

## اندیشیدن به بازار

از: کریستیان بارر (۱)

برگردان: ب. کیوان

دگرگونی های تازه اقتصادهای «سرمایه داری پیشرفته»، سازماندهی بین المللی گردش سرمایه ها و کالاها. تغییرها و طرح های تغییرها در جامعه های «سوسیالیسم بوروکراتیک». به کوتاه سخن روندهای جاری در مقیاس اقتصاد جهانی، اقتصاددانان را به پرسش درباره پیرامون مقوله بازار برانگیخته است. به این دلیل آنها به روشن گردانیدن پیچیدگی پدیده های واقعی روآورده اند که به عنوان پدیده های بازار شناخته شده اند. هر چند از دیرباز بحث اصلی در زمینه اسلوب شناسی عبارت از این بود که بایستی بعد بازار را مانند بعد تولید متمایز کرد، اما ژرفش تازه تئوریک نشان می دهد که این تفکیک بطور کلی مناسب نیست؛ و نیز در حالی که بحث در زمینه تحلیل طرز کار اقتصادی و تحلیل ساختارهای اقتصادی به در نظر گرفتن جای نسبی - نقشه دستوری، کارایی نسبی - منطق های کالایی و غیر کالایی متکی بود، ناهمگونی منطق کالایی بنا بر نوع بازار مورد بررسی برملا گردید، آشکارا بازار دیگر نمی تواند بازار رقابتی، مکان ساده گردآمدن عامل های اقتصادی، شکل بدون بعد، ساختار صوری مبادله بر حسب تحلیل لیبرالی که برای دفاع یا انتقاد از نتیجه های آن است، دانسته شود.

تئوری اقتصادی در روایت های غیر نئوکلاسیک مانند روایت های آن در نئوکلاسیک به دوری جستن از تصویر ساده رمزآمیز بازار گرایش دارد که همچنان به فرمانروایی اش بر ایدئولوژی لیبرالی، ادامه می دهد. تئوری اقتصادی برای نزدیک شدن به درک بغرنجی روندهای کالایی معاصر عنصرهای جالبی ارائه می دارد. موضوع این مقاله تبیین آن به انکاء به متن های معین بمنظور بازسازی تئوری کالاهاست.

ما این کار را با متمایز کردن رابطه بازار - جامعه، یعنی با بررسی بازار به عنوان ساختار روشنگر رفتارها در روندهای اقتصادی - اجتماعی انجام می دهیم.

در نگاه نخست، مفهوم آفرینی مارکس بخاطر در نظر گرفتن این بعد بازار بسیار جالب بنظر می رسد، زیرا مارکس از یک سو، خود را مکلف می دانست ساختارهای پایه جامعه بورژوایی را متمایز کند و از سوی دیگر، در تحلیل رابطه های کالایی به روشن گردانیدن بعد اجتماعی آنها بپردازد. دلیل آن این بوده است که تئوری اقتصادی مسلط، برعکس، بررسی طرز کار بازار (مسئله وجود و دوام تعادل، کارایی و تخصیص منابع ...) را به بررسی ساختار ترجیح داده بود و بطور کلی از بازار یک مقوله ناب اقتصادی ساخته بود رابطه وسیعاً مسلط بازار و جامعه به مثابه یک رابطه دویخشی مطرح شده بود. بازار همچون ساختاری صرفاً اقتصادی یا در اساس اقتصادی نگریسته شد که بر این مبنا تنها در چارچوب بعد اقتصادی می توان آن را تحلیل کرد. از نظر این تئوری این ساختار شیوه سازماندهی مبادله ها یا تولید در جامعه را تشکیل داده و دیگر ساختارهای غیر اقتصادی را بنحوی در بر می گیرد که طرز کار آنها بطور محسوس از طرز کار بازار تأثیر نمی پذیرد. این وضعیت است که بما امکان می دهد که بازار را از بقیه جامعه مجزا و آن را جداگانه تحلیل کنیم.

هر چند تئوری مارکسی کالا سهم مهمی را در طرح، اسلوب و برخی مسئله های آن تشکیل می دهد، اما امروز به عنوان پایه برای تفسیر پدیده های کالایی کافی نیست. این تئوری از ناروشنی های جدی رنج می برد. این ناروشنی ها امکان داده اند که تئوری مارکسی ارزش و قیمت ها در سیر منطقی خود از برخی پیشرفت های تئوری کالا عقب بماند. این پس ماندگی، همانطور که بحث ها پیرامون مسئله دگرگونی («دگرگونی ارزش ها در بهای تولید») آن را نشان داده، در مفهوم ریکادویی و پیش از مارکسیستی به بن بست های منطقی انجامید. از این رو، تئوری مارکسی ارزش بویژه در پی ریزی تبیین شیوه های معاصر شکل بندی قیمت ها در اقتصادهای تولید کالاها با تکنولوژی پیشرفته و خدمات بغرنج نارسایی خود را آشکار کرده است.

## ۱- مسئله‌گزاری (پروبلماتیک) مارکسی بازار و رقابت

مارکس بازار و رابطه کالایی را در جریان پرداختن به مقوله کالا تعریف کرد و سپس بازار را در ارتباط با جامعه معین مشخص نمود. مشخص کردن رابطه کالایی مبتنی بر قبول این نکته است که این رابطه همه مشخصه‌های رابطه کالایی اش را حفظ می‌کند، اما از مجموعه‌ای که در آن جا دارد، تأثیر می‌پذیرد. این رابطه در شیوه تولید سرمایه داری به رابطه کالایی سرمایه داری تبدیل می‌شود، کالا کالای سرمایه داری می‌شود. مارکسیست‌ها که اغلب اقتصاد کالایی یک جامعه ویژه، بخش پیش از سرمایه داری جامعه فئودالی و نه مقوله بسیار عام را بررسی می‌کنند، از این اسلوب غافل مانده‌اند. از این رو، کالای سرمایه داری در پس پشت سرمایه، رابطه‌های کالایی در پس پشت رابطه‌های سرمایه داری ناپدید می‌شود، بی آنکه به پایه کالایی شیوه تولید و تحول آن توجه کنند؛ بازار بنفع پویایی خاص سرمایه داری (نزول گرایشی نرخ سود ...) تمام بُعد را از دست می‌دهد، بنحویکه دست کم ما را از یک تئوری سرمایه - کالا محروم می‌سازد.

در فرمول بندی لنین که طبق آن شیوه تولید سرمایه داری «اقتصاد کالایی پیشرفته به منتهی درجه آن است و در آن خود نیروی کار بصورت کالا در می‌آید»، اندیشه تبدیل نیروی کار به کالا (که تکیه روی استثمار از آنجاست) حفظ گردیده، اما بقیه ویژگی کالای به فراموشی سپرده شده است. در حقیقت، یک «تئوری کالای سرمایه داری» مانند یک «تئوری کالای سوسیالیستی» همواره در فکر مارکسیستی غایب بوده است.

بعقیده ما این لغزش‌ها بیانگر نقص تئوری مارکس درباره کالا و بویژه کم بها دادن به قطب ارزش استعمال آن نسبت به قطب ارزش است. مارکس قانون ارزش را برای نمایاندن تولید کالایی ساده، یعنی نظام تولید کالاهای غیر سرمایه داری مطرح می‌کند. کالاهای بنا به ارزش خود که به وسیله کمیت کار اجتماعاً لازم برای تولیدشان مشخص می‌گردد، بهای ثابت دارند.

بر پایه این وضعیت، بازار جنبه بسیار سطحی پیدا می‌کند. قیمت باید در نتیجه رقابت میان تولید کنندگان، رقابت کالایی، خود را با قاعده برآمده از تولید مطابقت دهد. اگر کالایی را در دو ساعت و کالای دیگر را در چهار ساعت تولید کنیم، نرخ مبادله، قیمت بازار یکی نسبت به دیگری پیرامون دو ساعت دور خواهد زد. (برای کلاسیک‌ها قیمت بازار پیرامون قیمت طبیعی دو ساعت دور می‌زند). پس از این پس یک قاعده در دست داریم و آن اینکه رقابت کالایی بنا بر دخالت دترمینیسم محصول قلمرو تولید تنظیم می‌گردد (در این مفهوم، واقعاً قانون ارزش تنظیم کننده است). و آن در صورتی است که در آخرین لحظه، مسئله فقط عبارت از تعیین ارزش باشد. از این قرار چانه زنی دیگر مضمون واقعی ندارد و مکانیسم مبادله کالایی تمام اثربخشی را از دست می‌دهد. چنین است اندیشه مبادله معادل‌ها:

این اندیشه که اگر ارزش تولید ۱۰۰ باشد، تولید کننده می‌تواند بکوشد آن را بهای ۱۲۰ بفروشد و از کیسه خریداران بسود خود استفاده کند، فریبنده بنظر می‌رسد. اما وجود بازار رقابت قیمت‌ها را به علت خطر حذف بازار به مطابقت با قاعده ارزش سوق می‌دهد. با اینهمه، آیا می‌توان برپایه بازار تشکیل شده از افراد بکلی تابع اجبار رقابتی استدلال کرد؟

برای حل مسئله باید از آنچه مارکس درباره اجتماعی شدن کار گفته یعنی از مارکس خلاف مارکس استفاده کرد. کارهای مناسب اجتماعی شدن فقط کارهای مشخص، ویژه و ناهمگون هستند. تبدیل آنها به کار اجتماعی مستلزم همگون سازی است که برای آن از نرخ تسعیری (۲)، یگانه سازی استفاده می‌شود. مارکس به این موضوع در گفتگو پیرامون مسئله بفرنجی کار و تبدیل کار بفرنج به کار ساده توجه کرد. نرخ تسعیری فاقد تعیین کننده دقیقاً تولیدی است. تنظیم بی واسطه به وسیله زمان کار وجود ندارد. نرخ تسعیری یک نرخ اجتماعی است که دقیقاً اقتصادی و به یقین «فنی» نیست. کدام دترمینیسم تولید رابطه میان ۴۰ ساعت کار پزشکی و ۴۰ ساعت کار داروساز، قصاب، کشاورز، آموزگار و غیره را تعیین می‌کند؟ البته، نیروهای جلب کننده (گزینه‌های حرفه) وجود دارد، اما همه اینها درون یک روند کلی اجتماعی (با تصمیم‌هایی که در بعدهای غیراقتصادی و حتی ناخودآگاه گرفته می‌شود) قرار دارند.

در روند اجتماعی رقابت برای سنجش ارزش اجتماعی کار خود، روابط نیروها، مانورها، همدستی‌ها و غیره دخالت دارند. تمام مسئله توزیع از این قرار است.

در اقتصاد تولید سرمایه داری مسئله وضعیت و نقش بازار بطور اساسی دیگر به چگونگی‌های شکل بندی قیمت‌های مبادله مربوط نمی‌گردد. تصمیم‌های جدید روی تقسیم کار اجتماعی اثر می‌گذارد. رقابت کالایی در رقابت سرمایه داری

بسط می یابد. از این رو، بعد بازار به محدود شدن باز هم بیشتر گرایش دارد. وزن اجبارهای تولید زیاد می شود و خصلت های عام رابطه های کالایی در برابر رابطه سرمایه - کارمزد بری رنگ می بازد.

رقابت به روند عام شیوه تولید سرمایه داری و نمایش قانون های اساسی درونی آن تبدیل می شود. پس، رقابت با کانون شیوه تولید ربط می یابد. اما فقط شیوه اجرای گرایش های دایمی آن را که عبارت از رقابت تولید کنندگان (درون شاخه)، رقابت سرمایه ها و رقابت میان کارگران است، نشان می دهد. رقابت سرمایه داری نخست یکی از رابطه های موجود (رابطه اصلی) میان سرمایه های تقسیم شده است، «رابطه ای که سرمایه ها با توجه به تنوع و کثرت شان میان خود حفظ می کنند». پس این رقابت وضعیت آشکارا معین دارد.

یک نکته روشنگر این است که در کاپیتال رقابت در کتاب سوم پس از بررسی تولید سرمایه و گردش آن، مطرح می گردد و آن در هنگامی است که به روند کلی می رسد. یعنی مارکس هنگامی که مسئله عبارت از بررسی تولید است، رقابت را جدا می کند. و بدین سان به تمیز قایل شدن متدولوژیک خود میان سطح ماهیت و سطح پدیده وفادار می ماند. در سطح ماهیت قانون ها و پیوستگی های درونی فرمانروا هستند که بطور مستقیم از رابطه های تولید سرمایه داری مایه می گیرند. آنها «طبیعت درونی سرمایه» را مشخص می سازند. در سطح پدیده «پیوستگی های بیرونی» وجود دارند که بنا بر قانون های اساسی درونی تعیین می شوند. از این رو، رقابت که جزئی از آن است، شیوه اجرای «گرایش های دایمی» محسوب می گردد. رقابت نه تنها این گرایش ها را بیان می کند، بلکه با تأثیر گذاردن بر رفتارها آنها را عملی می سازد. رقابت (آزاد) «چیزی جز آنچه که بنا بر آن سرمایه ها با توجه به کثرت، اجبارهای دایمی سرمایه را بیکدیگر و بخودشان تحمیل می کنند، نیست» (۳)

نمونه اضافه ارزش فوق العاده (۴) به آن گواهی می دهد. هنگامی که مارکس آن را مطرح می کند، سومین نوع اضافه ارزش را علاوه بر اضافه ارزش مطلق و اضافه ارزش نسبی متداول نمی کند. اضافه ارزش فوق العاده برای آنچه مضمون آن است، چیز تازه ای در تحلیل اضافه ارزش ارائه نمی دارد و مخصوصاً دلیلی برای اضافه ارزش نسبی اقامه نمی کند. آنچه مارکس (بطور ضمنی یا صریح) درباره آن صحبت می کند، گرایش، قانون دایمی، شیوه تولید سرمایه داری (MPC)، سرمایه بعنوان سرمایه در بالابردن نرخ اجتماعی اضافه ارزش (PL/7) در سطح اجتماعی (۵) است. سرمایه ای که گردش می کند و باید باز تولید شود، تنها تولید سرمایه جدید است و بنابراین در اضافه ارزش معنی پیدا می کند. سرمایه این کار را فقط بوسیله نیروی کار می تواند انجام دهد. پس گرایش آن همانا بالا بردن نسبت PL/7 (اضافه ارزش - سرمایه متغیر) است. گرایشی که با سرمایه بعنوان سرمایه مجرد، عام و بنا بر این، سرمایه اجتماعی پیوند دارد. بنابراین، اضافه ارزش از طریق جستجوی حداکثر نرخ اجتماعی اضافه ارزش و ماشینیسیم در بیان می آید. رقابت با این موضوع سروکار ندارد، بلکه بعد دخالت می کند. اضافه ارزش فوق العاده میانجی میان این گرایش و رفتارهای «کارفرمایان»، واحدهای جداگانه و مستقل است.

موضع گیری مارکس نسبت به رقابت نتیجه های مهمی دارد. ساختار سرمایه داری و مناسبت های تولیدی بنابر رابطه طبقاتی سرمایه اجتماعی - کارمزدبری تعریف شده اند. کیفیت های وجود سرمایه، رابطه های ناشی از بخش بندی سرمایه اجتماعی بعد بعنوان رابطه های فرعی دخالت می کنند. «چون بررسی هایمان را در این باره ارائه کرده ایم، بار دیگر به اثبات این نکته نیاز نیست که چگونه رابطه میان سرمایه و کارمزدبری خصلت شیوه تولید را بتمامی معین می کند» (۶)

پس تحلیل رقابت برای مارکس تحلیل حرکت غایتمندانه و تحلیل این نکته است که چگونه گرایش های دایمی شیوه تولید سرمایه داری تحقق می یابد. در هر دو حالت: در رقابت تولید کنندگان و رقابت سرمایه ها، رقابت نقش کارکردی بازی می کند و کمیته های پدیداری را با داده های اساسی تطبیق می دهد. در اقتصاد کالایی، قیمت بازار بر اساس رقابت تولید کنندگان با ارزش تطبیق می یابد. ارزش چنانچه اصل نخست رخ می نماید و رقابت (و از این رو، دوران (۷)، رابطه ها میان فروشندگان و میان فروشندگان و خریداران) نمی تواند نقش برتر ایفاء کند. درون شیوه تولید سرمایه داری، قیمت بازار با قیمت تولید مطابقت می یابد. در این شیوه تولید قیمت تولید اصل مقدم را تشکیل می دهد. رقابت کادربندی و غایت بندی شده است. و چون از پیش تعیین می شود، ثبات خاص ندارد و کاملاً جنبه تنظیم کننده دارد و حتی هنگامی که به رویارویی مرگبار میان تولید کنندگان و سرمایه ها تبدیل می شود، وظیفه کارکردی اش را حفظ می کند و به انقلاب های ارزش مادیت می بخشد.

گسست با چنین دریافتی از هژمونی قلمرو تولید ضروری بنظر می رسد. دریافت مارکس هر نوع داوگذاری روی رابطه های بازار را نفی می کند و دستکم مضمون رقابت میان سرمایه ها و میان فروشندگان و خریداران را تهی می سازد. بنابراین، هر رقابتی در رابطه سرمایه - نیروی کار (نرخ اضافه ارزش) متمرکز و در تولید جا داده شده است. با اینهمه، بازار مکان رویارویی دوگانه است: نخست رویارویی میان فروشندگان و خریداران، رویارویی برای معین کردن نرخ معادل میان کارهای مشخص متبلور در کالاهای عرضه شده در کار مجرد است که بوسیله پول بنمایش درمی آید. دوم، رویارویی میان سرمایه ها برای تقسیم سود کلی تولید شده است. در عوض، رابطه سرمایه - نیروی کار به مثابه یک چیز صرفاً ناهمساز تعریف شده است. بر عکس، می توان در پرتو شمار زیادی قضیه های تجربی فکر کرد که همیشه میان گروه های اجتماعی و میان افراد همزمان نفع های بهم پیوسته و نفع های متضاد وجود دارد. پروبلماتیک مارکس در بررسی این مسئله می تواند به صورت شکلواره زیر ترسیم گردد:

سطح ماهیت	سطح پدیده	
رقابت میان کارگران	منافع بهم پیوسته	منافع همگون (طبقاتی)
	منافع متضاد (مُسلط)	پیدایش منافع خصوصی
رقابت میان سرمایه داران	منافع بهم پیوسته	منافع همگون (مُسلط) (طبقاتی)
	منافع متضاد مُسلط	منافع خصوصی بر پایه تقسیم مساوی نرخ سود و مبادله معادل ها تنظیم می شوند
رابطه سرمایه - کارمزد بری	منافع بهم پیوسته منافع متضاد (مُسلط)	منافع ناپیوسته آنتاگوئیسم طبقاتی

این واقعیت که منافع خصوصی عضوی هر طبقه در هم می آمیزند از روند همسازی با اصل ناشی می شود. با اینهمه، از این دیدگاه، تحلیل مارکس با تحلیل اکثر اقتصاددانان دیگر اختلاف ندارد. اقتصاد سیاسی کوششی برای پی ریزی قاعده ها بمنظور «تنظیم» کشمکش ها، یعنی «تنظیم» اختلاف و تضاد منافع و پیدا کردن قانون های اقتصادی (طبیعی) توزیع است (بدین معنا که هر مزدبر و هر کارفرما چقدر حق دارد و اینکه آیا این عادلانه یا «طبیعی» است که یک خلبان بوئینگ ۲۰ برابر یک راننده سرویس بین شهرها مزد بگیرد؟): تئوری نئوکلاسیک در این زمینه قاعده هایی بدست می دهد که بر پایه مبادله تدوین شده و مبتنی بر ترکیب میان امتیازهای فردی و کمبود است. تئوری کلاسیک نیز این قاعده ها را ارائه کرده است: قیمت مبتنی بر بهای تولید و مزد مبتنی بر بهای باز تولید نیروی کار است (۸). مارکس هم در همین چارچوب قرار دارد: تنها تفاوت اینست که او بر اساس این قاعده ها می کوشد احتکار و انحصاری را نشان دهد که رابطه های مالکیت آن را ممکن می سازد: به عقیده او قیمت طبیعی، ارزش نیروی کار و کمیت اضافی طبیعی است. اما این کمیت اضافی بجای اجتماعی شدن اختصاصی شده است: بنابراین، تمام اختلاف روی کمیت کار انجام شده و کمیت کار اختصاصی شده است. بنابراین، تمام اختلاف روی کمیت کار انجام شده و کمیت کار اختصاصی شده متمرکز است (و به قلمرو تولید مربوط می گردد).

یک چنین مسئله‌گزار برای درک بازار مدرن، استراتژی‌های شرکت‌ها و گروه‌های مالی بزرگ، رابطه‌های تولید کنندگان - واسطه‌ها - مصرف‌کنندگان و شکل‌بندی قیمت‌ها و درآمدها از بنیاد نارساست ... تئوری مارکسیستی کالاها باید با فرارفت (۹) از روایت مارکسی بازسازی شود.

بیش از یک تئوری مارکسیستی مسئله‌مقرون به حقیقت عبارت از یک تئوری کاملاً مختصر کالاها با الهام از سهم معین مارکس و سهم بسیاری از جریان‌های دیگر برای تحلیل موضوع است. سهم‌هایی که اکنون وقت بررسی آنهاست.

## ۲- فرارفت تدریجی از درک والرایی بازار (۱۰)

هر چند جریان فکری والرایی بطور اساسی به روشن کردن طرز کار بازار می‌پردازد، با اینهمه این حقیقت برجاست که این جریان بطور نهان و آشکار به مفهوم سازی بازار به عنوان ساختار اقتصادی - اجتماعی دست می‌یازد. در واقع، نظر به هژمونی این جریان و بر پایه پروبلماتیک تعادل عمومی است که بازار در اقتصاد بررسی می‌گردد، بنوعی که ما را مکلف می‌سازد برای درک پیشرفت‌های تازه تئوری اقتصادی بازار به روشن کردن وضعیتی پردازیم که تعادل عمومی به بازار می‌بخشد.

بازار آنجا مکرمان بروز اجتماعی شدن عامل‌های اقتصادی است که چونان وابستگی متقابل این عامل‌ها درک می‌شود. پس، مسئله تعادل اجتماعی، پیوستگی منطقی کنش‌های فردی با دوجنبه زیر مطرح می‌گردد:

- یکی جنبه جدایی (۱۱) است که بسیار معروف است. آیا افرادی که در بخش‌های بزرگ جداگانه تنها به وسیله بازار پیوند می‌یابند، می‌توانند پیکر اجتماعی یکتایی را تشکیل دهند و تصمیم‌های مستقل‌شان سازگار شود؟

- جنبه دیگر که غالباً ناشناخته مانده، تقابل (۱۲) است. آیا افرادی که در گام نخست، دست‌کم جزئاً منافع‌شان ناهمساز است (بدین معنا که فروشنده میل دارد، هر قدر ممکن است گران بفروشد و خریدار ارزان بخرد، یعنی آنچه یکی از دست می‌دهد، دیگری بدست می‌آورد) می‌توانند به وضعیت ثابتی برسند که مبادله‌ها را ممکن سازد؟ آیا می‌توان از «جنگ اقتصادی» پرهیز کرد؟

پروبلماتیک تعادل عمومی که بروشنی مسئله جدایی را تنظیم می‌کند. می‌کوشد ثابت کند که رابطه‌هایی که بازار بین واحدهای مستقل برقرار می‌کند، برای تأمین سازگاری کنش‌های فردی کافی است. ناپیوستگی وهله نخست برنامه‌های عامل‌های اقتصادی به اعتبار دگرگونی‌های سیستم قیمت‌ها به پیوستگی کامل و کلی که توسط تعادل عمومی بازار بنمایش در می‌آید، تبدیل می‌شود.

بحث‌هایی که پیرامون این دریافت برانگیخته شد، امکان داده است که نشان داده شود:

۱- مدلی که والرایی (بنام «مقوم حراج» (۱۳)) برای بررسی اقتصاد نامتمرکز، فرض اساسی ساختاری اقتصادهای ناب مورد علاقه والرایی‌ها ساخته، در واقع این عدم تمرکز را با فرض بازار تعمیم یافته که به وسیله مقوم حراج متمرکز می‌شود، از مفهوم خود تهی می‌سازد. از این رو، تقابلی که اغلب میان بازار تعمیم یافته و برنامه ریزی متمرکز بعنوان دو مدل بدیل محاسبه اقتصادی، یکی بکلی متمرکز و دیگری بکلی متمرکز نمایش داده می‌شود، نادرست است. در واقع، اگر مسئله تحقق تعادل و شکل‌بندی سیستم قیمت‌های متعادل را در هم آمیزیم. در این صورت موضوع عبارت از دو روایت از یک مدل متمرکز، یکی بر پایه مقوم حراج و دیگری بر پایه دفتر مرکزی برنامه ریزی خواهد بود.

۲- جدایی که این مدل مطرح می‌کند، جدایی افرادی است که تنها به وسیله بازار با هم پیوند می‌یابند. مفهوم آن اینست که این مدل، اجتماعی شدن بوسیله بازار را مستقل از دیگر شیوه‌های احتمالی اجتماعی شدن اقتصادی (و مخصوصاً اجتماعی شدن به وسیله تولید) و اجتماعی شدن غیراقتصادی مطرح می‌سازد و بدین ترتیب همه شیوه‌های اجتماعی شدن سطح بینابینی را حذف می‌کند. با اینهمه دستاوردهای تحلیل بینابینی (۱۴) معاصر همانند دستاوردهای جامعه‌شناسی جامعه‌های بفرنج به این اندیشیدن گرایش دارد که شکل‌بندی قیمت‌ها و درآمدها، بعنوان هسته تئوری نئوکلاسیک. مستقیماً به وسیله پدیده‌های سطح بینابینی متمرکز می‌گردند و از این رو، این شکل‌بندی تنها یک مسئله اقتصادی نیست.

۳- مسئله تضاد منافع بطور نهان یا آشکار از راه کاهش آنتاگونیسم‌های بالقوه و حذف یا خنثی کردن قدرت رقابت تنظیم می‌گردد. از این رو، بازار کانون رقابت متمدنانه و رقابت ثبات‌دهنده توصیف شده است. عامل‌ها در نبود کمیت معین فعالیت

برابرند، آنها با در نظر گرفتن قیمت‌ها بعنوان شاخص فقط می‌توانند تابع بازار شوند و بنابراین، از قیمت‌ها، ترکیب‌ها میان کمبودها و الویت‌ها و به این عنوان قیمت‌ها - قاعده‌ها تبعیت کنند. در این مفهوم اجتماعی شدن (که به اجتماعی شدن بوسیله بازار تقلیل یافته) کاملاً خنثی (۱۵) است؛ چیزی که درک جامعه بعنوان مجموعی از افراد را ممکن می‌سازد. خنثی بودن (۱۶) از پول مکملی است که به موضوع اساسی، بازار بی طرف افزوده می‌شود.

رقابت ثبات دهنده و تمدن ساز مبتنی بردست نامریی (۱۷) است و سازگاری رفتارها و منافع فردی را بعنوان اصل مسلم می‌پذیرد. این اصل مخصوصاً بتازگی بوسیله جریان‌های نهادگرا که روی اولویت اجتماعی (جامعه مقدم بر لایه بندی‌اش به گروه‌های اجتماعی و یا فردی است) یا دست کم روی اولویت پیوند جامعه - افراد درنگ دارند، رد شد است. بدون قاعده‌های معین اجتماعی سازگاری منافع فردی وجود ندارد. در این مفهوم، رقابت پیش شرط‌هایی دارد که باید برای مقابله با هرج و مرج سازمان داده شود. شلینگ نمونه عبور و مرور اتومبیل را مثال می‌آورد و نشان می‌دهد که یک پدیده اجتماعی نمی‌تواند بکلی به خود سازماندهی خود بخود واگذاشته شود. چنانکه با نبود مقررات راهنمایی مبارزه میان اتومبیل‌ها و تصادف‌های ناشی از آن خسارت‌های اجتماعی قابل ملاحظه‌ای خواهد داشت. از این رو، باید رفتارهای افراد را به ضابطه درآورد. بنحوی که فضای مانور آنها را از بین نبرد (و در واقع باید با تقابل نادرست بازار بکلی آزاد و خودسر و برنامه ریزی خودکامانه قطع رابطه کرد).

تئوری عدم تعادل (۱۸) نخستین فرارفت درونی از برخی حد و مرزهای مدل پیشین را ممکن کرده است. افراد زیر فرمانروایی بازار قرار دارند، اما بازار فرصت‌هایی برای آنها فراهم می‌کند که از قاعده‌ها و قیمت‌های تعادل فاصله بگیرند و بنابراین، مستلزم انتخاب‌های رفتار است.

یک بازار رقابت ناب و کامل در خارج از تعادل، اوضاع انحصاری بوجود می‌آورد. این اوضاع خلاف تعادل هنگامی بروز می‌کند که تمرکز کلی و فوری مبادله‌ها موجود نباشد. پس رقابت ناکامل ما را از بازار خنثی دور می‌کند و بازیهای «چانه زنی» را دوباره باب می‌کند.

شرح و توضیح‌های پیشین، درک نامتعارف از بازار را که ادگورث (۱۹) مطرح کرده بود، دوباره باب روز کرده اند. این درک اغلب به مثابه موردی خاص درون جریان وسیع مسلط تئوری محاسبه اقتصادی نئوکلاسیک ارزش یابی شده است. ادگورث بازار را به عنوان مجموعی از رابطه‌های ویژه میان افراد یا گروه‌ها مطرح کرد. بنابراین هر یک از این رابطه‌ها دوطرف معامله را روبروی هم قرار می‌دهند. هر چند محدود کردن بازار در چارچوب رابطه‌ها میان عامل‌ها قابل بحث است. اما فایده قابل ملاحظه روش او همانا توجیه وجود موقعیت‌های مختلف تعادل، قطعی نبودن نسبی نرخ‌های مبادله، تنوع ممکن قیمت‌های حتی یک کالا در مکان مقروض است. در اغلب موردها منافع طرف‌های معامله همزمان مربوط بهم و متضاد است. یعنی از یک سو، آنها نفع در مبادله دارند و از سوی دیگر، هر یک برای انحصار سود مبادله تلاش می‌ورزد. هر معامله از نوع انحصار دوجانبه، با چانه زنی، عدم موافقت و اغواگری برای مخفی کردن امتیازهای خود همراه است (قدرت انحصار هر یک همانا عرضه یک بازار، خریدار و عرضه کالاهای مطلوب و فروشنده است). آنها بازار تنظیم کننده را برای رویارویی - همکاری ترک می‌گویند. در این صورت، تئوری بازی‌ها می‌تواند بعنوان پیشنهاد اسلوب جدیدی را دخالت دهد که بطور منظم این خصلت دوگانه رابطه میان منافع، «امتیازهای» «بازیگران» و همچنین استراتژی‌هایی را که بازیگران به آن متوسل می‌شوند (استراتژی‌های احتیاط یا خطر کردن، شکل بندی شرایط، استفاده از اطلاعات و غیره را) در نظر گیرد و به ساختارهای مشخص بازار (خصلت ناهماهنگ اطلاعات، شمار بازیگران) بستگی پیدا کند.

با وجود این، هر چند شاخه مارشالی (۲۰)، مفهوم رقابت بطور اساسی تعادل دهنده را حفظ می‌کند، ولی مفهوم «تحول گرایانه» استدلال در زمینه تنظیم و متعادل سازی‌های نامتقارن را داخل کرده و برای اندیشه استراتژی‌ها، اندیشه درجه‌های آزادی بازیگران و آزادی مانور که با دترمینیسم شدید مارکس و والرس گسست دارد، جای مهمی قایل است و از گزینش‌های تنظیم درتئوری عدم تعادل بسی فراتر می‌رود.

بنظر می‌رسد که تحول تئوری نئوکلاسیک بازار ناشی از توجه به بازار بغرنج بجای بازار ساده است. در حقیقت، بازارهای مارکسی و والرسی با تعیین کننده‌های کم شمار، نتیجه واحد، رفتار واحد تنظیم و قاعده ابتدایی مدیریت اجبارها بازارهای ساده هستند. بازار بغرنج با شمار زیادی از تعیین کننده‌ها (شرایط تولید، تقاضا، سیاست رقابت کنندگان و خطرهای آغاز ...) و شکل‌های نامطمئن بنا بر تبیین کننده‌ها روبروست. بعلاوه، بازیگران بر پایه این تبیین کننده‌ها عمل می‌کنند. در واقع،

اگر آنها بکلی بی انعطاف باشند، تعادل ها در آنها با اشکال روبرو خواهد شد. انتخاب ها و استراتژی ها باید نشان دهند که کدام هدف ها برتری دارند: یعنی کدام اجبارها باید اجابت و از فشار کدام اجبارها کاسته شود و چگونه باید رعایت نسبی اجبارها را با روش تأمین بازتولید در آمیخت.

زیادی کنونی اندیشه ها در زمینه گسست با دریافت والرسي بازار از کوشش ها برای پیوند دادن بازار و تولید برپایه تولید که نزد برخی کینزی ها (۲۱) و پاره ای شومپتری های جدید دیده می شود، تغذیه شده است.

اگر همانطور که شومپتر (۲۲) می پنداشت، رقابت قبل از هر چیز با پویایی نوآورانه متمایز می گردد، پس روندی است که عدم تعادل و فعالیت بوجود می آورد. در اینصورت بازار رقابت میان مؤسسه ها، نقش محرک آنها و مشروط بودن تقاضای آنها را نشان می دهد و دیگر مکان دیدارهای عامل ها با مقررات یکسان و قدرت های برابر نیست. تقاضا ایجاد می شود، این اندیشه ای است که آن را بشکل متفاوت نزد کینز می بینیم.

بعقیده کینز بازار باید در چارچوب دوران (Circuit) قرار داده شود. بازار پس از تولید بعنوان مکان برخورد عرضه - تقاضا، مکان تبدیل کالا به پول و نیز به مثابه روند انطباق سازی دخالت می کند. اما این انطباق سازی یک مکانیسم تاب مبادله نیست، بلکه چارچوب بندی شده است: زیرا از برنامه های کارفرمایان تبعیت می کند: یعنی از مجرای سیر قیمت ها، توزیع به انباشت متمایل می گردد. مؤسسه ها قیمت ها را معین کرده و قاعده هایی را که آنها برای کاربرد به بازار عرضه می دارند، تعیین می کنند. این قاعده ها از روند برابری نتیجه نمی شوند. شرکت ها آنچه را می خواهند نمی توانند انجام دهند؛ با اینهمه، این آنها هستند که فعال اند.

جریان های کینزگرا برهان کینز در زمینه ناپایداری اقتصادهای زیر فرمان بازار، بی اطمینانی ناشی از این اقتصادها و نتیجه های اش در ارتباط با قراردادهای را پذیرفته و دنبال کرده اند. کینز نشان داد که چگونه بازار در درازمدت زیر آماج الزام های ثبات سازی (پرهیز از نواسان های متناوب که مانع سرمایه گذاری است) قرار می گیرد. به عقیده او ناپایداری از ناستواری زیاد پایه های پیش بینی ها ناشی می شود. تصمیم های اقتصادی به شرایط خطر احتمالی رویدادهای مکرر (احتمال شیر یا خط) موکول نمی گردد و برای آنها احتمال بطور منطقی از تواتر، اما در شرایط ناپایداری ویژه اطلاعات نادر ناشی می گردد. با اینهمه، کینز می گوید: چگونه باید فهمید اقتصادی که در آن کمیت اساسی اقتصاد کلان، سرمایه گذاری، بطور فاحش متغیر است، چون پیش بینی های طولانی بسیار ناپایدارند، می توان حداقل ثبات را حفظ کرد و بنابراین، در زمان بدون نوسان های بسیار زیاد به بازتولید پرداخت.

برخلاف انتظار ناپایداری منجر به برتری دادن شیوه های پیش بینی مرسوم می گردد. بهترین راه حل هنوز ایجاد می کند که حالت موجود حفظ گردد، مگر این که دلایل ویژه در کار باشد. «ما در پراتیک، بر حسب یک قرارداد واقعی فرض می کنیم که ارزش یابی کنونی بازار، به هر ترتیبی شکل گرفته باشد. بملاحظه شناخت کنونی رویدادها، که بر بازده سرمایه گذاری اثر می گذارند، یگانه چیز درست است.» برعکس، ارزش یابی مرسوم در مورد رویدادهایی که آن را زیر سؤال قرار می دهند، در معرض دگرگونی های ناگهانی و کیفی قرار می گیرند.

همچنین طرفداران کینز نشان می دهند که روند تولید سرمایه داری مستلزم قراردادهای مدت دار است و بُعد زمانی دارد؛ یعنی کارگران را به خدمت می گیرند، به آنها پیش از فروش محصول شان مزد می پردازند؛ وسایل تولید می خردند که تنها در چند دوره سودآورند. پیش از فروش محصول مواد اولیه می خردند و نمی توانند در مسیر روند تولید از حرکت باز ایستند. به کوتاه سخن، آنها سرمایه را پیشرفت می دهند.

البته، این امر مستلزم چسبندگی نسبی قیمت هاست که تعیین نرخ های مبادله در بازار را به قالب در می آورد. اگر نوسان های زیاد قیمت ها وجود داشته باشد. هیچ پیش بینی ممکن نخواهد بود و برای کارفرمایان خطر زیان های عظیم وجود خواهد داشت. از این رو، قرارداد مدت دار، مزد پولی، برای ایجاد ثبات قیمت ها باید دقیق و استوار باشد. این چسبندگی به شیوه نهادی ناگزیری در شیوه تولید سرمایه داری تبدیل شده و بنا بر تصمیم قراردادهای و شکل های نه صرفاً کالایی قرارداد به اصل مهمی که قرارداد دسته جمعی است، دست یافته است.

این بررسی ها می توانند به بررسی های عام در زمینه دگرگونی های ساختاری سرمایه داری معاصر نزدیک شوند. این دگرگونی های ساختاری همزمان بر پایه سیر توسعه - وخامت مناسبات کالایی سرمایه داری و سیر متضاد نفی - فرارفت از این مناسبات تحت تأثیر روند اجتماعی شدن تولید و اقتصاد متمایز می گردد. تأثیر در قیمت ها و بازارها مخصوصاً به

درآمیزی تنظیم های کالایی و غیر کالایی آنها مربوط می گردد. بخصوص این گسترش سازمان هاست که گروه های فشار افزایش می دهد و درآمدها، در جای نخست دستمزدها و همزمان گروه های اقتصادی و اجتماعی - سیاسی و نیز نهادی کردن چانه زنی ها یا مذاکره ها را که لازمه وفاق است، بوجود می آورد.

مفهوم آفرینی کینزی بازار همچین اندیشه ناهمگونی بازارها را فارغ از فرمالیسم نئوکلاسیک که آنها را همگون فرض می کند، در بر می گیرد. در زمینه ثروت ها، اکنون بازار ثروت های تولید و بازار ثروت های مصرف رویاروی هم قرار دارند زیرا نوع پیش بینی در آنها متفاوت است و تقاضا کنندگان در آنها در همان وضعیت (مؤسسه ها، خانه داری ها) قرار ندارند. بازار کار جنبه خاص دارد. کار که یک کالای ویژه است، از معادله عرضه - تقاضای سنتی پیروی نمی کند. چون تقاضای مؤثر است که شغل را تعیین می کند. یعنی تقاضا بطور اساسی به قیمت بستگی ندارد. بازارهای مالی بنا بر وظیفه گمانه زنی و پیش بینی ویژگی خاص خود را دارند.

### ۳- بازار و سازماندهی

همانطور که دیده می شود، آشکار شده است که دو سنت بزرگ اقتصاد سیاسی برای اندیشیدن به بازار چندان مجهز نیستند.

برای سنت کلاسیک - مارکسیستی که تنها روی تولید حساب می کند. قیمت نه به مبادله بلکه به تولید بستگی دارد. رابطه های اساسی رابطه های تولیدند، اما این رابطه ها در اقتصاد سرمایه داری به الزام های فنی محدود شده اند. بازار هیچ بعدی ندارد.

از نظر سنت مسلط نئوکلاسیک (والرسی) بازار رابطه مبادله ناب خودبخود و بدون سازماندهی آشکار است. عامل ها همچون اتم ها هستند.

درک صوری بازار که در حقیقت مکانی بی شکل است، و ما پیشتر فرارفت کم و بیش پیشرفته تر از آن را از نظر گذرانیم، توسط جریان های نهادگرایی با وضوح بیشتری انتقاد شده است. هماهنگی فعالیت های اقتصادی تنها از مداخله داد و ستد کالایی نتیجه نمی شود، بلکه مجموع نهادهای اقتصادی و اجتماعی را به بررسی فرا می خواند. در جالب ترین روایت ها، بازار به مثابه یک سازمان درک شده است. بطور کلی نمی توان بازار و مؤسسه را به عنوان شکل های بدیل تخصیص اعتبار، «کالایی» و «غیر کالایی» جدا کرد. بازار تنها «کالایی» نیست. باید بجای اندیشیدن به هم کناری (juxtaposition) کالایی و غیر کالایی یگانگی آنها را درک کرد.

هایک (۲۳) نشان داده است که مدل والرس می تواند وابستگی بفرنج متقابل تخصیص های منابع را در اقتصاد نمایش دهد، اما نمی تواند مسایل دینامیک را که جامعه معمولاً با آن روبرو می گردد، ترسیم کند. بجای جستجوی مدل تعادل عمومی، او از شیوه مبتنی بر روند سازگار کردن برنامه های خودبخود متنوع عامل های اقتصادی بر پایه آزمون ستایش می کند.

نهادگرایان جدید می کوشند با تدوین تئوری اقتصادی نهادها تحلیل گوهرگرایانه بازار را به سیستم درآورند. با اینهمه تحلیل های بسیار متفاوتی در شمار نهادگرایی قرار دارد. برخی ها که به روش اسلوبی نئوکلاسیک بسیار نزدیک اند (مانند جریان حقوق مالکیت) نهادهای اجتماعی را همچون حالت های ویژه داد و ستدهای کالاها میان افراد تلقی می کنند و برخی دیگر آنها را به مثابه بدیل هایی برای این نوع داد و ستدها مطرح می سازند. مشهورترین کوشش در گروه اخیر به ویلیامسون تعلق دارد.

هدف ویلیامسون تفسیر همه شکل های سازماندهی رابطه های اقتصادی است که از یک سو، بعنوان شکل های نهادی مربوط به تخصیص منابع و از سوی دیگر، بعنوان کار داد و ستدها (بطور اساسی کارهای مربوط به مبادله که ویلیامسون در این خصوص به هیچ وجه از نمونه کلاسیک دور نمی شود) تعریف شده است. مخصوصاً او، مؤسسه و همه شکل های رابطه های بازار (قراردادهای کلاسیک خرید - فروش، قراردادهای ویژه، معامله ها با دخالت دولت ...) را بررسی می کند.

او بجای قبول این شکل ها بعنوان برون زا، آنها را توضیح می دهد و بجای اعتناء به تقسیم دوگانه والراسی: یکی مؤسسه که به عمل تولید محدود و دیگری بازار که به مکانیسم تخصیص منابع منحصر می گردد، آنها را بعنوان شیوه های بدیل تخصیص تحمیل می کند.



اصولی که اصلاح‌های نهادی را توضیح داده و داد و ستدها (شرایط مذاکره، تضمین‌های عملی کردن سازگاری‌ها ...) را سازمان می‌دهد، اصل کم کردن ارزش‌های معامله‌هاست. در آن هنوز الگوی نئوکلاسیک دیده می‌شود. از این رو، ویلیامسون متمایز از کسانی است که شکل‌های سازماندهی را در ارتباط با قدرت توضیح داده و تفسیرهای اجتماعی - سیاسی را بیشتر از تفسیرهای اقتصادی بمیان می‌کشند.

با اینهمه، متدولوژی او مبتنی بر استفاده از سهم‌هایی از حقوق، اقتصاد و تئوری‌های سازماندهی است. تئوری قرارداد (مانند تئوری نئوکلاسیک رقابت) کمتر تلاش می‌کند توضیح دهد که چگونه کشمکش‌ها میان افراد حل می‌شوند و چگونه تنظیم‌های نهادی کشمکش‌های بالقوه و عامل‌ها را پیش‌بینی می‌کنند و آنها را تخفیف می‌دهند. در هر قرارداد، طبیعتاً از جمله در قرارداد مبتنی بر بازار گذشته، مثل عمل ابتدایی خرید و فروش، تعهدهای روشن و همچنین تعهدهای مهم، ضمنی وجود دارد که در میان آنها قبول رعایت تعهدهای روشن در جای نخست قرار دارد. با وجود این، در شرایط فقدان قاعده‌ها و قرارهای - روشن یا مرسوم - هیچ چیز تضمین نمی‌کند که طرف‌های معامله «صادقانه» رفتار کنند و تا آخر به تعهدهای خود وفادار بمانند. منافع معمولاً خودبخود متفاوت فردی، بمحض پایان یافتن قراردادی که بر مبنای قیمت‌سازی اتحادشان را سازمان می‌داد، دوباره سر بر می‌آورد. از این رو، افرادی که می‌خواهند از امتیازهای همکاری بر پایهٔ معامله‌ها (افزایش فایده‌مندی به اعتبار قرارداد بسته شده، مبادلهٔ ثروت‌ها ...) سود ببرند، در راه موافقت‌هایی تلاش می‌ورزند که بتوانند به آن اعتماد کنند. موافقت‌ها شامل ماده‌هایی هستند که امضاءکنندگان قرارداد را به رعایت تعهدهای شان (موافقت‌های «خودالزامی») وا می‌دارد. بدین سان مصلحت‌بینی می‌تواند فراتر برود و افزایش بعدی سودهای ملحق را، البته با روش کم و بیش مؤثر تضمین کند (ضمانت اجرایی می‌تواند از ضمانت اجرایی مالی یا جزایی یا مذمت اخلاقی را شامل شود. اهمیت آنها نسبت به امتیاز سودمندی مصلحت‌بینی همیشه نسبی است. آنها رسم‌ها یا «اخلاق معامله‌ها» را هنگامی که هیچ‌بهایی ندارند، رعایت می‌کنند؛ اما اگر این «اخلاق» محل سودهای مهم گردد، کم‌تر آن را رعایت می‌کنند).

اهمیت مصلحت‌بینی ناشی از آن است که بر معامله‌ها از لحظه‌ای که بطور بالقوه وجود دارد، اثر می‌گذارد. لازم نیست که همهٔ افراد رفتار مصلحت‌بینانه داشته باشند تا هر طرف معامله بتواند از رفتار مصلحت‌بینانه غیر خوداندیشناک باشد. ویلیامسون برای بسط تحلیل خود تحلیل گوه‌رگریانه را در برابر تحلیل فرمالیستی نئوکلاسیک قرار می‌دهد. طبیعت معامله‌ها اهمیت دارد. از این رو، باید تفاوت‌های شان در نظر گرفته شود: مانند اهمیت خصلت محدود معقولیت، خطرهای مصلحت‌بینی، توجه به موضوع شایستگی افراد مختلف بر حسب طبیعت معامله‌ها و مخصوصاً ویژگی‌های دارایی‌هایی که انتقال داده می‌شود، درجهٔ بی‌اطمینانی و وفور معامله‌ها و بالاخره اصلاح‌های نهادی مطلوب.

ویژگی که مشخص کردن آن جالب و سودمند است، نقش مخصوصاً روشنی ایفاء می‌کند. دارایی ویژه دارایی است که ارزش آن در داد و ستد از ارزش در هر کاربرد دیگر بالاتر است. ویژگی می‌تواند کم و بیش زیاد باشد و بالمآل به همهٔ انواع دارایی‌ها، اعم از مادی و غیر مادی (وسیله‌هایی که مخصوصاً برای ساختن ثروت‌های خاص بکار می‌رود، ویژگی‌ها در زمینهٔ منطقه‌ای کردن، علم و آگاهی در دایره‌ای فراتر از فعالیت در مؤسسه خود) مربوط می‌گردد. در این حالت، طرف‌های قرارداد نسبت به آنچه در داد و ستد انجام می‌گیرد، توجه زیادی دارند. هنگامی که مسئله عبارت از تجدید قرارداد است، امکان‌های رفتارهای مصلحت‌بینانه فزونی می‌یابد (رجوع کنید به تجدید موافقت‌ها میان کوبا و داویدوف یا تجدید امتیازهای مورد موافقت کلوپ مدیترانه در برخی کشورها). بعلاوه شمار طرف‌های قرارداد بالقوه‌جانشین ناپذیر است. همچنین ویژگی هنگامی نقش ایفاء می‌کند که موضوع عبارت از تجدید قراردادی است که در جریان اجرای آن یکی از طرف‌های قرارداد بر ویژگی دارایی‌هایی که عرضه می‌دارد، افزوده است (مانند کارگری که استخدام شده و در محل کار آموزش فنی دیده است ...)

در این شرایط، رابطهٔ کالایی حاصل خطرهایی است که البته، اهمیت چانه‌زنی و مصلحت‌بینی را بواسطهٔ خطر گسست مذاکره‌ها و امکان هر یک به بازی رقابت یعنی فراخواندن طرف قرارداد بالقوهٔ دیگر، محدود می‌کند. عکس آن این است که تداوم قرارداد بسته شده میان شریکان مفروض در نظر گرفته نمی‌شود. رابطه‌های کالایی غیر شخصی و بی‌نام‌اند. هنگامی که ویژگی دارایی‌ها خیلی زیاد (و بنابراین، با احتمال بازار محدود) است، رابطهٔ کالایی اثر کمی دارد.

بنا بر توضیح ویلیامسون، در حقیقت باید بررسی شرایط مذاکره در بازار (رقابت پیشین) را با بررسی ویژگی های بعدی قرارداد و تجدید قرارداد تکمیل کرد. مذاکره و امضای قرارداد ابتدایی راه را به روی مرحله جدید اجرا و رقابت بعدی هنگام تجدید قرارداد می گشاید.

الف - تجدید قرارداد. وجود رقابت شدید آغازین به معنای این نیست که چنین رقابتی بعد هم وجود خواهد داشت. همه چیز به ویژگی دارایی های مورد بحث (موضوع معامله) بستگی دارد. هنگامی که ویژگی وجود ندارد، فاتح پیشین رقابت میان عرضه کنندگان هیچ امتیاز دوامداری نسبت به سایر عرضه کنندگان ندارد. بعکس، هنگامی که ویژگی دارایی ها وجود دارد، رقیبان کم مایه دیگر با عرضه کنندگان زنده برابر نیستند (هرگاه رابطه پیشین بی پایان برسد و خطر از دست رفتن ارزش بالقوه ویژگی وجود داشته باشد)، با اینکه قرارداد کاملاً رقابتی بود، تجدید قرارداد در نظام انحصار دوجانبه صورت می گیرد. ویلیامسون این پدیده را دگرگونی اساسی می نامد؛ زیرا بجای علاقمند شدن به محیط داد و ستدهای بی نام، محیطی بوجود می آید که در آن هویت طرف های قرارداد مؤثر است.

ب - اجرای قرارداد. اغلب بررسی ها در زمینه داد و ستدها از اصل «مرکزیت قانونی» که نتیجه درک والراسی از بازار است. استفاده می کنند. طبق آن در صورت بروز کشمکش ها پیرامون یک قرارداد محکمه های دادگستری مسئله را بطور مؤثر و بدون بها حل و فصل می کنند. از این رو، گفته می شود که قراردادها کامل اند. بدین ترتیب ما در کنار تاجر دوره گرد والراس که بطور رایگان اطلاعات کامل را ارائه می دهد، تنظیم کننده قراردادها را داریم که اجرای کامل آنها را بطور رایگان تضمین می کند. اما تجربه نشان می دهد که قراردادها چندان کامل نیستند. دخالت دادگستری هم پرخرج و هم کند و کم تاثیر است و به مصلحت بینی (مغلطه قضایی) دامن می زند و قاضیان نیز معقولیتی محدود دارند. به این دلیل، طرف های قرارداد در اندیشه سرنوشت قرارداد و دفاع از خود به ابداع شیوه های سازماندهی و مدیریت قراردادهای مناسب می پردازند. چنین اصلاح های نهادی درستی قراردادها را مد نظر دارد. برای اینکه قراردادها بتوانند دوامدار باشند و تجدید شوند، لازم می آید که مجریان آن به رفتار درست تشویق و برانگیخته شوند.

هرگاه بازار و نیز مؤسسه ارزش های معامله را رقم زنند، سهم داخلی - خارجی بودن به طبیعت معامله ها یعنی مضمون شان بستگی خواهد داشت. توضیح شکل های متنوع معامله ها، شبیحی که از مؤسسه تا بازار مزایده ها در گردش است، از آنجا ممکن می گردد. بازار هنگامی که ارزش های معامله فوق العاده بالاست، نمی تواند تخصیص برخی ثروت ها را تنظیم کند و رابطه ارزش - فایده را روشن کند و بالمآل قیمتی را بنیان نهد.

تکیه بر ارزش معامله ها و بنابراین مدیریت منابع بنظر ما کاملاً جالب جلوه می کند. حتی با باقی ماندن در چارچوب روش اسلوبی نئوکلاسیک نمی توان همواره پذیرفت که تخصیص منابع و اختصاص دادن ثروت ها برای شغل های تولیدی روندی بکلی بی بها و آنی (بنابراین بی ارزش در زمان) است.

پس باین دلیل لازم می آید که تحلیل «اقتصاد گرایانه»، «فن سالارانه» با وارد کردن بُعد اجتماعی - سیاسی رفتار مؤسسه توسعه داده شود. اصلی که طبق آن صرفه جویی ارزش های معامله برای همه مفید است و تنها به این دلیل برقرار می گردد که هر کس در آن نفع دارد، آشکارا فرضیه ای جسورانه و مطابق با سنت نئوکلاسیک است؛ اما باید پیشرفت داده شود.

#### ۴ - برای بازسازی یک تئوری اجتماعی - انتقادی بازار و کالاها

یک تحلیل اجتماعی - انتقادی در زمینه بازار در جای نخست، می تواند از آموزش های بررسی جامعه های غیرکالایی و غیر سرمایه داری تغذیه کند. می دانیم که در قوم شناسی جریان گوهرگرا که بازار را به مثابه یک نهاد، نه مکانیسم طبیعی و خودبخود تعریف می کند. نقطه مقابل شکل گرایی الهام گرفته از اقتصاد نئوکلاسیک قرار دارد. این جریان اسطوره انسان اقتصادی (۲۴) شکل گرایان را که رفتار سودگرانه برخی عامل های اقتصادی معاصر را به تمام جامعه ها تسری می دهند، افشاء کرده و بر عکس ثابت کرده است که در برخی جامعه ها گونه ای طراز کار اقتصادی و کلی دارند که با طرز کار اقتصادی جامعه های کالایی متفاوت است. اقتصاد در آنها جنبه هژمونیک و مستقل ندارد، بلکه تابع دیگر «آمریت ها» (ایدئولوژی، مذهب و سیاست) است که پولانی آن را «گنجیدگی» می نامد (۲۵).

سهم اصلی این جریان فکری روشن گردانیدن ویژگی منطق کالایی و اثبات این نکته است که این ویژگی منطق عام نبوده و شماری از جامعه‌ها روی پایه‌های دیگر عمل کرده‌اند. همگونی ثروت‌ها وجود ندارد و مبادله تعمیم یافته عمل نمی‌کند. ثروت‌ها در جامعه‌های ابتدایی (۲۶) به نوع‌های متمایز و رتبه‌بندی شده (ثروت‌های معیشتی، ثروت‌های حیثیتی، به عبارت دیگر ثروت‌های معیشتی - ثروت‌های تجملی - ثروت‌های گرانبها) تقسیم شده‌اند. انجام مبادله بین گروه‌ها دشوار و حتی ناممکن است، حال آنکه درون هر گروه مبادله به آسانی صورت می‌گیرد.

رتبه‌بندی ثروت‌ها نمایشگر رتبه‌بندی ارزش‌های مربوط به فعالیت مختلف اجتماعی و نقش مسلط مناسبات خویشاوندی یا مذهبی در جامعه بود. ثروت‌های بسیار امکان می‌دهند که به کارهای اجتماعی پردازش که برای آنها سابقه اجتماعی بسیار شدیدی وجود داشت، دست‌یازیده شود. به این دلیل کمبودهای مصنوعی بوجود آمد. هر چند ثروت‌های حیثیتی می‌بایست زیر امریت افراد نماینده منافع همبود دور از دسترس دیگران نگاهداری شود، ولی بطور کلی زنان به آن دسترسی داشتند.

وجود رابطه‌های مبادله مفهوم اجتماعی بفرنجی دارد که ما را بکلی از تحلیل نئوکلاسیک مبادله سود ورزانه فردی دور می‌کند. در پی مالینوسکی، موس نشان داده است که «در اقتصادها و حقوق پیش از ما تقریباً هرگز وجود مبادله نعمت‌ها، ثروت‌ها و محصول‌ها میان افراد در بازار گذشته تأیید نمی‌شود. نخست این نه افراد، بلکه جمعواره‌ها هستند که بطور متقابل متعهد می‌شوند، مبادله می‌کنند و قرارداد می‌بندند. افراد آماده برای بستن قرارداد، شخصیت‌های معنوی، طایفه‌ها، قبیله‌ها و خانواده‌ها هستند که بصورت گروهی یا بوسیله رئیس‌ان خود و یا همزمان بهر دو طریق در جای معینی روبرو و رویاروی هم قرار می‌گیرند. بعلاوه، آنچه آنها مبادله می‌کردند، نعمت‌ها و ثروت‌های منقول و غیرمنقول و شئی‌های مفید از لحاظ اقتصادی نبود. این مبادله قبل از هرچیز تبادل ادب و احترام، ضیافت‌ها، آداب مذهبی، خدمت‌های نظامی، مبادله زنان، کودکان، رقص‌ها، جشن‌ها و بطور کلی بازار مکاره‌ای بود که بازار آن فقط یکی از لحظه‌ها بود و گردش ثروت‌ها در آن تنها یکی از رابطه‌های بسیار کلی و اما همیشگی قرارداد را در بر می‌گرفت. خلاصه اینکه این دهش‌ها و وادش‌ها اغلب به صورت پیشکش‌ها و هدیه‌ها داوطلبانه انجام می‌گرفت، هر چند آنها بر اثر جنگ‌های خصوصی و عمومی جنبه سخت‌اجباری پیدا می‌کردند. پیشنهادمان این است که همه این‌ها سیستم دهش‌های کلی نامیده شوند» (۲۷)

هنگامی که بازار در جامعه‌های نخستین بوجود آمد، غرق در آداب مذهبی و اسطوره‌ها بود. جنبه اقتصادی جنبه اجتماعی را تضعیف نمی‌کرد.

در جامعه‌های باستانی هم وضع از این قرار بود. تفسیری که پولانی از طرز کار یک خرده‌فروش آسوری در عصر هامورابی ارائه می‌دهد، روشنگرانه است. تاجران تا آنجا که معاش‌شان را از راه سود تأمین نمی‌کردند، سوداگر نبودند. آنها از حیث موقعیت اجتماعی تاجر بودند و بابت حق عمل‌کاری‌ها یعنی بخاطر بگردش درآوردن کالاها اجرت می‌گرفتند. «قیمت‌ها» معادل‌هایی بودند که بنا بر مصرف و قانون تعیین می‌شدند و تا دیرباز تغییر نمی‌کردند. مسئله عبارت از یک تجارت‌اداری بود یا بوسیله قرارداد رهبری می‌شد و از این رو، تجارتی سوداگرانه نبود.

پولانی نیز جامعه‌های مبتنی بر موقعیت اجتماعی (status) را در برابر جامعه‌های مبتنی بر قرارداد (Contratus) قرار می‌دهد. «یک جامعه مبتنی بر قرارداد (Contratus) با نهادهای مستقل و انگیزش‌های خاص خود دارای قلمرو اقتصادی مبادله یعنی قلمرو بازار است. از سوی دیگر، وضعیت اجتماعی با وضعیت بسیار ابتدایی - که تقریباً همراه با معامله متقابل و توزیع است، مطابقت دارد. تا مدت‌ها این نوع یکپارچگی برتری داشت. به شکل بندی مفهوم‌های اقتصادی نیازی نبود. عنصرهای اقتصادی اینجا در نهادهای غیر اقتصادی گنجدیده بود و روند اقتصادی در بطن رابطه‌های خویشاوندی، ازدواج، گروه‌های سنی، انجمن‌های سری، مجمع‌های توتمی و آداب زندگی جمعی بسط می‌یافت. تجربه «زندگی اقتصادی اینجا هیچ مفهوم روشنی نداشت» (۲۸)

به عقیده گوه‌رگرایان اختلاف زیاد میان اقتصادهای قدیم و اقتصادهای معاصر همانا تکیه روی بازار، بازار مستقل و خود تنظیم جامعه‌های بورژوازی، بازار ناموجود گنجدیده در مسئله‌های اجتماعی جامعه‌های دیگر است. با اینهمه، به گفته س. مییاسو، اگر درست است که اقتصاد در جامعه‌های باستان با بافت اجتماعی ممزوج و تابع طرح‌های سیاسی یا رتبه‌بندی‌های اجتماعی است، در جامعه بورژوازی نیز اقتصاد بهمان اندازه داخل در مسئله‌های اجتماعی است. همانطور که تئوری کالای مارکس بر آن تأکید دارد، آنچه (چون کالا، بازار ...) صرفاً اقتصادی بنظر می‌رسد، تبلور رابطه‌های اجتماعی است.

همچنین، پولانی لیبرالیسم اقتصادی را به مثابه غیراجتماعی شدن اقتصاد تصور می کند، اقتصادی که دیگر «گنجیده» نیست، بلکه دنیایی ویژه را تشکیل می دهد (۲۹). بازار مدرن مستقل می شود. در صورتی که پیشکش یا مبادله با درآمیختن با جنبه های اقتصادی، مذهبی و حقوقی پدیده های «کلی» اجتماعی بودند (موس). آیا این مستقل شدن واقعی است یا ظاهری، آیا بعد اجتماعی از میان رفته یا فقط ناپیداست؟ آیا بازار و قیمت به پدیده های صرفاً اقتصادی تبدیل شده اند یا همواره پدیده های کلی اجتماعی اند؟ آیا اقتصاد تنها با قانون های اقتصادی می تواند توضیح داده شود؟ آیا این قانون ها داده های اجتماعی را پنهان نگاه میدارند؟

البته، لیبرالیسم خود را به مثابه جریان عادی سازی اقتصاد، آگاه به الزام ها و قانون های اقتصادی وانمود می کند. اما آیا این قانون ها می توانند مستقل از گزینه های اجتماعی تعریف شوند؟ در آخرین تحلیل، آیا پولانی خود را به فریفتاری لیبرالیسم وانمی گذارد.

چنین ابهامی در بررسی دگرگونی مهم که نویسنده استقلال اقتصاد را بنا بر «مصلحه»ها، «تدابیرهای حمایت از جامعه» حک و اصلاح می کند، وجود دارد. تنظیم هایی که با بازی آزاد بازار «برخورد می کنند» از آنجاست. در این لحظه، استقلال بشدت در مخاطره است. در واقع، از یک سو، اغلب می توان فکر کرد که منطق کالایی که به مثابه منطق نفع فردی درک شده، مسلط می شود، اما جنبه هژمونیک ندارد و با بقایای غیرکالایی و همچنین با شکل های غیر کالایی مدرن ترکیب می گردد و از سوی دیگر، منطق کالایی نمی تواند به منطق اقتصادی تقلیل داده شود، بلکه باید به مثابه منطق اجتماعی درک گردد. سهم مارکس در این زمینه نباید فراموش شود.

در حقیقت، تئوری کالای مارکس بشرط رهایی از درک ریکاردویی و نوریکاردویی ارزش می تواند به بازسازی اجتماعی - انتقادی بازار کمک کند. مسئله گزاری مارکس، علاوه بر اینکه روی تضادها و تقابل ها درنگ دارد، طرحی بسیار مفید در زمان ایده آلیزه شدن بازار برای تئوری بازار بعنوان شکل سازماندهی و همچنین مکان تضادها است و فایده ای دوگانه برای این هدف دارد:

- این مسئله گزاری از تحلیل ساختارها آغاز می کند؛ ساختارهایی که انگیزه ها و رفتارهای «عامل های اقتصادی» را سازمان می دهند. همانطور که یادآور شدیم، این اصل می بایست با دخالت دادن تأثیر مجموع ساختار به کمال منطقی اش برسد، کاری که مارکس به آن نپرداخته بود. پس رفتارهای کالایی (با روحیه های آزادی شان) می توانند بمتابله بعدهای مختلف (اقتصادی، سیاسی، ایدئولوژیک) درک شوند، نه اینکه فقط بیان قلمرو اقتصادی که در نهایت تعیین کننده فرض شده، تلقی گردند. تحول این رفتارها، بعنوان تحول شکل های بازار و ناهمگونی شان می تواند با تحول مجموع ساختار اجتماعی در متن تئوری کالاهای پیوند داده شود.

- این روش روی مفهوم اجتماعی مقوله های اقتصادی و مخصوصاً کالایی پافشاری کرده و تعیین ارزش های اجتماعی کار (خصلت دوگانه کار) را به مثابه شکل اجتماعی ناشی از محصول کار در شرایط معین اقتصادی - اجتماعی تعریف می کند. بازار یک شیوه اجتماعی سازماندهی کار است که در اندیشه تخصصی شدن یا تقسیم کار خلاصه نمی شود؛ زیرا این تقسیم کار از زمان تقسیم جنسی کار در قبیله ابتدایی در هر جامعه وجود دارد. بنابراین واقعیت ما برای درک ویژگی منطق کالایی نقطه حرکت مناسبی در اختیار داریم. همانطور که نشان داده شد، مارکس نه تنها این طرح را که تحت تأثیر رابطه سرمایه - کارمزدبری قرار گرفت، به فرجام نرساند، بلکه تحلیل را با نمایش بازار بعنوان یک کار صرفاً پدیده ای نیز به فرجام نرساند. مقوله کالری مارکس توانا به روشن گردانیدن طرز کار بازارهای ما نیست. برون رفت از این وقفه ها و پی ریزی تئوری بازارها و کالاهای مستلزم بازنگری مقوله کالاست. ما با تأکید بر بغرنجی و ناهمگونی مفهوم کالا و متمایز کردن منطق کالایی به عنوان شکل مبادله (مبادله ثروت ها) و منطق کالایی بمتابله شکل تولید (مبادله کالاهای) اصل بازسازی - فرارفت از چارچوب پایه لازم را پیشنهاد می کنیم. این اصل می تواند استفاده مؤثر از سهم اساسی مارکس، و جه تمایزش با دیگران، فراتر از مبادله ثروت ها، سنجش مبادله های کارها را بعنوان رابطه های میان انسان ها به جای مسئله ساده سهم نهاده های جسمانی (۳۰) ممکن سازد (۳۱).

کالا به مثابه رابطه اجتماعی تعریف شده است. اما باید مشخص کرد که مسئله عبارت از کدام رابطه اجتماعی است. از این رو، بعقیده ما آنچه هرگز انجام نیافت همانا متمایز کردن کالا زیر تأثیر گردش و متمایز کردن کالا زیر تأثیر تولید است.

برخی کالاها بنا بر تأثیر ناب گردش وجود دارند. یعنی از تولید با وسیله کار نتیجه نمی شوند که بتوان آنها را کار مجرد تعریف کرد. مثل ثروت هایی که از تولید به معنای خاص آن نتیجه نمی شوند. (فروش یک زمین، یک اثر هنری ...). این ثروت ها یک ارزش استعمال و یک ارزش مبادله دارند (نه ارزش). این بازار است که در مبادله این ارزش استعمال را در بیان می آورد. ثروت به کالا تبدیل شده و بعنوان کالا مبادله شده است (در خلال تبدیل آن به پول، این ثروت بر پایه مبادله و تنها بعنوان ثروت قابل مبادله به معادل همه کالاهای دیگر تبدیل می شود). این روندی است که مرکانتی لیست ها به تحلیل آن پرداختند و این پیدایش اقتصاد سیاسی را نشان می دهد، زیرا نمایشگر تعمیم شکل ارزش مبادله است.

میان کالاهای زیر تأثیر گردش، نرخ مبادله معین برقرار می گردد: نرخ مبادله میان کالا و پول که قیمت نام دارد؛ و نرخ مبادله میان کالاها با میانجی پول که آن را قیمت می نامند. پس ما در برابر یک مبادله تجاری (نه یک گردش کالایی که هنوز کمتر از تولید کالایی یا سرمایه داری است) قرار داریم. تولید مبتنی بر شیوه تجاری برای بازار سازمان داده نشده و توزیع محصول ها ضرورتاً بشکل مُسلط یک توزیع تجاری نیست. نرخ های مبادله بطور اساسی رابطه های میان کمیت های ارزش های استعمال با میانجی پول است که بمثابه ارزش استعمال ویژه (بسیار نادر، گرانبها، قابل ذخیره که بر این پایه ثروت معینی را مجسم می سازد) رخ می نماید. کالاها شکل های ثروت اند؛ فولکت این را «قلمرو ثروت» های مرکانتی لیست ها می داند. پول شکل ثروت و حق نسبت به ثروت است. کالا ضمن مبادله با پول حق برداشت بخش دیگری از ثروت اجتماعی را تشکیل می دهد که به قلمرو مبادله کالایی تعلق دارد.

قیمت ها چگونه شکل می گیرند؟ هیچ قاعده ای وجود ندارد که شالوده ریزی نرخ های مبادله میان شکل های ناهمگون ثروت (طلا در برابر ادویه ها، حقوق سیاسی، زمین، بردگان، زنان ...) را ممکن سازد. «چانه زنی» جنبه اساسی دارد و این چیزی است که از سوی دیگر اهمیت واسطه ها (سوداگران) را که نقش های متفاوت میان نرخ های مبادله، ناهمگونی قیمت ها ایفاء می کنند، نشان داده و همانطور که م. دب خیلی خوب آن را بیان کرد، فایده های گسترده شان را بنمایش می گذارد. از این دیدگاه، وضعیت بازارهای (داخلی و بین المللی) قرن های میانه که کار اساسی مکانیسم مبادله کالایی را در تعیین قیمت نشان می دهد، بسیار جالب است. این امر آشکار می کند که بازار مکان رویارویی میان خریدار و فروشنده است. نتیجه به تناسب نیرو بستگی دارد، رقابت حذف ناشدنی است. منظور از تناسب نیرو این مؤلفه هاست: (نیروی اجبار برای خرید و یا فروش، اینکه محصول باید فروخته شود، چون بدون ضایعه ها نمی توان ذخیره کرد و برای ادامه تولید باید به خرید مواد اولیه پرداخت، پس سوداگر از «فرصت برخوردار است»، اهمیت آگاهی از قیمت های دیگر و وضعیت بازارهای دیگر، مسئله خصلت های نامتقارن اطلاعات و غیره). وانگهی باید یادآور شد که میان خریداران، میان فروشندگان و میان واسطه ها رقابت وجود دارد. واسطه ها برای اینکه بتوانند رقابت مشتریان خود (تهیه کنندگان و خریداران) را بمنظور سود جستن از آن شتاب دهند، بخود سازماندهی می پردازند و برعکس تأثیر رقابت هایی درونی شان را محدود می کنند. این خود سازماندهی ها عبارتند از گردآمدن در انجمن های سوداگران، تشکیل راهنماها، تنظیم های درونی، قاعده های رفتار (احترام به قول داده شده در بین سوداگران) و غیره که در شکل های مختلف اتحاد، انحصار و تعاون گسترش می یابند. با اینهمه، باز رقابت درونی به تناوب به رویارویی یا مذاکره های دوباره می انجامد و آن هنگامی است که سود پس از سازش ناگهان از سود سازش فراتر می رود و در این میان یک سوداگر از موقعیت و توان جدیدی برخوردار می گردد. همه این مسئله ها برای مبادله کالاها که فقط در مبادله کالایی اجتماعی می شوند، امری ذاتی اند.

کالاها زیر تأثیر گردش و همچنین تولید قرار دارند. مبادله کالایی با تولید کالایی (که هنوز سرمایه داری نیست) همراه است. آنها به عنوان کالاها با کاری تولید می شوند که می توان آن را در مقوله کار مجرد فهرست بندی کرد. آنها یک ارزش مبادله دارند و این ارزش مبادله از حیث پایه یک ارزش دارد که بیانگر مصرف کار مجرد و عام نیروی کار طبقه بندی نشده است. این همان چیزی است که مارکس آن را در زوج خصلت مفید کار - خصلت مجرد خلاصه کرده است. در پس این زوج، روند تاریخی تبدیل محصول کار به کالاها وجود دارد که مجال می دهد همگون سازی انواع کار را بررسی کنیم و به مفهوم بسیار کوتاه «کار» دست یابیم.

پس تولید نقش اساسی در تعیین ارزش ایفاء می کند، نقشی که به عقیده مارکس تنها در تولید سرمایه داری فزونی می یابد و این آن را به این اندیشه واداشت که بازار بمثابة تعیین کننده ارزش و مبادله و قیمت به نابودی گرایش دارد. ما نشان داده ایم که در شرایط تولید مدرن چنین چیزی وجود ندارد. از این رو، باید برای دقیق کردن آن تولید کالایی ساده و تولید سرمایه داری را متمایز کرد.

در تولید کالایی ساده، جامعه یک نیروی کار اجتماعی بالقوه در اختیار دارد که پایه آن از نیروهای کار فردی، متمایز از نیروی کار واقعی، تشکیل شده که بحق مستعد فعالیت است. هر نیروی کار با معرفی داوطلبانه کار و محصول خود به جامعه و پیوستن به کاربردهای معین اجتماعاً مفید نیروی کار اجتماعی پیوستگی اش را به نیروی کار اجتماعی مسلم می دارد. تنها کار کردن و «عرق ریختن» کافی نیست، بلکه این کار کردن باید بمثابة ضرورتی برای باز تولید اجتماعی تلقی گردد. و محصول به صورت ارزش استعمال اجتماعی اختصاص داده شود. پیوستگی فقط با روند جذب یا دفع تحقق نمی یابد، بلکه با تعیین نرخ پیوستگی و تبدیل کار خصوصی به کار مفید اجتماعی که می تواند متنوع باشد و ارزش صفر پیدا کند، انجام می گیرد. این مفهوم سازی مبتنی بر تمایز میان کار خصوصی و کار اجتماعی است.

کار منحصراً بی واسطه کار خصوصی است و بوسیله افراد خصوصی انجام می گیرد. مسئله اجتماعی شدن این کار از راه اجتماعی شدن نتیجه آن مطرح می گردد. اجتماعی شدن ضمنی این کار امری بدیهی است. یعنی هر چند این کار در چارچوب خصوصی انجام می گیرد، مستقل از کارهای دیگر نیست و ناگزیر در تقسیم کار «خودبخود» گنجانده می شود؛ زیرا از ماده های اولیه ای که دیگران تولید کرده اند و نیز از اسلوب تولید اجتماعی استفاده می کند. با اینهمه، اجتماعی شدن صریح بیواسطه وجود ندارد. برای آن باید میانجی وجود داشته باشد. کارهای خصوصی متنوع و نابرابرند. آنها باید بعنوان بخش هایی از مصرف اجتماعی کار لازم برای بازتولید جامعه به کارهای برابر تبدیل شوند. میانجی همانا کار مجرد است. کار خصوصی به کار اجتماعی (آشکارا اجتماعی) تبدیل می شود. زیرا کار مفید نشان می دهد که یک کار مجرد است، بعنوان کار مجرد شناخته شده و یا بهتر بگوییم عنوان کار مجرد یافته است (درست بدانگونه که ماکسی را فرانسوی می شناسیم که تابعیت فرانسه دارد و مسیحی کسی را می دانیم که غسل تعمید یافته باشد): تأیید کار خصوصی بعنوان کار مجرد بر پایه خود مکانیسم مبادله کالایی انجام می گیرد (۳۲). پس مبادله کالایی عمیقاً فعال است و خود را به «شناخت» ارزش مقدم و کار از پیش اجتماعی محدود نمی کند.

ما در برابر یک شیوه ویژه، کاملاً ویژه قرار داریم. در پشت بازار همه این مسئله ها: اجتماعی شدن آشکار، شناخت پسین شرکت در نیروی کار اجتماعی و تولید اجتماعی یا برعکس اخراج اجتماعی تولید کنندگان وجود دارد. در دیگر جامعه ها پیوستگی با کار اجتماعی مستقیم و مقدماتی است. در جامعه های دارای تولید خانگی هر کس در کار خانوادگی شرکت می کند. اخراج چنانچه وجود داشته باشد بر پایه روندی غیر اقتصادی، صریح و مقدماتی صورت پذیرفته است. (اخراج از گروه بخاطر تخلف از تابوهاست...). آری، مارکس حدود این شیوه اجتماعی شدن را متمایز می کند (یعنی تضاد درونی کالا و خصلت دوگانه کار امکان صوری بحران ها را در بر دارند). با اینهمه، اندیشه مارکسیستی به دلیل های سیاسی روی خصلت «مترقی» آن کم تکیه کرده است. تحلیل برتری (نسبی) تنظیم کالایی بمنظور مدیریت نوع معینی از الزام های اقتصادی، یعنی ضرورت آن (مانند ناممکن بودن تنظیمی دیگر خواه از نوع پیش از کالایی، خواه از نوع برنامه ریزی مقدم بر تجربه مصرف کردن کار اجتماعی) با فایده روشن گردانیدن افزایش حدود آن در روند اجتماعی شدن روزافزون جامعه های سرمایه داری تلاقی کرده است.

ما روی اهمیت مرزبندی های صرفاً کالایی اصرار می ورزیم؛ زیرا تبدیل کالای ساده به کالای سرمایه داری، پایه سرمایه، سرمایه - کالا آنها را حذف نمی کند، بلکه دگرگون می سازد. از این رو، امروز برای بررسی نقش بازار لازم است که این مرزبندی ها را نقطه حرکت قرار دهیم. کالای سرمایه داری با مرزبندی های اجتماعی تکمیلی ارتباط دارد.

مبادله ثروت ها دیگر تنها مبادله کارهای مختلف خصوصی نیست، بلکه کارهای افزایش ارزش سرمایه هاست. حاملان نیروی کار داوطلب بکار انداختن استعداد تولیدی شان می شوند. آنها در جستجوی کارند، یعنی تلاش می کنند استعداد کاری شان را بکار اندازند. اما کار آماده دیگر نباید تنها به سنجه های مفید بودن اجتماعی و بازده اجتماعی (کمیت کار «اجتماعاً لازم» تولید ساده کالاها) قناعت کند، بنحوی که طرز کار بازار بنا بر شرایط ارزش گذاری سرمایه تعیین یابد.

بنا بر این، پیشرفت در بررسی کالاهای معاصر و وضعیت بازارهای امروز بررسی تحول سه نوع شرایط مهم را که در آنها نقش ایفاء می کند، ناگزیر می سازد: یکی شرایط تولید (مخصوصاً با گرایش به فرا رفت از تولید بشکل ماشینی) دو دیگر شرایط انباشت و ارزش گذاری سرمایه ها (یا دگرگونی شکل های رقابت، فرارفت از تقابل رقابت سرمایه ها - رقابت تولید کنندگان شیوه های جدید تقسیم سرمایه اجتماعی، مانع های ساختاری برای تقسیم مساوی نرخ های سود ...) و سه دیگر، شرایط مبادله و گردش کالاها. شرایط اخیر اعم از اقتصادی و غیر اقتصادی، دور از فرعی یا سطحی (صرفاً «پدیده ای») بودن که به تعیین ارزش ثروت ها کمک می کنند، در کانون روندهای شکل بندی قیمت ها قرار دارند و کارایی تنظیم کالایی را مشروط می سازند. بنابراین گسست با برخی اقتصاد گرایی مارکس و نگرش انحصاری و یک بعدی شرایط تولید می تواند، امر پی ریزی تئوری کالاها را با تداوم بخشیدن به طرح تئوری کالای مارکس و گنجاندن پیشرفت های متعدد تئوری اقتصادی معاصر در آن ممکن سازد.

### پی نوشت ها:

۱- Christian Barrere: اقتصاددانان برجسته فرانسه و مدیر بخش «تحلیل بازارها، استراتژیهای صنعتی» در دانشگاه راین و نویسنده مقاله ها و اثرهای گوناگون در زمینه ساختارهای سرمایه داری معاصر است. کتاب او درباره بحران با همکاری ژ. کباجیان و ا. واین شتاین چاپ PUF معروفترین آنهاست.

### ۲- Le taux de Conversion

۳- مبانی نقد اقتصاد سیاسی ج ۲ ص ۱۴۳. مارکس باز در همان اثر نوشت: «رقابت قانون های درونی سرمایه را آشکار می کند و از آن برای سرمایه که بطور فردی بکار برده می شود، قانون های جبری می سازد. البته، او این قانون ها را ابداع نمی کند، بلکه آنها را به اجرا در می آورد» همانجا، ج ۲، ص ۲۴۰. «بطور کلی، رقابت، این عامل برانگیزنده اساسی اقتصاد بورژوایی قانون های خاص خود را برقرار نمی کند. بلکه مجری آنهاست. از این رو، رقابت نامحدود شرط صحت قانون های اقتصادی نیست، بلکه بعکس نتیجه آن است: یعنی شکل پدیده ای که ضرورت شان در آن تحقق می یابد. همانطور که ریکاردو نشان داد، هنگامی که اقتصاددانان وجود رقابت نامحدود را فرض می کنند، واقعیت و اجرای تام و تمام رابطه های تولید بورژوایی را با ویژگی های مختلف شان فرض می کنند. از این رو، رقابت این قانون ها را بیان نمی کند، بلکه آنها را می نمایاند، اما بوجود نمی آورد». ج ۱ ص ۴۴.

### ۴- Plus - Value Extra

۵- PL علامت اختصاری اضافه ارزش، ۷ علامت اختصاری سرمایه متغیر

۶- کاپیتال کتاب سوم، انتشارات سوسیال فرانسه ج ۳، ص ۲۵۴

### ۷- Circulation

۸- همه اینها بطور ارادی برای رسیدن به هدف اساسی ساده شده و بن بست در زمینه یکرشته دشواری های تئوریک موجود در ترکیب های مورد بررسی را نشان می دهد.

### ۹- le dépassement

۱۰- لئون والراس (۱۹۱۰-۱۸۳۴) اقتصاددان فرانسوی و استاد دانشگاه لوزان

### ۱۱- Séparation

### ۱۲- Opposition

### ۱۳- Le Commissaire Priseur

### ۱۴- Meso - analyse

### ۱۵- Neutre

### ۱۶- Neutralité

### ۱۷- La Main invisible

### ۱۸- La théorie du déséquilibre

### ۱۹- Edgewarth

۲۰- Alfred Marshall (۱۸۴۲-۱۹۲۴) اقتصاددان انگلیسی است که کوشید ترکیبی از اقتصاد سیاسی کلاسیک و مارژنیالیسم بوجود آورد.

۲۱- جان مینارد کینز (۱۸۸۳-۱۹۴۶) اقتصاددان و کارشناس مالی بریتانیاست. او تئوری اقتصادی کلاسیک را زیر و رو کرد و با انتقاد شدید از روش جاری دولتمداری و تحلیل بحران عظیم اجتماعی عصر خود در ردیف اقتصاددانان بزرگی چون آدام اسمیت و کارل مارکس قرار گرفت. بررسی دربارهٔ پول (۱۹۳۰) و تئوری عمومی اشغال، بهره پول (۱۹۳۶) از اثرهای مهم اوست. کینز کوشید نشان دهد که چگونه سرمایه داری معاصر بیکاری دایمی بوجود می آورد و چگونه دولت می تواند و باید با مساعدت به سرمایه گذاری های عمومی و خصوصی آن را چاره کند و با در پیش گرفتن سیاست توزیع درآمدها تمایل به مصرف معقول را تشویق کند.

اندیشهٔ کینز بنا بر وسعت دایرهٔ تحلیل (کمیت های کلی) و تکیه روی تغییر پذیری های اساسی (سرمایه، مصرف، نرخ بهره، پس انداز) اندیشه ای نوآورانه بوده است.

۲۲- ژرژ شومپتر (۱۸۸۳-۱۹۵۰) اقتصاددان نامدار اتریشی است. او روی نقش نوآوری و اهمیت کارفرما در مکانیسم رشد تکیه می کند. تئوری تحول اقتصادی (۱۹۱۲) و سرمایه داری، سوسیالیسم و دموکراسی (۱۹۴۲) از اثرهای مهم اوست.

۲۳- اوگوست هایک - اقتصاددان اتریشی اصل بریتانیا و کارشناس مسئله های پولی. او مسئله مهم تورم را بررسی کرد. از اثرهای مهم او «قیمت ها و پول» است که در ۱۹۳۱ انتشار یافت. او در سال ۱۹۷۴ در اقتصاد برندهٔ جایزه نوبل شد.

#### ۲۴- L,homo oæ conomicus

۲۵- «پس اقتصاد بشری در نهادهای اقتصادی و غیراقتصادی جاگیر و گنجیده شده است. در نظر گرفتن جنبهٔ غیر اقتصادی اهمیت دارد، زیرا ممکن است که مذهب و دولت همچون نهادهای پولی یا وجود ابزارها و ماشین هایی که فرسایندگی کار را تخفیف می دهند، برای ساختار و طرز کار اقتصاد اساسی باشند. از این رو، بررسی تغییر و تبدیل اقتصاد در جامعه چیزی جز بررسی اسلوبی که روند آن در دوران ها و جاهای مختلف نهادی شده، نیست»: کارل پولانی و س. آرنسبرگ: سیستم های اقتصادی در تاریخ و در تئوری، لاروس ۱۹۷۵، ص ۲۴۴.

۲۶- در این باره به اثرهای موريس گودلیه مراجعه کنید.

۲۷- M. Mauss: «جامعه شناسی و انسان شناسی»، PUF، پاریس ص ۱۵۱

۲۸- کارل پولانی: سیستم های اقتصادی ص ۹۸

۲۹- ابزار مفهومی ... که ما آن را اساس قرار می دهیم، تمایز میان وضع گنجیده و ناگنجیدهٔ اقتصاد در رابطه با جامعه است. اقتصاد ناگنجیده قرن نوزدهم مستقل از بقیهٔ جامعه، بویژه مستقل از سیستم سیاسی و حکومتی بود. در یک اقتصاد کالایی، تولید و توزیع کالاهای اساسی در اصل بنا بر سیستم خود تنظیم بازارهای آفرینندهٔ قیمت ها انجام می گیرد. این اقتصاد، بنا بر قانون های خاص، قانون های موسوم به عرضه و تقاضا هدایت می شود»: کارل پولانی، سیستم های اقتصادی، ص ۹۶.

#### ۳۰- inputs physiques

۳۱- مسئله مقدم بر هر چیز عبادت از تئوری اجتماعی - انتقادی بازار است که امکان می دهد برنامهٔ کار، نه طرح نخستین چنین تئوری که از مسئله های عظیم حل ناشدنی کنونی بر می خیزد، مرزبندی شود.

۳۲- برابری کارهایی که بغایت با یکدیگر تفاوت دارند، تنها می تواند مبتنی بر نابرابری واقعی شان و تحویل به خصلت مشترک صرف نیروی انسانی شان، یعنی کار بشری بطور کلی باشد. تنها مبادله است که با در برابر یکدیگر قرار دادن محصول های کارهای بسیار مختلف بر پایهٔ برابری این تحول را عملی می سازد (... هنگامی که تولید کنندگان محصول ها کارشان را به عنوان ارزش ها در برابر و در ارتباط با یکدیگر قرار می دهند این نیست که آنها در این محصول ها پوشش ساده ای را تمیز می دهند که زیر آن کار بشری همانند پنهان شده. کاملاً برعکس، آنها با بحساب آوردن برابری ها در مبادلهٔ محصول های مختلف شان، بر پایهٔ این واقعیت ثابت می کنند که کارهای مختلف شان برابرنند. کاپیتال، کتاب اول، ج ۱، ص ۸۶.

منبع: آیا جهان یک بازار است؟ PUF. اکتوئل مارکس ش ۹ - پاریس ۱۹۹۱



