

## برنامه ریزی سوسیالیستی یا بازار سوسیالیستی

از ریموند لوتا

بخش اول: بازار چیست؟

وقتی که بخش اعظم فرآورده های جامعه برای فروش تولید می شود، زمانی که روابط میان بخشهای مختلف و «بازیگران» اقتصاد به صورت روابط خرید و فروش در می آید، بازار شکل می گیرد. بازار سایت و مکانیسم مبادله است: خرید و فروش میان افراد و میان واحدهای سرمایه (کمپانیها، کورپوراسیون ها و غیره) بازارها قبل از سرمایه داری هم موجود بودند. اما در عصر سرمایه داری، بازار به شکفته ترین حد خود رسید. در سرمایه داری تمام عواملی که وارد روند تولید می شوند، پولی یا بازاری شده اند. یعنی به مثابه بخشی از یک نظام انتگرال تولید اجتماعی خرید و فروش می شوند.

در جامعه تولید کالائی، فرآورده ها متعلق به یک عامل اقتصادی معین هستند و از طریق معامله میان صاحبانشان مبادله می شوند. خرید و فروش یعنی انتقال مالکیت و کنترل یک کالا به دیگری. مالکیت فقط در رابطه با اشیاء نیست بلکه در رابطه با آدمها هم هست... در واقع به آدمها هم مثل شئی برخورد می شود. در سرمایه داری سه نوع بازار مرتبط به هم موجود است. الف- بازار فرآورده ها ب- بازار سرمایه (یعنی پول، سهام، اعتبار، ارز، و همچنین بازار ابزار تولید (ج- (بازار کار) اطلاعاتی های استخدام، استخدام و بیرون کردن کارگران، و بطور کلی سیکل استخدام و بیکاری ما باید برایمان روشن باشد که وقتی حرف می زنیم منظورمان چیست. مثلاً وقتی یکی می گوید «در جامعه انقلابی هم باید بازار داشته باشیم» باید منظورش را روشن کند که کدامیک از این بازارها را می گوید.

آیا ابزار تولید، مانند کارخانه ها و ابزار، باید تحت مالکیت خصوصی باشد و در بازار خرید و فروش شود؟ طرح برنامه حزب کمونیست انقلابی آمریکا تصریح می کند که ابزار تولید، که اکنون تحت انحصار طبقه سرمایه دار است، تبدیل به دارائی جامعه شده و به نفع جامعه بکار برده خواهند شد.

.....

### الف- بازار چه می کند؟

بازار نقش تعیین کننده سازمانده را در اقتصاد سرمایه داری بازی می کند. از طریق قیمتها و درآمدها سیگنال می دهد که کدام منابع باید تخصیص یابند و کدام تولید را باید پیشبرد و کدام را تعدیل کرد. همانطور که در مقاله ام به نام «سوسیالیسم واقعی: در باره آنارشی سرمایه داری و ضرورت سوسیالیسم» گفتم، بازار یک تضاد ذاتی و در حال حرکت سرمایه داری را حل می کند.

از یک طرف، سرمایه داری یک نظام تولید اجتماعی است که بسیار تکامل یافته و بهم وابسته است که دارای تکنولوژی بسیار پیشرفته و تقسیم کار بسیار پیچیده است. واحدهای مختلف تولید، مثلاً، کارخانه های فولاد و سازندگان کامپیوتر، همه بهم وابسته اند: هم به مثابه تامین کننده مواد خام، ماشین آلات و غیره و هم به مثابه مشتری. از سوی دیگر، نظام تولیدی بسیار متفرق و منشعب است زیرا واحدهای تولیدی مختلف مالکیت خصوصی افراد یا گروه های پراکنده بوده و توسط آنها کنترل می شود. پس ارتباطات میان تولیدکنندگان آگاهانه و از پیش نقشه ریزی شده نیست و نمی تواند باشد. بلکه این حلقه های اتصال و ارتباطات خودبخودی و از روند بی انتهای مبادله شکل می گیرند. اگر چیزی به فروش رود خوب است؛ اگر نرود، پس اشکالی در کار است. اگر درآمدها بالا برود خوب است و اگر سقوط کند سرمایه دار جواب می دهد و خود را منطبق می کند. هیچ نقشه ریزی از پیش موجود نیست.

پس بازار (و در واقع قانون ارزش (مولفه های گوناگون اقتصاد را هماهنگ می کند. اما این کار بطور غیر مستقیم،

شانسکی، و در پشت سر تولیدکنندگان، صورت می گیرد. هر کدام از مالکان راه خود را طی می کنند، و سپس صبر می کنند ببینند در بازار چه می شود.

پول بر بازار سرمایه داری حکومت می کنند. پول نه تنها واسطی است که از طریق آن قیمتها پرداخت می شوند و کالاها بدست می آیند. در سرمایه داری پول هدف تولید است. واحدهای تولیدی بحول سود سازمان می یابند. هیچ سرمایه داری بخاطر آنکه می خواهد صابون یا چراغ ماشین تولید کند وارد سرمایه گذاری نمی شود. بلکه برای تولید پول وارد سرمایه گذاری می شود. سرمایه دار می خواهد از پروسه تولید و مبادله با پول سود (بالا تر از آنچه گذاشته است بیرون بیاورد).

و کسانی باید باشند که ثروت را تولید کنند. یعنی طبقه زحمتکش. در سرمایه داری به طبقه ای که ثروت تولید می کنند می گویند پرولتاریا.

چرا پرولترها برای سرمایه دار کار می کنند؟ بخاطر بازار و مالکیت خصوصی. طبقه سرمایه دار صاحب ابزار تولید عمده است و آنها در انحصار خود در آورده است. پرولترها هیچ چاره ای ندارند جز اینکه نیروی کار خود را بفروشند. نیروی کار یعنی توانایی کار کردن که شامل انرژی، مهارت، و ابتکار است. پرولترها یا باید نیروی کار خود را در بازار کار بفروشند یا از گرسنگی بمیرند. مزد به کارگران امکان می دهد که وسایل معاش و بقای خود را بخرد. یعنی در بازار بخشی از ثروتی را که تولید کرده است دوباره بخرد. بقیه ثروتی که تولید کرده است مال سرمایه دار است. در سرمایه داری بر سر اساسی ترین مبادله ای که در بازار صورت می گیرد، همیشه سکوت می شود: اساسی ترین مبادله در بازار سرمایه داری خرید و فروش نیروی کار است. استثمار کار مزدی منبع ثروت و قدرت سرمایه دار است.....

مکانیسم بازار مساوی با استثمار کار مزدی نیست. استثمار در صحنه تولید صورت می گیرد. اما بازار بخشی لاینفک از... این روند است

از يك طرف يك جمعیت آماده کار (بازار کار) برای استثمار آماده است، زیرا این کارگران هیچ ابزار تولید ندارند. بازار کار يك نوع اجبار را که مختص سرمایه داری است نمایندگی می کند: کارگر را بزور سرنیزه یا از طریق تعهدات فئودالی مجبور به کار نمی کنند اما کارگر مجبور است که دنبال کار بگردد) و فقط تا زمانی می تواند کار پیدا کند که سرمایه دار از کار او می تواند سود بدست آورد.

از سوی دیگر بازار مکانیسمی است که از طریق آن سرمایه دار، مدار تولید و مبادله را پیش میبرد و کامل می کند: ابزار تولید و نیروی کار را می خرد، و سپس ارزش اضافه ای را که کار اجتماعی فراهم آورده متحقق می کند (یعنی تبدیل به شکل پولی می کند).

....

برنامه حزب کمونیست انقلابی آمریکا می گوید، در سوسیالیسم، نیروی کار دیگر يك کالا نخواهد بود که خرید و فروش شود. دیگر اقلیتی از طبقه صاحبان ابزار تولید «آزاد» نخواهند بود که کارگر استخدام و اخراج کنند. سوسیالیسم این وضعیت را که مردم مجبورند برای شغل و درآمد سر به سنگ بکوبند و رقابت کنند، خاتمه می دهد. برای تحقق سوسیالیسم طبقه کارگر باید دولت خود را بنا کند و از طریق آن کنترل ابزار تولید را بدست گیرد. برنامه حزب کمونیست انقلابی آمریکا توضیح می دهد که در سوسیالیسم مردم در فضای اجتماعی کاملاً متفاوتی کار خواهند کرد، بطریقه کاملاً متفاوت از سرمایه داری از این کار به آن کار منتقل خواهند شد، و برای نیک بختی مشترك و جمعی بسیج شده، و به همکاری خواهند پرداخت.

## ب - تنظیم تولید

بازار تولید سرمایه داری را به دو طریقه اساسی تنظیم می کند.

اول، بازار استانداردهای (نرمهای) کارائی تحمیل می کند. هر سرمایه داری در نبرد با سرمایه داران دیگر است. هر کدام می خواهد (به بهای دیگری) (به سهم بزرگتری از بازار دست یابد. و سلاح اصلی شلن در این نبرد بسط تولید، بالا بردن بهره وری، و کاستن از هزینه هاست. این به معنای آن است که کارگران باید سخت تر، سریعتر، و طولانی تر کار کنند. اگر یکی از سرمایه داران در سطح معینی از کارائی عمل نکند، می بازد یعنی نمی تواند به قیمت بازار بفروشد. او یا باید از دور خارج شود یا اینکه کارائی اش را بالا برد.

دوم، بازار سرمایه گذاری را هدایت می کند. زمانی که بازار و سود در يك بخش خاص یا فرآورده خاص رشد می یابد، سرمایه وارد آن می شود. برای مثال، چند سال پیش سودآوری در بخش ارتباطات تلفنی بالا بود. پس مقدار عظیمی سرمایه وارد این بخش شد و سرمایه گذاری کرد (البته متوجه اخلاقیات این ماجرا هستید). (اما وقتی که شروع به لرزیدن می کند بازار انضباط اعمال می کند و دیکته می کند که باید تجدید سازماندهی شود: کمپانیها دست به ادغام می زنند، دارائی ها به فروش گذاشته می شوند یا نقد می شوند، کارگران اخراج می شوند، سطح مزدها پائین رانده می شود. و سرمایه های قوی تر و گمانه زنها مانند کوسه به پاره کردن و بلعیدن می پردازند. این است پروسه تنظیم تولید. پروسه ای که بشدت اتلاف آمیز، پر هرج و مرج، و ستمگرانه است.

## ج - حساب پس دادن و کنترل

بازار غیر شخصی است. به مردم جوابگو نیست. با شما در مورد نیازهایتان مشورت نمی کند. برایش مهم نیست که کارتان، خانه تان، بیمه بازنشستگی تان، یا بیمه بهداشتتان را از دست می دهید. اگر چیزی مقابل کارائی بازار بایستد، آنرا از سر راه بر میدارد.

من در مورد اقتدارگرا بودن اقتصاد سوسیالیستی یاوه زیاد شنیده ام. اما چه چیزی می تواند اقتدارگراتر از دستور بازار مبنی بر اخراج نیم میلیون کارگر از صنعت ارتباطات تلفنی در هیجده ماه گذشته، باشد؟

اگر کسی می خواهد که بازار (بگذارید بگوئیم) «بازار با چهره انسانی» (مکانیسم سازمانده اقتصاد باشد، بهتر است توضیح دهد که بازار چگونه می تواند طبق احکام بازار عمل کند ولی از لطافات دهشتناکی که بازار ببار می آورد، پرهیز کند؟ اگر بازار اینکارهائی را که می کند انجام ندهد، و طبق قوانین دیگری عمل کند، مثلا طبق نیازهای اولیه مردم عمل کند، از بازار دیگر چیزی نمی ماند.

مکانیسم بازار مشوق کار معنا داری که به نفع جامعه است نیست؛ مکانیسم بازار برابری تولید نمی کند. این ارزشها (تولید کار مفید بحال جامعه و برابری) (کاملا در تضاد با بازار قرار دارند.

## بخش دوم: بازار چه اشکالی دارد؟

بازار پنج اشکال مهم دارد که بخشی از وجودش، از ساختارش، می باشند.

### الف- آتارشی و نه نقشه ریزی آگاهانه

در اقتصاد سرمایه داری بازار، هیچ نقشه ای برای تولید اجتماعی ریخته نمی شود. جامعه در کلیت خود در مورد نیازهایش تصمیم گیری نمی کند: نیازهای اجتماعی اش، ابزار و تکنولوژی لازم برای پیشبرد تولید، نیازهای مسکن اهالی، تخصیص منابع برای امراضی مانند ایدز و غیره. بجای نقشه ریختن، ایکار به عهده بازار گذاشته می شود که آنرا حل کند (البته حوکت نقشی بازی می کند اما فرمانده بازار است).

سرمایه داران وارد میدانها و خطهای تولید مختلف می شوند. هر تولید کننده سرمایه دار خودش تصمیم می گیرد که چه چیزی و چقدر تولید کند، آیا بسط دهد یا اینکه محدود کند، آیا کارگران جدیدی استخدام کند و تسهیلات جدید بنا کند یا خیر. این تصمیم گیری ها را سرمایه دار می کند. مبنای تصمیم گیری سرمایه دار این است که آیا می تواند با قیمت های سودآور فرآورده هایش را بفروشد و آیا در آینده می تواند بازارهای سودآور پیدا کند.

سرمایه دار اول تولید می کند بعد منتظر می شود ببیند چه می شود. یعنی پروسه پرتاب تیر و خطا کردن، شلیک کردن و باز شلیک کردن، امتحان و خطا. در دوره های رونق سرمایه گذاری بیش از اندازه رشد می کند. در دوره های افت اقتصادی سرمایه گذاری بسیار کمی می شود. بسیاری از مردم دیگر کار پیدا نمی کنند، منابع بیکار برجای می مانند، و نیازهای عاجل اجتماعی بی جواب می مانند. این پروسه ای است که تلفات و نابودی های عظیم به بار آورده است.

.....

### ب- چرتکه انداختن و نه بحساب آوردن منافع اجتماعی

بازار به حداقل رساندن هزینه های و به حداکثر رساندن سود را تشویق می کند و پاداش میدهد. بازار همیشه چرتکه می اندازد.

سرمایه داران این چرتکه انداختن را کارائی قلمداد می کنند. اما در سرمایه داری کارائی دارای مضمون و ماهیت طبقاتی است. و منظور از آن کارائی در استثمار کار مزدی است. در سرمایه داری کارائی یعنی محاسبه بسیار  $A = B$   $I = I + \Delta I$  در مورد اینکه چه چیز کم هزینه ترین و سودآورترین است.

یک کارخانه مرتباً هوا را آلوده می کند. اما این هزینه اجتماعی کارخانه دار را نگران نمی کند. زیرا هوا جزو مالکیت خصوصی او نیست؛ بخشی از ساختار هزینه که بازار به آن نمره مثبت یا منفی می دهد نیست.

.....

مساله این است که بازار تأثیرات بلند مدت و اجتماعی فعالیت های اقتصادی را ثبت نمی کند. این بخشی از ساختار مکانیسم بازار است. بهداشت و آلودگی در سیاهه هزینه و سود، عرضه - تقاضا بحساب نمی آید. وقتی که سود آغاز و پایان یک فعالیت باشد، همینطور می شود.

مثالی از داروسازی بزنیم. برای صنعت داروسازی ساختن داروهای ارزان برای امراضی که اکثریت بشریت به آن مبتلا می شوند، سودآور نیست. در این زمینه نرخ بازگشت پائین است. برای همین بخش بزرگی از مردم بخاطر امراض قابل درمان، می میرند. اما تولید داروهائی برای «بهبود روش زندگی» (مانند لاغری و پوست و غیره) بسیار سودآور هستند.

مسکن یک نمونه دیگر است. در آمریکا، بطور واضح و روشن معلوم است که نیاز به مسکن ارزان و قابل زندگی هست. اما بازار به این نیاز یا خواست اجتماعی جواب نمی دهد. بازار فقط خواست های پولی را به ثبت می رساند: پولت را به

من نشان بده. «برای همین در آمریکا مشکل بی خانمانی روز بروز شدیدتر می شود؛ بحران مسکن بوجود می آید. اخیراً آمار حیرت انگیزی خواندم. در آمریکا يك کارگر متوسط خرده فروشی از میان بیست بازار مسکن در کشور فقط در سه تای آنها می تواند يك آپارتمان يك خوابه پیدا کند که بتواند اجاره اش را بدهد.

گلوبالیزاسیون جهانی شدن (هم بر سر چرتکه انداختن است. در جنبش ضد گلوبالیزاسیون به این می گویند): مسابقه به طرف چرتکه. «سرمایه گذاران جهانی همیشه در بازار جهانی در جستجوی هزینه پائین، بهروری بالا، و نرخ بازگشت بالا، هستند. مشقت خانه ها، قوانین محلی شل، ممالکی که در آن کارگران حقوق و مزایای کم دارند: همه اینها از نظر بازار نمره مثبت می گیرند. داستان موفقیت» نایکی «بر این ها استوار است.

### ج- رقابت و نه همکاری

هر سرمایه داری تلاش می کند تا از سرمایه داران دیگر جلو بزند و یا آنها را از دور خارج کند. آنها از طریق اسرار تجاری و پاتنت و حق مالکیت بر ایده ها، مانع از آن می شوند که دانش علمی و تکنولوژیک از دستشان خارج شود. ایده ها «نیز می توانند تبدیل به مالکیت خصوصی شوند و» حق استفاده از ایده ها «مانند هر چیز دیگر خرید و فروش شود. برای پیروز شدن در بازار هر کس باید امتیازات رقابتی خود را به حداکثر برساند. و این به همه جای زندگی ما منجمله بر روح و روان ما نفوذ می کند. ما بدون گذر از بازار نمی توانیم بخوریم، سقوی بالای سرمان درست کنیم یا کار کنیم. اما وقتی که برای خانه یا شغل، وارد رابطه با بازار می شویم یعنی داریم به اشکال مختلف با آدمهای دیگر وارد رابطه می شویم. داریم برای خانه، شغل و غیره با دیگران رقابت می کنیم.

بازار طرز تفکر و روحیه «اول من» «بزنیم برای نمره يك شدن» را پرورش می دهد. بازار سرد و بیرحم است. بازار یعنی «برنده ها و بازنده ها». «و در چنین جهانی مانند جهان ما، نگران دیگران شدن و به آنها اندیشیدن»، صرفه جوئی در هزینه «نیست. البته ما حتی در این جهانی که بازار سرمایه داری بر آن مسلط است سعی میکنیم که به دیگران فکر کنیم و از آنها ننگه داری کنیم، در محل کار و زندگی سازماندهی می کنیم. اما واقعیت هنوز پابرجاست: سرمایه داری و مبادله بازاری ما را بجان هم می اندازد؛ نظام مالکیت خصوصی و بازار، آدمها را پارچه پارچه و متمیزه می کند.

د- تحریف کردن و در هاله خرافه پوشاندن واقعیت

اکثریت مصرف کنندگان شهری نمی دانند مواد غذایی چگونه تولید شده و بسته بندی شده است. ما در حد قفسه های سوپر مارکت با آن آشنا هستیم. اما نمی دانیم که این فرآورده ها بر بستر کدام مناسبات اجتماعی تولید شده اند؛ چنین چیزی را در لیست «محتویات» «تثبیت نمی کنند. ما قیمت را می دانیم. از نظر بازار این مهترین اطلاعات است.

يك بسته شکلات از بازار می خرم. اما آیا می دانم که ساحل عاج بزرگترین صادر کننده کاکائو و عرضه کننده شکلاتی است که من دلم برایش میروم؟ آیا می دانم که کمپانیهای شکلات سازی نستله و هرشیز کارشان را از طریق شبکه ای از صادر کنندگان کاکائو، دلان خرید، و مقاطعه کارانی که برای مزارع کاکائو نیروی کار اجیر می کنند و کودکان را روی این مزارع بکار می گیرند، پیش می برند؟ بازار این اطلاعات حیاتی را به ما منتقل نمی کند.

تولید کالائی و بازار، روابط استثمارگرانه و ستمگرانه ای را که در نظام تولیدی ریشه دارد، پنهان می کنند. نه تنها اینرا پنهان می کنند، بلکه آن روابط اجتماعی واقعی که افراد را بهم می بندد را تحریف می کند. ما مصرف کنندگان «مولکول آزاد» «نیستیم بلکه بخشی از» ماتریکس «اقتصادی و اجتماعی هستیم.

ح- از خود بیگانگی و بی قدرتی

وضعیت استثمار و روابط بازار کارگران را از ابزار تولید، از اهداف تولید، و از خود کار، بیگانه و دور می کند. کار تبدیل به يك فعالیت بیگانه و ستمگرانه می شود. ما برای يك بازار بی تشخیص کار می کنیم و برای این کار می کنیم که بتوانیم در بازار وسائل بقایمان را تامین کنیم. کاری که می کنیم هیچ چیز ذاتا الهام بخشی ندارد، و هیچ ربطی به تحقق

اهداف اجتماعی معنی دار ندارد.

ما برای یافتن کار، تحصیل، و حتا برای یافتن روابط با دیگران خودمان را «عرضه می کنیم.» در جامعه بازار نیک بختی با ثروت و بدست آوردن چیزها اندازه گیری می شود. اوکی، انواع و اقسام فرآوردها تولید می شود. اما این نتیجه جواب بازار به نیازهای مصرف کننده نیست. تولیدات مارک دار و لوگوها ربطی به ارضاء نیازهای مادی و اجتماعی واقعی ندارند؛ تبلیغات ربطی به آگهی خدمات عمومی ندارد. بلکه برای شکل دادن به تقاضا، تحریک خواستها و جهت دادن به خواستها و جنگ بر سر سهم بازار است. بله ما «حق انتخاب» میان فرآورده های مختلف داریم. اما سه نکته را در این مورد باید تذکر داد. اولاً، «حق انتخاب» وابسته است که موضع طبقاتی و درآمد. دوماً، بازار به نیاز اجتماعی جواب نمی دهد. و سوماً، این «توهم حق انتخاب» مانند آئین های انتخاباتی فقط بی قدرتی محض اکثریت جامعه را تقویت می کند و برای آن پوشش درست می کند. ایدئولوژی مصرف گرایی بخشی از پسیکولوژی کنترل است که از سوی اقتصاد بازار سرمایه داری اعمال می شود. قسمتهای بعدی این مقاله ترجمه نشده است. نام مقاله و نویسنده مقاله به انگلیسی به ترتیب زیر می باشد:

socialist planning or 'market socialism'

Raymond Lotta

متن انگلیسی مقاله را می توانید از سایت اینترنتی زیر بدست آورید:

<http://2changetheworld.info>