

İktidar: Kişiler-arası, Organizasyonel ve Global Boyutları

Pazartesi, 31 Ekim 2005

KONU: İktidar farklılıkları nasıl ortaya çıkar? Sosyal teoriden dersler; Marx'a devam.

İDEOLOJİ

davranışçı—20. yüzyılın ortasına kadar, demokratik liberal uzmanlar, ideoloji, tutarlı ve açıkça belirtilen dünya görüşü

--“tutarlı”, bu bir sorun—insanlar mantıksal anlamda nadiren tutarlıdırlar, çoğu zaman tutarsızdırlar

--siyaset bilimciler Amerikan halkını tutarsız olarak tarif etmek zorunda kaldılar—fikirleri oradan oraya dağılıyor ve Amerikan halkının bir ideolojisi yok

Marx/Engels—yanlış fikirler olarak ideoloji

Terry Eagleton (İngiliz Kültürel Çalışmalar uzmanı)—ideoloji göstergelerle (kelimeler, semboller) ne yaptığımızdır, “göstergelerle yaptığımız pek çok farklı şeyi bir başlık altında toplamanın kullanışlı bir yolu”; ideoloji insanların temsil (iletişim, dünyayı kelimelerle nasıl anlatmaya çalıştığımız) pratikleri hakkındadır.

Wittgenstein—(20. yüzyıldan önce) kelimeler ifade ettikleri şeye tekabül etmezler/eşit değillerdir.

--kelime ve şey arasında doğal bir ilişki yoktur

--Wittgenstein'dan önce, pek çok felsefeci bütün dillerdeki kelimelerin şeyle bir ilişkisi olduğuna, aralarında bir âlâkâ olduğuna inanıyorlardı.

İdeoloji=kelimelerin (fikirler olarak birikmiş olan) **durumları etkileyebilme becerisidir, kelimelerin materyal ve sosyal dünyayı şekillendirme kapasitesidir.**

Kurumlara ve sosyal süreçlere ideolojinin lensinden bakmak şeylerin göründükleri gibi olmadıklarını ima eder, onları temsilimiz, onlar hakkındaki fikirlerimizin ve tariflerimizin daha doğru bir gerçeği *maskelediğini* ima eder.

Kapitalist ideolojiler, yanlış bilinç, ve meta fetişizmi.

Yabancılaşma—emek, şeylerde vücut bulur; ürün, onu yapan insandan/emekten ayrılır ve onu üretenlere hükmeder—bu Marx'ın **kapitalizmin ideolojisini** analizi; Dr. Frankenstein gibi yaratılan şey yaratana mahveder.

Yabancılaşan emek ideoloji ve **yanlış bilinç** yoluyla nasıl hükmeder?

Egemen fikirler sıradan insanların sağduyusu haline gelir—bu fikirler bu tip iş organizasyonundan çıkar sağlayanları korur.

İşçiler potansiyel olarak egemen sınıfların fikirleriyle aynı şeylere maruz kalırlar (özellikle, bilginin çoğunun belirli birkaç kaynaktan geldiği günümüz toplumunda, örneğin, medya gruplaşmaları). Nesnelere yapan çalışan insanlar, bu kültüre dolaşıma giren yaygın “egemen” fikirleri kendilerininmiş gibi kabul etmeye başlarlar. **Dünyayı kendi üretim deneyimleriyle**

değil, yaygın kültürün fikirleriyle algılarlar; belirli sınıflar tarafından orantısız bir şekilde üretilen yaygın kültürün fikirleriyle. (Umumi kültürün üreticileri kendi çıkarlarına göre mi hareket ediyorlar, ya da istemeden ya da kasten başka çıkarlara mı hizmet ediyorlar başka bir günün konusu. Şimdilik ne kadar çelişkili olsa da ortak paylaşılan bir kültür olduğunu söylemekle yetinelim). Marx'a göre, işçi sınıfı kendisine ne söylenirse ona inanmaya alışmıştır ve bu nedenle **kendi deneyimlerini yanlış tanıyorlar/anlıyorlardır!**

Örnek: *Yüksek öğrenimin amacı nedir?*

açık amacı—bir sonraki kuşağı eğitmek

örtük fonksiyonu (başarılan ama maksatlı ya da telaffuz edilmiş olması gerekmeyen)—belirli bir ideolojiyi ileri sürmek (bilgi iyidir gibi)

Çocukları okulda tutmak toplumun materyal organizasyonuna ne yapar? Okuldaysan, çalışmıyorsundur, böylece emek gücünde olanlara daha fazla para ödenebilir. Okul seni emek gücünün dışında tutar. Aynı zamanda emek gücünü **katmanlaştırır** da (eğitimi olanlar, olmayanlara karşı). Marx, eğitim ve emek gücü yapısı arasındaki ilişki anlayışı öğrencilerin bilinçlerinin bir parçası mı diye sorardı. Değilse eğer, sonuçlardan birisi bazı insanların diğerlerinden daha değerli olduğuna dair yaygın görüşü destekleyebilir. (Onlar daha zeki ve daha değerli, ya da belki zaman harcadıklarına göre bunun karşılığını almalı). Şimdi pek çok insan eğitimin geliri artırdığını biliyor. Eğer böyle ise, neden bütün insanlar yüksek öğrenim yapmaya çalışmıyor? Beyaz yakalı işçiler mavi yakalılardan daha fazla yaşıyorlar; eğitim seni bambaşka bir kültürel tüketim dünyasına koyar, ve siyasi fikir açısından önemli olan, her zaman olmasa da genellikle, başka bir yere koyar. Neden bütün insanlar bu yüksek eğitimin peşinde koşmuyor? Arzuların ve isteklerin nasıl sosyal koşullar, fırsatlardan geliştiğine dair tartışma (üretim ilişkileri).

Yabancılaşma nasıl yanlış bilinç yaratır?

Das Kapital [Kapital]'de Marx, yanlış bilinçten ziyade meta fetişizminden (daha sonraki eserlerinde daha fazla yer alır) bahseder. Fetiş nedir?

--bir şey **göründüğünden daha fazladır**, göründüğünden daha fazla anlamı vardır

--kelimeler şeylere eşit değildir; anlamlar kelimelerle eş anlamlı değildir

--nesneye dair saplantı mümkündür çünkü nesne pek çok farklı duyguyu/fikri temsil eder

--ilişkilendirilen **anlam ve duygu**—nesnelere sadece materyal bir şey olmaktan daha fazlasıdır (örneğin, oyuncak bebek, güvenlik hissi veren battaniye/nesne, haç, komünyon)

--**asıl anlamını saklar**

Marx bir rölativist değildir—bir nesnenin değerlendirilmesinin sadece bireysel bir fikir olduğunu savunmaz. Onun yerine, Marx için metallerin gerçek anlamı vardır, ancak bu anlamlar **mistifike** edilirler—onlara piyasa tarafından **yanlış anlamlar, yanlış bilinç** verilir.

Metaller piyasada değiştirilebilir (x miktarda bir paraya ya da diğer metalara). Ancak asıl anlam, bu metallerin birikmiş insan emeği, "**dondurulmuş emek**" olduklarıdır. Kapitalizmde, insan esaretine karşı protestolara rağmen, piyasalarda mal ve hizmeti değişiyoruz (insan emeği=insan).

Piyasada değiştirilmeyen ve hiçbir değeri yokmuş gibi görülen bazı emeklerimiz vardır, örneğin ebeveynlik. Ebeveynliğin ekonomi açısından fonksiyonu büyüktür—piyasa için emek üretilmesi! **Ebeveynlik ekonomi için gerekli, asıl ham maddeyi üretir—insan.** Onu, sadece fiziki bir beden olarak değil aynı zamanda bir işçi olarak sosyalleştirerek de üretir.

Ebeveynlere verilen tavsiye piyasanın ihtiyaçlarına göre değişir, örneğin, piyasanın daha fazla zihinsel işçilere ihtiyaı vardır, dolayısıyla daha önce ahlaki davranış ve çalışmanın erdemleri üzerine yapılan vurgunun yerini nasıl okuma-yazma öğretileceğine dair bilgiler alır. Ebeveynliğe değer verilemez ve hiçbir tazminatı olmayan bir üretimdir—böylece **artı değer** retilmesine katkıda bulunulur, işinde harcadığı zamanı ödenen ancak ücretsiz emeğin sonuçlarına katkıda bulunan (bilgi, beceri, alışkanlık) bir işçi.

Sınıfa, küçük plastik bir telefonu, 160 tane kola kutusunu, bir Nike spor ayakkabıyı, ve bir Apple diz üstü bilgisayarını sıraya koymalarını söyler. Bir ğrenci, bunları büyüklük sırasına koyar, herkes güler. Başka bir ğrenci hızlıca bunları fiyat sırasına koyar. Herkes her bir maddenin fiyatını bilir.

Mal retim onları piyasada değiştirdiğimizde, onlar artık **meta** olur ve bir kez bu gerçekleşince, bu mallar **ekstra-üretken** olurlar. Sadece **kullanım değerini** algılamıyoruz ya da emek değerini ya da ürünün arkasındaki koşulları—**değişim (meta) değerini** algılıyoruz. Bu değer metaya **fazla** anlam yükleyerek yaratılır. Metayı fetiş yapan şey bu fazla anlamdır.

Fetişleştirilen anlamları görür ve tepki veririz—reticilerin hayali/manipülasyonu tarafından yaratılan şeyle duygusal ilişki kurarız. *Kendi hayalimizin ve üreticilerin hayalinin sonuçları olan bu fetişleştirilmiş anlamları görürüz.*

Göstergeler aracılığıyla, şeyleri iletiriz. Anlam, metayı pazarlamak amacıyla yatırım yapılmış olan profesyonel iş (reklam) sonucu üretilir. İnsanlar, fazla anlamı olan şeylere çok daha fazla para ödeyeceklerdir.

--Örneğin, Steuben camı ucuzcu dükkanlarda satılırdı. Çok berrak ve pürüzsüzdü ancak piyasası pek yoktu. Sonra, New York'ta 5. Caddede gösterime konuldu, koyu mavi kadife üzerinde, her bir pencerede çok az madde olan, ve oldukça yüksek fiyatla—böylece, az bulunduğunun ve pahalı olduğunun altı çizilmiş oldu. Kr uçtu, açıkça, yanlış münhasırlık duygusuyla arzulanırlık *yaratıldı*. (DeBeers elmaslarıyla karşılaştırın).

--Örneğin, Nike—Michael Jordan temsilcisi olarak NIKE'ı “Sadece yap” sloganıyla pazarlıyor. Fiyatı, retim maliyetini kat kat geçiyor, Jordan'ın multi milyon creti göz önüne alındığında bile. Mesaj yanlış nk motto insanların emeğini örtüyor; yanlış nk anlamı bir yalan—satılan insanlar kendi kendilerine bireyin becerisi ya da yeteneği ya da Nike ayakkabıları giyerek “sadece yapamazlar”. Slogan, çocukları yapmaları gereken tek şeyin denemek ve böylece Michael Jordan olacaklarına inanmaya teşvik eden bir kültüre uyuyor. --Sosyologlar Afrika kökenli-Amerikalı bir çocuğun doktor ya da avukat olma ihtimalinin NBA'de bir oyuncu olma ihtimalinden daha yüksek olduğunu gösterdiler. (Kalifornia Üniversitesi, Berkeley kampüsünden Profesör Harry Edwards'ın araştırmasına bakın).

Metaları gördüğümüzde, materyallerin maliyetini ya da onların ardındaki emeği değil onlara reklamcılar tarafından verilen anlamı görürüz.

Yanlış bilince sadece mücadele yoluyla tepki verebiliriz. Mücadele bile değil—devletin oynadığı bir rol vardır (“tarih, sınıf mücadelesidir”).

--Amerikan ekonomisinde, devlet iş kuruluşunu emekten daha fazla destekler (dolayısıyla iş kuruluşlarına yardım eder) (rneğin, vergi yapısı, sermaye kazanımları emeğin/maaşın ödediği gelir vergisinin bir kısmını der, bu da iş alanlarının işçi istihdam edebilmeleri için desteklenmesi gerektiği, yatırımın riskli dolayısıyla düşük vergilerle teşvik edilip iş risklerinin korunması gerektiği gibi iddialarla haklı çıkarılır. Örneğin, Tasarruf ve dn Para

temerrütleri, düzensizlik altında enerji şirketlerine yapılan ödemeler, batan şirketlerin korunması (Global Capital, Chrysler gibi).

--işverenlere yardım ederek, hepimizin emekçi olduğu (işte, hayatını kazanmaya çalışmak) gerçeğini muğlaklaştırır.

Başka bir örnek: IVP et paketlenme şirketi Waterloo, Iowa'da bir tesis kurmak istiyor. Saati 6.5\$'dan 1000 kişiyi işe alacağına söz veren şirkete şehir vergi imtiyazları verdi. Kurulduktan sonra, işçiler Waterloo'dan gelmedi; tehlikeli, ağır işti—orada hiç kimseyi saati 6.5 \$'a çalışmaları için bulamadılar böylece kaçak göçmenleri otobüslerle taşıdılar. Waterloo'dan işe alınanlar yönetici/müdür ya da fabrikada özel güvenlik olarak işe alındı. Bölgeye yardım değil zarar verilmiş oldu—kaynak ve tesis olmadığı halde yeni muhtaç bir nüfus şehre getirilmiş oldu. (Bu, “kırmızı eyalet”leri [çevirmenin notu: Cumhuriyetçi partinin çoğunlukta olduğu yerler] yaratan şeyin bir örneği midir bu?)

Her zaman, fetişin maskeleyiği bir mücadele vardır. İktidar ilişkilerini gerçekte oldukları gibi görmüyoruz. Kapitalizmin devamını sağlayan iktidar ilişkilerinin yeniden üretilmesindeki, ve sonrasında da refah ve iktidarın dağıtılmasında, kendi rolümüzü görmüyoruz. Şeyleri dondurulmuş emek olarak değil de göksel güçler olarak görüyoruz.

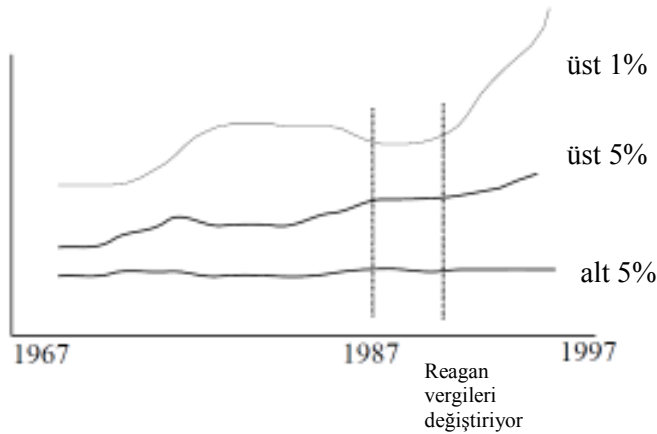
Fetişizm kapitalime katkıda bulunur—arzuları yaratır, ifade eder, ve doyurmaya çalışırız; böylece de fazla-üretiriz.

--**maksatlı fazla-üretim**, şirketler için **kârlılığı uzatan**, şeylerin yeni ve daha yeni modelleri, örneğin, bilgisayar, moda.

--tüketiciler sürekli daha fazla ister ve bu da üretimi devam ettirir

--tüketiciler, gelirlerini sadece tek kullanımlık şeylere değil fakat **toplumdaki eşitsizliğin devamına**, refahta eşitsizliğin devamına harcıyorlar ki[aşağıdaki diyagrama bakınız]

1967'den beri zenginlikteki/refahtaki değişim, takribi diyagram



Hepimiz meta fetişisti değil miyiz? Bazı yazarlar bunun kaçınılmaz olduğunu söylüyorlar— asıl emekçiler, üreticiler *kim?* İnsanlar, gelişmekte olan dünyadaki “sweatshoplar” [sömürücü işyerleri] hakkında tüketiciyi bilinçlendirme kampanyaları başlattıklarında, kendilerini “sweatshop” etiketinden farklılaştırarak iyi-ödenen emeğin kaynağını belirten markalar ortaya çıktı.