindistan'dan dış kaynak kullanımı yoluyla sağlanan yazılım mühendisleri bulunmaktadır. Hindistan gibi ülkeler, Batılı ülkelere göre daha düşük ücret seviyesine sahip olan ve bu sayede Asya'daki ve dünyanın diğer yoksul kesimlerindeki işçilerin sömürülmesinden yüksek kârlar elde edilen, gelişmekte olan ülkelerden Batılı şirketlere yapılan değer aktarımının yeni emperyalist bir biçimini sağlamaktadır (8. bölüm). Bu ülkelerdeki yazılım mühendisleri, kendi ülkelerinde daha ayrıcalıklıdır. Bu ayrıcalık, dış kaynak kullanımı yoluyla emek maliyetinden tasarruf eden Batılı şirketler için yüksek kâr üreten sömürü koşulunu gizlemektedir.

UDİ'de yer alan bir diğer emek türü ise en iyi şekilde çağrı merkezi temsilcileriyle temsil edilen düşük ücretli, aşırı güvencesiz hizmet işidir (10.bölüm). Çağrı merkezlerindeki iş yüksek derecede Taylo-

rist ve Fordisttir, standartlaşmış ve tekrarlayan bir iştir, yaratıcılığa pek izin vermez, yüksek derecede izlenmektedir ve işyeri gözetimine tabidir. Çağrı merkezi işinin Taylorist boyutu göreli artı değer üretiminin çok boyutlu bir biçimidir. Çağrı merkezi işi, ev kadınılaşmış ve kadınsılaşmış emeğin çok boyutlu bir biçimidir, çünkü müşteri için duygulanımsal bir ilgiyi, tüketimi düzenleme görevini ve kadın çağrı merkezi temsilcileriyle konuşulmasıyla müşterilerin cinsel arzularının izdüşümünü, ki bu da telefonda seks çağrışımını uyandırır, içermektedir. Çağrı merkezi işinin ev kadınılaşması, bu işi düşük ücretli kılmaktadır; bu da, bu sürecin mutlak artı değer üretiminin bir biçimi olduğu anlamına gelmektedir zira yoğun baskının uygulanması, düşük seviyede kalan sendikalaşma ve yoğun zorlama, iş kaybı korkularını uyandırmakta ve böylelikle çağrı merkezi temsilcilerine, yüksek ücretli EİT işçilerine (Google çalışanları gibi) kıyasla düşük ücretleri kabul ettirmektedir.

Bir bilgisayar, cep telefonu, dizüstü bilgisayar veya yazıcının kullanılması için, parçalarının fiziksel olarak üretilmesi ve montajlanması gerekmektedir. Bu emek, Taylorist yazılım montajcıları tarafından çeşitli yerlerde sarf edilmektedir (örneğin Silikon Vadisi veya Çin gibi yerlerde, sırasıyla 9. ve 7. bölüm). Çin'deki köylüler, ilkel birikimin topraksızlaştırdığı ve göçmen işçilere dönüştürdüğü bir sürecin içindedir. Bu işçiler, geniş kentsel merkezlerde yer alan EİT imalat sanayisinde yüksek derecede sömürücü ve sağlığı tehdit edici koşullarda çalışmaktadır. Bu iş, şu anlamlarda oldukça kadınsılaşmıştır: (a) çok sayıda kadın işçi vardır ve (b) iş, güvensiz, güvencesiz ve düşük ücretlidir ve bu açıdan ev işine benzemektedir. 7. bölümde, Foxconn'da donanım montajı örneği tartışılmıştır. Benzer çalışma koşulları Silikon Vadisi'ndeki EİT imalat sanayisinde de görülebilmektedir (9. bölüm). Buradaki çalışma, EİT imalat ve montaj sanayisinin yan ürünleri olan zehirli maddeler tarafından kirletilen işçiler, işyerleri, hava, toprak, içme suyu, evler ve aileler bağlamında zehirli çalışma ve yaşam koşulları yaratan, bir hayli cinsiyetçi ve ırkçı bir ekonomi politiğe dayanmaktadır.

Son olarak, UDİ'nin temelinde tarım toplumunun ve köle üretim biçiminin temsili olan çalışma koşulları bulunmaktadır; bu çalışma

koşulları dâhilinde defacto olarak köle sahiplerinin mülkiyeti olan, fiziksel olarak çalışmaya zorlanan işçiler Afrika'daki (ve diğer yerlerdeki) madenlerden "çatışma madenlerini" (kasiterit, volframit, koltan, altın ve tungsten gibi) çıkarmaya zorlanmakta, öldürülmekle, işkence görmekle ve cezalandırılmakla tehdit edilmektedir. Kanlı kölelik tarihi son bulmamıştır, aksine UDİ ve diğer emek biçimleri dâhilinde devamlılık göstermektedir. Bu emek türü 6. bölümde tartışılmıştır.

UDİ göstermektedir ki, kapitalizmin çeşitli aşamalarının ve çeşitli kapitalist ve kapitalist öncesi üretim biçimlerinin çeşitli emek biçimi özellikleri etkileşim içindedir ve bu şekilde, birbirinden ayrılmış ve yüksek derecede sömürülen iki kere özgür ücretli emek, karşılığı ödenmeyen "özgür" emek, geçicileştirilmiş ve ev kadınılaşmış emek ve köle emeği gibi farklı emek biçimleri, kapitalist EİT endüstrisine dâhil olan çeşitli firmalara değer yaratan ve kâr üreten emeğin küresel sömürü ağını meydana getirmektedir. Dijital emeğin küresel işbölümü göstermektedir ki, kapitalist gelişmenin ve tarihsel üretim biçimlerinin aşamaları (patriyarkal ev işi, klasik kölelik, feodalizm, genel olarak kapitalizm gibi) ve üretici güçlerin örgütlenme biçimleri (tarım, sanayileşme, enformasyonelleşme gibi) ekonomik gelişmenin basitçe birbirini takip eden aşamaları değildir. Burada yeni bir aşama eskisinin yerine geçmez, bundan ziyade hepsi diyalektik olarak birbirine aracı olur. Diyalektik aracılığın buradaki anlamı, Hegel'in *Aufhebung* (içererek aşma) kavramıdır: yeni bir aşama veya üretim biçimi, bir öncekini içererek aşar; bunun anlamı, yeni bir modelin ortaya çıkması, fakat hâkimiyeti ortadan kalksa bile eski modelin yeni modelde muhafaza edilmesi, yeni modelde varlığını sürdürebilmesidir. Kapitalizm, kölelik ihtimalini yok etmemiştir: Kölelik bir yandan ücretli kölelik olarak yeni bir biçimde var olurken, diğer yandan klasik ve feodal kölelik biçimlerinin var olma ihtimali devam etmektedir, madencilikteki kölelik örneğinin gösterdiği gibi, kölelik, Batılı EİT şirketlerinin çıkar sağlayacağı şekilde günümüzde varlığını sürdürmektedir.

Özel mülkiyetin en erken biçimi, patriyarkal ailede oluşmuştur. Patriyarkal üretim biçimi ve ev işi, Google, Facebook, YouTube, Twitter ve diğerlerinin "özgür" çevrimiçi işçilerinin geçicileştirilmiş

ve ev kadınılaşmış işleri ve çağrı merkezi temsilcilerinin ve EİT imalatçılarının yüksek derecede kontrol edilen ve sömürülen çalışmaları, EİT değer zincirinde var olmaya devam etmektedir. İşçilerin iki kere özgür olmadığı, daha ziyade köle sahiplerinin mülkiyetinde olduğu ve fiziksel zorlama ve neredeyse sınırsız sömürüye maruz kaldığı köleliğin klasik ve feodal biçimleri, EİT'lerin fiziksel temelini oluşturan çatışma madenlerinin çıkarılmasında devam etmektedir. Kapitalizm sadece sermaye birikimine dayanmamakta, aynı zamanda iki kere özgür ücretli emeğe dayanmaktadır. Bunun anlamı, açlıktan ölme tehdidiyle, işçilerin kendi emek-güçlerini bir meta olarak kapitalistlere satmak zorunda bırakılması ve bu şekilde kapitalist üretim sürecine ve ürünlerine yabancılaştırılması ve ücretli emeğe, emeğin özgül bir sömürü biçimi olma özelliğinin yüklenmesidir. İki kere özgür ücretli emek, EİT değer zincirinde çeşitli özgül biçimler almaktadır. İlk olarak, sanayi kapitalizminin erken evrelerini andıran koşullar altında çalışan ücretli işçiler bulunmaktadır. Bunlar, çalışırken sağlıklarını ve hayatlarını tehlikeye atan imalat ve montaj işçileridir. Bu işçilerin işleri hiç de eğlenceli değildir. Yüksek derecede denetime, işyeri gözetimine ve standartlaştırılmış çalışmaya maruz kalırlar. Bu, Taylorist ve Fordist fabrika çalışmasının enformasyon toplumunda yeni koşullar altında varlığını sürdürdüğünü göstermektedir. Ayrıca, çağrı merkezi temsilcileri de Taylorist çalışma durumlarıyla yüz yüze gelmektedir. Farklı olarak, EİT imalat ve montaj emeğinin aksine çağrı merkezi temsilcilerinin emeği, doğası gereği temel olarak fiziksel değil, enformasyoneldir. Buna göre temel faaliyetleri konuşmak, duygularla ikna etmek, yazmak, telefon sistemleri kullanmak ve veri tabanlarına erişmektir. UDİ aynı zamanda Google işçileri tarafından temsil edilen yüksek ücretli ve yoğun stresli olan ücretli emeğin görece yeni biçimlerini de içermektedir.

Bu kitap, EİT'lerin yok edilmesine odaklanmamaktadır çünkü e-atığın insanlar ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri ve e-atık emeği konusu, kendi başına tüm kitabı doldurabilir. Yani, e-atık konusunun bu kitabın dışında tutulması, bu konunun önemli olmadığı anlamına gelmez, aksine o kadar önemlidir ki sadece tek bir bölüm yerine tüm bir kitabın bu konuya tahsis edilmesi gerekir. Medya teknolojileri-

nin e-atığı ve çevresel unsurları üzerine yapılmış kusursuz bir çalışma Richard Maxwell ve Toby Miller'ın (2012) *Greening the Media* [Medyayı Yeşillendirmek] çalışmasıdır. "Üretimin ötesinde, küresel yaptırımın yokluğunda gelişmeye devam eden kârlı kurtarma sanayisinin bir parçası olan e-atık problemi yer alır" (a.g.e., 159). EİT'lerin yok edilmesi, EİT kullanımını takip eder; bu, tek bir EİT cihazının son evresidir. Yine de emek ve üretim unsurları içerir: nakliye işçileri, cihazları yok etme alanlarına getirirler ve kurtarma işçileri de bunları parçalarına ayırıp kısmen tekrar monte ederler. Maxwell ve Miller (2012) e-atıkların temel olarak zengin ülkelerde üretildiğini ve yoksul ülkelere atıldığını göstermiştir. Atılan e-atıklar yoksul ülkelerde yaşayanların yaşam koşullarını, toprak, su ve hava kirlenmesinin sonucu olarak olumsuz etkilemektedir. EİT'ler, "kalan parçaların ve altın, gümüş, bakır ve nadir elementlerin toplanması amacıyla çoğunlukla parçalarına ayrılır. Bu süreç, düşük yapma ve çocukların biyolojik gelişiminde bozulma yaratmasının yanı sıra kemik, beyin, mide, ciğerler ve diğer hayati organlarda ciddi sağlık sorunlarına yol açar" (a.g.e., 3). E-atık emeği UDİ'nin, cihazların yok edilmesini düzenleyen bir unsurudur. Bu, insanlara ve doğaya zarar veren kâr-üretici bir iştir.

Jairus Banaji'nin vurguladığı üzere Marx'ın üretim biçimi kuramı şunu göstermektedir: "kapitalist üretim ilişkileri çeşitli emek biçimleriyle geniş ölçüde uyumludur. Bu uyum, taşınabilir mal-köleliği, ortakçılık veya geçici emek-piyasası hâkimiyetinden, koloni rejimlerine özgü zorlanan ücretli emek ve tabii ki 'özgür' ücretli emek biçimlerine kadar sağlanır" (Banaji 2011, 359). Bu kitap, Banaji'nin üretim biçimleri kavramının dijital medya ekonomisini anlamada önemli olduğunu göstermektedir, çünkü bu ekonomiye çeşitli üretim biçimleri ve üretici güç örgütlenmeleri (özgül üretim biçimi içerisinde çeşitlilikler) eklemlenmiştir. Bunlara, maden çıkarımında kölelik, donanım montajında Taylorist sanayileşmenin askeri biçimi, yüksek ücretli bilgi işçisi aristokrasisi, güvencesiz hizmet işçileri, gelişmekte olan ülkelerde emperyalist bir şekilde sömürülen bilgi işçilerini ifade eden kapitalizmin üretici güçlerinin enformasyonel organizasyonu ve e-atıkların yönetilmesinin yanında yüksek tehlike arz eden enformel fiziksel e-atık emeği dahildir.

"Enformasyon ekonomisi" yeni, postmodern veya radikal bir biçimde süreksiz değildir. Daha ziyade emeğin modern ve tarihsel biçimlerinin, sömürünün, üretici güçlerin örgütlenmesinin muhtelif biçimlerinin ve farklı üretim biçimlerinin birbirleri ile eklemlenerek bir sömürü diyalektiği oluşturduğu karmaşık bir oluşumdur. Bilgisayar, dizüstü, yazıcı veya cep telefonu gibi bir EİT cihazını kullanırken, bu karmaşıklık, basit, çabuk ve yüksek hızlı bir kullanıma indirgenmektedir; sömürü, enformasyonel ihtiyaçların doğrudan tatmininin ardına gizlenir. EİT kullanımı, pek çok durumda hedeflere ulaşmaya ve hazza erişmeye yardımcı olur (bu durumun istisnası ise bu teknolojilerin aksadığı nadir durumlardır ki bu da yaşamımızın düzenlenmesinde EİT'lere olan bağımlılığımızın bir özelliği olarak genellikle öfke patlamaları ile sonuçlanır). Pozitif kullanım-değeri, tek bir kullanıcı için görünmez ve takip edilmesi zor olan sömürü ilişkilerini gizler. UDİ, sömürü biçimlerinin tarihini ve eklemlenmesini temsil eder. Sınıflı toplumların tarihi, sömürünün tarihidir. Bu tarih, EİT'lerin tüketiminin, yayılmasının ve üretiminin kapitalist örgütlenmesinin temelini oluşturur ve bu örgütlenmede nesneleşmiştir.

Tartışmanın sonuçları göstermektedir ki küresel kolektif EİT işçisi pek çok farklı işçiden oluşmaktadır: karşılığı ödenmeyen dijital emekçiler, yüksek ücretli ve yoğun stresli bilgi işçisi aristokrasisi, gelişmekte olan ülkelerdeki bilgi işçileri, Taylorist donanım montajcıları ve imalatçıları, köle maden işçileri ve diğerleri. Bu göstermektedir ki, EİT endüstrisindeki "iki kere özgür" ücretli emek, Marcel van der Linden ve Karl Heinz Roth'un (2009) öne sürdüğü gibi, genel olarak, "artık küresel işçi sınıfının stratejik ve ayrıcalıklı kesimi değildir, kapitalizmi kuramlaştırmada köleler, sözleşmeli işçiler, (sözde) serbest meslek erbabı ve diğerleri eşit derecede önemlidir" (a.g.e., 24; Almanca'dan çeviri).

Dijital emek, bu yüzden, buraya kadar sosyal medya kullanıcıları tarafından sarf edilen karşılığı ödenmemiş emeği nitelendiren bir terim olarak kullanılmıştır (katkıları için bkz. Scholz 2013). Bu kitaptaki tartışmadan şu sonucu çıkarabiliriz: sosyal medya üretketimi dijital emeğin sadece bir biçimini teşkil etmektedir. Bu biçim, dijital medya-

nın varlığını sağlayan küresel sömürü ekolojisini beraberce oluşturan dijital emeğin diğer biçimleriyle bağlantılıdır ve onlara bağlıdır. "Dijital emek" terimini, dijital medyanın var olması, üretilmesi, yayılması ve kullanılması için gereken karşılığı ödenen ve ödenmeyen tüm emek biçimlerini içerecek şekilde genişletmenin zamanı gelmiştir. Dijital emek, ikili anlamda ilişkiseldir: emek ve sermaye arasında bir ilişkidir ve eklemlenmiş üretim tarzları, üretici güçlerin örgütlenme biçimleri ve hâkim kapitalist üretim tarzlarının çeşitlilikleri tarafından şekillenen UDİ düzeyinde ilişkiseldir.

Bundan sonra ortaya çıkacak ve kitabın geri kalanının ilgileneceği soru, EİT değer zinciriyle bağlantılı muhtelif çalışma biçimlerinin sömürüsüne alternatiflerin olup olmadığı ve bu alternatiflere nasıl ulaşılabileceği sorusudur. Kısım 12.2 dijital çalışma ve ortak mülkiyet ilişkisini tartışmaktadır. Kısım 12.3 ve 12.4 özgül bir toplumsal hareketi, yani Occupy'ı ve onun sosyal medya kullanımını analiz etmektedir.

12.2. Dijital Çalışma ve Ortak Mülkiyet

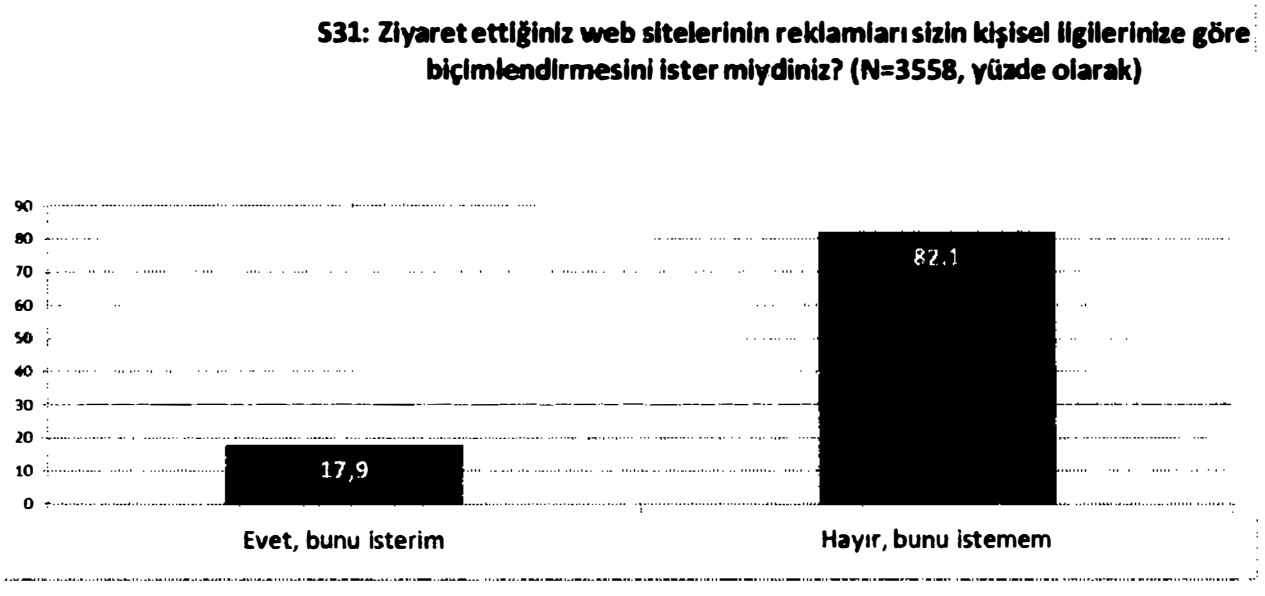
İnternet, kapitalist şirketler tarafından kontrol edilmektedir. Dünyadaki en çok giriş yapılan 100 İnternet platformuna[1] göz atan birisi, bu durumun sadece az sayıda istisnası olduğunu görecektir: Wikipedia ve BBC Online. Wikipedia, ticari olmayan ve kâr amacı gütmeyen, the Wikimedia Foundation tarafından yönetilmektedir (bkz. Firer-Blaess ve Fuchs 2012). Faaliyetlerini bağışlar yoluyla finanse eden Wikipedia'da reklam yer almamakta ve meta satışı yapılmamaktadır. BBC ise, ağırlıklı olarak lisans bedelleri tarafından finanse edilen Britanyalı kamu medya hizmetidir; ancak uluslararası yayınları ve İnternet yayınları aracılığı ile, Birleşik Krallık'taki faaliyetlerini finanse eden reklam satışı yapmaktadır.[2] Bu durum, İnternet kullanımının çoğunun, metaların ve özel şirketlere ait kârın yaratılmasını sağlayan, dijital emekten oluştuğu anlamına gelmektedir. İnternet, büyük oranda,

[1] Bkz. www.alexa.com/topsites

[2] "Uluslararası kullanıcılar, BBC Çevrimiçi Hizmetlerinin bazılarında reklam görebilirler. Bu reklamlar, BBC'nin ticari kolu, BBC Worlwide Limited tarafından sağlanmakta ve sunulmaktadır" (Terms of Use of BBC Online Services—Personal Use, http://www.bbc.co.uk/terms/personal.shtml, erişim tarihi: 8 Ağustos 2013).

dijital emeğin sömürüsünün hâkimiyeti altındadır. Bu noktada akıllara gelen soru, İnternet'in nasıl metasızlaştırılabileceğidir. Yayıncılık alanındaki kamu medya hizmetinin neye benzediği hakkında fikirlerimiz olmakla birlikte, kamu malı fikri, çevrimiçi dünyada hiç yaygın değildir zira, ticari ve şirketsel değerlere ve bu değerlerin hakimiyetine bağlıdır.

Önemli analitik ve politik bir soru, kullanıcıların Facebook ve diğer ticari sosyal medya için sarf ettikleri emekten tatmin olup olmadıkları ve herhangi bir ödeme yapmadan kurumsal platformlara erişme karşılığında kişisel veri metalaştırması değiş tokuşunu mutlulukla kabul edip etmedikleridir. Bu sorunun cevabı kuramsal olarak verilemez; daha ziyade toplumsal araştırma yolu ile verilebilir. Araştırmalara göre kullanıcılar, hedefli reklamcılık konusuna oldukça eleştirel bakmaktadır. Tarafımca yürütülmüş olan "Gözetleme toplumunda sosyal ağ siteleri" (bkz. sns3.uti.at) isimli bir araştırma projesinde, katılımcıların %82,1'i, ziyaret ettikleri sitelerde hedefli reklamcılığın olmasını istemediklerini dile getirmiştir (N=3558) (bkz. şekil 12.1).



Şekil 12.1 "Gözetim toplumunda sosyal ağ siteleri" araştırma projesinde kullanıcıların hedefli reklamcılığa yönelik tutumları (http://sns3.uti.at)

Bazen duyulan karşı bir argüman, hedefli reklamların gizliliği ihlal etmediği çünkü onların sadece veri topladığı ve reklamcılara kişisel verilere doğrudan erişim izni vermediğidir. Çalışmamız ayrıca göstermektedir ki kullanıcıların %59'u, veriler reklamcılarla paylaşılmasa bile Facebook'ta hedefli reklamları istemediklerini söylemektedir (N

= 3558) (bkz. tablo 12.2). %94,7'si, diğer platformlarda Facebook'un kişisel verileri reklamcılara vermesine karşı çıktıklarını söylemektedir (N = 3948).

Facebook profil verilerinizi temel aldığınızda, aşağıdakiler sizin için uygun mudur? (N=3948)			
	Evet	*Hayır*	*Bilmiyorum*
Facebook'taki reklamların kişisel ilgi alanlarınızı, Facebook'un dışsal reklam veren müşterilere bu verileri sağlamaksızın hedeflemesi	1,235 (%31,3)	2,331 (%59,0)	382 (%9,7)
diğer web sitelerindeki reklamların kişisel ilgi alanlarınızı, Facebook'un bu verileri dışsal reklam veren müşterilere sağlamasıyla hedeflemesi	73 (%1,8)	3,738 (%94,7)	137 (%3,5)

Tablo 12.2 "Gözetim toplumunda sosyal ağ siteleri" araştırma projesinde kullanıcıların hedefli reklamcılığa yönelik tutumları (http://sns3.uti.at)

Avrupa genelinde yapılan bir ankete göre, katılımcıların %54'ü hedefli reklamcılıktan rahatsız olduklarını söylemiştir (Special Eurobarometer 359: Attitudes on Data Protection and Electronic Identity in the European Union [Avrupa Birliği'nde Veri Koruması ve Elektronik Kimliğe Yönelik Tutumlar]).

Böyle bir veri, kimsenin, kullanıcıların veri metalaştırması ile "ücretsiz" erişim arasındaki değiş tokuştan mutlu olduğu varsayımını yapamayacağını, aksine kullanıcıların böyle bir değiş tokuş modeline eleştirel yaklaştıklarını ve hedefli reklamcılık ve ticari İnternet platformlarının alternatiflerini tartışma ihtiyacının bulunduğunu göstermektedir.

İnternet'in insanileşmesi, ortak mülkiyet toplumunda ortak mülkiyete dayalı bir İnternet'in varlığını gerektirir. Sermaye mantığı ve özel kâr edinimi tarafından kontrol edilmeyen bir İnternet gerektirir; tüm kullanıcılar tarafından kontrol edilen ve tüm kullanıcılara kazanımlar sağlayan bir İnternet; tüketim yolu ile bitemeyecek bir enformasyon hediyesi mantığına dayanan bir İnternet; herhangi bir ödeme gerektirmeden, herkese açık olan bir İnternet; teknoloji ve bilgiye ortak erişim anlayışına dayanan bir İnternet; ortak üretime, ortak sahipliğe, ortak kontrole, sınıfların ötesinde ortak menfaatlere, ortak kazanımlara da-

yanan bir İnternet gerektirir. Böylece ortak mülkiyet mantığı, ortak mülkiyet toplumunun gerçekliği haline gelir. Michael Hardt (2010, 136) iki çeşit ortak mülkiyet olduğunu savunur: doğal ortak mülkiyet (dünya, toprak, ormanlar, su, hava, madenler vb.) ve suni ortak mülkiyet (fikirler, diller, arzular, bilgi, imajlar, enformasyon, yasalar, sosyal ilişkiler vb.). Slavoj Žižek (2010a, 212–213) kültürel ortak mülkiyet (dil, iletişim araçları, eğitim, yapılar), doğadaki dışsal ortak mülkiyet (doğal çevre) ve doğadaki içsel ortak mülkiyet (insan türü) arasında bir ayrım yapar. Hardt'a göre, ortak mülkiyet, "mülkiyetin sınırlarından kaçıştır" (Hardt 2010, 136).

Hardt ve Žižek'in ortak mülkiyet tanımlamaları ortak mülkiyetin, malların belirli içsel niteliklerine dayandığı, yani tekil insanlar tarafından yaratılmadığı ve belirli bir ölçüde metalaşmaya karşı koyduğu izlenimini yaratır. Fakat bu tanımlamaların ve bunların dayandığı ortak mülkiyet toplumunun ortak mülkiyette temellendiği argümanının sorunu, ortak mülkiyet toplumunda sadece belirli malların, yani doğa, kültür, bilgi ve genel altyapının kolektif olarak sahiplenilip kontrol edilmesi gerektiğini politik olarak ima etmesidir. Sonuçta diğer malların özel mülkiyet statüsü otomatik olarak sorgulanmamaktadır.

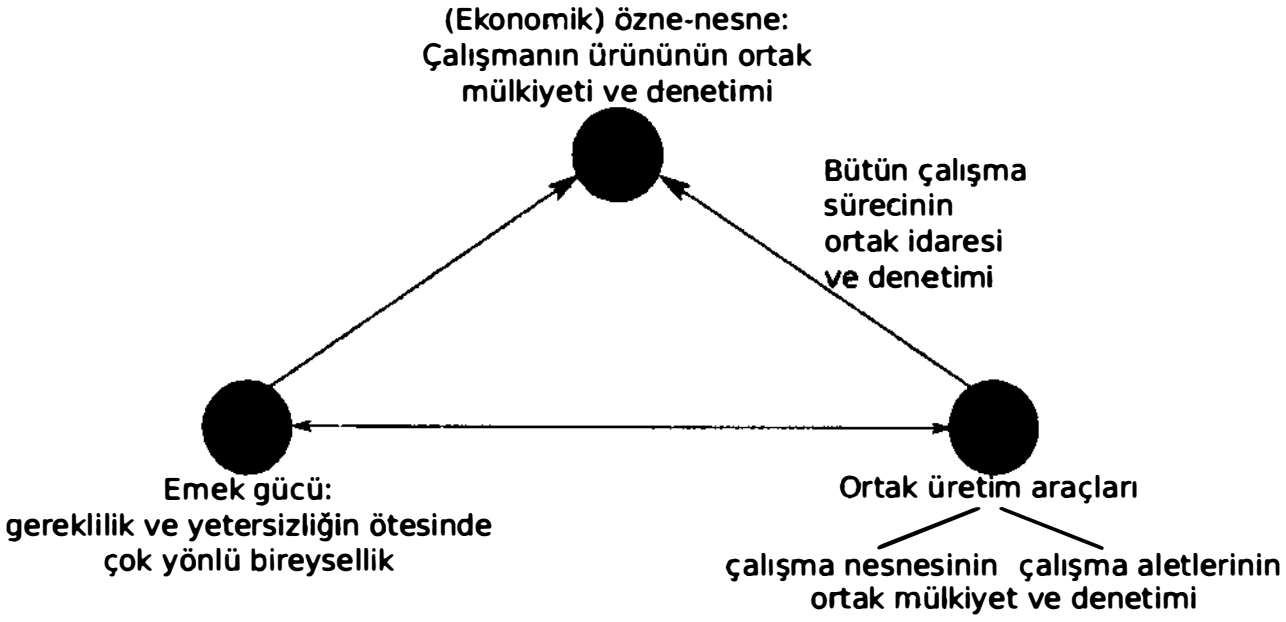
Bisiklet üretimi örneğini ele alalım. Bir bisiklet, belirli bir zaman içerisinde sadece sınırlı sayıda insanın tüketebileceği bir mal olması açısından temiz hava ve bilgiden farklıdır. Tüketimi kişiye ait olan bir maldır. Bununla birlikte, ortak mülkiyet toplumunda bisikletin ortak bir mal olması gerektiği savunulabilir: üretim süreci, üreticiler ve aynı zamanda emek araçları ve nesnelerinin sahibi olması gerekenler tarafından kontrol edilir ve üretimin mahsulü, yani bisiklet, ya kamusal kullanıma açık hâle getirilir ve böylece herkes ihtiyacı olduğunda bisikleti kullanır, ya da kendi bisikletine ücretsiz bir şekilde sahip olur ve böylece herkesin bir bisikleti olur. Bilginin farkı, bisikletin aksine, başkalarını tüketimden dışlamanın daha zor olmasıdır: bilgi aşınma ve yıpranmaya tâbi değildir, prensipte aynı anda sınırsız sayıda tüketici tarafından kullanılabilir ve kolay ve hızlıca çoğaltılabilir. Bunu metaya dönüştürmek için, devlet tarafından yürütülen ve meta

statüsünü dayatan yasal kurallar ve çoğaltmanın yasaklanması gerekmektedir. Bununla birlikte, pek çok mal -sadece kültür, enformasyon, doğa ve altyapı değil- ortak mala dönüştürülebilir (ve tersinde de metalara).

Facebook ve diğer sosyal medyada yaratılan içerik metalaştırılır, ancak bu metalaştırma, içeriğin üreticiden tamamen ayrılmasıyla sonuçlanmaz, bunun yerine kullanıcıların ekonomik kullanım haklarından ve bu haklarla kazanacağı parasal kârlardan ayrılmasıyla sonuçlanır. Bilginin özgün bir mal olarak özgül karakteristiği, tüketilerek bitmemesidir, eş zamanlı olarak pek çok kişi tarafından kullanılması ve kolay ve sonsuzca çoğaltılabilmesi, bilginin bisiklete nazaran daha kolay bir şekilde ortak mala dönüşmesini sağlar, fakat bu aynı zamanda (ters) ideolojik bir fetişizm de yaratır, öyle ki Facebook gibi platformlarda bilginin metalaşması bir sorun yaratmaz çünkü bir kişi başkasının bilgisine yine de erişim sağlayabilir ve metalaştırmayla erişim hakkını kaybetmez. Bilgi, eş zamanlı olarak ortak mülkiyet toplumunun çekirdeğini ve böyle bir topluma karşı yönelmiş ideolojileri temsil eder. Ortak mallar özgül mallar değildir, aksine her mal özel mülkiyete dönüştürebilir, tıpkı ortak mala dönüştürülebileceği gibi:

1. Özne: Emek-gücü bir meta değildir; bunun yerine, verimlilik o kadar yüksektir ki kıtlık ve zorunlulukla karşılaşmayan ve faaliyetlerini özgürce seçen çok yönlü bireyler vardır.
2. Üretim araçları: Emek nesneleri müşterek bir şekilde sahiplenilir ve kontrol edilir.
3. Üretim araçları: Emek araçları müşterek bir şekilde sahiplenilir ve kontrol edilir.
4. Özne-nesne: Çalışma ürünleri müşterek bir şekilde kontrol edilir ve toplumdaki herkes ödeme yapmaksızın bu ürünlere erişebilir.

Ortak mülkiyet toplumunda tüm çalışma süreci ortaklaşa kontrol edilir. Şekil 12.2 ortak mülkiyet toplumunda ortak bir malın boyutlarını göstermektedir.



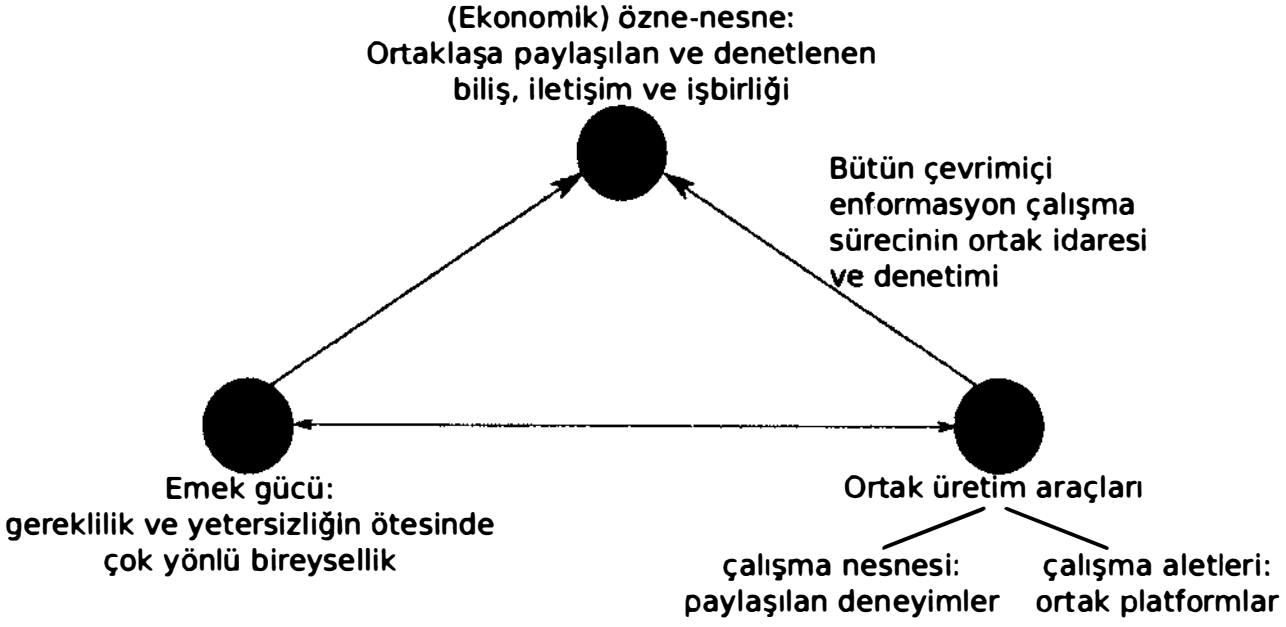
Şekil 12.2 Ortak mülkiyetin boyutları

Dolayısıyla ortak mülkiyete dayalı sosyal ağ platformları aşağıdaki sıralanan boyutlara sahiptir:

1. Özne: Kullanım araçsal bir karaktere sahip değildir ve hiçbir meta onun tarafından yaratılmaz, sadece sosyal ihtiyaçları karşılayan kullanım-değerleri yaratılır.
2. Üretim araçları: Deneyimler, başkalarıyla paylaşılmaya değer şeyler olarak görülür. İnsanlar deneyimlerini başkalarından ayırma ve gizli bir sır olarak saklama gerekliliği hissetmez. Bilgiyi başkalarından saklı ve gizli tutma fikri daha az önemlidir. Gizlilik kavramı ve gerçekliği ortadan kaybolmaz ama farklı bir rol üstlenir. Kamusal iletişim fikri toplum için önemli bir unsur hâlini alır.
3. Üretim araçları: Ortak mülkiyete dayalı sosyal bir vasıta, ticari olmayan, kâr amacı gütmeyen, bütün kullanıcıları tarafından kontrol edilen ve sahiplenilen bir oluşumdur.
4. Özne-nesne: Çevrimiçi çalışma ürünleri meta özelliği taşımaz; tamamen sosyal ihtiyaçlara hizmet ederler: insanlar kendilerini bilgilendirir, herkes birbiriyle iletişim kurar ve birlikte çalışır.

Ortak mülkiyete yönelik bir toplumda (ortak mülkiyet toplumu), dijital emek, dijital çalışma hâline gelir. Kullanım-değeri yaratımı enformasyoneldir: dijital çalışma paylaşımlı bilişsellik, iletişim (sosyal

ilişkiler) ve işbirliği (topluluklar, işbirlikçi çalışma) yaratır. Enformasyonun meta özelliği ortadan kalkar ve tamamen ortak bir mal hâlini alır. Şekil 12.3 ortak mülkiyet toplumunda ortak mülkiyete dayalı bir İnternet platformunun boyutlarını göstermektedir. Çalışmanın öznesi, nesnesi ve özne-nesnesinin bir bütün olarak toplum tarafından kontrol edilmesi ve sermaye birikimi yapan özel bireyler tarafından sahiplenilmesinin sona ermesi anlamında, sadece ortak mülkiyete dayalı bir İnternet, gerçekten ve tamamen "toplumsal bir araçtır". Sosyal medya bundan sonra ortak medya, insanlar tarafından ortaklaşa yönetilen ve kontrol edilen bir "ortaknet" hâline gelebilir.



Şekil 12.3 Ortak mülkiyete dayalı İnternet'in (ortaknet) boyutları

Facebook'un ticari olmayan alternatiflerini kurma girişimleri mevcuttur. Buna örnek olarak şu ağ siteleri verilebilir: Diaspora* (Sevignani 2012), Occupii ve N-1.

Diaspora* kendisini "topluluk tarafından yönetilen sosyal ağ" olarak tanımlamaktadır.[3] Occupii, Occupy hareketi tarafından yaratılmış ve aktivistlerin kendi aralarında ağ kurmaları amacını güden, ticari olmayan bir sosyal ağ hizmetidir. N-1, kendisini "insanlar için, insanlar tarafından sosyal ağ" olarak tanımlayan bir sosyal ağ hizmetidir ve varlığını, "efendinin aletleri, hiçbir zaman efendinin evini yıkmaz" sözleriyle açıklamaktadır.[4] Bu platformların kullanımı, dijital

[3] https://www.joindiaspora.com/ (erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

[4] https://n-1.cc/ (erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

emek değil, dijital çalışmadır: çevrimiçi faaliyetler kullanım değerleri yaratır (iletişim, sosyal ilişkiler, tanınma) fakat meta yaratmaz. Bu platformlar, sermaye ve meta mantığı tarafından değil, ortak mülkiyet mantığı tarafından şekillendirilir. Bunlar, ortak mülkiyete dayalı İnternet'in temel yapılarıdır. Ortak mülkiyete dayalı bir İnternet şunlarla nitelendirilir: herkesin erişimine açıktır ve ortak sahiplenilir, iletişimin ortak bir alanıdır, bilgi üretimi ve paylaşımı için ortak bir güç sağlar, paylaşımlı içeriklerin birlikte yaratımı (işbirliği) için ortak bir alandır ve politik tartışmalar, kolektif değer ve kimliklerin birlikte oluşturulması ve ortak mülkiyet kolonileşmesine karşı mücadeleler için ortak bir alandır (Fuchs 2011a, bölüm 9).

Ancak, alternatif sosyal medya mevcut durumda kapitalizm içerisinde var olmaktadır ve bunun anlamı, işleyiş için gerekli olan belirli malların (özellikle sunucular, alan adları ve bant genişliği) meta olarak satın alınmak zorunda olmasıdır. Kullanılan yazılım, ortaklaşa geliştirilmiş olan özgür yazılımdır. Fakat kapitalizm içerisinde özgür yazılım gelişimi, zaman gerektirmektedir ve zaman, kıt bir kaynaktır. Pek çok özgür yazılım geliştiricisi hayatlarını kazanmak için günlük işlerde çalışmakta ve yazılım geliştirmeye gönüllü olarak ve boş zamanları süresince emeklerinin karşılığı ödenmeyerek katkı sağlamaktadır. Bunun aksine Facebook ve diğer ticari platformlar İnternet üretketici metalaştırmasından gelen bir gelir ırmağına sahiptir. Bu onlara Facebook kullanımını teşvik eden reklam ve kampanyalar yürüterek halkla ilişkilerle ilgilenmek ve işleyiş için gerekli sunucuları ve diğer malları satın almak için yazılım mühendisleri ve diğer işlemsel elemanları istihdam etme fırsatı sağlar. Ayrıca Facebook ve Google gibi platformlar itibar gücüne ve politik etkiye sahiptir zira bu platformlar geniş bir küresel kullanıcı topluluğuna erişimi kontrol eden büyük kuruluşlardır.

Buna karşı, alternatif platformlar bağışa ve gönüllü çalışmaya bağlıdır. Para, kapitalizmin hâkim aracıdır; genel mübadele aracı, yani genel meta olarak para, başka pek çok malı edinmek için kullanılabilir. Bu, kapitalist üretimin sonucudur. Bu yüzden para gücünü kontrol eden ve elinde toplayan kimseler, onlara stratejik bir avantaj sağlayan

bir kaynakla donatılmışlardır. Bu, kapitalizmde alternatif platformların güç eşitsizliği ile yüz yüze geldiği anlamına gelmektedir. Bu eşitsizlik, kapitalizmin doğasında olan, paranın ve diğer kaynakların asimetrik dağılımından kaynaklanır. Pratik olarak bunun anlamı, alternatif platformların Facebook'tan daha az parası ve kullanıcısı olmasıdır. Facebook'un 2012 yılının Kasım ayında yaklaşık 1 milyar kullanıcısı bulunmaktaydı.[5] Buna karşın Diaspora* aynı tarihte 90.000 kullanıcıya[6], Occupii 5.303 üyeye ve N-1 44.414 üyeye sahipti. Bu durum göstermektedir ki, alternatif oyunculara dezavantaj sağlayan ve onların sosyal ağ siteleri alanında de facto tekel olan Facebook'a meydan okumasını zorlaştıran maddi, itibar ve kullanım gücünü Facebook kontrol etmektedir. Sosyal ağ sitelerinin kullanımı büyük bir çoğunlukta ve geniş bir dereceye kadar toplumsal emektir. Toplumsal emek yabancılaşmıştır ve tamamen toplumsal bir mantığa odaklı ve sermaye birikimi mantığının ötesine geçen bir toplumsal çalışma değildir. Diaspora*, Occupii ve N-1 gibi platformların kullanımı dijital çalışmadır, fakat bu çalışma kapitalizm tarafından şekillendirilen İnternet'in eşitsiz ekonomi politiğine gömülüdür.

Alternatifler nasıl güçlendirilebilir? Ortak medya nasıl inşa edilebilir? Bununla ilgili bir argüman, Facebook kullanımının ücretlendirilmesi, sosyal medya sendikalarının kurulması ve çevrimiçi ücret için mücadele edilmesi gerektiğidir. Dijital emek, değer yaratır fakat dijital emek-gücü, büyük ölçüde, bir meta değildir. Karşılığı ödenmez ve bir meta olarak satılmaz. Sosyal demokrasinin başarısızlığı, uzun zamandan beri meta formuna karşı ve emeğin ortadan kaldırılması için mücadele etmemiş olması, bunun yerine emek-gücünün metalaştırılmasını sorgulamayan bir şekilde sadece ücretlerin artırılması için mücadele etmiş olmasıdır. Emek-gücü, kâr mantığını izlemeyen öz-yönetim veya kamu kuruluşlarının oluşturulmasıyla metalaştırma konusundan çıkarılabilir. Para mantığı devam ettiği sürece, bu ku-

[5] Üç aylık kullanım erişimi: Bütün İnternet kullanıcılarının %43,284'ü (alexa.com, erişim tarihi: 18 Kasım 2012). Dünya çapındaki İnternet kullanıcıları: 2.405.518.376 (http://www.internetworldstats.com/stats.htm, erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

[6] Üç aylık kullanım erişimi: bütün İnternet kullanıcılarının %0,00376'sı (alexa.com, erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

ruluşlarda yürütülen çalışmalar ücretlendirilebilir fakat bunlar kamu malı veya ortak mal mantığını izleyen kuruluşlar olduğu için kâr elde etmez. Ücret ilişkisi bir kere tesis edildiğinde, çalışmanın alternatif örgütlenme biçimlerine nazaran ücret artışları için mücadele etmek daha kolay olur.

Karşılığı ödenmeyen dijital emeği sömüren Facebook, Google ve diğer ticari platformların kullanıcılarına bir ücret ödenmesi fikrine karşı çıkıyorum ve bunun yerine mevcut alternatif İnternet platformlarının kullanıcı desteği, bağışları ve kamu fonlarıyla tesis edilip desteklenmesini savunuyorum. Occupii ve N-1 daha çok politik aktivist platformlarken Diaspora* Facebook'a bir alternatif olmak için yola çıkmıştır. Dijital işçi sınıfının sınıf mücadelesinin hem genişlik hem de derinliği amaçlayan birleşik bir politik stratejisinin olması gerektiğini düşünüyoruz: bir yandan pek çok kullanıcıyı çekecek ve sonunda tüm kullanıcıların bir defada alternatif platformlara birleşik eylem transferi olarak Facebook'tan kolektif çıkışıyla sonuçlanacak, ticari olmayan, ortak mülkiyete dayalı bir Facebook alternatifi sağlamayı hedeflemeli; diğer yandan bu strateji sınıf ilişkilerine meydan okuyan bir toplumsal hareket olarak aktivist ağı kurmayı gerektirmeli. Occupy hareketi, sermayenin gücünü sorgulayan bir sınıf mücadelesi hareketidir. Aynı zamanda sosyal medyadan yararlanmıştır ve kendi sosyal medyasını yaratmıştır (Occupii ve Global Square gibi). Facebook ve diğer ticari medya %1'in bir parçasıdır fakat %99 olan dijital emek tarafından beslenmektedir. İnternet'i işgal etmek, İnternet'i politikleştiren ve kullanıcılara ulaşmak ve bir sınıf mücadelesi olarak ticari platformlardan çıkış yapmayı hazırlamak için ağ kurma faaliyetlerinde kendi platformlarından ve mevcut ticari platformlardan yararlanan bir ortak mülkiyet hareketi gerektirmektedir. Genel amaç, çevrimiçi yabancılaşmanın ortadan kaldırılmasıdır ki bu da, dijital emek-gücünün öz-belirlenmesi ve çevrimiçi platformların, çevrimiçi deneyimlerin ve çevrimiçi etkileşimlerin ortak kontrolünün sağlanması anlamına gelmektedir. Dijital emeğin, dijital çalışmaya dönüşmesine ihtiyacımız var. Gerçek bir sosyal medya devrimine ihtiyacımız var.

Jack Qiu, Çin işçi sınıfının ucuz EİT'ler kullandığını ve bunları benimsediğini öne sürmekte, bunları "işçi sınıfının EİT'leri" olarak adlandırmaktadır: bunlar ikinci el telefon, yenilenmiş bilgisayar, korsan DVD, korsan yazılım ve yeniden doldurulmuş yazıcı kartuşu satışını ve kontörlü cep telefonu, İnternet kafe, küçük kablosuz akıllı telefon, blog, bilgisayar oyunu, eşler arası ağ kullanımını ve QQ İnternet mesajlaşmasını (günümüzde bunlara sosyal ağ siteleri RenRen ve mikroblog Weibo da eklenebilir) kapsamaktadır. Bu EİT'ler hayatta kalma, eğlence, sosyal ilişkiler, eğitim, karşılıklı destek ve siyaset amacıyla ağ kurmak için kullanılırlar. Qiu'nun kitabı (2009), Çin'deki EİT endüstrisinde yüksek derecede sömürülen emeğin rolünü net bir şekilde gösteren, ilgi çekici ve ampirik olarak güvenilir bir çalışmadır. Analizi gayet aydınlatıcıdır ve Çin'de haklarından mahrum bırakılmış işçilerin yüzleşmek zorunda kaldığı koşulların bir eleştirisi niteliğini taşımaktadır. Bu çalışmayı sempatik kılan, birinin kitabı okurken hissettiği, yazarın sınıf dayanışmasıdır. Ortaya çıkan kuramsal bir soru, "işçi sınıfı EİT'leri" teriminin nasıl kullanılması gerektiğidir. Qiu'ya göre bu terim, yeni işçi sınıfının görece ucuz EİT kullanımına ve çevrimiçi işçi sınıfı kültürüne olduğu kadar EİT üretiminin kayıt dışı ekonomisine de işaret etmektedir. İşçi sınıfını karakterize eden şey, sermaye-olmayışıdır: sermayeye sahip değildir ve sermayeyi kontrol etmez, bu sebeple ekonomik anlamda yoksuldur. Emek "değer değildir", "sermaye değildir", "hammadde değildir", "emek aracı değildir", "ham ürün değildir" (Marx 1857/1858b, 295): "mutlak yoksulluktur"; bu da "nesnel zenginlikten dışlanma" (a.g.e., 296) ve aynı zamanda emeğin "değerin yaşayan kaynağı", zenginliğin "genel ihtimali" olarak kurulması (a.g.e.) anlamına gelmektedir. Emeğin sermaye olmayışı ve sermayeyle bir sınıf karşıtlığı içinde bulunduğu göz önüne alınırsa, işçi sınıfı EİT'leri, üretimi ve çıktısı işçiler tarafından kontrol edilen ve sahiplenilen EİT'ler (başka bir deyişle öz-yönetimli EİT şirketleri) olarak düşünülebilir. Çinli işçilerin EİT (örneğin korsan DVD) ürettikleri bir kayıt dışı ekonomi yaratmaları halinde, "enformasyonu ol(may)anların" EİT üretimini kontrol etme yollarını bulma girişiminden bahsedilebilir. İşçi sınıfı EİT'leri kategorisi kuramsal olarak ilgi çekicidir ve oldukça yararlı olabilir. Asıl soru, bu nosyonun, kapita-

list şirketler tarafından işçilere satılan ucuz EİT kullanımını tamamen kapsayıp kapsayamayacağıdır. Sermayenin temel mantığı şudur: yoksul olmasına rağmen yüz milyonlarca işçi olduğu gerçeği, kârlı bir pazar dilimi yaratır. Ancak bu şirketler işçi kontrolü altında değildir ve aslında, işçilerin sömürüsü kadar kullanıcıların sömürüsü aracılığıyla var olmaktadır (kullanıcı sömürüsü, hedefli reklamcılığın bir sermaye birikimi modeli olarak kullanıldığı durumda geçerlidir). İşçi sınıfı şu anlamda evrenseldir: işçi sınıfının kurtuluşu yalnızca sermayenin değil, aynı zamanda tüm sınıfların sonunu getirir. Dolayısıyla işçi sınıfı EİT'lerinin kavramsal olarak en iyi tanımı, sınıf karakterini patlatmaya çalışan EİT'ler, yani doğrudan üreticiler ve üretketiciler tarafından kolektif bir biçimde sahip olunan, kontrol edilen, işletilen ve kullanılan EİT'ler olarak yapılabilir. Böyle bir tanım, bu EİT'lerin ortak mülkiyetin ya da dijital medya ortak mülkiyetinin bir parçası olduğunu söylemekle aynıdır. Demek ki Tencent (QQ), Renren Inc., Sina Inc., Youku Inc., NetEase Inc. (163.com) gibi kapitalist şirketler tarafından kontrol edilen, üreticileri ve üretketicileri sömürerek kâr elde eden EİT'ler, tanım itibariyle işçi sınıfı EİT'leri olamaz. "İşçi sınıfı EİT'leri" teriminin Marksist bir tanımı da ortak mülkiyete dayalı EİT'ler ve kapitalist EİT'ler arasında, artığın kontrol edilme yöntemi üzerine bir mücadeleyi ifade etmektedir.

İşçi sınıfının EİT kullanımı kavramı, kendinde sınıf ve kendisi için sınıf arasındaki farkı yansıtmak zorundadır: üretim ilişkileri içerisindeki konumunda herhangi bir öznellik biçimiyle bulunan işçi sınıfı ile politik olarak bilinçli ve politik mücadelelerde yer alan işçi sınıfı arasındaki farklılık. Öznel ve nesnel sınıf boyutları arasındaki farkı belirtmek için "proletarya" ve "işçi sınıfı" terimleri kullanılabilir; böyle bir ayrıma dayanarak işçi sınıfı politik olarak bilinçli ve politik olarak (kendi) örgütlenmiş, mücadele eden proletaryadır, kendinde ve kendisi için sınıftır, kendi kendini oluşturan kolektif bir siyasal güçtür. Demek ki proletaryanın işçi sınıfı hâline gelişi, toplumsal mücadelelerde meydana gelen siyasal bir süreçtir. *Komünist Manifesto* şu sözlerle sona erer: "Proletarier aller Länder, vereinigt Euch!" (Bütün ülkelerin proleterleri, birleşin!) (Marx ve Engels 1848, 493). Bu, Marx ve Engels'in, kendinde işçi sınıfını proletarya olarak gördüğünün bir göster-

gesidir. Proletarya, kendisinin ortadan kaldırılması ve böylelikle tüm sınıfların ve sınıflı toplumun ortadan kalkması adına mücadele eden işçi sınıfı hâline gelmek için kendini örgütleyen, henüz politik olarak örgütlenmemiş, henüz birleşmemiş ve henüz bilinçlenmemiş sınıftır. Karl Heinz Roth ve Marcel van der Linden (2009, 592; Almancadan çeviri) küresel proletaryayı "sömürülenlerin çoklu evreni", "emek güçlerinin yabancılaştırılması ve emek güçlerine değer biçilmesinin yanı sıra gasp, disiplin altına alma ve dışlanma" durumlarında bulunan kişiler olarak ve küresel işçi sınıfını ise (*Weltarbeiterklasse*), emeklerinin sömürülmesine ve emeklerine değer biçilmesine direnenler olarak tanımlamaktadır. Eğer proletarya ve işçi sınıfı arasında kuramsal bir ayrım yapılırsa, "proleter EİT'ler" ve "işçi sınıfı EİT'leri" arasında da bir ayrım yapılabilir. Her ikisi için de, EİT'lerin ekonomik, politik ve kültürel amaçlar için farklı (a) üretim, (b) dağıtım ve (c) kullanım yönleri bulunmaktadır. Proletarya, EİT'leri her türlü amaç için kullanmaktadır ve proletaryanın yeterince büyük olduğu durumda bu, kârlı bir endüstri, bir tür proleterlere ucuz EİT satışı endüstrisi hâline gelmektedir. Aynı zamanda, proleter EİT'ler sermaye tarafından düzenleniyor ve meta biçiminde bulunuyorsa, sömürü ve sınıf karşıtlığının derinleşmesi, proleter EİT'lerin yapısal bir özelliği olur. Bir işçi sınıfı olarak proleterler, sömürülmemekten menfaat sağlamaktadır çünkü sömürü onların imkânlarını kısıtlamaktadır ve eşitsizliğin yapısal nedenidir. Dolayısıyla proleterlerin işçi sınıfı hâline gelmeleri belirli özelliklere, yani EİT'lerin işçi sınıfı mücadelelerinde kullanımına, yol açmaktadır. Bunun yanında eğer işçi sınıfı kendisinin, ve böylelikle tüm sınıfların, sömürüsünü ortadan kaldırmayı isteyen evrensel sınıfsa, EİT'ler alanında niteliksel olarak farklı EİT mülkiyet ve organizasyon yapılarını, yani artık meta olmayan, işçiler tarafından kontrol edilen ve işçilerin sahip olduğu EİT'leri (örneğin öz-yönetilen EİT'ler ya da ortak mülkiyete dayalı EİT'ler) temsil etmektedir. Demek ki işçi sınıfı EİT'leri nosyonu aynı zamanda EİT'lerin ortak mülkiyet (malları) hâline gelişini de zorunlu olarak içermektedir. Ortak mülkiyet bütün insanlar tarafından üretilen ve yaratılan yapılardır. Dolayısıyla iletişim de bir ortak mülkiyettir. İletişim, insanlığın hayatta kalmasının toplumsal bir aracıdır. Bu sebeple metalaştırma, ile-

tişimin özüyle çelişmektedir. Metalaşma, iletişimsel çalışmayla ya da var olmak amacıyla hepimizin ürettiği iletişimle çatışma hâlindedir. Günümüzde İnternet'in büyük bir kısmı meta mantığına ve sermaye birikimine dayanmaktadır. Ortak mülkiyete dayalı İnternet ya da işçi sınıfı İnternet'i için mücadele etmek, günümüzde politik bir görevdir.

Weberci ve Marksçı sınıf kavramı arasındaki farklılık şudur: ilkinde bir sınıf benzer yaşama koşulları ve fırsatlarına sahip olan bireylerden oluşurken Marksçı sınıf tanımında iki sınıf arasında ters karşılıklı bağımlı refah, bir sınıfın zenginliğin sahipliğinden dışlanması ve egemen sınıfın emeğin ürünlerine el koyması vardır (Wright 1997, 10; Wright 2005, 23). Bunun anlamı şudur: Marx'a göre sınıf, egemen sınıf ve tahakküm altındaki sınıf arasındaki sömürü ilişkisidir; sermayeyi kontrol eden ve sermayeye sahip olan kişiler, işçilerin yarattığı artı zamana ve ürüne el koyma (satış hakkını ifade eden mülk edinme) gücüne sahiptir zira işçiler, hayatta kalmak için sermayenin kontrolü altında çalışmaya zorlanmaktadır. Marksist sınıf yaklaşımı son derece ilişkiseldir (Gubbay 1997), sınıf, üretim yapısındaki zıt konumlar arasındaki diyalektik bir ilişkidir: Kapitalizmde her sınıf var olmak için diğerine ihtiyaç duymaktadır ve her sınıfın, artığın nasıl bölüşüleceğine ilişkin birbiriyle çelişen çıkarları bulunmaktadır (sermayenin, artı değerin tamamına ya da bir kısmına sahip olması, emeğin sahip-olmama durumuna işaret etmektedir).

Weberci bir yaklaşımda, "enformasyonu ol(may)anlar" ayrı bir sınıftır ("orta sınıf" ya da "üst sınıf" gibi) zira güvencesizlik ve hayatta kalma mücadelesiyle karakterize edilen benzer yaşam koşullarına sahiptirler. Marksist bir yaklaşımda, enformasyonu ol(may)anlar kapsamlı bir sınıfa, işçi sınıfına ait olan bir gruptur: Kongolu köle işçilerle, Amerikalı otomobil işçileriyle, Hint yazılım işçileriyle ve benzerleriyle bir ortak noktaları vardır, sermaye tarafından sömürülürler ve bu sömürüde, kendilerini bu sömürüden özgürleştirme yolunda müşterek ve evrensel bir çıkara sahiplerdir. Dolayısıyla Marksist bir yaklaşımda enformasyonu ol(may)anlar ayrı bir sınıfı değil, işçi sınıfı içinde bir grup ya da alt grubu oluştururlar. Marksist bir sınıf kavramı ilişkiseldir, sömürüye ve mücadeleye odaklanır.

Marksist bir *bilgi işçisi sınıfı* kavramının avantajı, ilişkisel olması ve böylelikle işçilerin şirketler ve EİT değer zincirindeki küresel işbölümü arasındaki sömürü ilişkileri yüzünden karşı karşıya kaldıkları durumu vurgulayabilmesidir. Bu karşıtlıkların çözümü sınıf mücadelesinde ve niteliksel olarak farklı bir EİT ekonomisinin kuruluşunda yatmaktadır. Weberci bir kavram ise içsel benzerliklere ve grupların özelliklerine daha fazla odaklanırken gruplar arasındaki ilişkilere daha az odaklanmaktadır.

Sosyal bilimlerdeki postmodern dönüş, sınıftan bir sapma olmuştur. Sınıf, kasıtlı bir şekilde tartışılmamış ya da analiz edilmemiştir. Dolayısıyla analitik bir kategori olarak sınıfa herhangi bir geri dönüş, günümüzde oldukça önemlidir. Fakat çoğulcu bir sınıf kavramı muhakkak karmaşık olmak zorunda değildir; birbirine kolayca uyum sağlamayan boyutların basitçe bir varsayımı olabilir. Hem Marksist hem de Weberci yaklaşım sosyo-ekonomik eşitsizlikle ilgilenmektedir. Farklılık kuramsal ve siyasaldır: Marx'ın yaklaşımı sömürünün karşıt ilişkilerinin analizine olanak sağlamakta ve sömürünün temel nedenlerinin ortadan kaldırılması çağrısında bulunmaktadır. Weberci yaklaşımlar sınıf konumları ve durumları üzerine vurgu yapmaktadır. Bu yaklaşımlar mutlaka bir sınıf karşıtlığı görmez çünkü politik olarak sınıf uzlaşısını savunma eğilimindedir. Sınıf konumları ve durumları, hayat fırsatlarının ekonomideki dağılımından kaynaklanan bir şekilde tanımlanmaktadır. Bireyler bir sınıfın parçası olarak görülür zira kıyaslanabilir bir gelir miktarları, zenginlikleri ve ev tüketim örüntüleri, kıyaslanabilir bir hayat tarzları, meslekleri, toplumsal statüleri, sosyal güvenlikleri, sosyal hareketlilikleri, becerileri ve benzerleri bulunmaktadır. John Goldthorpe (2000) ve Anthony Giddens (1980) iki tanınmış, modern Weberci sınıf yaklaşımını geliştirmişlerdir. Sınıfın nasıl tanımlandığının, oldukça önemli kuramsal ve siyasal çıkarımları vardır. Çoklu sömürü ilişkilerine dayanan, patlama hâlindeki eşitsizliklerle dolu bir dünyada, küresel toplumun Marksçı bir analizi en uygun yaklaşımdır.

Weberci ve Marksist sınıf kavramları arasındaki ayrımın, işçi sınıfı EİT'leri kuramsal kavramı üzerine çıkarımları bulunmaktadır. İşçi sınıfı EİT'lerinin Weberci nosyonunda bu iletişim araçları, kullanıcıların ben-

zer hayat fırsatları yoluyla tanımlanmaktadır, örneğin EİT kullanımının derecesi gibi. Bu durumda, ücret sahibi olanların belirli EİT'lere kayda değer bir erişimi oluyorsa ve bunlardan yararlanıyorsa işçi sınıfı EİT'lerinden bahsedilebilir. O halde sonuçta oluşan merkezî politik problem, işçilerin belirli EİT'lere kullanım erişiminin olmamasıdır ve bir kere bu kullanıma erişirlerse problem çözülmüş olur. İşçi sınıfı EİT'lerinin Marksist kavramında, mülkiyet oldukça önemli bir rol oynamaktadır: EİT'lerin üretim süreci, üretim araçları ve ürünleri işçiler tarafından kolektif olarak sahiplenilir. Eğer bunun aksine, belirli EİT'ler kapitalist biçimde üretiliyorsa, bu üretim işçi sömürüsünü ifade eder, böylece bu EİT'ler işçilerin nesnel çıkarlarıyla çelişir ve dolayısıyla işçi sınıfı EİT'leri olarak tanımlanamaz. Buna karşılık gelen politik problem, EİT'lerin ve toplumun kapitalist karakterine karşı bir sınıf mücadelesidir. Weberci yaklaşım erişim ve kullanıma odaklanmakta, Marksçı yaklaşım ise mülkiyet ve artı ürünün kontrolüne odaklanmaktadır.

Proleter dijital medya ve işçi sınıfı dijital medyası arasında bir farklılık vardır. Proleter dijital medya kâr amacı gütmemesi ve ticari olmamasına rağmen çoğunlukla kapitalist mülkiyet yapısı özelliğini barındırmaktadır. İşçi sınıfı dijital medyası, öz-yönetim sürecinde işçiler tarafından kontrol edilen mücadelenin medyasıdır. İşçi sınıfı mücadelelerinin asıl mücadelesi, ekonomik bir demokrasi kurularak sınıfların ortadan kaldırılmasıdır. Tıpkı işçi sınıfının, ortak mülkiyet toplumu olmaya çabalaması gibi, işçi sınıfı medyası da ortak mülkiyet medyası olmaya çabalamaktadır. İşçi öz-yönetimi bilgi işi ve İnternet ile sınırlı değildir. Herhangi bir üretim biçimine uygulanabilir, madencilik kooperatifleri örneği bunu göstermektedir: Politika tartışmaları, DKC'den çatışma madenleri ithal edilmesinin yasaklanmasına yönelik öneriler içermektedir (ABD'deki Dodd-Frank Yasası). Fakat pek çok işçinin tek gelir fırsatının madencilik olduğu göz önüne alındığında, bu gibi ölçüler eninde sonunda ülkedeki sosyo-ekonomik durumu olumsuz bir şekilde etkilemekte ve dolayısıyla sonrasında şiddet, yoksulluk ve köleliğin temelini oluşturan koşulları geliştirmektedir (Finnwatch ve Swedwatch 2010). Uygulanabilir bir alternatif ise, işçi tarafından kontrol edilen ve sahiplenilen madencilik kooperatifleri oluşumunu desteklemektir. Örneğin Bisie madeninin bulunduğu Walikale'de,

maden satın alan Vin de Minier M'Pama du Bisie kooperatifi vardır (Eichstaedt 2011, 114). Walikale'de yerel meclis üyesi olan Gilber Kalinda, kooperatiflerin silahlı milis kontrolüne karşı uygulanabilir bir alternatif olduğunu ve "milis kuvvetlerinin savaş için madenleri kullanma imkanlarını azaltabileceğini" söylemektedir (a.g.e., 133). Masisi'de madencilik kooperatifinin müdürü olan Jotham Vwemeye, "kooperatifin insanların hayatlarını yerel düzeyde geliştirme aracı olduğunu" söylemektedir (a.g.e., 147).

Buradaki soru, işçi sınıfı mücadelelerinin günümüzde nasıl göründüğü, hangi ilişkilere ve problemlere sahip olduğu ve medya ve iletişimin bunlar içerisinde nasıl bir rol oynadığıdır. Bu kitap modern işçi sınıfı mücadelelerinin eksiksiz bir irdelemesini sunamamakta; daha ziyade kendini bir örnekle, yani Avrupa ve ABD'deki Occupy hareketiyle sınırlamaktadır. Bu harekete odaklanmak, örneğin Çinli işçilerin mücadeleleri gibi (Bkz. Qiu 2009, Zhao 2008) diğer mücadelelerin daha az önemli olduğunu veya önemli değişimlerin Batıda yer alması gerektiğini asla ima etmez. Kapitalizm küreseldir ve mücadeleler dünyanın pek çok bölgesinde yer almaktadır. Kayda değer dönüşümler, Arap Baharı'nın göstermiş olduğu gibi, her yerde meydana gelmektedir. Occupy'ın tercih edilmesi, daha çok, yazarın bu hareketi analiz etmek için sözel becerilere sahip olması fakat diğer pek çok hareketi analiz edememesi koşuluyla güdülenmiştir. Arap baharı, Çinli işçi sınıfı, Latin Amerika'daki popüler hareketler ve benzerleri gibi hareketlerin analizi can alıcı bir öneme sahiptir ve bunun geliştirilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir.

Kısım 12.3, Occupy'ın nasıl bir hareket olduğunu irdelemektedir. Bu analize dayanarak kısım 12.4, Occupy'ın sosyal medya kullanımını analiz etmekte ve bu tartışmayı işçi sınıfı medyası nosyonuna bağlamaktadır.

12.3. Occupy Hareketi: Yeni bir İşçi Sınıfı Hareketi mi?

2008 yılında küresel bir ekonomik kriz evresi başladı. David Graeber (2011) neoliberalizmin üretkenlik ve ücretler arasındaki bağı kopardığını, öyle ki üretkenlik artışının ücretleri yükseltmediğini öne

sürmektedir. Ücretler daha ziyade sabit kalmakta veya düşmektedir. Kapitalizm "neredeyse her şeyin düzenleyici ilkesi hâline gelmiştir" (a.g.e., 376). Vatandaşlar, kredi kartlarıyla yaşamaya zorlanan ve evlerini ipotek ettirmek veya yeniden ipotek ettirmeye cesaretlendirilen borçlulara dönüştürülmüştür. Büyük kriz gerçekleşti çünkü "artık dünyadaki herkesi gerçekten mikro-şirketlere dönüştüremeyeceğini veya 'krediyi demokratikleştiremeyeceğini' kanıtladı" (a.g.e., 381). Krize bir cevap olarak hükümetler "kimin gerçekten hiçbir şeyden para kazanacağına, finansörler ya da sıradan vatandaşlar, karar vermeye zorlandılar. [...] Finansörler 'harcanan vergi gelirleriyle kurtarıldılar'" (a.g.e.).

ABD ve Avrupa'daki Occupy hareketleri, tıpkı Arap Baharı gibi, bu kriz bağlamında konumlanan hareketlerdir. Kitabın bu kısmı Occupy hareketinin ne tür bir hareket olduğunu sormaktadır. Bu soruya bir cevap önermek için, öncelikle 12.3.1. kısmında toplumsal hareketlerin kuramsal olarak nasıl kavramsallaştırıldığının kısa bir özeti verilmektedir. 12.3.2 kısmında bazı önemli siyaset kuramcılarının yakın zamandaki çalışmalarda Occupy hareketini nasıl kuramsallaştırdığını ele alıyor ve kavrayışlarını yeni toplumsal hareket kuramıyla karşılaştırıyorum. Kısım 12.3.3'te kuramsal kavramsallaştırma düzeyinden öznellik düzeyine geçiyorum. Occupy hareketinin temel belgelerini analiz ederek hareketin kendini nasıl kavramsallaştırdığını göstermek istiyorum. Son olarak, kısım 12.3.4'te bazı sonuçlar çıkarılıyor.

12.3.1. Toplumsal Hareket Kuramı

Toplumsal hareketler, bu tür literatürde kolektif olarak bağlayıcı hedefler kurmak isteyen (Offe 1985, Touraine 1985) gayri resmî, çatışma yanlısı kolektifler olarak nitelendirilir (Diani 2003, della Porta ve Diani 2006); toplumsal değişime yönelmiştir (McCarthy 1996, 145; McCarthy ve Zald 1977); siyasidir (Kriesi 1996); doğrudan katılım içerir; siyaseti protesto eder; gevşektir, merkezsizleştirilmiştir, taban örgütlenmesidir ve katılımcı demokrasinin bir ifadesidir (della Porta ve Diani 2006, 145–150; Rucht 1996); ve sürekli kampanyalarla çok konulu doğrudan aktivizm ile ilgilidir (Bennett 2005). *Hükümet dışı örgütlerin* (NGO'lar) tıpkı toplumsal hareketler gibi siyasi olduk-

ları ve kolektif olarak bağlayıcı hedefler kurmak istedikleri düşünülür (Offe 1985, Touraine 1985). Buna rağmen NGO'lar, daha resmî (Rucht 1996); toplumsal değişim ve protestolardan daha çok lobiciliğe odaklanan (Roth ve Rucht 2008, 18); hiyerarşi, liderlik ve temsil içeren (della Porta ve Diani 2006, 145–150); ve daha merkezleşmiş ve tek bir konuya ve politik reformlara daha çok odaklanan örgütler olarak görülür (Bennett 2005). Hem toplumsal hareketler hem de NGO'lar sivil toplumun siyasal kamu alanının birer parçası olarak görülür. Della Porta ve Diani (2006, 20ss) (siyasî veya kültürel) çatışmaları, muhalifleri, gayri resmî ağları ve kolektif kimliği toplumsal hareketlerin karakteristiği olarak görür.

Protesto hareketleri toplumsal sorunlara bir tepkidir, korkunun ve bu hâliyle toplumdan duyulan memnuniyetsizliğin bir ifadesidir ve değişim ve sorunlara çözüm için yapılan bir çağrıdır (Fuchs 2006). Protesto hareketleri, modern toplumların ekolojik, ekonomik, politik, sosyal ve kültürel sorunlarına sivil toplumun verdiği politik cevaplardır. Toplumun antagonist yapıları tarafından üretilen sorunlar, politik sistemin alt sistemi olan sivil toplum içerisinde kendisini örgütleyen protestonun ortaya çıkması için bir koşul oluşturur. Her bir protesto hareketi, baskılara tepki vermesi ve belirli toplumsal yapıların varlığını protesto etmesi anlamında tepkiseldir, ama aynı zamanda toplumu dönüştürmek istemesi ve bu dönüşüm sürecine rehberlik edecek belirli değerleri ve hedefleri koruması anlamında her biri proaktiftir. Bir protesto hareketinin ortaya çıkışı, maddi bir temel olarak toplumsal sorunların varlığına dayanır (a.g.e.). Protesto, ihtilaf ve sorunlara yol açan mevcut yapıların reddedilmesidir ve toplumun belirli yönlerini veya bir bütün olarak toplumu dönüştürmeyi amaçlayan siyasi bir mücadeledir. Ne sorunların şiddetlenmesi, yeni siyasi olanakların yapısal açılımı, ne de protesto hareketleri için kaynakların artması otomatik olarak protestoyla sonuçlanır (a.g.e.). Sadece, toplumsal sorunlar sorun olarak algılanırsa ve bu algı pratiğe rehberlik ederse protesto ortaya çıkar. Nesnel yapılarla öznel değerler ve pratikler arasındaki fark protestonun önemli bir boyutudur. Protesto, toplumsal sorunların varlığına, bu sorunların insan aktörleri tarafından sorun olarak algılanışına, bu sorunların katlanılmaz ve pratiği etkinleştiren ve hareket

ettiren bir manevi öfke olduğu değerlendirmesine dayanır. Bir sorunun çözülmesi gereken bir sorun olarak algılanması, otomatik olarak protestonun ortaya çıkmasıyla sonuçlanacağı anlamına gelmez, fakat protestoyu örgütleme girişimleriyle sonuçlanabilir. Bu gibi girişimler sadece protesto için olanak ve kaynakların bulunabilmesi ve harekete geçirilebilmesi durumunda başarılı olur. Protesto, alternatif anlamlar ve değerler için kolektif bir arayış ve bunların bir üretimidir. Her protesto grubu belirli bir kimliğe sahiptir ve hepsinin muhalifleri ve hedefleri vardır.

Alain Touraine, her türden modern toplumun (ticari, endüstriyel, post-endüstriyel) merkezi bir çatışmaya ve bu mücadeleleri canlandıran tek bir toplumsal harekete dayandığını öne sürmektedir. Endüstriyel toplumlar sınıf mücadelelerine dayanmaktayken post-endüstriyel toplum sembolik malların (enformasyon, imgeler, kültür) üretimi üzerindeki mücadelelere dayanmaktadır (Touraine 1985, 774). Sanayi sonrası toplumda mücadeleler daha çok doğa, cinsiyet, gençlik ve yaşlılık gibi biyolojik ve doğal oluşumlara dayanır ve mutluluk için mücadele edilir (Touraine 1988, 111). Jürgen Habermas, yeni toplumsal hareketlerin bölüşüm üzerindeki çatışmalara odaklanmadığını, daha ziyade "bu yeni çatışmaların kültürel yeniden üretim, toplumsal bütünleşme ve sosyalleşme alanında yükseldiğini [...] kısacası yeni çatışmaların bölüşüm sorunları tarafından değil fakat hayat biçimlerinin grameriyle ilgili sorular tarafından ateşlendiğini" öne sürmektedir (Habermas 1987, 392). Laclau ve Mouffe (1985) toplumsal hareketlerin yeniliğinin sınıf tarafından değil, örneğin cinsellik, cinsiyet, etnisite ve doğa tarafından tanımlanan yeni bağlılık formlarını sorgulama özelliğinden kaynaklandığını savunmaktadır. Toplum günümüzde kendini ayrı mücadelelerle ortaya koyan uzlaşmazlığın çoğulluğuna, mücadele alanlarının özerkleşmesine ve radikal, çoğulcu bir demokrasinin yolunu açan öznelerin çoğulluğuna dayanmaktadır. Offe'ye göre (1985) yeni olan, yeni toplumsal hareketlerin (YTH'ler) sosyo-ekonomik gruplar olarak hareket etmemesi, bunun yerine atfedici bütünlük adına hareket etmesi, sadece ekonomik konularla ilgili olmaması, temel değerlerinin özerklik ve kimlik olması ve yüksek derecede gayri resmî ve spontane olması ve yatay ve dikey ayrımlaşmanın düşük

olmasıdır. Eder (1993), doğanın, sınıf mücadelesinin yeni bir alanı olduğunu ileri sürmektedir. Yeni toplumsal hareketler kimlik üretme araçlarının ve kültürel ifade araçlarının kontrolü için mücadelelerdir; kimlik-inşasından dışlanmaya karşı protesto yaparlar ve sembolik ve görünmez bir mal olarak kimlik kontrolüne karşı olduğu kadar alternatif değerler (iyi yaşam, topluluk) için de savaşırlar.

Bu yaklaşımlar, yeni toplumsal hareketlerin temel olarak sınıf mücadelesine, bölüşümsel adalet sorunları ve sosyo-ekonomik konulara yönelik olmadığı, daha ziyade kültür ve insan varlığının içsel ve dışsal doğasıyla ilgili kimlik siyaseti ve mücadelelere odaklandığı varsayımını paylaşır. Küresel Adalet Hareketi'nin [Global Justice Movement] ortaya çıkışı bu varsayımlara karşı çıkar. Bu, neo-liberal küreselleşmeye karşı olan ve küresel adalet ve katılımcı demokrasi çağrısında bulunan küresel toplumsal bir harekettir (della Porta 2007a).

Küresel Adalet Hareketi "piyasaların liberalleştirilmesine, bunların neoliberal gündem tarafından hükmedilen politik kararların sonucu olarak dile getirilmesine" (a.g.e., 22) ve "refah devleti niteliklerinin azaltılması ve eşitsizliklerin artmasına" tepki göstermiştir (della Porta 2007b, 236). Bu, tek konulu yeni toplumsal hareket değildi, aksine, "'yeni toplumsal hareket' ile karıştırılmasına rağmen toplumsal konuların yeniden dirilmesi olarak karakterize edilmektedir" (a.g.e.). Hareket, ekonomik küreselleşmeye özel bir ilgi göstermiştir ve Küresel Adalet Hareketi içinde "toplumsal konuların yeniden ortaya çıkması" (a.g.e., 242) "sınıf çelişkilerinin istikrarlı düşüşü gibi bazı önceki hipotezlere [örneğin postmodernizm ve yeni toplumsal hareket] karşı çıkmıştır" (a.g.e., 250). Nick Crossley (2003) Habermas'a dayanarak altermondialist hareketi analiz etmiştir. Bu, "yaşam dünyasının" piyasa ve sermaye tarafından sömürgeleştirilmesine bir tepkidir. Oysa Habermas sömürgeleştirilmenin ekonomi ve bürokrasi tarafından yapıldığını vurgularken, çağdaş sömürgeleştirme temel olarak piyasaya dayanmaktadır.

1970'ler ve1980'lerdeki siyasi mücadelelerin güçlü bir şekilde dışlanmış kimliklerin (kadınlar, gayler lezbiyenler, transseksüeller, vb.) tanınmasına ve doğanın bir değer olarak tanınmasına (ekolojik hare-

ket) yönelik olması ele alındığında bu spesifik mücadeleler güçlü bir sosyo-ekonomik eşitsizliğin yükselişi sebebiyle belirli bir dereceye kadar sınıf sorunlarının yeniden ortaya çıkışı nedeniyle olmak zorundadır. Küresel Adalet Hareketi, kapitalizm tarafından artan bir şekilde özelleştirilen ve metalaştırılan ortak mülkiyeti yeniden kazanmayı amaçlayan hareketlerin bir hareketini oluşturmuştur (Klein 2004). Bu hareket farklı mücadeleleri birleştirmiş ve *şirket egemenliğini* sorgulayarak sınıf sorunlarına yeniden odaklanmıştır.

12.3.2. Modern Siyaset Kuramı'nda Occupy Hareketi

Hardt ve Negri (2012, "Opening") demokratik küreselleşme hareketinin *göçebe* (küresel kuruluşların toplantılarını takip eden) olmasına karşın Occupy bileşenlerinin hareketsiz olduğunu savunmaktadır: işgal edilen alanlardan "ayrılmayı reddetmektedirler". Bu hareketler "toplum için, ayrıca neoliberalizmin ve netice olarak özel mülkiyet yönetiminin adaletsizliklerine karşı çıkma anlamında mücadelelerdir" (a.g.e.). Hardt ve Negri'ye göre, çağdaş ayaklanmaların dört nedeni vardır: finans kapitalizminin borçluyu yaratması, ET'nin medyalaşmışı yaratması, güvenlik rejiminin güvenlikleştirilmişi yaratması ve yozlaşmış devletin temsil edilmişi yaratması (a.g.e.,1. bölüm). Dolayısıyla Hardt ve Negri Occupy için üç neden ve boyut görmektedir: sınıf, medya ve politika (gözetim ve güvenlik, yozlaşma ve demokrasi yokluğu).

Bu, birçok neden ve amaç varsayan ancak bu boyutların ilişkili olup olmadığını veya nasıl ilişkili olduğunu ve belirli öğelerin diğerlerinden daha ağır basıp basmadığını hiç tartışmayan tamamen ikincil bir tahlildir. Medya ve politika boyutları kapitalizmden bağımsız değildir. Twitter, Google ve Facebook gibi sosyal medya, hedefli reklamcılığı iş modeli olarak kullanan kapitalist şirketlerce işletilmektedir. Özellikle 2000 dot.com krizinden [2000 yılının Mart ayında teknoloji firmalarının yer aldığı borsa endeksi olan NASDAQ'daki senetlerin büyük değer kaybı yaşaması] sonra, İnternet sanayi finansal yatırımlar için yeni yollar ararken yaygınlaşmaya başlamışlardır. Toplumda gözetimin yoğunlaşması ve genişlemesi, 11/9 [11 Eylül 2001] ve onu izleyen küresel savaş aşaması bağlamında gerçekleşmiştir (Bigo

2010, Gandy 2009, Lyon 2003, Mattelart 2010). Toplum, hem içsel hem de dışsal olarak askerileşmiştir. 11/9 sonrası, ABD küresel hegemonyasını askeri araçlar ve petrole stratejik bir ekonomik kaynak olarak Batı'nın erişimini de güvence altına alan Afganistan ve Irak'taki simgesel savaşlarla güvenceye almaya çalışmıştır. Yeni emperyalizm hem küresel sermaye birikimi hem de küresel hegemonya veçhelerine sahip (Fuchs 2010a, Hardt ve Negri 2000, Harvey 2005, Panitch ve Gindin 2004, Wood 2003). Occupy, Hardt ve Negri tarafından kavrandığı gibi, ekonomideki (borçlunun artışı), medyadaki (medyalaşmışın ortaya çıkması) ve politikadaki (güvenlikleştirilmiş ve temsil edilmişin artışı) bağımsız değişimler bağlamında konumlanan bir hareket değildir. Tam tersine küresel kapitalizmin birbiriyle bağlantılı değişimleri (finansallaşma, neoliberalizm, yeni emperyalizm ve askeri kapitalizm, kriz, sermaye birikiminin yeni alanları ve modelleri) içerisinde konumlanır.

Slavoj Žižek (2012, 10) yöneticilerin ücretli işçiler olduğunu [ifade etmiş] ve "proletaryanın 'en düşük ücret'inden daha fazla ödeme alıyorlar [...] ve onların statüsünü belirleyen alışılmış proletaryadan bu farklılıktır" demiştir. Bu bağlamda bir artı ücretten söz etmektedir. Occupy hareketi ve çağdaş öğrenci protestoları proletarya protestoları değildir, "güvenceli işe sahip (çoğunlukla kamu hizmeti: polisler ve diğer emniyet mensupları, öğretmenler, toplu taşıma işçileri, vb.) ayrıcalıklı işçilerin" (a.g.e., 12) protestolarıdır. "Artı ücretlerini kaybetme korkusuyla güdülenmiş 'ücretli bir burjuvazi'"nin protestosudur. Öğrenci protestoları öğrencilerin "yükseköğretimin daha sonraki yaşamlarında kendilerine bir artı ücret güvencesini artık sağlayamayacağına ilişkin korku"nun (a.g.e.) bir işaretidir.

Žižek'in tahlilinin sorunu, kısmen prekarya işler ve işsizlikle karşılaşan insanlarla, sıklıkla yüksek maaşlar ve teşvikler alan yöneticileri karşılaştırmasındadır. Öğrenciler, kamu hizmeti işçileri ve çoğu bilgi işçileri genellikle yüksek maaşlara sahip değildir ve prekarya ile yüz yüzedir. Düşük ücretli çağrı merkezi çalışanlarıyla Yunanistan ve İspanya gibi ülkelerdeki yükseköğretimi bitirdikleri halde işsiz olan birçok genç insanı bir düşünün. Žižek burjuva kategorisini gözünde

büyütmekte ve bilgi işçilerinin protelerleşmesinin derecesini de hafife almaktadır.

Žižek (2012), Occupy hareketini ücretli burjuvazinin bir hareketi olarak sınıflandırdığı aynı kitabın 7. bölümünde, girişte ve Occupy Wall Street'te yaptığı bir konuşmada (Žižek 2011), hareketin kendisiyle aşka düşmemesi, hareketi zararsız manevi bir protestoya ("kafeinsiz protesto") dönüştürmeye çalışan veya öyle yorumlayanları dinlememeleri konusunda uyardığı ve "sorunun sistemde" olduğunu hatırlamalarını ve sorulması gereken sorunun "Hangi toplumsal örgütlenme kapitalizmin yerine geçebilir?" olduğunu ifade ettiği dayanışmadaki kendi çözümlemesiyle çelişiyor. (a.g.e., 68). Žižek (2012) yeni toplumsal hareketlerin, "ırkçılık karşıtı, feminist ve diğer mücadelelerin çoğulculuğunu" vurgulayarak "sınıf mücadelesi özcülüğünü" ortadan kaldırdığını öne sürüyor. Oysa ki Occupy hareketi "kapitalizmi" "sorunun adı olarak görüyor" (a.g.e., 77). Eylemciler "sistem tarafından tehdit edilen ortak mülkiyeti (doğa, bilgi ortak mülkiyeti) önemsemelidirler" (a.g.e., 83). Occupy hareketi "bir sistem olarak kapitalizm" ve demokrasinin temsiliyete indirgenmesi konusunda memnuniyetsizdir (a.g.e., 87).

Dolayısıyla, Žižek'in tutumu ikirciklidir. Bir taraftan Occupy'ı ücretli burjuvazinin hareketi olarak tanımlarken, diğer taraftan onun kapitalizm karşıtı imkânını vurgulamaktadır. Buna karşın, Alain Badiou (2012) Occupy hareketi ve diğer çağdaş hareketlerin (Mısır ve İspanya'daki devrimci Arap Baharı hareketleri gibi), içsel örgütlenmelerinde sınıf yapılarının ötesine geçtikleri ve bütün insanların ortak çıkarlarının (Komünizm Fikri) gerçekleştirilmesi çağrısında bulundukları için komünist hareketler olduğunu öne sürmektedir. Occupy "komünist bir hareket" oluşturmuştur ve "kolektif yazgının ortaklaşa yaratılması"nı desteklemektedir (a.g.e., 111).

Jodi Dean (2012, 85) günümüzde sınıf çatışmasının "zengin ve geri kalanımız" arasında olduğunu öne sürmektedir. Occupy hareketi "yeni bir müşterek ve ortak mülkiyet davası" (a.g.e., 178) olarak ilerlemekte ve "kapitalizm ve halk arasındaki uyumsuzluğun politik biçimi" (a.g.e., 214) ve "yaşamlarımızın ve geleceğimizin kapitalist

gaspına karşı örgütlü kolektif muhalefet" olmaktadır (223). Şiarı olan "Biz %99'uz" zenginlerle geri kalanımız, "ortak mülkiyete sahip olan ve denetleyenlerle, sahip olmayanlar" (a.g.e., 201) arasındaki sınıf ilişkisini ifade etmektedir. Her ne kadar Occupy hareketi mutabakat ve halk tabanı kararlarını vurgulasa da, yeni bir komünist parti biçimidir, çünkü %99'u temsil etmektedir (a.g.e., 229), tabiri caizse %99'un partisidir.

Noam Chomsky'ye (2012) göre, Occupy, "politik iktidarın yoğunlaşması"na da neden olan "zenginliğin muazzam yoğunlaşması"na karşı bir tepkidir. "Ve politik iktidar yoğunlaşması döngüyü arttıran ve hızlandıran yasamaya da neden olur" (a.g.e., 28–29). Sorun, prekarya ve plütonomi [zenginlerin idaresi] arasındaki bir çelişkidir (a.g.e., 34).

David Harvey, konut piyasasının finansallaşması ve eşitsizlikte artışın kentsel mekânlarda bir "kent krizi" olarak yansıdığını öne sürmektedir (Harvey 2012, 51)."Güvencesiz, sıklıkla yarı zamanlı ve örgütsüz düşük ücretli emek" ile yüz yüze prekaryanın ortaya çıkışı ve kentsel mekânın finansallaşması, "kent üzerindeki haklarını (dünyayı değiştirme, yaşamı değiştirme ve yüreklerindeki arzulara göre kenti yeniden şekillendirme haklarını)" (25) ve kolektif emek aracılığıyla yaratılmış olan kentsel ortak mülkiyet hakkını geri kazanmak isteyen (78) kentsel toplumsal hareketlerin ortaya çıkışıyla sonuçlandı. Harvey, Occupy hareketini (ve Arap Baharı devrimleri gibi diğer hareketleri) "Wall Street partisi ve onun katıksız para gücüyle" (a.g.e., 161) yüzleşen bir kent hareketi olarak kavramaktadır.

Hardt ve Negri, Occupy hareketinin ortaya çıkmasına ilişkin üç bağımsız boyut ve neden (kapitalizm, medya, politika) görmektedir. Buna karşın Žižek, Badiou, Dean, Chomsky ve Harvey Occupy tahlillerinde sosyo-ekonomik boyutun ve kapitalizmin önemini vurgulamaktadırlar. Žižek bir nebze ikircikli ve içkin olarak çelişkili bir tahlil sunarken (Occupy hareketi "gerçek" işçi sınıfına karşı ayrıcalıklarını korumak isteyen ücretli burjuvazinin reformist bir hareketi midir yoksa kapitalizm karşıtı yeni işçi sınıfı hareketi midir?), Badiou, Dean, Chomsky ve Harvey kapitalizme meydan okuyan bir sınıf mücadelesi veçhelerine odaklanan genel olarak tutarlı tahliller sunuyorlar. Alain

Badiou Occupy'ın ortak çıkarların savunması için, toplumun ve ortak mülkiyetin ortaklaşa denetimi için mücadele eden bir hareket olduğuna işaret ediyor. Ortak mülkiyet için müşterek bir tasarı yaratacak ve komünist fikri gerçekleştirmeye çabalayacaktır. Badiou'nun tahliliyle aynı doğrultuda olan Jodi Dean Occupy'ın yeni bir komünist hareket olduğuna işaret ediyor. Noam Chomsky bu hareketin sınıf mücadelesi boyutunu ön plana çıkarırken, David Harvey tahlile bu sınıf mücadelesinin kentsel bağlamda gerçekleştiğini ve Occupy'ın kent ortak mülkiyetini geri almak isteyen bir kent hareketi olduğunu ekliyor.

Bu tahliller ve toplumsal hareketlerin politikasındaki değişiklikleri belirten 1980'lerdeki yeni toplumsal hareketler tahlili arasında açık bir farklılık vardır. Žižek, Touraine, Habermas, Offe ve Laclau ve Mouffe ile birlikte diğerleri, yeni toplumsal hareketlerin sınıf dışı hususlara (kültür, doğa, toplumsal cinsiyet, gençlik, yaş, mutluluk, enformasyon, etnisite, kimlik) odaklandıkları için yeni olduklarını öne sürmüşlerdir. Buna karşın Žižek, Badiou, Dean, Chomsky ve Harvey Occupy hareketinin merkez hususlarının sınıf ve kapitalizm olduğunu ön plana çıkarmaktadır. Kimlik politikası yerine sınıf politikasına odaklanma, politikadaki özgürlük ve çoğulcu demokrasiden, ekonomik demokrasi ihtiyacını ön plana çıkaran ve modern toplumda ekonominin oynadığı önemli rolü vurgulayan adalet ve katılımcı demokrasiye doğru bir değişimi göstermektedir. 1999'daki "Seattle Savaşı" [1999'daki Seattle'da gerçekleştirilen Dünya Ticaret Örgütü'ne karşı yapılan protestolar] ile ortaya çıkan Küresel Adalet Hareketi sınıf politikasının dönüşünün erken göstergelerinden biriydi. Occupy ile kıyaslandığında, esasen farklı olan toplumsal bağlamdı, küresel bir ekonomik kriz yoktu. 2008'de başlayan kriz büyük bir kırılmayı işaretliyor. Ekonomik gerçeklik aracılığıyla kapitalizmin kriz içerisinde bir sistem olduğu ve neoliberalizmin muazzam sosyo-ekonomik bir eşitsizliği teşvik ettiği birdenbire açığa çıktı. Küresel Adalet Hareketi sürekli olarak finansallaşma ve neoliberalizmin sonuçları konusunda uyardı, ancak bu uyarılar iktidardakiler tarafından çok daha kolayca görmezden gelindi veya önemsiz gösterildi. 2008'de, çağdaş kapitalizmin çelişkileri küresel bir kriz şeklinde patladı. Uyarılar artık ne görmezden gelinebilir ne de ideolojik olarak önemsizleştirilebilir.

Kendisini daha çok iflas, borç, işsizlik, tahliye, gıda krizi, sefalet, tasarruf ve protestolarda dışavuran bir ekonomik gerçeklik haline geldi.

Sadece bağlam değil, ayrıca strateji de Occupy hareketini Küresel Adalet Hareketi'nden ayırt eder. İkincisi genel olarak küresel politik seçkinlerin toplanıp küresel olarak insanların yaşamını etkileyen kararlar aldıkları etkinlikleri engellemeyle birlikte karşı zirveler (Dünya Sosyal Forumu, Avrupa Sosyal Forumu gibi) düzenleme stratejisini izlerken, Occupy mekânda esnekçe hareket etmeden işgal eder ve kamp kurar. Küresel Adalet Hareketi'nin işgalleri geçiciydi (planlanmış bir başlangıcı ve sonu vardı) ve iktidardakilerin buluştuğu belirli yerlerde gösteriler biçimini alıyordu, böylece mekân, iktidardakilerin buluştuğu yere bağlı olarak geçici bir süre sınırlı bir anlamda ve mekânsal olarak esnek bir şekilde ele geçiriliyordu. Buna karşın, Occupy hareketlerinin stratejisi (sadece ABD ve Avrupa'da değil, ek olarak Arap Baharı'nda da), belirsiz bir zaman dilimi sürecince protesto uygulamalarının meydana geldiği stratejik kent mekânlarında (Kahire'de Tahrir Meydanı, Atina'da Syntagma Meydanı, Madrid'de Puerta del Sol, Barselona'da Plaça Catalunya veya New York'ta Zuccotti Parkı gibi) hareketin ortak mülkiyeti olarak hak talebinde bulunmak şeklindedir. Küresel Adalet Hareketi mekânsız ve küresel mekânda devingen bir şekilde yerleşen bir hareket iken, Occupy mekân temelli bir harekettir. David Harvey (2012) bu duruma Occupy hareketini kent hareketi olarak niteleyerek işaret ediyor. Çok sayıda insanın meydanlarda toplanması ve bu meydanların eylemciler tarafından politik mekânlar olarak örgütlenmesi, iktidardakiler için bir tehdittir. İnsanların memnuniyetsizliğini, merkezi uzamsal bir ortamda görünür kılmaktadır. Kent mekânının ortak mülkiyet olarak talebi ayrıca kapitalizmin ortak mülkiyeti (barınma, sosyal güvenlik, iletişim, kültür, doğa, eğitim, sağlık hizmetleri ve insanın yaşamı gibi) sömürmesi ve tahribatına ilişkin memnuniyetsizliği de göstermektedir. Mekânı geri alma talebi, aynı zamanda sermayenin uyguladığı denetimden bütün toplumu geri alma politik talebi için de simgedir. Fakat mekânların denetimi ve belirli kentsel mekânları insanların ortak mülkiyeti olarak geri alma direnişin tek stratejisi değildir. Zamanın denetimi de iktidardakiler için bir tehdittir. Gösteriler ve kampanyalar sınırlı bir

zaman için planlanırken, kamplar ve işgaller geçici bir zaman planına uymayıp, mekânların özgürleştirildiği ve bu özgürleşmenin başladığı ve hiçbir zaman bitmeyeceği politik iddiasını ortaya koyuyorlar. Elbette bu gibi kentsel isyanların farklı zamansal sonuçları olmuştur. Örneğin Occupy Wall Street, işgale yapay bir nihai nokta koyan polis şiddetiyle dağıtılırken, Mısır ve Tunus'taki mücadeleler zamanı başka bir anlamda işgal eden başarılı devrimlere dönüştüler. Eski rejimlere bir son verdiler ve yeni politik fırsatlar için hem uzam hem de zaman açtılar. Manuel Castells (1996) çağdaş toplumları, zamansız zaman ve mekânsız mekân ile nitelenen mekânların uzamı mantığından akışların uzamına hareket ediyor ve dolayısıyla onları zamansız ve mekânsız olarak tanımlasa da, Occupy hareketi akışların uzamının sermayenin mekânı olduğunu ve ortak mekân mantığının, direnişin küresel ve ağlaşmış mantığı olabileceğini açıklığa kavuşturuyor. Direnişi mekânlara dayandırıyor, böylece mekânsız olmuyor, ancak mekânları bir iktidar biçimi olarak kullanıyor. Zamansızlığı esasen küreselleşme süreçlerindeki zamansal uzaklığı aşmak şeklinde değil de, devrimin/isyanın başladığı ve iktidardakiler gidip yeni ekonomik ve politik zamanlar başlayana kadar durmayacağı iddiası olarak anlıyor. Occupy zamanı başlatma, devrim sürecinde zamanı tarihsel kılma girişimidir. Yeni toplumsal hareketlerin reformist niteliklerine karşın, Occupy devrimci bir harekettir. Yeni bir toplum için yeni mekânlar ve yeni zamanlar yaratmak isteyen bir harekettir.

12.3.3. Occupy Hareketi Kendini Nasıl Anlıyor

Occupy, ne tür bir harekettir? Occupy Wall Street hareketi 17 Eylül 2011 tarihinde, eylemciler New York'taki Zuccotti Parkı'nı işgal ettiğinde başladı. Polis 15 Kasım'da parkı terk etmelerini sağladı. *Adbusters* dergisinin iki yapımcısı (Kalle Lasn ve Micah White) işgal fikrine sahipti, occupywallstreet.org sitesini kurdular ve işgal fikrini magazin, posta listesi ve bir blog aracılığıyla abonelerine duyurdular. Çağrı metni şöyleydi: "17 Eylül'de, 20.000 insanın aşağı Manhattan'da bir sel olmasını, çadırlar, mutfaklar, barışçıl barikatlar kurmasını ve Wall Street'i birkaç aylığına işgal etmesini istiyoruz. Bir kez orada olduğumuzda, aralıksız bir şekilde seslerin çoğulluğu içerisinde tek bir tale-

bi tekrarlamalıyız. [...] Barack Obama'nın, paranın Washington'daki temsilcilerimiz üzerindeki tesirini sonlandırmakla görevlendirilmiş bir Başkanlık Komisyonu oluşturmasını talep ediyoruz. Şimdi, DEMOKRASİ zamanı, ŞİRKETOKRASİ değil. Demokrasi olmadan lanetliyiz. [...] Tek bir basit talepten (parayı politikadan ayıracak başkanlık komisyonu) başlayarak yeni Amerika için gündemi belirlemeye başlıyoruz" (Adbusters 2012).

İlk çağrıdaki basit talep, hükümetin sermayenin politika üzerindeki etkisini sınırlaması gerektiği şeklindeydi. Odak çok fazla eşitsizlik ve sınıf üzerinde değildi, daha çok talebe göre ayrılması gereken şirket gücü ve devlet arasındaki ilişkideydi. Bununla birlikte bu odak hareketin güncel politikası içerisinde genişledi.

occupywallst.org sitesinde yayınlanan bir öz-anlayışa göre, Occupy hareketi kendisini "%1'in açgözlülük ve yozlaşmışlığına artık müsamaha etmeyecek %99" (occupywallst.org) olarak betimliyor. Amerika'da, 2011'de hanelerin %20'si, gelirin %50'sinin (denkleştirilmiş) denetimine sahipti, oysa ki en yoksul %20 sadece %3,4'üne oranına sahipti (bu paragraftaki bütün ABD verilerinin kaynağı: ABD Nüfus Bürosu 2012, tablo A-3). En üst %5, toplam gelirin %22,1'ini denetliyordu. Üst %20'in toplam hane halkı gelirindeki payı tarihsel olarak artmıştır: 2000 yılında %48,6, 1990'da %45,1, 1980'de %41,9 ve 1970'de %41,5 idi. Buna karşın, alt %20'nin toplam hane halkı gelirindeki payı azalmıştır: 2011'de %3,4, 2000'de %4,1, 1990'da %4,4, 1980'de %5,2 ve 1970'de %5,7 idi. Amerika'nın, gelir eşitsizliğini ölçen Gini katsayısı 2011'de 0,463, 2000'de 0,442, 1990'da 0,406, 1980'de 0,367 ve 1970'de 0,357 idi. Bu veriler son onyıllarda sınıf eşitsizliğinin arttığını ve yoksulların gelir payının, en zenginlerin payı keskince arttığından dolayı, kesinlikle azaldığının bir göstergesidir. AB15 ülkelerinde (bu 15 ülke 1 Mayıs 2004 öncesinde AB üyesi olan ülkelerdir), hane halkının üst %20'si toplam gelirin 2011'de %38,2'sini denetlerken, 2000 yılında %37'sini denetliyordu (bu paragraftaki bütün AB verileri için kaynak: Eurostat). Buna karşın, alt %20'i 2011'de sadece %7,1 ve 2000'de %9'luk bir gelir payına sahipti. Gini katsayısı 2003'teki 0,3'ten 2010'daki 0,305'e yükselmiştir.

Bu veriler, sınıf uyumsuzluğunun Avrupa'da, Amerika'ya göre daha az derin ancak yine de mevcut ve dikkate değer olduğunu gösteriyor. Occupy hareketi, bu verilerle de gösterilen sosyo-ekonomik eşitsizliğin varlığına bir tepkidir.

David Harvey, neoliberal kapitalizmi niteleyen dört belirgin düzenek tanımlar: finansallaşma, kasti kriz yaratımı, özelleştirme ve metalaşma ve devletin emeğin giderlerini sermaye lehine yeniden bölüşümü (Harvey 2007, 160–165; Harvey 2006, 44–50). İlk ve ikinci düzenek bireyleri ve devletleri borçlular olarak kılıyor, üçüncü ve dördüncü düzenekler çalışan insanların gelirlerini doğrudan azaltırlar. Bütün bu düzenekler hep birlikte parayı işçi sınıfının cebinden şirketlerin ve zenginlerin cebine aktarır. Occupy, kendisinin nesnel temelini oluşturan neoliberal kapitalizm bağlamında konumlanmıştır.

Occupy Wall Street kendisini %1'e karşı sınıf mücadelesi olarak konumlandırır: "#ows büyük bankaların ve çokuluslu şirketlerin demokratik süreç üzerindeki aşındırıcı iktidarına ve Wall Street'in nesillerdir gerçekleşmiş olan en büyük durgunluğa yol açan bir ekonomik çöküş yaratmadaki rolüne karşı direnmektedir. Hareket Mısır ve Tunus'taki halk ayaklanmalarından esinlenmiştir ve geleceğimizi yasaklayan adaletsiz küresel bir ekonomi için kuralları yazan en zengin %1'lik insanlara karşı mücadele etmeyi hedefler".[7]

New York Şehri İşgal Bildirgesi[8] [The Declaration of the Occupation of New York City] "kârı insanın, bireysel çıkarı adaletin ve baskıyı eşitliğin önüne koyan şirketler"e karşı konuşuyor. Hareket, bu bildirgede, şirketlerin barınma, banka kurtarmaları, çalışma yeri eşitsizlikleri ve ayrımcılık, gıda sağlama, hayvan hakları, sendikalaşma, yükseköğretim, işçilerin sağlık bakımı ve ücretleri, mahremiyet koruma, basın özgürlüğü, doğa, enerji sağlama, tıp, medya ve uluslararası ilişkiler üzerindeki olumsuz etkilerinin oldukça önemli olduğunu söylüyor. Bu göstermektedir ki, Occupy hareketi kapitalist çıkarların toplumun toplumsal, kültürel, politik, ekolojik ve teknolojik alanlarıyla nasıl bir etkileşim içerisinde olduğunu ve bu alanlar üzerinde nasıl olumsuz etkiler yarattığını vurgulamaktadır.

[7] occupywallst.org/about.

[8] www.nycga.net/resources/documents/declaration.

Occupy Londra kendisini "bu adaletsizliğe karşı ve insanları ve içerisinde yaşadığımız çevreyi şirket kârlarının önüne koyacak sürdürülebilir bir ekonomi için mücadele eden" bir hareket olarak tanımlamaktadır.[9] 26 Ekim 2011'deki beyan edilen İlk Açıklama'sında Occupy Londra mevcut sistemin sürdürülemez olduğu, demokratik olmadığı ve adaletsiz olduğunu ve yurttaşlar, demokrasi, sağlık hizmetleri, refah, eğitim, istihdam, barış ve gezegen üzerinde olumsuz etkilere sahip olduğunu vurgulamaktadır (a.g.e.).

Occupy Wall Street ve Occupy Londra web sitelerinde sunulan tahliller ve talepler özgün Adbusters metninden öteye gitmektedir. Sınıf ve eşitsizliğin hususlarını ve kapitalizmin çeşitli alanlarda olumsuz etkilerini daha fazla vurgulamaktadırlar. Küresel Adalet Hareketi gibi, Occupy hareketi de geleneksel olarak öğrenci hareketi, ekoloji hareketi, ırkçılık karşıtı hareket, barış hareketi, üçüncü dünya dayanışma hareketi, vb. gibi çeşitli yeni toplumsal hareketler tarafından üzerine gidilen talepleri ve konuları bir araya getirmektedir. Bir hareket ve ağlaşmış hareket hareketidir. Ona özgü olan kapitalizm ve sınıf üzerindeki birleştirici konu ve kapsamdaki vurgusudur. Occupy hareketi, çağdaş toplumsal sorunların kapitalizm bağlamında gerçekleştiğini ve şirket çıkarlarının toplumun çeşitli alanlarında olumsuz etkilere sahip olduğunu ve meydan okumak gerektiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla konuların ve taleplerin çokluğu yalıtılmış bir şekilde görülmüyor, aksine kapitalizmin ekonomik boyutu ve sınıf aracılığıyla bağlantılı ve birleşmiş gözüküyor. Occupy, hareketlerin parçalanmış bir hareketi değil de hareketlerin konusal olarak birleşmiş bir hareketidir. Angela Davis (2011) bu bağlamda yeni toplumsal hareketlerin "belirli toplulukları cezbettiğini", koalisyon oluşturmanın zor ve Occupy hareketinin "çarpıcı bir şekilde farklı" olduğunu çünkü "kendisini başından beri olabilecek en geniş direniş (%1'e karşı %99) olarak tasavvur ettiği"ne işaret etmektedir. Sınıf, çeşitliliğin ötesine geçen bu hareketin birleştirici konusu olacaktır. Paolo Gerbaudo (2012, 120) Occupy'ın (David Graeber tarafından yaratılan "Biz %99'uz" sloganında ifadesi bulan) "çoğunluğu temsil etme maksadı"nın, yani "çoğulcu tutkusu"-

[9] occupylondon.org.uk/about.

nun, "tam olarak Occupy ve küreselleşme karşıtı hareket arasındaki farkı oluşturduğunu" öne sürmektedir.

Castells (2012, 194) dikkatli bir şekilde Occupy'ın bir sınıf mücadelesi hareketi olduğunu öne sürer: "nispeten yeni ve anlamlı olan Occupy Wall Street'in Amerikalılar'ın gerçekliğe, sınıf mücadelesi olarak adlandırmaya cesaret edeceğime, yönelik farkındalıklarını şekillendirdiğine ilişkin göstergelerdir". Ancak, hareketin kapitalizm karşıtı olmadığını, kapitalizmde reformlar yapmak istediğini söyleyerek düşüncesinin çıkarımlarını anında sınırlamaktadır: "Eleştiri finans kapitalizm ve hükümet üzerindeki etkisinde odaklanmıştır, aslında kapitalizme değil. Hareket geçmişin ideolojilerini kucaklamamaktadır. Arayışı, günümüzdeki kötüyü yok etmeyi, toplumu gelecek için yeniden oluşturmayı hedeflemektedir. Temel başarısı başka bir yaşam mümkün umudunu tekrar alevlendirmesi olmuştur" (a.g.e., 197). Görünen o ki bu iddiasını Ekim 2011 Fox News kamuoyu anketine dayandırmaktadır. Bu ankete katılanların %46 gibi nispi bir çoğunluğu Occupy hareketinin kapitalizm karşıtı bir hareket olduğunu düşünmediklerini söylemiştir (a.g.e., 290). Şu var ki, uygulanan mantıkta bir hata var: genel nüfustan seçilen bir örneklemin çoğunluğunun bu şekilde yanıtlaması, Occupy eylemcilerinin kendilerini kapitalizm karşıtı olarak saymadıkları anlamına gelmez. Sadece eylemciler arasında gerçekleştirilen anketler daha net bir resim sunabilirler. Castells gerçeklikten ziyade kendi politik ideolojisini yansıtan zamansız çıkarımlarda bulunuyor. Bu nedenle, her ne kadar bir kez sınıf mücadelesine Occupy hareketinin bir veçhesi olarak değinse de, genel olarak daha çok çağdaş hareketlerin ekonomik boyutunu ihmal ediyor, onları demokrasinin reformu için politik mücadelelere indirgiyor ve mücadelelerin kapitalizme karşı boyutunu ihmal ediyor. Castells bu yüzden, kitaplarında sonuç olarak "toplumsal aktivizm ve politik reformizm arasında" bir "sevgi" arzuluyor (a.g.e., 237). Castells için, bu hareketler, sadece politikadaki demokrasiden söz eden ancak fiili mevcut kapitalist ekonomideki diktatörlüğü hiçbir zaman sorgulamayan Batılı liberal demokrasi çerçevesine iyi oturmaktadır. Castells, "devleti dönüştürmek" (a.g.e, 227) istediklerini, yeni değerlere sahip kültürel hareketler olduklarını (231-232) ve gerçek demokrasi için hareketler

olduklarını (124) söylüyor. "Gerçek demokrasi" ile Castells, ekonomideki dönüşümleri değil de politik-kurumsal reformları kastediyor. Politika ve ekonomi arasındaki dolaşıklığı görmüyor ve dolayısıyla Marx ve Engels'le (1848) komünizmin "demokrasi için mücadele" olduğu konusunda anlaşamayacaktır.

Bir toplumsal hareket, (a) toplumsal yapısına ve (b) amaçlarına göre işçi sınıfı hareketi olabilir. Occupy hareketinin toplumsal yapısına ilişkin bazı veriler, esasen ABD'de gerçekleştirilen Occupy Araştırması Genel Anketi'nde[10] mevcut. Katılımcıların, %39'u kendisini işçi sınıfı veya alt orta sınıf olarak, %29,3'ü orta sınıf, %10,9'u üst orta veya üst sınıf olarak tanımlıyor. Bunun anlamı, nispi çoğunluğun kendisini nispeten düşük toplumsal statüde kabul ettiğidir. Ayrıca, katılımcıların %17,6'sı öğrenci, %31,6'sı tam zamanlı çalışan, %14,4'ü yarı zamanlı çalışan, %14,8'i kendi adına çalışan, %3,4'ü tam zamanlı ev işçileri, %1,2'si mevsimlik işçi, %7,6 yeterli derecede çalıştırılmayan, %8,6'sı işsiz ve %5,3'ü engelliydi. Ankette, düzensiz istihdam edilenlerin oranı (yarı zamanlı işçileri, ev işçileri, mevsimlik işçileri, yeterli derecede çalıştırılmayanlar, işsizler ve engelliler: %40,5), tam zamanlı çalışanların oranından (%31,6) daha yüksektir. Harekette nispi çoğunluğu oluşturuyorlar. Žižek'in (2012) Occupy hareketinin ücretli burjuvaziden oluştuğu varsayımı da, böylece deneysel bir temele sahip olmamış oluyor. İstatistiksel olarak, orta sınıf, ortanca [medyan] gelire sahip olanlar olarak tanımlanıyor. 2011'de, ABD'deki hane halkı gelirleri ortancası 50.054 dolardı (ABD Nüfus Bürosu 2012). En düşük beşte birlik kesimin geliri 20.263 dolar veya daha az, ikinci en düşük beşte birlik kesimin geliri 20.263 ve 38.520 dolardı (a.g.e.). Occupy anketinde, %25,7'nin 20.000 dolardan az geliri, %23,9'un 20.000 dolar ile 39.999 dolar arasında ve %9,7'nin 40.000 dolar ile 49.999 dolar arasında geliri vardı. Bu demek oluyor ki, katılımcıların (N = 3341) %59,3'ü ortanca gelirden daha düşük bir hanehalkı gelirine sahipti. Yani, anket, ABD Occupy hareketinin bir orta sınıf değil de alt gelir grubunun bir hareketi olduğunu göstermektedir. Kendini orta sınıf olarak algılama, gerçek gelir dağılımından daha sıktır, çünkü

[10] http://occupyresearch.wikispaces.com/ N = 5074.

ikincisi çoğu yurttaşa görünür değildir. Bu durum Occupy hareketi için de geçerli gözüküyor. Katılımcıların %70,9'u bir üniversite derecesine sahipti. Bu veri gösteriyor ki, ABD Occupy eylemcileri yüksek düzeyde eğitim görmüş ve ağırlıklı olarak nispeten düşük hanehalkı gelirlerine sahip prekarya işçileridir. Bu nedenle prekarya ve proleterleşmiş bilgi işçileri olarak tanımlanabilirler.

Katılımcılar Occupy hareketine katılmalarını güdüleyen en önemli kaygının ne olduğu sorulduğunda, kapitalizme ilişkin hususların öne çıktığı görülmüştür: (gelir) eşitsizlik (#1, #2; değinilerin sıklığına göre sıralanmıştır), şirketler (#7), tüzel kişilik (#8), adaletsizlik (#9), toplumsal adalet (#10), şirket açgözlülüğü (#11), kapitalizm karşıtlığı (#12), işsizlik (#14), eşitlik (#16), yoksulluk (#19). Bunun anlamı Occupy hareketine katılmanın ana güdüsüne ilişkin soruya en sık verilen yanıtlar sosyoekonomik sınıf ilişkilerinin eleştirisiyle ilişkilidir. Oysaki (hükümet) yolsuzluk (#4, #18), demokrasi (#21) ve özgürlük (#23) gibi sol liberal konular daha az göze çarpmaktadır. Bu, Occupy hareketinin, bireysel özgürlüklerle ilgilenen liberal bir hareketten ziyade sınıf yapılarıyla ilişkili sosyalist ilgilerle daha fazla güdülenen bir hareket olduğunu göstermektedir. Veri, Occupy'ın, hem toplumsal yapı hem de hedefleri bağlamında bir işçi sınıfı hareketi olduğunu göstermektedir. Occupy'ın bu yeni işçi sınıfı hareketi olarak durumu daha da kuramsal ifadelerle de açıklanabilir.

Marx *Grundrisse*'de bir bölümde, emeği komünal veya birleşik emek olarak (Marx 1857/1858b, 470), kolektif işçi (*Gesamtarbeiter*) olarak görür. Bu fikir ayrıca, kolektif işçiyi "toplam işçi, [...] bileşik işçi" (Marx 1867c, Yordam s. 485) olarak tanımladığı *Kapital, 1. Cilt*'te *de* sürmektedir. Emeğin birleşik emek gücünün bir parçası olması durumunda üretken olduğunu öne sürer: "Üretici tarzda çalışmak için artık bizzat elle çalışmak bile gerekmez. Toplam işçinin organı olmak, bunun alt işlevlerinden herhangi birini yapmak yeter. Üretici emeğin yukarıda sözü edilen ve maddi üretimin doğasından türetilen ilk tanımı, bir bütün olarak ele alındığında, toplam işçi için her zaman geçerlidir" (a.g.e., Yordam sf. 486). Kolektif işçi bir "toplu *işçi*dir" öyle ki "*ortak faaliyeti*" "maddesel olarak *toplu* bir ürünle sonuçlanır"

(a.g.e., 1040). "Bu toplu emek gücünün faaliyeti", "artı değerin dolaysız üretimi, artı değerin sermayeye dolaysız dönüşümüdür" (a.g.e.). Bunun anlamı, kapitalizmde kolektif işçinin değeri, artı-değeri ve sermayeyi yaratan üretken işçi olduğudur. Kolektif işçi kavramı Marx'ı ücretli emek merkezli olmadığı yönünde yorumlamaya olanak sağlar. Çünkü birleşik işgücü olarak kolektif işçi ayrıca karşılığı ödenmeyen ancak doğrudan veya dolaylı olarak sermayenin ihtiyaçlarına hizmet eden bütün etkinlikleri de içerir.

Antonio Negri Marx'tan esinlenerek, genişleyen bir proletarya, "şimdi bütün üretim ve yeniden üretim kapsamı boyunca genişlemiş" olan "yeni bir işçi sınıfı" olduğunu öne sürmek için "toplumsal işçi" terimini kullanır (Negri 1982/1988, 209). Burada Marx'ın toplanmış ve birleşmiş işgücünü şekillendiren kolektif işçi fikrini alır, yerine heterojen ve kâr yaratımı için gerekli olan tekilliklerin bütününü oluşturur. Negri (1971/1988) bu kavramı ilk olarak Marx'ın *Grundrisse*'deki "Makineler üzerine Bölüm"ünü okuyarak geliştirdi. Kapitalizmin ana çelişkisinin, paranın değerin özgül ölçüsü iken, emek üretici güçlerin gelişmesiyle beraber gittikçe toplumsal bir nitelik kazanır ve değer için bir sorun haline gelir. Emeğin toplumsallaşması "kitleselleşmiş ve toplumsallaşmış bir işçi sınıfının ortaya çıkışı"yla sonuçlanacaktır (a.g.e., 104). Toplumsallaşmış işçi sınıfı düşüncesi daha sonra, Taylorizm, Fordizm, Keynesçilik ve planlamacı devlet ile nitelenen kitlesel işçiyi yok eden kapitalizmin yeniden örgütlenmesiyle ortaya çıkan toplumsal işçi (Negri 1982/1988) kavramı haline geldi. Toplumsal işçi "üretken emek ve yeniden üretim emeği arasındaki karşılıklı bağlantı üzerine artan farkındalı[ğa]" ve "dağılmış emek" (= dış kaynakkullanılmış emek [outsourced labour], 214) ve mobil emeğin (=emek esnekliği, 218) ortaya çıkışına işaret eder.

Hardt ve Negri (2005) toplumsal işçi kavramını sermaye tarafından sömürülen doğa ve kültür ortak mülkiyetini üreten çokluk kavramına dönüştürmüştür. Bu yüzden, bugün sömürü "ortak mülkiyetin gaspıdır" (a.g.e., 150). Çokluk veya proletarya bugün "sermayenin hakimiyeti altında üreten ve emek harcayan herkes" (a.g.e., 106), "emeği doğrudan veya dolaylı olarak sömürülen ve üretim ve yeniden üreti-

min kapitalist normlarına tabi olan herkes"tir (Hardt ve Negri 2000, 52).

Sermaye dışında bütün toplum, hayatta kalmak için ihtiyaç duyulan ortak mülkiyeti üreten bir gövde oluşturur. Bazı ortak mülkiyetler doğa tarafından verilmiştir (çevre, insan bedeni), diğerleriyse işbirliği içerisindeki insan etkinlikleriyle yaratılır (bilgi, iletişim, toplumsal ilişkiler, eğitim, sağlık hizmetleri, e-kültür). Neoliberal kapitalizmle birlikte olan şey, ortak mülkiyetin metalaşması, özelleştirilmesi ve parasal kâra dönüştürülmesidir. Toplumun kolektif işçisinin çalışması gittikçe ekonomik olarak sömürülmektedir. Sonuç, geniş ölçekli sosyo-ekonomik eşitsizliktir. Occupy bu gerçekliği sorgulayan bir harekettir. Kolektif işçinin bir hareketidir, ürettiği ortak mülkiyetin metalaşmasını sorgulayan ve ortak mülkiyeti geri kazanmayı talep eden bir kolektif işçi sınıfı hareketidir. Yeni bir işçi sınıfı hareketidir, çünkü toplumun kolektif çalışmasının ürünlerinin kolektif denetimini talep etmektedir. Kullanım değerlerini ortak mülkiyet yapma girişimi, tam olarak bir ortak mülkiyet toplumunun gayesidir.

12.3.4. Occupy Hareketi Nedir?

Post-Marksizm, evrenselliği totaliter bir tasarı olarak görür (Laclau ve Mouffe 1985, 188) ve en iyi gevşekçe bağlantılanmış politik öznelerin politik çokluğunun önceliğini öne sürer. Laclau ve Mouffe (1985) bu bağlamda "çeşitli ve sıklıkla çelişkili konumların çokluğu" (84), "merkezsizleşmiş özne konumları" (87), "politik mekânların çokluğu" (137), "ayrıcalıklı kopuş noktalarının reddi ve mücadelelerin birleşik politik mekâna akması" (152) veya "her antagonizmanın çok anlamlı niteliği"nden (170) söz eder. Laclau ve Mouffe, işçi sınıfını niteleyen sınıf birliğinin üstesinden gelen çoğul yeni toplumsal hareketlerin yükselmesini göklere çıkarmışlardır.

Bu bölümde, Occupy hareketinin, toplumsal hareketlerin gelişiminde, toplumsal hareketlerin Hegelci bir yadsınması biçimindeki yeni bir aşamayı gösterdiğini tartışıyorum. Bir taraftan bu; sınıfa, kapitalizme ve sınıf mücadelesine odaklanan politikaya geri dönüştür. Sınıf, toplumun %99'unu, egemen %1'in karşısına yerleştiren birleş-

tirici bir motif olarak kavranmaktadır. Politik konuları bakımından, Occupy yeni bir işçi sınıfı hareketidir. Yapısı bakımından eylemcilerin nispi çoğunluğu prekarya ve proleterleşmiş bilgi işçileridir. Çalışma, ortak mülkiyet bağlamında da bir meseledir: bütün insanlar, kolektif işçi olarak doğa, refah, yeniden üretim ve kültür ortak mülkiyetini yaratırlar. Neoliberal kapitalizm bir ortak mülkiyetin metalaşması ve özel mülkiyet olarak zaptedilmesi tasarısı, toplumun kolektif işçisinin sömürülmesi tasarısı olmuştur. Occupy, bu duruma ortak mülkiyeti geri kazanma talebiyle karşı gelir. Dolayısıyla, kolektif işçi sınıfı hareketidir. Ancak yeni toplumsal hareketlerin konuları (ırkçılık, toplumsal cinsiyet, savaş, doğa, kimlik ve insan bedeni) Occupy tarafından elenmemektedir, aksine birleştirilmekte ve yeni bir düzeye çıkarılmaktadır. Bu hareketin içerisinde var olmayı sürdürüyorlar, yeni toplumsal hareketlerin parçalanmış politikalarına ve çokluğa özgü olduğu farklı hareketler olarak ayrışmıyorlar, katmanlaşmanın boyutlarının nasıl da farklı olduğunu gören ve mücadelenin birbirine bağlı olduğu, sınıf ve kapitalizm söylemiyle birleştiği tek bir hareket içerisindeler. Yeni toplumsal hareketlerle Occupy arasındaki başlıca farklılık ikincisinin yeni mekânlar ve yeni zamanlar başlatan yeni bir toplum yaratmayı hedefleyen devrimci bir hareket olmasıdır. Kent mekânlarının kamplar biçiminde işgali, ortak mülkiyeti geri kazanma politik talebini göstermektedir.

Benim düşünceme göre Slavoj Žižek postmodernizm ve post-Marksizmin, "mücadelelerin indirgenemez çoğulluğu"nu varsayarak, "kapitalizmi 'türünün en iyisi' olarak" kabul ettiğini ve "mevcut kapitalist liberal rejimin üstesinden gelmek için herhangi bir gerçek çabadan" (Butler, Laclau ve Žižek 2000, 95) vazgeçtiğini doğru bir şekilde belirtmiştir. Sınıf kategorisini, diğer antagonistik kategorilere (toplumsal cinsiyet, etnisite, yaş, yetenekler, vb.) tabi kılmak veya eşitlemek, kapitalist bütünselliğe katılımcı alternatifler oluşturma talep ve tasarısını gömme tehlikesini taşımaktadır. Occupy hareketi sınıf dışı bütün antagonizmaların sınıfla eklemlenmiş olduğunu, oysaki sınıf dışı antagonizmaların hepsinin birbirleriyle eklemlenmediğini göstermiştir. Bu demek oluyor ki, çağdaş toplumun antagonizmalarının hepsinin sınıf veçheleri vardır ve hepsi sınıfa bağlıdır. Sınıf, bütün diğer anta-

gonizmaları birlikte bağlayan antagonizmadır. Diğer antagonizmalar için önceden fikir verir, koşullandırır, olanak sağlar ve sınırlar ve ihtimaller üzerinde baskı uygular. Aynı zamanda, sınıf dışı antagonizmalar sınıf antagonizmasını da etkiler, dolayısıyla hâlihazırda karmaşık devingen ilişkiler vardır. Eğer sınıf, kapitalizmin, diğer antagonizmaları belirleyen, aşırı belirleyen değil de etkileyen süper antagonizmasıysa, bu kategoriye özel bir ilgi göstermek önemlidir.

Kapitalizmin küresel sistemi içerisinde Hardt ve Negri (2000), çokluk içerisinde yaratılmış olan ortak mülkiyeti sömüren sermaye, imparatorluk terimini ortaya atmıştır. Hardt ve Negri Hegelci diyalektiği belirlenimci ve teleolojik olarak görmelerine (a.g.e., 51) ve dolayısıyla kendi yaklaşımlarını Hegel'in diyalektiği yerine açıkça Spinoza'nın içkinliğine dayandırmalarına karışın Hegelci diyalektik Hardt ve Negri'nin çalışmasını gizlice şekillendirmiştir. Žižek başka bir bağlamda, "göz göre göre onun iddia edilen anti-Hegelciliğiyle çelişecek şekilde" Negri tarafından "Hegelci kategorilerin [...] 'hoyrat' [...] kullanımı"nı da gözlemlemiştir (Žižek 2008, 353). Hardt ve Negri'nin *çokluk* (Hardt ve Negri 2005), *imparatorluk* (Hardt ve Negri 2000) ve *ortak zenginlik* (Hardt ve Negri 2009) kavramları/kitapları mantıksal olarak diyalektik bir üçlü takım olarak düzenlenebilir: (1) çokluk maddi olmayan emek aracılığıyla ortak mülkiyeti üretir. Ortak mülkiyet, (2) küresel bir imparatorluk şeklinde örgütlenmiş olan sermaye tarafından sömürülür. Çokluk ve sermaye bir çelişki oluşturur: sermaye çokluğa hükmeder ve sömürür. Olumsuz bir ilişkidedirler. Sermaye çokluğa ihtiyaç duyar, çünkü o ortak mülkiyeti üretmektedir ve aynı zamanda onu dışlar. Çokluk sermayeye benzer şekilde ilişkilenmez. Maalesef Hardt ve Negri, çokluğun her zaman ve kendiliğinden sermayeye karşı mücadele ettiği izlenimini yaratmaktadır, böylece onlar için çokluğun imparatorluk üzerindeki etkisi salt bir ihtimal değil ayrıca belirleyici bir gerekliliktir. Ve (3), Ortak zenginlik, maddi olmayan emek aracılığıyla yaratılmış olan ortak zenginliğe dayalı yeni özdenetimli bir toplum biçimi, sermaye ve imparatorluk arasındaki olumsuz ilişkinin olumsuzlanması önsezisidir.

Occupy hareketi kapitalizm, kolektif işçi ve ortak zenginlik diyalektik üçgeni içerisinde yerleşmiştir. İnsanlar toplumun ortak mülkiyetini kolektif işçi olarak yaratırlar. Ortak mülkiyeti yaratan ve yeniden yaratanları (yani tüm insanları) içeren çağdaş bir işçi sınıfı oluştururlar. Ortak mülkiyet gittikçe daha da metalaşmakta ve kolektif işçi sermaye tarafından sömürülmektedir. Kapitalizm ve kolektif işçi arasında bir çelişki vardır. Occupy bu nesnel çelişkinin öznelleştirilmesine işaret eder. İşçi sınıfının sömürülmesine karşı kolektif kavrayış ve tepkisi, altta yatan sınıf ilişkilerini sorgulayan ve insanların ekonomiyi toplumu birlikte denetledikleri bir toplum için mücadele ettiği politik bir örgütlenme biçimidir. Ortak mülkiyet için bir tasavvur uğruna ve kendileri için mücadele ediyorlar.

Occupy hareketinin önemi kapitalizmin, sömürünün ve sınıfın güncelliğini göstermesinde ve ortak mülkiyete dayalı bir toplumu kapitalizme alternatif olarak tartışma ihtiyacını gündeme almasındadır.

12.4. Occupy, Dijital Çalışma ve İşçi Sınıfı Sosyal Medyası

Bu kısımlar, şu araştırma sorusuyla uğraşıyor: Occupy hareketi hangi çevrimiçi sosyal medyayı kullanıyor? Bu, toplumsal hareketlerde medyanın rolünü ve sosyal medyada sosyal olanın ne olduğunu anlamayı gerektirir. İlk olarak, 12.4.1 kısmı toplumsal hareketlerde İnternet'in ve sosyal medyanın rolü hakkında bir çözümleme ve kavramsallaştırmaya ilişkin kısa bir giriş sunuyor. Daha sonra, bir literatür taraması, kuramcıların Occupy hareketi içerisinde sosyal medyanın rolünü nasıl kavramsallaştırdıklarını gösteriyor (kısım 12.4.2). Kısım 12.4.3, Occupy'ın sosyal medya kullanımına ilişkin bir kuramsal sınıflandırmayı özetliyor.

12.4.1. Toplumsal Hareketler, İnternet ve Sosyal Medya

Medya, bir politik enformasyon kaynağı ve politik iletişim için bir araçtır. Sivil toplumun, politik olarak olmak ve eylemek için, yani politik taleplerde bulunmak için ihtiyaç duyduğu bir mekanizmadır. Politika bugün yoğun bir şekilde medyalaşmıştır (Bennett ve Entman

2001). Her ne kadar İnternet'in toplumsal hareketler üzerindeki etki derecesi tartışmalı olsa da, genel bir gözlem protestoları düzenlemek için bir potansiyele sahip olduğudur (Della Porta ve Diani 2006, 132–133, 155–156). Toplumsal hareketlerin İnternet'in enformasyon, iletişim ve politik seferberlik ve protestolarda koordinasyon amaçlarıyla kullanımını çözümlemek için, "siber protesto" (Donk vd. 2004) ve "siberaktivizm" (McCaughey ve Ayers 2003) gibi terimler ortaya atılmıştır. Bennett (2003, 2005), İnternet'in, çevrimiçi ve çevrimdışı ilişki oluşturmayı, toplumsal hareketlerin küreselleşmesini ve hiyerarşik olmayan, dağıtık, esnek protesto ağlarının oluşumunu sağlayan toplumsal bir teknoloji olduğunu öne sürer. Rucht (2004), İnternet'in kamusal alan karşıtlığını destekleme potansiyeline sahip olduğunu, ancak eylemcilerin kişisel temaslarının yerine geçemeyeceğini vurgular.

Toplumsal hareketler ve sosyal medya çalışmaları, çevre hareketinde (Castells 2009), Küresel Adalet Hareket'inde (a.g.e., Kavada 2012) sosyal medyanın kullanımı, savaş karşıtı aktivizm ve savaş propagandası (Christensen 2008; Gillan, Pickerill ve Webster 2008), feminizm, blog siyaseti (Dean 2010, Kahn ve Kellner 2004), YouTube aktivizmi (Thorson vd. 2010; Zoonen,Vis ve Mihelj 2010), Arap Baharı'nda Twitter ve Facebook'un rolü (Aouragh 2012, Aouragh ve Alexander 2011, Bratich 2011, Lotan vd. 2011, Mansour 2012, Nanabhay ve Farmanfarmaian 2011, Sayed 2011, Khamis ve Vaughn 2011), Occupy hareketi (Juris 2012) ve politika için özel alan ve sanal alan 2.0'ın ortaya çıkması (Papacharissi 2009, 2010) gibi konulara odaklanmıştır.

Occupy hareketinde sosyal medyanın rolüne ilişkin çeşitli deneysel çalışmalar yayınlanmıştır. Birkaç örnekten söz edilebilir. Tartışma ister istemez, yer kısıtı dolayısıyla eksiktir. Sasha Costanza-Chock (2012, 379) Occupy Araştırması Genel Anketi'nden bazı sonuçlar paylaşıyor. Bu ankete göre eylemcilerin %77,3'ü Occupy hakkında sosyal medyada (Facebook, Twitter veya diğer) gönderide bulunduklarını, %75,7'si Occupy hakkında yüz yüze konuşma yaptıklarını, %19,1'i Occupy hakkında bir blog yazısı yazdıklarını ve %8,2'si Occupy hakkında bir video hazırladıklarını söylemiştir (N = 4877). Gaby

ve Caren (2012, 372) Facebook Occupy gruplarına yeni kullanıcılar çeken 100 gönderiyi incelemişlerdir. Bu gönderilerin birçoğu kişisel anlatıları içermekte ve yaklaşık %60 oranında "bu mesajların mecrası resim ve videolardır". Occupy Philadelphia'daki katılımcı gözleme dayanarak Alice Mattoni (2012), Occupy hareketi içerisinde, sosyal medyanın zengin protesto iletişimi dağarcığını oluşturduğunu öne sürmektedir.

Paolo Gerbaudo (2012) ABD, Mısır, İspanya, İngiltere, Tunus ve Yunanistan'da, protestolarında sosyal medya kullanımlarına ilişkin 80 eylemciyle görüşmüştür. Manuel Castells, Jeffrey Juris, Michael Hardt ve Antonio Negri gibi araştırmacılar çağdaş toplumsal hareketlerin lidersiz ağlar olduğunu iddia etse de, protestoların koreografisi ve "bir araya gelmenin koreografisini inşa etmek" (a.g.e, 139) için sosyal medya kullanan belli belirsiz liderler vardır: "iletişim akışının çoğunu denetleyen bir avuç insan"dır. (135). Bir araya gelmenin koreografisi, "insanları belirli protesto eylemlerine yönlendirmek, katılımcılara nasıl davranılacağına ilişkin öneriler ve yönergeler sağlamak, kamusal mekânlarda bir araya gelmeyi sürdürmek üzere duygusal bir anlatı yaratmak için sosyal medya kullanımı" (a.g.e., 12) anlamına gelmektedir.

Hareketlerin kendiliğindenliği "tam olarak" düzenlenecektir, "çünkü son derece dolayımlı bir [harekettir]" (a.g.e., 164). Etik sorun bu hareketin koreografisi olmayacaktır, aksine liderler olduğunun inkârı olacaktır, çünkü bu sorumsuzlukla sonuçlanır. Facebook "geniş ölçüde siyasetsizleştirilmiş orta sınıf gençliğinin başlıca özdeşleşmesi ve duygusal yoğunlaşmasına olanak sağlamak için, temin ve idman alanına yakın bir şey olarak kullanılmıştır. Twitter, tersine, esasen, yurttaş gazetecilerin polis vahşiliğini belgelemek için bir araç olarak kullanımını da içeren birçok ve oldukça 'dışsal' kullanımının yanısıra, eylemci seçkinler arasında 'canlı' iç koordinasyon için bir vasıta olarak kullanılmıştır" (a.g.e., 135). "Facebook; hareketin liderleri, daha belirsiz bir terim kullanacak olursak 'düzenleyiciler' veya 'eylemciler', tarafından katılım mekânının dışındaki insanları harekete geçirmek için kullanılırken, Twitter içsel örgütlenme amaçları

dolayısıyla önemliydi" (a.g.e., 145). Küresel Adalet Hareketi'nde, Indymedia, Facebook'un Occupy hareketinde oynadığı rolü (dışsal harekete geçirme) oynamıştır. Posta listeleri de bugün Twitter'ın oynadığı rolü (içsel örgütlenme ve eşgüdüm) oynamıştır (a.g.e., 150). Görüşmelerine dayanarak, Gerbaudo Occupy Wall Street hareketinde, Twitter'ın taktik bir araç olduğunu öne sürmüş ve "Kilit Twitter taktik hesapları hareket örgütleyicilerinin, yaklaşık olarak 20 kişiden oluşan, çekirdek bir grubu tarafından yönetilmiştir. Bu insanlar ayrıca yüksek oranda yer hizmetleri, Genel Meclis ve farklı komisyonlara da katılma eğilimindedir. Zuccotti Park işgali esnasında, bu çekirdek grup New York Öğretmenler Sendikası tarafından sağlanan bir büroyu" bir çeşit karargah olarak "kullanmıştır" (a.g.e., 129). Gerbaudo, Hardt ve Negri'nin (2012, bölüm 2) sosyal medyanın "tekilliklerin ademi merkeziyetçi çokluğu"nun, "örgütsel bir biçime tekabül ettiği için" iyi olabileceği gibi varsayımlarına meydan okumaktadır. Hardt ve Negri (2012, "Sonraki: Halkın Etkinliği") çağdaş hareketlerin "lidersiz olmalarına rağmen değil, öyle oldukları için güçlü" olduğunu öne sürmüştür. "Yatay olarak, çokluklar şeklinde örgütlenmişlerdir ve her düzeyde demokrasi ısrarları bir erdemden ziyade güçlerinin bir anahtarıdır". Güçleri, "Sol'un kiliselerini" yakıp kül etmeleri olacaktır.

2011'in işgalleri, protestoları ve devrimleri halkın oldukça dikkatini çekmiştir. Bunun için de politik kuramcılar, bu kolektif politik eylemlerin nedenlerini anlamaya çalışmışlar ve bu konuda yayınlar yapmışlardır. Bu noktada, ortaya çıkan bir soru, Occupy hareketinde sosyal medyanın rolüne ilişkin hangi farklı kuramsal tutumları ayırt edebiliriz şeklindedir.

12.4.2. Occupy Hareketi ve Sosyal Medya

Occupy hareketi içerisinde sosyal medyanın rolüne ilişkin dört farklı tutum tanımlanabilir. Bu dört tutum, teknoloji ve toplumu ilişkilendirmeye ilişkin dört mantıksal olanağı (belirleyici etken olarak teknoloji, belirleyici etken olarak toplum, iki farklı etken ve müşterek ve çelişkili ilişki) betimler.

12.4.2.1. Tutum 1—Teknolojik Belirlenimcilik: Occupy Hareketi (ve Diğer İsyanlar) İnternet İsyanlarıdır

Manuel Castells (2012, 2) bir ağ toplumunda yaşadığımızı ve dolayısıyla "kablosuz İnternet aracılığıyla ağlaşmış bir dünyada hareketlerin bulaşarak yayıldığını" öne sürmektedir. Devrimler, iktidarın ekonomik, politik, askeri, ideolojik ve kültürel çelişkileriyle bağlantılı olabilir (a.g.e., 89; ayrıca bkz. s. 12), ancak sadece umut ve zulüm duyguları varsa ve bu duygular diğerlerine geniş ölçekte iletilebiliyorsa oluşabilirler (a.g.e., 14). "Bir harekete bağlanmak ve hareketi oluşturmak için bireysel deneyimler için bir koşul, ona ilişkin olayları ve duyguları yayacak bir iletişim sürecinin varlığıdır. [...] Bu günlerde, yatay iletişimin çok kipli dijital ağları, tarih içerisinde en hızlı, otonom, etkileşimli, yeniden programlanabilir ve kendiliğinden genişleyen bir iletişim aracıdır. [...] Dijital çağın ağlaşmış toplumsal hareketleri, yeni tür bir toplumsal hareketi betimler" (a.g.e., 15). Castells, bir protesto hareketi ve devrimin ortaya çıkması için nesnel koşulların (toplumdaki sorunların) ve bu koşullara ilişkin öznel kavrayışların olması, bir insan kitlesinin nesnel koşulların katlanılmaz olduğu, toplumun bu nedenle onlar tarafından yapılacak bir değişime ihtiyaç duyduğu ve bunun da kolektif politik eylemlerini gerektirdiğini vurgularken kesinlikle haklıdır. Bu tam olarak Marx'ın devrimlerin maddi bir temele (antagonistik toplumu şekillendiren ekonominin, politikanın, ideolojinin ve doğanın çelişkileri) ihtiyaç duyduğu şeklinde söylemle vurguladığıyla aynıdır, fakat devrim fikri yalnızca gerçekliğin çelişkileri, uygulamaları güdüleyen öznel kavrayışlar haline geldiğinde gerçekleşebilir: "Gerçekten de devrimler pasif bir öğeye, özdeksel bir temele gereksinim duyuyor. Teori bir halk içinde ancak onun gereksinimlerinin gerçekleştirilmesi olduğu ölçüde gerçekleşiyor. [...] Teorik gereksinimlerin dolayımsız olarak pratik gereksinimler durumuna gelmeleri mi gerekiyor? Düşüncenin gerçekleşmeye götürmesi yetmiyor, gerçekliğin de düşünmeye götürmesi gerekiyor" (Marx 1843, Sol s. 202-203). Devrim bu nedenle her zaman toplumdaki bir değişim ve insan özündeki bir değişimdir: "Koşulların değişme[si] ile insan etkinliğinin veya öz-değişiminin örtüşmesi, ancak devrimci pra-

tik olarak kavranıp doğru anlaşılabilir" (Marx 1845, Evrensel, Alman İdeolojisi, s. 16).

Zulmü ve umudu yaymakta İnternet ve sosyal medyanın hangi rolü oynadığına ilişkin soru, daha çok deneysel bir sorudur. Hoşnutsuzluk duygularını ve kolektif eylem arzusunu yoğunlaştırma ve iletmeye yönelik bulaşıcı etkilere ilişkin bir ihtimal vardır, ancak İnternet kesinlikle protesto gereksiniminin iletimi için tek araç değildir. Castells Occupy hareketinin "İnternet'te doğdu[ğunu], İnternet ile yayıldı[ğını] ve varlığını İnternet üzerinde korudu[ğunu]" ve "varlığının maddi biçiminin *kamusal alanların işgali*" olduğunu söylüyor (Castells 2012, 168). "İnternet üzerindeki" sosyal "ağlar, deneyimin iletilmesine ve güçlendirilmesine olanak sağlamış, bütün dünyayı harekete kazandırmıştır" (a.g.e., 169).

Castells, İnternet'in seferberlik yeteneğine oldukça güçlü bir vurgu yapar. Savı, araştırılmış durumlarda, İnternet iletişiminin sokak protestolarını yarattığını, yani İnternet olmadan herhangi bir sokak protestosu olmayacağını ima eder. Sonuç bölümünde, Castells, bütün incelenmiş hareketler için genelleştirir: "Günümüzün ağlaşmış toplumsal hareketleri çoğunlukla İnternet tabanlıdır, kolektif eylemleri için gerekli ancak yeterli olmayan bir bileşen. İnternet ve kablosuz platform tabanlı dijital sosyal ağlar seferberlik, örgütlenme, müzakere, eşgüdüm ve karar alma için belirleyici araçlardır" (a.g.e., 229).

Castells'in eski doktora öğrencisi olan Jeffrey Juris (2012), Occupy Boston'da bir katılımcı gözlem gerçekleştirdi. Küresel Adalet Hareketi'nin, esasen posta listelerini kullanma ve ağ mantığına dayanmasına karşın, Occupy hareketinin toplanma mantığına dayandığını söylemektedir. Bu mantık, sosyal medyanın "enformasyonun viral akışı ve sonradan somut fiziksel mekânlarda çok sayıda bireyin toplanması" ile sonuçlandığı bir mantıktır (a.g.e., 266). Bireyler, "büyük miktarlarda enformasyon dışa vurmakta", "ben merkezli ağlar"ı kullanmaktadır. Çünkü, "Twitter ve Facebook kullanımı [...] 'birey kalabalığı' üretme eğilimindedir" (a.g.e., 267). Castells gibi, Juris de sosyal medyanın protestoları "ürettiğini" varsaymaktadır. Herhangi bir şekilde deneysel doğrulama yapmadan, "Facebook, YouTube ve Twitter gibi sosyal

medyanın #Occupy içerisinde birincil iletişim aracı haline geldiğini" (a.g.e., 266) iddia etmektedir.

İnternet hareketlerin ortaya çıkışıyla sonuçlandı, hareket İnternet üzerinde doğdu veya hareketler İnternet tabanlıdır gibi formülleştirmeler, açık bir teknolojik belirlenimciliğe dayalı bir mantığı yansıtmaktadır: Teknoloji toplumsal niteliklere sahip kesin bir görüngüye yol açan bir aktör olarak kavranmıştır. Hareketler, İnternet tarafından yaratılmaz. Toplumun antagonistik ekonomik, politik ve ideolojik yapıları tarafından yaratılır. İnternet, bilgisayarların küresel ağını kullanan sosyal ağlardan oluşan bir tekno-toplumsal sistemdir. Çağdaş toplumun antagonizmalarının içerisinde gömülmüştür, dolayısıyla içinde var olan etkilere ve belirlenimlere sahip değildir. İnternet'i kullanan kolektif toplumsal eylem, mevcut eğilimleri zayıflatma veya yoğunlaştırma açısından göreceli olarak oldukça küçük bir etkiye sahip olabilir. Gerçek olası sonuçlar bağlama, iktidar ilişkilerine, seferberlik sığalarına, strateji ve taktiklere olduğu kadar mücadelelerin karmaşık ve belirsiz neticelerine bağlıdır. Castells'in modeli basittir: sosyal medya devrimlere ve isyanlara yol açıyor. Muhafazakâr blog yazarı Andrew Sullivan'ın ilk olarak 2009 İran protestoları bağlamında ortaya attığı "devrim twitlenecek" iddiasıyla başlayan "Twitter devrimleri" ve "Facebook isyanları" hakkındaki yaygın ideolojik söylemi paylaşıyor: "İnsanları artık durduramazsınız. Onları artık kontrol edemezsiniz. Kurulu medyanızı aşabilirler; birbirleriyle yayın yapabilirler; daha önce olmadığı gibi örgütlenebilirler. Ahmedinejad'ın ve eski kafalı mollaların, bu teknolojiyle nasıl da savunmasız yakalandığı ve son bir kaç haftada bu teknolojinin muhalif harekete nasıl da yardımcı olduğu gitgide açıklığa kavuşmaktadır" (Sullivan, 2009).

Castells "hareket mesajlarını iletişim ağlarından daha fazla gönderebildikçe, yurttaşlık bilincinin daha fazla yükseleceğini ve kamusal iletişim alanının daha fazla tartışmaya açık bir arazi haline geleceğini" (Castells 2012, 237) öne sürer. Castells, burada, politik enformasyonun teknik mevcudiyeti ile kolektif bilinç değişimi ve doğrudan orantılı olmayan bir anlamda politik protestoların ortaya çıkışı arasında doğrusal bir bağlantı varsaymaktadır. Ancak, toplumun gerçekliği,

önerdiği bu basit davranışsal modelden (uyarıcı olarak İnternet, karşılık olarak bilinçlilik ve politik eylem) çok daha karmaşıktır. Enfomasyon, çok fazla yurttaşa ulaşmadan (örneğin varlığını bilmedikleri için, enformasyon yapısal olarak görünmez tutulduğu için, onunla ilgilenmedikleri için veya anlamlı bulmadıkları için) çevrimiçi olabilir. Genel olarak İnternet ve medya kapatılabilir veya sansürlenebilir ve onları yürüten kişiler hapsedilebilir, işkenceye uğrayabilir veya öldürülebilir. Bunlar, ülkeler tarafından protesto hareketlerini frenlemek amacıyla yapılan hiç de seyrek olmayan uygulamalardır. Castells ayrıca özerk olmayan [bağımlı, yaderk, heteronom] toplumlarda ideolojilerin gerçek veya olası rolünü hafife almaktadır. Eğer güçlü gruplar halk kitlesini toplumdaki sorunların gerçek nedenlerinin farklı olduğu konusunda ikna etmeyi başarabilirse, eleştirel bilincin yükselmesinin önüne geçilebilir. Tarihsel olarak, ideoloji, bu hedefine çoğunlukla toplumdaki sorunlar için suçlanan günah keçileri (örneğin yahudiler, siyah insanlar, göçmenler, sosyalist veya komünistler, vb.) yaratarak ulaşmıştır. İdeolojilere kafa tutan alternatif enformasyon, medya ağlarında var olsa bile, geniş ölçekte yurttaşlar tarafından ideolojilere kafa tutulacağının bir güvencesi yoktur. İdeolojilerdeki yaygın inançları parçalamak, sadece mücadeleler maddi bir biçim aldığında değil, ayrıca maddi güçler haline gelen alternatif fikirler için mücadeleler olduğunda mümkündür.

12.4.2.2. Tutum 2—Toplumsal Yapısalcılık: Sosyal Medyanın Öneminin Az Olduğu, Toplumsal İsyanlara ve Toplumsal Devrimlere Tanık Oluyoruz; Sosyal Medya İsyanlarda Belirgin bir Etken Değil

Slavoj Žižek (2012) *The Year of Dreaming Dangerously* [Tehlikeli Rüyalar Görme Yılı] başlıklı kitabında, 2011 yılında ortaya çıkan devrimlerin ve toplumsal hareketlerin bir açıklamasını yapar. Žižek, daha çok çağdaş hareketlerin kapitalizmle ilişkilerini tanımlamaya odaklanır. Occupy hareketini, "bir sistem olarak kapitalizm"den ve demokrasinin temsiliyete indirgenmesinden hoşnut olmayan (a.g.e., 87) "ücretli burjuvazi"nin (a.g.e., 12) bir isyanı olarak görmektedir. Alain Badiou (2012) Occupy hareketinin ve diğer çağdaş hareketlerin (örn. Mısır ve İspanya'daki devrimci Arap Baharı hareketleri) ortak

mülkiyet için hareketler olduğunu öne sürer. Noam Chomsky (2012) için, Occupy, "politik iktidarın yoğunlaşması"na da neden olan "zenginliğin muazzam yoğunlaşması"na karşı bir tepkidir (a.g.e., 28–29). David Harvey (2012), Occupy'ın, kentin ortak mülkiyetteki alanlarını geri kazanmak isteyen bir kent hareketi olduğunu öne sürmektedir.

Žižek (2012), Badiou (2012), Chomsky (2012) ve Harvey (2012) için, Occupy ve diğer çağdaş isyanlar sokak protesto hareketleridir. Dolayısıyla Facebook, Twitter gibi "sosyal medya" veya Occupy tarafından yaratılan ve kullanılan araçları (The Global Square, Occupii, Riseup, vb. gibi) tartışmamakta veya sözünü etmemektedirler. Žižek (2012) medyadan hiç söz etmemekte, Badiou (2012, 23) tek bir cümlede ayaklanma ve devrimlerin her zaman medya ve iletişimi kullandığını söylemektedir: "Dahası, davullar, ateşler, kışkırtıcı broşürler, arka sokaklardaki koşuşturmalar, dolaşımdaki kelimeler, çalan ziller. Asırlar boyunca bunlar ansızın bir yerlerde toplanan insanların amaçlarına hizmet etmiştir, tam da her sözü dinleyen elektroniğin bugün yaptığı gibi". Chomsky (2012, 46) halkı harekete geçirmenin tek yolunun "insanların olduğu yere, kiliselere, kulüplere, okullara, sendikalara" gitmek olduğunu öne sürmektedir. Kayda değer miktarda insanın, günlerinin kayda değer bir kısmında İnternet'te olduğunu dikkate almamakta ve çevrimiçi sosyalliğin aktivizm üzerinde olumlu veya olumsuz etkilerinin olup olmadığını tartışmamaktadır. David Harvey (2012, 162) için Arap Baharı devrimleri ve Occupy hareketi, "gerçekten bir anlamı olanın, Twitter veya Facebook'taki duygu gevezelikleri değil, sokaklardaki ve alanlardaki bedenler" olduğunu göstermiştir.

Jodi Dean (2012) sosyal medyanın rolüne daha fazla ilgi göstermiştir. İletişimsel kapitalizmde, sosyal medyanın politikayı yerinden ettiğini ve 'üzerine gelme' ve 'tıklama'nın politika olduğu yanılsaması yarattığını, aslında gerçekte "ifade edebilme olmadan iletişim"e dayanan bir politika sonrası biçim olduğunu öne sürmektedir (a.g.e., 127). Buna karşın, Occupy hareketi "sokaktaki eylemleri üstlenen ve destekleyen" (a.g.e., 216) olacak ve elverişsizliği seçecektir (217). Böylece, sosyal medyanın politika sonrası ideolojisini ters yüz ederek, onu gerçek politika ile ikame edecektir. Occupy, "yaşamını sürdürme

'tıklamacılığı' [clicktivism] kolaylığını, emek isteyen ve zaman alıcı bir işgali destekleme uygulamasıyla değiştirmiştir" (a.g.e., 233). Jodi Dean, çağdaş isyanların toplumsal isyanlar olduğu ve sosyal medya isyanları olmadığı savını belirli bir doğrultuya yöneltiyor: Sosyal medyanın, kullanımını politika olarak gören bir ideolojinin bir parçası olduğu, ancak gerçekte zararsız sözde politika olduğu ve Occupy hareketinin bu ideolojiyi yapı sökümüne uğratıp onu sokaklardaki gerçek politikayla değiştirdiğini öne sürmektedir.

12.4.2.3. Tutum 3—İkicilik: Sosyal Medya Occupy Hareketi için Önemli bir Araç Olmuştur; Hareketin Teknolojik ve Toplumsal Nedenleri Vardır

Gazeteci Paul Mason, Occupy hareketini de içeren yeni isyanların "teknik yenilikteki ilerleme, bireysel özgürlük arzusundaki artış ve insan bilincindeki özgürlüğün anlamına ilişkin değişimle birlikte serbest piyasa kapitalizminin çöküşe yaklaşmasından kaynaklandığı"nı söylemiştir (Mason 2012, 3). Occupy Londra, üniversite ücretlerindeki artış, Eğitime Devam Bursu (Education Maintenance Allowance) kesintileri ve konut yardımı, engelli indirimi ve çocuk bakımı gibi alanlardaki diğer kesintilere karşı yapılan UK Uncut [İngiltere Kesintsiz] protestolarıyla bağlantılıdır. Mason'a göre hareket; öğrencileri, yoksulluk ve güvencesizlikle yüz yüze olan gençliği ve sendikaları içeriyor. "[A]nlık işbirliği", "Facebook grupları ve vikileri [...] başlıca kentlerin kamusal meydanları" olarak genişletmiştir (a.g.e., 144).

Sam Halvorsen (2012, 431) Occupy'ın, "mekâna dayandığı"nı ve "çevrimiçi teknolojileri", "ademi merkeziyetçi iletişim" amacıyla kullandığını öne sürmektedir.

Daha önce söz edildiği gibi, Hardt ve Negri (2012, "Açılış") çağdaş ayaklanmaların dört nedeni olduğunu öne sürmektedir: finans kapitalizminin borçluyu yaratması, ET'nin medyalaşmışı yaratması, güvenlik rejiminin güvenlikleştirilmişi yaratması ve yozlaşmış devletin temsil edilmişi yaratması (a.g.e., 1. bölüm). Sosyal medyayı, Occupy hareketi ve diğer çağdaş isyanların ortaya çıkışındaki dört bağımsız nedenden biri olarak görüyorlar ve sadece hem çevrimiçi medyanın hem de yüz yüze iletişimin Occupy hareketlerinde bir rolü olduğunu

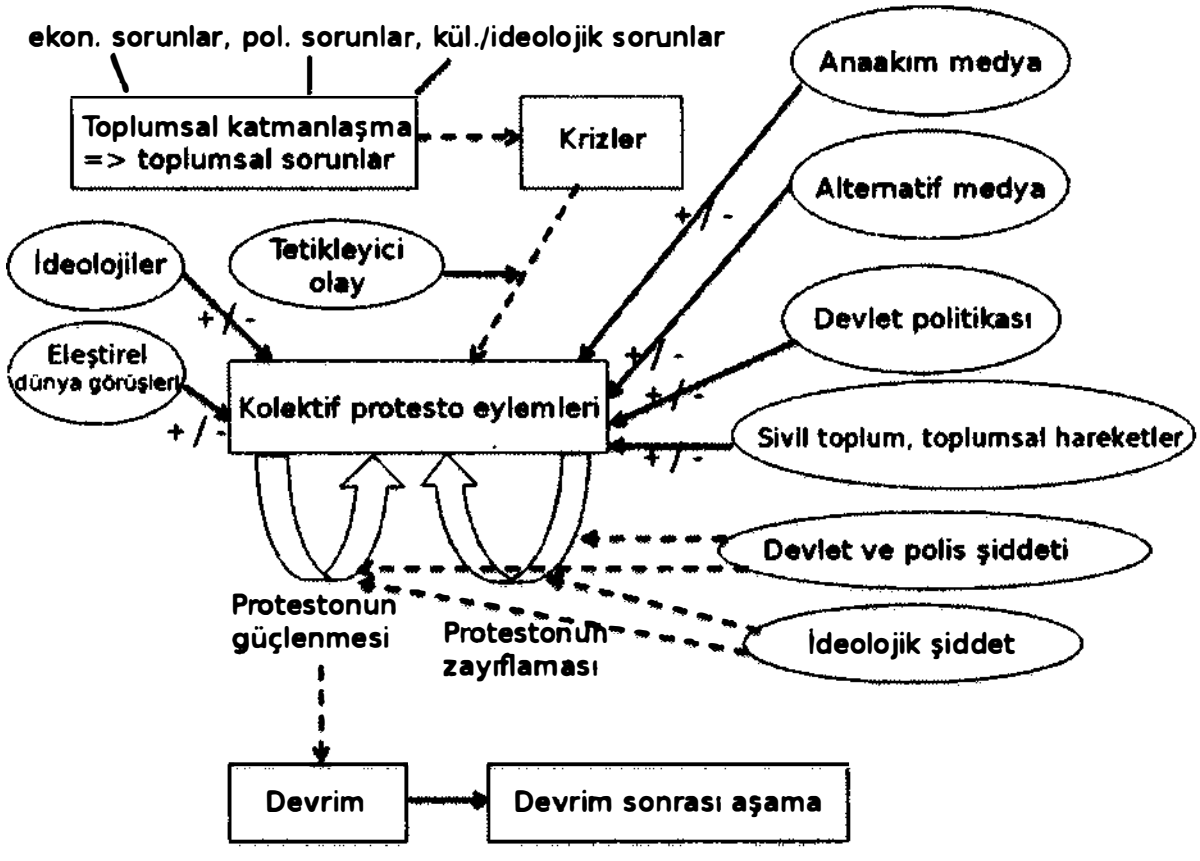
değil, ayrıca ikincisinin daha önemli olduğunu öne sürüyorlar: "Facebook, Twitter, İnternet ve diğer iletişim düzeneği türleri yararlıdır, ancak, kolektif politik akıl ve eylemin temeli olan bedenlerin bir aradalığının ve maddi iletişimin yerini tutamazlar. Bütün işgallerde [...], katılımcılar bir aradalık aracılığıyla yeni politik duyuşlar yaratmanın gücünü deneyimlediler" (a.g.e.). Eylemciler, "bir karargah" gerektiren ve işgallerde, "toplantılarda tartışma, çatışma ve mutabakat oluşturma" aracılığıyla yeni bir hakikat yaratan kolektif öz öğrenme deneyimi olarak anlaşılan "gerçek iletişim"de bulunarak "medyalaşmamış" hale gelmelidir (a.g.e.,2. bölüm).

Hardt ve Negri'ye (2012, 3. bölüm) göre sosyal ağların regülasyonu ve özelleşmesi ve kullanıcıların suçlu olarak sayılmasına direnilmelidir. "Özgürleştirilmiş ağlar, gerçekte, İspanya kamplarında, Akdeniz'in güney kıyılarındaki ülkelerde de olduğu gibi ve daha sonra İngiliz isyanları ve Occupy hareketlerinde olacağı gibi birincil bir örgütsel araçtı. [...] Ortak mülkiyet kurucu iktidarı, böylece kurucu iktidarın konularıyla birlikte dokunmuştur, demokratik ve kalabalık yönetişim denemelerinin vasıtaları olarak yeni medyayı (hücresel teknolojiler, Twitter, Facebook ve daha genel olarak İnternet) benimsemek". Görünen o ki, Hardt ve Negri mobil telefon ağlarını ve çevrimiçi sosyal medyayı, iletişime olanak veren ağlaşmış nitelikleri nedeniyle doğası gereği demokratik ve müşterek olarak görüyor. Unuttukları şudur ki, mobil telefon ağları, Twitter ve Facebook ortak olarak denetlenmek, işletilmek ve yönetilmekten çok %1'in parçası olan şirketlerin özel mülkiyetidir ve esasen para sermaye biriktirmeyi amaçlamaktadır. Eğer ki bu ağların teknolojileri ortak mülkiyet yerine özel mülkiyetse, "özgürleşmiş ağlar"dan söz etmek zordur. Bu durum, eylemcileri de tehlikeye sokuyor. Bahreyn, Mısır, İran, Libya veya Suriye'deki eylemcilerin mobil telefon ve İnternet iletişimlerinin, Batılı şirketler tarafından üretilen ve satılan gözetim teknolojileri yardımıyla nasıl da izlendiğine ilişkin birçok hikâye var (Fuchs 2012c). Bunun sonucunda, eylemciler (devlet yetkililerince) sorgulanmış, işkenceye uğratmış, kötü muamelemeye maruz kalmış ve öldürülmüştür. Kapitalist iletişim şirketleri ortak mülkiyet için mücadele eden hareketlerin doğal müttefikleri değildir. Çünkü onlar iletişimin ortak mülkiyetini,

kâr zorunlulukları ve tikelci parasal çıkarlara yönelik araçsal bir yol olarak görürler. İletişimin, ortak mülkiyetin gerçek bir alanı haline gelmesi için insanlarca, şirketler aracı olmadan, denetlenmesi gerekmektedir. Hardt ve Negri (2012, 3. bölüm), "havada el sallama veya Twitter'da takip etme gibi" çağdaş hareketlerin kullandığı "ifade ve karar verme yöntemleri" tarafından etkilenmişler, ancak ikinci yöntemin sadece iç grup amaçlarına değil, ayrıca Twitter'ın sermaye çıkarlarına ve hatta polisin hareketlerin ne yaptığına ilişkin izleme ilgisine de hizmet ettiğini unutuyorlar. Ortak mülkiyetin özerk inşası, ayrıca medyanın ve İnternet'in kapitalist boyutunun üstesinden gelecek iletişim ortak mülkiyetinin inşasına da muhtaçtır.

12.4.2.4. Tutum 4—Sosyal Medya ve Çelişkiler: Diyalektik bir Görüş

Medya ve teknolojiyi yadsıyan toplumsal bütünselliğe, toplumu yadsıyan teknolojik indirgemeciliğe ve nedenselliği yadsıyan ikiciliğe karşı bir alternatif olarak sunduğum kuramsal model isyanlar ve (sosyal) medya arasındaki ilişkiyi diyalektik olarak, çelişkiler biçiminde, düşünmek şeklindedir. Şekil 12.4, isyanların ve medyanın diyalektik bir modelini göstermektedir.



Şekil 12.4 Protestolar ve devrimler ile krizlerin, medyanın, ideolojinin ve politikanın görevine ilişkin bir model

Protestoların, toplumun çelişkilerine, yani doğası gereği ekonomik, politik ve kültürel olan egemenlik biçimlerine dayanan nesnel bir temeli vardır. Toplumsal sorunlar, geçici bir süre kalıcılaştığında ve kolayca üstesinden gelinemediğinde (ekonomik, politik, kültürel/ideolojik) krizlerle[11] sonuçlanabilir. Krizler kendiliğinden protestolara yol açmaz, protestoların yeterli bir koşulu değilken, nesnel ve gerekli bir koşuludur. Eğer kriz boyutları yakınsar ve etkileşirse, bu durumda toplumsal bir krizden söz edebiliriz. Protestolar, bir insan kitlesinin toplumsal sorunlar olduğu, bu sorunların katlanılmaz ve skandal olduğu ve birşeylerin değişmesi gerektiği şeklindeki algısına ihtiyaç duyar. Sıklıkla gerçek protestolar ve hareketler belirli olaylarca (örneğin ABD sivil haklar hareketinde Rosa Parks'ın tutuklanması, 2011 Tunus devrimi'nde Mohamed Bouazizi'nin halka açık intiharı, 2011 Mısır Devrimi'nde Halid Muhammed Said'in katledilmesi, Occupy Wall Street hareketinde Brooklyn Köprüsü'ndeki eylemcilerin kitlesel tutuklanması ve NYPD polis memuru Anthony Bologna'nın eylemcilere biber gazı sıkması gibi olaylar) sürekli olarak yoğunlaşır ve tetiklenirler.

Tam da burada, krizlerden protestolara geçiş ihtimalinde, Castells (2012) zulüm ve umut duygularının oynadığı role odaklanır. Bununla birlikte, öznel algılar ve duygular tek etken değildir. Çünkü bunlar da politika, medya ve kültür/ideoloji tarafından etkilenmekte ve koşullanmaktadır. Bir yandan devlet politikası, ana akım medya ve ideoloji, öte yandan muhalif politik/toplumsal hareketler, alternatif medya ve alternatif dünya görüşleri insan öznelerini birleştirir, protesto koşullarını etkiler. Her biri protestolar üzerinde ya güçlendiren ya da zayıflatan bir etkiye sahip olabilirler. Örneğin, ırkçı medya yayınları ırkçı kalıpları ve/veya medya ve çağdaş toplumun kendilerinin ırkçı olduğu anlayışını geliştirebilir. Medya (sosyal medya, İnternet ve bütün diğer medya) çelişkilidir, çünkü çelişkiler toplumunda yaşıyoruz. Bu neden-

[11] Şüphesiz insan türünün varlığını tehdit eden ekolojik krizler de var. Toplumsal kuram için, soru doğanın toplumla nasıl ilişkilendiğidir. İnsanlar, hayatta kalabilmek için, doğayla bir metabolizmaya girmek zorundadır. Toplumun gereksinimlerine hizmet eden kullanım değerleri üretebilmek için doğanın parçalarına el koymak ve etkinlikleriyle doğayı değiştirmek zorundadır. Bunun anlamı şudur, doğa ve toplumun etkileşiminin doğrudan meydana geldiği süreç, ekonomi içinde gerçekleşir. Bu nedenle, ekolojik krizleri ayrı bir şekilde ele almıyoruz, aksine ekonomik krizlerin özgün bir alt biçimi olarak değerlendiriyoruz.

le, etkileri fiilen çelişkilidir: protestoları zayıflatabilir/önüne geçebilir veya güçlendirebilir/ilerletebilir veya hiç bir şekilde etkilemeyebilir.

Ayrıca farklı medya türleri (örneğin alternatif medya ve ticari medya) birbirleriyle çelişkili bir ilişki ve iktidar mücadelesi içerisinde bulunurlar. Üstelik protesto koşullarını etkileyen tek etken medya da değildir. Medya, ayrıca, protesto koşullarını etkileyen politika ve ideoloji/kültür ile de çelişkili ilişkiler içerisindedir. Dolayısıyla protestonun ortaya çıkıp çıkmadığı, belirli bir krizin sonucu olup olmadığının hesaplanamadığı veya öngörülemediği oldukça karmaşık olan çok yönlü etkenlerce şekillenmektedir. Protestolar başladıktan sonra medya, politika ve kültür onların üzerinde devamlı çelişkili etkilerde bulunmayı sürdürürler. Bu etkenlerin protestolar üzerinde etkisiz mi, güçlendirici mi veya zayıflatıcı mı etkide bulunduğu belirsizdir. Antagonistik toplumlarda protestolar polislik ve polis eylemlerini ortaya çıkarır, böylece devlet toplumsal hareketlere kendi örgütlü şiddet biçimiyle tepki gösterir. Protestolara yönelik devlet şiddeti ve hareketlere karşı ideolojik şiddet (medya, politikacılar ve diğerleri tarafından yapılan gayrımeşrulaştırma saldırıları biçiminde) yine protestoları güçlendiren, zayıflatan veya önemsiz etkilerde bulunabilir.

Eğer güçlendiren bir helezon varsa, protesto daha da geniş boyutlara büyüyebilir, bu da zorunlu olmasa da, neticede bir devrimle (devrimci güçleri denetimine almış ve başlıca ekonomik, politik ve manevi yapıları denetleyen bir toplumsal hareket tarafından toplumun alaşağı edilmesiyle gerçekleşen ekonomi, politika ve dünya görüşlerinin bir çöküş ve kökten yenilenmesi) (bkz. Goodwin 2001, 9) sonuçlanabilir. Her devrimin bir devrim sonrası aşaması vardır. Bu aşamada toplumun yeniden yapılanması ve yenilenmesi başlar ve eski toplumun ve çatışmanın mirası zorluklar yaratabilir.

Çelişkili (sınıf çelişkilerinden ve egemenler ve hükmedilen gruplar arasındaki diğer çelişkilerden oluşan) bir toplumda sosyal medya büyük ihtimalle çelişkili bir karaktere sahip olacaktır. Mutlaka ve kendiliğinden isyanları desteklemesi/ güçlendirmesi veya köreltmesi/ sınırlamasından ziyade devlet, ideoloji ve kapitalizmin etkileriyle çelişkili bir biçimde konumlanan çelişkili ihtimaller gösterir.

12.4.3. Occupy Hareketi içerisinde Sosyal Medya Kullanımının Kuramsal bir Sınıflandırması

Occupy Araştırması Genel Anketi'nde[12] [Occupy Research General Survey] katılımcıların %74,3'ü Occupy hakkında Facebook, Twitter veya diğer sosyal medyada ileti yazdıklarını, %18,3'ü Occupy hakkında bir blog yazısı yazdıklarını ve %72,8'si Occupy hakkında yüz yüze bir görüşme yaptıklarını belirtti.

Aşağıdaki tablo, katılımcıların bir aylık bir dönemde en azından bir kere kullandıkları belirli kaynakları Occupy hakkında haber edinmek için hangi derecede kullandıklarını göstermektedir. Sonuçlar gösteriyor ki, Occupy hareketi iletişimin çeşitli biçimlerinden yararlanıyor: yüz yüze iletişim, İnternet ve geleneksel kitlesel medya. Söylenti, Occupy hakkında haber edinmenin en sık kullanılan aracı. Sosyal medya ve İnternet, Occupy eylemcileri için gazetelerden, TV ve radyodan daha gözde haber kaynakları. Ticari platformlar (özellikle Facebook ve YouTube), bağımsız toplumsal hareket medyasından (Occupy web siteleri, canlı akışlar, vb.) haber kaynağı olarak daha fazla kullanılıyor.

Ortam	***Kullanım***
Söylenti	%76,1
Facebook	%73,2
Occupy web siteleri	%71,2
E-posta	%66,6
YouTube	%62,1
Ulusal veya uluslararası gazeteler	%58,7
Yerel gazeteler	%55,3
Bloglar	%55,2
Livestreaming video site	%53,6
Occupy kamplarındaki tartışmalar	%46,9
Ulusal veya uluslararası TV	%46,3
Ulusal veya uluslararası radyo	%45,1
Yerel radyo	%43,2
Yerel TV	%38,9
Twitter	%35,0
Tumblr	%19,1
Sohbet odaları, İnternet sohbetleri (IRC)	%15,7

Kaynak: Occupy Araştırması Genel Anketi

Tablo 12.3 Anket katılımcılarının bir aylık bir süreçte Occupy hakkında haber edindikleri çeşitli ortamları kullanma oranları

[12] http://www.occupyresearch.wikispaces. com/.

Önemli kuramsal bir soru, sosyal hareketlerin medya kullanımının en iyi nasıl sınıflandırılacağıdır. Bunu yapabilmek için, bir enformasyon kuramına ihtiyaç bulunmaktadır. İnsanın toplumsal etkinliği modeline bütünleştirilecek ve "sosyal medya"ya uygulanabilecek üç temel sosyallik kavramını (Durkheim'ın toplumsal olguları, Weber'in toplumsal eylemler/ilişkiler, Marx'ın ve Ferdinand Tönnies'in işbirliği kavramları) ayırt edebiliriz (Fuchs 2010d). Bu yaklaşım, bilginin üç katlı dinamik bir biliş, iletişim ve işbirliği süreci olduğu varsayımına dayanmaktadır (Hofkirchner 2010, Fuchs ve Hofkirchner 2005). Biliş, iletişim için zorunlu ön gereklilik ve işbirliğinin oluşması için ön koşuldur. Başka bir ifadeyle, işbirliği yapabilmeniz için iletişime ve iletişim kurmak için de bilişe ihtiyacınız vardır. Biliş, tek bir bireyin bilgi süreçlerini içerir. Bu süreçler, Durhheimcı anlamda toplumsal gerçeklerdir, çünkü insanların toplum içerisindeki varoluşları ve dolayısıyla toplumsal ilişkiler insan bilgisini şekillendirirler (Fuchs 2010d). İnsanlar ancak diğer insanlarla toplumsal ilişkilere girerek var olabilirler. Bu ilişkilerde simgeleri mübadele ederler, iletişim kurarlar. Bu düzey, Weber'in toplumsal ilişkiler kavramına denk düşer (a.g.e.). Bir insan, her toplumsal ilişkide bilgisinin parçalarını dışa vurur. Sonuç olarak, bu bilgi, kendi bilgi yapılarının parçalarını değiştiren diğerlerini etkiler ve bir karşılık olarak kendi öz bilgilerini dışa vururlar, bu da ilk bireyin bilgisindeki farklılaşmayla sonuçlanır. Belirli sayıda iletişim, sadece düzensiz ve dağınık değildir, ayrıca zaman ve mekân üzerinde süreklidir. Bu gibi durumda, iletişimin işbirliğiyle, yeni niteliklerin, yeni toplumsal sistemlerin veya birbirine ait olma hisleriyle yeni toplulukların ortaklaşa üretimiyle, sonuçlanma potansiyeli vardır. Bu işbirlikçi emek ve topluluk düzeyidir ve Marx'ın işbirlikçi emek kavramı ve Tönnies'in topluluk düşüncesine dayanmaktadır (a.g.e.).

	Ticari platformlar	*Ticari olmayan platformlar*
Biliş	sosyal haber hizmeti *reddit* üzerindeki occupywallstreet sayfası (http://www.reddit.com/r/occupywallstreet/), We are the 99 percent [Biz %99'uz] Tumblr blogu (http://wearethe99percent.tumblr.com/)	Canlı video akışları (http://occupystreams.org); http://occupywallst.org: blog tabanlı haberler, protesto haritası, işgal nasıl yapılır rehberi; http://occupylondon.co.uk: blog tabanlı haberler, canlı video akışları, podcastler (Occupy Radio), gazeteler (örn. Occupied Times, Occupied Wall Street Journal), haber hizmetleri (örn. Occupy News Network, occupy.com, Occupied Stories), etkinlik takvimi, http://occupii.org üzerinden canlı video akışları; işgallerin harita tabanlı dizini, etkinlik haritası, Occupy ilanları, http://www.occupy.net/ üzerinde Occupy kampanyaları dizini
İletişim	Twitter (örn. @OccupyWallSt, @OccupyLondon, #OccupyWallstreet, #OWS, #OccupyLSX, #OccupyLondon, #olsx)	Sohbet (http://occupystreams.org); sohbet ve tartışma forumu (http://occupywallst.org/), Riseup (http://www.riseup.net; sohbet, e-posta, posta listeleri); InterOccupy telekonferansları (http://interoccupy.net), OccupyTalk sesli sohbet (www.occupytalk.org)
İşbirliği	Facebook (örn. Occupy Together: https://www.facebook.com/OccupyWallSt, Occupy the London Stock Exchange: www.facebook.com/occupylondon), Facebook app Occupy Network (http://www.occupynetwork.com/), Occupy Together Meetup (http://www.meetup.com/occupytogether/)	TheGlobalSquare SAH [Sosyal Ağ Hizmeti], Occupii SAH (http://occupii.org/), N-1 SAH (https://n-1.cc), Diaspora* SAH (https://joindiaspora.com/), Occupy viki (http://wiki.occupy.net), Occupy notlar (http://notes.occupy.net/)

Tablo 12.4 Occupy hareketinin sosyal medya kullanımına ilişkin bir sınıflandırma

Enformasyon (biliş), iletişim ve elbirliği toplumsallığın üç içiçe girmiş ve bütünleşmiş kipleridir. Her aracı, bu anlamların bir veya daha fazlasında toplumsal olabilir. Bütün medya enformasyon teknolojileridir. İnsanlara enformasyon sağlarlar. Bu enformasyon, insanın bilgi diyarına, düşünmeyi şekillendiren toplumsal gerçekler olarak

girerler. Enformasyon medyası, örneğin, kitaplar, gazeteler, dergiler, posterler, broşürler, filmler, televizyon, radyo, CD'ler ve DVD'lerdir. Bazı medya, ayrıca iletişimin medyasıdır, insanlar arasında toplumsal ilişkiler içerisinde tekrarlamalı enformasyon mübadelesine olanak sağlarlar. Örnekler aşk ilişkilerinde mektuplar, telegraf ve telefondur.

Ağlaşmış bilgisayar teknolojileri; biliş, iletişim ve işbirliğine olanak veren teknolojilerdir. Bu ortamın klasik düşüncesi, biliş ve iletişimin toplumsal etkinlikleriyle sınırlandırılmıştı, oysaki teknolojinin klasik düşüncesi, emek ve makinelerin yardımıyla üretim (taşıma bandı gibi) alanıyla sınırlandırılmıştı. Bilgisayar teknolojilerinin ve bilgisayar ağlarının (İnternet gibi) yükselişi, medya ve makinelerin yakınlaşmasına olanak sağladı. Bilgisayar biliş, iletişim ve işbirlikçi emeği (üretim) destekler. Aynı anda hem klasik ortam hem de klasik bir makinedir. Üstelik enformasyon üretim, dağıtım (iletişim) ve tüketiminin yakınsamasını sağlamıştır. Bütün bu üç süreç için sadece tek bir araç, ağa bağlanmış bir bilgisayar kullanıyoruz. Diğer medyanın (basın, yayın, telgraf, telefon) aksine, bilgisayar ağları sadece enformasyon ve iletişim ortamı değildir, ayrıca işbirlikçi enformasyon üretimini de sağlar. Toplumsal hareket medyası, yarar sağladıkları enformasyon düzeyine göre sınıflandırılabilir. Bu bilişsel, iletişimsel ve işbirlikçi "siberprotesto" arasında ayrım yapmayı mümkün kılar (Fuchs 2008, 8.5. kısım).

Occupy hareketi siber-protestonun bütün üç boyutundan da yararlanıyor. Hem halihazırdaki ticari medyayı (reddit, Twitter, Facebook, Meetup), hem de alternatif, ticari olmayan, kâr amacı gütmeyen medyayı (örn. TheGlobalSquare, Occupii, Riseup, Diaspora*, N-1) kullanıyor. Aşağıdaki paragraflar Occupy Wall Street ve Occupy London'ın web sitelerinde bağlantısı verilmiş olan çevrimiçi medyanın genel bir bakış altında sınıflandırmasını veriyor.

Occupy Wall Street web sitesi, occupywallst.org, yorum yapılabilen blog biçiminde haberleri yayınlar; canlı sohbet imkanıyla birlikte farklı ülke ve bölgelerden (Occupy Akışlar) canlı görüntü akışları derlemesi (occupystreams.org); sürmekte olan işgallere ilişkin bağlantıları da içeren bir harita; hareket medya, sosyal medya araçları, belgeleri,

belgeselleri ve diğer kaynaklar; çeşitli dillerde farklı hareket strateji ve uygulamalarını anlatan işgal nasıl rehberi; tartışma forumu; sohbet; sürmekte olan işgalleri gösteren küresel bir harita; #OccupyWallstreet ve #OWS etiketlerinin kullanımını öneren hareketin Twitter hesabının bağlantısı @OccupyWallSt (2 Aralık 2012'de yaklaşık 173.000 takipçi); sosyal haberler hizmeti reddit üzerindeki "occupywallstreet" sayfasına bağlantı; ve Occupy Together [Birlikte İşgal] Facebook sayfasına (www.facebook.com/OccupyWallSt, 2 Aralık 2012'de 412,000 beğeni) bir bağlantı.

Occupy London'ın sitesi, occupylondon.org.uk, Occupy London'ın Twitter hesabı @OccupyLondon (2 Aralık 2012'de yaklaşık olarak 36.500 takipçi) bağlantısını, Londra Borsasını İşgal Et Facebook sayfasının (www.facebook.com/occupylondon, 2 Aralık 2012'de yaklaşık olarak 45.000 beğeni) bağlantısını, yeni etkinliklerin de eklenebildiği bir etkinlik takvimini, Genel Kurul'da görüşülmek üzere öneriler sunma ve konular ileri sürme imkanını, kişilerin yorum yapabildiği haberlerin yayınlandığı bir blogu, birbirleriyle bağlantı kurabilecek kişilerin dizinini, muhtelif canlı video akışlarına bağlantıları, Occupy Radyo ortam akışlarını [podcast], *Occupied Times* (çevrimiçi gönderilebilecek katkıların da davet edildiği hareketin aylık gazetesi), Occupy News Network'e bağlantıyı, görseller ve videolar ve çeşitli çalışma gruplarının (Website Geliştirme, Finans, İktisat, İç Haberleşme, Şirketler, Basın, Occupied Times, vb.) bir dizinini içeriyor.

Occupy Wall Street ve Occupy London gibi web siteleri ve hareketlerin çevrimiçi medya kullanımında genellikle üç boyut söz konusudur. İlk olarak, Occupy'ın sosyal medya kullanımının *bilişsel boyutu* vardır. Bu örneğin çevrimiçi haberleri, blogları, haberleri, görselleri, videoları, canlı görüntü akışlarını, radyo ve ortam akışlarını, işgal haritası, rehberler, Facebook sayfaları, reddit haberleri, etkinlik takvimi ve *Occupied Times* gazetesini içeriyor. Inter Occupy (interoccupy.net) eylemcilerin eylem ve kampanya planlama ve tartışmalarına olanak sağlayan telekonferans görüşmelerinin zamanlandığı ve düzenlendiği bir platformdur. Occupy.Network (www.occupy.net/) harita tabanlı işgal dizini, etkinlik haritası, Occupy ilanları, Occupy kampanya dizini

ve Occupy Viki (wiki.occupy.net) ve Occupy Notlar (notes.occupy.net) işbirliği araçlarına bağlantılar sunmaktadır. Occupy medyanın bilişsel boyutu ayrıca çevrimiçi gazeteleri (örneğin *Occupied Times*, http://theoccupiedtimes.org/ ve *Occupied Wall Street Journal*) ve Occupy News Network, Occupied Stories ve Occupy.com gibi haber hizmetlerini de içermektedir.

Occupy News Network[13] metin tabanlı haberler, çevrimiçi makale gönderme ve kısmen canlı sohbet imkânı da olan dört adet canlı video akışı (ONN, OccupyLSX, Global Revolution TV ve Timcast) sunmaktadır. Kendisini şu şekilde tanımlamaktadır: "Küresel Occupy hareketi ve dünya devrimindeki emsalleri olan Indignados, Anonymous ve Arap Baharı hakkında bilgi, haber ve yorumlar için bir depodur. [...] ONN, küresel devrimdeki gelişmeleri yakından takip edebilmenizi sağlar. Burada ortaya çıktıkça Occupy protestolarının canlı akışlarını izleyebilir veya önceki eylemlerin arşiv görüntülerine ulaşabilirsiniz. Polis şiddeti ve yasa suistimalini açığa çıkarmak için bir Cezai Soruşturma Birimimiz var. Polis şiddetine ilişkin görüntüleri yüklemek ve tanıklıklarınızı göndermek için çağrıda bulunuyoruz. Medyamız, politik baskıya karşı en güçlü savunmamızdır. Occupy ve küresel devrimle ilişkili makaleler ve yorumlar sunuyoruz ve ana akım medyanın yalanlarını ve taraflılığını açığa vurarak onları sorumlu tutmak için çalışıyoruz.[14]

Occupied Stories[15] bir başka Occupy haber hizmetidir. Kendisini şu şekilde tanımlıyor: "ana akım medyanın dürüstlük ve nesnellik iddialarının hem yanlış hem de gerçekdışı olarak gören bir hikâye paylaşım platformudur. Hiçbir hikâye nesnel değildir, bir bakış açısıdır. [...] Misyonumuz kör bir şekilde kabul yerine eleştirel yansıtmayı teşvik etmek ve işgal hareketinin ön saflarındakilerin seslerini yükseltmektir".[16] Occupy.com da bir haber hizmetidir: "Occupy seslerini yükseltecek yeni bir medya kanalı[dır]. Medyayı toplumsal, ekonomik

[13] occupynewsnetwork.co.uk.

[14] occupynewsnetwork.co.uk/onn/about-us-2.

[15] occupiedstories.com.

[16] occupiedstories.com/about.

ve çevresel adalet çağrısında bulunmak için kullanıyoruz. Direniş, mücadele ve düşlediğimiz yenidünyanın yaratımı için ilham vermeyi amaçlıyoruz". Ayrıca "Her çeşit yaratıcı için; gazeteciler, müzisyenler, fotoğrafçılar, ressamlar, film yapımcıları, şairler, oyun geliştiriciler, karikatürcüler, ortam akışı hazırlayanlar için açık bir çağrı[dır]. Her üslup, biçim ve biçemdeki herkesin gönderimde bulunduğu ve seçki oluşturabildiği açık bir platform olmak için çaba harcıyoruz" (www.occupy.com/about). Occupy News Network, Occupied Stories ve Occupy.com, alternatif medyanın kendine özgü nitelikleri olan açık içerik gönderme, ana akım medyayı sorgulama, ezilenlere taraf olma ve ticari olmayan, kâr amacı gütmeyen bir niteliğe sahip olma gibi yurttaş medyası olmanın niteliklerini paylaşıyor (Atton 2002; Fuchs 2011a, bölüm 8; Sandoval ve Fuchs 2010).

İkinci olarak, Occupy bağlamında siberprotestonun *iletişimsel boyutu* söz konusudur. Örneğin blog yorumları, tartışma forumları, sohbetler, Twitter profilleri ve etiketleri, Facebook sayfaları ve reddit haber yorumlarını içerir. Riseup (www.riseup.net) "özgürlükçü toplumsal değişim için çalışan insanlar ve gruplar için çevrimiçi iletişim araçlarını sağlar" (sohbet, e-posta, posta listeleri). Proje bağışlarla finanse edilmektedir. Riseup'ın "bir gözetim toplumunun yükselmesine" (help.riseup.net/de/security) karşı olması nedeniyle iletişim şifrelenmiştir ve IP adresleri saklanmamaktadır. Riseup, "temel iletişim altyapısının şirketler veya devletler tarafından değil de hareket örgütlerince denetlenmesinin yaşamsal"[17] olduğunu düşünmektedir. "Kapitalizm ve diğer baskı türlerine karşı mücadele eden müttefiklere iletişim ve bilgisayar kaymakları sağlama" aracılığıyla, "Özgür bir toplumun, iktidarın eşit paylaşıldığı, arzu özgürlüğünün ve ifade özgürlüğünün olduğu bir dünya, baskı veya hiyerarşinin olmadığı bir dünyanın yaratılmasına yardımcı" olmak isteyen bir projedir (a.g.e.). OccupyTalk,[18] Occupy eylemcilerinin örgütsel amaçlarla sesli sohbet olanağı için açık kaynak sesli iletişim yazılımı olan Mumble'ı kullanmaktadır.

[17] help.riseup.net/de/about-us.

[18] www.occupytalk.org.

Üçüncüsü, Occupy siber-protestosunun *ortak/işbirlikçi boyutu*dur. İşbirliği, ortak çalışmayı (Marx) ve topluluğu (Tönnies) kapsar. Bu iki boyut, Occupy hareketinde vikiler (ortak çalışma) ve sosyal ağ siteleriyle (topluluk) temsil edilmektedir.

Tumblr ticari bir fotoğraf blog platformudur. "We are the 99 percent" [Biz %99'uz] Tumblr blogu[19] Occupy hareketlerinin görüntülerini içeren bir grup blogudur. Görüntülerin üzerinde kendileri tarafından yazılmış tabelalarda neden %99'un bir parçası olduklarının hikâyesini anlatıyorlar. "Kim olduğunuzu bize bildirin. Kendi durumunuzu açıklayan bir tabela taşırken fotoğrafınızı çekin, örneğin '25000 dolar borcu olan bir öğrenciyim' veya 'ameliyat yaptırmam gerekiyor ve ilk düşündüğüm şey olursam iyi olup olamayacağım değil onu nasıl ödeyeceğimdi' Bunun altına, 'Ben %99'um' yazın. Onun altına da, 'occupywallst.org' yazın" (wearethe99percent.tumblr.com/submit). Wiki.occupy.net Occupy hareketine ilişkin bilgi ve etkinlikler, tasarılar, kampanyalar hakkında enformasyon sunan işbirliği içerisinde düzenlenen bir vikidir. Herkes tarafından düzenlenebilir.

Occupy Together Meetup,[20] eylemcilerin Occupy mitinglerini planlama ve katılmalarına olanak sağlayan Meetup platformunda bulunan bir alandır. Occupy Network Facebook uygulaması[21] "facebook üzerinde gerçekleşen yerel organizasyonların hepsini daha büyük bir halde birleştirmek amacıyla tasarlanmıştır". Facebook sayfaları, grupları, kullanıcıları ve tartışmalarının yanında Occupy hareketiyle ilişkili tweetleri de gösteriyor. Occupy sosyal medya kullanımının ticari topluluk boyutunu temsil etmektedir. Fakat, Occupy ile ilişkili ticari olmayan platformlar da vardır:

The Global Square [Küresel Meydan] ticari olmayan, kâr amacı gütmeyen bağışların finanse ettiği sosyal bir ağ sitesiydi. "Bireylerin mahremiyetine ve kamusal örgütler ve eylemlerin şeffaflığına saygı duyar. Sosyal bir ortam olarak, bireyin mahremiyeti üzerindeki denetimini korurken açık iletişimi kolaylaştıracağız. Bireylerin toplanma,

[19] wearethe99percent.tumblr.com.

[20] www.meetup.com/occupytogether.

[21] www.occupynetwork.com.

ilişkilenme ve ortaklık kurma ve bunun amaçlarını kendilerince belirleme haklarını destekliyoruz". "Global Square'ın amacı, işgallerin yaratıcı ve işbirlikçi ruhunu sürdürmek ve yaymaktır, bunu yerelde olduğu kadar küresel düzeyde de toplumsal örgütlenmenin kalıcı biçimlerine dönüştürmektir". Facebook ve Twitter Occupy hareketi için oldukça sınırlı olarak kavranmaktadır: "Facebook ve Twitter temel enformasyonu yaymak ve kitlesel hareketliliğe destek anlamında oldukça yardımcı olmuştur, [ancak] katılımcı karar alma modelimizi küresel bir düzeye ve meclislere doğrudan erişmeye genişletmek için araçları bize sağlamıyorlar. Ne de bize çalışma gruplarımız için proje yönetimi araçlarını sağlıyorlar". Site, fiziksel mevcudiyeti içeren buluşmalar için tamamlayıcı bir araç olarak görülüyordu: "Bu bakımdan, platformun amacı fiziksel meclislerin yerine geçmek değil, aksine onları yerel ve ulus(ötesi) örgütleme ve ortaklık için çevrimiçi araçlarla güçlendirmektir". Bir temel amaç hükümet tarafından "sansürsüz haberler"di.

Occupii[22] ticari olmayan, kâr amacı gütmeyen ve bağışlarla finanse edilen Occupy hareketiyle ilişkili bir sosyal ağ sitesi ve canlı video akış platformudur. 24 Ekim 2012'de (07:55, OAZD) 5.294 üyeye sahipti. Proje, ana akım medyanın hile yaptığı ve kamusal alanı sansürlediği inancı üzerine kurulmuştur: "Tecrit altındaki bir kişinin, 'Ana Akım Medya'nın titanlarına karşı durmayı umması mümkün değildir. Ancak birlikte bu istekliliği sağlayabilir ve çevrimiçi toplulukların yapmak istediklerine ilişkin gözler ve kulaklar olabiliriz. [...] Protestocular üzerindeki, şu bir yılda bir polis devleti yaratmak için sunulan drakon [Atinalı yasa koyucu Draco tarafından yapılan zalim yasalar] yasalarının kullanımını da içeren çeşitli araçlarla engellemeleri hâlihazırda görüyoruz. *Ana akım medyanın yozlaşmış olduğunu biliyoruz.* Bu 2012'de daha da yaygınlaşacaktır. Herhangi bir güvenilir, tarafsız röportaj için AAM'ye güvenemeyiz. [...] İki öğeden oluşan adanmış bir canlı akışlandırma takımını oluşturmayı umuyoruz. Birinci öğe, birçok etkinlikten ve aynı etkinliğin farklı açılarından size görüntü sağlayabilecek, etkinlikler ve çevrimiçi topluluklar arasında bağlan-

[22] http://occupii.org/.

tıyı kuran 3 bağımsız canlı akışlandırma sırt çantasına sahip 4 kişinin 'olay yeri' takımı. Diğer öğe ise 'çevrimiçi' üreticiler, editörler, grafik tasarımcıları, yazarlar takımıyla birlikte 'olay yeri' ekibi için 'destek' takımı. [...] 3 sırt çantasının maliyeti yaklaşık olarak 1700 sterlin (2740 dolar)"(occupii.org/page/donate). Hizmet kullanım şartları oldukça kısa (24 Ekim 2012'de 1.004 kelimeden oluşuyordu) ve reklamcılık için veri kullanımına ilişkin hükümler içermiyor.

Toplumsal hareketlerde sosyal medyanın rolü deneysel olarak da çalışılmalıdır. Yaklaşık olarak 400 Occupy eylemcisinin, hareket içerisinde sosyal medyanın rolüne ilişkin görüşlerini ve değerlendirmelerini ve protestolarda sosyal medya kullanımları hakkında bilgi paylaştıkları bir anket gerçekleştirdim. Sonuçlar bir kitap olarak yayınlandı: *OccupyMedia! The Occupy Movement and Social Media in Crisis Capitalism* [OccupyMedia! Kapitalizmin Krizinde Occupy Hareketi ve Sosyal Medya] (Fuchs 2013). Kitabın temel fikri, devrimler ve protestolarda sosyal medya hakkında birçok iddianın olduğu, ancak sosyal medyanın gerçek rolünü eylemcilere sistematik olarak sormadan veya eylemcilerin deneyimleri ve düşünceleri üzerine çalışmadan öğrenemeyeceğimiz şeklindedir. Bu gibi deneysel bir araştırma bir sosyal medya, politika ve dijital emek kuramına dayanmalıdır.

12.5. Sonuç

Başından beri Occupy Wall Street içerisinde yer alan ve "Biz %99'uz" [We are the 99%] sloganının ortaya çıkmasına yardımcı olan David Graeber (2012), Occupy Wall Street hareketinin kökenlerini ve gelişimini anlatıyor. Adbusters'tan Micah White'ın, Adbusters'ın kendisini, yerel insanların ihtiyaç duyulduğu bir örgütleyici olarak değil de, işgal eylemi fikrini yayma olarak anladığından söz ettiği bir e-postasını alıntılıyor (a.g.e., 33). Graeber, yerel örgütleme çalışmasının, 2 Ağustos 2011 tarihinde Bowling Green Park'ta gerçekleşen aktivistlerin toplantısıyla başladığını söylüyor (a.g.e., 25–32). Bu, Adbusters'ın bir fikri görsel, metinsel ve çevrimiçi medya ile ilettiğini, ancak yerel örgütlemenin, çevrimiçi yaratılan bir hareket olarak sayılamayacak olan Occupy Wall Street'i ortaya çıkaran çok önemli bir adım oldu-

ğunu gösteriyor. Graeber (2012, 32, 34), aralarında eposta haberleşme listesini kuran iletişim grubu ve halkla ilişkiler grubu da olan çalışma gruplarının nasıl oluşturulduğunu tanımlıyor. Graeber'in Occupy Wall Street örgütlenmesine ilişkin açıklamaları protesto düzenlemenin, eylemcilerin yüz yüze buluşmalarını ve temaslarını gerektirdiğini gösteriyor. Protestolar çevrimiçi olarak yaratılmıyor, aksine, birbirleriyle iletişim ve bağlantı kuran eylemcilerin toplumsal ilişkileri aracılığıyla yaratılıyor. Süreç içerisinde, eylemciler, özellikle eposta listelerini bağlantıda kalmak için bir iletişim aracı olarak kullandılar. 17 Eylül 2011'deki protesto eyleminden haber vermek için, özellikle Twitter ve canlı görüntü akışı [videostreaming] kullanıldı (a.g.e., 43–50).

Graeber'in açıklamaları, öyle görünüyor ki bu kitapta sunulan kuramsal konumu temsil ediyor: çağdaş toplumsal hareketlerde medya teknolojilerinin rolünü abartmaktan veya hafife almaktan kaçınmak gerekiyor. Devrimler ve isyanlar "Twitter devrimleri" veya "Facebook isyanları" değiller. Kolektif politik eylem iletişime ihtiyaç duyar. İstatistikler ve gözlemler, yüzyüze iletişimin, ticari ve ticari olmayan çevrimiçi sosyal medyanın ve ana akım medyanın Occupy hareketinde belirgin bir rol oynadığını gösteriyor.

Toplumsal hareketlerde medya hakkında çelişkili şartlarla düşünmeyi önerdim: Medya toplumsal hareketler üzerinde tek boyutlu, belirgin etkilere sahip olmaktan çok, birbiriyle çelişen birçok etkiye sahip olabilir. Hem ticari hem de alternatif bir medya söz konusu ve insan bu ikisinin birbirine karşı nasıl bir ilişki içerisinde olduğuna bakmalıdır.

Graeber (2012, 55–58), Occupy Wall Street hakkında haber yapmada medyanın iki özgün rolü olduğunu öne sürmüştür: (a) Canlı video akımları, mobil telefon kameraları, YouTube, Facebook ve Twitter polis şiddetine ilişkin (örneğin NYPD [New York Polis Departmanı] memuru Anthony Bologna'nın iki genç kadın eylemciye biber gazı sıkarkenki videosu veya teğmen John Pike'ın, Davis'teki Kaliforniya Üniversitesi kampüsünde pasif oturma eylemindeki eylemcilere biber gazı sıkma görüntüler) görüntüleri ve videoları yaymak için kullanılmıştır; (b) Uluslararası kitlesel medya, özellikle Al Jazeera [El Cezire]

ve Guardian, Occupy Wall Street hakkında olumlu bir tutumda haberler vermiştir. Örneğin, Al Jazeera, polis şiddetine ilişkin videolar yayınlamıştır. Aynı zamanda, ana akım medya, özellikle Fox tarafından Occupy Wall Street'i kaotik, şiddet dolu, suçlu ve kamuya bir tehdit olarak gösterme çabaları da vardı. Çevrimiçi medya, polis şiddetini belgelemek için bir rol üstlenirken, hareket hakkında, daha geniş halka ulaşmak için ana akım medyanın desteğine ihtiyaç duyulan nispeten olumlu bir toplumsal imaj oluşturmakta yeterli olmadı. Occupy hareketi bağlamında, sağ kanat kitlesel medya (Fox) ile daha ilerici ana akım medya (*Guardian*, Al Jazeera) arasında bir çelişki mevcuttu.

Dolayısıyla, çevrimiçi medya, bir taraftan sosyal medyadan görüntüleri ve videoları alıp daha geniş kitlelere ulaştıran belirli ana akım medyayla (Al Jazeera, *Guardian*) dostane bir ilişki içerisinde yer alırken, diğer taraftan çelişkili bir ilişki içerisindeydi.

Bir örnek: 19 Eylül 2011'de, alternatif haber hizmeti Democracy Now! [Demokrasi Şimdi!] Occupy Wall Street hakkında haber yaptı.[23] Yayın haberleri eylemci merkezliydi ve kendisiyle yapılan röportajda şunları ifade eden Mary Ellen Marino gibi eylemcilere söz vermiş oldu: "Buraya geldim çünkü Wall Street'i kurtarmanın, ipoteği olan insanlara hiç yardımcı olmadığı gerçeği beni kahrediyor. Bütün para Wall Street'e gitti, hiçbir kısmı Ana Cadde'ye [kelime oyunuyla kastedilen normal insanlar] gitmedi". Stüdyo konukları David Graeber ve Nathan Schneider'dı (Pasif Direnişle Savaş [Waging Nonviolence] blogu editörü). 18 Kasım 2012'de, polis memuru John Pike, şiddete başvurmayan, Kaliforniya Üniversitesi Davis yerleşkesinde oturma eylemi düzenleyen öğrenci protestoculara biber gaz sıktı. Bu filme alındı ve YouTube'a yüklendi. Hacker grubu Anonymous John Pike hakkında özel ayrıntılara ulaşarak, bunları video ile birlikte çevrimiçi yayınladı.[24] YouTube, bir süre sonra videoyu, "Bu video Thomas Fowler tarafından talep edilen telif hakkı nedeniyle artık mevcut değildir" ifadesiyle birlikte sildi. Fox da biber gazı saldırısını 21 Ka-

---

[23] http://www.democracynow.org/2011/9/19/occupy_wall_street_thousands_march_in (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

[24] Özgün URL: http://www.youtube.com/watch?v=BjnR7xET7Uo (artık çevrimiçi değil).

sım'da haber yaptı. Bill O'Reilly ve Megyn Kelly saldırıyı tartıştılar: "İlk olarak: biber gazı. [...] Temelde bir gıda ürünüdür. [...] Onların sadece oradan gitmelerini, engelledikleri şeyi engellemeyi durdurmalarını istediler. [...] Ve bu bir suçtu [...] çünkü biliyorsun, bir oturma eylemi durumu yaratmışlardı, bir öğrenci protestosu [...] Öyle görünüyor ki öğrenciler dağılmakta başarısızdılar. [...] Polis şefi idari izne çıkarıldı, değil mi? Emirlere uyduğu için! Bu çok hoş değil mi?"[25] [9] Fox News, İşgalcileri, filmlerden alıntılarıyla iyice birbirine geçen son derece müdahale edilmiş eylemcilerle röportaj alıntılarıyla, esrarın yasal olması gerektiğini söyleyen bir eylemciye özellikle odaklanarak, onları moronlar gibi gösteren bir haber üretti.[26]

Bu örnek bize birçok şey gösteriyor: Çeşitli medya, toplumsal hareketlerle farklı şekillerde ilişkileniyor. Democracy Now! gibi alternatif medya, eylemcilerin konumlarını paylaşmaya eğilimli ve onların bakışlarını ifade etmek için yer ayırıyor. Fox News gibi sağ kanat ana akım medya, bunun aksine, toplumsal hareketlerin oldukça farklı bir resmini sunmaya çalışıyor. Onları aptal, şiddet yanlısı ve plansız ve stratejisiz sunarak polis şiddetine anlayış gösteriyor. Eylemciler, görüşlerini sunmak için bir fırsatı zor bela elde ediyorlar; röportajlar, hareketle dalga geçmeye olanak verecek şekilde değiştiriliyor veya düzenleniyor. Occupy örneğinde, Democracy Now! ve Fox hareketle karşıt şekillerde ilişkilendiler. Farklı medya türleri arasında ve çeşitli medya kuruluşları arasında çatışmalar ve çelişkiler vardır. Bu ilişkiler, güç aracılığıyla şekilleniyor: Democracy Now! web sitesi dünyanın 17369. en çok izlenen sitesiyken, Fox News sitesi 156. sırada yer alıyor (alexa.com, 2 Aralık 2012). İnternet üzerinde görünürlük ve izleyiciye ulaşma iletişim gücünün önemli veçheleridir, ve bütçelerle, medya şöhretiyle bir ilgisi vardır. Gelirlerini reklamlara dayandıran ticari medya avantajlara sahiptir, oysaki bağış ve vakıflara dayanan ticari olmayan medya iletişimsel bir eşitsizlikle yüz yüzedir. 18 Kasım 2011 yılında yüklenmiş olan YouTube videosu[27], 2 Aralık 2012 tarihi-

[25] http://tpmdc.talkingpointsmemo.com/2011/11/fox-news-on-uc-davis-pepper-spraying-its-a-food-product-essentially.php?ref=fpnewsfeed (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

[26] http://www.youtube.com/watch?v=Zd8o_yqqo9o (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

[27] http://www.youtube.com/watch?v=6AdDLhPwpp4 (erişim tarihi: 9 Temmuz 2013).

ne kadar (saat 09.05 itibariyle, toplam 380 günlük bir süre boyunca) 1.787.720 kere izlendi. Bu, günde ortalama 4.704 izlenme anlamına gelir. Buna karşın, Fox News prime-time izlenme oranları günde 1,9 milyon seyirci civarındaydı.[28] Bu demek oluyor ki, Fox News, bir günde, yurttaş gazetecisi birinin klibinin YouTube'da bir yılda ulaştığından daha fazla seyirciye ulaşacak güce sahiptir. Net etki, Fox News tarafından Occupy hakkında gösterilen sağ kanat yorumların ve değiştirilmiş videoların, Democracy Now! eylemci yönelimli haberciliğinden ve YouTube'taki yorum içermeyen görüntülerden daha geniş bir izlenmeye ulaştığı şeklindedir. Bu durum, medyanın toplumsal hareketlerle ilişkilenmesinde, nasıl da iktidar yapıları ve iktidar eşitsizliklerine gömülü olan çelişkilerle şekillendiğini göstermektedir. Alternatif medya ve alternatif görüşler, kapitalizmde medya manzarasının yapısı nedeniyle dezavantajlıdır ve yapısal iletişim eşitsizlikleriyle karşı karşıyadır.

Occupy hareketinin medya kullanımına ilişkin geliştirilen sınıflandırma, bu hareketin çeşitli çevrimiçi sosyal medya türünü (bilişsel, iletişimsel ve işbirlikçi siberprotest medya) kullandığını gösteriyor. Ya şirketleşmiş ya da ticari olmayan bir niteliğe sahipler. Occupy tarafından kullanılan oturmuş ana akım platform örnekleri Facebook, Twitter, reddit, Tumblr ve Meetup'tır. Bu platformların ortak özelliği, sermaye biriktirmek için hedefli reklamcılığı kullanmalarıdır. Kullanıcı verisini metalaştırmakta ve dijital emeği sömürmektedirler. Occupy tarafından kullanılan alternatif çevrimiçi platformlar arasında Occupy News Network [Occupy Haber Ağı], InterOccupy, OccupyTalk, TheGlobalSquare, Occupii, N-1 ve Diaspora* sayılabilir. Bu platformlar, ticari olmamaları ve kâr amacı gütmemeleri açısından alternatiftir. Bunun anlamı, sermaye birikiminin baskılarına maruz kalmamalarıdır. *İşçi sınıfının sosyal medyasıdır, çünkü ortak mülkiyet altındadır ve dolaysız kullanıcılarınca denetleniyorlar. Bu medya üzerindeki etkinlikler dijital emek değil (yani sömürülmüyor), dijital çalışmadır. Occupy hareketi hem ticari sosyal medyayı, hem de işçi sınıfı sosyal medyasını kullanıyor.* Occupy hareketinin işçi sınıfı sosyal

[28] http://stateofthemedia.org/2012/cable-cnn-ends-its-ratings-slide-fox-falls-again/ (erişim tarihi: 8 Ağustos 2013).

medyası, Occupy hareketiyle düpedüz doğrudan ilişkilidir ve eylemciler tarafından işletilmektedir. Kendilerini egemen ticari medyayla farklılıkları ve çelişkileriyle tanımlıyorlar. Şöyle ki örneğin, Occupied Stories [İşgal/Meşgul Hikayeleri] kendisini "ana akım medyanın tarafsızlık ve nesnellik iddiasını hem yanlış hem de gerçek dışı olarak kabul eden hikaye paylaşım platformu" şeklinde betimlerken, Occupy News Network "yalanları ve yanlılıkları açığa çıkararak ana akım medyayı sorumlu tutmak" (occupynewsnetwork.co.uk/onn/about-us-2) amacıyla çalıştığını söylüyor.

Paolo Gerbaudo (2012) tarafından yapılan görüşmeler, esasen Facebook'un daha geniş bir kitleye ulaşmak için, Twitter'ınsa iç eşgüdüm ve iletişim aracı olarak kullanıldığını gösteriyor. İlk strateji, Facebook üzerinde potansiyel olarak erişilebilecek geniş bir izleyici topluluğuna sahip olması nedeniyle Occupy eylemcilerinin çekici bulduğu Facebook'un bir milyardan fazla kullanıcıya sahip olması bağlamındadır. İç iletişim ve eşgüdüm bakımından, neden Twitter'ın bu kadar fazla kullanıldığı ve neden ticari olmayan alternatif bir araç kullanılmadığına ilişkin aşikâr nedenler yok.

İçsel ve dışsal iletişim için ticari İnternet platformlarını kullanan toplumsal bir hareket için kimi tehlikeler söz konusudur. Eylül 2012'de, Twitter, bir mahkeme kararına uyarak, 2011'de Brooklyn Köprüsü'nde gerçekleşen bir Occupy protestosundan tutuklanan ve kamu düzenini bozmakla suçlanan Malcom Harris'in Twitter kullanımıyla ilgili (e-posta adresi, iletiler, vb.) veriyi teslim etti. "Savcılar, @destructuremal twitter kullanıcı adına sahip Harris tarafından gönderilen mesajların, sanığın gösteriyle ilişkili olarak polis emirlerine karşı geldiğinin farkında olup olmadığını gösterebileceğini söylüyor" (*The Guardian Online*, "Twitter Savcıların Occupy Eylemcisinin Tweetlerini Teslim Etme İsteğine Boyun Eğdi", 14 Eylül 2012).

Hukuk Müşaviri John Cooper, bu bağlamda polisin eylemcilerin sosyal medya kullanımını izlemeyi amaçladığına yönelik uyarıda bulunuyor: "Polis, anonim siteleri ortaya çıkarmaları için zorlama ve mecbur bırakma yetkileri konusunda bilinçlidir ve gittikçe daha da bilinçlenmektedir. [...] Eylemciler kendilerini daha fazla tehlikeye atı-

yorlar. Polis kilit Twitter sitelerini takip edecektir, sadece eylemcilerin değil, ayrıca diğer ilgi çekici şahıslarınkini de. Onları isyanı sürdürmeleri yönünde kullanma ve sözümona isyancıları bulma konusunda bilgi sahibiler. [...] Doğaçlama çılgınlıkları yönetmeye çalıştıklarında mobil telefonları izlemek için kullandıkları yolla, Twitter ve Facebook'la da aynısını yapıyorlar, sosyal medyada çok fazla şey söyleyenlerin bulabileceği gibi" (*The Independent Online*, Eylemciler, Sosyal Medya "Sonraki Büyük Yasal Yaptırım" Haline Gelirken Söylediklerine Dikkat Etmeleri Yönünde Uyarıldı, 1 Ekim 2012). "Savcılar, artık çevrimiçi olmayan tweetlerin, Harris'in polisin yolun ortasında yürümemelerini söylediğini bildiğini gösterebileceğini söylüyor" (*The Huffington Post*, "Twitter Occupy Protestocusu Malcom Harris'in Tweetini Üretmeli yoksa Mahkemeye İtaatsizlikle Karşılaşacak", 9 Kasım 2011). Kullanıcı verisini polise teslim etme, hem Twitter'ın hem de Facebook'un kullanım şartlarında düzenlenmiş durumda: "bir yasa, düzenleme veya yasal isteğe uymanın makul bir şekilde gerekli olduğuna inanırsak bilgilerinizi koruyabilir veya bildirebiliriz" (Twitter Gizlilik Politikası, 17 Mayıs 2012 sürümü). "Kanunların bunu yapmamızı gerektirdiğine iyi niyet çerçevesinde inanmamız durumunda, yasal bir talebi (arama izni, mahkeme emri veya mahkeme celbi gibi) yerine getirmek için bilgilerinize erişebilir, onları saklayabilir ve paylaşabiliriz. [...] Ayrıca, iyi niyet çerçevesinde şunlar için gerekli olduğunu düşünmemiz durumunda, bilgilere erişebilir, onları koruma altına alabilir ve paylaşabiliriz: Dolandırıcılık ya da herhangi bir başka yasadışı faaliyeti saptamak, önlemek ve araştırmak; soruşturma kapsamında kendimizi, sizi ve başkalarını korumak; veya ölüm ve muhtemel fiziksel yaralanmaları önlemek" (Facebook Veri Kullanımı İlkesi, 8 Haziran 2012 sürümü). Eylemci denetimindeki platformların, suç olarak sayma tehlikesi daha azdır, çünkü Facebook ve Twitter yaratıcılarının sahip olduğu eylemcilikten uzaklığa sahip değillerdir. İnsan Twitter veya Facebook'un Occupy'ı hiç bir zaman tehlikeli olarak görmediğini ve polisin kullanıcı verilerine erişim hakkı vermeyeceğini varsayamaz.

Mark Zuckerberg, dünyanın en zengin 35. kişisidir (17,5 milyon dolar; Forbes 2000, 2012). Facebook 2011 yılında 1 milyar doların üzerinde kâr elde etmiştir (Facebook, Form S-1, kuruluş bilançosu).

Occupy mantığına göre, Zuckerberg kesinlikle "%1"in bir parçasıdır. Peki, birisi kendisinin tanımladığı düşmanlarına neden güvensin? Ticari sosyal medya, hedefli reklamcılığı sermaye birikimi modeli olarak kullanır: kullanıcıların kendileri, sosyal ağları, ilgileri ve gezinti davranışları hakkında ürettiği veriyi (profiller) metalaştırır (Fuchs 2010d). Bu metalaştırma süreci içerikten bağımsızdır: Facebook, YouTube veya Twitter için, kullanıcılarının bir yandan dünya devriminden veya diğer yandan pop şarkıları, filmler veya yeni saç kesimlerinden söz etmelerinin bir önemi yoktur. Bütün bu enformasyon, reklamveren müşterilere hedefli reklamcılık alanı satmak amacıyla araçsallaştırılmaktadır. Devrim tweet atılamayacaktır, fakat kesinlikle metalaştırılabilir. Eylemciler Twitter, Facebook, YouTube ve diğer ticari sosyal medyayı kullanarak şirketlerin sermaye birikimine yardım etmiş oluyorlar. %1'in kârlarını arttırıyorlar, böylece zenginliği %1'den ayırma hedefleriyle çelişmiş oluyorlar. Sosyoekonomik eşitlik bağlamında, ticari olmayan platformlar açıkça Occupy eylemcileri için avantajlar içeriyor.

Mısır devriminin başlarında, "Benim Adım Halid Muhammed Said" isimli Facebook grubu, telif haklarını ihlal ettiği iddiasını öne süren Facebook tarafından engellendi (Ghonim 2012, 113). Ayrıca, sosyal medya eylemcisi Wael Ghonim tarafından yönetilen "Hepimiz Halid Said'iz" Facebook grubu da engellendi (a.g.e., 117). Sayfa yöneticisi tarafından sorulduğunda, Facebook, grubu yönetmek için sahte hesapların kullanıldığı yanıtını verdi (a.g.e., 118). Kamu ve medya baskısı sonucu, 24 saat sonra grubun engeli kaldırıldı. Bu örnekte, Facebook'un, muhalefetin işkenceye uğradığı ve öldürüldüğü bir ülkede protesto örgütlemek için kullanılan politik bir Facebook grubu sahte hesaplarla değil, sadece gerçek isimli hesaplarla yönetilmelidir iddiası, bilhassa çarpıcı ve tuhaftır. Çünkü yaşamlarını tehlikeye atan eylemcilerin korkusunu ve bulunma, işkence görme ve hatta öldürülmeyle sonuçlanacak bir duruma karşın anonim kalma ihtiyaçlarını tamamen görmezden gelmektedir.

Sadece alternatif medya kullanımına yaslanmak hem politik hem de etik avantajlara sahip olsa da, aynı zamanda dezavantajlara da sa-

hiptir: Eylemci topluluğunun ötesinde daha geniş bir kitleye ulaşmak için, oldukça yüksek sayıda kullanıcı/izleyici üyeye içeriği görünür kılan bir medyaya ihtiyaç vardır. İnternet üzerinde, platformu tanıtmak ve yeni özellikler geliştirmek için para yatırma konusunda, reklamlara dayanan ticari sosyal medya, ticari olmayan medyaya göre daha iyidir. Bu nedenle, alternatif çevrimiçi sosyal medya görünürlüğe içkin eşitsizliklerle yüzyüzedir: Facebook dünyada en çok erişilen 2., YouTube 3. ve Twitter 10. site iken, Occupii.org 795.476, N-1 358.909. ve Diaspora* 51.279. sıradadır. Ticari medya, reklamlardan veya kültür satışından kaynaklanan bir gelire sahipken, ticari olmayan medya gönüllü çalışmaya veya bağışlara bağlıdır. Kapitalist bir toplumda yaşadığımız için, alternatif medyanın stratejik bir dezavantajı söz konusudur. Occupy hareketi için, bunun anlamı, medya kullanımının, idaresi ve yönetimi zor olan çok yönlü çelişkilerle biçimlendirilmesidir.

Occupy hareketinde sosyal medyanın rolü oldukça çelişiktir: liberal ve muhafazakâr kitlesel medya haberciliği arasında; yüzyüze iletişim, çevrimiçi medya ve geleneksel kitlesel medya arasında; ve alternatif ticari olmayan, kâr gütmeyen sosyal medya ve hedefli reklamcılığı benimsemiş ticari, kâr amaçlı medya arasında uzlaşmazlıklar vardır.

Dijital emek, çeşitli emek biçimlerinin kapsandığı değer yaratımının küresel zincirine gömülüdür: köle madencilik emeği, yüksek oranda sömürülen donanım montaj emeği, yüksek düzeyde stresli yazılım mühendisliği, Taylorist ve ev kadınılaşmış hizmet emeği ve karşılığı ödenmeyen üretketici emeği. Bu emek biçimleri, EİT kullanıcılarına görünür değildir. Çünkü metalar kendilerini tüketicilere şeyler olarak gösterirken, altlarında yatan toplumsal emek ilişkilerini gizler ve anonimleştirir. Ticari dijital medyanın üretimi, küresel meta fetişizmi ve çeşitli biçimlerdeki dijital emeğin sömürülmesiyle şekillenmektedir. Dijital medyanın meta durumunu ve meta fetişizmini bitirmek, dijital çalışmayla yaratılmış ortak mülkiyet mantığına dayanan işçi sınıfı dijital/sosyal medyasının inşası anlamına gelir. İnternet bir dönüm noktasında: kapitalizmin uzlaşmazlıklarına gömülü ve sömürünün çeşitli biçimlerini ilerleterek ve eşitsizliklerle sonuçlanarak daha da ticari ve

metalaşmış bir sistem haline gelebilir veya günlük kullanıcılar tarafından ortaklaşa yaratılan ve denetlenen işçi sınıfı İnternet'i haline gelişebilir. Böyle bir İnternet yaratmak sadece mücadelelerle mümkündür. Yeni bir işçi sınıfına ihtiyaç duyar. Ortak mülkiyete dayalı İnternet, toplumsal olarak üretilen ama özel mülk olan ticari İnternet'in olmadığı gibi, ortaklaşa üretilen, yeniden üretilen ve denetlenen tam anlamıyla sosyal bir vasıta olacaktır.

13-Dijital Emek Anahtar Sözcükler

Angarya kölelik: Angarya köleliği, kölelerin *köle efendisi* için haftada belirli bir saat çalışmak zorunda oldukları ve bu çalışmanın çıktısına efendinin el koyduğu, oysa diğer zamanlarda ürettiklerinin kendilerine ait olduğu bir **kölelik** biçimidir.

Artı değer: Kapitalizmde, **iş günü** iki kesime ayrılır: karşılığı ödenmiş ve ödenmemiş kesimler. Artı değer, iş gününün karşılığı ödenmemiş kesiminde yaratılan değerdir. Bu, belirli bir zaman biriminin (örneğin bir gün, bir hafta veya bir ay) karşılığı ödenmemiş belirli bir saat miktarıdır. Ayrıca, karşılığı tamamen ödenmemiş çalışma şekilleri de mevcuttur. Artı değerin görünüş biçimi parasal **kârdır**. Artı değer, sınıflı toplumların temel özelliğidir. Artı değer, sınıf ve sömürü kavramlarının ve Marx'ın bazı can alıcı kategorilerinin merkezini oluşturur.

Artı değer oranı, sömürü oranı: Sömürü oranı, kârların ücretlere bölünmesiyle hesaplanır: kârlar ne kadar yüksek **ve** ücretler ne kadar düşük olursa, emeğin sömürüsü o kadar **yüksek olur**. Ücretler minimize edilirse, kârlar maksimize olabilir. Eğer hiç ücret ödenmezse, bu durumda kârlar en yüksek noktada olur, ki bu da emeğin en yüksek derecede sömürüldüğü anlamına gelir.

Artı emek zaman: Bkz: **gerekli ve artı emek zaman**

Artı ücret: "Artı ücret" Marx'ın, bir grup işçinin (örneğin yöne-

ticiler), verili bir artı değer/kâr payından ödenen ücretlerinin diğer işçilerden nasıl daha yüksek olduğunu tarif etmek için kullandığı bir terimdir. Görev, bu işçilerin kapitalist sisteme razı olmasını sağlamak ve sömürünün uygulanmasına ve otoriteye desteklerini almaktır. Bu kavram, Engels ve Lenin'in işçi aristokrasisi kavramıyla ilişkilidir.

Birikim: Bkz: **sermaye**

Çalışma: Çalışma kelimesi Eski İngilizce'deki *weorc* kelimesinden gelir ve "bir şeyler yapma için kullanılan en yaygın kelimedir" (Williams 1983, 334). Çalışmada, insanlar, çeşitli ihtiyaçlarını karşılayan yeni bir şeyler ortaya çıkaracak şekilde doğayı (doğal kaynakları) ve kültürü (deneyimleri) dönüştürmek üzere kullandıkları aletler için bedenlerini ve beyinlerini kullanırlar. Eğer ortaya çıkan ürün fiziksel özellikteyse, fiziksel işin yapıldığından söz edilebilir; eğer fiziksel olmayan bir ürünse, o zaman da bilgi ya da enformasyon işinden söz edilir. Bütün işler, insanın beyin gücü ve bedeninin bir bileşimine ihtiyaç duyar. Bu yüzden her zaman fiziksel iş ve bilgi işi vardır. Her somut çalışma, fiziksel ve psikolojik güce sahiptir, her ne kadar farklılaşan derecelerde sarf edilseler de. Maurizio Lazzarato, Paolo Virno, Toni Negri ve Michael Hardt gibi yazarların kullandığı "maddi olmayan emek" kategorisi, bilgi işi için kesin olmayan bir kategoridir. Kesin değildir çünkü, bilginin maddi olmadığını ima eder. Materyalist felsefede, bütün dünya maddeseldir; kendi çevreleriyle ilişki içinde olarak yenilik yaratan özneler tarafından yaratılmıştır. Konu, dünyayı yaratan ve yeniden yaratan dinamik bir üretim sürecidir. Marx'ın yazı dili olarak daha çok kullandığı Almanca'da *Arbeit* ve *Werktätigkeit* terimleri vardır. İlki, Marx'ın hem çalışma hem de emek için kullandığı *muğlak bir terimdir*. İkincisi ise iş yaratan faaliyet anlamına gelen daha genel bir terimdir. En iyi çevirisi "çalışma"dır. "Çalışma" ve "emek" diyalektik olarak dolaşık oldukları için, kolaylıkla ayrıştırılamazlar. Eğer çalışma, tüm toplumları kapsayan genel bir terimse, o zaman emek de, her ne kadar zorunlu olarak yabancılaşmış da olsa, çalışmanın bir formudur. Bunun anlamı; çalışmanın değil, emeğin ortadan kaldırılabileceğidir ama, emeğin ortadan kaldırılması, çalışmanın bir formunun ortadan kaldırılması anlamına gelir, ki böylece

çalışmanın tarihsel olarak baskın olan formu, **içererek aşılma**ya maruz kalır ve bu yüzden çalışmanın başka bir formuna dönüşür. Ayrıca Bkz: **emek**

Çifte özgür emek: Çifte özgür emekle Marx modern toplumdaki ücretli emeğin bir özelliğini kastetmektedir:

(a) İşçiler kendi **emek güçlerinin** "özgür" sahibidirler, ancak hayatta kalabilmek için onu pazarda satmak zorundadırlar, ve

(b) işçiler kendi çalışmalarının ürünlerine sahip değildirler; onlar bu ürünlerden "özgür"dür.

Marx, bu kavramla **kapitalizm** ve Aydınlanmanın, feodalizm döneminde aristokrasinin ayrıcalığı olan liberal özgürlüklerin yeni biçimlerini yarattığı durumu tanımlar. Ancak bu özgürlükler yeni *özgür olmama*lar haline gelirler ve böylece kapitalizmin kendisi de, her ne kadar özgür olmayı ve özgürlükleri ilerlettiğini ilan etse de, özgürlüğün olmadığı **sınıflı bir toplumdur**.

Çok yönlü birey/gelişme: Çok yönlü birey kavramıyla Marx, insanların sadece komünist bir toplumda tam anlamıyla eksiksiz birer birey olabileceklerini ifade etmek istemektedir, ki bu insanlar kapitalist toplumlarda **eli ayağı tutmayan** sınıf bireyleridirler: Sınıflı toplumlarda, insan faaliyetleri belirli faaliyetlerle sınırlandırılır, önemli faaliyetler elitler tarafından kontrol edilir ve vasıflar, işbölümüyle sonuçlanacak şekilde, eşitsiz olarak dağılır. Sınıfsız bir toplumda, insanlar geniş bir faaliyetler yelpazesinde kullanacakları vasıf ve olanaklara sahiplerdir, çok çalışarak yorulma ortadan kalkar, entelektüel ve yaratıcı işler tüm insanlar için elzem hale gelir ve işbölümü yürürlükten kalkar ya da kısıtlanır.

Değer, ekonomik değer: Marksist yaklaşımda (Marx'ın emek değer kuramında) değer, belirli bir metanın üretimi için harcanan emek saat miktarıdır. Her meta kendine özel bir değere sahiptir ancak, bir firma ya da sektörün **kârı** için belirleyici olan şey, belirli türdeki bir metanın ortalama değeridir (yani, birim başına ortalama üretim zamanı). Belirli türdeki metalar, ortalama üretim zamanına sahiptir, ki Marx bunu **toplumsal olarak gerekli emek zaman diye adlandırır**.

Değerin büyüklüğü veya boyutu, **belirli türdeki metanın** üretimi için gereken toplumsal olarak gerekli emek zamanın miktarıyla ölçülür. İnsan emeği **değerin özüdür**: Bu, bütün metalar için ortak olan bir özelliktir; **bütün metalar** insan emeğinin ürünü ve nesneleşmesidir. **Mübadele değeri,** değerin kapitalist ekonomideki görünüş biçimidir. **Para ise,** değerin kapitalizmdeki **genel** görünüş biçimidir. Bu, değerin kolaylıkla gözlemlenemediği, ancak bunun yerine soyut bir olgu olduğu anlamına gelmektedir. Bir bilgisayarın değeri, ona bakmakla ya da onu kullanmakla gözlemlenemez. Bu ancak, birinin bilgisayara sahip olması ve onu kullanması için **karşılık olarak** belirli bir para ödemesi şartıyla görünür hale gelir.

Değer biçimleri: *Kapital 1. Cilt*'te Marx, ekonomik değerin farklı biçimlerini açıklamaktadır:

(a) Değerin basit/tekil/arızi biçimi:

x meta A = y meta B

(b) Değerin toplam/genişletilmiş biçimi

z meta A = u meta B = v meta C = w meta D = x meta E = vb.

(c) Değerin genel biçimi

u meta B = z meta A, v meta C = z meta A, w meta D = z meta A, x meta E = z meta A, vb.

(d) Para biçimi

a ons altın = z meta A, a ons altın = u meta B, a ons altın = v meta C, a ons altın = w meta

D, a ons altın = x meta E, vb.

Değer yasası: Değer yasası, daha yüksek üretkenliğin metanın değerinde (onu üretmek için gereken ortalama saat miktarının) düşme anlamına geldiğini söyler. **Metanın değeri** onda nesnelleşmiş olan **emek**le doğru orantılı ve üretkenlik düzeyiyle ters orantılıdır. Marx, **kapitalizmde** üretkenliğin tarihsel olarak artış eğiliminde olduğunu öne sürmüştür, bunun anlamı metaların değerlerinin düşeceğidir. Bir masa bugün gelişmiş makinelerin yardımıyla üç dakikada üretilebi-

lirken, 19. yüzyılda ancak birçok saat içerisinde üretilebilmekteydi. Marx, değer yasasının kapitalizmde bir çelişkiye yol açtığını söyler: malların üretimi için gereken zaman düşer, ancak aynı zamanda değer için tek kaynak emektir. Oysa her meta için değer düşme eğilimindedir, değer birikim ve **kâr** için tek kaynaktır. Bu çelişki, kapitalizmin kriz yatkınlığı ve işsizlikle sonuçlanma eğilimini gösterir. Marx, değer yasasıyla yönetilmeyen ve zenginlik kaynağının emek değil de serbest zaman olduğu yüksek derecede üretken bir toplum tasavvur etmiştir. Bunun sadece, **mübadele değerine** dayalı üretimin yıkıldığı **komünist** bir toplumda mümkün olduğunu öne sürer. **Dijital emek** tartışmasında, kimi düşünürler değer yasasının, toplumsal ilişkilerin, itibarların ve arzuların değer yarattığı Facebook gibi görüngülere uygulanamayacağını savunur. Oysa bunun anlamı İnternet ekonomisinin zamana dayalı olmadığıdır. Toplumsal ilişkiler, kullanıcı katkılı içerik ve itibarlar zamanın dışında var olmazlar. Zaman içerisinde yaratılırlar. Daha fazla elverişli zamanı olan birisi, büyük ihtimalle diğerlerine göre daha fazla ilişki, daha fazla içerik ve daha yüksek bir mevki ve itibar yaratabilir. Değerin dijital emek kuramı, kapitalizmde dijital medyayı anlamak için zamana dayalı ekonomik bir kuramın önemini vurgular

Değişken sermaye, ücretler: Değişken **sermaye,** yeni değer yaratan **sermayedir**. Bu, **emek-gücünün parasal değeridir** (yani ücret). **Emek,** üretimde belirleyici olan faktördür: değişmez sermayenin **değerini yeni metaya aktarır** ve metaya yeni değer katar. Bu yüzden kapitalizmde, üretilen meta, kendini oluşturan kısımların (değişmez ve değişken sermaye) toplamından daha fazlasıdır: yatırım mallarında ve yeni fiziksel ve/veya sembolik niteliklerde içerilenden daha fazla değer, artı değer ve artı ürün içerir.

Değişmez sermaye: Değişmez sermaye yeni bir **değer** yaratmayan **sermaye**dir. Sabit sermaye (makineler, binalar, donanımlar) ve dolaşır sermayeye (ham ve yardımcı maddeler, işletme tedarik öğeleri, yarı mamuller) bölünmektedir.

Diyalektik: Diyalektik Hegel felsefesindeki en önemli ilkelerden biridir. Dünyanın çelişkiler şeklinde geliştiğini varsayar: hiçbir gö-

rüngü yalıtılmış olarak var olmaz, ancak diğer bir görüngüyle ilişki içerisinde ve aracılığıyla var olabilir. Bunun anlamı dünyanın ilişkisel olduğudur. Şeyler tekil niteliklere sahiptir ve bu nitelikler sadece diğer şeylerle olan ilişkileri aracılığıyla var olurlar. Bireysel varlık sadece diğer şeylere olan ilişkilerinin varlığıyla geçerli kılınmıştır. Bu ilişkiler durağan değildir, devingen ve üretkendir. Ayrıca bu ilişkilerden ortaya çıkan yeni sonuçlar yaratmaya eğilimlidir. Bir çelişkiden ortaya çıkan yeni bir şeyin kendisi bir atom, yalıtılmış bir *kendinde şey* değildir, ama yine bir başka şeye olan bir ilişki içerisinde bulunur. Şeylerin diyalektiğinin anlamı onların ilişkisel ve devingen olduklarıdır: dünya sürekli değişen bir dünyadır, sürekli olarak farklı oluşum düzeylerine ilerler. Marx, Hegel'in diyalektik mantığını, toplumun genel olarak insan aracı ve toplumsal yapıların bir diyalektiği olarak geliştiğini, **sınıflı toplumların** sömüren sınıf ve sömürülen sınıf arasındaki diyalektik çelişkiler olarak nasıl geliştiğini ve **kapitalizmin**, ekonomi ve topluma içkin çelişkilerin varlığından dolayı krizlerle nasıl sonuçlandığını betimlemek için kullanmıştır. Hegel ve Hegelci Marksizme yöneltilen eleştiriler diyalektiğin, değişimin önceden belirlenmiş olduğu ve kendiliğindenlik ile insan özneler için alan bırakmayan kapalı bir sistem oluşturduğunu öne sürmektedir. Marx eleştirileri daha da ileri giderek, onun tarihsel ilerlemeyi diyalektik doğal bir yasa olarak kavradığını ve **komünizmi**, **kapitalizmden** otomatik olarak ortaya çıkıyor gibi gördüğünü söylemişlerdir. Diyalektik düşünmenin farklı biçimleri vardır. Stalin gibi vulgar diyalektik düşünürler toplumun diyalektiğinin doğal bir yasa olduğunu ve sosyalizm ile komünizmin tarihin doğal ve kaçınılmaz sonuçları olduğunu öne sürmüşlerdir. Herbert Marcuse veya Ernst Bloch gibi *hümanist* Marksistler ise tersine, Marx'ın diyalektik anlayışının çok daha doğru bir yorumlamasına sahiptir: kapitalizmin krizlere yol açan nesnel içkin çelişkiler içerdiğini ancak bunların otomatik olarak kapitalizmin çöküşüne yol açmadığını öne sürmüşlerdir. Toplumun öznel diyalektiği insan eylemleri ve toplumsal mücadelelerle oluşturulabilir. Bir toplumun çöküşü ve yeni bir toplumun yükselişi, ancak bir krizin değişim için mücadeleler şeklinde sonuçlanmasıyla gerçekleşebilir. Öznel ve nesnel diyalektiğin bir diyalektiği olacaktır ve tarihin otomatik veya belirlenmiş gelişmeleri

yoktur. Diyalektiğin bu yorumu Marx'ın kapitalizmin çelişkilerine vurgusuyla (nesnel diyalektik) tarihin itici gücü olan toplumsal mücadelelerin (öznel diyalektik) bir bileşimidir. Ayrıca bkz: **İçererek Aşma**/*Aufhebung*

Dijital çalışma: Dijital çalışma (iş) doğayı, doğadan edinilen kaynakları veya kültürü ve insan deneyimlerini, dijital medyanın üretildiği ve kullanıldığı bir şekilde düzenlemek için beden, kafa veya makinelerin, veya bunların bir kısmının, veya hepsinin bileşimini iş aletleri olarak kullanan özgül bir çalışma biçimidir. Dijital işin ürünleri, çalışmanın türüne bağlıdır: mineraller, bileşenler, dijital medya araçları veya dijital dolayımlı sembolik betimlemeler, toplumsal ilişkiler, insan yapımı eserler, sosyal sistemler ve topluluklar. Dijital çalışma, dijital medya teknolojilerinde, dijital medya uygulayarak elde edilen içeriklerde ve ürünlerde nesnelleşen kullanım değerleri yaratan bütün etkinlikleri kapsamaktadır. (Ayrıca bkz: **dijital emek**)

Dijital emek: Dijital emek yabancılaşmış **dijital çalışma**dır: kendisinden, emek araçları ve nesnelerinden ve **emek** ürünlerinden yabancılaşmıştır. **Yabancılaşma** öznenin kendisinden (emek gücü, **sermaye** tarafından kullanıma sokulmakta ve denetlenmektedir) yabancılaşması, nesneden (emek nesneleri ve emek araçları) ve özne-nesneden (emek ürünleri) yabancılaşmasıdır. **Dijital çalışma** ve dijital emek, dijital medya teknolojileri ve içeriğinin üretimindeki bütün etkinlikleri kapsayan geniş kategorilerdir. Bunun anlamı, kapitalist medya endüstrisinde yabancılaşmanın ve sömürünün farklı biçimleriyle karşılaşılabileceğidir. Maden çıkarmadaki köle işçiler, Taylorist donanım montajcıları, yazılım mühendisleri, profesyonel içerik yaratıcıları (örneğin çevrimiçi gazeteciler), çağrı merkezi aracıları ve sosyal medya üretketicileri buna örneklerdir. Ticari sosyal medya üzerinde gerçekleştirilen dijital emekte, kullanıcılar nesnel bir şekilde yabancılaşmışlardır, çünkü (a) öznellikle ilişkili olarak, onlar tekel sermaye platformlarını (Facebook gibi) terk etmeleri durumunda tecrit ve sosyal yarar yitimiyle mecbur bırakılmışlardır; (b) emek nesneleriyle ilişkili olarak, insan deneyimleri sermayenin denetimine girmektedir; (c) emek araçlarıyla ilişkili olarak, platformlar kullanıcıların sahipliğinde değildir, kullanı-

cı bilgilerini de metalaştıran özel şirketlerin sahipliğindedir; (d) emek ürünleriyle ilişkili olarak, parasal **kâr** tekil olarak platformun sahipleri tarafından denetlenmektedir. Yabancılaşmanın bu dört şekli, birlikte dijital emeğin sermaye tarafından sömürülmesini oluşturur. Dijital emeğin yabancılaşması, **emek gücü**, emek nesneleri/ araçları ve yaratılmış olan ürünleriyle ilgilidir. (Ayrıca Bkz: **dijital çalışma**)

Emeğin sermaye altındaki biçimsel boyunduruğu: Bkz: **Mutlak artı değer üretimi**

Emeğin sermaye altındaki gerçek boyunduruğu: Bkz: **Göreli artı değer üretimi**

Emek: Raymond Williams (1983, 176–179) "Labour" [emek] kelimesinin Fransızca *labor* ve Latince *laborem* kelimesinden geldiğini ve İngilizce'de ilk olarak 1300 civarında ortaya çıktığını öne sürer. Kelime, sıkı çalışma, ıstırap ve zahmetle ilişkilendirilmiştir. 18. yüzyılda, **sermaye** ile bir sınıf ilişkisi içerisinde kapitalist koşullar altında çalışma anlamına ulaşmıştır. "Ücretli emek" terimi, "emek" teriminin yaygın kullanımıyla ilişkilidir. Bu kitapta, emek, kendisiyle meşgul olan insan özneleri tarafından denetlenmeyen çalışmaya işaret eder. Emek yabancılaşmış çalışmadır, **yabancılaşmanın** bir veya daha fazla biçimi söz konusudur: insanlar kendi **emek güçlerini**, çalışmanın nesnelerini, çalışmanın araçlarını ve çalışmanın ürünlerini denetlemezler. Ayrıca Bkz: **çalışma**

Emek gücü: Emek gücü, **çalışma** yeteneği ve kapasitesidir. Bu işçinin öznelliğidir, onun bedenini, bilgi birikimini, becerilerini, yeteneklerini, v.b. içerir. Emek gücü, çalışma yeteneğini yeniden yaratan ve yeniden üreten uyku, dinlenme, eğlence, özen, sevgi, cinsellik, bedensel bakım ve iletişim gibi etkinliklerle gelişebildiği gibi eğitim ve beceri geliştirme aracılığıyla da gelişebilir. Cinsiyetçi **sınıflı toplumlarda**, emek gücünün yeniden üretimi, emeğin cinsiyetçi iş bölümü özelliği taşıyan hane ekonomisi biçiminde örgütlenmiştir. Bu biçimde, çalışma yeteneğini yeniden yaratan **yeniden üretken emek** belirli bireylere atanmış bir görev ve alandır, patriyarkal toplumlarda bu birey kadındır. Emek gücünün **değeri**, bu emek gücünü yeniden üretmek

için gereken ortalama saat miktarıdır. Emek gücünün **fiyatı** kapitalistlerin onu denetlemek için ödedikleri ücretle biçimlenir.

Ev kadınılaşma: Ev kadınılaşma [housewifization], işin kadınsılaşması [feminization] kavramının aksine ekonominin belirli alanlarında basitçe daha fazla kadın çalıştığı anlamına gelmez. Ev kadınılaşma, işlerin, geleneksel olarak ev işleriyle nitelenen güvencesiz ve prekarya özellikleri almaya başladığı anlamına gelir. Bielefeld Feminizm Okulu (Claudiavon Werlhof, Maria Mies ve Veronika Bennholdt-Thomsen) bu terimi ortaya koymuştur. Bu düşünce okulu ev işinin, **kapitalizmin** içsel bir sömürgesi ve süregiden bir **ilkel birikim** biçimi olduğunu öne sürmektedir, öyle ki burada bedelsiz emek, kapitalist **kâr** yaratımı için yardımcı olmaktadır. Toplumsal cinsiyet, işbölümüne dayanmaktadır. Neoliberal kapitalizmde, gitgide daha fazla insan, geleneksel olarak patriyarkal ilişkilerin niteliği olan prekarya koşulları altında yaşamakta ve çalışmaktadır. Bu gibi koşullar altında çalışan insanlar, örneğin ev kadınları, denetimsiz ve sınırsız bir sömürü kaynağıdırlar. Ev kadınılaşma, bedelsiz ve yüksek oranda sömürülen **dijital emek** biçimlerini çözümlemek için oldukça uygun bir kategoridir. Ayrıca Bkz: **yeniden üretken emek**

Fetişizm: Bkz: **meta fetişizmi**

Fiyat: Fiyat, **kapitalizmde** değerin **para biçimindeki görünümüdür**. Bir insan, bilgisayar gibi bir metanın **değerini** doğrudan gözlemleyemez ama piyasadaki fiyatıyla karşılaşabilir. Fiyat gözlemlenebilirdir ve alıcı ya da satıcı olan insanları piyasada karşı karşıya getirir. Bu fenomenin Hegelci ifadesi, değerin kapitalizmde fiyat biçiminde göründüğüdür. Metaların değerleri ile fiyatları eşit değildir. Eğer birisi belirli bir metanın değerini biliyorsa (yani metayı üretmek için gereken ortalama saat miktarını), buradan metanın fiyatını hesaplayamaz. Marx değerler ve fiyatların özdeş olmadığını anlamıştı. Bu fenomen Marksist kuramda dönüşüm problemi olarak bilinmektedir. Meta değerleri ile fiyatları özdeş olmasalar bile, gelişigüzel de değillerdir. Bir bilgisayar faresinin bilgisayarın tamamından daha ucuz olması tesadüf değildir: bilgisayarı ve parçalarını üretmek, fareyi üretmekten daha fazla zaman alır. Değer **yasası** iki metanın da üretimini şekillendirir.

Genel zekâ: Genel zekâ Marx'ın *Grundrisse*'de, teknolojilerin, insan eliyle düzenlenen, insan beyninin çalışmasının bir çıktısı olduğunu öne sürerken kullandığı bir kategoridir. Onlar nesnelleştirilmiş bilgi birikimidir. Genel zekâ, üretimde teknolojinin (sabit **sermayenin**) artan önemiyle birlikte gelişen genel toplumsal bilgi birikimidir. Marx, genel zekânın üretimin doğrudan bir gücü haline geldiği bir durumu tanımlar. Bu, enformasyon toplumunun ortaya çıkışı için bir başka formülasyondur. Marx, kapitalizmin ve üretici güçlerin gelişmesiyle bağlantılı olarak enformasyon teknolojilerini gören erken enformasyon toplumu düşünürlerindendir.

Gerekli ve artı emek zaman: (Toplumsal olarak) gerekli emek zaman, bir toplumun hayatta kalmak için harcaması gereken toplam emek zamanıdır. Bir metanın gerekli emek zamanı, **o metanın** toplumda üretimi için geçen ortalama zamandır. Artı emek zaman, toplumda gerekli emek zamanın ötesinde gerçekleştirilen emek zaman miktarıdır. Bir metanın artı emek zamanı, o metanın üretimi için gereken gerekli emek zamanın ötesine geçen emek zamandır. Gerekli ve artı emek zaman; saniyeler, dakikalar, saatler, günler, haftalar, aylar, vb. ile ölçülebilir.

Göreli artı-değer üretimi: Göreli artı-değer üretimi, kapitalistlerin daha fazla kâr elde etmek için, **emeğin üretkenliğini arttırarak** yürüttükleri bir stratejidir, **ki bu sayede** daha fazla **meta** ve daha fazla değer **öncekinden** daha az sürede üretilir. Göreli artı-değer üretiminin alışılagelmiş bir yolu, emek saat başına çıktıyı arttıran emek-tasarruf edici teknolojilerin kullanılmasıdır. Marx göreli artı-değer üretimini, emeğin sermaye altındaki *gerçek boyunduruğu* olarak da ifade eder.

İçererek aşma/*Aufhebung:* İçererek aşma, Hegel'in diyalektiğin ana ilkesi olarak kullandığı Almanca'daki *Aufhebung* teriminin Türkçe karşılığıdır. Almancada *Aufhebung* ismi ve *aufheben* fiilinin üç anlamı vardır: ortadan kaldırmak, korumak ve ötesine geçmek/yükseltmek. Hegel'e göre diyalektik gelişme, terimin bu üçlü anlamı kapsamında, içererek aşma sürecini ifade eder: eğer bir çelişkiden dünyanın yeni bir özelliği ortaya çıkarsa, eski durum ortadan kalkar, bu eski durumun özellikleri yeni durumun içinde korunur ve dünyanın yeni

özellikleri ortaya çıkar, öyle ki, özgül sistemin örgütlenmesinin dönüşümü yeni bir seviyeye taşınır. Marx, *Aufhebung* ve *aufheben* kavramlarını, toplumların çelişki biçimleri içinde nasıl geliştiklerini, sınıf mücadelesinin ve sınıf çelişkilerinin birliğinin nasıl yeni toplumları ortaya çıkaran devrimlerle sonuçlandığını tanımlamak ve kapitalizmin krizlerini analiz etmek için kullanmıştır. Ayrıca Bkz: **diyalektik**

İlkel birikim: İlkel Birikim, sermeye birikimi mantığına tabi olmayan toprak, insan, bilgi, kamu hizmetleri ve diğer malların **sermaye güçleri tarafından** ele geçirilmesi ve buyruk altına alınması sürecidir. Hepsi metalaştırılmıştır. İlkel birikim genellikle fiziksel şiddeti [zoru] veya şiddetin [zorun] diğer biçimlerini içerir. Marx, ilkel birikimin kapitalizmin ilk aşaması olduğunu **savunmuştur**. Rosa Luxemburg, David Harvey ve feminist ekonomi politikçileri de içeren diğer düşünürler, ilkel birikimin kalıcı bir süreç olduğunu, öyle ki, bu süreçte sermayenin yeni birikim ve yeni sömürü ortamları yarattığını savunmaktadırlar.

İnternet üretketici emeği, İnternet üretketici metalaştırması: Bu kavramları Dallas Smythe'ın **izleyici emeği** ve **izleyici metalaştırması** kavramlarına dayanarak, ticari sosyal medyanın (Facebook, Twitter, Google, vb.) kullanıcıların çevrimiçi etkinliklerini metalaştırarak nasıl **sermaye** biriktirdiklerini çözümleyebilmek için geliştirdim. Seyirci emeği ile üretketici **emeği** arasındaki fark şudur, Facebook, Twitter ve Google kullanıcıları gözlemlenen ve metalaştırılan kalıcı içerik ve veri yaratırlar, böylece çevrimiçi davranışın gerçek zamanlı toplam bir gözetimi, kullanıcıların ilgi ve etkinliklerine göre reklam hedeflemeyi sağlayan veri metasını olanaklı kılar.

İşbölümü: Bir işbölümünde, çeşitli çalışma süreçleri özel bir bütün oluştururlar (belirli bir mal veya hizmetin üretimi, ekonominin bir sektörü, toplumun bir kesiminin örgütlenmesi, toplumun veya ekonominin bütünü gibi). Bu süreçler, özgül bireyler veya gruplar tarafından yerine getirilen ayrılmış parçalardır. İşbölümü sıklıkla sınıf ilişkileri, asimetrik iktidar yapıları ve eşitsizlikler içerisine gömülmüştür. Böylece güçlü olan, ezilen veya sömürülen işçilerin pahasına çıkar sağlar. İşbölümü için örnekler şunlardır: erkek ve kadınlar, ev işçileri ve

ücretli işçiler, kent ve ülke, farklı bölgeler, farklı ülkeler, zihinsel ve fiziksel emek, politikacılar ve yurttaşlar, yasama ve yürütme yetkisi, tarım ve sanayi, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler (küresel/uluslararası işbölümü) arasındaki işbölümleri. Marx, işbölümünün ortadan kaldırılmasını katılımcı bir toplum için önemli bir öğe olarak tasavvur etmiş ve bu bağlamda çok yönlü birey kavramını formüle etmiştir: sınıfların ve işbölümünün ortadan kaldırılmasının yanında yüksek düzeyde bir üretkenlikle birlikte herkesin bir yaratıcı kültürel işçi haline gelmesinin olasılığı ortaya çıkar. Ayrıca bkz: **uluslararası dijital işbölümü**

İşçi aristokrasisi: Engels bu terimi işçi sınıfının daha yüksek ücretlere sahip, dolayısıyla göreceli olarak daha rahat koşullarda yaşayan grubunu tanımlamak için ortaya koymuştur. Lenin bu terimi burjuvaziye dönük işçiler için kullanmıştır. Bu düşünce Marx'ın **artı ücret** kavramıyla ilişkilidir. Bugün bu terim bilgi işçilerinin ayrıcalıklı kesimleri (yönetim, yüksek ücretli yazılım mühendisleri, vb.) bağlamında kullanılabilir.

İzleyici emeği, izleyici metası: Marksist ekonomist Dallas Smythe ticari, reklamcılıkla finanse edilen medya izleyicilerinin **değer** yaratan ve reklam veren müşterilere **meta** olarak satılan işçiler olduğunu öne sürmektedir. Ticari amaçlı televizyonu izlemek, ticari amaçlı radyoyu dinlemek ve ticari amaçlı gazeteleri okumak, ticari medyanın **kârlarını** gerçekleştirmesi için gerekli **emek**tir. Dallas Smythe'ın çalışmaları **dijital emek** tartışmalarında sosyal medyanın **sermaye birikimi** modellerinin nasıl çalıştığını anlamak için özel bir önem kazanmıştır. Dallas Smythe, aynı otonom Marksist düşünürler Mario Tronti ve Antonio Negri gibi, kapitalizmde **değer** üretiminin sadece ücretli emeği değil ayrıca ücreti ödenmemiş (karşılıksız) emeği de içerdiğini vurgulamıştır. Her ne kadar iki düşünce de 1970'li yıllarda bağımsız bir şekilde geliştirilmiş olsa da, Smythe'ın izleyici emeği kavramı Negri'nin **toplumsal işçi** kavramıyla paralellikler göstermektedir.

Kapitalizmin ikinci çelişkisi: James O'Connor, üretici güçler ile **üretim ilişkileri** arasındaki **çelişkinin yanı sıra** kapitalizmin, üretimin kapitalist ilişkileriyle doğanın tahsis edilme şekli arasındaki çelişkiye

de dayandığını savunmaktadır. İkinci çelişki, çevrenin bozulmasına ve doğanın yok olmasına sebebiyet verir ve toplumsal ve ekolojik bilince dayanan "kızıl-yeşil sosyalizm" ihtiyacının ortaya çıkmasına neden olur

Kâr: Bir şirketin, bir yıl gibi belirli bir zaman diliminde elde ettiği kâr, toplam satışlardan yatırım maliyetlerinin çıkarılmasıyla hesaplanır.

Kâr oranı: Kâr oranı, karlarla yatırım maliyetleri arasındaki matematiksel bir ilişkidir. Yatırım maliyetleri ne kadar düşük olursa, kâr oranı o kadar yüksek olur.

Kolektif işçi: Marx, kolektif işçi kavramıyla çoğu metanın tek bir birey tarafından değil de, işbirlikçi bir çalışma ve birçok insanın çalışmasının birleşimiyle üretildiğini vurgular. Bu yüzden eğer birisi, birlikte bir şirketin **kâr** üretimi için gerekli bir çalışmanın birçok eylemini oluşturan kolektif çalışma personelinin bir parçası ise, o kişinin sömürülen **sınıf**ın ve dolayısıyla işçi sınıfının bir üyesi olduğunu öne sürer.

Komünizm: Komünizm ortak denetimin ve ortak mülkiyetin (müştereklerin) bir toplumudur: tekil bireyler veya sınıflar; toplumu, ekonomiyi, politikayı ve kültürü denetlemezler, fakat bütün etkilenmiş bireyler birlikte toplumu denetler, ekonomiye sahip olur, ekonomi için kararlar verir ve kültürde önemli, iyi ve anlamlı olarak gözükeni tanımlarlar. Marx tarafından komünizm insanların birlikte toplumu denetimde tuttukları bir katılımcı demokrasi olarak anlaşılmıştır.

Kölelik: Kölelik, **işçinin köle sahibinin özel mülkü olduğu** bir üretim biçimidir. Köle sahibi, köleye sahip olduğu için köleye istediği şeyi yapmakta özgürdür, ki bu, köleyi öldürmek ve ona işkence yapmayı da kapsar. Bu yüzden köleler, sürekli olarak kölecibaşı tarafından öldürülme tehdidiyle karşı karşıyadırlar ve bu, emeğin oldukça yüksek sömürü biçimlerini mümkün kılar. Marx ve Engels'e göre patriyark, köleliğin en eski biçimidir. Patriyarkada kadın ve çocuklar, kocanın köleleridir. Marx eski kölelik biçimi ve feodalizmi, köleliğin özel bir biçimi olarak tarif eder ki bu biçim köylü emeğinin esir olmasına dayanır.

Kullanım değeri: Bir kullanım değeri, insan ihtiyaçlarını karşılayan çalışmanın bir sonucudur. Kullanım değerleri fiziksel veya fiziksel olmayan özellikleriyle ortaya çıkabilir. Bir araba, fiziksel bir kullanım değeriyken aynı zamanda toplumsal bir ilişkidir ve bilgi, fiziksel olmayan bir kullanım değeridir.

Meta: Meta, pazarda bir başka metayla belirli bir niceliksel ilişki içerisinde satılan bir nesnedir: x kadar meta A=y kadar meta B (örneğin 1 bilgisayar = 1,000£). Marx (1867c) *Kapital 1.Cilt*'e **kapitalizm**'in "muazzam bir meta yığını" ve metanın kapitalizmin "basit biçimi" olduğunu söyleyerek başlar. *Kapital 1. Cilt*'in birinci bölümünün tamamı meta tartışmasına ayrılmıştır.

Meta fetişizmi: Fetişizm toplumsal ilişkileri şeylerle karıştıran ideolojik bir mantıktır. Belirli toplumsal görüngülerin şeyler oldukları varsayılır, yani sorgusuz sualsiz kabul edilir, nereden geldikleri sorgulanmaz ve bir başlangıçları ve bir sonları (bir tarihleri) olduğu, değişebilecekleri görülmez. Tipik fetişçi bir sav şudur: X (egemenlik, rekabet, **kapitalizm**, bencillik, ırkçılık, savaş, şiddet, vb.) var olmalıdır ve her zaman var olacaktır çünkü bu her zaman böyle olmuştur, insanın doğasına özgüdür, vesaire. Bu yüzden, bugünkü gidişata yönelik alternatifler olanaksız olarak görülmektedir. Meta fetişizmi kapitalizme içkin bir mantıktır: kapitalizmin temel öğeleri (**metalar**, **para**, pazarlar, vb.), somut nesnelerde (bilgisayar, yazıcı, banknot, vb.) görünür olmayan özgül toplumsal ilişkilerin sonuçlarını esir eder. Bu nedenle bu öğeler toplumun ve bütün toplumların doğal özellikleriymiş izlenimi yaratma eğilimi gösterirler ve sıklıkla insanları aldatırlar, bu insanlar fetişizm mantığıyla aldanarak kapitalizmin ve egemenliğinin ötesinde başka bir dünya olamayacağını düşünürler.

Mutlak artı değer üretimi: Mutlak artı değer üretimi kapitalistlerin daha fazla **kâr** elde etmek için kullandıkları bir stratejidir: çalışanların belirli bir ücret karşılığında çalıştıkları saatler arttırılmaktadır. Marx bu stratejiye ayrıca emeğin sermaye altında biçimsel boyunduruğu adını verir.

Mübadele değeri: Mübadele değeri **metalar** arasındaki bir ilişkidir. Metalar belirli niceliksel ilişkiler aracılığıyla mübadele edilir-

ler: x meta A=y meta B. Eğer birisi bir masayı 100'e alırsa, o zaman bu masa bu miktarda **para**yla mübadele edilmiştir. İki meta (masa ve para), mübadele sürecinde sahip değiştirirler.

Oyun emeği (oyunemek): Oynamak ve **çalışmak,** eylemin geleneksel olarak iki farklı alanını oluşturur, ki bunlardan ilki, özel ve kamusal alanlarda boş zamanlar sırasında meydana gelirken, ikincisi şirket ve ofislerde çalışma zamanı sırasında meydana gelir. Oyun emeği, oynamak ve çalışmak arasındaki sınırların bulanıklaşma eğiliminde olduğunu ifade eder: çalışmak kendini oynamak gibi gösterir ve oynamak, değer-üretiminin bir biçimi **haline gelir**. Oynamak yeni bir yönetim ideolojisidir, öyle ki, mesela Google ofislerinin oyun alanları gibi sunulması, ama aslında uzun ve fazla mesai saatleriyle oldukça stresli çalışma ortamları olması gibi. Ticari sosyal medyanın (Facebook, Google, Twitter, vb.) kullanımı eğlencelidir ve bu platformların eğlenceli kullanımı, onların şirketler tarafından işletildiği, pek çok kâr ettiği ve kullanıcılarının emeğini sömürdüğü **gerçeğini** gizlemektedir.

Özne/Nesne: Hegel'e göre öznellik kavramı, insan düşüncesine içkindir. Nesnellik ise tam tersine, tekil bireylerin dışında bir şeydir -insan öznesiyle etkileşimde olan objektif dünya. Bu etkileşim Hegel'in özne-nesne veya fikir olarak belirttiği bir ürünle sonuçlanır. Dünya, **özne ve nesnenin** diyalektiği olarak tarif edilebilir: bir özne, var olmak için, dış çevresiyle etkileşim içindedir. Dünya temel olarak ilişkiseldir; hiçbir şey, başka bir şeyle ilişki içinde olmadan var olamaz. Bu ilişkiler üretken olabilirler, öyle ki, bu dünyada yeni bir şey olan özne-nesne, tekrar bir nesneyle ilişki içinde olan yeni bir özne olarak ortaya çıkar. Karl Marx, insan öznelerinin ekonomik objelerle (çalışma aletleri, çalışma nesneleri) etkileşimde bulundukları ve bu etkileşim sonucunda bir emek ürününün ortaya çıktığı özne/nesne konseptini ekonomiye uyarlamıştır. Özne/nesne konsepti, çalışma sürecinin dinamik üretken bir süreç olarak tarif edilmesini sağlar. Toplumda özne ve nesnenin diyalektiği ekonomiyle sınırlı değildir, bu öyle bir konsepttir ki, tüm toplumsal sistem türlerinin dinamiklerinin anlaşılmasını sağlar.

Para: Para, değerin ve mübadelenin genel biçimi **ve** kapitalizmin

evrensel metasıdır. Genel ve evrenseldir çünkü, diğer tüm metalarla doğrudan mübadele edilebilen tek metadır. Eğer bir sürü yumurtanız varsa ve siz bir bilgisayar almak istiyorsanız, ilk önce birçok yumurta satmanız gerekir. Kapitalizmin verili bir örgütlenme biçiminde, yumurtalar size bilgisayar satın alamaz çünkü yumurta evrensel meta değildir. Buna karşın, eğer bir sürü paranız varsa, bu sefer hem yumurta hem de bilgisayar alabilirsiniz ki bu, meta mübadelesi örgütlenmesinde paranın özel bir rolü olduğunu gösterir. Para fetişizmi, **kapitalizmde sık sık karşılaşılan** meta fetişizminin özel bir biçimidir.

Sermaye, kapitalizm: Sermaye yeniden yatırımlarla, **emek** sömürüsüyle, **meta**ların yeni üretimiyle ve **kâr**larda bir artışa yol açacak daha fazla satışla sürekli olarak arttırılması gereken **para**dır. Birikim sermayenin özünde olan bir özelliktir: eğer sermaye istikrarlı bir şekilde arttırılamazsa, bu durumda büyük ihtimalle sonuç bir şirketin iflasıdır. Eğer sermaye birikimi durgunlaşırsa ve yeterince büyük olan bileşik bir oranda artmazsa, büyük ihtimalle sonuç ekonomik bir krizdir. Kapitalizm, sermaye birikiminin, sınıf ilişkileri, emek sömürüsü ve meta üretimi, satışı ve tüketimini gerektiren tumturaklı mantığına dayanan bir **üretim biçimidir**. Birikimin mantığı ekonomiyle sınırlı değildir, ayrıca çağdaş toplumun, politika gibi (karar verme yetkisinin birikim mantığını gördüğümüz), kültür gibi (şöhret ve tanıtma iktidarının birikim mantığıyla karşılaştığımız) diğer sistemlerini de etkiler. Dolayısıyla kapitalizm ayrıca bir tür toplumdur.

Sınıflı toplum: Sınıflı bir toplum, bir grubun çalışarak başka bir grubun sahibi olduğu mallar ve diğer sonuçlar (**para** gibi) ürettiği bir toplumdur. Bu **emeğin** karşılığı belli bir dereceye kadar ödenmiş veya ödenmemiştir. Sınıflı toplumlar emek sömürüsüne dayanmaktadır. Karşılığının hiç ödenmemesi de mümkündür. Sınıflı sistemlerin örnekleri hane içindeki çalışma örgütlenmelerinin patriyarkal biçimleri, antik dönemlerdeki **kölelik**, feodalizm ve **kapitalizm**dir. Kapitalizmdeki iki temel sınıf proletaryayı oluşturan işçiler ve proletaryayı sömüren kapitalistlerdir. Sınıf kavramı **artı değer** saltanatıyla yakından ilgilidir.

Somut emek: Bkz: **soyut ve somut emek**

Soyut ve somut emek: Emeğin iki boyutu vardır: soyut ve somut emek. Soyut emek bir **metanın değer boyutunu** yaratır, somut emek ise metanın **kullanım değeri** boyutunu. Somut emek metanın yararlı bir meta olma niteliğini üretir, soyut emek ise metanın parasal **kâra** ulaşmaya yönelik mübadele için ekonomik bir nesne olmasını sağlayan **değer** boyutunu yaratır. **Kapitalizmde**, soyut emek ve değer tarafı emeğin ve metaların egemen görünüşüdür: kapitalizm, herşeyi kâr yaratmak üzere **para** ile mübadele edebilir ve dolayısıyla soyut emeğin bir nesnesi olan metalara dönüştürmeye çalışan (metalaştırma) bir sistemdir. Kapitalizmde **mübadele değerleri** olmadan kullanım değerlerinin edinilmesi zordur. Metalaşmamış kullanım değerleri (örneğin arkadaşlarla olan kişisel ilişkiler) vardır ancak kapitalizm kullanım değerlerini değerlere ve mübadele değerlerine dönüştürmeye (örneğin yeni arkadaş ve partnerler bulmamıza yönelik kâr amaçlı çevrimiçi buluşma platformları biçimindeki oluşumlar) çabalamaktadır. Soyut emek kavramında, somuttan birkaç soyutlama söz konusudur: (a) malların (ve onların kullanım değerlerinin) fiziksel özelliklerinden bir soyutlama (b) tekil ürünlerde bir soyutlama, böylece metalar ve mübadele arasındaki toplumsal ilişkiler kurulmuş olur (c) basit emek etkinliklerinden karmaşık görevlere doğru bir soyutlama ve (d) belirli emek süreçlerini meydana getiren (kötü çalışma koşulları, düşük ücretler, vb.) özgül niteliklere yönelik soyutlama, böylece metaların genel özellikleri değer kavramıyla arka plana atılmış olur.

Sömürü: Bkz: **artı değer, sınıflı toplum**

Toplumsal işçi, toplumsal fabrika: Bu iki kavram da **Otonom Marksizm'de** geliş[tiril]miştir. Mario Tronti toplumsal fabrika kavramını, Antonio Negri de toplumsal işçi kavramını tanıtmıştır. İki kavram da **emeğin** ve sömürünün, işçinin örgütlendiği ve sömürüldüğü fabrika duvarlarının ötesine geçtiğine işaret eder. Emeğin sömürüsünün, ev işleri gibi karşılığı ödenmemiş emek türlerini de içerdiğini ve işçi sınıfının ücretli emeği oluşturan gruptan daha büyük olduğunu vurgulamışlardır. Fabrika ve işçi sınıfı, toplumun içine doğru genişlemeye meyillidir. Antonio Negri ve Michael Hardt, özellikle bilgi işinin değişik biçimlerini kullanan, toplumun ortak mülkiyetini üreten ve uy-

gunsuz bir şekilde "maddi olmayan emek" olarak adlandırdıkları kolektif işgücü olan toplumsal işçi kavramını daha da geliştirerek çokluk kavramını ortaya atmışlardır. Dijital emek bağlamında, toplumsal işçi ve toplumsal fabrikanın hususi bir önemi bulunmaktadır, zira serbest erişim sunan ve hedefli reklamcılık kullanan ticari İnternet platformları (örneğin Facebook, Google, Twitter) toplumsal işçinin bir parçası olan karşılığı ödenmemiş kullanıcı emeğine dayanmakta ve bilgisayar ve İnternet kullanımını toplumsal bir fabrikaya dönüştürmektedir.

Toplumsal olarak gerekli emek zaman: Bkz: **Gerekli ve artı emek zaman**

Türsel varlık: Türsel varlık, Marx'ın *Ekonomi Politik ve Felsefe El Yazmaları* (1844)'nda, insan varlığının en temel özelliğinin yaratıcılık ve toplumsallık olduğunu belirtmek için kullandığı bir tabirdir. Sınıflı toplumlarda yaratıcılık ve toplumsallık, insan yaratıcılığını ve toplumsallığını sömüren ve bunları sömürülen sınıfın zararına kendi çıkarları için kullanan hakim sınıfın hükmü tarafından sakatlanacak ve kısıtlanacaktır.

Uluslararası dijital işbölümü: Uluslararası dijital işbölümü (UDİ), dünyanın çeşitli bölgelerinde, birbirleriyle kısmen anonim olarak ağ kuran ve hepsi de dijital medya uygulaması, kullanımı ve üretimi için gerekli olan öğeleri oluşturan çeşitli emek, sömürü ve üretim şekillerini içeren bir işbölümüdür. UDİ emeğin tarımsal, endüstriyel ve enformasyonel biçimlerini içerebilir, bu emek patriyarka, kölelik, feodalizm ve kapitalizm gibi üretimin çeşitli ilişkilerini betimleyebildiği gibi, kapitalizmin örgütlenmesinin çeşitli biçimlerini de betimleyebilir. Genellikle, hepsi de sermayenin denetimi altında olan farklı üretim biçimlerindeki, farklı sınıf ilişkilerindeki, farklı baskı biçimlerindeki ve üretici güçlerin farklı örgütlenme düzeylerindeki emek biçimlerini birleştirir. Bu durum üretim biçimlerinin, sınıf ilişkilerinin, baskı biçimlerinin ve üretici güçlerin çeşitlerinin, bir biçimin diğeriyle yer değiştiği doğrusal bir minvalde değil de, yeni tarz örgütlenmenin diğerlerine katılıp öncekileri değiştiren bir şekilde diyalektik olarak geliştiğini gösterir. Ayrıca Bkz: **işbölümü, üretim biçimi, üretici güçler, üretim ilişkileri**

Üretici güçler: Üretici güçler ekonomik üretimi mümkün kılan fenomendir. **Emek-gücü** öznel üretici güçtür. Nesnel üretici güçler ise doğa, mekân-zaman, kaynaklar, altyapılar ve teknolojilerdir. Bunlar, işin nesnesini ve araçlarını oluştururlar (örneğin binalar, makineler). Marx, üretici güçler ile **üretim ilişkileri** arasındaki karşıtlıktan, kapitalizme özgü bir özellik olarak ve kapitalist krizlerin sebeplerinden biri olarak söz etmektedir. Ayrıca Bkz: **üretim ilişkileri, üretim biçimi**

Üretim biçimi: Üretim biçimi, üretici güçler ile üretim ilişkileri arasındaki bütünlüğün nasıl örgütlendiğinin tarihsel bir şeklidir. Marx, üretim biçimleri olarak patriyarka, antik kölelik, feodalizm, kapitalizm ve komünizmden bahsetmiştir. Bazı gözlemciler, Marx'ın bir üretim biçiminin zorunlu olarak yenisiyle son bulacağını ve böylece kapitalizmin kaçınılmaz sonucunun komünizm olacağını savunduğunu öne sürmüşlerdir. Eleştiriler ise Marx'ın deterministik bir tarih anlayışına sahip olduğu yönündedir. Daha yakın bir okuma ile, **Marx'ın** çalışmalarında her üretim biçiminin yeni özelliklere sahip olduğu ama aynı zamanda eski üretim biçimlerinin özgül örgütlenme biçimlerini de içerecek şekilde diyalektik bir yapının var olduğu görülür; örneğin kapitalizmde **patriyarka,** kölelik ve feodalizm biçimlerinin yer alması gibi. Marx'a göre tarih, sınıf mücadelelerinin ürünüdür. İnsan davranışının karmaşık bir yönünü oluşturduğu için, toplumsal mücadelelerin oluşumları ve sonuçları belirli değildir. Bu yüzden böyle bir tarih anlayışı, genellikle Marx'ın ve dolayısıyla kapitalizm eleştirisinin hükümsüzlüğünü iddia etmek için öne sürülen deterministik tarih anlayışına sahip olduğu yorumlamasını geçersiz kılar. Ayrıca Bkz: **üretici güçler, üretim ilişkileri**

Üretim ilişkileri: Üretim ilişkileri; üretimin, bölüşümün ve tüketimin örgütlenmesine özgü toplumsal ilişkilerdir. Yani, örneğin **kapitalizm,** özel mülkiyetin, piyasaların ve ulus-devletlerin toplumsal ilişkilerine ve kapitalistlerle işçiler arasındaki **sınıf ilişkilerine** dayanır. Marx kapitalizmin üretim ilişkileri ile üretici güçler arasındaki çelişkiye dayandığını **savunmaktadır**: her zamankinden daha fazla sermaye birikimi için teknolojik gelişmeye **gerek duyulmaktadır**. Bu,

üretimin toplumsal özelliğini yeni uyum sağlama şekilleriyle geliştirir. Üretimin bu toplumsal biçimleri ile mülkiyetin özel olması biçimi arasındaki uyumsuzluk, kapitalist ekonominin krize meyilli olmasıyla ve servetin ortaklaşa üretildiği ve kontrol edildiği komünist toplumun ilk aşamalarının kapitalist üretim tarafından yaratılması olgusu ile sonuçlanır. Ayrıca Bkz: **üretici güçler**, **üretim biçimi**

Yabancılaşma: Louis Althusser, yabancılaşmanın Marx'ın gençlik yıllarında kullandığı bilimdışı ve anlaşılması zor bir kavram olduğunu iddia eder. Ancak Marx'ın çalışmalarına ilişkin bir çözümleme, bu terimi, *Grundrisse* ve *Kapital* gibi sonraki çalışmaları da dahil olmak üzere yaşamı boyunca kullandığını göstermektedir. Yabancılaşma insanların kendi yaşamlarının temel boyutlarının denetimine sahip olmadıkları anlamına gelir. Ekonomide, yabancılaşma **emek gücü**nün, **emek** nesnelerinin, emek araçlarının ve emek ürünlerinin denetlenememesine atıfta bulunabilir. Eğer bu yabancılaşma biçimleri bir arada bulunuyorsa bunlar sömürüyü ve sınıf ilişkilerini oluşturur. Marx yabancılaşmanın sadece denetlememe olmadığını, ayrıca insanların kendilerine, diğerleriyle olan ilişkilerine, bütün **çalışma** sürecine, ekonomiye ve topluma yabancılaşması olduğunu öne sürer. Bu, **sınıf**lı bir toplumda, egemen sınıfın insanların zihinlerini, bedenlerini, toplumsal ilişkilerini, çalışma sürecini, ekonomiyi ve bütün toplumu denetlediği anlamına gelir.

Yeni emperyalizm: "Yeni emperyalizm" tabiri, David Harvey tarafından tanıtılan ve Marksist bilim insanlarınca 19. yüzyılda Batılı olmayan ülkelerdeki kaynakların yağmalanmasını temel alan eski emperyalizmi **yeniden** değerlendirmek ve bu anlamda kapitalizmin dönüşümünü tanımlamak için kullanılan bir tabirdir. Yeni emperyalizm, *mülksüzleştirerek birikime* dayanır: kamu varlıkları ve kurumlarının, sosyal refahın, bilginin, doğanın, kültürel formların, tarihin ve entelektüel yaratıcılığın (ortak mülkiyetin çevrelenmesi) özelleştirilmesi ve metalaştırılması; varlıkların spekülasyon, dolandırıcılık, vahşilik ve hırsızlıkla ele geçirilmesine olanak sağlayan finansallaşma (örneğin yapısal uyum programlarıyla yeni yatırım olanaklarının, kuralsızlaştırmaların, liberalleşmenin ve özelleştirmelerin doğmasını sağlayacak

olan Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) müdahalesine olanak tanıyan borç krizlerinin yaratılması); ve **devlet elinden yeniden dağıtımın, sermayenin** lehine, **emeğin zararına olacak şekilde yapılması**. Yeni emperyalizm ayrıca, kârları maksimize etmek için emeğin en yüksek derecede sömürüsünü sağlayabilecek şekilde kapitalizmin üretimi yeniden yerleştirmesiyle oluşan küresel bir işbölümünü de **içerir**.

Yeniden üretken emek: Yeniden üretken emek, insan aklını ve bedenini yeniden yaratan çalışmadır, ki böylece işçi her gün ekonomik olarak faal olma yeterliliğine sahip olur. Bu; bakım, sevgi, cinsellik, eğitim, çocuk yetiştirme, temizlik, yemek yapma, çamaşır yapma gibi faaliyetleri içerir. Yeniden üretken emek, ataerkil toplumlarda genellikle cinsiyetçi işbölümüne dayanır, **ki burada**, kadınlar ev işi ve yeniden üretken emek alanında görev alırlar. Bu görevlendirme, kadınları sosyal, şefkatli, duygusal ve zayıf; erkekleri ise bireysel, çalışan, rasyonel ve fiziksel olarak güçlü gösteren ataerkil ideoloji tarafından meşrulaştırılmıştır. Marksist ve sosyalist feministler yeniden üretken emeğin, kapitalizmin varlığı için oldukça önemli olduğunu vurgularlar, **öyle ki,** yeniden üretken emek, değerin üretimine katkıda bulunur**,** bu yüzden sömürülür ve işçi sınıfının bir parçasıdır. Yeniden üretken emek, cinsiyetçi işbölümüne dayanan ev işi ekonomisinin temelidir. Ayrıca bkz: **ev kadınılaşma.**

Kaynakça

Adorno, Theodor W. 1968/2003. Late capitalism or industrial society? The fundamental question of the present structure of society. In *Can one live after Auschwitz?,* ed. Rolf Tiedemann, 111–125. Stanford, CA: Stanford University Press.

-**Adorno, Theodor W.** 1977. *Kulturkritik und Gesellschaft II.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.

-**Adorno, Theodor W.** 1996. Chaplin times two. *Yale Journal of Criticism* 9 (1): 57–61.

-**Adorno, Theodor W.** 2000. *Introduction to sociology.* Cambridge, UK: Polity.

-**Adorno, Theodor W.** 2005. Prologue to television. In *Critical models,* 49–57. New York: Columbia University Press.

-**Adorno, Theodor W**. Else Frenkel-Brunswik, Daniel Levinson ve Nevitt Sanford. 1950. *The authoritarian personality.* New York: Harper & Row.

Althusser, Louis. 1969. *For Marx.* London: Verso.

Althusser, Louis, ve Balibar, Étienne. 1970. *Reading Capital.* London: NLB.

Anderson, Chris. 2009. *Free. How today's smartest businesses profit by giving something for nothing.* London: Random House.

Anderson, Kevin B. 2010. *Marx at the margins: On nationalism, ethnicity, and non-Western societies.* Chicago: University of Chicago Press.

Andrejevic, Mark. 2002. The work of being watched: Interactive media and the exploitation of self-disclosure. *Critical Studies in Media Communication* 19 (2): 230–248.

-**Andrejevic, Mark.** 2004. *Reality TV: The work of being watched.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

-**Andrejevic, Mark.** 2009. *iSpy: Surveillance and power in the interactive era.* Lawrence: University Press of Kansas.

-**Andrejevic, Mark**. 2011. Social network exploitation. In *A networked self,* ed. Zizi Papacharissi, 82–101. New York: Routledge.

-**Andrejevic, Mark.** 2012. Exploitation in the data mine. In *Internet and surveillance: The challenges of Web 2.0 and social media,* ed. Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund ve Marisol Sandoval, 71–88. New York: Routledge.

-**Andrejevic, Mark.** 2013. Estranged free labor. In *Digital labor: The Internet as playground and factory,* ed.Trebor Scholz, 149–164. New York: Routledge.

Aneesh, A. 2006. *Virtual migration: The programming of globalization.* Durham, NC: Duke University Press.

Aouragh, Miriyam. 2012. Social media, mediation and the Arab revolutions. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at) Journal for a Global*

Sustainable Information Society 10 (2): 518–536.

Aouragh, Miriyam, ve Anne Alexander. 2011. The Egyptian experience: Sense and nonsense of the Internet revolution. *International Journal of Communication* 5: 1344–1358.

Arora, Ashish, V.S. Arunachalam, Jai Asundi ve Ronald Fernandes. 1999. The Indian software industry. Paper presented at the R&D Management Conference in New Delhi. http://www.heinz.cmu.edu/project/india/pubs/rndmgmt.pdf.

Arora, Ashish, V.S. Arunachalam, Jai Asundi ve Ronald Fernandes. 2001. The Indian software services industry. *Research Policy* 30 (8): 1267–1287.

Arora, Ashish, Alfonso Gambardella ve Salvatore Torrisi. 2001. *In the footsteps of Silicon Valley? Indian and Irish software in the international division of labour.* Stanford Institute for Economic Policy Research Discussion Paper No. 00–41. Stanford, CA: Stanford University.

Arthur, Christopher J. 2004. *The new dialectic and Marx's Capital.* Leiden: Brill. Artz, Lee. 2008. Media relations and media product: Audience commodity. *Democratic Communiqué*22 (1): 60–74.

Arvidsson, Adam. 2005. Brands: A critical perspective. *Journal of Consumer Culture* 5 (2): 235–258.

-Arvidsson, Adam. 2011. Ethics and value in customer co-production. *Marketing Theory* 11 (3): 261–278.

-Arvidsson, Adam, ve Elanor Colleoni. 2012.Value in informational capitalism and on the Internet. *The Information Society* 28 (3): 135–150.

Atton, Chris. 2002. *Alternative media.* London: Sage.

Babe, Robert E. 2000. *Canadian communication thought: Ten foundational writers.* Toronto: University of Toronto Press.

-Babe, Robert E. 2009. *Cultural studies and political economy: Toward a new integration.* Lanham, MD: Lexington Books.

Backhaus, Hans-Georg. 2011. *Dialektik der Wertform: Untersuchungen zur Marxschen Ökonomiekritik.* 2nd ed. Freiburg, Germany: Ça Ira.

-Backhaus, Hans-Georg, ve Helmut Reichelt. 1995.Wie ist der Wertbegriff in der Ökonomie zu konzipieren? *Beiträge zur Marx-Engels-Forschung Neue Folge* 1995: 60–94.

Badiou, Alain. 2012. *The rebirth of history: Times of riots and uprisings.* London: Verso.

Bakardjieva, Maria. 2005. *The Internet society: The Internet in everyday life.* London: Sage.

Banaji, Jairus. 2011. *Theory as history: Essays on modes of production and exploitation.* Chicago: Haymarket Books.

Barbrook, Richard, ve Andy Cameron. 2001. Californian ideology. In *Crypto anarchy, cyberstatesand pirate utopias,* ed. Peter Ludlow, 363–387. Cambridge, MA: MIT Press.

Beck, Ulrich, Anthony Giddens ve Scott Lash. 1994. *Reflexive modernization.* Cambridge, UK: Polity.

Beecher, Jonathan F. 1990. *Charles Fourier: The visionary and his world.* Berkeley: University of California Press.

Bell, Daniel. 1974. *The coming of post-industrial society.* London: Heinemann.

Benjamin, Walter. 1934. Der Autor als Produzent. In *Medienästhetische Schriften,* 231–247. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

-Benjamin, Walter. 1936/1939. The work of art in the age of mechanical reproduction. In *Media and cultural studies: KeyWorks,* ed. Meenakshi Gigi Durham ve Douglas M. Kellner,18–40. Malden, MA: Blackwell.

Benner, Chris. 2002. *Work in the new economy: Flexible labor markets in Silicon Valley.* Malden, MA: Blackwell.

Bennett, W. Lance. 2003. Communicating global activism. *Information, Communication & Society* 6 (2): 143–168.

-Bennett, W. Lance. 2005. Social movement beyond borders. In *Transnational protest & global activism,* ed. Donatella della Porta ve Sidney Tarrow, 203–226. Boulder, CO: Paradigm.

-Bennett, W. Lance, ve Robert M. Entman, ed. 2001. *Mediated politics.* Cambridge: Cambridge University Press.

Berardi, Franco "Bifo". 2009a. *Precarious rhapsody.* London: Minor Compositions.

-Berardi, Franco "Bifo". 2009b. *The soul at work.* Los Angeles, CA: Semiotext(e).

Bermejo, Fernando. 2009.Audience manufacture in historical perspective: From broadcasting to Google. *New Media & Society* 11 (1–2): 133–154.

Bertin, Imogen, Ursula Huws, Tamás Koltai, Markus Promberger, Nicola Tickner, Peter van der Hallen ve Roel Verlinden. 2004. *Opening the black box: Classification and coding of sectors and occupations in the Economy.* Leuven: STILE Project.

Bhaskar, Roy. 1993. *Dialectic: The pulse of freedom.* London: Verso.

Biao, Xiang. 2007. *Global body shopping: An Indian labor system in the information technology industry.* Princeton, NJ: Princeton University Press.

Bidet, Jacques. 2007. *A reconstruction project of the Marxian theory: From Exploring Marx's Capital(1985) to Altermarxisme (2007), via Théorie Générale (1999) and Explication et reconstructiondu Capital (2004).* http://jacques.bidet.pagesperso-orange.fr/londongla.htm.

Bidet, Jacques. 2009. *Exploring Marx's Capital: Philosophical, economic, and po-*

litical dimensions. Chicago: Haymarket Books.

Bigo, Didier. 2010. Delivering liberty and security? The reframing of freedom when associated with security. In *Europe's 21st century challenge: Delivering liberty,* ed. Didier Bigo, Sergio Carrera, Elspeth Guild ve R.B.J.Walker, 263–287. Farnham, UK: Ashgate.

Biltereyst, Daniel, ve Philippe Meers. 2011. The political economy of audiences. In *The handbook of political economy of communications,* ed. Janet Wasko, Graham Murdock ve Helena Sousa, 415–435. Malden, MA: Wiley-Blackwell.

Bolin, Göran. 2005. Notes from inside the factory: The production and consumption of signs and sign value in media industries. *Social Semiotics* 15 (3): 289–306.

Bolin, Göran. 2009. Symbolic production and value in media industries. *Journal of Cultural Economy* 2 (3): 345–361.

-Bolin, Göran. 2011. *Value and the media: Cultural production and consumption in digital markets.* Farnham, UK: Ashgate.

Boltanski, Luc, ve Éve Chiapello. 2007. *The new spirit of capitalism.* London: Verso.

Bourdieu, Pierre. 1986a. *Distinction: A social critique of the judgement of taste.* London: Routledge.

-Bourdieu, Pierre. 1986b. The (three) forms of capital. In *Handbook of theory and research in*

the sociology of education, ed. John G. Richardson, 241–258. New York: Greenwood Press.

Brady, Robert A. 1937. *The spirit and structure of German fascism.* New York: Viking.

Bratich, Jack. 2011. User-generated discontent convergence, polemology and dissent. *Cultural Studies* 25 (4–5): 621–640.

Brecht, Bertolt. 1932/2000. The radio as a communications apparatus. In *Bertolt Brecht on film & radio,* ed. Marc Silberman, 41–46. London: Methuen.

Breen, Marcus. 2011. Do the math: Cultural studies into public policy needs a new equation. In *The renewal of cultural studies,* ed. Paul Smith, 207–218. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Bruns, Axel. 2008. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage.* NewYork: Peter Lang.

Bühl, Achim. 2000. *Die virtuelle Gesellschaft des 21: Jahrhunderts.* Opladen, Germany: Westdeutscher Verlag.

Burston, Jonathan, Nick Dyer-Witheford ve Alison Hearn, ed. 2010. *Digital labour: Workers, authors, citizens.* Special issue. *Ephemera* 10 (3–4): 214–539.

Butler, Judith, Ernesto Laclau ve Slavoj Žižek. 2000. *Contingency, hegemony,*

universality. London: Verso.

Caraway, Brett. 2011. Audience labor in the new media environment: A Marxian revisiting of the audience commodity. *Media, Culture & Society* 33 (5): 693–708.

Carnoy, Martin, Manuel Castells ve Chris Benner. 1997. Labour markets and employment practices in the age of flexibility: A case study of Silicon Valley. *International Labour Review* 136 (1): 27–48.

Castells, Manuel. 1996. *The rise of the network society.* Volume 1 of *The information age: economy, society and culture.* 2nd ed. Malden, MA: Blackwell.

-Castells, Manuel. 1997. *The power of identity.* Volume 2 of *The information age: economy, society and culture.* 2nd ed. Malden, MA: Blackwell.

-Castells, Manuel. 2000a. *End of millennium.* Volume 3 of *The information age: economy, society and culture.* 2nd ed. Malden: Blackwell.

-Castells, Manuel. 2000b. Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology* 51 (1): 5–24.

-Castells, Manuel. 2009. *Communication power.* Oxford: Oxford University Press.

-Castells, Manuel. 2012. *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age.* Cambridge, UK: Polity.

Chakravartty, Paula. 2004. Telecom, national development and the Indian state: A postcolonial critique. *Media, Culture & Society* 26 (2): 227–249.

Chakravartty, Paula. 2006. White-collar nationalism. *Social Semiotics* 16 (1): 39–55.

Charusheela, S. 2011. Where is the "economy"? Cultural studies and narratives of capitalism. In *The renewal of cultural studies,* ed. Paul Smith, 177–187. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Chen, Chih-hsien. 2003. Is the audience really commodity? An overdetermined Marxist perspective of the television economy. Papers of the International Communication Association Conference 2003. http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/1/2/0/8/pages112086/p1120861.php.

Chomsky, Noam. 2012. *Occupy.* London: Penguin.

Christensen, Christian. 2008. Uploading dissonance: YouTube and the US occupation of Iraq. *Media, War & Conflict* 1 (2): 155–175.

Cleaver, Harry. 1992.The inversion of class perspective in Marxian Theory: From valorisation to self-valorisation. In *Open Marxism, Vol. 2,* ed. Werner Bonefeld, Richard Gunn ve Kosmos Psychopedis, 106–144. London: Pluto.

-Cleaver, Harry. 2000. *Reading Capital politically.* Leeds: Anti/Theses.

Cohen, Nicole. 2008. The valorization of surveillance: Towards a political economy of Facebook. *Democratic Communiqué* 22 (1): 5–22.

Cohen, Robert B. 1981. The new international division of labor, multinational corporations and urban hierarchy. In *Urbanization and urban planning in capitalist society,* ed. M. Michael J. Dear ve Allen John Scott, 287–317. London: Methuen.

Cohen, Robin. 1987. *The new helots: Migrants in the international division of labour.* London: Avebury.

Commander, Simon, Rupa Chanda, Mari Kangasniemi ve L. Alan Winters. 2008. The consequences of globalisation: India's software industry and cross-border labour mobility. *The World Economy* 31 (2): 187–211.

Costanza-Chock, Sasha. 2012. Mic check! Media cultures and the Occupy movement. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest* 11 (3–4): 375–385.

Coté, Mark, ve Jennifer Pybus. 2010. Learning to immaterial labour 2.0: MySpace and social networks. *Ephemera* 7 (1): 88–106.

Couldry, Nick. 2010. *Why voice matters: Culture and politics after neoliberalism.* London: SAGE.

-Couldry, Nick. 2011. The project of cultural studies: Heretical doubts, new horizons. In *The renewal of cultural studies,* ed. Paul Smith, 9–16. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Couvering, Elizabeth. 2004. New media? The political economy of Internet search engines. IAMCR 2004 Paper.http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.129.1900.

-Couvering, Elizabeth. 2011. Navigational media: The political economy of online traffic. In *The political economies of media: The transformation of the global media industries,* ed. Dwayne Winseck ve Dal Yong Jin, 183–200. London: Bloomsbury.

Crossley, Nick. 2003. Even newer social movements? Anti-corporate protests, capitalist crises and the remoralization of society. *Organization* 10 (2): 287–305.

Curran, James, Natalie Fenton ve Des Freedman. 2012. *Misunderstanding the Internet.* New York: Routledge.

Davis, Angela. 2011.The 99%: A community of resistance. *The Guardian Online,* November 15, 2011.

D'Costa, Anthony. 2002. Uneven and combined development: Understanding India's software exports. *World Development* 31 (1): 211–226.

D'Cruz, Premilla, ve Ernesto Noronha. 2009. Experiencing depersonalised bullying: A study of Indian call-centre agents. *Work, Organisation, Labour & Globalisation* 3 (1): 26–46.

D'Mello, Marisa, ve Sundeep Sahay. 2007. "I am a kind of nomad where I have to go places and places" ... Understanding mobility, place and identity in global software work from India. *Information and Organization* 17 (3): 162–192.

Dawson, Michael, ve John Bellamy Foster. 1998.Virtual capitalism. In *Capitalism and the information age,* ed. Robert W. McChesney, Eileen Meiksins Wood ve John Bellamy Foster, 51–67. New York: Monthly Review Press.

Dean, Jodi. 2005. Communicative capitalism: Circulation and the foreclosure of politics. *Cultural Politics* 1 (1): 51–74.

-Dean, Jodi. 2010. *Blog theory.* Cambridge, UK: Polity.

-Dean, Jodi. 2012. *The communist horizon.* London: Verso.

Deleuze, Gilles. 1995. Postscript on the societies of control. In *Negotiations,* 177–182. New York: Columbia University Press.

della Porta, Donatella. 2007a. The global justice movement: An introduction. In *The global justice movement: Cross-national and transnational perspectives,* ed. Donatella della Porta, 1–28. Boulder, CO: Paradigm.

della Porta, Donatella. 2007b. The global justice movement in context. In *The global justice movement: Cross-national and transnational perspectives,* ed. Donatella della Porta, 232 251.Boulder, CO: Paradigm.

della Porta, Donatella, ve Mario Diani. 2006. *Social movements: An introduction.* Malden, MA: Blackwell.

Deuze, Mark. 2007. *Media work.* Cambridge, UK: Polity.

Diani, Mario. 2003. Networks and social movements: A research programme. In *Social movements and networks,* ed. Mario Diani ve Doug McAdam, 298–319. Oxford: Oxford University Press.

Dimitrov, Georgi. 1935. *The fascist offensive and the tasks of the Communist International in the struggle of the working class against fascism.* http://www.marxists.org/ reference/archive/ dimitrov/ works/1935/08_02.htm.

Donk,Wim van de, vd., ed. 2004. *Cyberprotest.* London: Routledge.

Doogan, Kevin. 2009. *New capitalism? The transformation of work.* Cambridge, UK: Polity.

Dossani, Rafiq, ve Martin Kenney. 2007.The next wave of globalization. Relocating service provision to India. *World Development* 35 (5): 772–791.

Drucker, Peter. 1969/1992. *The age of discontinuity.* New Brunswick, NJ: Transaction.

-Drucker, Peter. 2001. *The essential Drucker.* New York: HarperCollins.

Dussel, Enrique. 2008.The discovery of the category of surplus value. In *Karl Marx's Grundrisse: Foundations of the critique of the political economy 150 years later,* ed. Marcello Musto, 67–78. New York: Routledge.

Dyer-Witheford, Nick. 1999. *Cyber-Marx: Cycles and circuits of struggle in high-technology capitalism.* Urbana: University of Illinois Press.

-Dyer-Witheford, Nick. 2002. Global body, global brain/global factory, global war: Revolt of the value-subjects. *The Commoner* 3.

-Dyer-Witheford, Nick. 2010. Digital labour, species being and the global worker. *Ephemera* 10 (3–4): 484–503.

Eagleton, Terry. 2011. *Why Marx was right.* London: Yale University Press.

Eatwell, John, Murray Milgate ve Peter Newman. 1987. *The new Palgrave: A dictionary of economics,* vol. 3, *K to P.* London: Macmillan Press.

Eder, Klaus. 1993. *New politics of class: Social movements and cultural dynamics in advanced societies.* London: Sage.

Eichstaedt, Peter. 2011. *Consuming the Congo: War and conflict minerals in the world's deadliest place.* Chicago: Lawrence Hill Books.

Eisenstein, Zillah. 1979. Developing a theory of capitalist patriarchy. In *Capitalist patriarchy and the case for socialist feminism,* ed. Zillah Eisenstein, 5–40. New York: Monthly Review Press.

Ekman, Mattias. 2012. Understanding accumulation: The relevance of Marx's theory of primitive accumulation in media and communication studies. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society*10 (2): 156–170.

Engels, Friedrich. 1847. *The principles of communism.* http://www.marxists.org/ archive/ marx/ works/1847/11/prin-com.htm.

-Engels, Friedrich. 1884. *The origin of the family, private property and the state.* http://www. marxists.org/archive/marx/works/1884/origin-family/index.htm.

-Engels, Friedrich. 1892. *Preface to the English edition of "The condition of the working class in England".* http://www.marxists.org/archive/marx/works/1892/01/11. htm.

-Engels, Friedrich. 1895/1896. *The part played by labour in the transition from ape to man.* http://www.marxists.org/archive/marx/works/1876/part-played-labour/index.htm.

Enzensberger, Hans Magnus. 1970. Baukasten zu einer Theorie der Medien. In *Kursbuch Medienkultur,* ed. Lorenz Engell, Oliver Fahle, Britta Neitzel, Josef Vogel ve Claus Pias, 264–278. Stuttgart: DVA.

-Enzensberger, Hans Magnus. 1974. *The consciousness industry.* New York: Seabury Press.

Erdogan, İrfan. 2012. Missing Marx: The place of Marx in current communication research and the place of communication in Marx's work. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society* 10 (2): 349–391.

Ernst, Dieter. 1980. *The new international division of labour, technology and un-*

derdevelopment: Consequences for the Third World. Frankfurt: Campus.

Feagin, Joe R., ve Michael P. Smith. 1987. Cities and the new international division of labor: An overview. In *The capitalist city: Global restructuring and community politics,* ed. JoeR. Feagin ve Michael P. Smith, 3–34. Oxford: Basil Blackwell.

Ferguson, Marjorie, ve Peter Golding. 1997. Cultural studies and changing times: An introduction. In *Cultural studies in question,* ed. Marjorie Ferguson ve Peter Golding, xiii–xxvii. London: Sage.

Firer-Blaess, Sylvain, ve Christian Fuchs. 2012.Wikipedia: An info-communist manifesto. *Television & New Media,* doi: 10.1177/1527476412450193.

Fisher, Eran. 2010. *Media and new capitalism in the digital age: The spirit of networks.* New York: Palgrave Macmillan.

-Fisher, Eran. 2012. How less alienation creates more exploitation? Audience labour on social network sites. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society*10 (2): 171–183.

Fitzpatrick, Tony. 2002. Critical theory, information society and surveillance technologies. *Information, Communication and Society* 5 (3): 357–378.

Flew, Terry. 2007. *Understanding global media.* Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Folke, Steen, Niels Fold ve Thyge Enevoldsen. 1993. *South-south trade and development: Manufacturers in the new international division of labour.* New York: St. Martin's Press.

Fortunati, Leopoldina. 1995. *The arcane of reproduction.* New York: Autonomedia.

Freud, Sigmund. 1961. *Beyond the pleasure principle.* New York: Norton.

Friedmann, Georges. 1959. *Grenzen der Arbeitsteilung.* Volume 7, *Frankfurter Beiträge zur Soziologie.* Frankfurt am Main: Europäische Verlagsanstalt.

Friedman, Jonathan. 2002. Modernity and other traditions. In *Critically modern,* ed. Bruce M. Knauft, 287–313. Bloomington: Indiana University Press.

Fröbel, Folker, Jürgen Heinrichs ve Otto Kreye. 1981. *The new international division of labour.* Cambridge: Cambridge University Press.

Fuchs, Christian. 2003. Globalization and self-organization in the knowledge-based society. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Communication, Capitalism& Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society* 1 (2):105–169.

-Fuchs, Christian. 2006.The self-organization of social movements. *Systemic Practice and Action Research* 19 (1): 101–137.

-Fuchs, Christian. 2008. *Internet and society: Social theory in the information age.*

New York: Routledge.

-**Fuchs, Christian.** 2009. Information and communication technologies and society: A contribution to the critique of the political economy of the Internet. *European Journal of Communication* 24 (1): 69–87.

-**Fuchs, Christian**. 2010a. Critical globalization studies: An empirical and theoretical analysis of the new imperialism. *Science & Society* 74 (2): 215–247.

-**Fuchs, Christian.** 2010b. Labor in informational capitalism and on the Internet. *The Information Society* 26 (3): 179–196.

-**Fuchs, Christian.** 2010c. New imperialism: Information and media imperialism? *Global Media and Communication* 6 (1): 33–60.

-**Fuchs, Christian**. 2010d. Social software and Web 2.0: their sociological foundations and implications. In *Handbook of research on Web 2.0, 3.0, and X.0: Technologies, business, andsocial applications,* vol. 2, ed. San Murugesan, 764–789. Hershey, PA: IGI-Global.

-**Fuchs, Christian.** 2011a. *Foundations of critical media and information studies.* Abingdon: Routledge.

-**Fuchs, Christian.** 2011b.The contemporary world wide web: Social medium or new space of accumulation? In *The political economies of media: The transformation of the global mediaindustries,* ed. Dwayne Winseck and Dal Yong Jin, 201–220. London: Bloomsbury.

-**Fuchs, Christian.** 2012a. Conference Report: The 4th ICTs and Society Conference: Critique, Democracy and Philosophy in 21st Century Information Society. *Nordicom Information* 34 (3–4): 89–99.

-**Fuchs, Christian.** 2012b. Critique of the political economy of Web 2.0 surveillance. In *Internet and surveillance: The challenges of Web 2.0 and social media,* ed. Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund ve Marisol Sandoval, 31–70. New York: Routledge.

-**Fuchs, Christian.** 2012c. Implications of Deep Packet Inspection (DPI) Internet surveillance for society. The Privacy & Security Research Paper Series #1. ISSN 2279–7467. http://www.projectpact.eu/documents-1/%231_Privacy_and_Security_Research_ Paper_Series.pdf.

-**Fuchs, Christian.** 2012d. New Marxian Times! Reflections on the 4th ICTs and Society Conference "Critique, Democracy and Philosophy in 21st Century Information Society. Towards Critical Theories of Social Media". *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society* 10 (1): 114–121.

-**Fuchs, Christian.** 2012e. With or without Marx? With or without capitalism? A rejoinder to Adam Arvidsson and Elanor Colleoni. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society* 10 (2):633–645.

-Fuchs, Christian. 2013. *OccupyMedia! The Occupy movement and social media in crisis capitalism*. Ropley: Zero Books.

-Fuchs, Christian. 2014. *Social media: A critical introduction.* London: Sage.

-Fuchs, Christian, ve Nick Dyer-Witheford. 2013. Karl Marx @ Internet Studies. *New Media & Society,* 15 (5): 782–796.

-Fuchs, Christian, ve Wolfgang Hofkirchner. 2005. Self-organization, knowledge, and responsibility.*Kybernetes* 34 (1–2): 241–260.

-Fuchs, Christian, Wolfgang Hofkirchner, Matthias Schafranek, Celina Raffl, Marisol Sandoval ve Robert Bichler. 2010. Theoretical foundations of the web: Cognition, communication, and co-operation: Towards an understanding of Web 1.0, 2.0, 3.0. *Future Internet* 2 (1): 41–59.

-Fuchs, Christian, ve Vincent Mosco, ed. 2012. Marx is back—The importance of Marxist theory and research for critical communication studies today. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society*10 (2): 127–632.

-Fuchs, Christian, ve Marisol Sandoval, ed. Forthcoming 2014. *Critique, social media and the information society.* New York: Routledge.

Gaby, Sarah, and Neal Caren. 2012. Occupy online: How cute old men and Malcolm X recruited 400 000 US users to OWS on Facebook. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest* 11 (3–4): 367–374.

Gamsey, Elizabeth, ve Liba Paukert. 1987. *Industrial change and women's employment: Trends inthe new international division of labour.* Geneva: International Institute for Labour Studies.

Gandy, Oscar H. 1993. *The panoptic sort: A political economy of personal information.* Boulder, CO: Westview Press.

-Gandy, Oscar H. 2009. *Coming to terms with chance: Engaging rational discrimination and cumulativedisadvantage.* Farnham, UK: Ashgate.

-Gandy, Oscar H. 2011. The political economy of personal information. In *The handbook of political economy of communications,* ed. Janet Wasko, Graham Murdock ve Helena Sousa, 436–457. Malden, MA: Wiley-Blackwell.

Garnham, Nicholas. 1990. *Capitalism and communication.* London: Sage.

-Garnham, Nicholas. 1995a. Political Economy and cultural studies: Reconciliation or divorce? *Critical Studies in Mass Communication* 12 (1): 62–71.

-Garnham, Nicholas. 1995b. Reply to Grossberg and Carey. *Critical Studies in Mass Communication*12 (1): 95–100.

-Garnham, Nicholas. 1998/2004. Information society theory as ideology. In *The information society reader,* ed. Frank Webster, 165–183. New York: Routledge.

-Garnham, Nicholas. 2000a. *Emancipation, the media, and modernity.* Oxford:

Oxford University Press.

-Garnham, Nicholas. 2000b. "Information society" as theory or ideology. *Information, Communication& Society* 3 (2): 139–152.

-Garnham, Nicholas. 2004. Class analysis and the information society as mode of production. *Javnost* 11 (3): 93–104.

Gauntlett, David. 2011. *Making is connecting: The social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0.* Cambridge, UK: Polity.

Gerbaudo, Paolo. 2012. *Tweets and the streets: Social media and contemporary activism.* London: Pluto Press.

Ghonim, Wael. 2012. *Revolution 2.0.* London: Fourth Estate.

Giddens, Anthony. 1980. *The class structure of the advanced societies.* 2nd ed. London: Hutchinson.

-Giddens, Anthony. 1984. *The constitution of society: Outline of the theory of structuration.* Cambridge, UK: Polity.

-Giddens, Anthony. 1990. *The consequences of modernity.* Stanford, CA: Stanford University Press.

Gill, Rosalind. 2002. Cool, creative and egalitarian? Exploring gender in project-based new media work in Euro. *Information, Communication & Society* 5 (1): 70–89.

-Gill, Rosalind. 2006. *Technobohemians or the new cybertariat?* Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Gill, Rosalind, ve Andy Pratt. 2008. In the social factory? Immaterial labour, precariousness and cultural work. *Theory, Culture & Society* 25 (7–8): 1–30.

Gillan, Kevin, Jenny Pickerill ve Frank Webster. 2008. *Anti-war activism. New media and protest in the information age.* Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Glotz, Peter. 1999. *Die beschleunigte Gesellschaft: Kulturkämpfe im digitalen Kapitalismus.* Munich: Kindler.

Göhler, Gerhard. 1980. *Die Reduktion der Dialektik durch Marx: Strukturveränderungen der dialektischen Entwicklung in der Kritik der politischen Ökonomie.* Stuttgart: Klett-Cotta.

Golding, Peter. 2000. Forthcoming features: Information and communications technologies and the sociology of the future. *Sociology* 34 (1): 165–184.

Golding, Peter ve Graham Murdock. 1978. Theories of communication and theories of society. *Communication Research* 5 (3): 339–356.

Goldthorpe, John H. 2000. *On sociology.* Oxford: Oxford University Press.

Goodwin, Jeff. 2001. *No other way out: States and revolutionary movements, 1945–1991.* Cambridge: Cambridge University Press.

Graeber, David. 2011. *Debt: The first 5,000 years.* New York: Melville House.

-Graeber, David. 2012. *Inside Occupy.* Frankfurt: Campus.

Gregg, Melissa. 2011. *Work's intimacy.* Cambridge, UK: Polity.

Grossberg, Lawrence. 1995. Cultural studies vs. Political Economy: Is anybody else bored with this debate? *Critical Studies in Mass Communication* 12 (1): 72–81.

-Grossberg, Lawrence. 2010. *Cultural studies in the future tense.* Durham, NC: Duke University Press.

Grossman, Rachel. 1980. Women's place in the integrated circuit. *Radical America* 14 (1): 29–50.

Grossmann, Henryk. 1929. *Das Akkumulations-und Zusammenbruchsgesetz des kapitalistischen Systems.* Leipzig: C.L. Hirschfeld.

Gubbay, Jon. 1997. A Marxist critique of Weberian class analysis. *Sociology* 31 (1): 73–89.

Gulias, Max. 2011. A Marxist methodology for cultural studies. In *The renewal of cultural studies,* ed. Paul Smith, 143–151. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Habermas, Jürgen. 1984. *The theory of communicative action.* Vol. 1. Boston: Beacon Press.

-Habermas, Jürgen. 1987. *The theory of communicative action.* Vol. 2. Boston: Beacon Press.

Hafez, Kai. 2007. *The myth of media globalization.* Cambridge: Polity.

Hall, Stuart. 1981/1988. Notes on deconstructing the popular. In *Cultural theory and popular culture: A reader,* ed. John Storey, 442–453. Hemel Hempstead, UK: Prentice Hall.

-Hall, Stuart. 1986.The problem of ideology—Marxism without guarantees. *Journal of Communication Inquiry* 10 (2): 28–44.

-Hall, Stuart. 1988. The toad in the garden: Thatcherism among the theorists. In *Marxism and the interpretation of culture,* ed. Cary Nelson and Lawrence Grossberg, 35–73. Urbana: University of Illinois Press.

-Hall, Stuart. 1992/1996. Cultural studies and its theoretical legacies. In *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies,* ed. David Morley ve Kuan-Hsing Chen, 262–275. London: Routledge.

-Hall, Stuart, vd. 1978. *Policing the crisis.* Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Halvorsen, Sam. 2012. Beyond the network? Occupy London and the global movement. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest* 11 (3–4): 427–433.

Hardt, Michael. 2010. The common in communism. In *The idea of communism,* ed. Costas Douzinas ve Slavoj Žižek, 131–144. London: Verso.

Hardt, Michael ve Antonio Negri. 2000. *Empire.* Cambridge, MA: Harvard Uni-

versity Press.

-**Hardt, Michael ve Antonio Negri.** 2005. *Multitude.* London: Penguin.

-**Hardt, Michael ve Antonio Negri.** 2009. *Commonwealth.* Cambridge, MA: Harvard University Press.

-**Hardt, Michael ve Antonio Negri.** 2012. *Declaration.* Kindle edition.

Hartcourt, Wendy. 2011. Using the master's tools. *Media Development* 1 (2011): 19–22.

Hartley, John, ed. 2005. *Creative industries.* Oxford: Blackwell.

-**Hartley, John.** 2012. *Digital futures for cultural and media studies.* Chichester, UK: Wiley-Blackwell.

Harvey, David.1989. *The condition of postmodernity.* London: Blackwell.

-**Harvey, David.** 2005. *The new imperialism.* Oxford: Oxford University Press.

-**Harvey, David.** 2006. *Spaces of global capitalism: Towards a theory of uneven geographical development.* London: Verso.

-**Harvey, David.** 2007. *A brief history of neoliberalism.* Oxford: Oxford University Press.

-**Harvey, David.** 2012. *Rebel cities: From the right to the city to the urban revolution.* London: Verso.

Harvey, David, Michael Hardt ve Antonio Negri. 2009. Commonwealth: An exchange. *Artforum.* http://www.thefreelibrar y.com/Commonwealth%3a+an+exchange.-a0211807984.

Haug, Wolfgang Fritz. 1987. *Commodity aesthetics, ideology, and culture.* New York: International General.

-**Haug, Wolfgang Fritz.** 2003a. *High-Tech-Kapitalismus.* Hamburg: Argument. Haug, Wolfgang Fritz. 2003b. Wachsende Zweifel an der monetären Werttheorie: Antwort auf Heinrich. *Das Argument* 251: 424–437.

-**Haug, Wolfgang Fritz.** 2007. Die "Neue-Kapital-Lektüre" der monetären Werttheorie. *Das Argument* 272: 560–574.

Hebblewhite, William Henning James. 2012. "Means of communication as means of production" revisited. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society* 10 (2): 203–213.

Hegel, Georg Wilhelm Friedrich. 1830. *Encyclopaedia of the philosophical sciences.* Part 1: *The Logic.* http://www.marxists.org/reference/archive/hegel/works/sl/slconten.htm.

-**Hegel, Georg Wilhelm Friedrich.** 1991. *The encyclopaedia logic.* Indianapolis, IN: Hackett.

Heinrich, Michael. 1999. *Die Wissenschaft vom Wert: Die Marxsche Kritik*

der politischen Ökonomiezwischen wissenschaftlicher Revolution und klassischer Tradition. 2nd ed. Münster, Germany: Westfälisches Dampfboot.

-Heinrich, Michael. 2012. *An introduction to the three volumes of Karl Marx's Capital.* New York: Monthly Review Press.

Henderson, Jeff. 1986. The new international division of labour and American semiconductor production in South-East Asia. In *Multinational companies and the Third World,* ed. Chris J. Dixon, David Drakakis-Smith ve H. Doug Watts, 91–117. Boulder, CO: Westview Press.

Hesmondhalgh, David. 2010. User-generated content, free labour and the cultural industries. *Ephemera* 10 (3–4): 267–284.

Hesmondhalgh, David, ve Sarah Baker. 2011. *Creative labour: Media work in three cultural industries.* London: Routledge.

Hirst, Paul ve Graham Thompson. 1999. *Globalization in question.* Cambridge, UK: Polity.

Hobsbawm, Eric. 2011. *How to change the world: Marx and Marxism 1840–2011.* London: Little, Brown.

Hofkirchner, Wolfgang. 2002. *Projekt Eine Welt: Kognition—Kommunikation—Kooperation.* Münster, Germany: LIT.

-Hofkirchner, Wolfgang. 2010. *Twenty questions about a Unified Theory of Information.* Litchfield Park, AZ: ISCE Publishing.

Holman, David, Rosemary Batt ve Ursula Holtgrewe. 2007. *The global call centre report: International perspectives on management and employment.* http://www.ilr. cornell. edu/ global call center/upload/GCC-Intl-Rept-UK-Version.pdf, (erişim tarihi: 5 Ocak 2013).

Holtgrewe, Ursula, Jessica Longen, Hannelore Mottweiler ve Annika Schönauer. 2009. Global or embedded service work? *Work, Organisation, Labour & Globalisation* 3 (1): 9–25.

Holzer, Horst. 1973. *Kommunikationssoziologie.* Reinbek, Germany: Rowohlt.

-Holzer, Horst. 1994. *Medien kommunikation.* Opladen, Germany: Westdeutscher Verlag.

Hong, Yu. 2011. *Labor, class formation, and China's informationized policy and economic development.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Horkheimer, Max. 1931. The state of contemporary social philosophy and the tasks of an Institute for Social Research. In *Critical theory and society: A reader,* ed. Stephen E. Bronnerve Douglas Kellner, 25–36. New York: Routledge.

-Horkheimer, Max. 1947. *Eclipse of reason.* New York: Continuum.

-Horkheimer, Max. 2002. *Critical theory.* New York: Continuum.

Horkheimer, Max ve Theodor W. Adorno. 2002. *Dialectic of enlightenment.* Stan-

ford, CA: Stanford University Press.

Howe, Jeff. 2006. *Crowdsourcing: A definition.* http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/ 06/crowdsourcing_a.html.

-Howe, Jeff. 2008. *Crowdsourcing: Why the power of the crowd is driving the future of business.* NewYork: Three Rivers Press.

Hund, Wulf D. 1976. *Ware Nachricht und Informationsfetisch: Zur Theorie der gesellschaftlichen Kommunikation.* Darmstadt, Germany: Luchterhand.

-Hund,Wulf D., ve Bärbel Kirchhoff-Hund. 1980. *Soziologie der Kommunikation: Arbeitsbuch zu Struktur und Funktion der Medien: Grundbegriffe und exemplarische Analysen.* Hamburg: Rowohlt.

Huws, Ursula. 1999. Material world: The myth of the weightless economy. *Socialist Register* 35: 29–55.

-Huws, Ursula. 2003. *The making of a cybertariat: Virtual work in a real world.* New York: Monthly Review Press.

-Huws, Ursula. 2009. Working at the interface: Call-centre labour in a global economy. *Work, Organisation, Labour & Globalisation* 3 (1): 1–8.

-Huws, Ursula, ed. 2011. *Passing the buck: Corporate restructuring and the casualisation of employment. Work, Organisation, Labour & Globalisation* 5 (1).

-Huws, Ursula. 2012. The reproduction of difference: Gender and the division of labour. *Work Organisation, Labour & Globalisation* 6 (1): 1–10.

Huws, Ursula, Anneke van Luijken, Swasti Mitter ve Annie Phizacklea. 1983. *International division of labour and multi-national strategies.* London: War on Wants.

Ilavarasan, Vigneswara. 2007. Is Indian software workforce a case of uneven and combined development? *Equal Opportunities International* 26 (8): 802–822.

-Ilavarasan, Vigneswara. 2008. Software work in India: A labour process view. In *In an outpost*

of the global economy: Work and workers in India's information technology industry, ed. CarolUpadhya ve A.R.Vasavi, 162–189. New Delhi: Routledge.

James, Al ve Bhaskar Vira. 2010. "Unionising" the new spaces of the new economy? Alternative labour organising in India's IT Enabled Services–Business Process Outsourcing industry. *Geoforum* 41: 364–376.

Jameson, Frederic. 2011. *Representing Capital.* London: Verso.

Jenkins, Henry. 2008. *Convergence culture.* New York: New York University Press.

Jhally, Sut. 1987. *The codes of advertising.* New York: Routledge.

Jhally, Sut ve Bill Livant. 1986/2006. Watching as working: The valorization of audience consciousness. In *The spectacle of accumulation: Essays in culture, media, &*

politics, Sut Jhally, 24 43. New York: Peter Lang.

Jones, Steven G., ed. 1998. *CyberSociety 2.0.* London: Sage.

Juris, Jeffrey S. 2012. Reflections on #occupy everywhere: Social media, public space, and emerging logics of aggregation. *American Ethnologist* 39 (2): 259–279.

Kahn, Richard ve Douglas Kellner. 2004. New media and Internet activism: From the "battle of Seattle" to blogging. *New Media & Society* 6 (1): 87–95.

Kang, Hyunjin ve Matthew P. McAllister. 2011. Selling you and your clicks: Examining the audience commodification of Google. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society* 9 (2): 141–153.

Kavada, Anastasia. 2012. Engagement, bonding and identity across multiple platforms: Avaaz on Facebook, YouTube and MySpace. *MedieKultur* 28 (52): 28–48.

Khamis, Sahar ve Katherine Vaughn. 2011. "We are all Khaled Said": The potentials and limitations of cyberactivism in triggering public mobilization and promoting political change. *Journal of Arab & Muslim Media Research* 4 (2–3): 145–163.

Klein, Naomi. 2004. Reclaiming the commons. In *A movement of movements: Is another world really possible?,* ed.Tom Mertes, 219–229. London: Verso.

Knoche, Manfred. 2005. Kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien. In *Internationale partizipatorische Kommunikationspolitik,* ed. Petra Ahrweiler ve Barbara Thomaß, 101–109. Münster, Germany: LIT.

Kolakowski, Leszek. 2005. *Main currents of Marxism: The founders, the golden age, the breakdown.* New York: W.W. Norton.

Kriesi, Hanspeter. 1996. The organizational structure of social movements in a political context. In *Comparative perspectives on social movements,* ed. Doug McAdam, John D.

McCarthy ve Mayer N. Zald, 152–184. Cambridge: Cambridge University Press.

Kücklich, Julian. 2005. Precarious playbour. *Fibreculture Journal* 5, http://five.fibreculture journal.org/fcj-025-precarious-playbour-modders-and-the-digital-games-industry/ (erişim tarihi:29 Mayıs 2011).

Kurz, Robert. 2012. *Geld ohne Wert: Grundrisse zu einer Transformation der Kritik der politischen Ökonomie.* Berlin: Horlemann.

Laclau, Ernesto ve Chantal Mouffe. 1985. *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical and democratic politics.* London. Verso.

Lakha, Salim. 1994. The new international division of labour and the Indian computer software industry. *Modern Asian Studies* 28 (2): 381–408.

Lauer, Josh. 2008. Alienation in the information economy: Toward a Marxist critique of consumer surveillance. In *Participation and media production,* ed. Nico Car-

pentier ve Benjamin De Cleen, 41–56. Newcastle, UK: Cambridge Scholars.

Lazzarato, Maurizio. 1996. Immaterial labour. In *Radical thought in Italy,* ed. PaoloVirno ve Michael Hardt, 133–146. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Lebowitz, Michael A. 1986.Too many blindspots on the media. *Studies in Political Economy* 21: 165–173.

Lee, Micky. 2011. Google ads and the blindspot debate. *Media, Culture & Society* 33 (3): 433–447.

Lenin, Vladimir Ilyich. 1917. Imperialism, the highest stage of capitalism. In *Essential works of Lenin,* ed. Henry M. Christman, 177–270. New York: Dover.

-Lenin, Vladimir Ilyich. 1920. *Preface to the French and German editions of "Imperialism, the highest stage of capitalism".* http://www.marxists.org/archive/lenin/works/1916/imphsc/ pref02.htm#fwV22E081 (erişim tarihi: 10 Temmuz 2013).

Lent, John A., ed. 1995. *A different road taken: Profiles in critical communication.* Boulder, CO: Westview Press.

Livant, Bill. 1979.The audience commodity: On the "blindspot" debate. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 3 (1): 91–106.

Lotan, Gilad, Erhardt Graeff, Mike Ananny, Devin Gaffney, Ian Pearce and danah boyd. 2011. The Arab Spring: The revolutions were tweeted: Information flows during the 2011 Tunisian and Egyptian revolutions. *International Journal of Communication* 5: 1375–1405.

Lukács, Georg. 1923/1972. *History and class consciousness.* Cambridge, MA: MIT Press.

Luxemburg, Rosa. 1913/2003. *The accumulation of capital.* New York: Routledge.

Lyon, David. 2003. *Surveillance after September 11.* Cambridge, UK: Polity.

Lyotard, Jean-François. 1979. *The postmodern condition.* Manchester: Manchester University Press.

Machlup, Fritz. 1962. *The production and distribution of knowledge in the United States.* Princeton, NJ: Princeton University Press.

Mansell, Robin. 1995. Against the flow: The peculiar opportunity of social scientists. In *A different road taken: Profiles in critical communication,* ed. John A. Lent, 43–66. Boulder, CO: Westview Press.

Mansour, Essam. 2012.The role of social networking sites (SNS) in the January 25th revolution in Egypt. *Library Review* 61 (2): 128–159.

Manzerolle, Vincent. 2010. Mobilizing the audience commodity: Digital labour in a wireless world. *Ephemera* 10 (3–4): 455–469.

Marcuse, Herbert. 1933. On the philosophical foundations of the concept of labor in economics. In *Heideggerian Marxism,* ed. Richard Wolin ve John Abromeit, 122–150. Lincoln: University of Nebraska Press.

-**Marcuse, Herbert.** 1941. *Reason and revolution: Hegel and the rise of social theory.* 2nd ed. London: Routledge.

-**Marcuse, Herbert.** 1955. *Eros and civilization.* Boston: Beacon Press.

-**Marcuse, Herbert**. 1964. *One-dimensional man.* Boston: Beacon Press.

Martin, Randy. 2011. Marxism after cultural studies. In *The renewal of cultural studies,* ed. Paul Smith, 152–159. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Marx, Karl. 1843. *Critique of Hegel's philosophy of right.* http://www.marxists.org/archive/ marx/works/1843/critique-hpr/index.htm.

-**Marx, Karl.** 1844. Economic and philosophic manuscripts of 1844. In *Economic and philosophic manuscripts of 1844 and the Communist Manifesto,* 13–168. Amherst, NY: Prometheus.

-**Marx, Karl.** 1845. *Theses on Feuerbach.* http://www.marxists.org/archive/marx/works/ 1845/theses/index.htm.

-**Marx, Karl.** 1849. *Wage labour and capital.* http://www.marxists.org/archive/marx/works/ 1847/wage-labour/index.htm.

-**Marx, Karl.** 1853a. *The British rule in India.* http://www.marxists.org/archive/marx/ works/1853/06/25.htm.

-**Marx, Karl.** 1853b. *The future results of British rule in India.* http://www.marxists.org/ archive/marx/works/1853/07/22.htm.

-**Marx, Karl.** 1857/1858a. *Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie: MEW, Band 42.* Berlin: Dietz.

-**Marx, Karl.** 1857/1858b. *Grundrisse.* London: Penguin.

-**Marx, Karl.** 1858. *Fragment des Urtextes von "Zur Kritik der politischen Ökonomie".* http:// www.marxists.org/deutsch/archiv/marx-engels/1858/urtext/index.htm.

-**Marx, Karl.** 1859. *A contribution to the critique of political economy.* http:// www.marxists. org/ archive/marx/works/1859/critique-pol-economy/index.htm.

-**Marx, Karl.** 1861–1863. *Economic manuscripts of 1861–1863.* http://www.marxists. org/ archive/ marx/works/1861/economic/index.htm.

-**Marx, Karl.** 1865. *Value, price, and profit.* http://www.marxists.org/archive/marx/works/ 1865/value-price-profit/index.htm.

-**Marx, Karl.** 1867a. *Das Kapital: Band 1.* MEW 23. Berlin: Dietz.

-**Marx, Karl.** 1867b. *Das Kapital: Band 1: Urfassung von 1867.* Hildesheim, Germany: Gerstenberg.

-**Marx, Karl.** 1867c. *Capital, Volume 1.* London: Penguin.

-**Marx, Karl.** 1872. *Das Kapital: Band 1. 2. Auflage* [2nd edition]. MEGA II/6. Berlin: Dietz.

-Marx, Karl. 1875. *Critique of the Gotha Programme.* http://www.marxists.org/archive/marx/ works/1875/gotha/index.htm.

-Marx, Karl. 1885. *Capital: Volume 2.* London: Penguin.

-Marx, Karl. 1894. *Capital: Volume 3.* London: Penguin.

Marx, Karl, ve Friedrich Engels. 1845/1846. *The German ideology.* Amherst, NY: Prometheus Books.

-Marx, Karl ve Friedrich Engels. 1848. Manifest der kommunistischen Partei. In *MEW, Band 3,* 459–493. Berlin: Dietz.

-Marx, Karl ve Friedrich Engels. 1848/2004. *The Communist Manifesto.* Peterborough: Broadview.

-Marx, Karl ve Friedrich Engels. 1968ff. *Marx Engels Werke* [hereafter *MEW*]. 43 vols. Berlin: Dietz.

Mason, Paul. 2012. *Why it's kicking off everywhere: The new global revolutions.* London: Verso.

Mathew, Jossy, Emmanuel Ogbonna and Lloyd C. Harris. 2012. Culture, employee work outcomes and performance. An empirical analysis of Indian software firms. *Journal of World Business* 47 (2): 194–203.

Mattelart, Armand. 2010. *The globalization of surveillance.* Cambridge, UK: Polity.

Mattoni, Alice. 2012. Beyond celebration: Toward a more nuanced assessment of Facebook's role in Occupy Wall Street. *Cultural Anthropology.* http://www.culanth. org/?q=node/643.

Maxwell, Richard. 1991.The image is gold: Value, the audience commodity, and fetishism. *Journal of Film and Video* 43 (1–2): 29–45.

-Maxwell, Richard, ed. 2001a. *Culture works: The political economy of culture.* Minneapolis: University of Minnesota Press.

-Maxwell, Richard. 2001b. Why culture works. In *Culture works: The political economy of culture,* ed. Richard Maxwell, 1–21. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Maxwell, Richard ve Toby Miller, ed. 2005/2006. Cultural labor. Special issue. *Social Semiotics* 15 (3) and 16 (1).

-Maxwell, Richard ve Toby Miller. 2012. *Greening the media.* Oxford: Oxford University Press.

Mayer, Vicki, Miranda J. Banks ve John T. Caldwell. 2009. Introduction: Production studies: Roots and routes. In *Production studies: Cultural studies of media industries,* ed. Vicki

-Mayer, Miranda J. Banks ve John Thornton Caldwell, 1–12. New York: Routledge.

McCarthy, John D. 1996. Constraints and opportunities in adopting, adapting, and inventing. In *Comparative perspectives on social movements*, ed. Doug McAdam, John D.

McCarthy ve Mayer N. Zald, 141–151. Cambridge: Cambridge University Press.

McCarthy, John D. ve Mayer N. Zald. 1977. Resource mobilization and social movements. *American Journal of Sociology* 82 (6): 1212–1241.

McCaughey, Martha ve Michael D. Ayers, ed. 2003. *Cyberactivism.* New York: Routledge.

McGuigan, Jim. 2006. Review of John Hartley's "Creative industries". *Global Media and Communication* 2 (3): 372–374.

-McGuigan, Jim. 2009. *Cool capitalism.* London: Pluto Press.

McGuigan, Lee. 2012. Consumers: The commodity product of interactive commercial television, or, is Dallas Smythe's thesis more germane than ever? *Journal of CommunicationInquiry* (September 17). doi: 10.1177/0196859912459756.

McKercher, Catherine ve Vincent Mosco, ed. 2006. The labouring of communication. Special issue. *Canadian Journal of Communication* 31 (3).

-McKercher, Catherine ve Vincent Mosco, ed. 2007. *Knowledge workers in the information economy.* Lanham, MD: Lexington Books.

McLuhan, Marshall. 2001. *Understanding media.* New York: Routledge.

McStay, Andrew. 2011. Profiling phorm: An autopoietic approach to the audience-as- commodity. *Surveillance & Society* 8 (3): 310–322.

Meehan, Eileen. 1984. Ratings and the institutional approach: A third answer to the commodity question. *Critical Studies in Mass Communication* 1 (2): 216–225.

-Meehan, Eileen. 1993. Commodity audience, actual audience: The blindspot debate. In *Illuminating the blindspots: Essays honouring Dallas W. Smythe,* ed. Janet Wasko, Vincent Mosco ve Manjunath Pendakur, 378–397. Norwood, NJ: Ablex.

-Meehan, Eileen. 2002. Gendering the commodity audience: Critical media research, feminism, and political economy. In *Sex & money: Feminism and political economy in the media,* ed. Eileen Meehan ve Ellen Riordan, 209–222. Minneapolis: University of Minnesota Press.

-Meehan, Eileen. 2007. Understanding how the popular becomes popular: The role of political economy in the study of popular communication. *Popular Communication* 5 (3): 161–170.

Meehan, Eileen ve Ellen Riordan, ed. 2002. *Sex & money: Feminism and political economy in the media.* Minneapolis: University of Minnesota Press.

Mies, Maria. 1986. *Patriarchy & accumulation on a world scale: Women in the international division of labour.* London: Zed Books.

Mies, Maria, Veronika Bennholdt-Thomsen ve Claudia von Werlhof. 1988. *Wo-*

men: The last colony. London: Zed Books.

Miller, Toby. 2010. Culture + labour = precariat. *Communication and Critical/Cultural Studies* 7 (1): 96–99.

-Miller, Toby. 2011. Cultural studies in an indicative mode. *Communication and Critical/ Cultural Studies* 8 (3): 319–322.

Miller, Toby, Nitin Govil, John McMurria, Richard Maxwell ve Ting Wang. 2004. *Global Hollywood 2.* London: British Film Institute.

Mosco, Vincent. 2004. *The digital sublime.* Cambridge, MA: MIT Press.

-Mosco, Vincent.2009. *The political economy of communication.* 2nd ed. London: Sage.

-Mosco, Vincent. 2011.Communication ve cultural labour. In *The renewal of cultural studies,* ed. Paul Smith, 230–237. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Mosco, Vincent ve Catherine McKercher. 2008. *The labouring of communication: Will knowledge workers of the world unite?* Lanham, MD: Lexington Books.

Mosco, Vincent, Catherine McKercher ve Ursula Huws, ed. 2010. Getting the message: Communications workers and global value chains. *Work Organisation, Labour & Globalisation*4 (2).

Mukherjee, Sanjukta. 2008. Producing the knowledge professional: Gendered geographies of alienation in India's new high-tech workplace. In *In an outpost of the global economy: Work and workers in India's information technology industry,* ed. Carol Upadhya ve A.R.Vasavi, 50–75. New Delhi: Routledge.

Murdock, Graham. 1978. Blindspots about Western Marxism: A reply to Dallas Smythe. In *The political economy of the media,* volume 1, ed. Peter Golding ve Graham Murdock, 465–474. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

-Murdock, Graham. 2011. Political economies as moral economies: Commodities, gifts, and public goods. In *The handbook of political economy of communications,* ed. Janet Wasko, Graham Murdock and Helena Sousa, 13–40. Malden, MA: Wiley-Blackwell.

Murdock, Graham ve Peter Golding. 1974. For a political economy of mass communications. In *The political economy of the media I,* ed. Peter Golding ve Graham Murdock, 3–32. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

-Murdock, Graham, vePeter Golding. 2005. Culture, communications and political economy. In *Mass media and society,* ed. James Curran ve Michael Gurevitch, 60–83. London: Hodder.

Nanabhay, Mohamed ve Roxane Farmanfarmaian. 2011. From spectacle to spectacular: How physical space, social media and mainstream broadcast amplified the public sphere in Egypt's "revolution". *Journal of North African Studies* 16 (4): 573–603.

Napoli, Philip M. 2010. Revisiting "mass communication" and the "work" of the audience in the new media environment. *Media, Culture & Society* 32 (3): 505–516.

Negri, Antonio. 1971/1988. Crisis of the planner-state: Communism and revolutionary organisation. In *Revolution retrieved: Selected writings on Marx, Keynes, capitalist crisis & newsocial subjects 1967–83,* 91–148. London: Red Notes.

-Negri, Antonio. 1979/1988. Marx beyond Marx: Working notebooks on the "Grundrisse". In *Revolution retrieved: Selected writings on Marx, Keynes, capitalist crisis & new social subjects1967–83,* 149–176. London: Red Notes.

-Negri, Antonio. 1982/1988. Archaeology and project: The mass worker and the social worker. In *Revolution retrieved: Selected writings on Marx, Keynes, capitalist crisis & new socialsubjects 1967–83*, 199–228. London: Red Notes.

-Negri, Antonio. 1991. *Marx beyond Marx.* London: Pluto.

-Negri, Antonio. 2008. *Reflections on empire.* Cambridge, UK: Polity.

Nest, Michael. 2011. *Coltan.* Cambridge, UK: Polity.

Neubauer, Robert. 2011. Neoliberalism in the information age, or vice versa? Global citizenship, technology, and hegemonic ideology. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society* 9 (2): 195–230.

Neumann, Franz. 1942. *Behemoth: The structure and practice of National Socialism.* London: Gollancz.

Nixon, Brice. 2012. Dialectical method and the critical political economy of culture. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society* 10 (2): 439–456.

O'Connor, James. 1998. *Natural causes: Essays in ecological Marxism.* New York: Guilford Press.

O'Reilly, Tim. 2005. *What is Web 2.0?* http://www.oreilly.de/artikel/web20.html.

O'Reilly, Tim ve John Battelle. 2009. *Web squared: Web 2.0 five years on: Special report.* http://assets.en.oreilly.com/1/event/28/web2009_websquared-whitepaper.pdf.

Offe, Claus. 1985. New social movements: Challenging the boundaries of institutional politics. *Social Research* 52 (4): 817–867.

Panitch, Leo ve Sam Gindin. 2004. Global capitalism and American empire. *Socialist Register* 2004: 1–42.

Papacharissi, Zizi. 2009.The virtual sphere 2.0. In *Routledge Handbook of Internet Politics,* ed. Andrew Chadwick ve Philip N. Howard, 230–245. New York: Routledge.

-Papacharissi, Zizi. 2010. *A private sphere.* Cambridge, UK: Polity.

Pasquinelli, Matteo. 2009. Google's PageRank algorithm: A diagram of cognitive capitalism and the rentier of the common intellect. In *Deep Search,* ed. Konrad Becker and Felix Stalder, 152–162. London: Transaction Publishers.

-Pasquinelli, Matteo. 2010. The ideology of free culture and the grammar of sabotage. In *Education in the creative economy: Knowledge and learning in the age of innovation,* ed. DanielAraya ve Michael Peters. New York: Peter Lang.

Paul, Jane ve Ursula Huws. 2002. *How can we help? Good practice in call-centre employment.* Brussels: European Union Trade Union Confederation.

Pellow, David N., ve Lisa Sun-Hee Park. 2002. *The SiliconValley of dreams: Environmental injustice, immigrant workers, and the high-tech global economy.* NewYork: NewYork University Press.

Pollock, Friedrich. 1956. *Automation: Materialien zur Beurteilung der ökonomischen und sozialen Folgen.* Vol. 5 of *Frankfurter Beiträge zur Soziologie.* Frankfurt am Main: Europäische Verlagsanstalt.

Porat, Marc Uri. 1977. *The information economy: Definition and measurement.* Washington, DC: Office of Telecommunications.

Porter, Michael. 1985. *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance.* NewYork: Free Press.

Postone, Moishe. 1993. *Time, labor, and social domination: A reinterpretation of Marx's critical theory.* Cambridge: Cambridge University Press.

Pratt, Andy. 2000. New media, the new economy and new spaces. *Geoforum* 31 (4): 425–436.

Prey, Robert. 2012. The network's blindspot: Exclusion, exploitation and Marx's processrelational ontology. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society* 10 (2): 253–273.

Prodnik, Jernej. 2012. A note on the ongoing processes of commodification: From the audience commodity to the social factory. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustainable Information Society* 10 (2): 274–301.

Qiu, Jack L. 2009. *Working-class network society: Communication technology and the information have-less in urban China.* Cambridge, MA: MIT Press.

-Qiu, Jack L. 2010a. Class, communication, China: A thought piece. *International Journal of Communication* 4: 531–536.

-Qiu, Jack L. 2010c. Network labour and non-elite knowledge workers in China. *Work, Organisation, Labour & Globalisation* 4 (2): 83–95.

Ramesh, Bapu P. 2008. Work organisation, control and "empowerment": Managing the contradictions of call centre work. In *In an outpost of the global economy: Work and workersin India's information technology industry,* ed. Carol Upadhya ve A.R. Vasavi, 235–262.New Delhi: Routledge.

Reichelt, Helmut. 2001. *Zur logischen Struktur des Kapitalbegriffs bei Karl Marx.* Freiburg, Germany: Ça Ira.

-Reichelt, Helmut. 2008. *Neue Marx-Lektüre: Zur Kritik sozialwissenschaftlicher Logik.* Hamburg: VSA.

Rey, PJ. 2012. Alienation, exploitation, and social media. *American Behavioral Scientist* 56 (4): 399–420.

Riethof, Marieke. 2005. Casualization of work. In *Encyclopedia of international development,* ed.Tim Forsyth, 64–65. Oxon: Routledge.

Ritzer, George ve Zeynep Atalay, ed. 2010. *Readings in globalization: Key concepts and major debates.* Malden, MA:Wiley-Blackwell.

Ritzer, George ve Nathan Jurgenson. 2010. Production, consumption, prosumption. *Journal of Consumer Culture* 10 (1): 13–36.

Ross, Andrew. 2001. No-collar labour in America's "new economy". *Socialist Register* 37: 77–87.

-Ross, Andrew. 2003. *No-collar: The humane workplace and its hidden costs.* Philadelphia, PA: Temple University Press.

-Ross, Andrew. 2008. The new geography of work: Power to the precar ious? *Theory, Culture & Society* 25 (7–8): 31–49.

-Ross, Andrew. 2009. *Nice work if you can get it: Life and labour in precarious times.* New York: New York University Press.

Ross, Andrew ve Paul Smith. 2011. Cultural studies: A conversation. In *The renewal of cultural studies,* ed. Paul Smith, 245–258. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Roth, Karl Heinz. 2005. *Der Zustand der Welt: Gegen-Perspektiven.* Hamburg: VSA.

Roth, Karl Heinz ve Marcel van der Linden. 2009. Ergebnisse und Perspektiven. In *Über Marx hinaus: Arbeitsgeschichte und Arbeitsbegriff in der Konfrontation mit den globalen Arbeits ver häItissen des 21: Jahrhunderts,* ed. Marcel van der Linden ve Karl Heinz Roth, 557–600. Berlin: Assoziation A.

Roth, Roland ve Dieter Rucht, ed. 2008. *Die sozialen Bewegungen in Deutschland seit 1945.* Frankfurt/Main: Campus.

Roy, Arundhati. 2003. Confronting empire. World Social Forum, Porto Alegre, Brazil, on January 27, 2003. http://www.sustecweb.co.uk/past/sustec11-4/following_speech_by_arundhati_ro.htm (erişim tarihi: 4 Ocak 2013).

-Roy, Arundhati. 2012. Capitalism: A ghost story. *Outlook India,* March 26, 2012. http:// www.outlookindia.com/article.aspx?280234 (erişim tarihi: 4 Ocak 2013).

Rubin, Isaak Illich. 2008. *Essays on Marx's theory of value.* Delhi: Aakar.

Rucht, Dieter. 1996. The impact of national context on social movement structures. In *Comparative perspectives on social movements,* ed. Doug McAdam, John D. McCarthy ve Mayer N. Zald, 185–204. Cambridge: Cambridge University Press.

-Rucht, Dieter. 2004. The quadruple "A". Media strategies of protest movements since the 1960s. In *Cyberprotest,* ed.Wim van de Donk vd., 29–56. London: Routledge.

Runciman, Walter G. 1993. Has British capitalism changed since the First World War? *British Journal of Sociology* 44 (1): 53–67.

Saad-Filho, Alfredo, vr Deborah Johnston, ed. 2005. *Neoliberalism: A critical reader.* London: Pluto Press.

Said, Edward. 1978. *Orientalism: Western conceptions of the Orient.* New Delhi: Penguin.

Sandoval, Marisol. 2012. A critical empirical case study of consumer surveillance on Web 2.0. In *Internet and surveillance: The challenges of Web 2.0 and social media,* ed. ChristianFuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund ve Marisol Sandoval, 147–169. NewYork: Routledge.

-Sandoval, Marisol. 2013. Monster media? Critical perspectives on corporate social responsibility in media and communication industries. PhD diss., University of Salzburg.

Sandoval, Marisol ve Christian Fuchs. 2010.Towards a critical theory of alternative media. *Telematics and Informatics* 27 (2): 141–150.

Sayed, Nermeen. 2011. Towards the Egyptian revolution: Activists' perceptions of social media for mobilization. *Journal of Arab & Muslim Media Research* 4 (2–3): 273–298.

Schiller, Dan. 1999. The legacy of Robert A Brady. Antifascist origins of the political economy of communications. *Journal of Media Economics* 12 (2): 89–101.

-Schiller, Dan. 2000. *Digital capitalism.* Cambridge, MA: MIT Press.

Scholz, Trebor. 2011. Facebook as playground and factory. In *Facebook and philosophy,* ed. D.E.Wittkower, 241–252. Chicago: Open Court.

-Scholz, Trebor, ed. 2013. *Digital labor: The Internet as playground and factory.* New York: Routledge.

Sennett, Richard. 2006. *The culture of the new capitalism.* New Haven, CT: Yale University Press.

Sevignani, Sebastian. 2012. The problem of privacy in capitalism and the alternative social networking site Diasporaa. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c. at)-Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society* 10 (2): 600–617.

Shirky, Clay. 2008. *Here comes everybody.* London: Penguin.

-Shirky, Clay. 2011. *Cognitive surplus: How technology makes consumers into collaborators.* London: Penguin.

Smith, Paul. 2006. Looking backwards and forwards at cultural studies. In *A companion to cultural studies,* ed.Toby Miller, 331–340. Malden, MA: Blackwell.

-Smith, Paul. 2011a. Introduction. In *The renewal of cultural studies,* ed. Paul Smith, 1–8. Philadelphia, PA: Temple University Press.

-Smith, Paul, ed. 2011b. *The renewal of cultural studies.* Philadelphia, PA: Temple University Press.

Smythe, Dallas W. 1951.The consumer's stake in radio and television. *The Quarterly of Film, Radio and Television* 6 (2): 109–128.

-Smythe, Dallas W. 1960. On the political economy of communications. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 37 (4): 563–572.

-Smythe, Dallas W. 1977a. Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 1 (3): 1–27.

-Smythe, Dallas W. 1977b. Critique of the consciousness industry. *Journal of Communication* 27 (1): 198–202.

-Smythe, Dallas W. 1981. *Dependency road.* Norwood, NJ: Ablex.

-Smythe, Dallas W. 1984. New directions for critical communications research. *Media, Culture & Society* 6 (3): 205–217.

-Smythe, Dallas W. 1994. *Counterclockwise.* Boulder, CO: Westview Press.

-Smythe, Dallas W., ve Tran Van Dinh. 1983. On critical and administrative research: A new critical analysis. *Journal of Communication* 33 (3): 117–127.

Sparks, Colin. 1996. Stuart Hall, cultural studies and Marxism. In *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies,* ed. David Morely ve Kuan-Hsing Chen, 71–101. London: Routledge.

Steeves, H. Leslie ve Janet Wasko. 2002. Feminist theory and political economy: Toward a friendly alliance. In *Sex & money: Feminism and political economy in the media,* ed. Eileen Meehan ve Ellen Riordan, 16–29. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Stehr, Nico. 1994. *Knowledge societies.* London: Sage.

Stevens, Andrew ve Vincent Mosco. 2010. Prospects for trade unions and labour organisations in India's IT and ITES industries. *Work, Organisation, Labour & Globalisation* 4 (2): 39–59.

Sullivan, Andrew. 2009. The revolution will be twittered. *The Atlantic.* http://www.the atlantic.com/daily-dish/archive/2009/06/the-revolution-will-be-twittered/200478/.

Tapscott, Don ve Anthony D. Williams. 2006. *Wikinomics: How mass collaboration changes everything.* New York: Penguin.

Terranova, Tiziana. 2000. Free labor: Producing culture for the digital economy. *Social Text* 18 (2): 33–58.

Thompson, Edward P. 1957. Socialist humanism. *The New Reasoner* 1 (2): 105–143.

-**Thompson, Edward P.** 1973. An open letter to Leszek Kolakowski. In *The poverty of theory and other essays* [published 1978], 303–402. New York: Monthly Review Press.

-**Thompson, Edward P**. 1978a.The poverty of theory, or An orrery of errors. In *The poverty of theory and other essays,* 1–210. New York: Monthly Review Press.

-**Thompson, Edward P.** 1978b. *The poverty of theory and other essays*. London: Merlin.

Thorson, Kjerstin, vd. 2010. YouTube and proposition 8. *Information, Communication & Society* 13 (3): 325–349.

Toffler, Alvin. 1980. *The third wave.* New York: Bantam.

Touraine, Alain. 1974. *The post-industrial society: Tomorrow's social history: classes, conflicts andculture in the programmed society.* London: Wildwood House.

-**Touraine, Alain.** 1985. An introduction to the study of social movements. *Social Research* 52 (4): 749–787.

-**Touraine, Alain.** 1988. *Return of the actor.* Minneapolis: University of Minnesota Press.

Tronti, Mario. 1962. *Arbeiter und Kapital,* Frankfurt: Verlag Neue Kritik.

Turner, Graeme. 2012. *What's become of cultural studies?* London: Sage.

Upadhya, Carol ve A.R. Vasavi. 2008. Outposts of the global information economy: Work and workers in India's outsourcing industry. In *In an outpost of the global economy: Work and workers in India's information technology industry*, ed. Carol Upadhya ve A.R. Vasavi, 9–49. New Delhi: Routledge.

Valenduc, Gérard. 2007. Occupational monograph: IT professional in software services. In *How restructuring is changing occupations? Case study evidence from knowledge-intensive, manufacturing and service occupations: Final report of WP11,* 71–97. EU FP6 WORKSProject—Work organisation and restructuring in the knowledge society. Leuven: HIVA.

Valk, Reimara ve Vasanthi Srinivasan. 2011. Work-family balance of Indian women software professionals: A qualitative study. *IIMB Management Review* 23 (1): 39–50.

van der Linden, Marcel ve Karl Heinz Roth. 2009. Einleitung. In *Über Marx hinaus:*

Arbeitsgeschichte und Arbeitsbegriff in der Konfrontation mit den globalen Arbeitsverhältissendes 21: Jahrhunderts, ed. Marcel van der Linden ve Karl Heinz Roth, 7–28. Berlin: AssoziationA.

van Dijck, José. 2013. *The culture of connectivity: A critical history of social media.* Oxford: OxfordUniversity Press.

van Dijk, Jan. 2006. *The network society.* 2nd ed. London: Sage.

van Dijk, Teun. 1998. *Ideology: A multidisciplinary approach.* London: Sage.

-van Dijk, Teun. 2011. Discourse and ideology. In *Discourse studies:A multidisciplinary introduction,*ed.Teun van Dijk, 379–407. London: Sage.

Vercellone, Carlo. 2007. From formal subsumption to general intellect: Elements from a Marxist reading of the thesis of cognitive capitalism. *Historical Materialism* 15 (1): 13–36.

-Vercellone, Carlo. 2010. The crisis of the law of value and the becoming-rent of profit. In *Crisis in the global economy,* ed. Andrea Fumagalli ve Sandro Mezzadra, 85–118. Los Angeles, CA: Semiotext(e).

Virno, Paolo. 2004. *A grammar of the multitude.* Los Angeles, CA: Semiotext(e).

Wasko, Janet. 1993. Introduction. In *Illuminating the blindspots: Essays honoring Dallas W. Smythe,* ed. Janet Wasko, Vincent Mosco ve Manjunath Pendakur, 1–11. Norwood, NJ: Ablex.

-Wasko, Janet. 2004. The political economy of communications. In *The SAGE handbook of media studies,* ed. John D.H. Downing, 309–329.Thousand Oaks, CA: SAGE.

-Wasko, Janet. 2005. Studying the political economy of media and information. *Comunicação e Sociedade* 7: 25–48.

Webster, Frank. 1995. *Theories of the information society.* London: Routledge.

-Webster, Frank. 2002. The information society revisited. In *Handbook of new media,* ed. Sonia Livingstone ve Leah Lievrouw, 22–33. London: Sage.

Werlhof, Claudia von. 1991. *Was haben die Hühner mit dem Dollar zu tun? Frauen und Ökonomie.* Munich: Frauenoffensive.

Williams, Raymond. 1958. *Culture & society: 1780–1950.* NewYork: Columbia University Press.

-Williams, Raymond. 1961. *The long revolution.* London: Chatto & Windus.

-Williams, Raymond. 1980. *Culture and materialism.* London: Verso.

-Williams, Raymond. 1983. *Keywords.* New York: Oxford University Press.

Wolf, Dieter. 2002. *Der dialektische Widerspruch im Kapital: Ein Beitrag zur Marxschen Werttheorie.* Hamburg: VSA.

-Wolf, Dieter. 2004. Kritische Theorie und Kritik der Politischen Ökonomie. *Wissenschaftliche Mitteilungen des Berliner Vereins zur Förderung der MEGA-Edition e.V.* 3: 9–190.

-Wolf, Dieter. 2008. Zur Methode in Marx' Kapital unter besonderer Berücksichtigung ihres logisch-systematischen Charakters: Zum "Methodenstreit" zwischen Wolfgang Fritz Haug und Michael Heinrich. *Wissenschaftliche Mitteilungen des Berliner Vereins zur Förderung der MEGA-Edition e.V.* 6: 7–186.

Wood, Ellen Meiksins. 2003. *Empire of capital.* London: Verso.

Woolgar, Steve, ed. 2002. *Virtual society?* Oxford: Oxford University Press.

Wright, Erik Olin. 1997. *Class counts: Comparative studies in class analysis.* Cambridge: CambridgeUniversity Press.

-Wright, Erik Olin. 2000. *Class counts: Student edition.* Cambridge: Cambridge University Press.

-Wright, Erik Olin. 2005. Foundations of a neo-Marxist class analysis. In *Approaches to class analysis,* ed. Erik Olin Wright, 4–30. Cambridge: Cambridge University Press.

Wright, Erik Olin ve Perrone, Luia. 1977. Marxist class categories and income inequality. *American Sociological Review* 42 (1): 32–55.

Yao, Lin. 2010. Revisiting critical scholars' alternative: A case study of Dallas Smythe's praxis. Paper presented at the 2010 Annual Meeting of the International Communication Association. Singapore.

Zhao, Yuezhi. 2007a. After mobile phone, what? Re-embedding the social in China's "digital revolution". *International Journal of Communication* 1: 92–120.

-Zhao, Yuezhi. 2007b. Short-circuited? The communication of labor struggles in China. In *Knowledge workers in the information society,* ed. Catherine McKercher ve Vincent Mosco, 229–247. Lanham, MD: Lexington Books.

-Zhao, Yuezhi. 2008. *Communication in China.* New York: Rowman & Littlefield.

-Zhao, Yuezhi. 2010a. China's pursuit of indigenous innovations in information technology developments: Hopes, follies and uncertainties. *Chinese Journal of Communication* 3 (3): 266–289.

-Zhao, Yuezhi. 2010b. Directions for research on communication on China: An introductory and overview essay. *International Journal of Communication* 4: 573–583.

-Zhao, Yuezhi. 2011.The challenge of China: Contribution to a transcultural political economy of communication for the twenty-first century. In *The handbook of political economy of communications,* ed. Janet Wasko, Graham Murdock ve Helena Sousa, 558–582. Malden, MA: Wiley-Blackwell.

Žižek, Slavoj. 2008. *In defense of lost causes.* London: Verso.

-Žižek, Slavoj. 2010a. How to begin from the beginning. In *The idea of communism,* ed. Costas Douzinas ve Slavoj Žižek, 209–226. London: Verso.

-Žižek, Slavoj. 2010b. *Living in the end times.* London: Verso.

-Žižek, Slavoj. 2011. Don't fall in love with yourselves. In *Occupy! Scenes from occupied America*, ed. Carla Blumenkranz, Keith Gessen, Mark Greif, Sarah Leonard, Sarah Resnick, Nikil Saval, Eli Schmitt ve Astra Taylor., 66–69. London: Verso.

-Žižek, Slavoj. 2012. *The year of dreaming dangerously.* London: Verso.

Zoonen, Liesbet van, Farida Vis ve Sabina Mihelj. 2010. Performing citizenship on You- Tube. *Critical Discourse Studies* 7 (4): 249–262.

Yeni Makaleler, Belgeler ve Veri Kaynakları

Action contre l'Impunité pur les droits humains (ACIDH). 2011. *Unheard voices: Mining activities in the Katanga province and the impact on local communities.* makeITfair Report: http://somo.nl/publications-en/Publication_3727. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

Adbusters. 2012. #OCCUPYWALLSTREET.http://www.adbusters.org/blogs/adbustersblog/ occupy wallstreet.html. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

Apple. 2011. *Apple supplier responsibility: 2011 progress report.* http://images.apple.com/ supplierresponsibility/pdf/Apple_SR_2011_Progress_Report.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

-Apple. 2012. *Apple supplier responsibility: 2012 progress report.* http://images.apple.com/ supplierresponsibility/pdf/Apple_SR_2012_Progress_Report.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

-Apple. 2013. *Apple supplier responsibility: 2013 progress report.* http://images.apple.com/ supplierresponsibility/pdf/Apple_SR_2013_Progress_Report.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

ARD. 2013. *Ausgeliefert! Leiharbeiter bei Amazon* (At mercy! Contract workers at Amazon) http://mediathek.daserste.de/sendungen_a-z/799280_reportage-dokumentation/13402260_ausgeliefert-leiharbeiter-bei-amazon. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

China Labor Watch. 2012a. Eye-witness testimony of worker involved [in] Foxconn's Taiyuan factory riot. http://www.chinalaborwatch.org/news/new-427.html. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

-China Labor Watch. 2012b. Update: 3000 to 4000 workers strike at Foxconn's China factory. http://www.chinalaborwatch.org/news/new-433.html. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

CNN Global 500. 2012. Top companies: Biggest employers. http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2012/performers/companies/biggest/ (erişim tarihi: 27 Aralık 2012).

Comscore. 2012. *The power of Like2: How social marketing works.* White Paper. http://www .comscore.com/ger/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2012/The_Power_of_ Like_2-How_Social_Marketing_Works (erişim tarihi: 27 Haziran 2012).

Fair Labor Association. 2012. *Independent investigation of Apple supplier, Foxconn.* http:// www.fairlabor.org/sites/default/files/documents/reports/foxconn_investigation_ report.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

Finnwatch. 2007. *Connecting components, dividing communities: Tin production for consumer electronicsin the DR Congo and Indonesia.* makeITfair Report: http://

germanwatch.org/corp/it-tin.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

Finnwatch ve Swedwatch. 2010. *Voices from the inside: Local views on mining reform in Eastern DRC.* makeITfair Report: http://somo.nl/publications-en/Publication_3586/at_ download/fullfile. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

Forbes. 2011. AOL-Huffpo suit seeks $105M: "This is about justice". *Forbes Online,* April 12, 2011. http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2011/04/12/aol-huffposuit- seeks-105m-this-is-about-justice/. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

-Forbes 2000. 2008. *The world's biggest companies 2008.* http://www.forbes.com/2008/04/ 02/worlds-largest-companies-biz-2000global08-cx_sd_0402global_land.html (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

-Forbes 2000. 2012. *The world's biggest companies 2012.* http://www.forbes.com/global2000/ list/ (erişim tarihi: 27 Aralık 2012).

-Forbes: The world's billionaires. 2012. http://www.forbes.com/billionaires/list/ (erişim tarihi: 28 Aralık 2012).

Forestier, Patrick. 2007. *Blood coltan.* Documentary film. Paris: Java Film. http:// www .youtube.com/watch?v=vJ8ZCX4NGHY (erişim tarihi: 26 Aralık 2012).

Foxconn. 2010. *2010 CSER annual report: Corporate social & environmental responsibility.* Shenzen: Foxconn Global SER Committee.

-Foxconn. 2011. *2011 CSER annual report: Corporate social & environmental responsibility.* Shenzen: Foxconn Global SER Committee.

Free the Slaves. 2011. *The Congo report: Slavery in conflict minerals.* http://www.freetheslaves .net/Document.Doc?id=243.

Gootnick, David. 2008. *Testimony before the Congressional Human Rights Caucus: The Democratic Republic of Congo.* March 6, 2008.Washington, DC: US Government Accountability Office.

Greenhouse, Steven. 2012. Early praise in inspection at Foxconn brings doubts. *New York Times Online,* February 16, 2012.

Indian Council of Social Science Research (ICSSR). 2012. *Structural changes, industry and employment in the Indian economy.* http://isid.org.in/pdf/WP1202.pdf (erişim tarihi: 30 Aralık 2012).

International Business Times. 2012. Anonymous accused Traxys of "blood trading" in lead ore and coltan with DR Congo. *International Business Times,* June 12, 2012. http://www .ibtimes.co.uk/articles/351164/20120612/anonymous-traxys-dr-congo-coltan-leadore. htm. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

International Labour Organization (ILO). 1930. Convention C030—Hours of work (commerce and offices) convention, 1930. http://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p= 1000:12100:0::NO:: P12100_ ILO_CODE:C030. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

-International Labour Organization. 2008. ***Global Wage Report 2008/2009***. Ge-

neva: International Labour Office.

-International Labour Organization. 2010. ***Global Wage Report 2010/2011.*** Geneva: International Labour Office.

International Standard Classification of Occupations (ISCO-08) ISCO-08 Group definitions—final draft. http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/isco/docs/gdstruct08.doc (erişim tarihi: 5 Ocak 2013).

International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC Rev. 4). 2008. *ISIC Revision 4.* New York: United Nations.

ITRI (International Tin Research Institute). 2011. The top tin producers in 2011. https://www.itr i.co.uk/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=2361& Itemid=143 (erişim tarihi: 25 Aralık 2012).

Jobs, Steve. 2010. Interview at the 2010 D8 conference. http://www.youtube.com/watch?v=KEQEV6r2l2c (erişim tarihi: 28 Aralık 2012).

Lonmin. 2012. *Statement on Marikana situation.* http://www.lonminmarikanainfo.com/ news_article.php?articleID=1324#.UNc-nBjSF7w (erişim tarihi: 23 Aralık 2012).

Los Angeles Times. 2011.Arianna Huffington says Huff Po writer's lawsuit is "utterly without merit". *Los Angeles Times,* April 14, 2011.

Meikle, Graham ve Sherman Young. 2012. *Media convergence. Networked digital media in everyday life.* Basingstoke: Palagrave Macmillan.

Ministry of Finance. 2011. *Economic survey 2009–2010.* http://indiabudget.nic.in/es2009- 10/chapt2010/chapter.zip (erişim tarihi: 2 Ocak 2013).

MSNBC. 2008. Facebook asks users to translate for free. "Crowdsourcing" aids company's aggressive worldwide expansion. http://www.msnbc.msn.com/id/24205912/ns/ technology_and_science-inter net/t/facebook-asks-users-translate-free/#.UP7-ChjSF7w (erişim tarihi: 22 Ocak 2013).

National Association of Software and Services Companies (NASSCOM). 2012. *The ITBPO sector in India: Strategic review 2012: Executive summary.* http://www.nasscom.in/ sites/ default/ files/ researchreports/SR_2012_Executive_Summary.pdf (erişim tarihi: 3 Ocak 2013).

National Bureau of Statistics of China. 2012. *Statistical communiqué of the People's Republic of China on the 2011 national economic and social development.* http://www.stats.gov.cn/english/ newsandcomingevents/t20120222_402786587.htm (erişim tarihi: 30 Aralık 2012).

National Sample Survey Office (NSSO). 2011. Key indicators of employment and unemployment in India, 2009–2010. NSS 66th round. New Delhi: National StatisticalOrganisation.

Poulsen, Frank. 2011. *Blood in the mobile.* DVD documentary. Berlin: good!movies.

Qiu, Jack L. 2010b. *Deconstructing Foxconn.* Documentary film. http://vimeo.com/ 17558439 (erişim tarihi: 27 Aralık 2012).

Shedd, Kim B. 2012. Cobalt. In *2010 Minerals yearbook.* Reston,VA: US Geological Survey.

SOMO (Centre for Research on Multinational Corporations). 2007. *Capacitating electronics: The corrosive effects of platinum and palladium mining on labour rights and communities.* makeITfair Report: http://somo.nl/publications-nl/Publication_2545-nl/at_download/ fullfile. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

Special Eurobarometer 359. *Attitudes on data protection and electronic identity in the European Union.* http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_359_en.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013

Statistical Yearbook of the Republic of China. 2010. Nantou, China: Directorate General of Budget, Accounting and Statistics.

Stross, Randall. 2008. *Planet Google.* New York: Free Press.

Students & Scholars against Corporate Misbehaviour (SACOM). 2010. *Workers as machines: Military management in Foxconn.* http://sacom.hk/wp-content/uploads/2010/11/reporton- foxconn-workers-as-machines_sacom.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

-Students & Scholars against Corporate Misbehaviour (SACOM). 2011a. *Foxconn and Apple fail to fulfill promises: Predicaments of workers after suicides.* http://sacom.hk/wp-content/ uploads/2011/05/2011-05-06_foxconn-and-apple-fail-to-fulfill-promises1.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013

-Students & Scholars against Corporate Misbehaviour (SACOM). 2011b. *iSlave behind the iPhone: Foxconn workers in Central China.* http://sacom.hk/wp-content/uploads/2011/09/20110924-islave-behind-the-iphone.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

-Students & Scholars against Corporate Misbehaviour (SACOM). 2012. *New iPhone, old abuses: Have working conditions at Foxconn in China improved?* http://www.scribd.com/ doc/106445655. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

Swedwatch. 2007. *Powering the mobile world: Cobalt production for batteries in the DR Congo and Zambia.* makeITfair Report: http://germanwatch.org/corp/it-cob.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

UNHDR. 2009. *Human development report 2009.* Hampshire: Palgrave Macmillan.

-UNHDR. 2011. *United Nations Human Development Report 2011.* New York: Palgrave Macmillan.

United Nations. 2002. Final report of the panel of experts on the illegal exploitation of natural resources and other forms of wealth of the Democratic Republic of the Congo. http://www.un.org/news/dh/latest/drcongo.htm (erişim tarihi: 26 Aralık 2012).

United States District Court Southern District of New York. 2012. *Opinion and*

order: Jonathan Tasini, Molly Secours, Tara Dublin, Richard Laermer and Billy Altman, individually and onbehalf of all others similarly situated, Plaintiffs,—against—Aol, Inc., thehuffingtonpost.com, Inc., Arianna Huffington and Kenneth Lerer, defendants. Case 1:11-cv-02472-JGK.

US Bureau of the Census. 2012. *Income, poverty, and health insurance coverage in the United States: 2011.* Current Population Reports P60–243.Washington, DC: US Government Printing Office.

US Geological Survey Statistics. 2012. Commodity Statistics and Information. http:// minerals.usgs.gov/minerals/pubs/commodity. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

Vise, David A. 2005. *The Google story*. London: Macmillan.

Wallraff, Günter. 2009. Undercover. *Die Zeit,* July 2, 2009.

Webster, Juliet. 2011. Doing research, doing politics: ICT research as a form of activism. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique (www.triple-c.at)-Journal for a Global Sustain- able Information Society* 9 (1): 1–10.

WEED (World Economy, Ecology and Development) ve SACOM (Students and Schol- ars against Corporate Misbehaviour). 2008. *The dark side of cyberspace: Inside the sweat- shops of China's hardware production.* http://sacom.hk/wpcontent/ uploads/2009/01/ cyberspace21.pdf. (erişim tarihi: 9 Ağustos 2013).

World Investment Report. 2012. *World investment report 2012*. New York: United Nations. Yager,Thomas R. 2012. *The mineral industry of Congo (Kinshasa).* In *2010 minerals yearbook.*Reston,VA: US Geological Survey.

Zerdick, Axel, vd. 2000. *E-conomics: Strategies for the digital marketplace.* Berlin: Springer.

Dizin

A

Adbusters 107, 450, 451, 453, 484, 546

Adil Emek Örgütü 275, 277

Adorno, Theodor 119, 121, 122, 124, 127, 128, 203, 205, 222, 223, 242, 366, 516, 530

AdWords 177, 178, 179

Al Jazeera 485, 486

alternatif medya 144, 473, 474, 487, 491

alternatif radyo 141

Althusser, Louis 58, 96, 240, 514, 516

Amazon 18, 19, 20, 25, 26, 186

Amazon Mechanical Turk 18, 25

Anderson, Kevin 155, 306, 307, 516

Andrejevic, Mark 134, 138, 144, 145, 375, 376, 383, 516

Aneesh 300, 516

Anonymous 480, 486

Anthony D. Williams 542

antik kölelik 513

Aquinas, Thomas 46

Arap Baharı 439, 440, 446, 447, 449, 462, 468, 469, 480

Arbeit 49, 50, 64, 71, 340, 496

Aristoteles 46

Arthur, Christopher J. 79, 517

Arvidsson, Adam 195, 196, 197, 198, 199, 399, 400, 517, 525

Aufhebung 52, 241, 284, 419, 501, 504, 505

Avrupa Sosyal Forumu 449

B

Babe, Robert 112, 120, 517

Backhaus, Hans-Georg 69, 70, 71, 73, 75, 80, 91, 517

Badiou, Alain 446, 447, 448, 468, 469, 517

Baidu 163, 268, 356

Baker, Sarah 112, 191, 328, 530

Balibar, Étienne 103, 240, 516

Banaji, Jairus 240, 241, 421, 517

Banks, Miranda J. 23, 535

Bastiat, Frederic 172

Bell, Daniel 206, 207, 215, 222, 240, 518

Benjamin, Walter 141, 518, 533

Benner, Chris 319, 320, 518, 520

Bhaskar, Roy 213, 518, 531

Bidet, Jacques 84, 86, 87, 89, 91, 184, 402, 518

Bielefeld Feminizm Okulu 503

bilgi çağı 208

bilgi ekonomisi 206

bilgi toplumu 204, 208, 215, 397

biliş 218, 360, 361, 362, 363, 364, 366, 476, 477, 478

bilişsel kapitalizm 210, 397, 398

body shopping 300, 415, 518

Bolin, Göran 134, 135, 153, 156, 171, 174, 175, 519

Boltanski, Luc 191, 331, 386, 519

Bourdieu, Pierre 131, 175, 400, 519

Brady, Robert A. 122, 519, 541

Brecht, Bertolt 141, 519

Breen, Marcus 110, 519

Brin, Sergey 322

Butler, Judith 97, 103, 459, 519

C

Caldwell, John Thornton 23, 535

Caraway, Brett 138, 139, 140, 194, 520

Caren, Neal 463, 526

Castells, Manuel 24, 206, 208, 209, 215, 319, 450, 454, 455, 462, 463, 465, 466, 467, 468, 473, 520

CBS Outdoor Limited 20

Chakravartty, Paula 35, 296, 303, 520

Chaplin, Charlie 127, 516

Charusheela 110, 520

Chen, Chih-hsien 133, 267, 272, 520, 528, 542

Chiapello, Éve 191, 331, 386, 519

Chomsky, Noam 106, 447, 448, 469, 520

Cleaver, Harry 78, 79, 84, 87, 88, 91, 168, 169, 398, 402, 520

Coca-Cola 137

Cohen, Nichole 145, 232, 520, 521

Colleoni, Elanor 197, 399, 400, 517, 525

Commander, Simon 302, 303, 521

Cooper, John 489

Costanza-Chock, Sasha 462, 521

Coté, Mark 145, 521

Couchsurfing.org 391

Couldry, Nick 109, 110, 404, 521

Crossley, Nick 443, 521

D

Davis, Angela 453, 485, 486, 521

Dean, Jodi 188, 412, 446, 447, 448, 462, 469, 470, 522

Declaration of the Occupation of New York City 452

Deleuze, Gilles 131, 190, 387, 522

della Porta, Donatella 440, 441, 443, 518, 522

Democracy Now! 181, 486, 487, 488

Deuze, Mark 334, 522

Diani, Mario 440, 441, 462, 522

Diaspora* 381, 429, 431, 432, 477, 478, 488, 492

dijital çalışma 354, 355, 364, 365, 368, 395, 406, 412, 423, 428, 502

dijital emek 15, 16, 22, 27, 28, 41, 42, 46, 50, 92, 114, 116, 137, 143, 145, 146, 152, 167, 185, 193, 194, 195, 197, 201, 354, 355, 357, 378, 379, 382, 391, 393, 394, 395, 405, 406, 407, 414, 415, 417, 428, 429, 431, 432, 484, 488, 499, 501, 503, 506

dikkat zamanı 179

DKC, Demokratik Kongo Cumhuriyeti 250, 252, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 263, 264, 265, 284, 438

Doogan, Kevin 213, 522

Drucker, Peter 206, 208, 215, 522

Dussel, Enrique 89, 522

Dünya Sosyal Forumu 449

Dyer-Witheford, Nick 40, 42, 112, 144, 168, 357, 401, 403, 519, 522, 523, 526

E

Eagleton, Terry 33, 36, 113, 523

Eder, Klaus 443, 523

Eisenstein, Zillah 349, 350, 523

emperyalizm, Yeni emperyalizm 28, 34, 267, 293, 309, 413, 415, 445, 514, 515

enformasyon çalışması 359, 365, 366

enformasyon ekonomisi 201, 218, 249

enformasyon toplumu 11, 12, 27, 66, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 215, 216, 217, 222, 223, 242, 243, 249, 504

Engels, Friedrich 29, 30, 48, 49, 50, 66, 67, 69, 111, 166, 238, 240, 241, 243, 244, 245, 286, 333, 367, 434, 455, 496, 506, 507, 517, 523, 535

Enzensberger, Hans Magnus 118, 120, 121, 141, 523

Erdogan, Irfan 523

Eros 68, 188, 189, 190, 191, 192, 385, 386, 388, 534

Erziehung nach Auschwitz (Theodor Adorno) 128

ev işi 48, 88, 163, 196, 236, 350, 397, 419, 515

ev kadınılaşma 28, 349, 515

F

faşizm 122, 253

feminizm 38, 135, 169, 348, 462

fetişizm 123, 427, 508

Fowler, Thomas 486

Foxconn 17, 25, 27, 108, 227, 265, 267, 271, 272, 273, 274, 275, 277, 278, 279, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 290, 377, 404, 418

Fox News 454, 487, 488

Frankfurter Beiträge zur Soziologie 119, 524, 539

Frankfurt Okulu 118, 119, 120, 121, 122, 125, 126, 128

Free the Slaves 255, 257, 258, 260, 262

Freud, Sigmund 131, 188, 189, 385, 524

Friedman, Jonathan 211, 524

Fuchs, Christian 15, 16, 24, 35, 40, 42, 107, 108, 112, 131, 138, 143, 145, 152, 153, 156, 187, 195, 197, 212, 214, 217, 218, 219, 220, 224, 355, 360, 382, 383, 399, 423, 430, 441, 445, 471, 476, 478, 481, 484, 491, 516, 524, 525, 526, 541

G

Gaby, Sarah 462, 526

Gandy, Oscar 145, 154, 445, 526

Garnham, Nicholas 22, 23, 93, 94, 95, 105, 106, 117, 119, 126, 153, 208, 215, 216, 374, 526, 527

Gearbeitete 51

genel zekâ 210, 359, 361, 365, 398

Gerbaudo, Paolo 14, 453, 463, 464, 489, 527

Gesamtarbeiter 65, 244, 456

Ghonim, Wael 491, 527

Giddens, Anthony 24, 206, 437, 518, 527

Gill, Rosalind 327, 328, 527

Glassdoor 323, 324

Global Justice Movement 443

Global Square 432, 469, 482, 483

Golding, Peter 117, 120, 129, 153, 182, 209, 215, 524, 527, 537

Goldthorpe, John 437, 527

Google 18, 24, 25, 27, 109, 115, 144, 145, 158, 163, 170, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 185, 186, 187, 194, 195, 218, 227, 231, 268, 305, 310, 311, 312, 314, 315, 319, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 336, 356, 394, 400, 403, 404, 412, 414, 415, 417, 418, 419, 420, 430, 432,

444, 505, 509, 512, 518, 532, 533, 538

Göhler, Gerhard 71, 527

Graeber, David 439, 453, 484, 485, 486, 527, 528

Greening the Media, Richard Maxwell ve Toby Miller 421

Gregg, Melissa 334, 528

gri yakalı 290, 291

Grossberg, Lawrence 93, 94, 95, 98, 99, 100, 101, 102, 104, 105, 106, 109, 110, 111, 113, 125, 126, 153, 400, 526, 528

Grossmann, Henryk 119, 528

Grundrisse 40, 52, 56, 57, 58, 64, 65, 66, 67, 70, 73, 89, 111, 224, 238, 244, 336, 359, 376, 381, 398, 399, 456, 457, 504, 514, 522, 532, 534, 538

Guardian 29, 253, 486, 489, 521

Gulias, Max 110, 528

H

Habermas, Jürgen 121, 362, 366, 367, 442, 443, 448, 528

Hall, Stuart 93, 96, 97, 100, 107, 113, 125, 126, 528, 542

Halvorsen, Sam 470, 528

Hardt, Michael 170, 210, 365, 398, 426, 444, 445, 447, 457, 458, 460, 463, 464, 470, 471, 472, 496, 511, 528, 529, 533

Harris, Malcolm 305, 489, 490, 535

Hartley, John 93, 98, 99, 100, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 113, 186, 400, 529, 536

Harvey, David 24, 103, 170, 171, 174, 222, 243, 270, 309, 445, 447, 448, 449, 452, 469, 505, 514, 529

Haug, Wolfgang Fritz 75, 91, 210, 413, 529, 544

Hayek, Friedrich August 107

Hegel, Georg Wilhelm Friedrich 47, 52, 53, 73, 79, 82, 83, 91, 241, 419, 460, 499, 500, 504, 509, 529, 534

Heinrich, Michael 69, 70, 71, 73, 75, 76, 80, 82, 91, 399, 529, 530, 544

Hesmondhalgh, David 112, 132, 140, 191, 193, 194, 328, 530

H.E.S.S., Avrupa Güvenlik Hizmetleri 19, 20

Hirst, Paul 213, 530

Hitler, Adolf 20, 121

Holzer, Horst 130, 530

Hon Hai Precision 271

Horkheimer, Max 119, 121, 122, 123, 127, 128, 366, 530

Howe, Jeff 157, 357, 531

Huffington, Arianna 393, 394, 396, 397, 490

Huffington Post 393, 394, 396, 397, 490

Huws, Ursula 41, 112, 232, 242, 308, 342, 343, 348, 351, 355, 518, 531, 537, 539

I

Ilavarasan, Vigneswara 298, 299, 302, 304, 531

Instagram 354

İ

içererek aşma, Aufhebung 52, 241, 419, 504

İnternet fetişizmi 412

İnternet toplumu 204, 206

J

Jackson, Michael 179, 180

Jenkins, Henry 140, 186, 334, 383, 531

Jhally, Sut 134, 135, 136, 138, 144, 150, 167, 199, 383, 531, 532

Jobs, Steve 267, 272, 281, 282

Jurgenson, Nathan 152, 355, 540

Juris, Jeffrey 462, 463, 466, 532

K

Kabila, Joseph 254, 255,Laurent 254, 255

Kapital 1. Cilt, Karl Marx 33, 48, 62, 65, 71, 73, 76, 77, 79, 90, 124, 165, 166, 244, 331, 498, 508

Kapital 3. Cilt, Karl Marx 50, 166, 173

Kapital: Ekonomi Politiğin Eleştirisi 128

kasiterit 255, 257, 416, 419

katılımcı kültürü 125

Kawaya, Muhanga 17, 25, 263

Keimformen 224

Kelly, Megyn 487

kıtlık (Lebensnot) 67, 192, 386, 427

Knoche, Manfred 130, 532

Kolakowski, Leszek 94, 96, 532, 543

kolektif işçi (Gesamtarbeiter) 65, 91, 244, 245, 381, 382, 456, 457, 458, 459, 461, 507

Kör Nokta Tartışması 116, 117, 120, 131

Kurz, Robert 76, 85, 91, 532

Kücklich, Julian 188, 532

L

Laclau, Ernesto 97, 442, 448, 458, 459, 519, 532

Lasn, Kalle 450

Lebowitz, Michael A. 164, 165, 533

Lenin, Vladimir 309, 333, 496, 506, 533

LinkedIn 163, 185, 353, 354, 356

Livant, Bill 116, 134, 135, 199, 383, 531, 533

Locke, John 46

Lukács, Georg 123, 125, 366, 533

Lumumba, Patrice 254

Luther, Martin 46

Luxemburg, Rosa 243, 348, 505, 533

M

maddi olmayan emek 145, 210, 365, 460, 496, 512

MakeIT Fair 42

Mansell, Robin 129, 533

Manzerolle, Vince 143, 533

Marcuse, Herbert 51, 68, 119, 122, 123, 188, 189, 190, 192, 385, 386, 388, 389, 500, 533, 534

Marino, Mary Ellen 486

marka değeri 199

Martin, Randy 46, 110, 336, 520, 522, 524, 534

Mason, Paul 470, 535

Mattoni, Alice 463, 535

Maxwell, Richard 23, 112, 133, 134, 242, 254, 413, 421, 535, 537

Mayer, Marissa 330, 331

Mayer, Vicki 23, 331, 535

McGuigan, Jim 107, 138, 414, 536

McKercher, Catherine 41, 112, 169, 170, 334, 335, 536, 537, 545

Meehan, Eileen 133, 134, 135, 536, 542

Middlesex Üniversitesi 102, 103, 104

Miller, Toby 23, 105, 106, 111, 112, 232, 242, 413, 421, 535, 537, 541

Mosco, Vincent 16, 23, 35, 39, 41, 42, 97, 110, 112, 116, 122, 144, 145, 169, 170, 305, 306, 334, 335, 414, 526, 536, 537, 542, 544, 545

Mouffe, Chantal 442, 448, 458, 532

MP3 kapitalizmi 210

Murdock, Graham 116, 117, 120, 129, 144, 182, 519, 526, 527, 537, 545

N

N-1 16, 429, 431, 432, 477, 478, 488, 492

Nasyonel Sosyalizm 121, 122

Negri, Antonio 64, 89, 149, 170, 210, 365, 381, 382, 398, 444, 445, 447, 457, 458, 460, 463, 464, 470, 471, 472, 496, 506, 511, 528, 529, 538

NetEase Inc. 434

Neumann, Franz 122, 253, 538

Nicolaus, Martin 336

Nobel Ödülü 103

O

Obama, Barack 451

Occupied Stories 477, 480, 481, 489

Occupied Times 477, 479, 480

Occupii 16, 429, 431, 432, 469, 477, 478, 483, 488, 492

Occupy News Network 477, 479, 480, 481, 488, 489

Occupy Research General Survey 475

O'Connor, James 335, 506, 538

OECD 256

Olivan, Javier 21, 171

O'Reilly, Tim 13, 186, 187, 487, 538

oyunemek 42, 116, 390, 509

Ö

özne-nesne 52, 55, 212, 235, 361, 376, 509

P

Page, Larry 322

panoptik sınıflandırma 154

Park, Lisa Sun-Hee 17, 319, 320, 321, 322, 464, 484, 530, 539

Pasquinelli, Matteo 194, 538, 539

Paul, Jane 93, 98, 100, 101, 109, 113, 342, 343, 348, 470, 519, 520, 521, 528, 530, 534, 535, 537, 539, 540, 541, 542

Paulus 46

Pellow, David N. 319, 320, 321, 322, 539

Pepsi 171

Pike, John 485, 486

Pinterest 354

political economy of media and communications (PE/C) 117

Porter, Michael 231, 539

Pratt, Andy 328, 527, 539

prekarya 27, 32, 42, 111, 112, 113, 163, 169, 222, 285, 286, 328, 329, 330, 382, 383, 401, 402, 403, 445, 447, 456, 459, 503

Pybus, Jennifer 145, 521

Q

Qiu, Jack 270, 274, 276, 290, 291, 433, 439, 539

R

Reichelt, Helmut 69, 70, 71, 73, 75, 91, 517, 539, 540

Reimann, Heiner 19

Research Assessment Exercise 102

Ritzer, George 24, 152, 355, 540

Rose, George 87

Ross, Andrew 99, 109, 110, 111, 328, 329, 540

Roth, Karl Heinz 401, 422, 435, 441, 540, 543

Runciman, Walter 210, 541

Rüttgers, Jürgen 293

S

SACOM 17, 272, 273, 274, 275, 277, 278, 283, 284, 286, 288, 289

Sahay, Sundeep 18, 303, 304, 521

Said, Edward 306

salongo 258

sanal çalışma 22, 42

sanal kapitalizm 210

sanal toplum 204, 206

sanayi sonrası toplum 204, 206, 207, 208, 209, 215

Say, Jean-Baptiste 128, 172

Schiller, Dan 106, 122, 210, 541

Schiller, Herbert 106, 122, 210

Schneider, Nathan 486

Schutrumpf, Jorn 29

Seko, Mobutu Sese 254

sembolik sermaye 175

semiyokapitalizm 210

Shirky, Clay 186, 383, 541

siberaktivizm 462

siberprotesto 478

sibertoplum 204, 206

Silikon Vadisi 15, 17, 227, 231, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 335, 336, 415, 418

Smith, Paul 46, 93, 98, 99, 100, 101, 109, 110, 111, 113, 128, 171, 232, 285, 286, 519, 520, 521, 524, 528, 530, 534, 537, 540, 541, 542

Smythe, Dallas 13, 15, 27, 30, 43, 92, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 124, 127, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 138, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 152, 158, 164, 166, 169, 174, 194, 195, 199, 200, 271, 357, 383, 505, 506, 536, 537, 542, 544, 545

Social Sciences Citation Index (SSCI) 31

Sparks, Colin 96, 97, 542

Srinivasan, Vasanthi 304, 543

Steeves, Valerie 135, 542

Stehr, Nico 206, 208, 209, 210, 215, 542

Steinar, Thor 20

STILE 341, 518

Sullivan, Andrew 467, 542

Süreksizlik Çağı 208

Ş

şeyleşme 123

T

Tapscott, Don 109, 186, 542

Tatsepao 140

telefon seksi 350

Terranova, Tiziana 143, 542

Thanatos 68, 188, 190

The Coming of Post-Industrial Society (Bell) 222, 518

The Long Revolution (Raymond Williams) 379, 544

The Year of Dreaming Dangerously (Slavoj Žižek) 468, 545

Thompson, Edward P. 93, 94, 95, 96, 97, 113, 240, 542, 543

Thompson, Graham 213, 530

Thomson Reuters 103

Tian Yu 108, 267, 272, 274

Toffler, Alvin 151, 215, 240, 357, 543

toplumsal fabrika 88, 168, 169, 387, 511

toplumsal sermaye 175, 400

TOSCA 342, 343

Touraine, Alain 206, 207, 215, 440, 441, 442, 448, 543

Tönnies, Ferdinand 476, 482

Traxys 257

tripleC: Communication, Capitalism & Critique, Journal for a Global Sustainable Information Society 516, 523, 524, 525, 526, 529, 532, 538, 539, 541

Tronti, Mario 88, 168, 387, 506, 511, 543

tumblr 354, 477, 482

Turner, Graeme 112, 543

Twitter 13, 16, 21, 24, 108, 125, 136, 137, 138, 153, 154, 158, 163, 185, 187, 334, 353, 354, 357, 384, 394, 402, 404, 414, 415, 419, 444, 462, 463, 464, 466, 467, 469, 471, 472, 475, 477, 478, 479, 481, 483, 485, 488, 489, 490, 491, 492, 505, 509, 512

U

uluslararası dijital işbölümü (UDİ) 27, 506

Urtext (Karl Marx) 70

V

Valk, Reimara 304, 543

van der Linden, Marcel 401, 422, 435, 540, 543

van Dijk, Teun 543, 544

vergegenständlicht (nesneleşme) 63, 77

VK 185, 353, 354

Vwemeye, Jotham 439

W

Wallraff, Günter 339, 340

Wasko, Janet 117, 130, 135, 142, 519, 526, 536, 537, 542, 544, 545

Web 2.0 13, 145, 152, 185, 186, 187, 188, 201, 369, 516, 525, 527, 538, 541

Weber, Max 476

Webster, Frank 23, 24, 205, 206, 208, 209, 215, 328, 462, 526, 527, 544,Juliet 23, 24, 205, 206, 208, 209, 215, 328, 462, 526, 527, 544

Weibo 185, 354, 433

Weltarbeiterklasse (küresel işçi) 401, 435

Werktätigkeit 50, 64, 496

White, Micah 285, 450, 484, 520

Wiki.occupy.net 482

Wikipedi 21, 181, 187, 423, 519, 524

Williams,Rowan 29, 50, 51, 93, 94, 95, 96, 97, 107, 109, 113, 186, 358, 379, 380, 496, 502, 542, 544

Wissenschaft vom Wert 529

Wolf, Dieter 73, 76, 78, 80, 81, 91, 544

Work.Shop.Play 26

World Economy, Ecology and Development 550

Wright, Erik Olin 194, 216, 218, 436, 545

WWW, World Wide Web 204

X

Xiang Biao 299

Y

yüksek teknoloji kapitalizmi 210

Z

Zerdick, Axel 232

Zhao, Yuezhi 141, 142, 270, 271, 283, 439, 545

Žižek, Slavoj 33, 71, 97, 333, 426, 445, 446, 447, 448, 455, 459, 460, 468, 469, 519, 528, 545

Zuckerberg, Mark 406, 490, 491



Dijital Emek ve Karl Marx

Christian Fuchs

Enformasyon teknolojilerini her kullandığımızda hatırlayacağımız şekilde bu ürünleri bize ulaştıran ve ömürleri kan ve ter içinde geçen işçileri ve köleleri anlatıyor: sosyal medyayı kullanırken metaya dönüştürülen kişisel verilerimizle aslında karşılığı ödenmeyen bir emek gücü olduğumuzu tartışmaya açıyor. Fuchs, Smythe'nin izleyici emeğinden ve çağdaş kültürel çalışmalardan başlayarak deneysel verilerle, yoğun sömürü ve kölelik örnekleriyle günümüzdeki teknolojinin oluşumunu anlatıyor. Kitap, Marksist çözümlemenin günümüzü anlamakta olgun ve başarılı bir kullanımını da gösteriyor. Bütün bu sömürü, kölelik anlatımını sadece çözümlemeyle, anlatmayla bırakmıyor, alternatif, sömürünün olmadığı ve ortak mülkiyete dayalı bir dünya kurmanın olası araçlarını da tartışıyor, sorguluyor.

Tahir Emre Kalaycı

Dijitalleşmenin kapitalist biçimde gerçekleştiği dünyada emek nasıl değişiyor? İnternete girerken, bilgisayarları ve akıllı telefonları kullanırken veya bir çağrı merkezi temsilcisiyle konuşurken bunların arkasında gittikçe görünmez h,le gelen emek ìağlarını ve üretim ilişkilerini düşünüyor muyuz? Christian Fuchs, Dijital Emek ve Karl Marx kitabında bunları görünür kılıyor ve bizi düşünmeye çağırıyor. Bilgisayarların üretiminde kullanılan madenlerin çıkarılmasında köleleşen işçilerden, sosyal medya kullanıcılarının sonsuz şekilde sömürülmesi ve metalaştırılmasına kadar EİT endüstrisinin eleştirel ve karşılaştırmalı bir analizini bulduğumuz bu kitapta Marksist ekonomi politiğin günümüzü yorumlamadaki aydınlatıcı rolünü yeniden anlıyoruz. Kitabı okurken sosyal medyaya aslında hapsedilmiş olduğumuzu görüyor, kendimizi bir anda Kongoída çatışmalara neden olan madenlerin içinde köleliğin tam ortasında buluyor veya çağrı merkezlerinin ev işine dönüşen emek sürecinde patriyarkanın rölünü görürken kapitalizmin giderek karmaşıklaştırdığı üretim ağlarını üzerimize nasıl ördüğünü ve bundan nasıl çıkacağımızı tartışırken buluyoruz.

Senem Oğuz

9 786059 020558

NOTA BENE BİLİŞİM

Janus'un Çehresi

Bir yüzü sermayenin ve iktidarın güdümünde daha çok kâr, metalaştırma, yeni panoptikonlar demek; öteki yüzü ise kendisine mücadelelerde karşılık buluyor; çeperler hacklerle kırılırken, sermaye odakları özgür yazılımlarla sarsılıyor, sosyal medya toplumsal hareketlerin bir aracı hâline geliyor; iletişimi, ona katmış olduğu muazzam hızla bambaşka bir şeye dönüştürürken zamanı yeniden-üretiyor. Janus'un sadece iki yüzü yok artık; çehresi ele geçirilemez ve kolay kolay tanınamaz biçimde kaotik. Notabene-bilişim / Janus'un Çehresi dizisi çeviri, özgün derlemeler ve telif kitaplarla bu alanın kavramsal haznesini ve kuramsal art alanını oluşturmaya çalışırken yayın kurulunu zamanla genişleterek sadece aktarmanın değil bilgi-üretim sürecinin de uzamını oluşturma arzusunda...