

# برنامه، بازار، خودمدیریت بازار با سرمایه داری یکی نیست

فیلیپ ظریفیان  
برگردان: ب. کیوان

تأکید مصرانه ای که در وضعیت کنونی روی مفهوم اقتصاد بازار در ارتباط با کشورهای سوسیالیستی سابق به عمل می آید، به طور چشمگیری مفاهیم را در هم می ریزد. مفهوم «اقتصاد بازار» برای تعیین ژرفا و سرشت دگرگونی هایی که کوشش می شود در کشورهای یادشده صورت گیرد و نیز در ارتباط با آن چه واقعاً اقتصاد غرب است، کاملاً نارساست. مخصوصاً معادله ای چون «سرمایه داری مساوی است با بازار» و «اقتصاد سوسیالیستی مساوی است با برنامه ریزی» سخت نادرست است. از این رو، ضرورت دارد که گریبان خود را از این خطا وارهانیم. مقاله ای که می خوانید کوششی است در این راستا. این فکر که ما مجازیم اقتصاد غرب را با مفهوم اقتصاد بازار که گویا نقطه مقابل اقتصاد بوروکراتیک دولتی کشورهای سوسیالیستی سابق قرار دارد، توصیف کنیم، به نظر نادرست می آید و به همین جهت کوشش می شود در همین چارچوب به روشنگری این مسئله که اکنون در غرب رواج دارد، پردازیم.

## • مسئله بازار و قدرت سیاسی

از یک قضیه تجربی کاملاً روشن شروع می کنیم. روابط کالایی و کاربرد پول، خیلی پیش از سرمایه داری در دوران های بسیار دور زندگی انسان وجود داشت. تجارت به شکل مبادله کالاها، گردش و اندوختن پول، واقعیت های بسیار قدیمی اند. پس، بدون تماس با تئوری می توان تصدیق کرد که میان بازار و سرمایه داری علامت تساوی وجود ندارد. البته، سرمایه داری به عنوان یک شیوه تولید، بر بنیاد کالایی رشد یافته و عکس آن درست نیست. مانند برخی ها نمی توان از آن نتیجه گرفت که بازار، در صورتی که وجودش به زمان های بسی دور از تمدن ما باز گردد، نمایشگر شکل طبیعی مبادله و اقتصاد است. برخی ها در تأیید این مطلب تردید ندارند که هر اقتصاد «طبیعی» باید مبتنی بر بازار باشد. با این همه، می توان، در سطح قضایا، تأیید کرد که تولید و مبادله در دوران های دراز تاریخی به طور پابرجا وجود داشت، بی آن که بازار نقش قاطع ایفاء کند.

**برودل'** که اندکی متهم به بی اعتنایی به اهمیت روابط کالایی است، یادآور شده است که در فنودالیسم اساس اقتصاد از «اقیانوس عظیم» خودتولیدی و خودمصرفی دهقانی سر بر می آورد. «زمین بستگی» (سرواز) پیش از آن که شکل اجاره داری کسب کند، مدت درازی بر پایه سازمان یافتگی روابط سیاسی - اقتصادی غیر کالایی باقی ماند. حال نمونه های معاصر را در نظر گیریم:

- یکی نمونه کارخانگی است که طبق سنجش انستیتوی ملی آمار و بررسی های اقتصادی کارخانگی در فرانسه، نمایشگر قریب به نیمی از تولید ناخالص داخلی کالایی است. چه کسی می تواند تردید کند که در این جا مسئله عبارت از تولید و مصرف ثروت ها و خدمات واقعی نیست؟ درون هر خانواده تعدادی از مبادلات بدون وجود سوداگران انجام می گیرد.

- نمونه دیگر خدمات عمومی مانند آموزش ملی است. **نوتل گیبرت** به درستی اهمیت این فعالیت غیر کالایی در جامعه ما را یادآور شده است.

پس اینک به طور تجربی دو اندیشه مقدم بر همه پدیدار می گردد: یکی این که مسئله بازار و مسئله سرمایه داری منطبق نیستند و دوم این که مسئله بازار و مسئله طرز کار یک اقتصاد به طور کلی منطبق نیستند. پس ما باید مشخص کنیم که

---

۱ - Fernand Braudel (۱۹۸۵-۱۹۲۰) تاریخ دان فرانسه، استاد کالج فرانسه (۱۹۴۹) و پیشاهنگ مکتب جدید تاریخ فرانسه.

وجود روابط کالایی به چه چیز مربوط می گردد و شرایطی که باعث گسترش آنها می گردد کدامند؟ و چگونه باید آن ها را از روابط سرمایه داری متمایز کرد؟

در واقع مارکس به این سؤال به طور شایان توجه پاسخ داده است، هر چند می توان این پاسخ را ناکامل تلقی کرد.

### • شرایط وجود روابط کالایی

آنچه مارکس گفته از این قرار است:

« به طور کلی، تنها اشیاء سودمند به کالاها تبدیل می شوند، چون آن ها محصولات کارهای خصوصی ای هستند که مستقل از یکدیگر انجام گرفته اند. مجموع این کارهای خصوصی کار اجتماعی را تشکیل می دهند» (کاپیتال، ج ۱، ص ۸۵) نخست این که این کارها و فعالیت های تولیدی که مستقل انجام یافته، با هم سازمان داده نشده اند. هر کار (یا مجموع کارها) در هدایت و اجرای خود، مستقل از دیگران مطرح می گردد. و این عکس آن چیزی است که می تواند داخل یک همبود دهقانی که فعالیت اعضای خود را مستقیماً از پیش رقم می زند و سازمان می دهد، به وجود آید. دو دیگر این که مسایل و نتایج هر فعالیت تولیدی به کسی که تولید کرده یا اجرای آن را سازمان داده و مالک آن است، تعلق دارد. به این عنوان، یعنی به عنوان مالک «خصوصی» است که متصرف محصول خواهد توانست آن را در بازار بفروشد. لازم به یادآوری است که این مالکیت خصوصی، همانطور که در دوران معاصر معمول است، می توانست مبتنی بر قانون باشد اما محتمل است که دوران هایی وجود داشته است که این مالکیت خصوصی بی آن که مبتنی بر قانون باشد، تابع واقعیت یا رسم و عادت بود.

سرانجام این که این کارهای خصوصی برای استفاده دیگران و به منظور مبادله انجام یافته اند: یعنی از خود مصرفی بیرون می آیند و بطور عینی جزء کار مجموعه جامعه هستند.

باید گفت که چون تحلیل مارکس در این جا اقتصاد را سیر منطقی تاریخی وانمود می کند، نشان نمی دهد که مرغ کدام و تخم مرغ کدام است؟ یعنی آیا روابط کالایی به خاطر این رشد می یابد که شرایط در بدو امر موجب تقسیم کار در جهتی می شود که تولید کنندگان فقط بخشی از آن چه را که برایشان مفید به نظر می رسد، برآورده می سازند و بنا بر این باید به مبادله کالایی دست یازید؟ به عبارت دیگر، آیا می توان اندیشید که مازادها و کسری ها از درون خود تولید، به وجود می آیند و تلاش برای مبادله و تقسیم کار را برمی انگیزند؟

در خصوص آن چه که این جا توجه ما را جلب می کند، پاسخ به این سؤال اهمیت کمی دارد. به هر حال روزی این روند به گردش درآید. در حقیقت مارکس یک حرکت را در دو وهله همانند می داند:

در وهله نخست، تولید کنندگان تنها با مبادله اتفاقی محصولات شان به طور اجتماعی با هم تماس برقرار می کنند و در حدود این مبادله است که بدواً خصلت های اجتماعی کارهای خصوصی نمودار می گردد. مثلاً دهقانان فقط آن چه را که زیاده از مصرف شان است، می فروشند. در وهله دوم، اشیاء مفید به محصولی برای مبادله تبدیل می شوند، به نحوی که خصلت ارزش در خود تولید آن ها در نظر گرفته می شود. پس تخصصی شدن تولید کنندگان و گسترش خود به خود تقسیم اجتماعی کار از آن نتیجه می شود.

کارها در دو جهت مالکیت و شیوه اجرای شان خصوصی می مانند، ولی بگفته مارکس آنها خصلت دوگانه کسب می کنند.

- از یک سو، آنها باید مفید باشند، یعنی نیازهای اجتماعی را برآورده سازند.
- از سوی دیگر، لازم است که این کارهای همزمان خصوصی و اجتماعاً مفید، با تمام انواع دیگر کارها قابل مبادله باشند. باید آن ها را به خصلت مشترک صرف نیروی کار و ارزش شان تبدیل کرد. در مسئله ارزش، تضاد میان کار خصوصی که به بخشی از ظرفیت کار عمومی جامعه تبدیل می گردد، در جریان تقسیم اجتماعی کار و مبادله کالاها متراکم می شود.

این تحلیل مارکس از خیلی جهت ها نارساست. می توان نشان داد که در دوره اوج مناسبات کالایی در فنودالیت، ارزش، شکلی است که بر پایه آن، یک مقوله جدید اقتصادی مطرح می گردد. این مقوله جدید همانا زمان کار اجتماعاً لازم است که از مسئله ساده سنجش محصولات نتیجه نمی شود، بلکه از روند شکل گیری قدرت جدید اقتصادی ناشی می گردد که بر بنیاد شهرها، رفته رفته، شکل ها و مقوله های سازنده اقتصاد سنتی دهقانی را به تحلیل می برد. روابط کالایی، دستکم در این

شرایط تاریخی عبارت از پیدایش اصل کارآیی جدید است: یعنی کاهش ارزش کالاها بنا بر رقابتی که درون ساختار منقسم به آحاد (آتومیزه) مالکان خصوصی، وارد گردیده است.<sup>۲</sup> با این همه، ما می توانیم در عین بسنده کردن به گفته های مارکس، برخی ویژگی های عام روابط کالایی را که تاکنون درباره آن سخن نگفته ایم، بیرون بکشیم که به تصریح باید گفت که ارتباط مستقیم با سرمایه داری ندارند.

این ویژگی ها، که ما آنها را به مثابه «مصلح» تلقی می کنیم و این روابط ما را در اندیشیدن پیرامون گذار به جامعه کمونیستی که خواهد توانست تضادهای جامعه کنونی ما را از میان بردارد، غنی می سازند. ابتدا یک رشته کیفیت های بازار را که به طور انتزاعی دستچین شده اند، معرفی می کنیم:

### • الف - نخست نرمش:

تقسیم کار به جای مجمل شدن یا از پیش معین گشتن به طور طبیعی (خود به خود) در خلال شمار زیادی روابط مبادلات نامتمرکز بسط می یابد. در جریان این مبادلات است که ما به محک در می یابیم فلان کار برای دیگران مفید است. «کار بشری که در تولید کالاها مصرف می شود، فقط به دلیل این که به شکل مفید برای دیگران مصرف شده، به حساب می آید. بنابراین، تنها مبادله آنها می تواند نشان دهد که آن کار برای دیگران مفید است، یعنی محصول وی نیازهای بیگانگان (دیگران) را برآورده می سازد»<sup>۳</sup>

اگر این کار، مفید به نظر نرسد، **ضمانت اجرایی** بی درنگ دخالت می کند و محصول به عنوان کالا بفروش نمی رسد. سوداگر که در این باره کار عبثی انجام داده، محصول روی دستش می ماند. **سرعت و نرمش** این ضمانت اجرایی به شکل بسیار «نرم» و مؤثر تطابق فعالیت تولیدی با نیازهای دیگران را به نمایش می گذارد و تصمیم هایی برمی انگیزد. این کیفیت بازار بی چون و چرا مانع از آن است که مثلاً دست به تولید انبوه جوراب هایی بزنیم که کسی حاضر به خرید آن نیست! این کیفیت، که ضرورتی را داخل می کند که محصول ساخته شده و خدمات ارائه شده مفید شناخته شوند، نباید شرایط خود را به فراموشی سپارد. و آن همانا خصلت خصوصی تملک است که به خود پایه روابط کالایی مربوط می گردد. نمی توان کره و پول کره را داشت: یعنی اگر می خواهیم از این کیفیت استفاده کنیم باید تملک خصوصی را - که البته می تواند سرمایه داری نباشد - به عنوان شرایط بشناسیم. این نکته باید در بحث بالنسبه مبهمی که پیرامون «اقتصاد بازار» جریان دارد، روشن شود.

• ب - کیفیت «جالب» دیگر، شکل اجتماعی **کارایی اقتصادی** است. در جریان گسترش خود به خود تقسیم کار، هر تولید کننده خصوصی ضمن کسب تخصص و تلاش برای کاهش ارزش کالاهای خود به گسترش نوع معین کارایی: یعنی صرفه جویی زمان کار اجتماعی گرایش دارد. اهمیت صرفه جویی زمان نمی تواند چشم پوشیدنی باشد. همچنین باید شرایط و طرف های مقابل را در نظر گرفت. این شکل که هم از حیث طول زمان و هم صرفه جویی زمان کار «مؤثر» است، از لحاظ فنی نیز برای نشان دادن کارایی مناسب است. این چیزی است که در مدرن ترین اقتصادهای امروز به دلیل اطلاعاتی - خود کار شدن روند ها جزئاً قابل چون و چراست. وانگهی، پویایی روند کاهش ارزش در واحد کالا ناگزیر تولید هایی را که نمی توانند به رقابت ادامه دهند و یا از لحاظ مبادله کالایی سازمان نیافته اند، دچار بحران می سازد. این بحران ها می توانند نتایج قابل ملاحظه ای داشته باشند. به خصوص می توانند مجموعه ای از روابط اجتماعی را که روی پایه های دیگری غیر از روابط کالایی ساختاری شده اند، از بین ببرند. در این خصوص بحران جامعه های آفریقایی را در نظر بگیریم. اگر من - جزئاً نادرست - فرض می کنم که مسئله مهم کشورهای سوسیالیستی سابق رو آوردن و بازگشت به روابط کالایی است و نیز اگر من مفهوم اقتصاد بازار را جدی می گیرم، به خاطر بروز دو خطر است: - خطر به شکست کشاندن یک رشته تولیدهایی که زیر ضربه آزادی قیمت ها و کارکرد آزاد قانون ارزش وارد تنگنای کارایی شده اند که تاکنون از آن ها رها یا مبرا بوده اند.

۲- این مسئله در کتاب «جامعه فرا اقتصادی» نوشته کریستیان پاللو و فیلیپ ظریفیان بسط داده شده است.

۳- Marx, op. cit. p. 96

- اما مخصوصاً خطر بسیار مهم، خطر تخریب روندهای اجتماعی و روابط همبودی، مخصوصاً در محیط‌هایی است که با وجود گسترش بازار در روند تاریخی، در حقیقت بر اساس پدیده‌های پیش از کالایی که دستکاری شده‌اند و اقتصاد اداری دولت - حزب به مثابه جانشین به آن‌ها خدمت کرده است.

دو کیفیت یادشده روابط کالایی، یعنی نرمش و کارایی، در صرفه جویی زمان کار، باید آن‌چه را که مشروط‌شان می‌سازد، یعنی طرف‌های مقابل‌شان را به منظور پرهیز از دید رؤیایی و غیر تاریخی، نسبت به این روابط، مد نظر قرار دهد. من سه مورد آن را یادآور می‌شوم:

**الف** - نخستین طرف مقابل، کیفیت روابط اجتماعی است. مارکس آن را در قالب **فتیشیسم کالا** بیان کرده است. در روابط کالایی، روابط میان افراد درون روابط میان محصولات عبور می‌کند. این‌ها روابط اجتماعی ناچیز و یا بالنسبه در خود مانده است. شما برای مبادله کردن محصولات در بازار نیاز به شناخت دیگری به عنوان فرد انسان ندارید. فرد فقط به عنوان حامل کالا برای فروش یا به عنوان حامل قدرت پولی برای خرید، عرض وجود می‌کند. این شناختن دیگری، که طرف مقابل نرمش روابط بی‌نام است موجب گسترش رابطه اجتماعی می‌شود. فردیت تنها در بخش روابط آن با شناساندن منافی که تصرف محصولات را مادیت می‌بخشد، گسترش می‌یابد. این یک فردیت و روابطی است «خود غرضانه» که به طور پایه‌ای، بی‌اعتمادی آفرین است. بی‌اعتمادی از شناختن دیگران و تقسیم منافی است که پیرامون روندهایی چون رقابت (پیروزی بر دیگر تولیدکنندگان) و احترام به ارزش اجتماعی محصولات (آسیب نرساندن) رویاروی هم قرار می‌گیرند. تقریباً ملاحظه این مسئله آموزنده است که چگونه در شرایط گسترش بازار در کشورهای شرق به واسطه فقدان پرورش یافتگی در روند‌های اجتماعی شهروندی که تأثیر خود به خود روابط کالایی را تنظیم کرده و تخفیف می‌دهد، سوءظن عمومی، دامنه یافته است.

• **ب** - در حقیقت دومین طرف مقابل نشان می‌دهد که ارزش به سرعت تلقی‌اش را به عنوان وسیله ساده مبادله از دست می‌دهد. از آن زمان جاذبه سود - که نباید آن را با جستجوی سود به مفهوم سرمایه‌داری اشتباه کرد - و تشنگی به پول که همزمان می‌تواند ویرانگر ارزش‌های اخلاقی و مانع کارایی اقتصادی: ترقی پول‌اندوزی، فعالیت ربایی و غیره گردد، گسترش می‌یابد.

لازم به یادآوری است که در سده میانه، جاذبه سود چونان عیب‌نمایی تلقی می‌شد که ارزش‌های مسیحیت را به خطر می‌انداخت. «ماکس وبر» به طور شایان توجه توضیح داده است که چگونه برای یافتن اخلاقی سازگار با جاذبه سود و تعدیل‌کننده نتایج آن، بسط و توسعه اخلاق پروتستانی ضرورت یافت.

• **ج** - سومین طرف مقابل که عبارت از بروز نیازهایی است که تولد کالا را به شیوه‌ای نرمش‌پذیر هدایت می‌کند، به قدرت پرداخت‌شان بستگی دارد. میانجی، پول است. در حاشیه قرار گرفتن نیازهایی که نمی‌توانند در گردش پول بازتاب بیابند، از آنجاست. نتیجه فردی آشکار است. افراد فاقد قدرت پرداخت، «تهیدستان» با همان حدت که روابط کالایی جانشین دیگر شکل‌های روابط شدند، خارج از گردش قرار گرفته‌اند (به روابط باز توزیعی بیندیشیم که اغلب نقش بسیار مهم در جامعه‌های غیر کالایی داشتند و امکان می‌دادند که «تهیدستان» توسط همبودشان حمایت شوند). اما نتیجه اجتماعی به مفهومی که تولید دقیقاً هدایت شده بازار «از کنار» نیازها و شکل‌های مصرفی که جامعه به وجود می‌آورد، «می‌گذرد» هنوز مهمتر است، بی‌آن‌که آنها - جز به صورت بسیار جزئی - در مدل عرضه کالایی مبتنی بر مالکیت خصوصی گنجانده شوند.

در این مورد به نیازهای آموزش و پرورش، بهداشت، شهروندی، محیط زیست و صلح بیندیشیم. یقیناً مجموع این ملاحظات به نفی بازار نمی‌انجامد.

اما در دورنمای یک جامعه کمونیستی، یک تفکر دقیق باید متوجه محدود کردن نقش بازار و به خدمت گرفتن مصالحی از روابط گردد که پیرامون روابط کالایی به هم بافته شده‌اند؛ مصالحی که می‌توان از حیث کیفیت‌های طبیعی‌اش، تا جایی که مناسب است، از آن سود جست و آن را در چارچوب اصول جدید سازماندهی روابط اجتماعی و به طور خلاصه در خود مدیریت سامان داد.

## • روابط کالایی و دموکراسی سیاسی

اگر به عصر موسوم به تجدد بسنده کنیم، از سده هفده ارتباط میان گسترش روابط کالایی و پیدایش فکر و فعالیت جدید در موضوع دولت و دموکراسی را مشاهده می‌کنیم. این موضوع جز در قطعه‌ای بسیار کوتاه، مختصراً در تحلیل مارکس وارد شده است:

«محافظین کالاها باید متقابلاً به عنوان مالکان خصوصی شناخته شوند. این روابط سیاسی که شکل قرارداد دارد، اعم از این که از حیث قانونی رشد یافته باشد یا نه، عبارت از رابطه اراده هاست که رابطه اقتصادی در آن منعکس می‌شود».<sup>۴</sup>

ارتباط میان روابط کالایی، تصدیق مالکیت خصوصی و گسترش تئوری و پراتیک قرارداد، موضوعی اساسی است. ما در این دوره برقراری ارتباط میان شهروندی و جامعه کالایی را به طور وسیع مشاهده می‌کنیم. این ارتباط در قرن هیجده توسط **جان لاک** به وجه‌نمایی به تئوری درآمد. برای این که حق متقابل مالکیت واقعاً شناخته شود، نمی‌توان خود را در قرارداد مبادله صرفاً کالایی محدود کرد. لازم است که عام‌ترین روابط سیاسی در هم تنیده شود. مخصوصاً این موارد ضرورت یافت:

- به رسمیت شناختن حقوقی و سیاسی وجود افراد آزاد که از روابط وابستگی فئودالی و مساوات صوری و بنا بر این از بینش سازماندهی پیشین جامعه بر پایه نظم و ترتیب فئودالیسم جدا شده باشند. افراد به اعتبار شناسایی این حقوق دوگانه می‌توانند با مالکان آزاد وسایل و نتایج کار خود و مالکان فعالیت خاص خود بدل شوند. این افراد، به مثابه افراد اتم وار، بدوفاقد هر تعلق اجتماعی و آجر اولیه همبود درک شدند. این درک لیبرالی فرد اتم وار که بنا بر طبیعت خود مجهز به حق طبیعی آزادی و مساوات است، ژرفایی نظریه جدید فردیت را نمایش می‌دهد. فرد مجزا، بدون پیوند مقدم اجتماعی، در مقیاسی که مالکیت ادامه طبیعی کارش است، می‌تواند همچون مالک آزاد بیندیشد و خواستار شود: زمینی که من روی آن کار می‌کنم به من تعلق دارد.

- برای این افراد، یعنی اتم‌هایی که در یک همبود می‌زیستند و به مبادله کردن سوق داده شدند، خطر دائمی بروز ناگهانی قهر و خشونت برای تصاحب شخص و مالکیت دیگری وجود داشت. حق طبیعی خود به خود و خودکار به شناخت همه درنیامد. از این رو لازم بود که آزادی و مالکیت به وسیله نهاد ویژه‌ای تضمین گردد. دولت نتیجه قرارداد سیاسی است که افراد بین خود منعقد کردند. روی این اصل دولت دموکراتیک جدید رسالت یافت:

• به حفظ و حراست از مالکیت خصوصی در برابر تجاوزهای داخلی و خارجی (بربرها) پردازد.

• رعایت قراردادهای خصوصی چون قراردادهای تجاری را تضمین و در صورت اقتضاء تحمیل کند و به بسط و گسترش حقوق پردازد.

• و بالاخره، با ظهور شهروندان، شناسایی حقوق و اختیار هر فرد آزاد و برابر را تضمین کند.

اکنون می‌توانیم به یک نتیجه‌گیری ساده برسیم: رویاروی قرار دادن نقش دولت و بازار بکلی نادرست است: دولت ضامن انحراف ناپذیر روابط کالایی «مسالمت‌آمیز» و تنظیم شده در طول زمان است. این را در تئوری لیبرال و پراتیک مشخص می‌بینیم.

اما بیشتر می‌گویند: دولت در همبود<sup>۵</sup> (اجتماع) یک مرکز سیاسی به وجود می‌آورد که آن را به جامعه همپیوند تبدیل می‌کند. جامعه مدرن همزمان جامعه اتمی شده (اتومیزه) و جامعه متمرکز است. پس دولت با فراهم بودن شرایط، رابطه اجتماعی ویژه را به وجود می‌آورد که تقلیل‌پذیر به روابط کالایی نیست. ما روابط کالایی، روابط میان محصولات را داریم که روابط میان افراد، روابط شهروندی، روابط آشنایی میان افراد، به عنوان اعضای یک شهر از خلال آن عبور می‌کند. البته، این رابطه به وسیله نمایندگی قدرت در یک مرکز (دولت) که رابطه اجتماعی را چون رابطه سیاسی تأمین و تضمین می‌کند، برقرار می‌گردد.

مشخصه این رابطه دوگانه این است که در زمینه رابطه‌های مستقیم میان افراد اعم از اقتصادی یا سیاسی بن بست ایجاد می‌کند. اگر افراد قرار داد می‌بندند، همیشه بر اساس یک میانجی: یعنی کالاها و دولت است که برای شان جنبه خارجی

۴- Marx, op. cit, p. 941

۵- Communaute

دارد. آنچه به کلی پوشیده است، نه تنها تصمیم های اجتماعی افراد - در شرایطی که جامعه با وجود طبیعی افراد آزاد شکل گرفته باشد - بلکه استعداد ها و امکان های همکاری میان افراد است. مثلاً قرارداد تجاری موجب هماهنگی فعالیت ها میان مالکان کالاها می شود؛ اما هیچ همکاری و اتحادی را برقرار نمی کند. برعکس بازار تنها بر پایه از میان رفتن یا فقدان این همکاری های مستقیم میان افراد انسانی گسترش می یابد.

با این همه، اگر پیرامون مسایل کنونی پی کاوی کنیم، ملاحظه خواهیم کرد که گسترش روابط کالایی بدون قدرت سیاسی که از جانب شهروندان با استواری برقرار و شناخته شده و مورد احترام باشد، ممکن نیست، مگر این که خواهیم به استقبال انحطاط شدید اجتماعی و انفجار خشونت بشتابیم. این یک حقیقت واقعی است که رهبران شوروی (سابق) می بایست آن را در نظر می گرفتند.

به یاد بیاوریم که در قرن ۱۷ و ۱۸ دولت دمکراتیک مدرن فقط به عنوان دولت مالکان خصوصی درک می شد، یعنی کسی که از مالکیت بهره ای نداشت، شهروند نبود. این قالب نمی توانست فراموش شود: یعنی تصور فرد و قرارداد سیاسی که از اعمال مالکیت خصوصی صحبت می دارد، از حیث مفهوم جدایی ناپذیرند، حتی اگر جنبش های بسیار وسیع اجتماعی و انقلاب ها موفق به گسترش اصل شهروندی در میان تقریباً مجموع سکنه شده باشند.

### • پیوند میان بازار و برنامه ریزی در سرمایه داری معاصر

تا این جا، من از سرمایه داری سخن نگفته ام؛ ولی از این پس درباره سه تز صحبت می کنم و بخصوص تز سوم را بسط می دهم:

- الف - سرمایه داری نوع جدید بازار، بازار کار را به وجود می آورد که به طور بنیادی قواعد بازی را دگرگون کرده است.
- ب - سرمایه داری روابط کالایی را مشمول سوددهی فوق العاده سرمایه می انگارد، یعنی روابط کالایی دوام دارد، تنها بر اساس سود سرمایه داری وجود دارد.
- ج - سرمایه داری بردار (Rector) گسترش تضادها و روابط غیر کالایی است.

### • سرمایه داری، بازار خاص، بازار نیروی کار را گسترش می دهد:

من نمی خواهم پیرامون این واقعیت مهم و آشنای همه؛ به بحث دامنه دار بپردازم که سرمایه داری مدرن بر اساس مزدبری بنا شده است. بخشی از افراد ناچارند نیروی کارشان را در بازاری که آن را تحت عنوان بازار کار پذیرفته ایم، بفروشند. من در این جا فقط به یادآوری سه نکته می پردازم:

مزدبر کردن، آن طور که در دریافت لیبرالی ناب درک شده، نقش دولت را تقویت و دگرگون می کند. دولت مستقیماً در تبدیل اجباری توده افراد به مزدبران و به کار گرفتن مزدبر: سلب مالکیت دهقانی، توسعه امپراتوری های استعماری، به دخالت پرداخت. از دخالت قهری دولت خطوط اساسی فرمانروایی آن که عبارت از حفظ رابطه مزدبری است، باقیمانده رابطه ای که نه گوهر قراردادی، بلکه گوهر قهری دارد، چون شکل قرارداد شکلی الزامی است که از کار اجباری فردی استفاده می کند که فقط با مزبری و مزدبگیری زندگی می کند.

### • قرارداد کار شکلی عمیقاً متضاد دارد:

از یک سو، شکل عام قرارداد بسته شده میان افراد آزاد را دارد که تعهد متقابلی را بر عهده می گیرند. از این دیدگاه، قرارداد در صورتی وجود دارد که کارگر مزدبگیر از حیث شخص خود در مقایسه با سرف (زمین بسته) و بنده، آزاد شناخته شده باشد. اما از سوی دیگر، شرایط و مضمون قرارداد با آزادی و برابری تعهد کنندگان در تعارض است. مزدبگیر بی بهره از انتخاب است. او مجبور است کارفرمایی پیدا کند و با او قرارداد ببندد. ولی، به خصوص، مضمون قرارداد نمایشگر نابرابری اساسی میان تعهد کنندگان است: یعنی مزدبر متعهد می شود که فرمانبردار کارفرما باشد. قراردادی که آزادانه امضاء می شود چشم پوشی از آزادی عمل مزدبر در برابر کارفرما را شرط قرار می دهد. این ماده اساسی از لحاظ حقوقی در قانون کار قید شده و به وسیله دولت و دستگاه قضایی تضمین شده است. قرارداد میان مالک (کارفرما) و غیر مالک (مزدبر) دیگر به مدل

لیبرالی پاسخ نمی دهد و با این که وجود دارد، از درون فاسد شده است. در عین حال، دولت بدواً برای مقابله با نضج فوق العاده فقر و تنگدستی که توسعه مناسبات سرمایه داری در بسیاری کشورهای سرمایه داری آن را نشان داده و هم چنان نشان می دهد، و سپس برای تنظیم ایجاد و طرز کار بازار کار: تربیت نیروهای کار، دخالت در زمینه بیکاری، تأمین حداقل معیشت و غیره به **دولت اجتماعی** و دولت حمایت اجتماعی بدل گردید.

**بنابراین**، عمومیت یافتن بازار که نیروی کار را هم در بر می گیرد، توأم با دخالت اجتماعی دولت است و این افسانه را که تنظیم فقط از طریق بازی بازار صورت می گیرد، در هم می ریزد. مسئله این جا عبارت از جنبه مهم نقش مرکزی دولت در جامعه های ماست. این نقش مخصوصاً در دوره دولت رفاه بسط یافته است. اما شایان تصریح است که دولت در اروپای غربی از همان گام های نخست سرمایه داری صنعتی، این وظیفه را عهده دار بوده است. با این همه، نخستین جنبه دولت، دولت سیاسی و حقوقی شهروندی حفظ می شود؛ اما شهروندی و مالکیت جزئاً جدا می شوند.

سرمایه داری، جنبش های مردمی - البته نه بدون درد و رنج - قبولانند که شهروندی بر پایه ملیت در مجموع سکنه کشور گسترش یابد و از این رو، غیر مالکان به شهروندی نائل می آیند و بنا بر این واقعیت آن را دگرگون می سازند. اما اصول پایه در آن به همان اندازه، تغییر نیافته است. شهروندی همیشه به مثابه انعقاد قرارداد با خصلت ویژه ای گسترش یافته که در خلال آن شهروندان اختیارات خود را به نمایندگان کاردانی که مأمور تصویب و اعلان قانون و احترام گذاردن و رعایت آن هستند، موقتاً واگذار می کنند. قالب این شهروندی کاملاً چهره افراد مالک را که برای غلبه بر اختلاف های پنهان منافع شان آزادانه به یک مقام برتر تکیه می کنند، حفظ می کند. شهروندی بر پایه بی اعتمادی بنا شده است. باید خاطر نشان کرد که غیر مالکان و بنابراین، مزدبگیران با این که حقاً دستیابی به اجرای شهروندی را درخواست کرده اند (جز در لحظه های نادر چون کمون پاریس که در آن موضوع جدیدی طرح و ترسیم گردید)، هیچ مفهوم جانیشینی در مقابل قالب لیبرالی فراهم نکرده و از این رو در آن محبوس مانده اند.

بازار کار مختصات همه بازارها را دارد، مخصوصاً نرمش در انطباق با نیازها از جمله آن هاست. اما نابرابری اساسی رابطه مزدبری این بازار را در مقیاسی که به وسیله عرضه شغل تعیین گردیده، در جهت سودهای سرمایه داران منحرف می کند. پویایی این بازار کاملاً به شغل دهندگان (کارفرمایان) مربوط می گردد. البته، «متقاضیان شغل» امکان دارند به این یا آن شغل روآور شوند. آنها کاملاً از آزادی تحرک برخوردارند، ولی به طور اساسی باید خود را با حجم شغل های عرضه شده و مختصات این شغل ها تطبیق دهند. وجود امکان دائمی بیکاری نشانه این نابرابری اساسی است که اصل مبادله آزاد را نفی می کند.

و بالاخره این که بازار کار مختصات ویژه ای دارد که هیچ بازار دیگر از هیچ کالای دیگر ندارد.

در خلال مبادله، فرد محصول یا خدمت را نمی فروشد، بلکه از خودش بیگانه می شود. او از احساس خویشتن، و نه تنها از استعداد کارش، بلکه از فراغت زندگی و استعدادهای فکر و عمل کردنش بیگانه می شود. البته، روندهای دیگر هم در کارند، مخصوصاً روندهای اجتماعی شدن که از پراتیک شغل مزدبری، عنصر رشد فرهنگ حرفه ای، با بافت پیوندهای همکاری و غیره، از آن جمله است.

اگر من در این جا روی بازار کار درنگ می کنم، به این دلیل است که مسئله به وضوح حساس تر است، وقتی ما بدون مشخص کردن از اقتصاد بازار صحبت می کنیم، روی این مسئله است که خصلت سرمایه داری بر اقتصاد متمرکز می گردد. به طور کلی نمی توان مسئله بازار را با مسئله خاص بازار کار که هم در زمینه نقش دولت و اجرای واقعی دموکراسی و هم در زمینه وضعیت فرد در جامعه نتایج اساسی دارد، اشتباه کرد.

بی آنکه که در مسئله «خود مدیریت» خیلی پیش بتازم، معتقدم که باید از حیث استراتژیک در این مسئله که بدون حذف این بازار خود ویژه، و حذف مزدبری و مزدبگیری، دورنمای رهایی بخش وجود ندارد، موضعی بی ابهام و بی تناقض داشت. فراروی از بازار کار باید به مثابه هدف مهم نگریسته شود.

## • سرمایه داری روابط کالایی را مضمول قانون سود می داند.

من روی این موضوع تا آن اندازه که روشن و بدیهی است، درنگ نمی کنم. در قلمرو تولید سرمایه داری، به تولید برای مبادله اکتفاء نمی شود. در سرمایه داری برای ارزش افزایش سرمایه، تولید می کنند؛ و مبادله کالایی به شرط (و نه هدف) این ارزش افزایی، تبدیل می گردد. این بدان معنا است که توصیف سرمایه داری، به عنوان اقتصاد بازار تا چه حد پوچ و نادرست است.

سرمایه داری همزمان عبارت از شتاب بخشیدن به روابط کالایی و مختصات آن (رقابت، قانون ارزش) و تابع کردن این روابط به اصل نو اقتصادی: سرمایه است. بر پایه این واقعیت، رقابت اساسی، رقابت میان کالاهای تولید کنندگان کوچک که در بازار ملاقات می کنند، نیست؛ رقابت اساسی رقابت میان سرمایه ها است و رقابت میان کالاها، وسیله آن ها است. از این رو، مفید بودن محصولات به هیچ وجه به «ظهور آزاد»شان در یک بازار سپرده نشده است. بازی های متعددی که پیرامون مالکیت و ارزش افزایی سرمایه جریان دارد، دستکم غیر از تولید، فعالیت های زیادی را در سمت دادن نیازهای مصرف کنندگان بر می انگیزد. بازار برای یک طرف حتی پیش از موجود بودن ایجاد می شود!

به عنوان مثالی تازه به تعریف زیادی که در باره تلویزیون آینده صورت می گیرد، بیندیشیم. از هم اکنون نبرد شدیدی میان گروه های ژاپنی و اروپایی نه تنها برای کسب برتری تکنولوژی، بلکه برای ایجاد همه شرایط در زمینه کاربرد اجتماعی این ثروت و نیازهای مربوط به آن، جریان دارد؛ بی آن که ما به عنوان مصرف کنندگان آینده حتی لحظه ای در این تعریف دخالت داشته باشیم. به هر حال آن لحظه فرا می رسد و تبلیغات شدیدی برای برانگیختن همه ما جهت خرید کالاهای جدید به راه می افتد.

طبق دریافت کاملاً غنی از سرمایه داری، نمی توان گفت که این نیازها یک جانبه به وسیله گروه های سرمایه داری ایجاد می شود. تحولات عمیق در شیوه زندگی و اشتیاق ها نیز در آن دخالت دارد. اما این نیازها طبق روندهایی که چندان ارتباطی با بروز خود به خود تقاضا در بازار ندارد، سمت و سو داده می شود - و حتی دگرگون می گردد.

## • سرمایه داری وسیله نیرومند گسترش برنامه ریزی است

برداشت کاملاً نادرستی وجود دارد که اندیشه و پراتیک برنامه ریزی را به «سوسیالیسم» نسبت می دهد. این یک واقعیت مهم و کتمان ناپذیر است که سرمایه داری به طور فزاینده فضای غیر کالایی، فضای درون مؤسسه و استفاده از فعالیت کار را گسترش می دهد. در این جا مسئله عبارت از روابط کالایی نیست، بلکه مسئله باید عبارت از روابط میان کارگران و روابط میان آنان و مدیریت باشد. آن چه در این فضاها اساسی فرامانرواست، عبارت است از:

الف - منطق مستقیم کار و تنظیم کار تقسیم شده، نه تنها بنا بر سلسله مراتب، بلکه بنا بر سازماندهی معقولانه سیستماتیک کار و آرایش های فنی (که تیلوریسم یکی از شکل های تاریخی آن است).

بنابراین، این سازماندهی در اساس چیزی جز شکلی از برنامه ریزی سیستماتیک جریان تولید نیست. این برنامه ریزی اصل جدید و منبع جدید کارایی را که دیگر به تأثیر بازار تقلیل پذیر نیست. این برنامه ریزی اصل جدید و منبع جدید کارایی را که دیگر به تأثیر بازار تقلیل پذیر نیست، گسترش می دهد. بخش وسیعی از کوشش های سودمند برای بهره وری مؤسسه ها روی این سازماندهی و دگرگونی های عمیق آن بر حسب تحولات فنی و اجتماعی متمرکز شده است.

ب - منطق همکاری و ارتباط که در مبحث «خود مدیریت» به آن خواهیم پرداخت.

ج - منطق هدایت استراتژیک مؤسسه ها مبتنی بر شکل های متمرکز تصمیم گیری که کاربرد مؤثر مالکیت بر وسایل تولید در آن متمرکز می گردد. مطمئناً این هدایت استراتژیک به واکنش ساده در برابر محرک های بازار تقلیل پذیر نیست. از یک سو، واقعاً به وسیله بازار تضمین می گردد و از سوی دیگر، گروههای سرمایه دار تأثیر سازمانگرانه بر بخش های وسیع کارفرمایی کوچک را گسترش می دهند و به منظور رهبری تحولات استراتژیک به بسط و توسعه اقدام آشکارا برنامه ریزی شده می پردازند و برای پیشدستی تصمیم های لازم اتخاذ می کنند (تصمیم گرفتن امروز برای تدارک محصول جدید که ظرف یک یا چند سال به بازار خواهد آمد، یک عمل رایج است).



این ظرفیت برنامه ریزی استراتژیک تا آن درجه عنصر ثانوی نیرومند کارایی است که برخی اقتصاددانان فکر می کنند که بهره وری حاصله، در نتیجه سازماندهی معقولانه کار هنوز مؤثرتر می شود. شاندلر Chandler کارشناس تاریخ اقتصادی مشهور آمریکا در کتابی به عنوان «دست مرئی مدیریت» خاطرنشان می سازد:

«مؤسسه مدرن برای نخستین بار در تاریخ هنگامی پدیدار شد که حجم فعالیت اقتصادی به سطح کافی رسید و این به خاطر این است که تنظیم اداری مؤثرتر و سودمندتر از تنظیم بر اساس بازار می شود».

بر این پایه می خواهم موضوع را چنین خلاصه کنم که سرمایه داری خارج از بازار دو منبع جدید اساسی کارایی را گسترش داده است:

- سازماندهی سیستماتیک کار در مکان های تولید.

- تنظیم اداری و رهبری استراتژیک مجموع واحدهای مشغول به کار (خدمات، مرکزهای پژوهش، کارخانه ها، شبکه های توزیع و غیره).

واقعاً چه کسی مدعی است که برنامه ریزی کارا نبوده است! وانگهی امروز ژاپن، کشوری با برنامه ریزی بالا است که از نیرومندترین قدرت رقابت برخوردار است. بر این اساس، رویارو قرار دادن بازار و برنامه ریزی به کلی پوچ و بی معناست؛ سرمایه داری روی هر دو تکیه می کند. آن چه در کشورهای سوسیالیستی به شکست انجامید اصل برنامه ریزی نیست. بلکه دقیقاً شکل دولتی شده آن و منافعی است که بدون تضمین ممکن به وسیله رقابت، در آن متمرکز گردیده است. بر این اساس، هنگامی که شور و هیجان ها پیرامون این موضوع فروکش کند، ای بسا ممکن است متوجه شویم کشورهای سوسیالیستی سابق کاری که انجام داده اند، همانا، به کار گرفتن شکل ها و ابزارهایی است که کشورهای غرب قبلاً گسترش دادند و در عین حال کوشیدند راه حاد و زورمدارانه انباشت سرمایه (و بنا بر این روابط سرمایه داری) را اقتباس کنند.

درباره کیفیت ها و نقایصی که این مصالح از خاستگاه برنامه ریزی به ما ارائه می کند، چه می اندیشیم؟

• ۱- برنامه ریزی، گسترش و استفاده سیستماتیک و سازمان یافته از وسایل و فعالیت های تولیدی را که از توان روابط کالایی خارج است، ممکن می سازد. این امر در شرایط رشد تکنولوژی نمایان است. البته، معنی آن این نیست که در دورنمای سوسیالیستی و رهایی بخش، ما موظفیم این سازماندهی را همچنان ادامه دهیم. معنی آن این است که این مسئله برای ما به ارث می ماند که چگونه به اعتلای یک سازماندهی کارآمد پردازیم.

• ۲- احتمالاً این از کیفیت مهم برنامه ریزی است که همواره امکان عمل کردن در زمان، پیشدستی کردن، تحکیم نوآموختگی ها، برقراری پیوندهای اجتماعی میان افراد را فراهم می آورد که در این فضای زمانی به وجود می آید. این در دورنمایی است که از «انطباق های خود به خود در بازار» یا از شکل قرار داد، فراتر می رود.

• ۳- برنامه ریزی امکان می دهد که هماهنگی مجموع فعالیت های محدود در زمینه وظایف گوناگون و فضاهای مختلف تأمین گردد (یک آزمایشگاه پژوهشی مانند یک کارخانه عمل می کند). این امر امکان می دهد که از خصلت خصوصی رابطه کالایی به مفهوم «واقعیت جداگانه» تخطی شود، حتی اگر مالکیت خصوصی به موازات آن حفظ گردد. اما، چنان که واقفیم، برنامه ریزی در طرف مقابل چنین وضعی دارد:

• ۱- وسیله تمرکز شدید قدرت و تصمیم گیری است و نوع دیگری از مرکزیت را متداول می کند که مرکزیت دولت دمکراتیک نیست، بلکه مرکزیت مالکیت سرمایه داری است که بیرون از دمکراسی و اجرای اصول شهروندی قرار دارد.

• ۲- برنامه ریزی همواره متضمن واقعیت و یا امکان رشد یک قشر بوروکراتیک (در مؤسسات) است که منطق آن به همان اندازه که حفظ قدرت آنان و حفظ سازماندهی است، در نظر گرفتن نتایج مفیدی هم هست که تولید (به عنوان پایه سود) به وجود می آورد.

• ۳- سرانجام و به ویژه، برنامه ریزی، وسیله نیرومند نظارت بر مزدبری و بازار کار و وسیله دفاع از رابطه مزدبری است. برنامه ریزی شیوه شکل گیری و سازماندهی بورژوازی به مثابه طبقه است (که تنها به بازی بازار به وجود نمی آید).

از این رو، برنامه ریزی مانند بازار است. آن ها را به طور مطلق نمی توان رد یا قبول کرد. آن ها مصالحی هستند که سرمایه داری در روابط متضاد به وجود می آورد. فکر جانشین باید با تکیه بر موضوع اساسی، آن ها را به حیطة و جایگاه خود

درآورد. در حقیقت، موضوع اساسی، بازار یا برنامه ریزی نیست، بلکه روابط تولید و روابط سیاسی است که ما اعتلای آن را درک می کنیم. ■

**منبع:**

La Revue M, No 45 Paris