

سوسیالیسم (مدل دیانه السون)

دیانه السون

ح. ریاحی

طرح روی جلد فوسه کیپی

نشر بیدار

دی ماه ۱۳۹۰

مدل سوسیالیسم

(در معرفی آرای دیانه السون)

Iranischer Kulturverein (Bidar)

Tulpen str.15

D-30167Hannover

Tel.0511-714544

مترجم: ح. ریاحی

فهرست:

سوسیالیسم بازار یا سوسیالیزه کردن بازار؟.....۵

علم اقتصاد سوسیالیسم دموکراتیک.....۹۳

سوسیالیزه کردن بازار، نه سوسیالیسم بازار.....۱۰۱

نگاهی به مدل دیانه السون.....۱۳۷

و تولید کالائی در آن غالب است و نه بحثی که به "بازاری کردن سوسیالیسم واقعا" موجود مربوط می‌شود. ضروری است این امر را بازنشاسیم که طرفداران سوسیالیسم بازار، بازار را شکلی از داد و ستد آزادانه می‌دانند. در حقیقت، این یکی از نکات اصلی بحث آن‌هاست. بازار را نمی‌توان به شیوهٔ علت و معلولی رد کرد، بحث باید چنین باشد که چه شرایطی لازم است برای آن که بازار به مثابه‌ی شکل داد و ستد آزاد، امکان ادامه حیات داشته باشد؟ همین‌طور نباید بحث تعریف سوسیالیسم در چارچوب فقدان تولید کالائی را از پیش منتفی دانست و تولید کالایی و خرید و فروش را به طور ساده با یک دیگر مساوی انگاشت. در این‌جا قصد ندارم که نظرات مارکس در رابطه با کالا و "پرستش کالا" را به طور کامل مورد بررسی قرار دهم. بلکه بر این عقیده‌ام که، آن چه این نظرات را که صرفا به لحاظ تحلیلی به امر مفیدی در آورده، اینست که او کالاها را به مثابه‌ی "نمودهای مستقلی می‌داند که زندگی خاص خود را دارند، و هم با یک‌دیگر و هم با نژاد انسانی رابطه برقرار می‌کنند" (۳). در نوشته‌های مارکس، کالا اساسا شیئی تجاری نیست که در ازای پول خرید و فروش می‌شود. البته جمله‌هایی از نوشته‌های مارکس می‌توان انتخاب کرد که جز این معنائی ندارند، اما بافت متن‌های مارکس به طور کلی از این حد فراتر می‌رود. وضعیت پیچیدهٔ کالاها، نه از واقعیت صرف خرید و فروش، بلکه از امر خرید و فروش تحت شرایطی ناشی می‌شود که در آن کالاها می‌توانند به حیات مستقل خود ادامه دهند. این استقلال کالاها، نوعی رابطه‌ی اجتماعی بین انسان‌ها به وجود می‌آورد که شکل مضحک رابطه بین اشیاء را به خود می‌گیرد. "اشخاص صرفا به مثابه‌ی نمایندگان و در نتیجه صاحبان کالا برای یک‌دیگر وجود دارند". (۴)

این تحلیل امکان ایجاد جامعه‌ای را به تصویر می‌کشد که در آن کالاها در ازای پول معاوضه می‌شوند و نه جامعه‌ای که در آن کالاها زندگی مستقل خود را دارند و

فصل اول

سوسیالیسم بازار یا سوسیالیزه کردن بازار؟

بازار و کاستی‌های برنامه‌ریزی مرکزی به عقل سلیم بسیاری از اقتصاددانان سوسیالیست در کشورهای سرمایه‌داری و نیز در کشورهای "سوسیالیسم واقعا" موجود (۱) تبدیل شده است. اخیرا و به ویژه از سوی ارنست مندل (۲)، از شکل‌های هم‌آهنگی اقتصادی که دخلی به بازار ندارد، دفاع جانانه‌ای صورت گرفته است. اما به نظر من، این دفاعیه‌ها برای طرفداران سوسیالیسم بازار، پاسخ‌های کاملا قانع‌کننده‌ای در بر ندارد. در این مقاله، استدلال‌های مندل مندرج در شماره‌های اخیر مجله نیو لغت ریویو و نوشته‌های مربوط به هدف اصلی انتقاد او، یعنی الک نووه را مورد بحث قرار می‌دهم. من در این خصوص که بین بازار و برنامه‌ریزی بوروکراتیک بدیلی وجود دارد - نظری که نووه با آن مخالف است - با مندل هم عقیده‌ام. اما بررسی این بدیل را در راستای کاملا متفاوتی آغاز می‌کنم. با نووه اشتراک نظر دارم که ساز و کار قیمت وسیله‌ی اجتناب‌ناپذیری جهت هم‌آهنگی در اقتصاد سوسیالیستی به شمار می‌رود، اما بحث من اینست که این ساز و کار، اگر قرار باشد در خدمت سوسیالیسم و نه بر علیه آن باشد، می‌بایست سوسیالیزه شود. بحث مندل و نووه، بیش‌تر به امکان ایجاد جامعه‌ای معطوف است که در آن تولیدکنندگان آزادانه با یک دیگر دادوستد می‌کنند،

اشخاص، صرفاً هم‌چون نماینده‌ی کالا در برابر یک دیگر قرار می‌گیرند. این امکان که مستلزم سوسیالیزه کردن خرید و فروش، و روند شکل‌گیری قیمت است و نه از میان بردن آن، در قسمت دوم این مقاله مورد بحث قرار خواهد گرفت. بخش نخست این مقاله زمینه‌ی بخش دوم را با انتقاد از پیشنهادهای اساسی نووه و مندل فراهم می‌سازد. اگر چه این مقاله به اشکال هم‌آهنگی اقتصادی مربوط می‌شود، نقطه آغاز آن را، نه بازار و برنامه، بلکه تولید و بازتولید نیروی کار تشکیل می‌دهد. در یک اقتصاد سرمایه‌داری خط راهنما، تولید و بازتولید سرمایه است، نیروی خلاق بشر و اعلام و گسترش نیازها تابع انگیزه سود است. خط راهنمای اقتصاد سوسیالیستی، می‌بایستی تولید و بازتولید نیروی کار باشد. قائل شدن به این اولویت، مستلزم تغییر در روابط مربوط به ابزار تولید و ابزار مصرف، تغییر در مکان کار و در خانواده و تغییر در روابط بین تولیدکننده و مصرف‌کننده است. محک قضاوت در مورد هر نوع هم‌آهنگی اقتصادی، متناظر بودن آن بر تولید و بازتولید نیروی کار است. این دیدگاهی است وسیع‌تر از توجه سنتی سوسیالیستی به کارگران، یعنی دیدگاهی که عمدتاً بر نیروی کار در روند کار مزدی متمرکز است. با اطمینان می‌توان گفت این جنبه‌ای مهم است و این که نیروی کار چگونه مصرف می‌شود، تاثیرات نیرومندی بر الزام‌های بازتولید آن دارد. اما همان‌گونه که فمینیست‌ها همواره استدلال کرده‌اند، کارهای بدون مزدی در خانه و جامعه وجود دارد که در مرکز تولید و بازتولید نیروی کار قرار دارند. واژه "تولیدکنندگان" باید مفهومی فراتر از "کارگران مزدبگیر" داشته باشد، آن‌چنان مفهومی که این حقیقت را ملحوظ داشته باشد که هر تولیدکننده‌ای زمانی کودک بوده و روزی نیز نیروی خود را در اثر بیماری و بالا رفتن سن از دست می‌دهد. مدافعان برنامه‌ریزی سوسیالیستی بیش از طرفداران سوسیالیسم بازار، به مفاهیم اشکال هم‌آهنگی کار تاکید دارند، اما به استثنای معدودی، آن‌ها نگرش تنگ‌نظرانه و

"کارگردارانه" ای را نسبت به کار نمایندگی می‌کنند (۵). من، بر خلاف آن‌ها، نقش اساسی برای کار خانگی قائل ام.

1- سوسیالیسم بازار نووه و برنامه‌ریزی سوسیالیستی مندل

نووه تحت نام رألیسم به دفاع از سوسیالیسم بازار (۶) برخاسته است: او می‌گوید: "سوسیالیسم واقعا موجود به علت کاستی‌های برنامه‌ریزی مرکزی شکست خورده است، و سنت مارکسیستی نیز اصولی تخیلی یا آشکارا غلط ارائه داده است. تنها راه- حل قابل تحقق، تقلیل نقش برنامه‌ریزی مرکزی و افزایش نقش بازار است."

اقتصاد دوگانه‌ی نووه

از نظر نووه، یک اقتصاد سوسیالیستی عملی، یک اقتصاد دوگانه است: یک بخش غالب که از طریق "دستورهای الزامی دفاتر برنامه‌ریزی" سازمان داده می‌شود، (ص ۴۴) و بخش بزرگ و در عین حال فرعی که از طریق بازار سازمان می‌یابد. آن ویژگی اصلی که چنین اقتصادی را از "اقتصاد مختلط" سرمایه‌داری متمایز می‌سازد، عبارتست از فقدان هر نوع مالکیت خصوصی بزرگ بر ابزار تولید. اقتصاد از سه نوع شرکت تجاری تشکیل شده است: شرکت‌های دولتی، تعاونی‌ها و شرکت‌های خصوصی فردی. این شرکت‌ها از حق انتخاب و از دموکراسی مربوط به عملکرد بازار و نظام سیاسی برخوردار اند و برنامه‌ریزان در مقابل شورای منتخب مسئولیت دارند. در این نوع اقتصاد تمایل به تغییر شکل روابط اجتماعی و مادی تولید وجود دارد، اما در مورد مبادله، توزیع و مصرف چنین امکانی وجود ندارد. تاکید بر سازماندهی مجدد روند کار، فراتر از حمایت از شرکت‌های کوچک نمی‌رود، همین طور نیز هیچ‌گونه تاکیدی بر

سازماندهی مجدد مناسبات بین تولید کالا و خدمات از سویی و تولید و باز تولید نیروی کار از دیگر سو وجود ندارد.

این غفلت مختص به نووه نیست: اغلب بحث‌های مربوط به اقتصاد سوسیالیستی همین رنگ تولیدمداری را بر خود دارد، یعنی سر و کارش با تغییر شکل مناسبات تولیدی در محل کار است، و از باز اندیشی در رابطه با مناسبات بین تولید و مصرف بین محل کار و خانواده‌ها، و نیز بررسی ضرورت سازماندهی مجدد مصرف و باز تولید نیروی کار ناتوان است. برخورد فمینیستی به طور قاطع به مساله اقتصاد سوسیالیستی، به هم‌آهنگ شدن تولید کالا و خدمات با بازتولید نیروی کار جنبه‌ای مرکزی می‌دهد. این امر از جمله مستلزم باز اندیشی در این موارد است که خانواده‌ها چگونه کالا و خدمات را از سازمان‌های بیرونی دریافت می‌کنند، چه کسی کار خرید را انجام می‌دهد، محلی برای زندگی پیدا می‌کند، یا مدرسه و خدمات درمانی و امثال آن چگونه است و چه نوع از روابط اجتماعی و مادی عمل می‌کند. نووه و اغلب کسانی که در مورد موضوع مورد بحث می‌نویسند، امر مذکور را مورد ملاحظه قرار نمی‌دهند، و صرفاً پیرامون تغییر شکل تولید بحث می‌کنند، اما حلقه‌ی واسط بین شرکت‌های تجاری و خانواده‌ها یا بازار است، یا نظام‌های دارای سلسله مراتب، و ابتکار تعیین برنامه‌ی مربوط به کالا و خدماتی که مورد مصرف خانواده‌هاست در دست سازمان‌های تولیدی باقی می‌ماند.

در مورد سیاست مربوط به ارزش مصرف یا شرکت مردم در برنامه‌ریزی از طریق همکاری مستقیم بین سازمان‌های مولد و خانواده‌ها که محصولات این سازمان‌ها را مصرف می‌کنند، سخنی در میان نیست (۷). نووه به خودسازماندهی توده‌ها بسیار کم بها می‌دهد و مخصوصاً به نقش اتحادیه‌ها مظنون است و آن‌ها را مانعی بر سر راه اصلاحات ضروری اقتصادی چه در کشورهای سرمایه‌داری و چه در کشورهای

سوسیالیستی می‌داند. به نظر می‌رسد، نووه برای اعضاء جامعه سوسیالیستی، صرفاً نقشی در کادر فعالیت عمومی در خرید و فروش و رای دادن قابل است.

بدین ترتیب سوسیالیسم به اعتقاد نووه بر مالکیت صوری تاکید می‌کند و اساساً آن را در چارچوب فقدان شرکت‌های تجاری بزرگ سرمایه‌داری تعریف می‌کند. امتیازاتی که او برای نوع اقتصاد سوسیالیستی مورد نظر خود قائل است عبارتند از: انعطاف-پذیری، کارآیی، انتخاب و اجتناب از زیاده‌روی، خواه در سرمایه‌داری آزاد، خواه در برنامه‌ریزی مرکزی بدون قید و بند (۸). همان‌طور که مندل نیز متذکر می‌شود، نووه به این مساله نمی‌پردازد که انعطاف‌پذیری، کارآیی و انتخاب برای چه کسی؟ در یک اقتصاد سرمایه‌داری همه این‌ها به نفع سرمایه عمل می‌کنند. کارآیی یعنی کارآیی در ایجاد سود: از زاویه کار، کارآیی می‌تواند در چارچوب زمان و فعالیتی که صورت می‌گیرد به معنای مخارج بیشتر باشد، زیرا آن‌چه از کارآیی حاصل می‌شود غالباً از طریق انتقال وظائف کارمزدی به حوزه‌ی کار بدون مزد، یا از طریق بالا بردن شدت کارمزدی تامین می‌شود، کارآیی در وضعیت بیماری به معنی مخارج بیشتر است، زیرا اقدامات بهداشتی و ایمنی خرج برمی‌دارد. همان‌طور که خواهیم دید، راه‌حل مندل نیاز مردم به تولید کالا و خدمات را در اولویت قرار می‌دهد، اما نیاز آنان به استفاده از آن کالاها و خدمات در راستای تولید و بازتولید نیروی کار را نادیده می‌گیرد. می‌بایستی این حقیقت نامطلوب را بپذیریم که حتی در فقدان شرکت تجاری خصوصی نیز بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان یک کالا، کشمکش وجود دارد. انعطاف‌پذیری، کارآیی و انتخاب برای مصرف‌کننده، می‌تواند برای تولیدکننده اختلال، فشار عصبی و عدم اطمینان معنی دهد. یک پاسخ قانع‌کننده، می‌بایستی راه‌های فائق آمدن بر این کشمکش‌ها را دارا باشد، و این جوهر سیاست ارزش مصرف است. اما مندل و نووه هر دو پاسخ‌هایی یک سو به ارائه می‌دهند: مندل از نقطه نظر تولیدکننده و نووه از

نقطه نظر مصرف‌کننده. فرض وجود تضاد بین "تولیدکننده" و "مصرف‌کننده" در هر حال مصنوعی است، زیرا ما هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده هستیم. اما قبول این امر، کشمکش را برطرف نمی‌کند. در این مقاله می‌خواهم این تنش را در چارچوب کنش و واکنش بین دو نوع نهاد اجتماعی مختلف از نوع شرکت تجاری و نوع خانواده مورد بحث قرار دهم. شرکت‌های تجاری و خانواده‌ها هر دو به خرید و فروش مشغول اند، زیرا خانواده‌ها نیروی کارشان را می‌فروشند و شرکت‌ها آن نیروی کار و دیگر کالاها را می‌خرند. بنابراین، هر دوی این نهادها هم جنبه "مصرف‌کننده" و هم "تولیدکننده" دارند.

نوو در این خصوص که بازارها به طور واقعی چه هستند، چه عملکردی در نظام سرمایه‌داری دارند و چگونه می‌بایستی آن‌ها را در نظام سوسیالیستی سازمان داد، بحث مفصلی ارائه نمی‌دهد. از اشاره‌های پراکنده‌ای او، تصویر یک سیستم از "قراردادهای آزاد که می‌توان آن‌ها را انتخاب کرد و مورد مذاکره قرار داد" (ص ۴۴)، در معامله بین خریدار و عرضه‌کننده به دست می‌آید. مثلاً در اثر نووه آمده: "اکثر کالاها و خدمات را فقط در روند مذاکره بین خریدار و عرضه‌کننده می‌توان قیمت‌گذاری کرد، و قرارداد بین آن‌ها جزئیات مفصل مربوط به تاریخ تحویل کالاها، نوع و کیفیت و امثال آن را شامل می‌شود. طبعاً می‌بایستی انتظار داشته باشیم که شرکت‌های تجاری قیمت‌ها را "کنترل" کنند، و سازمان‌های عمده فروشی و خرده فروشی تلاش کنند قیمت مناسب را در اختیار داشته باشند، اما اگر کمبودی وجود نداشته باشد و قدرت انتخاب در میان باشد، خریداران می‌توانند از خرید سرباز زنند، جای دیگر بروند و چانه بزنند. به سخن دیگر، رقابت می‌تواند سوء استفاده از "قدرت" تولیدکننده را سد کند.

یک مدل غیرواقعی

"مدل چانه زدن و معامله" توضیح واقعی از بازار در اقتصاد مدرن نیست، اقتصادی که، چنان که به طور کلی اقتصاد دانان نیز آن را می‌پذیرند، بازارهایی است که قیمت‌های ثابت بر آن سلطه دارند. طبیعی است که انتخاب خریداران به طور غیرمستقیم، قیمت‌گذاری را محدود می‌کند، شرکت‌ها نمی‌توانند تنها با عمل خود قیمت‌گذاری کنند. چرا که این خریداران هستند که با قیمت‌ها روبه‌رو اند، و فروشندگان با توجه به این عامل، قیمت‌ها را تعیین می‌کنند، بنابراین تعیین استراتژی قیمت‌ها، کارکردی اختصاصی و اداری دارد. بدین ترتیب مذاکره بر سر قیمت‌ها با خرده فروشان کار ویژه‌ی خانواده‌ها نیست، در مواردی نیز که یک خانواده با یک معمار یا متخصص تزئینات مذاکره می‌کند، برای رسیدن به یک معامله دلخواه، به توانائی در به کارگیری وقت و دانش بسیار زیاد بستگی دارد. در اکثر موارد انتخاب، تنها در چارچوب مجموعه کالاهای از پیش تهیه شده و از قبل "قیمت‌گذاری" شده عملی است، خانواده‌ها صرفاً در خریدن یا نخریدن آن آزاد اند و قدرت انتخاب دارند. در شرایطی که شرکت‌های تجاری، منابع عظیمی را به شکل دادن به اولویت‌های خانواده‌ها صرف می‌کنند و سلیقه آن‌ها در مورد خصوصیت کالا را کنترل می‌کنند. خانواده‌ها در شرایطی قرار ندارند که کارمندان متخصص برای خرید استخدام کنند، تا "بهترین خرید" را برای‌شان انجام دهد. همان طور که جان روبینسون نیز گفته است: "کسی که در دنیای سرمایه‌داری زندگی کرده باشد، با این ادعا که نظام بازار حاکمیت مصرف‌کننده را تضمین می‌کند فریب نمی‌خورد. بر عهده اقتصاد سوسیالیستی است که راه تحقق این امر را بیابد" (۹). همین طور روبینسون پیشنهاد می‌کند که در رابطه با یک اقتصاد سوسیالیستی: "به نظر می‌رسد بهترین امید این باشد که طبقه کارمندانی شکل بگیرد که نقش دلان عمده فروش را به عهده بگیرند، و موفقیت شغلی و عزت نفس آن‌ها

به ارضای نیازهای مصرف‌کننده بستگی داشته باشد. آن‌ها می‌توانند از طریق مغازه‌ها و تحقیقات مربوط به بازار که در دنیای سرمایه‌داری هدفش کشف شیوه‌های فریب‌خانه‌دار است با تقاضاهای مصرف‌کنندگان در ارتباط باشند و آن را به مسیر کشف آن - چه واقعا زن خانه‌دار نیاز دارد سوق دهند. طرح و کیفیت کالا را می‌توان به شرکت‌های تولیدکننده تحمیل کرد، و ترکیب تولید و فرآورده‌ها را می‌توان از این طریق تعیین کرد، و سفارشات را به طریقی مطرح ساخت که بین اقتصاد دارای محدوده و مقیاس و نوع سلیقه‌ها تعادل ایجاد کند."

روبینسون یکی از معدود اقتصاددانانی است که سازمان‌دهی مجدد خرید را هم‌چون سازمان‌دهی بازتولید به عنوان یکی از عوامل روند تولید سوسیالیستی دانسته است. اهمیت تحلیل او در راه‌حلی که ارائه می‌دهد نیست، بلکه در پذیرش این امر است که تغییر شکل رابطه بین خانواده‌ها و روند تولید یک جنبه حیاتی سوسیالیسم به شمار می‌رود. نووه نه تحلیل روبینسون را مورد بررسی قرار می‌دهد و نه در این رابطه پیشنهادی ارائه می‌دهد که چگونه می‌توان قدرت خرید و داد و ستد خانواده‌ها را در پیوند با عرضه‌کنندگان کالا بهبود بخشید، زیرا او به "رقابت به عنوان راه‌حل" تکیه می‌کند. اما منظورش دقیقا از رقابت چیست؟ مهم است که مثال او را مورد بررسی قرار دهیم. او می‌گوید: "فرض کنید بیش از شانزده شرکت (سوسیالیزه شده و تعاونی) در کار تهیه کالاها و خدمات باشند. فرض کنیم این کالاها و خدمات عبارت باشند از لباس پشمی، خمیر دندان، بلُ برینگ، هتل‌های توریستی و امثال آن. این شرکت‌ها مذاکره را، مبنای فعالیت‌های تولیدی خود با مصرف‌کنندگان قرار می‌دهند. مصرف‌کنندگان می‌توانند تصمیم بگیرند که کالا و خدمات مورد نیاز خود را از چه کسی دریافت کنند. همه آن‌ها می‌توانند این کالاها را از عرضه‌کنندگان به دست آورند و می‌توانند از بین آن‌ها انتخاب کنند، از این رو شرکت‌ها، سرمایه‌ی لازم را اختصاص

می‌دهند تا تولید جریان پیدا کند. آن‌ها منافعی حیاتی در برآوردن نیازمندی‌های مصرف‌کننده دارند و بنابراین هیچ اقدام ویژه‌ای جهت تضمین این امر (جدا از مقررات "معمول، مربوط به غذای سالم، کیفیت خالص، نام‌گذاری صحیح و غیره) ضروری نیست". (ص 204)

این برداشتی کاملا آرمانی از مقوله رقابت است: یعنی محصولات استاندارد، فرضیه‌هایی دال به این‌که همه خریداران دانش و توانائی لازم را جهت مذاکره داشته باشند و تفاوتی بین کالای مصرفی تمام شده‌ی هم‌چون خمیر دندان و کالاهای تولیدی نظیر بلُ برینگ، و از همه مهم‌تر بحثی هم پیرامون پویائی رقابت در میان نباشد. این بدان معناست که شرایط مناسب شانزده شرکت تولیدی که با یکدیگر برای جلب مشتری از طریق پائین نگهداشتن قیمت و بالا بردن کیفیت رقابت می‌کنند با گذشت زمان ادامه پیدا کند. در این نگرش شکل‌های استثمارگرانه رقابت مورد ملاحظه قرار نگرفته است. مثلا اتحاد چند شرکت با یک دیگر، کنترل مزایده‌ها، استراتژی‌هایی که هدفش ورشکسته کردن رقباست، همین‌طور به ساخت و پاخت بین عرضه‌کنندگان کالا که اقدامی است در جهت محدود کردن رقابت توجیهی مبذول نشده است؛ یعنی دینامیسم تمرکز و تجمع در بازارهای رقابتی که مارکس، شومپتر و کالکی، از میان تعداد زیادی از اقتصاددانان، آن‌ها را مورد تاکید قرار داده‌اند. رقابت نه به عنوان محرکه بالقوه انحصار و روندی که قدرت شرکت‌ها را بیش از آن که بیش‌تر کند محدود می‌نماید، بلکه به مثابه‌ی برابر نهاد انحصار به حساب می‌آید.

مفهوم آرمانی نزد نووه شاید تعجب‌آور به نظر نرسد اگر این را قبول کنیم که او سراسر زندگی‌اش را به مطالعه اقتصاد شوروی و اروپای شرقی گذراند، جایی که بازار و رقابت عمدتا وجود نداشت. (10) تصویری که از مطالعات تجربی اقتصاد سرمایه‌داری به دست می‌آید بسیار متفاوت است. مدارکی که بر تائید تمرکز و انباشت باشد، بسیار

زیاد است: این بدان معنی نیست که شرکت‌های کوچک حذف می‌شوند، بلکه بدان معنا است که شرکت‌های بزرگ مسلط اند، در حالی که شرکت‌های کوچک نقش مقاطعه‌کاران فرعی یا نقش محلی را به عهده دارند. دلایل استوار بر ثبات نرخ ارزش افزوده (فروش منهای خرید از شرکت‌ها) به فروش شرکت‌های آمریکائی (۱۱) در نتیجه‌گیری زیرین خللی ایجاد نمی‌کند: هر شرکتی با شرکت‌های دیگر داد و ستدی فعال دارد. اما بخش اعظمی ازین داد و ستدها، تجارت "مجزا" از طریق بازارهای خوب نیست، بلکه تجارتي است بین یک شرکت "اصلي بزرگ و مقاطعه‌کاران تابع و تحت تسلط آن". تمرکز و تجمع مطمئنا روندی پویاست. مراجعه به آن نباید به معنی ایدۀ تحلیلی "سرمایه‌داری انحصاری" و گرایش به عدم تحرک و ایستائی تلقی شود و نه به معنی حذف رقابت رقبای تازه وارد در موقعیت ویژه شرکت فهمیده شود. امست راد در حقیقت می‌تواند در بازار کامپیوترهای شخصی با آی. بی. ام به مبارزه برخیزد، اما فقط در صورتی که استانداردهای فنی تعیین شده آی. بی. ام را تایید کند. هیچ کارفرمای منفرد، هر چقدر هم پویا، نمی‌تواند امید داشته باشد که بتواند در بدنه‌ی قالب‌های اصلی کامپیوتر با آی. بی. ام رقابت کند.

رقابت استثمارگرانه که به تجمع و تمرکز منتهی می‌شود، بدین معنی است که شرایط تولید و باز تولید نیروی کار را هر چه بیش‌تر استراتژی انباشت شرکت‌های بزرگ تعیین می‌کند، و تمایز بین خانواده‌ها و شرکت‌های تجاری بزرگ روزبه‌روز چشم‌گیرتر می‌شود. امکان فروش نیروی کار برای اکثر خانواده‌ها، هر چه کمتر می‌شود. اگر نقش مقامات مرکزی بناست به تعیین "مقررات معمولی" محدود گردد، مقرراتی که در چارچوب آن قیمت‌ها و کمیت‌ها را مرادده‌ی خصوصی بین خریداران و فروشندگان تعیین کند، چه چیزی می‌تواند جلوی منافع چیره‌ی شرکت‌های تولیدکننده در مقابل خانواده‌ها هم‌چون مصرف‌کننده و یا فروشندگان نیروی کار را

سد کند؟ "سوسیالیسم قابل تحقق" نووه تخیلی‌تر از آن است که در نگاه نخست به نظر می‌آید.

نادیده گرفتن بازار به عنوان یک نهاد و یک روند

نووه در کم توجهی به ماهیت واقعی بازار و عملکرد آن تنها نیست، در میان کسانی که در بحث مربوط به اقتصاد سوسیالیستی شرکت دارند. بخش اعظم ادبیات مربوط به تئوری هم‌آهنگی اقتصادی و برنامه در مقابل بازار، نمی‌تواند بازار را به عنوان نهادی اجتماعی و مادی بنگرد (۱۲). در عوض یک یا بیش‌تر از سه تصویر مطلوب مورد استفاده قرار می‌گیرد: مدل معامله و چانه زنی نووه، مدل حراج که در آن خریداران و فروشندگان به معامله با یک‌دیگر می‌پردازند، و یک بازار که بر مبنای دلالتی تنظیم شده و در آن یک دلال به خرید و فروش سهام به قیمت‌های مشخص می‌پردازد و کسانی که مایل به خرید و فروشند وارد معامله می‌شوند. اما این تصویرها بسیار غیرواقعی اند. در پیوند با بحث مربوط به هماهنگی نظام‌های اقتصادی به طور عام، به این حقیقت پرداخته نمی‌شود که بازارها به منابع نیازمند اند تا بتوانند کارآیی داشته باشند (۱۳). حجم منابع لازم جهت برنامه‌ریزی سوسیالیستی، از جهتی کاملاً متضاد، همواره به عنوان عاملی علیه آن در بحث‌ها مطرح گردیده است. تعداد بسیار زیاد پرسنل فروشنده، متخصصان امور بازار، مجریان تبلیغات، سهام‌داران و غیره که لازم اند تا بازارها عملکرد داشته باشند، معمولاً نادیده گرفته شده (۱۴)، همان طوری که تعداد کارمندان شاغل در فعالیت‌های مربوط به برنامه‌ریزی در درون خود شرکت‌های تجاری خصوصی نادیده گرفته شده است (۱۵). بدین ترتیب، مثلاً هایدک بر این باور بود که صرفه‌جویی در تولید اطلاعات و داده‌ها امتیازی است قاطع که سرمایه‌گذاری بازار در مقابل سرمایه‌گذاری برنامه‌ریزی شده دارد. (۱۶) اما همان گونه که هلم اشاره می‌-

کند هایک تلویحا این فرض را ارائه می‌دهد که بازار، اطلاعات و داده‌ها را مجانی تهیه می‌کند. در هر صورت، متخصصان حراج، دلال‌ها و پرسنل فروشنده می‌بایستی غذا بخورند، فعالیت‌شان نیاز به منابع دارد، دانش آن‌ها کامل نیست و می‌بایستی اطلاعات جمع‌آوری کنند. ادعای برتری سرمایه‌گذاری در بازار، پایه‌اش بر درکی از بازار قرار دارد که در آن قیمت‌ها به خودی خود وجود دارند، و آن را با نظام برنامه‌ریزی‌ای مقایسه می‌کنند که مستلزم انواع هزینه‌های مدیریت است. در این میان، مساله عملکرد واقعی بازارها مطرح نمی‌شود.

بازار حلقه‌ی واسطی بین خریداران و فروشندگان است، اما این حلقه‌ی واسط به خودی خود وجود ندارد، می‌بایستی آن را به وجود آورد. بازار به معنی وجود یک یا چند میانجی است که به عنوان به وجود آوردگان آن عمل می‌کنند، قیمت‌ها را تعیین می‌کنند، در مورد عرضه و تقاضا اطلاعات ارائه می‌دهند و خریدار و فروشنده را به یک دیگر نزدیک می‌کنند. در تئوری تعادل والراسی که اندیشه‌ی سوسیالیست‌ها و لیبرال‌ها در رابطه با هم‌آهنگی اقتصادی تحت تاثیر آن قرار دارد، به وجود آورنده‌ی بازار یک دلال "شیخ‌گونه" حراج است که خارج از روند اقتصادی قرار گرفته و در جستجوی سود نیست. مکتب اطریشی که هایک بدان تعلق دارد، نگرش قوی‌تری را در بر دارد، در این نگرش به وجود آورنده‌ی بازارها آژانس‌های سودآور، کارفرمایان، تجار و سرمایه‌گذاران هستند. اما هیچ کدام به این حقیقت توجه ندارند که ایجاد بازار نیاز به کنترل ابزار تجارت از قبیل اعتبار، ارتباطات، حمل و نقل، انبارداری و اطلاعات دارد.

بازارها در یک اقتصاد سرمایه‌داری، اساسا خصوصی اند، بدین معنی که ابزار تجارت لازم جهت ایجاد آن‌ها، عمدتا در کنترل شرکت‌های سودجو است. مطمئنا دولت در بازار دخالت می‌کند، مقررات وضع می‌کند، هدایت می‌کند و زیرساخت لازم جهت

تجارت، از قبیل راه‌ها را تدارک می‌بیند. اما دخالت دولت و وضع مقررات هدفش صرفا نفوذ بر شرایطی است که در آن شرکت‌های تجاری سرمایه‌داری از قدرت خود برای ایجاد بازار استفاده می‌کنند. این امر ظرفیت عظیمی در اختیار ایجادکنندگان بازار برای طفره رفتن و وضع "ضوابط تنظیم‌کننده" قرار می‌دهد که در اثر آن دفترهای نمایندگی دولتی که به ظاهر بازار را تنظیم می‌کنند به حامیان آن‌ها تبدیل می‌شوند.

در اغلب بحث‌های مربوط به بازاری کردن سوسیالیسم، از واگذاری امر ایجاد بازار به شرکت‌های تجاری خودکفا حمایت شده است، شرکت‌هایی که می‌بایستی مخارج ایجاد بازار را از طریق فروش جبران کنند. در این معنی این بازار خصوصی است، چرا که شرکت‌های تجاری منفرد آن‌ها را بر طبق ضوابطی به وجود می‌آورند و سود هر یک از آن‌ها را افزایش می‌دهند. در این بازارهای خصوصی (خواه سرمایه‌داری خواه سوسیالیستی) قیمت‌ها را عوامل ویژه یعنی قیمت‌گذاران تعیین می‌کنند. عوامل دیگر در بازار نسبت به این قیمت‌ها واکنش نشان می‌دهند. کارکرد بازارها عبارت است از اعلان قیمت‌هایی که تعیین‌کنندگان قیمت‌ها ارائه کرده‌اند، و واکنش پذیرندگان قیمت‌های تعیین‌شده، ثبات قیمت‌ها را رقم می‌زند. تعیین قیمت‌ها در چنین بازارهایی ضرورتا به معنی این نیست که آن‌ها به طور دائم در حالت نوسان باشند. برخی از بازارها نظیر بازارهای تولیدی، مالی و بازارهای محصولات اصلی، زمینه نوسان قیمت‌ها را (بازارهای به لحاظ قیمت منعطف) فراهم می‌کنند. اما ویژگی بازار اکثر کالاهای تولیدی این است که گاه‌گاه، اما مطمئنا نه هر روز، فهرست قیمت‌ها عوض می‌شوند. (بازارهای دارای قیمت ثابت).

قیمت‌ها وقتی علائم و نشانه‌های مفیدی هستند که واسطه‌ها بتوانند به "طبیعی" بودن یا نبودن سطح قیمت‌های جاری دست پیدا کنند. اگر سطح قیمت‌ها "غیر طبیعی" به نظر رسند، انتظار نمی‌رود که دوام بیاورند و به مقتضای آن‌ها تصمیم

غیر متمرکز است، اما این به معنی شکل‌گیری قیمت‌ها از طریق بازارهای خصوصی نیست (یعنی بدین معنی نیست که شرکت‌های تجاری در آن به عنوان ایجادکنندگان بازار فعالیت و قیمت‌ها را تعیین کنند).

پس نقصان هم‌آهنگی بازار کدام‌ست؟ پاره‌ای از عام‌ترین نظرات در این باره عبارت‌اند از این‌که: این هم‌آهنگی یعنی تولید برای سود و نه تولید برای نیازها، این هم‌آهنگی برابرنهاد همکاری است، و این هم‌آهنگی بی‌احساس و "کور" است و برای منضبط کردن کارگران بر شیوه‌ای استوار است که به بی‌ثباتی اقتصادی منجر می‌شود؛ زیرا هیچ راهی از پیش در اختیار ما قرار نمی‌گذارد که بدانیم که آنچه تولید شده به فروش می‌رسد یا نه. اما تا زمانی‌که این بحث تدقیق نشود، مدافعان بازار به راحتی می‌توانند آن‌ها را رد کنند.

مدافعان بازار چنین بحث می‌کنند که هم‌آهنگی بازار به رفع نیازها منتهی می‌شود زیرا به مصرف‌کننده اجازه انتخاب می‌دهد. سودآوری شاخص و معیاری‌ست که تولید به نیازها پاسخ می‌دهد. البته قدرت خرید ضروری تأیید کننده نیازهایی است که برآورده شده‌اند، و اگر مساله این‌ست که مردم فقیر نمی‌توانند به اندازه‌ی ثروتمندان نیازهای خود را در بازار بیان کنند، در آن صورت راه‌حل آنست که توزیع قدرت خرید را از طریق مالیات، سود و دگرگونی در مالکیت بر ابزار تولید تغییر داد و نه از طریق حذف بازار. ادعا می‌شود که هم‌آهنگی از طریق بازار به همکاری و تعامل سهولت می‌بخشد، زیرا به منافع مشترک خریدار و فروشنده در مبادله پاسخ می‌گوید. (۱۸)

هم‌آهنگی از طریق بازار و عدم وابستگی آن را می‌توان یک مزیت، یعنی دفاع از آزادی فردی و تکیه‌گامی در مقابل دیکتاتوری شخصیت‌یافته دانست. اشاره می‌شود که هر مکانیسم غیرمتمرکز تصمیم‌گیری "کور" است، بدین معنی که نتیجه خواست آگاهانه افراد تصمیم‌گیرنده نیست، بلکه از مجموعه تصمیمات فرد فرد آن‌ها به دست

[جدید] گرفته می‌شود. نهادهای بازار وظیفه مهم تعیین ضوابط و هنجارها را به عهده دارند؛ تجارت را معمولاً تعداد محدودی سازندگان بازار پایه‌ریزی می‌کنند و اطلاعات را به گونه‌ای گزینشی نشر می‌دهند به طوری که بتواند به شکل‌گیری انتظارات مربوط به قیمت و هنجارها و ضوابط مربوط به آن کمک کند. این فعالیت است که غالباً به عنوان "تجارت منظم" مشهور است (17). بدین ترتیب تعداد محدودی سازندگان بازار، قیمت را تعیین می‌کنند و وظیفه مفید پایه‌ریزی "هنجارهای" قیمت‌گذاری را به عهده می‌گیرند، وظیفه‌ای که بدون آن در یک دنیای نامطمئن، تصمیم‌گیری امری بی‌نهایت دشوار خواهد بود. اما اجرای این وظیفه مهم، قدرت نفوذ بیش از حدی در اختیار تعیین‌کنندگان قیمت‌ها در تاثیرگذاری به رویدادها می‌گذارد: روندهای تاریخی دنیای واقعی "جهت‌پذیر اند" و قیمت‌گذاران، ابتکار تعیین نقطه آغاز این جهت را در دست دارند. همان‌طور که لاخمن گفته است: "مهم است که چه کسی قیمت‌ها را تعیین می‌کند و چه کسی قیمت‌ها را می‌پذیرد". البته روند تولید و بازتولید نیروی کار، اساساً یک روند "قیمت‌پذیری" است.

نقد بازار

بدیلی که مندل در مقابل بازار و برنامه‌ریزی مرکزی قرار می‌دهد "خودمدیریتی مشترک کارگران" است که سعی دارد نظامی پایه‌ریزی کند که نه مبتنی بر بازار باشد و نه متمرکز. در عین حال که با مندل توافق دارم که یک اقتصاد سوسیالیستی می‌بایستی هدفی فراتر از هم‌آهنگی بازار داشته باشد و راه‌های غیرمتمرکزی برای رسیدن بدان وجود دارد، اما راه‌حل ویژه‌ای که ارائه می‌دهد بسیار ناکافی است. نقطه ضعف اصلی نگرش مندل آن‌ست که نه تنها بازار، بلکه قیمت را نیز رد می‌کند. بحث من این خواهد بود که لازمه‌ی یک اقتصاد سوسیالیستی غیرمتمرکز، مکانیسم قیمت‌گذاری

می‌آید. بدین ترتیب در یک انتخابات هر رای‌دهنده به کاندیدائی که انتخاب کرده رای می‌دهد، اما نتیجه‌ی رای‌گیری حاصل عملکرد "کور" مجموعه آراء مشخص است. از این رو بر نیاز به داشتن شیوه‌ای جهت حفظ انضباط در کار در هر نظام اقتصادی تاکید می‌شود. همان‌طور که بر وجود نوعی عدم انطباق بین عرضه و تقاضا در هر اقتصاد پیچیده تاکید می‌گردد. این بحث مطرح می‌شود که آن چه اهمیت دارد نه جلوگیری از این عدم انطباق، بلکه در اختیار داشتن سازوکاری جهت از بین بردن آنست. هم‌چنین ادعا می‌شود که بازار تنظیم‌کننده خوبی است، این در واقع سود حتمی "دست نامریی" ای بود که آدام اسمیت مطرح می‌کرد. سر و کار آدام اسمیت البته نه با دست‌آوردهای ثنوری ای بود که پارتو طرح کرد، یعنی ثنوری تعادل عام، ایستا و مطلوب - که بحث اقتصاد دان‌های نئوکلاسیک قرن بیستم مربوط به بازار به عنوان نظام هم‌آهنگی را تحت الشعاع قرار داده بود - بلکه با اختصاص مجدد منابع در مسیر صحیح در صورت تغییر شرایط عرضه و تقاضا بود (۱۹). اگر مکانیسم متوازن - کننده بازار در عمل بیش از حد کُند باشد، چنین پیشنهاد می‌شود که مسائل ناشی از اقتصاد کلان هم‌چون بیکاری یا تورم را می‌توان با سیاست پولی و مالی مناسبی از بین برد و از طریق دخالت به منظور سرعت بخشیدن به فعالیت این مکانیسم، آن را تکمیل کرد. بدین ترتیب مدافعان بازار، نتیجه می‌گیرند که هیچ یک از این ایرادها، تعیین‌کننده نیست. سوسیالیست‌ها می‌بایستی از بازار به عنوان ابزاری سود جویند که عدم تمرکز و تصمیم‌گیری منعطف را میسر می‌سازد و افراد را جهت اقتناع منافع عمومی از طریق پیگیری منافع خود تشویق می‌کند.

تصمیم‌گیری و بازار

بی تردید سوسیالیست‌ها می‌بایستی جنبه‌ی مترقی هم‌آهنگی از طریق بازار را به رسمیت بشناسند، و مارکس به طور آشکار این امر را قبول داشت. قطعاتی در نوشته‌های مارکس در تمجید و شناسایی از بازار وجود دارد که در آن این نهاد پیوندهای وابستگی شخصی ویژه‌ی فئودالی را نابود ساخته؛ و نیازهای دو جانبه‌ی افراد را در آن برآورده می‌سازد. اما همین‌طور که مارکس نیز تاکید می‌کند بازار صرفاً ابزار آزادی و وسیله‌ای جهت هم‌آهنگی بین آن‌ها نیست: حتی بازارهای آرمانی که نوه تصویر کرده، می‌تواند قدرت خود را بر افراد اعمال کند، قدرتی که مارکس آن را "پرستش کالا" نامید، و در سخنرانی‌های عمومی به مثابه‌ی "نیروهای بازار" معرفی می‌شوند. این امر از آن‌جا ناشی می‌شود که بازار تصمیم‌گیری را نه صرفاً غیرمتمرکز، بلکه فردی انجام می‌دهد. زیرا در مناسبات اساسی بازار، یعنی رابطه پولی، هر واحد تصمیم‌گیرنده از واحد تصمیم‌گیرنده دیگر جدا می‌شود و تنها به کیفیت‌ها و قیمت‌های کالا محدود می‌گردد (این حکم خواه در مقام تصمیم‌گیرنده، یا پذیرنده یا تعیین‌کننده قیمت صادق است). یک تاجر شهری که در مقابل نمایش ویدئویی قیمت سهام، مقررات خرید و فروش را توزیع و پخش می‌کند، موضوع فوق را با نمودار نشان می‌دهد. اما حتی اگر نهادهای بازار، خریدار و فروشنده را به طور فیزیکی از یک دیگر جدا نکنند، باز هم آن‌ها از نظر مفهومی جدا هستند، چرا که مکانیسم بازار یعنی حلقه واسط پولی، به واحدهای منفرد فروشنده یا خریدار، اطلاعات مستقیمی در باره اهداف و ارزش‌هایی ارائه نمی‌دهد که دیگران در نظر دارند. هر کس بدون اطلاع از این‌که دیگران چه قصدی دارند می‌بایستی مجزا عمل کند و باید منتظر باشد تا دیگران از طریق تغییر قیمت‌ها و کمیت‌ها، اولویت‌های خود را مشخص کنند. در چنین شرایطی واحدهای منفرد، از پیش، زمینه‌ی بسیار کمی برای ارزیابی در اختیار دارند، در این‌که

تصمیمات آن‌ها در نتیجه کلی چه تاثیری خواهد داشت. (در بسیاری از بحث‌های اقتصادی از طرح این مساله اجتناب می‌شود، با این فرض که تصمیم‌گیرنده نقش فرعی دارد، به سخن دیگر، تصمیم هر فرد، تاثیری بر عملکرد بازار ندارد). اهمیت تصمیمات فردی در رابطه با نتیجه کلی، هنگامی معلوم می‌گردد که این تصمیمات گرفته شده است، یعنی زمانی که قیمت‌ها، سقف سهام، محصول و اشتغال تغییر می‌کند. فقط از طریق تغییر در قیمت‌ها و کمیت‌های تولید شده است که ارتباط متقابل بین تصمیم‌گیرندگان گوناگون برقرار می‌شود. "مناسبات بین تولیدکنندگان، به شکل رابطه اجتماعی بین محصولات کار تجلی می‌کند" (۲۰). این امر را با تصمیم‌گیری در یک کمیته یا یک تیم مقایسه کنید، در این‌جا هر شرکت‌کننده قبل از این که تصمیمی گرفته شود می‌تواند از نیت و اولویت‌های دیگر شرکت‌کنندگان آگاه شود.

معنی جدایی تصمیم‌گیرندگان این است که مساله برای هر یک از آن‌ها چنین مطرح می‌شود: چگونه به بهترین وجهی به منافع ام خدمت کنم، در حالی که قیمت کنونی را می‌دانم و به وجود کالا در بازار هم آگاهم، اما قصد دیگران و این که آن‌ها حاضر به چه کاری هستند را نمی‌دانم؟ پاسخ به این پرسش ضرورتاً شبیه پاسخ به این پرسش متفاوت زیر نیست. با آگاهی به قیمت‌های جاری و وجود کالا و همچنین با اطلاع از آنچه دیگران در نظر دارند و آماده‌اند انجام دهند، چه باید بکنم تا به بهترین وجهی به منافع ام خدمت کنم؟ این جوهر "تناقض تصمیم‌گیری جدا از هم" است که زمینه بحث تصمیم‌گیری فردی و جمعی را در اقتصاد رفاه امروزی به وجود آورده است (۲۱). این تناقض از آن‌جا به وجود می‌آید که رفع نیازی که در اثر انتخاب هر یک از افراد عملی می‌گردد، به انتخاب دیگران وابسته است و گزینشی که هر یک از ما برای خود مناسب می‌دانیم به انتخابی بستگی دارد که دیگران در نظر دارند. مکانیسم بازار مستقیماً اطلاعات مربوط به نیت، خواست‌ها و ارزش‌ها را به ما منتقل نمی‌کند،

بلکه اطلاعات مربوط به نتایج تصمیماتی که بدون اطلاع ما گرفته شده را به ما انتقال می‌دهد. مفهوم مناسب مکانیسم بازار به عنوان مکانیسمی "کور" را می‌توان این طور توضیح داد که این مکانیسم پرتوی بر بی اطلاعی ما نمی‌افکند. تئوری پرستش کالای مارکس را می‌توان در پیوند با مساله انزوا و جدایی هم‌چون استعاره‌ای دراماتیک دید که از نظر اقتصاددانان یکی از ناروشن‌ترین مفاهیمی است که انتشار داده است: "رابطه مشخص اجتماعی بین افراد شکل تخیلی رابطه بین اشیاء را به خود می‌گیرد". (۲۲) در بازار، تصمیم‌گیرندگان نمی‌توانند پیوند مستقیمی با خواست‌ها، آرزوها و ارزش‌های دیگران برقرار کنند. در عوض خواست‌ها، آرزوها و ارزش‌های دیگران در شکل قیمت‌ها و کمیت‌ها در بازار تجسم می‌یابد. به نظر می‌رسد این امر با نیروی طبیعی عمل می‌کند و هر واحد تصمیم‌گیرنده باید خود را با آن تطبیق دهد، بدون این که فرصت بحث و تعمق اجتماعی جمعی داشته باشد. چرا که ممکن است به اولویت‌های متفاوت منتهی شود. بدین ترتیب عملکرد بازار راهی پیش پای تصمیم‌گیرندگان نمی‌گذارد تا قبل از پذیرش محصولات عرضه شده در بازار، در پرتو نتیجه‌گیری جمعی که احتمالاً حاصل الگوی مشخصی از اولویت‌هاست، به بررسی مجدد اولویت خویش بپردازد و یا تغییر در اهداف را مشترکاً با دیگران مورد بررسی قرار دهد.

این مساله درک شدنی نیست اگر فرض شود که وابستگی متقابلی بین رضایت حاصل از انتخاب فرد و انتخاب افراد دیگر وجود ندارد. چنین وابستگی متقابل در بسیاری از تئوری‌های اقتصادی موارد غیر مهم تلقی شده‌اند. طرفداران محیط زیست ثابت کرده‌اند وابستگی متقابل تا چه حد فراگیر است، اما تمایل دارند به وابستگی متقابل فیزیکی هم‌چون آلودگی محیط زیست و تراکم وسایل نقلیه متمرکز شوند. اقتصاد رفاه نوع پارتو (ویلفردو پارتو) - یعنی چارچوبی که دانشجویان رشته اقتصاد عمدتاً در آن آموزش داده می‌شوند تا قدرت و ضعف مکانیسم بازار را مورد داوری قرار

دهد - می‌خواهد دخالت دولت در بازار در راستای حل مساله آلودگی محیط زیست را با دقت مورد بررسی قرار دهد. اما این اقتصاد حتی نمی‌تواند نوع دیگری از وابستگی متقابل را به رسمیت بشناسد، وابستگی‌ای که نه به سبب فقدان بازار (یعنی علت وجود وابستگی متقابل مسابلی نظیر محیط زیست) بلکه به علت خصلت عدم توازن پی در پی فرایند هر بازار دارای روابط منعطف (حتی در رابطه با یک بازار معاملات سلف) به وجود می‌آید، بازاری که افراد باید در آن در مقطعی از زمان، پیش از بهره‌وری از ثمرات تصمیمات خود، به طور منفرد تصمیم بگیرند. در فاصله‌ی بین تصمیم‌گیری و بهره‌مندی از ثمرات آن، می‌تواند دگرگونی‌های زیادی در اثر تصمیمات دخالت‌گرانه دیگران رخ دهد که در نتیجه نهائی تاثیر می‌گذارد. چنین وابستگی متقابل در تصمیمات مربوط به استفاده از نیروی کار و تصمیمات مربوط به سرمایه‌گذاری تاثیر می‌گذارد، اما مکانیسم بازار نمی‌تواند شیوه‌ای جهت بیان آن فراهم کند. (۲۳)

وقتی وابستگی متقابل فراگیر بین تصمیماتی وجود داشته باشد که افراد گوناگون (یا گروه‌هایی) اتخاذ کرده‌اند، در آن صورت حتی از نقطه نظر منافع شخصی نیز تصمیم‌گیری مبتنی بر روحیه جمعی امتیازات فراوانی دارد. (۲۴) اگر هر تصمیم‌گیرنده تنها سود آنی خود را در نظر داشته باشد و نه بازتاب اولویت‌های خود بر دیگران و تاثیر آن بر موفق بودن نهادهای مربوطه را، به زیان خود عمل می‌کند. به هر رو، بازار تصمیم‌گیری مبتنی بر روحیه جمعی را سهولت نمی‌بخشد، بلکه در حقیقت به تدریج آن را تضعیف می‌کند.

در اقتصاد بازار، "پاره پاره شدن" و نبود اطلاعات مستقیم در باره‌ی نیت و مقاصد دیگران، تصمیم‌گیرندگان را راضی نمی‌کند. همان گونه که مارکس ملاحظه کرده است: "همراه با این بیگانگی و بر مبنای آن در جهت از بین بردن آن تلاش می‌شود: نهادها و موسساتی سر برمی‌آورند که هر فرد می‌تواند اطلاعات مورد نیاز خود پیرامون

روند انطباق و تولید و باز تولید نیروی کار

شدت و ضعف نگرانی‌ای که در رابطه با نیروهای بازار احساس می‌شود، به باور افراد به سهولت و ثبات روند تطبیق و بدیل‌هایی بستگی دارد که در مقابل هم‌آهنگی جدا از هم بازار وجود دارد. اگر افراد به طور نسبی بتوانند خرید و فروش خود را به شیوه‌ای ثابت در پاسخ به شرایط اقتصادی متغیر انطباق دهند و در مقابل این شرایط، از اختیارات متنوع و جالبی برخوردار باشند، در آن صورت جای نگرانی در رابطه با فشار تهدیدآمیز بازار در بین نخواهد بود.

طرفداران بازار به این باور دارند که اگر جلوی فعالیت بازار گرفته نشود، روند انطباق با آن نسبتاً آسان است، البته همه این افراد مبنای باورشان یک تئوری واحد نیست، مثلاً تئوری انطباق والرأس (در زمینه فکری اقتصاددانان نوکلاسیک) این فرض ساده و راحت را مجسم می‌کند که افراد می‌توانند نقشه‌های خود را در تولید و مصرف، پیش از آنکه خرید و فروش کنند و یا منابعی به تولید اختصاص دهند، در پاسخ به قیمت‌ها انطباق دهند. پاسخ‌های مکرر افراد نسبت به قیمت‌های متفاوت اولویت‌های آن‌ها را نشان می‌دهد، امری که بی‌اطلاعی آن‌ها نسبت به مقاصد یک‌دیگر را جبران می‌کند. فرض بر این است که عملکرد بازار به گونه‌ای است که انگار دلال حراج در بازار (بدون دستمزد) آن را هم‌آهنگ می‌کند. وقتی بازار گشوده می‌شود، این دلال حراج در بازار به اختیار خود قیمت‌هایی وضع می‌کند و علاقمندان تصمیم می‌گیرند که چه چیزی را با این قیمت‌ها بخرند و بفروشند. آن‌ها این اطلاعات را (به طور مجانی) در اختیار دلال حراج در بازار می‌گذارند و او به نوبه‌ی خود روی قیمت‌های جدید کار می‌کند، این قیمت‌ها در رابطه با کالاهایی که بیش از حد عرضه شده‌اند نازل و در خصوص کالاهایی که تقاضا برای آن‌ها بسیار زیاد است بیش‌تر از پیش است. سپس بار دیگر هر کس تصمیم می‌گیرد که چه می‌خواهد بخرد یا بفروشد، و این روند ادامه پیدا می‌کند تا به مجموعه قیمت‌های ثابتی می‌رسند که بازار تثبیت و عرضه و تقاضا را هم‌آهنگ می‌کند. فقط در آن صورت است که خرید و فروش واقعا انجام می‌گیرد و بدین ترتیب مسائل مربوط به روند متوالی تصمیم‌گیری منفرد از بین می‌رود: دلال حراج در بازار تصمیم‌گیری را هم‌آهنگ می‌کند و خرید و فروش واقعی هم زمان صورت می‌گیرد نه به توالی. زمانی تولید صورت می‌گیرد که هرکس از نقشه‌ها اطلاع داشته باشد. چنین روند انطباقی، روند ساختگی است که بیرون از زمان واقعی جامعه‌ی عمل می‌پوشد. (۲۷)

مکتب اطریش (منگر، فن میزس، هایک و پیروان امروزی آن‌ها هم‌چون لاکمن و کیرزنر) توضیح قانع‌کننده‌تری ارائه می‌دهند، در این توضیح به جای دلال حراج در بازار مدیر امور بازرگانی نقش قهرمان را بازی می‌کند. در این‌جا انطباق متوالی است نه هم‌زمان، و فعالیت مدیر بازرگانی پیش بردنده آنست. او [مدیر بازرگانی] حکم صادر کرده، معامله می‌کند، و ابتکار از خود بروز می‌دهد. در این‌جا بیش‌تر بر مهارت و انعطاف‌پذیری انسان تاکید می‌شود تا بر قید و بندهایی که با آن روبه‌رو است. نمایندگان این مکتب بر مبنای سهولتی که تجار می‌توانند در خرید به فروش بپردازند، یا سرمایه‌داران از یک شاخه‌ی به شاخه‌ی دیگر رو آورند، بیش از حد دست به تعمیم می‌زنند و مشکلاتی را نادیده می‌گیرند که تبدیل شمشیر به تیغه شخم و یا تبدیل معدن چپان به مهندسی الکترونیک به همراه دارد. آن‌ها مفهوم تعادل ایستا را رد می‌کنند، تعادلی که برای اقتصاددانان نوکلاسیک اهمیت اساسی دارد، و بر عدم اطمینان و تغییر تاکید می‌ورزند. اما مکتب اطریش هنوز هم ایده‌ی گرایش به تعادل را تجسم می‌کند، تعادلی که محصول مقاطعه‌کاران رقبی است که وقتی تقاضا بیش از عرضه باشد قیمت‌ها را بالا می‌برند و زمانی که عرضه بیش از تقاضاست قیمت‌ها را پائین می‌آورند (۲۸). در حقیقت در اکثر بازارها، دلایل کافی وجود دارد که قیمت‌ها در جهتی پیش‌نرود که قانون بازار توضیح‌گر آن باشد. وقتی دلال‌ها در یک بازار مشخص، همیشه خریدار باشند یا فروشنده و نه یک روز این و روز دیگر آن، وقتی خریداران و فروشندگان به تداوم رابطه بین خود اهمیت می‌دهند، و زمانی که خرید یک روند گران‌قیمت و پُرخرج به شمار رود، در آن صورت برای شرکت‌های تجاری کاملاً عقلانی است که قیمت‌ها را با پائین آمدن تقاضا تقلیل ندهند و حتی در صورت پائین آمدن آن، قیمت‌ها را افزایش دهند. (۲۹)

اما همان گونه که لاختن پذیرفته است، اقتصاددانان اطریشی نتوانسته‌اند توضیح دهند قیمت‌ها به طور واقعی چگونه شکل می‌گیرد، و یا رابطه بین قیمت‌گذاران و موافقان با قیمت در بازار را مورد بحث قرار دهد. این امکان که رقابت بین مقاطعه‌کاران می‌تواند موجب نقصان در هم‌آهنگی شود، مورد بررسی قرار نمی‌گیرد.

هیچ‌یک از این دو مکتب، نیاز تمایز بین کار و دیگر عوامل تولید در روند هم‌آهنگی را احساس نمی‌کند. آن هم‌آهنگی که بازار به وجود می‌آورد به معنی تقلیل اکثر شاغلان در تولید به سطح کارگزاران صرف تولید است، کارگرانی که مرتب به کار گرفته می‌شوند تا بیش‌ترین سود را تضمین کنند؛ یعنی با انسان‌ها نه به مثابه‌ی هدفی در خود، بلکه صرفاً به عنوان ابزار برخورد می‌کنند. بازار جدا از خرید محصولات، مرا تشویق نمی‌کند که با دیگران هم‌چون هم شهری، به مثابه‌ی اعضاء یک جامعه که اهداف گوناگون دارند، رابطه داشته باشم، بلکه صرفاً به عنوان عواملی در روند تولید که کالا برای خرید در اختیار من می‌گذارند، مرا با آن‌ها مرتبط می‌کند. من قدرت خرید این کالاها را دارم زیرا با فروش نیروی کارم به عنوان یک عامل در تولید کالا برای فرد دیگر، آن را کسب کرده‌ام. منظور مارکس هم همین است، وقتی ادعا می‌کند که در یک اقتصاد مبتنی بر بازار، روابط بین تولیدکنندگان شکل رابطه‌ی اجتماعی بین اشیاء را پیدا می‌کند، "روابط بین تولیدکنندگان شکل رابطه‌ای را به خود می‌گیرد که علی‌رغم و خارج از اختیار تولیدکنندگان وجود دارد".

مسلم است که مردم در مقابل تقلیل پیدا کردن به سطح آدم ماشینی مقاومت می‌کنند. آن‌ها خود را با تغییرات عرضه و تقاضا منفعلانه هم‌آهنگ نمی‌سازند. آن‌ها تلاش می‌کنند پارامترهای بازار را به نفع خود تغییر دهند و در بازار قدرت پیدا کنند و آنرا اعمال نمایند. سعی می‌کنند کم‌تر به آلت دست نیروهای بازار تبدیل شوند. آن‌هایی که تحصیل کرده‌تر، ماهرتر، دارای منابع بیشتر، ارتباط و تشکیلات بیش‌ترند،

طنز اینست که هیچ اقتصادی نمی‌تواند منحصر از طریق روند هم‌آهنگی‌ای که بازار آن را هدایت کرده است، به تطبیق و هم‌آهنگی برسد؛ زیرا منابع اساسی‌ای وجود دارد که نمی‌توان به طور کامل آن را به کالا تبدیل کرد. مهم‌ترین این منابع عبارت است از کار و محیط زندگی. گرچه نیروی کار را می‌توان خرید و فروخت، اما

نمی‌توان آن را کاملا به کالا تبدیل کرد، زیرا نیروی کار هم‌چون یک کالا تولید نمی‌شود. اگر چه مخارج و منافع اقتصادی در رابطه با تصمیم به بچه‌دار شدن نقش دارد، اما به کودکان معمولا صرفا به عنوان منبع اقتصادی برخورد نمی‌شود، منبعی که در صورت تغییر توازن بین مخارج و منافع باید کنارشان گذاشت. ماشین را می‌توان در صورت سودمند نبودن دور انداخت و محصول را می‌توان سوزاند، اما، به جز در موارد بسیار استثنایی، به مجردی که کودکان به دنیا می‌آیند، با آن‌ها تا حدی به مثابه‌ی اهدافی در خود و نه صرفا به عنوان منابع اقتصادی برخورد می‌شود، و در حد امکان تغذیه می‌شوند. اقتصاد بازار به رفتار جمعی نوع دوستانه در خانواده و الگوهای مربوط به اختصاص منابع مادی نیاز دارد، در حالی که این‌ها کاملا در پاسخ به شاخص‌های بازار تعیین نمی‌شود (۳۰). پاسخ پدرسالانه به این مساله آنست که زنان را تشویق کنند تا به خاطر خیر عمومی خانواده، قربانیان نوع دوستی باشند و با کار بی‌مزد و پاداش خود سپر بلا شوند، تا مردان بتوانند در پرتو آن به شاخص‌های بازار پاسخ گویند. سوسیالیست‌ها این پاسخ را باید شدیداً رد کنند، نه به این علت که ما می‌خواهیم اشکال نوع دوستانه و جمعی رفتار را تخطئه کنیم، بلکه به این علت که می‌خواهیم آن را در شرایط وابستگی همه جانبه و نه یک جانبه تشویق نمائیم (۳۱). بنابراین، روند هم‌آهنگی در اقتصاد بازار، یعنی جایی که نابرابری اساسی در روند کارمزدی و خانواده وجود دارد، به افرادی بستگی دارد که قدرت بیشتری دارند و می‌توانند افراد دارای قدرت کمتر را تشویق و یا وادار کنند دنباله‌روان بی‌اراده و یا قربانیان نوع‌دوست باشند، بدین ترتیب خود تصمیم‌گیری که از ابتکار ناشی می‌شود و مکتب‌اطریش آن را بسیار تمجید می‌کند، در اختیار معدودی از افراد باقی می‌ماند.

پایه‌های کوچک مشکلات بزرگ

برای آن که هم‌آهنگی از طریق بازار با موفقیت پیش رود، صرف نظر از شیوه‌ی برخورد به مساله، کیفیت محصولات و ثبات در تداوم کار نیز لازم است. تصمیم‌گیری‌های منفرد، فقط انتخاب بین هم‌آهنگی متناوب، جزئی و فرعی را ممکن می‌سازد و نه هم‌آهنگی بین حکومت‌های گوناگون جهان را، انتخاب در حوزه‌ی خرد، زمینه‌ساز انتخاب در حوزه‌ی کلان نیست. این مساله مخصوصا در رابطه با مسائل مربوط به محیط زیست اهمیت پیدا می‌کند. هیرش در این باره مثال زیر را ارائه می‌دهد: "در اثر بد شدن وضعیت حمل و نقل عمومی، ما را تشویق می‌کنند تا شیوه‌ی حمل و نقل خصوصی خود را داشته باشیم که به نوبه خود وضعیت حمل و نقل عمومی در برابر خصوصی را از پیش وخیم‌تر می‌کند" (۳۲). راه‌حل در هر مرحله‌ای روندی پویاست، و در انتهای این روند، هیچ قدرت‌گزینشی بین درلت‌ها در خصوص هریک از این دو راه حل [خصوصی و عمومی] وجود ندارد". اختلاف بین عقلانیت در مقیاس کوچک با مقیاس بزرگ که در اثر تصمیم‌گیری‌های پیوسته به وجود آمده است، اهمیت ویژه‌ای برای استحکام عمومی نظام‌های مبتنی بر بازار دارد، یعنی این که آیا روند هم‌آهنگی به توازنی نسبتاً پایدار می‌رسد یا از توازن خارج می‌شود، به رونق یا بحران می‌انجامد و یا از طریق بحران‌ها، به تعادلی خرد کننده و یا دوران طولانی رکود- تورم شدید منتهی می‌شود.

حتی راسخ‌ترین طرف‌داران بازار، وجود مسائلی هم‌چون سیکل پرورش خوک را به رسمیت می‌شناسند (۳۳). بسیاری نیز مسائل مربوط به بی‌ثباتی بازارهای مالی را قبول دارند، بی‌ثباتیکه در ایجاد بار سنگین غیر قابل حمایت و غیر قابل پرداخت دیون جهان سوم و رونق طولانی و سقوط ناگهانی بازار بورس سهام در سطح جهان نقش به‌سزائی داشته است. همان طور که در توضیح مفصلی در روزنامه "تایمز مالی" نوشته

شد: "بیست درصد سقوط قیمت سهام در یک روز، ادعای "علمی" مربوط به "کارآیی" بازارهای سهام را به سخره می‌گیرد." این بی‌ثباتی دقیقاً به شیوه‌هایی مربوط می‌شود که در آن روند پیاپی تصمیم‌گیری منفرد با تردید روبه‌رو می‌شود. مساله عبارت از این است که اقدام‌ها ی یک تصمیم‌گیرنده‌ی منفرد در فرایند پیاپی به منظور محدود کردن خطراتی که متوجه اوست، می‌تواند به نوبه‌ی خود خطراتی را افزایش دهد که یک نظام به طور کلی با آن روبه‌رو است. بدین ترتیب نرخ بهره‌ی شناور، قرض‌های وضع شده از طرف سندیکاها، قراردادهای دارای دیرکرد پرداخت که همگی بدین منظور در نظر گرفته شده بود تا خطراتی را تقلیل دهد که یک بانک وام‌دهنده، به دولت‌های جهان سوم با آن مواجه بود، کل نظام بانکی وام‌دهنده به دولت‌های جهان سوم را با مخاطرات بیش‌تری روبه‌رو ساخت. (۳۴)

همین‌طور هم وجود بازارهای سهام "تبدیل‌پذیری پول به ارز" که در آن هر زمان با مخارج کم می‌توان با آن معامله کرد، خطراتی که سرمایه‌گذار منفرد با آن روبه‌روست را محدود می‌کند، اما مخاطرات سرمایه‌گذاری به طور کلی را افزایش می‌دهد. بر مبنای همین عامل بود که کینز بازارهای سهام را به "کازینو" تشبیه کرد و پیشنهاد کرد که چنین بازارهای سهامی می‌باید غیرقابل دسترس و گران قیمت باشند. (۳۵) کینز نوشت هنگامی که این "کازینوها" هر چه بیش‌تر دست یافتنی و ارزان می‌شوند، به سقوط قیمت سهام منجر می‌شوند. این مولفه خود یکی از دلایلی است که به بحران سال ۸۷ بیش از بحران سال ۲۹ سرعت بخشید.

همین مساله مخاطره نظام‌یافته - که ناشی از تلاش‌های تصمیم‌گیرندگان منفردی است که تنها پول آن‌ها را به یک دیگر وصل می‌کند و هر یک به طور منفرد سعی می‌کند مخاطرات خود را حل کند- نیز منشاء اصلی مساله اقتصاد کلان در رابطه با ناکافی بودن تقاضا در اقتصاد بازار است. واحدهای اقتصادی منفرد، در رویارویی با

آینده‌ای نامعلوم، تلاش می‌کنند با حفظ پول خود به مثابه‌ی قدرت خرید عامی که از کالا و خدمات معین انعطاف‌پذیرتر است، انعطاف‌پذیری را حفظ کنند. این سیمای اقتصاد پولی سرمایه‌داری است که کینز به آن به مثابه‌ی اولویت دادن به سرمایه‌های قابل تبدیل به پول تاکید دارد. اما این انعطاف‌پذیری در برنامه‌ی اجتماعی که در پرتو پول امکان‌پذیر است و زمینه‌ی فعالیت واحدهای اقتصادی را فراهم می‌کند، در عین حال اقتصاد پولی این واحدها را اساساً بی‌ثبات می‌سازد. واحدهای منفرد به دلیل انعطاف‌پذیری که برای نگهداری پول قائل‌اند، می‌توانند نقشه‌های خود را حتی در پاسخ به تغییر در وضعیت چشم‌اندازها و انتظارات، بسرعت تغییر دهند. "اعتماد" به معیار اصلی تعیین‌کننده‌ی سطح سرمایه‌گذاری و استفاده از توانائی‌ها تبدیل می‌شود. همان‌طور که بهادری گفته است: "تناقض در این است که در اختیار داشتن پول به مثابه‌ی گزینش فردی به هدف رویارویی موفق‌تر با بی‌ثباتی، ممکن است خود با بزرگ کردن اثرات بی‌ثباتی بر فعالیت‌های اقتصادی جاری با شکست روبه‌رو شود". (۳۶)

احتمال این که این جنبه منفی در اقتصادی پیش بیاید که پول در آن نه تنها به عنوان وسیله‌ی مبادله و ذخیره ارزش، بلکه به مثابه‌ی سرمایه کارکرد دارد، زیادتر است، یعنی به مثابه‌ی پولی که به منظور تسهیل کسب پول بیش‌تر و نه کالا نگهداری می‌شود. نحوه‌ی مصرف پول از سوی خانواده‌ها را مورد بررسی قرار دهید. مبادله یک نوع کالا (مثلاً نیروی کار) با انواع دیگر کالا (مثلاً غذا و لباس) از طریق مبادله نیروی کار با پول و پول با غذا و لباس. بازتولید این زنجیره‌ی خرید و فروش تا حدودی به وضعیت چشم‌اندازها و انتظارات بستگی دارد، مثلاً خانواده اگر انتظار داشته باشد که قیمت سقوط کند، ممکن است در خرید تاخیر نماید و پول خود را خرج نکند. اما مدت تاخیر یک خانواده در خرید و انتظار کاهش قیمت، از محدودیت برخوردار است، چرا که نیاز به غذا و لباس را نمی‌توان از حد معینی بیش‌تر به تاخیر انداخت. اگر

ذخیره‌ی غذا خالی شده باشد، غذا را همین امروز باید خرید حتی اگر هفته آینده ارزان‌تر شود.

در مورد شرکت‌های تجاری که مجبور اند سود را هدف اصلی خود قرار دهند، وضعیت متفاوت است. آن‌ها به کالا علاقمند نیستند (و نمی‌توانند باشند)، آن‌چه برای آن‌ها بیش از هر چیز اهمیت دارد، پولی است که زیر خط ترازنامه نوشته شده است. (همان‌طور که گزارش می‌شود که هنری فورد گفته است که شغل او نه ماشین‌سازی، بلکه پول درآوردن است). این روند را به مفهوم مارکسیستی گردش سرمایه‌ی پولی با فرمول پول - کالا - پول ارائه می‌دهند، که در آن هدف، نه معاوضه مجموعه‌ای از کالا با کالای دیگر، بلکه مبادله‌ی مبلغی پول با مبلغ بیش‌تر پول است. احتمال توقف در باز تولید این گردش پول از طریق اولویت سرمایه‌های قابل تبدیل به پول بیش‌تر است از تاخیر در زنجیره خرید و فروش از طریق خانواده‌ها. اگر یک شرکت تجاری مطمئن نباشد که محصولات خود را به فروش می‌رساند، معقول‌تر است که پول خود را نگه دارد تا آن را صرف خرید وسائل تولید و نیروی کار کند. نیاز فی‌نفسه به کالا، هیچ محدودیتی برای شرکت‌ها در رابطه با ذخیره کردن پول به وجود نمی‌آورد - شرکت‌ها نیاز به غذا ندارند. در چنین شرایطی پول روح پیدا می‌کند و زندگی خاص خود را دارد.

این احتمال هست که شرکت‌های تجاری سودجو حتی در صورت افت قیمت‌های سرمایه‌ی به کار گرفته شده، پول نقد خود را ذخیره کنند - مثلاً، حتی با کاهش دستمزد کارگران و حتی اگر چنین کاری به تنزل قیمت دیگر سرمایه‌های مصرف شده منجر شود. اگر افت قیمت‌ها انتظار افت بیشتر آنرا موجب شود، کاملاً عاقلانه است که [شرکت‌ها] پول را نگه دارند و مصرف آن را به تاخیر بیندازند (۳۷). بدین ترتیب، مهم نیست که قیمت تا چه حد قابل تغییر باشد، و یا بازارها در مسیر مبادله با

چه سرعتی عمل کنند، در یک اقتصاد پولی، تضمینی وجود ندارد که قانون ژان باتیست سه اعتبار خود را حفظ کند. همواره احتمال وجود تقاضای ناکافی وجود دارد. مندل کاملاً بر حق بود که اصرار بر این داشت که مسائل مربوط به اقتصاد کلان ریشه در روند بازار دارد.

پاسخ کینزی: مداخله در بازار

پاسخ کینزی به شکاف بین عقلانیت اقتصاد خرد و اقتصاد کلان عبارتست از دخالت دولت در بازار به عنوان خریدار، وضع‌کننده مالیات، و به عنوان واپسین اقدام، وام-دهنده جهت مقابله با امکان وجود تقاضای ناکافی - مثلاً ذخیره نقدینگی بیش‌تر، به منظور آن که افراد سرمایه‌های قابل تبدیل را در الویت قرار ندهند، زیرا در چنین صورتی رکود به وجود خواهد آمد. اما روند بازار، با مسائلی عجیب است که فائق آمدن بر آن‌ها چندان ساده نیست. مداخله در بازار پارامترهای جاری (از قبیل قیمت‌ها، نرخ سود، نرخ مبادله، نرخ مالیات، سطح تقاضا و غیره) را تغییر می‌دهد، پارامترهایی که سازندگان بازار و دیگر تصمیم‌گیرندگان با آن روبه‌رو اند، اما ماهیت خود روند بازار را تغییر نمی‌دهد. این مداخله به ویژه جدایی اجتماعی تصمیم‌گیرندگان از یک دیگر را تغییر نمی‌دهد، به طوری که هر یک تحت فشاری طاقت‌فرسا به شیوه‌ای کوتاه‌بینانه منافع خود را پی می‌گیرند و تغییراتی که مقامات مرکزی عنوان می‌کنند را خنثی می‌کنند یا نادیده می‌گیرند (۳۸). مداخله در بازار در صورتی که عاملان بازار به طور انحصاری به امتیازات کوچک فرد پاسخ گویند، بی‌تاثیر و یا بی‌نهایت پُر خرج می‌شود. و با این وجود انزوای اجتماعی که بازارها تحمیل می‌کنند، فعالیتی جز این را برای افراد مشکل می‌سازد. مداخله در بازار، پیش از آن که واحدهای منفرد تصمیم بگیرند، برای هیچ نهادی امکان همفکری جمعی فراهم نمی‌سازد.

این امر خصوصا در رابطه با مساله چگونگی برخورد با رکود و تورم در کشورهای پیشرفته صنعتی مشهود است. راه‌حل‌های سنتی مالی و پولی کینز به شرایطی که در آن قیمت‌ها و دستمزدها افزایش می‌یابد و در عین حال بازده و اشتغال تقلیل پیدا می‌کند، نمی‌تواند پاسخ‌گو باشد. این مساله راه را برای سیاست‌های "پول‌مدار" به منظور مقابله با مساله مذکور، از طریق ترکیب کاهش قیمت‌ها و تلاش جهت "رقابتی" تر کردن بازار همراه با سقوط قیمت‌ها به موازات کاهش درخواست را هموار می‌کند، یعنی شیوه‌ای بیش‌تر شبیه بازارهای نوع والرایی و تئوری اطریشی. این خط مشی در رابطه با بیکاری و منافع تلف شده، مخارج هنگفتی به بار می‌آورد و در تحلیل نهائی خود موجب شکست خویش می‌گردد. بسیاری از بازارها نتوانسته‌اند در راستای تئوری والرایی و اطریشی عمل کنند، البته نه به خاطر نبود رقابت، بلکه دقیقا به خاطر وجود رقابت. اوکون پیرامون این نکته ضمن توضیح این مساله، چنین نتیجه‌گیری می‌کند: "عملکرد مناسب بازار مشتری‌یاب و بازار کاربایی، مستلزم فاصله گرفتن اساسی از انعطاف‌پذیری قیمت‌های مدل رقابتی بازار است. مشتریان و تهیه‌کنندگان کالا، کارمندان شرکت‌ها، شیوه‌هایی را به منظور از بین بردن تفاضل قیمت به وجود می‌آورند، تا بتوانند روابطشان را پایدار سازند و در نهایت مخارج معاملات را به حداقل برسانند" (۳۹). در سطح اقتصاد خرد، شرکت‌ها دلایل کافی در بالا بردن دستمزدها و انتقال مخارج افزوده به قیمت‌ها در عین تقلیل بازده و اشتغال در اختیار دارند، با این کار بهتر می‌توانند همکاری و وفاداری مشتریان خود و نیروی کار را از طریق تقلیل دستمزد و قیمت‌ها حفظ کنند.

نتیجه‌ای که از این نوع استدلال گرفته می‌شود آنست که خط مشی پولی و مالی کینز می‌بایستی با نوعی سیاست تامین درآمد تکمیل شود، تا نگذارد شرکت‌ها دستمزدها را افزایش دهند، و بدین طریق مشی قراردادی کینز بتواند سطح تقاضا را

بالا نگهدارد بدون این که با مساله تورم روبه‌رو شود. اما این سیاست - اگر مکانیسم تکمیلی دیگری که قیمت‌ها را مهار کند وجود نداشته باشد - در رابطه‌ی بین خانواده‌ها و شرکت‌ها به ضرر خانواده‌ها تمام می‌شود. با شناخت این امر، پاره‌ای از طرفداران سیاست تامین درآمد، از کنترل قیمت‌ها نیز حمایت می‌کنند. اما اگر روند قیمت - گذاری، به عهده‌ی شرکت‌های تجاری گذاشته شود، باز هم عدم توازن اساسی بر جا باقی می‌ماند: خانواده‌ها نمی‌توانند به روند شکل‌گیری قیمت‌ها، به گونه‌ای نظارت داشته باشند که بتوانند بر شرکت‌های تجاری محدودیتی اعمال کنند، به همان طریقی که شرکت‌های تجاری می‌توانند بر روند شکل‌گیری دستمزدها نظارت داشته باشند و برنامه کنترل دستمزدها را بر کارگران تحمیل کنند. (۴۰)

علاوه بر این، دانش حیاتی مربوط به مخارج واحدها و محدوده‌ی سود، در اختیار شرکت‌ها باقی می‌ماند، بدون این امر، کمیسیون‌های قیمت‌گذاری هیچ قدرتی ندارند، و اجرای ضوابط قیمت‌گذاری را نمی‌توان به طور موثر هدایت کرد. این عدم توازن را تنها از طریق سوسیالیزه کردن روند شکل‌گیری قیمت‌ها و توضیح آن برای خانواده‌ها از طریق انتشار اطلاعات مربوط به مخارج واحدها و محدوده‌ی سود می‌توان از بین برد. شرکت‌های تجاری سرمایه‌داری همواره در مقابل چنین اقدامی مقاومت می‌کنند، زیرا مخفی‌کاری برایشان به لحاظ رقابت امتیاز در بر دارد، و مالکیت خصوصی تلویحا حق حفظ اطلاعات را به همراه دارد. شرکت‌های دولتی نیز اگر به آن‌ها دستور داده باشند که تلاش خود را بر بالا بردن هرچه بیش‌تر سود خود متمرکز کنند، و با دیگر شرکت‌ها و خانواده‌ها از طریق بازار رابطه داشته باشند، در مقابل چنین علنی‌تی مقاومت خواهند کرد. جای تعجب نیست که روند شکل‌گیری قیمت‌ها در روند بازاری کردن سوسیالیسم، مساله انفجار آمیزی به شمار می‌رود.

بدین ترتیب سیاست کینزی پولی، مالی و مداخله‌ی در بازار که با مشی تامین درآمد و ضوابط قیمت‌گذاری تکمیل می‌شود، برای فائق آمدن بر مشکلات اقتصاد کلان قابل اتکا نیست، مشکلاتی که ریشه در روند های بازار دارد. بیهوده است بگوئیم که ما از بازار به منظور حل مسائل مربوط به اختصاص منابع در سطح اقتصاد خرد استفاده خواهیم کرد و سیاست‌های کینزی را برای حل مسائل در سطح اقتصاد کلان مورد استفاده قرار می‌دهیم، زیرا هر دو این مجموعه مسائل، پیوند بلافصلی با یک دیگر دارند. بازار به عنوان یک نهاد در جهت تضعیف اجرای موفق سیاست‌های کینزی عمل می‌کند.

"راه سومی وجود ندارد."

البته نوه بسیاری از نقاط ضعف بازار را به رسمیت می‌شناسد، اما متقاعد است که می‌بایستی آن‌ها را بپذیریم، زیرا بازار تنها بدیل در مقابل بوروکراسی به شمار می‌رود. هم‌آهنگی تنها از طریق مجموعه حلقه‌های پولی و مجموعه قوانین و یا ترکیبی ازین دو به وجود می‌آید. به هر رو، برخی نیز این طور استدلال می‌کنند که حلقه‌های دیگری وجود دارند که می‌توانند در هم‌آهنگی اقتصادی نقشی حیاتی ایفا کنند. مثلاً دیتریش (۴۱) در عین رد اقتصاد بازار و اقتصاد مبتنی بر برنامه، این طور استدلال می‌کند که هم مکانیسم برنامه‌ریزی و هم مکانیسم قیمت‌گذاری برای فعالیت خود به حلقه ثالثی نیازمند اند، که او آن را "روابط غیررسمی" می‌نامد. او بر این باور است که هر نوع سیستم برنامه‌ریزی خواه در بخش خصوصی یا دولتی نمی‌تواند صرفاً به شیوه‌های مدون خود اتکا کند. عقلانیتِ مشروط تصمیم‌گیرندگان، بدان معنی است که مناسبات غیررسمی بین آن‌ها برای کارکرد سیستم امری ضروری به شمار می‌رود. دیتریش در دفاع از این نظر خود، نتیجه و تحقیقات مربوط به فعالیت‌های درونی

شرکت‌های چند ملیتی و سیستم‌های دارای مدیریت را نقل می‌کند. همین طور نیز در محدوده‌ی بازار حلقه پولی را می‌بایست با روابط غیررسمی تکمیل کرد. منطق این استدلال چنین است که زمانی که واحدهای اقتصادی به یک دیگر وابسته باشند، تصمیم‌گیری‌های مستقل، ضرورتاً نباید به بهترین نتایج منتهی شوند. او کون (۴۲) چنین روابط غیررسمی را در مقابل "دست نامرئی" بازار، "دست دادن نامرئی" نام گذاشته است. "دست دادن نامرئی" هم‌چون قراردادی تلویحی یا مسئولیتی اخلاقی محسوب می‌شود که تداوم رابطه بین خریدار و فروشنده را تحکیم می‌بخشد. هانت در کتابی که تاریخ تجارت را بررسی می‌کند می‌نویسد: "بررسی موفقیت‌های اقتصادی نشان می‌دهد که نکات بسیاری در توسعه اقتصادی جاری هست که نه "دست نامرئی" آدام اسمیت در رابطه با بازار و نه "دست مرئی" آلفرد چاندلر در مورد سلسله مراتب بوروکراتیک نمی‌تواند آن‌ها را توضیح دهد، بلکه "دست سومی وجود دارد که شامل شبکه‌های مرتبط و مناسبات متقابل است که گاه به اعتماد و مناسبات متقابل صرف و گاه به پیوندهایی که به راحتی قابل مشاهده و اندازه‌گیری است اتکا دارد، و این بخش مهمی از نکات مذکور را تشکیل می‌دهد" (۴۳). بخش وسیعی از ادبیات مربوط به موفقیت اقتصادی ژاپن، کره جنوبی و تایوان نیز نظر مشابهی را بازگو می‌کند: حلقه‌ای از اعتماد، حسن نیت و رابطه‌ی دو جانبه در توسعه اقتصادی ملی نقش اساسی بازی کرده است. (۴۴)

راه سوم مندل

مندل هم به چنین حلقه‌ای اشاره می‌کند: او این حلقه را "همکاری غیررسمی عینی" می‌نامد و به شیوه‌ای مشابهی او کون (۴۵) بر ارزش تداوم روابط بین خریدار و فروشنده تاکید دارد. اما مندل از ثبت صرف وجود چنین حلقه‌ی سومی فراتر می‌رود، او

استدلال می‌کند که این حلقه سوم، جای حلقه‌ی پولی را می‌گیرد و قیمت‌ها را به لحاظ اقتصادی بی‌معنی می‌سازد. من بحث خواهیم کرد که این مساله درست نیست، البته با مندل و دیگرانی که در بالا نام برده‌ام توافق داریم که نوع سومی از حلقه‌ی هماهنگ کننده وجود دارد. مساله این نیست که راه سومی وجود ندارد، مساله نهادی کردن این راه سوم است و این که چگونه می‌توان این همکاری آزادانه را به نتیجه‌ی واقعی اعتماد و حسن نیت تبدیل کرد. در اقتصاد سرمایه‌داری "اثر دست دادن نامرئی" می‌تواند بارها و بارها توضیح اشتباه "پیچاندن بازوی نامرئی" باشد. (۴۴)

مندل مسایل مربوط به مکانیسم بازار را ناشی از این حقیقت می‌داند که بازار بعد از آن که منابع را به طور واقعی برای تولید معین کند، می‌تواند به توازن بین عرضه و تقاضا دست یابد. او در عوض این امر را ضروری می‌داند که توازن بین اولویت‌های مصرف‌کننده و تخصیص منابع می‌بایستی قبل از این که تولید شروع شود، به وجود آمده باشد. از نظر او ارزش برنامه‌ریزی در آن است که به چنین هدفی می‌رسد به طوری که هیچ عدم تناسبی بین عرضه و تقاضا نمی‌تواند پیش آید. در نتیجه سیستم برنامه‌ریزی همان نقشی را ایفا می‌کند که خراج‌گذار در سیستم والرایی. مندل نیز هم‌چون بسیاری از اقتصاددانان سوسیالیست تلویحا ضابطه‌ی توازن عمومی نئو کلاسیک را به عنوان هدفی می‌پذیرد که اقتصاد سوسیالیستی بر علیه آن قضاوت می‌کند. (46)

درست این شیوه طرح قضیه است که نیاز به اطلاعات گسترده را به وجود می‌آورد و فوج تصمیم‌گیرندگانی را به همراه دارد که در انتقاد از برنامه‌ریزی سوسیالیستی، اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند (47). برخوردی مبنی بر وجود توازن پیش از شروع تولید با مساله هم‌آهنگ‌سازی یک اقتصاد سوسیالیستی بدان معنی است که اطلاعات مربوط به امکانات تولید و تقاضا برای هر نوع کالا می‌بایستی گردآوری و در مدت کوتاه تهیه

برنامه، قبل از این که منابع به تولید اختصاص داده شود و پیش از شروع تولید، رده-بندی شود. این مساله رده‌بندی هم زمان انبوه وسیع اطلاعات، جوهر این بحث را تشکیل می‌دهد که وجود کامپیوتر مساله اطلاعات را تخفیف نمی‌دهد. یکی از امتیازهای اقتصاد استوار بر بازار در مقایسه با برنامه‌ریزی مرکزی، علاوه بر امر تهیه اطلاعات به قیمت نازل، این است که امکان نسبی تصمیم‌گیری مستقل را فراهم می‌کند، به طوری که تنها بخش بسیار ناچیزی از اطلاعات مربوط به امکانات تولید و عرضه را می‌بایستی در هر زمان و مکان مشخص رده‌بندی کرد.

با ملاحظه‌ی این هدف‌ها، مشغله‌ی اصلی مندل عبارت است از تقلیل نقش بوروکراسی و غیرمتمرکز نمودن منابع (برای تولید). این هدف به دو شیوه جامه عمل می‌پوشد. مسئولیت تعیین چارچوب برنامه، یعنی نسبت تولید ناخالص ملی که می‌بایستی به هر یک از بیست یا سی بخش کلیدی تولید اختصاص داده شود، نرخ رشد و حجم منابع مربوط به بخش‌های "غیراساسی"، تفاوت درآمدها و غیره که به عهده‌ی کنگره‌های سالانه‌ی نمایندگان شوراهای مردمی و شوراهای کارگری واگذار می‌گردد. البته در این صورت نیز برنامه‌ریزان جهت طراحی برنامه دقیق‌تری، بر اساس چارچوب بالا و استفاده از نمودارهای مربوط به سرمایه‌های مصرف شده و تولید حاصل از آن، به مشخص کردن منابعی نیاز دارند که برای هر بخش مجزای تولید موجود است. اما در آن صورت نیز اختصاص منابع به هریک از شاخه‌های تولید، به عهده‌ی هیات‌هایی هم-چون کنگره شورای کارگران آن بخش صنعتی خواهد بود که مدیریت را خود اعمال می‌کنند. جزییات مربوط به ترکیب تولیدها را، مشورت‌های قبلی بین شورای کارگران و کنفرانس مصرف‌کنندگان تعیین می‌کنند که شهروندان آن‌ها را به طور دموکراتیک انتخاب می‌کنند. بدین ترتیب بوروکراسی وزارتخانه‌های مرکزی مربوط به هر یک از بخش‌های تولید بسیار کاهش می‌یابد.

نقش پول و خرید و فروش به حداقل تقلیل خواهد یافت. هدف مندل از بین رفتن تدریجی پول و خرید و فروش است. این هدف از طریق توزیع آزاد و مستقیم کالاهایی عملی می‌گردد که برای رفع نیازهای پایه‌ای لازم است. مندل می‌گوید "به طور کلی تقلیل نقش پول در اقتصاد، با افزایش تعداد کالاها و خدمات قیمت‌گذاری نشده نسبت به کالاهای و خدمات خریداری شده میسر است" (۴۸). بدین ترتیب بدیل مندل نه روند متفاوت تعیین قیمت، بلکه الغای قیمت‌ها را تصویر می‌کند. او ضمن تکرار بحث انگلس می‌گوید: "آسان‌ترین - و در عین حال دموکراتیک‌ترین - راه انطباق منابع مادی با نیازهای اجتماعی نه دخالت دادن پول، بلکه شناختن نیازهای مردم از طریق پرسش از خود آن‌ها است" (49).

با این وجود، اگر واقعا قرار باشد که قیمت‌ها از بین برود، اجرای اولین مرحله تعیین چارچوب برنامه غیرممکن خواهد بود. تعیین سهم تولید ناخالص ملی به عنوان نقطه آغاز تنها در صورتی ممکن است که شیوه‌ای برای تجمع منابع در یک مقیاس واحد وجود داشته باشد. سهم تولید ناخالص ملی را در حقیقت از طریق استفاده از قیمت‌ها محاسبه می‌کنند. مندل توضیح نمی‌دهد که آیا برای رسیدن به این هدف می‌توان از قیمت‌های "سایه" استفاده کرد یا نه، اما این نقطه آغاز بی تردید به وجود نوعی قیمت به هر شکل خود نیاز دارد.

نوعی قدرت انتخاب برای خانواده‌ها فراهم می‌گردد. "مدل‌های گوناگون، مثلا مدهای گوناگون کفش، به خانواده‌ها داده می‌شود و مصرف‌کنندگان می‌توانند آن‌ها را آزمایش کنند، اشکال آن را اعلام کنند و با مدهای دیگر عوض کنند. ابزار اصلی این آزمایش سالن‌های نمایش مد و برگه‌های تبلیغاتی است. برگه‌های تبلیغاتی می‌تواند نقش یک "رفراندم" را داشته باشد، یک مصرف‌کننده که حق دارد در سال شش جفت پا افزار داشته باشد، شش نمونه را در یک برگه تبلیغاتی از میان صد تا دویست

موردی که برای انتخاب دارد، علامت گذاری می‌کند. سپس ترکیب مدل و نتیجه را با شرکت در رفراندم تعیین می‌کند که مکانیسم‌های هدایت‌کننده پس از تولید را نیز همراه دارد. این مکانیسم‌ها انتقادهای بعدی مصرف‌کننده را منعکس می‌کند" (50). واضح است که خانواده‌ها می‌بایستی در چنین جامعه‌ای برای آینده بسیار برنامه‌ریزی کنند و معلوم نیست خانواده‌ها چگونه می‌بایستی نیازهای غیرمنتظره را برآورده سازند. وقتی اقلام اساسی را برای دوره برنامه‌ریزی شده سفارش دادند، در صورت تغییر ناگهانی اندازه و ترکیب خانواده‌ها (مثلا از طریق تولد و مرگ) یا تغییر در نیازها به علت بیماری یا تغییر شغل یا تغییر مکان چه پیش می‌آید؟ همین طور هم مندل نتوانسته است توضیح دهد که "سازوکارهای هدایت‌گر" چه باید باشند و چه کارکردی دارند. این امر با گرایش تولیدمدارانه‌ی مندل خوانائی دارد. مشغله‌ی ذهنی مندل بیش از آن که بیان‌گر این ضرورت باشد که تولید، ترکیب مناسب کالاهای دارای کیفیت و خدمات را در زمان مناسب به وجود می‌آورد، بیش‌تر مربوط است به آنچه او "استبداد" مصرف‌کنندگان نسبت به تولیدکنندگان می‌نامد. او در این باره می‌گوید: "شهروندان متوسط یک کشور پیشرفته صنعتی صرفا و عمدتا مصرف‌کننده هستند. آن‌ها هنوز هم در درجه نخست تولیدکننده اند. آن‌ها هنوز هم به طور متوسط و دست کم نه تا ده ساعت در روز و پنج روز در هفته کار می‌کنند و به محل کارشان رفت و آمد دارند. اگر اکثر مردم شبی هشت ساعت بخوابند، در مجموع شش ساعت برای مصرف، تفریح، استراحت، رابطه‌ی جنسی و روابط اجتماعی برای‌شان باقی می‌ماند" (51). از این اظهار نظر مندل معلوم می‌گردد که "شهروند متوسط" او در حقیقت یک مرد بالغ است. در بحث او اشاره‌ای به کار بی‌مزد و پاداش در خانواده وجود ندارد و باور به این‌که مصرف به روند تولید خانواده نیاز دارد. حتی برای مردم بالغ نیز استدلال مندل توخالی است: استدلال او برای کارگری که در یک کارخانه ماشین‌سازی کار

می‌کند و ماشینش به سبب نقص در ساخت آن خراب شده، تسلی و آرامش اندکی به همراه دارد، هر چند به او گفته شود که او در درجه نخست یک تولیدکننده ماشین است تا مصرف‌کننده آن. کاستی اثر مندل در آنست که او همان نظرگاه انتزاعی را نسبت به مصرف دارد، نظیر کاری که "مصرف‌کننده" به عنوان مجری تبلیغات انجام می‌دهد. ما همه، مصرف‌کننده این تولیدات و خدمات ایم. کشاکش گریزناپذیر بین نیازهای ما به عنوان مصرف‌کننده و نیازهای ما به مثابه‌ی تولیدکننده را با این ادعا که ما "در درجه نخست" تولیدکننده‌ایم نمی‌توان حل کرد. علاوه بر این، حتی این امر حقیقت ندارد که ما همه درباره خود این‌طور فکر می‌کنیم که "در درجه نخست" تولیدکننده هستیم، بسیاری از زنان خود را همسران و مادرانی می‌دانند که مسئولیت اداره‌ی خانواده را به عهده دارند و در عین حال کارگر اند، و بسیاری از زنان در خلال بخش بسیار قابل توجهی از دوران بلوغ زندگی خویش جزء نیروی کار مزد بگیر، در چارچوب توزیع نابرابر وظائف خانوادگی بین مرد و زن، نیستند. ناتوانی واحدهای تولیدی در تامین کالاهای دارای کیفیت، مشکلات ویژه‌ای برای زنان ایجاد می‌کند. تاثیرات نامطلوبی که مندل آن را ناشی از "آزادی مصرف‌کننده" می‌داند، از قبیل بیکاری، شدت کار، مخاطرات جسمی و "انطباق مقتدرانه گروه مولد" نتیجه‌ی انتخاب مصرف‌کننده به عنوان مصرف‌کننده نیست، بلکه از مجموعه شرایطی ناشی می‌شود که گزینش در آن انجام می‌گیرد.

روشن نیست که کنگره‌ی شورای کارگران در هر صنعت در مورد تخصیص منابع بین شرکت‌های تجاری چگونه تصمیم می‌گیرند. این کنگره‌ها در حقیقت می‌بایستی عمدتاً همان وظائفی را انجام دهند که وزارت‌خانه‌ها در اتحاد جماهیر شوروی انجام می‌دادند و عمدتاً هم با مسائل مشابهی مواجه بودند. مندل گرایش دارد این مسائل را با یاری جستن از "هیات‌های خودمدیریتی" نادیده بگیرد. مثلاً به این اظهار نظر او

اقتصاد تکرار شونده
در توضیح وظائف "خودمدیریتی مشخص" به مساله بسیار ساده برخورد شده است، زیرا در اقتصاد مورد نظر مندل، جایی برای مسائل غیر منتظره وجود ندارد. تاکید بیش‌تر بر روندهای روزمره و تقریباً خود به خودی است. او می‌گوید "تجارت امروزه در کشورهای سرمایه‌داری و "سوسیالیستی" عمدتاً این‌طور هدایت می‌شود، یعنی پایه‌اش بر عادت، کارهای مرسوم روزمره و همکاری طبیعی‌ای گذاشته شده است که از دانش متقابل و نتایج قابل پیش‌بینی ناشی می‌شود (52). این فرض مربوط به یک اقتصاد تکرار شونده تقریباً مساله هم‌آهنگی را منتفی می‌سازد. این فرض، فرضی کلیدی است که با تاکید مندل در رابطه با رسیدن به توازن پس از تولید هم‌خوانی دارد و اعتقاد به این‌که پول و قیمت نبایستی در روند هم‌آهنگی نقشی اساسی داشته باشند. فرض اقتصادی که نیاز به روند انطباق نداشته باشد با نقطه نظر بسیار ساده‌گرایانه مربوط به نیازها تائید شده است. مندل از این نظر عمدتاً پذیرفته شده حرکت می‌کند که

زنجیره‌ای از نیازها وجود دارد و این فرض را طرح می‌کند که ترکیب کالاهائی که نیازهای مردم را برمی‌آورد، می‌تواند برای برنامه‌ریزان از پیش معین باشد و این کالاها به قیمت وابسته اند. اما این حقیقت که نیاز به غذا، آشامیدنی، لباس و سرپناه امری اساسی اند برای مان روشن نمی‌کند که مردم چه نوع غذا، آشامیدنی، لباس و سرپناهی را می‌خواهند. مندل فکر می‌کند که ما می‌توانیم برای این جزئیات ضروری به بررسی الگوهای جاری فروش غذا، آشامیدنی، لباس و سر پناه تکیه کنیم. اما تعیین‌کننده این الگوها قیمت‌های نسبی، توزیع درآمد (و مناسبات قدرتی که پشت این مجموعه قرار دارد) و هم چنین نیازها هستند. همراه با تغییر قیمت‌های نسبی و توزیع تغییر یافته درآمد، الگوی مصرف می‌تواند بسیار دگرگون شود. مردم حتی خرید نان را با در نظر گرفتن قیمت آن انجام می‌دهند. مندل فکر می‌کند قیمت‌ها در تعیین آنچه مردم می‌خرند اهمیتی ندارد، زیرا او اهمیت بازارهای دارای "قیمت ثابت" را اشتباه می‌فهمد و این‌که مصرف‌کنندگان نمی‌توانند به تغییرات جزئی در قیمت‌ها پاسخ گویند. این پدیده‌ها بدان مفهوم نیست که اختصاص منابع برای تولید تحت هدایت قیمت‌ها نیست، بلکه بدان معنی است که شرکت‌ها تغییر مکرر قیمت‌ها را با سود مقایسه می‌کنند و فقط زمانی فهرست قیمت‌های مشخص شده را تغییر می‌دهند که مخارج تولید از حد معینی فراتر رود. تقاضای مصرف‌کنندگان مهار کننده‌ی قیمت‌هایی است که این شرکت‌ها تعیین می‌کنند. همین‌طور، مصرف‌کنندگان هزینه‌ها و منافع پژوهش پیرامون کالاهای کم خرج مورد نیاز را مقایسه می‌کنند. به دلیل مخارج داد و ستد در شرایطی که اطلاعات محدود است، و به دلیل این‌که خریدار و فروشنده برای تداوم فعالیت ارزش قائل اند، قیمت‌ها در اغلب بازارها انعطاف‌پذیر نیستند و در کوتاه مدت شاخص‌های کمی است که وضعیت تولید را معین می‌کند. البته این بدان معنی نیست که قیمت‌ها، شاخص‌های مهمی برای تعیین سود نیستند. قیمت‌ها عامل مهمی

در خصوص تعیین سود اند، و سود تصمیمات مربوط به سرمایه‌گذاری را هدایت می‌کند. حتی در کوتاه‌مدت نیز پدیده‌هایی که مندل بدان اشاره می‌کند شاخص‌هایی را نشان می‌دهند، نه این‌که قیمت‌ها اهمیت ندارند، بلکه برای اغلب داد و ستدها هنجارهای قیمت تنها چیزی است که اهمیت دارد. اگر یک شرکت سعی کند سود خود را با بالا بردن قیمت بیش از حد "متعارف" افزایش دهد، به زودی مشتریان خود را از دست خواهد داد. مندل در هم‌آهنگی با پذیرش فرض یک اقتصاد ایستا، تلویحا استحکام شاخص‌های قیمت نسبی، به استثناء شرایط شکست‌های بزرگ اقتصادی، را قبول دارد. این فرض تاثیر دگرگونی‌های فنی را نادیده می‌گیرد. سی سال پیش در اروپا قیمت یک دستگاه تلویزیون زیاد بود و تلویزیون جزء اشیاء لوکس و تجملی شمرده می‌شد. امروزه به طور نسبی، قیمت آن‌ها بسیار پائین‌تر است و یک دستگاه تلویزیون در افکار عمومی عمدتا نیازی پایه‌ای به حساب می‌آید و متخصصان اجتماعی از آن برای شاخص فقر استفاده می‌کنند.

مندل ادعا می‌کند که: "بسیار کم خرج‌تر و معقولانه‌تر است که نیازهای اساسی را نه از طریق مسیر غیرمستقیم اختصاص پول در بازار، بلکه از طریق توزیع - یا بازتوزیع - مستقیم تمامی منابع موجود برای آن‌ها برآورده سازیم" (۵۳). اما جالب است که مثال‌های او همه در شمار استثناء قرار دارند، مثلا شیلی پینوشه، قحطی ساحل (عاج) طاعون بنگلادش. البته همه توافق داریم که در چنین شرایط استثنائی موثرترین خط مشی، توزیع مستقیم غذاست و نه پرداختن پول. اما اقداماتی که برای تخفیف فلاکت در شرایط توزیع نابرابر درآمد، و مالکیت خصوصی بر ثروت‌های اصلی ضروری است، آیا برای اداره یک اقتصاد سوسیالیستی نیز صادق و لازم اند؛ یعنی اقتصادی که در آن منابع اصلی در مالکیت جمعی است و توزیع درآمد نسبتا برابر است؟ مندل نمی‌تواند تاثیرات بین سرمایه‌داری و مکانیسم قیمت‌ها را تشخیص دهد.

البته مواردی از توزیع کالاهای بدون قیمت نیز وجود دارد، مثلا بهداشت و آموزش و پرورش، اما این امر از خصلت‌های ویژه‌ی این کالاها ناشی می‌شود. حقیقتی که اهمیت دارد این نیست که این کالاها نیازهای اساسی‌ای را برطرف می‌کنند که مهم اند، بلکه اینست که نوعی وابستگی درونی در تولید و استفاده از آنهاست که دارای اهمیت اند. مندل بر چنین استدلال‌هایی تکیه نمی‌کند، بلکه لغو قیمت و پول به خودی خود از نظر او مطلوب اند. این اعتقاد به پیشنهادی عجیب و غریب ره می‌برد: مثلا این‌که یک درآمد اجتماعی می‌بایستی "شکل گسترش ویژه‌ی شغل و مسافرت آزاد برای همه را (اگر گزینش اکثریت باشد) در برگیرد" (54). بدیهی است که درآمد برای اقلیتی نیست که ترجیح می‌دهد در خانه باقی بماند. چرا چنین درآمد اجتماعی به صورت پول نباشد که هر کس طبق اولویت‌های خودش آن را خرج کند؟

نکته بسیار مهم در مورد پول و قیمت‌ها اینست که به ما این توانایی را می‌دهند که بدیل‌ها را بررسی کنیم، از تصمیم در مورد این‌که چه درصدی از تولید ملی را به خدمات درمانی اختصاص دهیم تا تصمیم‌گیری در این باره که چه کالاهایی را می‌بایستی به دست آوریم تا نیازهای مان را مرتفع سازیم. قیمت‌ها صرفا رقم اطلاعاتی ضروری نیستند که بتوانیم بین بدیل‌ها به گزینش بپردازیم، بلکه برای چنین انتخابی وجود آنها اجتناب‌ناپذیر است.

شاید تنفر مندل از پول و قیمت از این باور ناشی می‌شود که آنها به یک معنا شکل‌های اجتناب‌ناپذیری از نظام سرمایه‌داری به شمار می‌روند. این مسلما جزء اعتقادهای اقتصاددانان اطریشی هم محسوب می‌شود که بر این باور اند یک اقتصاد سوسیالیستی موفق به سبب حذف پول و قیمت ناممکن است. مندل و دیگر مارکسیست‌های ضد قیمت احتمالا هم نظر لایو هستند که می‌گفت: "قیمت بازتاب آن چیزی است که مارکس آن را تناقض سرمایه‌داری می‌نامد. قیمت هم راهنمای

خانواده‌ها به عنوان فروشندگان نیروی کار و شرکت‌های تجاری به عنوان خریداران آن است. این امری است که باید دگرگون شود، به طوری که روند تولید و بازتولید نیروی کار به متغیری مستقل تبدیل شود و روند انباشت با آن خوانائی پیدا کند.

برای نیل به این هدف، ضروری است خانواده‌ها به درآمدی پایه‌ای دسترسی داشته باشند، بدون این‌که مجبور باشند نیروی کار خود را به شرکت‌های تجاری بیرونی حتی اگر این شرکت‌ها دولتی باشند، بفروشند. بقای خانوارها در سطحی پایه‌ای و آبرومند می‌بایستی تضمین گردد، در آن صورت است که آن‌ها می‌توانند در رابطه با نیروی کارشان دست به انتخاب درست زنند، بدون این‌که ضرورت آن‌ها را وادار به فروش آن کند. شیوهی دقیق رسیدن به این هدف به ساختار اقتصادی و سطح تکامل و توسعه بستگی دارد. این شیوه در مورد اقتصاد فقیر مبتنی بر کشاورزی شباهتی با اقتصاد صنعتی ثروتمند ندارد. در همه این موارد تسهیلات جمعی و عمومی، درمان، آموزش و پرورش، آب، خدمات بهداشتی مجانی احتمالاً مناسب خواهد بود. در اقتصاد فقیر مبتنی بر کشاورزی دسترسی خانوارها به زمین عاملی اساسی است. در اقتصاد ثروتمند مبتنی بر صنعت، تدارک جمعی و عمومی یک درآمد پولی عامل مناسب‌تری است. من هم با دنبال کردن نمونه نووه و مندل با ارائه مثال‌های کامل‌تری بر مورد یک اقتصاد ثروتمند صنعتی متمرکز خواهیم شد، اما کوشش خواهیم کرد ایده‌های اساسی را تنظیم کنم به طوری که برای هر نوع اقتصادی قابل اجرا باشد.

در یک اقتصاد صنعتی، اساس گزینش و آزادی خانواده دو وجه دارد: تدارک مجانی خدمات پایه‌ای هم‌چون درمان، آموزش و پرورش، آب و بهداشت، و تدارک حداقل درآمد پولی برای هر شهروند، نسبت به حق او، به منظور تامین خرید غذا، لباس، سرپناه و کالاهای خانگی لازم برای یک سطح زندگی بسیار اساسی (لوبیا نه استیک

بخش دوم:

سوسیالیزه کردن بازار

انتقاد از نظرات دیگران از ارائه بدیلی قابل تحقق بسیار آسان‌تر است. بخش دوم این مقاله از بخش نخست بسیار محتاطانه‌تر است و مطمئناً کوتاه‌تر خواهد بود. من حدوداً از نقطه شروع نخستین خود در مورد یافتن بدیلی هم در برابر اقتصاد دوگانه نووه و هم در مقابل اقتصاد بدون شاخص قیمت مندل مطمئن‌ام، اما بسیاری از جزئیات ارائه شده نشان‌گر مرحله کنونی تفکر من است تا این‌که اعتقادهایی خدشه‌ناپذیر باشند. از زمانی که پیش‌نویس اولیه این مقاله را می‌نوشتم تا کنون نظراتم تغییرات زیادی کرده و بی شک باز هم تغییر خواهد کرد. (55)

تولید و بازتولید نیروی کار

بسیاری از بحث‌های مربوط به ساختار اقتصاد سوسیالیستی با اشکال مالکیت شرکت-های تجاری شروع می‌شود. اما مالکیت تنها تا آن حد مهم است که در پیوند با شرایط تولید و باز تولید نیروی کار معنا داشته باشد. در اقتصاد سرمایه‌داری، نیروی کار از وسایل زندگی جداست. روند تولید و باز تولید نیروی کار، یک متغیر وابسته است که روند انباشت آن را شکل می‌دهد، تضاد اساسی بین خریدار و فروشنده، تضاد بین

کالاهای به مقیاس وسیع تولید شده و نه جین‌های مارک‌دار؟ موکت با طرح نارگیل و نه فرش پشمی؟)

دلیل تدارک مجانی خدماتی چون درمان و آموزش و پرورش از ویژگی‌های اختصاصی این خدمات ناشی می‌شود، (وابستگی به یک دیگر و بیرونی بودن آن‌ها) و نه بدین دلیل که "پایه‌ای" اند. در مورد تدارک خدمات دیگری چون حمل و نقل شهری نیز بر مبنای استدلال‌های مشابهی می‌توان بحث کرد. اما از آن‌جا که همه‌ی سوسیالیست‌ها در عمل با این نوع بحث‌ها توافق دارند، به طور مفصل به آن‌ها نخواهم پرداخت. با این حال به فهرست مسائل مورد بحث، امکان دسترسی مجانی به شبکه اطلاعات یعنی چاپ، تلفن، فتوکپی، ماشین، فاکس، کامپیوتر و غیره را اضافه می‌کنم. همان طوری که بعداً روشن خواهد شد یکی از شرایط ضروری سوسیالیستی کردن بازار دسترسی آسان و برابر مردم به اطلاعات است. شریک شدن در ثروت عمومی و سهمیم بودن در اطلاعات برای گسترش مناسبات مبتنی بر حسن نیت، اعتماد و رابطه متقابل اهمیت اساسی دارد. این بدان معنی نیست که هر خانواده‌ای باید مجهز به کامپیوتر شخصی، تلفن مدرن و بشقاب پرنده باشد، ولی بدان معنی است که دسترسی به چنین وسایلی برای هر خانواده هم‌چون دسترسی به دبستان و بیمارستان می‌بایستی تضمین شود.

ضروری است این خدمات مجانی فوری سازمان‌دهی شود به طوری که پاسخ-گوی نیازهای خانواده باشد، و نه صرفاً نیاز تولیدکنندگان آن. این امر مستلزم تاسیس نهادهای مسئول در مقابل خانواده است، نهادهایی که سازمان‌های مصرف‌کننده ارائه می‌دهند. چنین نهادهای مسئول برای خانواده در شکل جینی خود، در پاره‌ای از کشورهای غربی وجود دارد (مثلاً شوراهای مشترک درمان در بریتانیا) اما فاقد قدرت واقعی اند.

عناصر مربوط به درآمد پایه‌ای دیگر به همان دلایلی که در بحث پیرامون پیشنهادهای مندل ارائه شد، مجانی تهیه نمی‌شود، بلکه به عنوان مبلغی پول تدارک دیده می‌شود. ادبیات مربوط به جایگاه کمک‌های بین‌المللی در ساختمان سوسیالیسم روز به روز قطورتر می‌شود (۵۶) و من نیز قصد ندارم در این باره مفصل بحث کنم. یک پرسش روشن چنین است: اگر هر کس درآمدی داشته باشد که منبع آن کمک از طرف جامعه باشد و لازم نباشد نیروی کارش را به شرکت‌های تجاری بفروشد، چه تضمینی وجود خواهد داشت که کالاهائی که با چنین پولی خریداری می‌شود، تولید شود؟ یک پاسخ اینست که اکثر مردم تقاضاهایی بیش از این پول کمکی دارند (گه گاه به جای لوبیا و آب، استیک و شراب) و بنابراین خوشحال خواهند بود که نیروی کار خود را برای کسب درآمد بیش‌تر بفروشند. جواب دیگر اینست که مردم از این پول جهت خرید ابزار تولید برای خود و ایجاد صنایع خانگی و یا شریک شدن با دیگر خانواده‌ها به منظور ایجاد تعاونی استفاده خواهند کرد. جواب دیگر اینست که مردم، اگر بخواهند قدرت خرید واقعی داشته باشند، دارای روحیه عمومی کافی خواهند بود که درک کنند که می‌باید به روند تولید کمک کنند. اما این پرسش خوش‌بینانه مربوط به درآمد پایه‌ای این طور مورد ایراد واقع می‌شود که پاره‌ای دارای روحیه عمومی اند و بقیه این روحیه را نخواهند داشت. واضح است که بسیاری از این مسائل به چارچوبی بستگی دارد که چنین کمک‌هائی در آن صورت گرفته است. به نظر من حمایت از کمک‌های جهانی به مثابه‌ی یکی از مشخصه‌های اساسی اقتصاد سوسیالیستی، شامل حمایت از جایگزینی دولت رفاه سرمایه‌داری نیست که در بر گیرنده حق قانون‌گذاری به منظور دفاع از حقوق مستخدمین با کمک‌های جهانی سرمایه‌داری است (۵۷). کمک‌های بین‌المللی می‌بایستی به عنوان بخشی از برنامه مقررات اجتماعی پذیرفته شود که الغاء سرمایه یکی از پیش‌شرط‌های حیاتی آنست.

من برای حل مساله "درآمد پایه‌ای" پیشنهادی دارم که این امتیاز را دارد که به سوسیالیزه کردن کار بدون دستمزد کمک می‌کند، کاری که برای تولید و بازتولید نیروی کار لازم است. پیشنهاد من این است که افراد بالغ و توانا به موازات برخورداری از کمک، وظیفه انجام مقداری کار خانگی بدون دستمزد را به عهده بگیرند، این کار عبارتست از مراقبت و تهیه وسایل ضروری زندگی برای کسانی که از انجام آن ناتوان اند. اشخاصی که قبلا مراقبت از یک شخص پیر یا بیمار یا علیل را تقبل کرده‌اند معاف می‌شوند. هر فردی می‌بایست نوعی خدمت اجتماعی بدون دستمزد را به عهده بگیرد، مثلا مراقبت از یک کودک علیل که سرپرست آن به دنبال انجام فعالیت دیگری است، و از وقت فراغت خود می‌خواهد استفاده و یا کار کند. سوسیالیزه کردن خانواده و دیگر وظائف بدون دستمزد خانگی، هدف زنان فمینیست- سوسیالیست بوده است. اما شاید گرایشی وجود دارد که چنین فعالیت‌هایی را بیرون از چارچوب خانواده بگرد. مثلا شیرخوارگاه‌ها، آسایشگاه سالمندان، بیمارستان‌های روانی، غذاخوری عمومی و لباس- شوئی‌ها. این مقررات البته نقش ایفا می‌کنند، اما رویکرد بیش از حد منفی نسبت به مزایای خصوصی فرد، داشتن یک اطاق شخصی و مراقبت جمعی دارند. من به جای این‌که هدفم صرفا تقلیل حوزه زندگی در محدوده خانواده باشد، پیشنهاد می‌کنم که هدف این باشد که جامعه وظیفه مراقبت از دیگران در خانواده را به رسمیت بشناسد. مقررات پیشنهادیم را می‌توان برای دگرگونی تقسیم جنسی کار نیز مورد استفاده قرار داد. به مردان می‌توان آموزش داد تا مهارت‌های مربوط به مراقبت را یاد بگیرند، مراقبتی که عمدتا زنان انجام می‌دهند. این حقیقت که همه شهروندان از جمله کودکان حق دارند کمک دریافت کنند به تضعیف وابستگی زنان و کودکان به مردان بسیار کمک خواهد کرد.

نگرانی دیگر، قدرت خرید واقعی کمک‌ها خواهد بود. سطح زندگی واقعی که با چنین کمک‌هایی می‌توان تامین کرد به قیمت‌ها بستگی دارد و از طریق تورم لطمه خواهد دید؛ بنابراین ارزش درآمد پولی در مقابل درآمد نقدی بسیار به روندی بستگی دارد که قیمت‌ها را تعیین می‌کند. بدین ترتیب بین اعتماد به کمک‌های پولی- و نه آن‌چه مندل "توزیع مستقیم" کالاها برای اساسی نامیده است- و سوسیالیزه کردن مکانیسم بازار پیوند مستقیم وجود دارد.

اکثریت خانواده‌ها، دست کم در مرحله‌ای از دوران زندگی خود نه تنها خریداران، بلکه هم‌چنین فروشنده خواهند بود. برخی ترجیح می‌دهند شرکت‌های صنعتی خانوادگی تاسیس کنند یا با دیگران شریک شوند و با اعضاء خانواده تعاونی تشکیل دهند و فروشنده محصولات خود باشند. چنین فعالیت‌هایی احتمالا در مقیاس کوچک وجود خواهد داشت. احتمالا اعضای اکثر خانواده‌ها در مرحله‌ای از دوران حیات خود در شرکت‌های بزرگ صنعتی دولتی استخدام می‌شوند و نیروی کار خود را در مقابل دستمزد می‌فروشند. اگر ضرورت چنین کاری از بین رود، علت اساسی تضاد بین خریداران و فروشندگان نیروی کار از میان می‌رود. اما با این حال مسائل حیاتی مربوط به سازمان دادن کار در شرکت‌های صنعتی، باز توزیع نیروی کار در صورت تغییر شرایط اقتصادی و تعیین دستمزدها باقی می‌ماند. تبدیل نیروی کار به متغیر مستقل بدین معنی است که نیروی کار نمی‌بایست صرفا منبعی هم‌ردیف ماشین یا مواد خام شمرده شود، حتی با وجودی که در دفاتر حساب شرکت‌ها هر دو را با مبلغ پول نشان می‌دهند.

شرکت‌های عمومی تحت مدیریت کارگران

این عنوان بدان معنی است که شرکت‌های عمومی را کارگران باید اداره کنند و همه کسانی که در شرکت‌های عمومی کار می‌کنند می‌بایستی "حق کار" داشته باشند و دستمزد پایه‌ای را می‌بایست بازار کار "سوسیالیزه شده" تعیین کند. مدیریت کارگری نباید بدین معنی نگریده شود که کل مخارج نیروی کار یک شرکت باید به حداقل برسد. این امر ممکن است به ترس از "ثمربخش نبودن" فقدان ابتکار دامن زند. اما دلیلی در میان نیست که چرا یک شرکت تحت مدیریت کارگران نباید علاقمند باشد، از طریق سازمان دادن بهتر امر تولید، مخارج کار را در هر واحد از محصول تقلیل دهد و از درآمد حاصل از باروری تولید در فراغتی بیش از آنچه دارد و یا به عنوان درآمدی اضافی، بهره‌نگیرد. یک شرکت تحت مدیریت کارگران در شرایطی قرار دارد که می‌تواند در مقابل این تلاش‌ها بهتر مقاومت کند و مخارج کار در هر واحد محصول را از طریق افزایش شدت کار، کاهش مخارج مربوط به سلامتی و ایمنی و افزایش بیکاری تقلیل دهد. این سه اقدام اخیر ظاهراً می‌تواند ثمربخشی را آن گونه که از طریق سودآوری نشان داده شد بهبود بخشیده، اما این ثمربخشی یک سوپه است؛ بدین ترتیب که در حالی که می‌تواند نیاز خانواده‌ها را به عنوان خریدار بهبود بخشد، موقعیت آن‌ها را به عنوان فروشنده نیروی کار بدتر خواهد کرد.

کارگران شرکت‌های تحت مدیریت کارگران نمی‌بایستی به اندازه‌ی کارگران تعاونی-ها کنترل تولید داشته باشند، زیرا در مورد حدود اختیارات و استفاده آن‌ها از دارائی‌ها نوعی محدودیت اعمال می‌شود. در اقتصادی که از مرکز طراحی می‌شود چنین محدودیت‌هایی از طریق بوروکراسی عریض و طویل وزارت‌خانه‌های بخش‌های مختلف صنعت اعمال می‌گردد. خوانندگان مجله "نیو لفت ریویو" نیازی نخواهند داشت به این که بگویند این‌ها [اوزرای بوروکرات بخش‌های صنعتی گوناگون] باید بروند.

پیشنهاد می‌کنم به جای آن دفتر مدیریت شرکت‌های عمومی به وجود آید. وظیفه این دفتر عبارت از آن نیست که مولفه‌های تولید را تعیین کند و سرمایه برای شرکت‌های عمومی تخصیص دهد، بلکه باید هنجارهایی را جهت استفاده از دارائی‌های عمومی اعمال کند که به طور دموکراتیک بر سر آن‌ها توافق حاصل شده باشد. مثلاً این‌که نگذارد کارکنان یک شرکت عمومی، دارائی آن را برای خود یا همکاران خود تصاحب کنند. مدیریت شرکت‌های عمومی حق استفاده از دارائی را به نفع جامعه تنظیم می‌کند، چرا که کارکنان یک شرکت می‌بایستی در رابطه با استفاده از حق و حقوق محدود شوند. از این رو، نه بازار مبتنی بر سرمایه دارای متقاضیان قرارداد خرید و فروش، و نه ورشکستگی در بین خواهد بود. بازسازی شرکت‌ها به عهده مدیریت است. کارکنان شرکت‌های عمومی در مقابل این محدودیت حقوقی، بخش قابل ملاحظه درآمد خود را به صورت دستمزد ثابت دریافت می‌کنند و صرفاً دریافت‌کننده‌ی سهمی از درآمد اضافی شرکت نخواهند بود. در عین حال پاداش بارآوری کار که با کارکرد فرد، گروه و شرکت در پیوند است می‌تواند در نوسان باشد. شرکت‌ها مواد و تجهیزات خود را می‌خرند و تولیدات خود را در "بازارهای سوسیالیزه شده" می‌فروشند، در این رابطه، شرکت‌هایی مورد استثنا قرار می‌گیرند که خدمات مجانی در اختیار می‌گذارند. آن‌ها در چارچوب مقرراتی عمل می‌کنند که به لحاظ زیست محیطی، سلامتی، ایمنی و حمایت از مصرف‌کننده بسیار سفت و سخت است، و تحت نظارت شدید بازرسان قرار دارند. انتظار می‌رود که چنین شرکت‌هایی طبعاً به لحاظ مالی خودکفا باشند و تنها شرکت‌هایی استثنا قرار می‌گیرند که خدمات مجانی تدارک می‌بینند. این شرکت‌ها از طریق مالیات تامین می‌شوند.

عضویت رقبای جدید تشویق می‌شود. گروه‌های کارگری می‌توانند به مدیریت درخواست ایجاد شرکت‌های عمومی جدیدی ارائه کنند و از طریق ثروت عمومی برای

اتحادیه‌ها باشد) فرا بخوانند. همین‌طور هم اگر وضعیتی بی ثبات وجود داشته باشد که به نیروی احتیاط و داوری بسیار زیادی برای تصمیم‌گیرندگان محدود نیاز داشته باشد، علنی بودن کفایت نمی‌کند. بدین ترتیب امکان اشکال مساوات‌جویانه مدیریت کارگری به روابط بین شرکت‌ها بستگی دارد و در آن رابطه معنی پیدا می‌کند. داشتن سیستم اطلاعاتی کاملاً علنی در یک شرکت همراه با حفظ اسرار از دیگر شرکت‌ها امری غیر ممکن است؛ اما در هر صورت سیستم اطلاعاتی کامل و علنی میان شرکت‌ها و ویژگی عمده‌ی بازارهای سوسیالیزه شده است، و همین‌طور است پیوندهای درازمدت بین خریداران و فروشندگان که به استحکام محیط یک شرکت کمک می‌کند. بدین ترتیب بازارهای سوسیالیزه شده با دموکراسی صنعتی خوانائی دارند، بیش‌تر از بازارهایی که شرکت‌های تجاری آن‌ها را سازمان داده اند.

بازارهای سوسیالیزه شده

ابتدا اجازه می‌خواهم پاره‌ای از ویژگی‌های عمومی بازارهای سوسیالیزه شده را مشخص کنم. سپس به طور مفصل‌تر بررسی خواهم کرد که این ویژگی‌ها در مورد نیروی کار، کالاهای تولیدی (کالاهایی که بین شرکت‌ها خرید و فروش می‌شود) و کالاهای مصرفی چگونه عمل می‌کند. یک بازار سوسیالیزه شده بازاری است که در آن هیئت‌های عمومی، بازار را تشکیل می‌دهند و از طریق اخذ مالیات از شرکت‌ها و خانواده‌ها تأمین مالی می‌شود تا از طریق فروش کالا؛ هم‌چنین بازار سوسیالیزه شده، بازاری است که در آن "دست دادن‌های نامرئی" یعنی مناسبات حسنه و روابط متقابل که علم اقتصاد بازار دست کم تا حدودی ایجاد آن را ضروری می‌داند، در شبکه‌های اطلاعاتی عمومی ایجاد می‌گردند. این شبکه‌ها در دسترسی آزاد قرار دارند نه در "حلقه‌های جادویی" یا "کلپ‌های نجیب‌زادگان" که "غریبه‌ها" را در آن‌ها راهی

اینکار تأمین مالی شوند (برای اعطای کمک مالی بهره تعیین می‌شود). در پاره‌ای از صنایع ممکن است سیستمی مناسب باشد که در آن گروه‌های کارگری کارورزانی را به مدیریت جهت اداره تسهیلات عمومی برای مدت معین معرفی کنند. برای شکل‌های گوناگون کنترل عمومی و ابتکاراتی که از مرکز کنترل نمی‌شود، زمینه فراهم می‌شود. (58)

روشن است که موقعیت‌هایی پیش می‌آید که یک شرکت نمی‌تواند کار خود را پیش برد و لازم است بازسازی شود. در این حالت مدیریت شرکت‌های عمومی فراخوانده می‌شوند. کار هیچ کس اضافی و بی مصرف نیست، بلکه مدیریت طرح‌هایی را تنظیم می‌کند تا کارکنان را در شرکت‌های دیگر به شغل‌های برابر به کار گیرد یا آن‌ها را نگهدارد به آن‌ها شغل‌هایی جدید بدهد. کارکنان در رابطه با این روند، حقوق کاملاً روشنی دارند، و باید بتوانند از طریق اقدام قانونی به آن دست یابند. مدیریت شرکت‌های عمومی تأمین مالی موقت را به عهده می‌گیرند، و هم‌چنین این حق را دارند که در شرایطی که کارگران در پی رفاه خود بر می‌آیند و نه بازسازی، از تأمین مالی موقت خودداری کنند.

می‌دانم که پیرامون وضعیت داخلی‌ای که مدیریت کارگری واقعی را تضمین می‌کند هنوز چیزی نگفته‌ام، تا آن‌جا که به تفاوت‌های فاحش سطح مهارت و قلمروی شغلی مستخدمان گوناگون مربوط است، برخورداری نقشی یکسان برای همه آن‌ها غیر ممکن است. مهم است که آن‌هایی که شغل‌هایی با مهارت کمتر و قلمرو محدودتری دارند، امتیازات کمتر آن‌ها جبران شود. سیستم اطلاعات علنی که همه کارکنان به آن دسترسی داشته باشند ضروری است. اما توانائی استفاده از اطلاعات نیز اهمیت دارد و علنی بودن به تنهایی تضمین‌کننده آن نیست. بنابراین گروه‌های گوناگون کارگری اگر لازم باشد به تنظیم خط مشی و اعمال حق خود در خلال بازسازی کمک کنند، باید بتوانند نمایندگان منتخب خود را (که می‌تواند از درون

نیست". چنین شبکه‌هایی اداره‌کنندگانی دارند که نه با فروش خدمات خود، بلکه از طریق مالیات تامین می‌شوند.

نکته‌ای که در رابطه با سازندگان عمومی بازار (بگذارید اسم آن‌ها را کمیسیون‌های قیمت و دستمزد بگذاریم) مطرح است این است که این‌ها می‌خواهند موانعی که بر سر راه مبادله اطلاعات در بازارهای خصوصی وجود دارد را از میان بردارند. مکتب اطریشی همواره تا آن جا که بازارها اطلاعات فراهم می‌کنند از آن استقبال می‌کند ولی بر شیوه‌ای تاکید نمی‌کند که بازارها، اطلاعات را بخش بخش می‌کنند. شرکت‌های سودجو که حلقه‌ی پولی آن‌ها را به یک دیگر وصل می‌کند، برای پنهان کردن اطلاعات پیرامون بازدهی تولید، هزینه تولید و نوآوری خود انگیزه دارند. یکی از امتیازات بازار این است که برای ابتکارات متفرق زمینه فراهم می‌کند، ولی یکی از مضرات آن شیوه ایجاد مانع بر سر راه شریک شدن در اطلاعات است. یک بازار سوسیالیزه شده از ابتکارات متفرق حمایت می‌کند که یکی از ویژگی‌های اصلی جامعه است و مردم را آزاد می‌سازد. اما کانال‌ها و مشوق‌های جدیدی برای ابتکارات فردی به منظور هدایت به رفاه عمومی ایجاد می‌کند.

این امر مستلزم سه نوع فعالیت از جانب کمیسیون‌های قیمت و دستمزد است. این کمیسیون‌ها در درجه‌ی نخست تسهیلات مادی به منظور تبادل اطلاعات در باره شرایط خرید و فروش بین شرکت‌ها و بین شرکت‌ها و خانواده‌ها فراهم می‌سازند. ماهیت این تسهیلات می‌بایستی به سطح تکامل عمومی وابسته باشد. در یک اقتصاد فقیر دهقانی، ایجاد بازار اولین قدم است. در یک اقتصاد صنعتی که به کامپیوترهای کوچک دسترسی داشته باشد، یک بازار مبتنی بر الکترونیک قابل تحقق است. بازارهای الکترونیکی در اقتصاد صنعتی شده‌ی سرمایه‌داری به طور پراکنده در حال افزایش است. یک بازار الکترونیکی که مردم تدارک دیده باشند امتیاز بسیار بزرگ

استاندارد کردن را با خود دارد. در حال حاضر توسعه این گونه بازارها در اثر ناسازگاری بین انواع مختلف تجهیزات انحصاری تولیدی با مانع روبه‌روست. در خصوص جمع‌آوری و رده‌بندی اطلاعات در مقیاسی کلان، فراوده تولید شده است. یک بازار الکترونیکی متمرکز که توده‌ها آن را تدارک دیده باشد، می‌تواند از این فراورده‌ها در جهت تقلیل مخارج داد و ستد استفاده کند. این امر برای شرکت‌ها و خانواده‌ها جهت استفاده از بازارهای عمومی انگیزه‌ی مثبتی فراهم می‌سازد: برای خانواده‌ها و شرکت‌ها این کار ارزان‌تر از آنست که خود به طور پراکنده دنبال اطلاعات در مورد شرایط خرید و فروش باشند.

کمیسیون‌های قیمت و دستمزد چه نوع اطلاعات را می‌بایستی جمع‌آوری و به نفع عمومی ذخیره کنند؟ این اطلاعات باید از محدوده‌ی قیمت‌های هر واحد فراتر رود. روند شکل‌گیری قیمت علنی بخشی از محتوای بازار سوسیالیزه شده را تشکیل می‌دهد و عموم مردم باید بتوانند بر آن نظارت داشته باشند. در علم اقتصاد بازار صنعتی، اکثر شرکت‌ها با افزودن مبلغی به مخارج هر واحد تولید شده، قیمت‌ها را تعیین می‌کنند، اما مخارج و مبلغ افزوده شده فاش نمی‌گردد. کمیسیون قیمت، به اطلاعات در مورد مخارج هر واحد تولید شده نیاز دارد تا مردم بتوانند رابطه‌ی بین مخارج و قیمت‌ها را ارزش‌گذاری کنند. آیا این بدان معنی است که هر شرکتی برای تهیه چنین اطلاعاتی به مخارج اضافی نیاز دارد؟ اگر شرکت‌ها قبلاً چنین اطلاعاتی را برای مقاصد مدیریت داخلی خود تهیه کرده باشند، مخارج اضافی ضروری نیست. در علم اقتصاد سرمایه‌داری، محاسبه‌ی مخارج در حقیقت یکی از ابزارهای اساسی مدیریت است. تفاوت نه در داشتن وظیفه تدارک اطلاعات جدید، بلکه در علنی کردن اطلاعاتی است که معمولاً مخفی نگه داشته می‌شود. بدین ترتیب وظیفه‌ی دوم عبارت

خواهد بود از علنی کردن اطلاعات بر پایه قراردادهای استاندارد و توضیح‌گر به عنوان پیش شرط ورود به بازارهایی که مردم تدارک دیده اند.

فعالیت سوم عبارت است از هدایت شکل‌گیری اطلاعات مربوط به قیمت‌ها و دستمزدها. بی تردید کنترل هر معامله و نظارت مرکزی بر قیمت‌ها و دستمزدها از طرف کمیسیون قیمت و دستمزد غیر ممکن است. همیشه احتمال معاملات "بدون ضابطه" و "غیر قانونی" خارج از کنترل مرکزی وجود دارد. اما کمیسیون قیمت و دستمزد می‌تواند هنجارهایی برای قیمت و دستمزد وضع کند و اطلاعاتی را فراهم آورد که خریداران و فروشندگان خود بتوانند قیمت‌ها و دستمزدها را به شیوه‌ای غیر متمرکز "کنترل" کنند، برای تشویق کسانی که به هنجارها وفادار می‌مانند و تنبیه کسانی که آن‌ها را زیر پا می‌گذارند نیز می‌توان از مالیات و مقررات انضباطی استفاده کرد. قیمت‌ها و دستمزدهائی که در هر داد و ستد معین پیشنهاد می‌شود را می‌توان با هنجارها مقایسه کرد. اگر هم خریدار و هم فروشنده بخواهند در داد و ستدی مشخص (مثلا به منظور تحویل سریع‌تر یا تغییر در کیفیت) هنجاری را کنار بگذارند، باید بتوانند چنین کنند. اما در عین حال باید این امکان را نیز داشته باشند که به زیر پا گذاشتن هنجارها انتقاد کنند و از کمیسیون مربوطه تقاضا کنند که آن را مورد بررسی قرار دهد. اگر بسیاری از خریداران و فروشندگان موافق کنار گذاشتن یک هنجار اند، بدین معنی است که چنین هنجاری بایستی تجدید نظر و بررسی شود. اما در کوتاه مدت اقتصاد صنعتی و غیر متمرکز گرایش به تجربه‌ی تثبیت قیمت‌ها دارند که در آن تنظیم مقادیر (از طریق بزرگ و یا کوچک کردن دفاتر سفارشات، کم یا زیاد کردن اقلام کالاها و دگرگونی در ترکیب تولید) نقش اساسی به عهده دارد. تنظیم قیمت در دراز مدت، به علت تاثیر قیمت‌ها در برآورد و ارزش گذاری سرمایه اهمیت پیدا می‌کند. به علت تثبیت قیمت‌ها، کمیسیون قیمت و دستمزد گاهی ممکن است

لازم باشد به جای تعقیب جریان داد و ستدها، آن‌ها را پیش‌بینی کند؛ و قبل از این که قیمت‌های داد و ستدهای گزارش شده به طرز محسوسی تغییر کند، هنجارها را تغییر دهد. از این رو به کسب اطلاع از شبکه‌های مربوط به تغییر قیمت کالاها و ظرفیت سودمندی آن‌ها نیاز دارد. لازم است که هنجارها بر مبنای اطلاعات متقابل خریداران و فروشندگان، بدون در نظر گرفتن نیازمندی‌های آنان، شکل بگیرد و نه این‌که از مرکز تحمیل شود (59). یک اقتصاد پیشرفته می‌تواند بازار الکترونیکی را به سیستم پرداخت الکترونیکی مرتبط سازد. یک سیستم الکترونیکی عمومی برای حل و فصل معاملات گزارش همه‌ی داد و ستدها را ارائه می‌دهد و این اطلاعات را می‌توان رده‌بندی کرد و هنجارشکنان را افشاء نمود. همین‌طور هم قیمت پائین داد و ستدهای سیستم حل و فصل عمومی، خریداران و فروشندگان را تشویق می‌کند تا از آن استفاده نمایند. سیستم حل و فصل، الکترونیکی و "بدون خرج" در کشورهای صنعتی سرمایه‌داری در حال توسعه است. اما هم‌چون بازارهای الکترونیکی، حرکت آن‌ها نیز به دلیل فقدان توافق بر سر استانداردهای تکنیکی و مخارج بالای راه‌اندازی با وفقه روبه‌رو است.

لازم است ایجاد بازار عمومی با شبکه عمومی منضبط خریداران و فروشندگانی تکمیل شود که منافع مشترک جهت بهبود مستقیم مبادله اطلاعات پیرامون اموری از قبیل مشخصات کالا و روند تولید و نیز پیرامون نقشه‌های سرمایه‌گذاری دارند. چنین شبکه‌های اطلاعاتی با بوروکراسی و سلسله مراتب قدرت و حلقات فرمانروائی‌شان (۶۰) و بازار- که در آن روابط غیر پیوسته و از طریق میانجی پول صورت می‌گیرد- تفاوت دارد. چنین شبکه‌ای با شبکه‌های غیررسمی قراردادی شرکت‌ها نیز تفاوت دارد زیرا هیات مدیره‌هایی دارند که با مالیات عمومی تأمین می‌شوند تا مبادله اطلاعات را تسهیل کنند و هر واحد اجتماعی که معیارهای تعیین شده عمومی را بپذیرد به این

یک دیگر را پیش از این که این طرح به مرحله پایانی برسد، بررسی کرد. هیات‌های مدیره چنین شبکه‌هایی می‌توانند بر دفتر برنامه‌ریزی ملی به منظور ایجاد استراتژی مورد توافق همگانی اقتصاد ملی اثر بگذارند. خواست غیر متمرکز کردن تصمیمات مربوط به ظرفیت سودمندی و نوآوری بدان معنی نیست که کل اقتصاد احتیاج به هیچ‌گونه برنامه‌ی مرکزی ندارد. در حقیقت، می‌بایستی استراتژی عامی وجود داشته باشد که مشخص کند چه بخش‌هایی باید گسترش و چه بخش‌هایی محدود گردند، چه مقدار را می‌بایستی به سرمایه‌گذاری اختصاص داد، و چه مقدار را به مصرف، و چه تنگناهایی را باید گشود و چه چیز را به طور محدود قبول کرد. اما این استراتژی را نباید از طریق اختصاص منابع مادی از مرکز و هدف‌های مشخص تولیدی در رابطه با هر یک از شرکت‌ها اعمال کرد. برنامه‌ریزی استراتژیک ژاپن و فرانسه احتمالا به آن چه من در نظر دارم از همه نزدیک‌تر اند، اما آن‌ها فاقد بسیاری از ملزومات اجرایی اند که می‌تواند در اختیار یک اقتصاد سوسیالیستی باشد، همین‌طور شبکه اطلاعاتی که بر آن تکیه دارند، شبکه‌ای "قدیمی" و بیش‌تر شبیه انجمن اتحادیه‌هاست تا شبکه باز و در دسترس همگان. کمیسیون‌ها و شبکه‌ها، در رابطه با نیروی کار، کالاهای تولیدی و کالاهای مصرفی بشیوه‌های متفاوتی عمل خواهند کرد. بنابراین هر یک به طور مجزا بررسی خواهند شد.

بازار کار

کمیسیون دستمزد، تسهیلات مربوط به مبادله اطلاعات مربوط به پُست‌های خالی و جویندگان کار را فراهم می‌کند. این قضیه در رابطه با اقتصاد صنعتی چیز تازه‌ای در بر ندارد. اما برای تدارک چنین تسهیلاتی در اقتصاد سرمایه‌داری به طرز غم‌انگیزی سرمایه‌گذاری کمی صورت گرفته و تنها اطلاعات بسیار محدودی در مورد پُست‌های

شبکه اطلاعاتی دسترسی خواهد داشت. تمرکز شبکه‌ی اطلاعات نه بر قیمت‌های مخارج، بلکه بر کمیت‌ها و ویژگی‌های کالاها و روندهای تولید است، هر فرد می‌تواند شبکه‌ای داوطلبانه به وجود آورد، اما کوشش‌های داوطلبانه با شبکه‌های عمومی‌ای تکمیل می‌شود که سازمان‌دهندگان آن از این قدرت برخوردارند که علنی شدن اطلاعات را طرح کنند. شبکه‌ی خریدار-فروشنده پاره‌ای از ارتباطات متقابل تصمیم-گیرندگان را پیش از تصمیم‌گیری آشکار می‌کند، به طوری که واحدهای منفرد می‌تواند به شیوه‌ای که از روحیه عمومی بیش‌تری برخوردار است تصمیم بگیرند و مفهوم تصمیمات خود را برای دیگران و خود بررسی کنند.

سازمان‌دهندگان شبکه، هم‌چون کمیسیون قیمت و دستمزد سه نوع کارکرد دارند: تسهیل مبادله اطلاعات، علنی کردن اطلاعات و نقش فعال درونی که در این مورد طرح و خصوصیات ویژه کالاها و روندهای تولید را شامل می‌شود. وجود شبکه‌های گوناگون ضرورت پیدا می‌کند، مثلا شبکه آب و برق، شبکه حمل و نقل، شبکه مهارت‌ها و شبکه کالاهای مصرفی. اطلاعاتی که شبکه‌ی خریدار و فروشنده می‌بایستی بر آن متمرکز شوند، عبارت است از فهرست طرح‌ریزی شده و جاری کالاها، ظرفیت‌ها طرح‌ها و خصوصیات ویژه. در این مورد نیز شرکت‌ها لازم نیست اطلاعاتی را فراهم آورند که مخارج‌شان را بالا برد، بلکه لازم است از اطلاعاتی استفاده کنند که در هر حال برای مقاصد درونی خود نیاز دارند. مثلا در اقتصاد صنعتی سرمایه‌داری اطلاعات در سطح فهرست کالاها با حرکت به سمت سیستم‌های "سرموقع" کنترل فهرست‌ها بیش‌ترین اهمیت را پیدا می‌کند (61). فن الکترونیک نظارت بر سطح فهرست جامع کالا را آسان‌تر و ارزان‌تر کرده است.

شبکه خریدار-فروشنده بنیاد روند برنامه‌ریزی اجتماعی غیر متمرکزی را تشکیل می‌دهد که در آن می‌توان مفهوم طرح‌های سرمایه‌گذاری واحدهای گوناگون در رابطه با

خالی جویندگان کار فراهم کرده است، و شکاف بزرگی را بر جای می‌گذارد که سود جویان، دفاتر استخدامی خصوصی و هیات‌های تحقیقی سودجو و غیر سودجو باید پر کنند. اقتصاد سرمایه‌داری مخصوصا اطلاعات تطبیقی درباره شرایط عمومی بازار کار تدارک ندیده‌اند تا شرکت‌ها و کارمندان بتوانند شرایط و مقررات شغل‌هایی که پیشنهاد می‌شود را ارزیابی کنند. همین‌طور هم درباره اساس تعیین دستمزد متناسب با شغل اطلاعات فراهم نکرده است (خواه طرح‌های ارزش‌گذاری رسمی شغل، خواه "عادت و تمرین").

کمیسیون دستمزد به منظور آن که بتواند موثر عمل کند، نه تنها به ابلاغ اجباری پست‌های خالی، بلکه به اطلاعات شرکت‌ها درباره درآمدها و شرایط شاغلان و نیز به کارکرد ارزش‌گذاری مشاغل و طرح‌های مربوط به رده‌بندی شغلی نیازمند است. این از آن اطلاعاتی است که اداره‌های کارپردازی در هر حال جمع‌آوری می‌کنند: آنچه علاوه بر این ضروری است عبارت است از علنی کردن چنین داده‌هایی و کار کردن بیش‌تر بر روی آن، که کار کمیسیون دستمزد است. ماشین‌های کامپیوتری کوچک که صفحه‌ای برای نشان دادن داده‌ها دارند و نمودار رسم می‌کنند در مدت بسیار کوتاهی می‌توانند داده‌ها را خلاصه و به گونه‌ای ارائه دهند که برای جستجوگر منفرد کار یا داوطلب کار معنی داشته باشد. اگر کمیسیون دستمزد دقیقا تجهیز شود، لایه بوروکرات پُرخرجی را به این روند اضافه نخواهد کرد، بلکه جایگزین انبوه عاملانی می‌شود که در اقتصاد سرمایه‌داری وظیفه تدارک اطلاعات و در عین حال بخش‌بخش و مخفی کردن آن را به عهده دارند.

کمیسیون دستمزد، می‌تواند به اجرای حداقل استانداردهای مربوط به مقررات و شرایط کار کمک کند، بدین ترتیب که نگذارد پیشنهادهای شغلی که پائین‌تر از این حداقل اند به بازار سوسیالیزه شده وارد شوند. همین‌طور هم این کمیسیون می‌تواند به

روند ارزش‌گذاری مشاغل کمک کند، امری که می‌تواند حداقلی از نیازمندی‌ها را برآورده سازد (مانند دستمزد برابر در مقابل کار دارای ارزش برابر و نیز ارزش‌گذاری که همیشه به قدرت عضلانی در مقایسه با مهارت یدی بیش‌تر اهمیت نمی‌دهد). این حداقل استاندارد را می‌بایست در قوانین وارد کرد. اما فراتر از این، کمیسیون دستمزد می‌تواند اصلاحات مربوط به "بهترین شغل"، فعالیت‌ها و اصلاحات مربوط به ارتقاء شغلی را در اختیار بگذارد.

کمیسیون دستمزد علاوه بر گردآوری رده‌بندی و پخش اطلاعات، "هنجارهای" اساسی را هم برای دستمزد نسبی اساسی، و هم در مورد افزایش دستمزد برای همه تعیین می‌کند. این امر کمکی اساسی هم به تضمین توزیع اجتماعی عادلانه درآمد و هم به کنترل تورم است. و مطلقا ضروری است که همه دستمزدها، از دستمزد رئیس جمهور (که به شیوه‌ی دموکراتیک انتخاب شده باشد) تا کارگران یدی دارای حداقل مهارت در چارچوب این اقدامات قرار گیرند. (فرض می‌کنیم که نه درآمد، بلکه تنها سود ناشی از پس‌انداز شخصی وجود دارد). از آن‌جا که حداقل درآمد پایه‌ای، برای هر کس تضمین می‌شود، احتمال می‌رود که کار غیرماه‌رانه، خسته‌کننده و نامطلوب دستمزد بیش‌تری از دستمزد معمول را طلب کند، چرا که در غیر این صورت هیچ‌کس آن را نمی‌پذیرد.

ایجاد هنجارهای دستمزد نسبی، از طریق ارزش‌گذاری شغلی پیش می‌رود. این ارزش‌گذاری به طور دموکراتیک کنترل می‌شود، و می‌توان آن را به خاطر تغییرات ساختارهای اقتصادی و اجتماعی آن‌گونه که در آمار مربوط به پست‌های خالی و جویندگان کار منعکس است، سالانه مورد تجدید نظر قرار داد. ایجاد هنجاری همگانی، برای افزایش دستمزد، به تصمیمات مربوط به اقتصاد کلان در رابطه با سطح سرمایه‌گذاری جمعی، مصرف و رشد بارآوری مربوط به آن بستگی دارد. اجرای چنین

نقشی مهم ایفا کنند، و همین‌طور می‌توانند پایه‌ی برنامه‌ریزی نیروی کار را از طریق گردآوری اطلاعات کمی، پیرامون ساختار حرفه‌ای و پیش‌بینی‌های مربوط به نیازهای آتی را تدارک ببینند. شبکه‌های گوناگونی را می‌توان پیرامون مجموعه‌ای از مهارت‌ها، کارآئی‌ها و حرفه‌ها سازمان داد. هم استفاده‌کنندگان و هم تدارک‌کنندگان نیروی کار از گسترش مهارت‌ها نفع می‌برند یعنی از خلاقیت، انضباط شخصی، دانش تکنیکی و غیره. شبکه‌های آموزشی، محیط رشد شیوه‌های آموزش و استفاده متقابل از نیروی کار را فراهم می‌کنند، به طوری که از مشاغل بی‌آینده با مهارت محدود، یکسویه و غیر قابل انتقال جلوگیری می‌شود. این شبکه‌ها به امکان وجود کشمکش بین خواست فرد برای داشتن شغل، و هدف یک شرکت در رسیدن به خودکفائی مالی پایان نمی‌دهد. اما محیطی فراهم می‌کند که عاملین گوناگون می‌توانند فرصت داشته باشند خود را به جای دیگران قرار دهند و تعلیم، آموزش و پرورش و طرح روند کار را از زاویه‌های متفاوتی ببینند. گذشته از گردآوری و در اختیار گذاشتن اطلاعات یکی از وظائف مهم شبکه‌ی مدیریت، عبارت از فراهم کردن فرصت برای اعضاء شبکه است، تا بتوانند در تجربه‌ی دیگران از آزمون نقش‌های مختلف تا مبادله پرسنل بین شرکت و نهادهای آموزشی، تا نقش مشاور برای فعالیت یک دیگر شرکت کنند.

بدون اقدام در جهت سوسیالیزه کردن بازار، اختصاص سرمایه به بازار به طور حتم بیکاری در بر خواهد داشت. در کشورهایی که سوسیالیسم مبتنی بر بازار بیش از هر جای دیگر رشد کرده است، هم‌چون مجارستان و یوگسلاوی، بیکاری رو به رشد است؛ زیرا شغلیابی و حفظ تسهیلات به طرز ناامیدکننده‌ای ناکافی است، اما تخصیص منابع به شیوه‌ای متمرکز و بوروکراتیک، از طریق وزارتخانه‌ها رشد باروری و خلاقیت را خفه می‌کند. فکر می‌کنم نوع اقداماتی که من پیشنهاد کرده‌ام تا حدودی بتواند از این دو جنبه افراطی نامطلوب جلوگیری کند.

امری از کانال‌های گوناگون عملی است: مالیات، عقد قرار داد، تبلیغات منفی علیه هنجارشکنی و ایجاد فضای اعتماد مبتنی بر یک جامعه باز که شامل روند علنی قیمت‌گذاری است. هنجارهای این قیمت‌گذاری را کمیسیون قیمت‌گذاری تعیین می‌کند. هدف آنست که روند شکل‌گیری دستمزد را تا حد ممکن علنی کرد.

تحت چنین سیستمی توجه اصلی اتحادیه‌های کارگری بلاشک از معاملات جمعی با مدیریت شرکت‌ها، درباره سطح دستمزد پایه‌ای بر مسائل دیگری معطوف خواهد شد. اما مطمئناً باز هم نقش مهمی برای اتحادیه‌ها بر جای خواهد ماند. نقش آن‌ها عبارت خواهد بود از کمک به اعضاء خود برای تضمین حقوق‌شان، بحث بر سر سازماندهی تولید و واگذاری مازاد شرکت (پس از پرداخت مالیات)، مشاوره پیرامون استانداردهای ملی ارزش‌گذاری مشاغل و فعالیت‌های مربوط به مقایسه‌ها. اتحادیه‌های کارگری تجلی تقسیم کار اند و با تغییر تقسیم کار نقش آن‌ها نیز تغییر می‌کند. اما مادام که در حوزه شغل‌ها تفاوت‌های اساسی وجود دارد به طوری که پاره‌ای مسئولیت برنامه‌ریزی (کار فکری) به عهده دارند، در حالی که دیگران تنها مسئولیت اجرایی (کار یدی)، وجود اتحادیه‌های کارگری برای دفاع از منافع گروه دوم ضروری است. این امر حق اعتصاب و حق داشتن خودمختاری واقعی تشکیلاتی را شامل می‌شود.

بیکاری ناخاسته نیز در کار نخواهد بود، زیرا مدیریت شرکت‌های عمومی در خصوص کسانی که شغل قبلی‌شان اضافی و بیهوده شده، هم‌چون نوعی "شرکت سهامی" عمل می‌کند که دستمزدهای پایه‌ای آن‌ها را می‌پردازد، و ساختار تشکیلاتی و آموزش برای‌شان تدارک می‌بیند تا دوباره بتوانند شغل‌های جدیدی به دست آورند. شبکه‌های موجود بین مصرف‌کنندگان نیروی کار و فراهم‌کنندگان آن (که شامل خانواده‌ها و نهادهای آموزشی می‌شود) می‌تواند در تقلیل مخارج چنین فعالیت‌هایی

خرید و فروش کالاهای [شخص] تولیدکننده بین شرکتها انجام می‌شود. هیچ دلیلی وجود ندارد که شرکت‌های عمومی در خرید و فروش کالاهای تولید کننده در چارچوب ضابطه‌های معینی از ابتکارات خود به طور غیر متمرکز استفاده نکنند. این ضوابط را "سامان‌دهنده‌ی شرکت‌های بخش عمومی به منظور گسترش و محدودیت آن‌ها و جلوگیری از سوء استفاده از دارائی‌ها تعیین می‌کند. اندکی هم می‌بایستی درباره فعالیت کمیسیون تعیین قیمت کارهای مولد، در خصوص تهیه تسهیلات برای مبادله اطلاعات، پیرامون شرایط خرید و فروش صحبت کرد. نقش علنی کردن اطلاعات، تاکید ویژه‌ای را به دنبال دارد، زیرا کارتلی کردن و حلقه قیمت‌گذاری در پاره‌ای از صنایع مربوط به کالاهای مولد در کشورهای سرمایه‌داری به ویژه نقش غالب دارد. آیا می‌توانیم اطمینان داشته باشیم که شرکت‌ها، استانداردهای محاسباتی مورد توافق را به کار خواهند گرفت و مخارج هر واحد تولیدی را آن طور که خواسته شده علنی خواهند کرد؟ آیا آن‌ها دو دفتر محاسبه یکی برای کمیسیون قیمت و دیگری برای خودشان حفظ نخواهند کرد؟ مسلماً کیفیت اطلاعات، اهمیت فراوانی دارد. در سیستم‌هایی که تخصیص منابع از مرکز صورت می‌گیرد، مشکلات شناخته شده‌ای وجود دارد، زیرا در این سیستم‌ها شرکت‌ها اطلاعات واقعی درباره منابع لازم برای هر واحد تولیدی را در اختیار برنامه‌ریزان مرکزی قرار نمی‌دهند. در چنین نظام‌هایی مشوقی درونی برای شرکت‌ها جهت "انتشار اطلاعات غلط" وجود دارد؛ زیرا برنامه‌ریزان مرکزی هم برای شرکت‌ها هدف تعیین می‌کنند، و هم سرمایه لازم جهت رسیدن به آن هدف‌ها را در اختیارشان قرار می‌دهند. طبیعی است که شرکت‌ها گرایش به آن داشته باشند که سرمایه مورد نیاز هر واحد تولیدی را بیش از آنچه لازم است برآورد کنند تا بتوانند به هدف‌های تولیدی مورد نظر خود نایل شوند. آیا انگیزه-

ای برای گزارش غیر واقعی (کم‌تر از آنچه بوده یا بیش از آن حد) به کمیسیون قیمت در بین هست؟ برای پاسخ به این پرسش لازم است ماهیت روند شکل‌گیری قیمت را بررسی کنیم.

این یک حقیقت بدیهی است که بسیاری از شرکت‌ها در اقتصادهای صنعتی سرمایه داری قیمت را با افزودن مخارج هر واحد تولیدی تعیین می‌کنند و اندازه‌ی مخارج فروش با رویکرد رقبا و مشتریان محدود می‌شود. کمیسیون قیمت‌گذاری نیز هنجارهای قیمت‌گذاری را به همان شیوه به وجود می‌آورد و تنها استثنا در این است که اساس کارش عبارت است از هزینه‌های متوسط واحد تولید، و نیازهای سرمایه‌گذاری در اقتصاد تعیین کننده هزینه فروش است. هر چه نرخ عمومی سرمایه‌گذاری بالاتر باشد، مخارج فروش نیز بالاتر است. این سرمایه‌گذاری مستلزم یک استراتژی است که در فرآیند برنامه‌ریزی مشخص می‌شود. مخارج فروش در صنایع مختلف می‌تواند متفاوت باشد، به طوری که در مورد صنایعی که در دراز مدت گسترش آن‌ها پیش‌بینی شده، مازاد بیش‌تر و در مورد صنایعی که در استراتژی محدود کردن آن‌ها ضروری است، مازاد کم‌تری ایجاد کند. این روند شکل‌گیری قیمت است که کالکی (۶۲) به کار گرفته است و با روند آزمون و خطایی که لانگه طرفدار آنست، به این لحاظ متفاوت است که هدفش این نیست که هنجارهای قیمت‌گذاری در بازار را از مشخص کند، بلکه هدفش ایجاد هنجارهای قیمت به منظور تشویق بازسازی در مسیر صحیح از طریق بازگشت افراد دارای حقوق متفاوت به فعالیت‌های متفاوت است. این امر قیمت‌گذاری کالاهای غیراستاندارد را میسر می‌سازد که فقط یک بار تولید می‌شوند و از مشخصه‌ی بخش‌هایی از صنایع مربوط به کالاهای تولیدکننده برخوردار اند. هنجارهای قیمت را می‌توان هر سال بررسی و تجدید کرد، اما احتیاجی نیست این کار را هم‌زمان صورت داد. هنجارهای قیمت در فاصله تجدید و بررسی سالانه می‌تواند

ثابت باقی بماند. تجدید نظر و بررسی‌ای که صورت می‌گیرد، تعیین می‌کند که دگرگونی مخارج و تقاضا (همان‌طور که در فهرست تغییرات صورت موجودی آشکار می‌گردد) تا چه حدی به تغییر در قیمت‌ها نیاز دارد. حد و حدودی که افزایش مخارج می‌بایستی در هنجارهای قیمت منعکس شود، به میزانی بستگی دارد که سطوح تولید در یک بخش معین لازم است افزایش یا کاهش یابد و یا ثابت نگهداشته شود. روند شکل‌گیری قیمت‌ها علنی است، بدین مفهوم که توده‌ها پایه‌ای که بر مبنای آن هنجارهای قیمت تعیین شده‌اند را می‌دانند و می‌توانند قیمت موجود را با هنجارهای مشخص شده کنترل کنند. این امر کارایی را تشویق می‌کند، زیرا هنجارها با متوسط مخارج تولید و مخارج افزوده شده برای فروش رابطه دارد. یک شرکت که مخارجش از حد متوسط کمتر شده است می‌تواند مازاد بسیار بالا و همین‌طور پس‌انداز برای توسعه یا پاداش فراوان برای کارگرانش داشته باشد. این امر قدرت شرکت‌های بزرگ را با محدود کردن سود مقاطعه‌کاران کوچک‌تر کاهش می‌دهد و باعث بالا رفتن سود خود شرکت می‌شود. هم‌چنین با گرایش شرکت‌هایی مقابله می‌کند که سعی در حفظ منافع خود حتی در شرایطی دارند که ظرفیت کامل مورد بهره‌برداری قرار نگرفته باشد و مایل نیستند قیمت‌ها را به منظور افزایش ظرفیت سودمندی محدود می‌کنند، یعنی گرایشاتی که ویژگی شرکت‌ها در اقتصادهای سرمایه‌داری است، و امکان نابهنجاری‌های کل تقاضا را تقویت می‌کند. (63)

این شیوه کار، برای شکل دادن به هنجارهای قیمت (اگر با نان فندی و شلاق هم جهت تشویق به حفظ این هنجارها همراه باشد) جهت پیشبرد استراتژی اقتصاد کلان یاری‌دهنده است و امکان این که اقتصاد به دام رکود و تورم شدید دچار شود را کاهش می‌دهد. اجتناب از مسائل مبتلا به اقتصاد کلان و تسهیلات جهت بازسازی، از جمله دلایل اصلی است که نباید روند شکل‌گیری قیمت را کاملاً به شرکت‌ها واگذار

کرد. تصمیم در مورد سطح و ترکیب تولیدات و سرمایه‌های به کار گرفته شده، می‌بایستی به دست شرکت‌ها سپرده شود (که شبکه اطلاعات آن‌ها را در جریان امور می‌گذارد)، اما شیوهی شکل‌گیری قیمت‌ها می‌بایستی سوسیالیزه شود. سهولت این روند، به وضوح به کیفیت اطلاعاتی بستگی دارد که به کمیسیون قیمت‌گذاری انتقال داده می‌شود. می‌توان تصور کرد در جایی گروه کوچکی از شرکت‌ها، که بر یک صنعت تسلط دارند، برای انتقال اطلاعات کاذب پیرامون هزینه‌ها به کمیسیون قیمت، با یک دیگر تبانی کنند. این کار می‌تواند بیش از آنچه کمیسیون قیمت پیش‌بینی کرده مازاد برای‌شان داشته باشد.

اقدامات گوناگونی وجود دارد که می‌توان به کمک آن‌ها با امکان اطلاعات کاذب دادن، مقابله کرد: یک هیئت بازسازی با بنیه مالی قوی که قدرت داشته باشد، گزارشات شرکت را بگیرد، سیستم‌های مدیریت اطلاعات که کامپیوتری شده باشد، باید "آزادانه در دسترس" باشد، اقدامات گوناگون به منظور این که نگهداری دو دفتر محاسبه (یا نوار کامپیوتر، دیسک‌های بزرگ و غیره) برای یک شرکت را بسیار پیچیده و پُر خرج کند و اقداماتی که ورود اعضاء جدید را آسان می‌نماید، و امکانات تبانی را تقلیل می‌دهد (از قبیل تسهیلات رقابتی برای قراردادهای اجرایی مدت‌دار). از این رو کمیسیون قیمت به منابع عظیمی نیاز دارد. اما این کار را می‌توان از طریق باز توزیع منابعی عملی ساخت که در اقتصاد سرمایه‌داری نهادهای مالی در بازار سرمایه آن‌ها را جذب می‌کنند. مهارت‌های یک تحلیل‌گر سرمایه‌گذاری که برای یک بانک تجاری کار می‌کند، درست همان چیزی است که کمیسیون قیمت‌گذاری نیاز دارد.

شبکه‌های موجود بین خریداران و فروشندگان کالاهای تولیدی دو وظیفه ویژه و مهم به عهده دارند: به حداقل رساندن نوسانات میزان سودآوری به علت تراکم سرمایه‌گذاری‌ها که برای بسیاری از صنایع کالاهای تولیدگر قابل ملاحظه است، و

گسترش و اشاعه نوآوری‌های فنی. در اقتصاد سرمایه‌داری همکاری وسیعی بین خریدار و فروشنده در خصوص طرح و خصوصیات ویژه کالاهای مولد و شاخص مربوط به سرمایه‌گذاری‌های مورد نیاز در آینده، وجود دارد. در پاسخ به تکنولوژی جدید، خودکار و مبتنی بر الکترونیک، به نظر می‌رسد شبکه‌های داخلی در اقتصاد سرمایه‌داری از همه آن‌ها استفاده می‌کنند، و نه تنها قراردادهای درازمدت برای تولیدات ویژه در اختیار دارد، بلکه طرح و برنامه‌ریزی را نیز در خود وارد کرده‌اند. برخی از پژوهش‌گران این وضعیت را چندپارگی سیستم توصیف کرده‌اند، به طوری که واحد تولیدی از مجموعه شرکت‌های دارای حق برابر تشکیل شده که در عین حال از یک دیگر جدا هستند و از هم‌آهنگی همه جانبه رشد تولید و برنامه‌های تولیدی برخوردارند و از تکنولوژی برنامه‌ریزی کامپیوتر در مقیاس کوچک آن استفاده می‌کنند (64). اما این وضعیت را حقوق شرکت‌های خصوصی محدود می‌کند، زیرا این شرکت‌ها می‌توانند اطلاعاتی را مخفی نگهدارند که برای‌شان امتیاز رقابتی در بر دارد. در سناریوی اقتصاد سوسیالیستی که در این‌جا توضیح داده می‌شود چنین حقی وجود نخواهد داشت. شرکت‌های عمومی در رابطه با نوآوری‌های فنی و برنامه‌های تولیدی خود از اطلاعات به عنوان شرطی جهت بهره‌برداری از دارائی عمومی باید استفاده کنند. تعاونی‌ها و شرکت‌های خانگی باید به عنوان شرطی جهت پذیرفته شدن به بازارها و شبکه‌هایی که عموم به وجود آمده‌اند، دیگران را در اطلاعات خود مشارکت دهند. به منظور ایجاد مشوقی مادی جهت نوآوری، می‌توان برای واگذاری مشخصات نوآوری‌ها به بانک تکنولوژی، به طوری که همه اعضای شبکه به آن دسترسی داشته باشند، پاداشی پرداخت. و همه اعضای شرکت‌ها می‌توانند جهت به عهده گرفتن تحقیقات و داده‌ها درخواست کمک کنند. اما رقابت از طریق مخفی کردن اطلاعات تا حد ممکن تقلیل داده می‌شود. (در این رابطه اقتصاد سوسیالیستی‌ای که ترسیم

کرده‌ام بسیار به مدل رقابتی نئو کلاسیک‌ها که فرض را بر این می‌گذارد که همه تکنولوژی‌ها برای همه شناخته شده است، نزدیک‌تر است تا به اقتصاد سرمایه‌داری یا اقتصاد بازار سوسیالیستی).

بازار کالاهای مصرفی

بسیاری از شیوه‌هایی که در بالا مورد بحث قرار گرفت، شیوه‌هایی است که می‌توان در مورد کالاهای مصرفی نیز به کار گرفت. در این‌جا روی آن‌چه متفاوت است مکتب می‌کنم: حقیقت این است که در این بازار خانواده‌ها خریدار هستند: از سویی خانواده‌ها به منابع وسیع و دانش تخصصی که شرکت‌ها دارند دسترسی ندارند، و از دیگر سو اگر خانواده‌ها سیاست محدود و قطره چکانی بررسی مجزای هر قلم خرید به منظور رسیدن به بهترین معامله را دنبال کنند و در شرایط تولید و مصرف وابستگی متقابل را نادیده بگیرند، عمل آن‌ها پی در پی به شکست خودشان منجر خواهد شد. (65)

یک بازار سوسیالیزه شده دانش بیش‌تری در دسترس خانواده‌ها می‌گذارد و آن‌ها را از وابستگی متقابل بین فعالیت‌های‌شان به مثابه‌ی تولیدکننده و مصرف‌کننده بیش‌تر آگاه خواهد ساخت.

اطلاعاتی که کمیسیون ارزش‌گذاری تهیه می‌کند، این کمک را به خانواده‌ها ارائه می‌دهد که قیمت یک کالا در مغازه‌ها چگونه شکل گرفته است. هر فعالیتی در ایجاد قیمت کل چه مقدار خرج برداشته، قیمت افزوده‌ی فروش و مخارج در هر مرحله در زنجیره تولید چگونه تقسیم شده است، و چه مقدار مالیات یا کمک دولتی در به وجود آمدن قیمت دخالت داشته است. وقتی قیمتی بالا می‌رود، باید امکان آن باشد که به خانواده‌ها نشان داده شود که به چه علت این طور شده، مثلاً چه مخارجی افزوده شده، و قیمت افزوده فروش به منظور ایجاد مشوق برای گسترش تولید چگونه بالا

رفته است. عکس‌العمل خانواده‌ها در برابر افزایش قیمت، چه در کارکرد اقتصاد سرمایه‌داری و چه در اقتصاد سوسیالیسم واقعا موجود عاملی بسیار حساس بود. در هیچ یک از این دو اقتصاد، خانواده‌ها اطلاعات کافی برای بررسی قیمت‌ها و تصمیم به این که چنین قیمتی عادلانه است یا نه، یا تشخیص بین تغییرات قیمت‌های نسبی لازم جهت تنظیم اقتصاد و افزایش سطح عمومی قیمت‌ها در اختیار نداشته‌اند. در حقیقت، تثبیت قیمت بدان معنی بوده است که تعادل در قیمت‌های نسبی، تنها به عنوان بخشی از افزایش سطح عمومی قیمت‌ها قابل حصول است. اگر قیمت‌ها مخارج جاری و نیازهای سرمایه‌گذاری آینده را در بر نگیرد، هیچ سیستم قیمت‌گذاری نمی‌تواند سیستم معقول اختصاص منابع را به دنبال داشته باشد. اما از آن‌جا که شکل‌گیری قیمت‌ها نامشخص است، تعجب‌آور نیست اگر خانواده‌ها، وقتی مقامات اعلام می‌کنند که بالا بردن قیمت ضروری است، (خواه شرکت‌های سرمایه‌داری خواه برنامه‌ریزان سوسیالیست) به آن‌ها اعتماد داشته باشند. آنچه ضروری است اطلاعات مفصل درباره همه کالاها و خدمات نیست، چنین اطلاعاتی را می‌توان برای اقلام ضروری ای که حجم بزرگی از مخارج خانواده را در بر می‌گیرد، تدارک دید.

شبکه‌های قراردادهای مشترک هم اکنون در اقتصاد سرمایه‌داری بین فروشندگان عمده‌ی کالا و تهیه‌کنندگان آن‌ها همانند مورد کالاهای مولد وجود دارد. در واقع فروشندگان بزرگی چون مارکس و اسپنسر، بادی شاپ و بنتون مثال‌های بسیار خوبی از سیستم چندپاره اند، اما خانواده‌ها در چنین سیستمی ادغام نمی‌شوند: آن‌چه آن‌ها در اختیار دارند همان "دست دادن نامربی" یا "همکاری اجتماعی عینی" است که هر دو نامشخص و مبهم اند و چیزی فراتر از خرید مکرر از منبع مشابه نیست که قیمت‌های "ثابت" آن را تضمین کرده است. برای جبران موقعیت نسبتا ضعیف خانواده‌ها پیشنهاد می‌کنم اتحادیه مصرف‌کنندگان به وجود آید تا هم‌چون شبکه هم‌آهنگ

کننده بین خانواده‌ها و شرکت‌ها عمل کنند، شرکت‌هایی که کالاها و خدمات مصرفی عمده و خُرده فروشی را تولید می‌کنند. این اتحادیه درباره کیفیت کالاها و خدمات مصرفی به همان شیوه‌ای اطلاعات تهیه می‌کنند که انجمن‌های مصرف‌کننده در پاره-ای از اقتصادهای صنعتی سرمایه‌داری. آن‌ها درباره کیفیت کالاها و خدمات اطلاعات تدارک می‌بینند، اما فعالیت اتحادیه‌های مصرف‌کنندگان باید از این فراتر رود. این اتحادیه هم‌چنین درباره شرایط تولید کالا و خدمات و تاثیرات آن‌ها بر محیط زیست اطلاعات فراهم می‌کند. خانواده‌هایی که می‌خواهند از خرید کالاهائی که تحت شرایط معینی تولید شده‌اند خودداری کنند و طرفدار خرید کالا تحت شرایطی دیگر اند، می‌بایستی اطلاعات لازم را در اختیار داشته باشند. می‌توان بر کالاهائی تاکید کرد که تحت "بهترین" شرایط "کاری" (از نقطه نظر محیط زیست یا فرصت برابر یا شرایط کاری انسانی) تولید می‌شوند. اتحادیه‌ی مصرف‌کنندگان به خانواده‌ها تعلیم می‌دهد که دیدی وسیع‌تری نسبت به تاثیرات خریدهای خود داشته باشند، و نه این‌که صرفا در پی ارزان‌ترین راه برای برآوردن نیازهای بلاواسطه و ملموس خود باشند. این اتحادیه به خانواده‌ها به درک این قضیه کمک می‌کند که آنچه در کوتاه‌مدت و از نقطه نظر فردی "بهترین خرید" به نظر می‌رسد، می‌تواند در دراز مدت همه نوع اثرات مخرب را به دنبال داشته باشد. بدین ترتیب بسیاری از مسائل "سوسیالیست‌های طرفدار محیط زیست" می‌تواند، مورد توجه اتحادیه مصرف‌کنندگان نیز باشد.

فعالیت اتحادیه‌ی مصرف‌کنندگان از این نقش تعلیم دهنده فراتر می‌رود؛ زیرا آن‌ها به منظور سهولت در خرید و کمک به خانواده‌ها به هدف اقدام جهت ارائه طرح و مشخصات کالاها، خدماتی را تدارک می‌بینند. اتحادیه در هر محل شاخه‌هایی را دایر می‌کند و اطلاعات دست اول مربوط به موجود بودن کالاها و خدمات را نگهداری می‌-

کند که می‌توان از طریق دستگاه‌های تلویزیون که به سیستم‌هایی چون پرستل مجهز اند تقویت و پخش کرد.

استفاده از تکنولوژی الکترونیکی مربوط به محل معاملات خُرد، جمع‌آوری داده‌های مربوط به ذخائر کالا را ساده می‌کند و سرعت می‌بخشد. اگر خانواده‌ای بخواهد بدانند در کدام محل می‌تواند یک شلوار پارچه پنبه‌ای سورمه‌ای رنگ، برای یک پسر نه ساله بخرد، اتحادیه مصرف‌کنندگان می‌تواند اطلاعات مربوط به آن را در اختیارش بگذارد، تا از سئوالات بی‌ثمر از مغازه‌های متعدد جلوگیری شود. اتحادیه مصرف‌کنندگان هم-چنین به خانواده‌ها کمک می‌کند که خود سفارش محصولات را ارائه بدهند تا این‌که صرفاً به ابتکارات فراهم‌کنندگان کالا پاسخ گویند. آن‌ها می‌بایستی در میان کارمندان خود نه تنها متخصصان حقوق مصرف‌کنندگان و حمایت از آن‌ها، بلکه طراحان و مهندسانی داشته باشند که نیازهای برآورده نشده را تشخیص دهند، و طوری با تهیه-کنندگان کار کنند که رفع چنین نیازهایی تضمین گردد. تهیه‌کنندگان کالا البته تلاش می‌کنند تا فرصت‌های کشف نشده فروش را تشخیص دهند ولی این با کار متخصصان اتحادیه مصرف‌کنندگان یکی نیست؛ چرا که تهیه‌کنندگان کالا، انگیزه‌ای درونی برای جهت دادن به شکل‌گیری نیازها به شیوه‌هایی دارند که بیش‌ترین درآمد را برای‌شان در برداشته باشد. اگر خانواده‌ها از گستره‌ی امکانات فنی بی‌اطلاع باشند، برای‌شان تهیه بهترین شیوه‌ی رفع نیازهای‌شان مشکل است. مشخص نمودن نیازها غالباً به طور مجرد مشکل است و بسیار ساده‌تر خواهد بود اگر فرد با گستره امکانات معینی سر و کار داشته باشد. البته کشمکش بالقوه بین اقتصادهای دارای مقیاس و کمیت، و محصولات سفارشی به منظور رفع نیازهای ویژه وجود دارد. اما این کشمکش از طریق بسط تخصصی شدن منقطع و استفاده از تجهیزاتی کاهش می‌یابد که

گنجایش آن را دارد تا از تولید یک نوع محصول به مجموع نوع دیگر، بدون نیاز به تعطیل فعالیت عادی کارخانه جهت تکمیل و تغییر ابزار و آلات، سمت و سو پیدا کند. همه شرکت‌هایی که می‌خواهند کالا و خدمات تهیه کنند یا به خانواده‌ها بفروشند، ضروری است در اتحادیه‌ی مصرف‌کنندگان ثبت نام نمایند و اطلاعات مربوط به محصولات خود و روش تولید و سطوح موجودی کالاها را علنی کنند- اطلاعاتی که در هر صورت برای اهداف خود لازم دارند. بخش اعظم منابعی که در اقتصاد سرمایه‌داری برای تحقیقات مربوط به بازار و تبلیغ مصرف می‌شود را می‌توان دوباره به اتحادیه مصرف‌کنندگانی واگذار کرد که از اقتصادی‌های دارای مقیاس و کمیت استفاده می-کنند و مخارج داد و ستد را تقلیل می‌دهند. ضروری است که اتحادیه مصرف‌کنندگان از طریق مالیات تامین شود، تا بتواند به طور مستقل مشورت کند تا مجبور نباشد از تکنیک "فشار بر مصرف‌کننده" به خاطر خود استفاده کند. (66)

در این اقتصاد رقابت وجود خواهد داشت، اما رقابتی محدود، و محدودیت آن از آن-چه در هر اقتصاد سرمایه‌داری وجود دارد فراتر می‌رود. طبعاً قوانین مربوط به سلامتی، ایمنی و حفظ محیط‌زیست وجود خواهد داشت و همین‌طور نیز قوانینی مربوط به حمایت از حقوق کارمند یا مصرف‌کننده. اما علاوه بر آن‌ها، برای دسترسی مستقل خانواده‌ها به وسائل زندگی و نبودن مالکیت خصوصی در مورد دانش نیز محدودیت-هایی وجود خواهد داشت. این محدودیت اخیر، نوآوری را از بین نخواهد برد، زیرا برای چنین کاری از طرف بانک تکنولوژی پول در اختیار گذاشته می‌شود. بهره و سود اضافی تنها انگیزه نوآوری نیست: فراغت بیشتر، کار طاقت‌فرسای کمتر، حیثیت اجتماعی، لذت صرف ایجاد دانش جدید و حل مسائل همگی انگیزه‌های قوی هستند. علاوه بر این مدیران شرکت‌های عمومی مایل اند راجع به رکورد نوآوری تیم‌های

کارگرانی که تعیین می‌کنند چه کسی می‌تواند قرارداد اداره شرکت جدید را داشته باشد و بازسازی شرکت چگونه باید صورت گیرد، اطلاع حاصل کنند.

هم‌آهنگی و نظارت آگاهانه

اکنون بگذارید شیوه‌ای را خلاصه کنم که تحقق هم‌آهنگی اقتصادی سوسیالیستی را از طریق آن تصویر کردم. در درجه نخست، هدف هم‌آهنگی، توازی از پیش به وجود آمده، که در آن عرضه و تقاضا قبل از تولید با یکدیگر برابر می‌شوند، نیست. چنین هدفی غیر ممکن است. مساله هم‌آهنگی بازار خصوصی در این نیست که نمی‌تواند به چنین هدفی برسد، بلکه در اینست که نمی‌تواند به توازن در جهت درست آن دست یابد. دلایل مختلفی وجود دارد که چرا شرکت‌های خودکفا ضرورتاً قیمت کالاهائی که بیش از حد لازم ذخیره کرده‌اند را تقلیل نمی‌دهند و لی قیمت کالاهائی را افزایش می‌دهند که بیش از حد تقاضا شده است. کالکی ریشه پیچیده بودن قیمت‌ها را در بازاری می‌داند که در آن معدودی فروشنده در برابر توده خریدار تباری کرده‌اند. اقتصاد دانان طرفدار کینز و نهادگرایان پیش‌تر نیز علل دیگری را جستجو کرده‌اند که به مخارج اطلاعات و داد و ستد در یک اقتصاد بازار دارای شرکت‌های خودکفا پیوند دارد. ناتوانی مکانیسم بازار در نرسیدن به توازن در سطح کوچک، بنیاد مسائل مربوط به بیکاری و تورم در سطح اقتصاد کلان را تشکیل می‌دهد؛ یعنی مسائلی که برای سوسیالیست‌ها اساسی است. مسائل مربوط به توازن در سطح کوچک و بزرگ را نمی‌توان به طور مجزا حل کرد. بنابراین هدف عبارت از روند هم‌آهنگی است که کمک به اجتناب از بیکاری و تورم کند و در عین حال زمینه افزایش بارآوری و رفع نیاز مردم را نیز فراهم سازد.

برنامه‌ریزی اقتصادی همه‌جانبه، نقشی حیاتی در تنظیم پارامترهائی دارد که شرکت‌های منفرد طبق آن‌ها عمل می‌کنند، و روابط دوجانبه اصلی را پیش بینی می‌نماید. اما این کار شکل یک استراتژی هدایت‌کننده و تصویری از آینده را به خود خواهد گرفت و نه شیوه‌ی کاری برای اختصاص سرمایه جهت تولید. برنامه‌ریزان در دفتر مرکزی برنامه‌ریزی، از شبکه اطلاعات خریداران و فروشندگان منابع کلیدی جهت تنظیم سناریوهای متفاوت استفاده خواهند کرد و از این سناریوها در یک روند سیاسی دموکراتیک یکی انتخاب خواهد شد. سیاست پولی و مالی در اجرای این برنامه سهم به سزائی ایفا خواهد کرد، و همین‌طور هم مناسبات دو جانبه، حسن نیت و تشویق همان‌گونه که در هم‌آهنگی اقتصادی ژاپن پیش آمده است.

شرکت ملزم به رهنمودهای اداری وزارتخانه‌ها نخواهند بود، اما- در صورتی‌که تعاونی نباشند و خود کارمندان خود را استخدام نکنند- می‌توانند به ثروت عمومی تبدیل شوند و تابع مقررات آن گردند. استخدام‌شدگان شرکت‌های بخش عمومی حق استفاده از دارایی‌ها را دارند ولی حق مالکیت آن را ندارند و چنین شرکت‌هائی می‌بایستی خودکفا باشند. استخدام مجدد نیروی کار در شرکت‌ها از سوی مدیران سازماندهی می‌شود. شرکت‌ها آزاد اند که تهیه‌کنندگان و مصرف‌کنندگان خود را انتخاب کنند، اما رابطه‌ی درونی آن‌ها با یکدیگر و با خانواده‌ها از طریق کمیسیون قیمت و دستمزد و شبکه‌ی هم‌آهنگ‌کنندگان، از جمله اتحادیه‌ی مصرف‌کنندگان میانجی‌گری می‌شود. شرکت‌ها تماس برقرار می‌کنند و از طریق کانال‌های عمومی که با مالیات تامین می‌شود با مشتریان و ذخیره‌کنندگان کالا تماس خود را حفظ می‌کنند، این‌ها کانال‌های اطلاعاتی علنی اند. شکل‌گیری دستمزد و قیمت به طور علنی صورت می‌گیرد و طرح تولیدات و روندهای تولیدی نیز علنی خواهد بود. موانع انتقال اطلاعات که بازارهای تحت اداره مالکیت خصوصی موجد آن اند، از بین خواهد رفت.

این سیستم استوار بر هم‌آهنگی به رده‌بندی هم‌زمان اطلاعات در مقیاس بسیار وسیع، یعنی از نوعی که برنامه‌ریزی موثر، ضروری و مرکزی (که حتی گفته می‌شود با پیشرفته‌ترین تکنولوژی کامپیوتر قابل تحقق نیست) نیاز ندارد، بلکه نیاز به این امر دارد که در فواصل حساب شده و در مجموعه‌های مجزا، اطلاعاتی را جمع‌آوری و رده‌بندی نماید که در شرکت‌ها برای استفاده خود تدارک دیده‌اند، از قبیل مخارج واحد تولیدی، سطح فهرست کامل قیمت‌ها، و مختصات و روند تولید. مانع تحقق آن را نباید در امر فنی جستجو کرد: سطح تکنولوژی برنامه‌ریزی کامپیوتری جاری در مقیاس خرد مطمئناً می‌تواند این نوع رده‌بندی اطلاعات را به سرعت انجام دهد. اقتصادهای ضعیف می‌توانند از فنون الکترومکانیک (حتی از چرتکه) استفاده کنند و در وسعت و تعمیق سوسیالیزه کردن بازارها دقیق‌تر و گزینشی‌تر عمل کنند. سیستم اطلاعات عمومی اضافی نخواهد بود بلکه جایگزین بشمار فعالیت‌های جزء جزء شرکت‌های خصوصی خواهد شد و از علم اقتصاد در مقیاس و کمیت در سطحی وسیع استفاده خواهند کرد. در این‌جا نیز مانع، یک امر فنی نیست، بلکه اجتماعی و سیاسی است. آن‌هایی که دارای موقعیت قوی هستند در مقابل علنی کردن اطلاعات مقاومت خواهند کرد. نسخه‌ی بی نقص و عیبی برای اعمال علنیت وجود ندارد، اما در اقتصادی که امکان به دست گرفتن ابتکار بسیار پراکنده است و بازار سرمایه برای شرکت‌های خرید و فروش وجود ندارد، احتمال به رسمیت شناختن مزایای استفاده مشترک از اطلاعات بیش‌تر است.

دسترسی علنی به اطلاعات کلید نظارت آگاهانه بر اقتصاد است. گرایشی در میان مارکسیست‌ها (که با خود مارکس شروع) وجود دارد که نظارت آگاهانه را گردآوری همه اطلاعات مربوط و مناسب در یک محل تصمیم‌گیری و نیز تصمیم‌گیری بر مبنای علم کامل به کلیه روابط درونی و شاخه را تفسیر کنند. این هدفی غیر ممکن و

نامطلوب است. نظارت آگاهانه بهتر است به معنای دسترسی علنی به همه اطلاعات موجود مربوط به تولید و قیمت آن تفسیر شود، به طوری که هر تصمیم‌گیرنده به همان اطلاعاتی دسترسی داشته باشد که دیگران دارند.

این امر به مساله چگونگی حرکت ما از این‌جا که هم اکنون هستیم به سمت نوع اقتصاد سوسیالیستی که من ترسیم کردم، اشاره دارد. به نظر می‌رسد در علم اقتصاد سرمایه‌داری مساله مهم عبارت است از حمله به امتیازاتی که سرمایه در رابطه با اطلاعات دارد و آغاز به گسترش شبکه‌ای که از پیش تجسم‌کننده‌ی شبکه‌هایی است که اقتصاد سوسیالیستی به آن نیاز دارد (۶۷). فوج کاملی از مسائل از مقرات بازار، فعالیت‌های محدودکننده و کارتل‌ها، مسائل مربوط به محیط زیست، حمایت از مصرف‌کننده، دموکراسی صنعتی، استراتژی‌های صنعتی ملی تا دولت دموکراتیک، همه را می‌توان حول دسترسی علنی به اطلاعات بسیج کرد. در این چارچوب ضروری است اولویت‌ها از نقطه نظر کسانی که کمترین دسترسی و کنترل بر اطلاعات دارند و نیز کسانی که کمترین دانش و مهارت را دارند و عموماً از فقیرترین افراد به شمار می‌روند تعیین شود. امتیاز این کار در این است که اعتبار اخلاقی بالائی کسب خواهد نمود و برای بخش وسیعی از سوسیالیست‌ها و غیرسوسیالیست‌ها جذابیت خواهد داشت. در عین این که بر عمق توانائی سرمایه در استثمار نیروی کار اثر خواهد گذاشت.

به نظر می‌رسد در علم اقتصاد سوسیالیستی واقعا موجود مساله مهم حمله به امتیازاتی است که بوروکرات‌ها و مدیریت شرکت‌ها در رابطه با اطلاعات دارند. گلاسنوست (علنیت) مطمئناً گامی است در مسیر درست: اما ضروری است که از آنچه هست بسیار فراتر رفت. سوسیالیسم بازار به خودی خود قدرت مدیریت شرکت‌ها را به

خرج کارگران عادی تقویت و توسعه خواهد بخشید. اقدامات برای ایجاد بازار می بایستی با اقداماتی جهت سوسیالیزه کردن آن‌ها تکمیل شود.

یادداشت‌ها:

- 1- در مورد تحلیل‌های مربوط به پیش نویس قبلی مایلم از شرکت‌کنندگان در سمینار دانشگاه منچستر و از مجله نیو لفت ریویو به خصوص از پیشنهادات دقیق اندروس گلین، بن فاین، جفت هوجسن و ایان استدمن تشکر کنم.
- 2- ارنست مندل: مقاله "در دفاع از برنامه ریزی سوسیالیستی" از مجله نیو لفت ریویو، شماره 159 سپتامبر و اکتبر سال 1986 و مقاله‌ی "اسطوره سوسیالیسم بازار" از همان مجله شماره 169 ماه مه و ژوئن سال 1988، همین‌طور به نوشته پات دوین تحت عنوان "علاقه دیوانه‌وار چپ به بازار" در مجله مارکسیسم امروز ماه ژوئن 1988 و کتاب دموکراسی و برنامه‌ریزی اقتصادی چاپ آکسفورد سال 1988 مراجعه کنید.
- 3- از سرمایه جلد اول اثر مارکس در نیو لفت ریویو چاپ پنگون، هارموند سورت سال 1976 صفحه 165.
- 4- همان کتاب صفحات 9 و 178.
- 5- در میان استثنائات نوشته شورای بزرگتر لندن تحت عنوان "برنامه کارگری لندن" سال 1988 است.
- 6- اثر نوو تحت عنوان "اقتصاد سوسیالیسم قابل تحقق" سال 1983. در صورتی که نام جدیدی داده نشود همه ارجاعات به این کتاب است. اما به نوشته نووه تحت عنوان "بازارها و سوسیالیسم" که در شماره 161 نیولفت ریویو آمده در ژانویه سال 1987 منتشر شده نیز مراجعه کنید.
- 7- چنین مسائلی در مرکز علائق سوسیالیسم شهری اخیر در بریتانیا بوده است. به نوشته مکینتاش و واین رایت در کتاب "آزمایش قدرت" مقاله "سیاست اقتصاد محلی" چاپ لندن سال 1987 مراجعه کنید.
- 8- نوشته‌های جدید دیگر نیز که به سازماندهی یک اقتصاد سوسیالیستی مربوط اند درباره مزایا و انطباق ناپذیری بازار به نتایج مشابهی رسیده‌اند. مثلا "جف هوجسن که پیش از نووه به مسائل شرکت کارگران در سازماندهی تولید و دموکراتیزه کردن برنامه‌ریزی توجه دارد، نیز تاکید می‌کند که "غیر متمرکز نمودن کنترل بر صنعت خواه ناخواه به معنی ایجاد مکانیسم بازار است: شق واقع بینانه دیگری پیدا نشده است." کتاب: "اقتصاد دموکراتیک" (ص 174 سال 1984).
- 9- حاکمیت مصرف کننده در یک اقتصاد برنامه‌ریزی شده نوشته جان روبینسون در کتاب "علم اقتصاد سوسیالیستی" نوشته الف نووه و دنوتی هارمونسورت سال 1972.

- 10- در یوگسلاوی که نقش بازار بیش از دیگر کشورهای "سوسیالیسم موجود" بوده است، مدارک دال بر تمرکز و انباشت دیده می‌شود. در سال 1970 صد و سی شرکت صنعتی که بزرگ‌ترین شرکت‌های تولیدی و معدنی بودند 45 درصد کل فروش و 7/33 درصد کل شاغلان به کار را به خود اختصاص داده بودند. در سال 1977 این نسبت به 1/70 درصد و 3/48 درصد رسید. از سال 1965 تا سال 1967 دوازده درصد تمامی شرکت‌های صنعتی با هم متحد شدند و فعالیت چنین شرکت‌هایی در دهه هفتاد نیز ادامه یافت. (از کتاب: "مقایسه نظام‌های اقتصادی" نوشته‌ی الف زیمبالیست و اج. جی. شرمین. چاپ اورلاندو سال 1984 ص 429). گرچه نووه کاستی‌های تجربه یوگسلاوی را مورد بحث قرار میدهد، به تجربه فوق اشاره‌ای نمی‌کنند.
- 11- به نوشته‌ی پی. اوئرباخ، ام. دسای و الف. شمس‌آوری تحت عنوان "دیالکتیک بازار و نقشه‌ریزی" در مجله نیو لفت ریویو صفحه 170 چاپ سال 1989 مراجعه کنید.
- 12- این امر را اخیراً "جی. هوجسن در کتاب: "اقتصاد و نهادها" چاپ اکسفورد سال 1986 مورد بررسی قرار داده است.
- 13- در میان معدود استثناها می‌بایستی از نوشته‌ی اس. ماس تحت عنوان: "یک تئوری اقتصادی مربوط به استراتژی تجارت" و "مقاله‌ای مربوط به پویایی در محدوده‌ی توازن" چاپ لندن 1981 و نوشته‌ی دی. هلم تحت عنوان "نرخ‌گذاری و مخارج مبادله" و نوشته‌ی بارانچینی و ار. اسکاریزی تحت عنوان "پایه‌های اقتصاد" چاپ اکسفورد سال 1986 نام برد.
- 14- مطالعه یک شرکت نساجی در یوگسلاوی که در رابطه با اصلاحات سال 1965 به وجود آمده بود نشان داد که بخش بازار سیاسی آن از تعداد دوازده نفر به سی و نه نفر در عرض یکسال رسیده بود. نیاز پاسخ سریع‌تر به بازار بی ثبات و تلاش برای تاثیرگذاری به شرایط آن، علی‌رغم تدارکات رسمی برای شرکت کارگران در امور، به تمرکز هر چه بیشتر تصمیم‌گیری در دست مدیریت واسط و دلالی منجر شد که بسیار گسترش پیدا کرد. زیمبالیست و شرمین، ص 439.
- 15- مقاله ار. موتری تحت عنوان: "مالکیت، کنترل و بازار" در مجله نیو لفت ریویو شماره 164 جولای و اگوست می‌نویسد که تنها در لندن سیصد و هفتاد و پنج نفر در بخش‌های گوناگون برنامه‌ریزی "شرکت‌های تجاری خصوصی" مشغول به کارند، این عده شامل اقتصاددانان، حسابداران، تحلیل‌گر سرمایه‌گذاری، طرح و برنامه‌ریزان مشترک می‌شود، بدون این که کارمندان جانبی هم‌چون منشی و متخصصان کامپیوتر در نظر گرفته شود.
- 16- نوشته "هابک تحت عنوان: "اقتصاد و دانش" از مجله اکونومیکا سری جدید شماره 4 سال 1937.
- 17- برای بحث بیش‌تر پیرامون این نکته به نوشته هوجسن تحت عنوان "علم اقتصاد و نهادها" ص 185 مراجعه کنید.
- 18- به هر حال همان‌گونه که سن اشاره می‌کند بازارها، بر اساس نوعی وحدت منافع عمل می‌کنند، مکانیسم بازار در رابطه با حل کشمکش‌های بین خریدار و فروشنده در مورد توزیع منافع تجارت بی اثر است از نوشته‌ی ای. کی. سن تحت عنوان "منابع، ارزش‌ها و توسعه" آکسفورد سال 1984 ص 93 و 94.
- 19- هایک هم‌چنین بر منافع پویای مکانیسم بازار تاکید می‌کند و تئوری مطلوبیت پارتو را به عنوان چارچوب ارزش‌گذاری رد می‌کند.
- 20- مارکس: کلیات آثار ص 164.
- 21- مراجعه کنید به ای. کی. سن مقدمه و فصل 4.
- 22- مارکس: کلیات آثار ص 165.
- 23- این نوع وابستگی متقابل را بیرونی بودن "پولی" یا "دینامیک" می‌نامند. به نوشته ت. سیتووسکی تحت عنوان "دو برداشت از علم اقتصاد بیرونی" مندرج در "مجله اقتصاد سیاسی" چاپ سال 1954 مراجعه کنید.
- 24- برای بحث مفصل‌تر در این‌مورد به کتاب اف. هیرش تحت عنوان "محدودیت اجتماعی رشد" چاپ لندن سال 1977 مخصوصاً "فصل دهم مراجعه نمایید.
- 25- نوشته مارکس تحت عنوان "گروندریسه" پنگون، هارموند زورث سال 1973 صفحه 161.
- 26- در حوزه بازار رقابتی، اعتماد و همکاری درازمدت، هر چند تا حدودی وجود دارد ولی توسط عوامل متفاوت و ناپایدار به تدریج تضعیف می‌شود. در بازار جمعیتی متغیر و ناپایدار وجود دارد و هر فرد اهداف خود را عمدتاً بر طبق حساب سر راست سود و زیانش دنبال می‌کند.
- 27- پیرامون بحثی انتقادی بر مفهوم انطباق به نوشته گ. دومینل و دی. لوی تحت عنوان "کلاسیک‌ها و نئو کلاسیک: جوابیه به فرانک هان مندرج در مجله "کمبریج در رابطه با اقتصاد". جلد نهم شماره 4 سال 1985 مراجعه کنید.
- 28- برای مقایسه بین نوکلاسیک‌ها و برخورد مکتب اطریش به نوشته د. لووی تحت عنوان: "رقابت و برنامه‌ریزی مرکزی" کمبریج سال 1985 مراجعه کنید.

- 29- مثلا به نوشته ای. اوکون تحت عنوان "خانه تکانی: چشم‌اندازهای جدید مربوط به خانواده و توسعه اقتصادی" از "مجله توسعه اقتصادی" جلد بیست و دوم سال 1986.
- 31- تشخیص دقیق بین وابستگی همه جانبه و یکجانبه توسط مارکس در کتاب "ایدئولوژی آلمانی" لندن سال 1974، صفحه 55 داده شده است.
- 32- تفاوت بین وابستگی یک سویه و وابستگی همه‌جانبه توسط مارکس به طرز مفیدی در کتاب "ایدئولوژی آلمانی توضیح داده شده است.
- 33- وقتی قیمت گوشت خوک بالاست، کشاورزان خوک بیش‌تری پرورش می‌دهند، وقتی همه خوک‌ها بزرگ شدند و قابل فروش در بازار، قیمت گوشت آن‌ها پائین می‌آید در نتیجه نسبت پرورش خوک تقلیل پیدا می‌کند، این امر به نوبه خود قیمت گوشت خوک را بالا می‌برد و قضیه به همین ترتیب پیش می‌رود.
- "نوه" این مساله را قبول دارد و پیشنهاد می‌کند که پاره‌ای از تولیدات اصلی کشاورزی می‌بایستی در لیست قیمت‌هایی قرار گیرند که می‌بایستی کنترل شود.
- 34- به مقاله "در بحران مالی بین‌المللی" از کتاب "قرض و خطر" نوشته اچ. لیور و ج. هون، چاپ هرامونس ورت سال 1985 مراجعه کنید.
- 35- به نوشته‌ی "جی، ام. کینیز تحت عنوان "تئوری عمومی اشتغال، سود و پول" چاپ لندن، صفحه 159 سال 1973 مراجعه کنید.
- 36- به نوشته بهادری تحت عنوان "اقتصاد کلان- دینامیسم تولید کالائی" صفحه 91 لندن سال 1986 مراجعه کنید.
- 37- همان کتاب صفحه 91.
- 39- همان کتاب اوکون صفحه 342. ادبیات مربوط به پایه‌های خرد مسائل مربوط به اقتصاد کلان بسیار وسعت می‌گیرد و چگونگی ریشه داشتن مسائلی چون رکود تورم شدید در ماهیت روند بازار را بررسی می‌کند: مثلا به نوشته اس. فیشر تحت عنوان "پیشرفت‌های جدید در اقتصاد کلان" مجله اقتصادی، جلد 98، شماره 391، ژوئن 1988 مراجعه کنید.
- 40- اوکون همان کتاب صفحات 334 و 346.
- 41- به نوشته‌ی ام. دیتربیش تحت عنوان "نیازهای سازماندهی اقتصاد سوسیالیستی پیشنهادات نظری و عملی" از مجله اقتصادی کمبریج، جلد دهم، شماره 4، سال 1986.
- 43- همان نوشته اوکون صفحه 89.
- 43- به نوشته ال. هانا تحت عنوان "رابطه متقابل محکم و کامل" در مجله *Times Literary Supplement*, 28 July 1985 مراجعه کنید.
- 44- مثلا به نوشته آر. دور تحت عنوان "حسن نیت و روح سرمایه‌داری مبتنی بر بازار" مندرج در مجله "جامعه‌شناسی انگلیسی" جلد 33 شماره چهار سال 1983 مراجعه کنید.
- 48- مندل نوشته پیشین صفحه 17.
- 49- مندل نوشته پیشین صفحه 17.
- 50- مندل نوشته پیشین صفحه 28.
- 51- همان‌جا صفحه 21.
- 52- همان‌جا صفحه 23.
- 53- همان‌جا صفحه 20.
- 54- همان‌جا صفحه 35.
- 55- بازاندیشی خود را عمدتا به میشل بارات مدیون می‌دانم.
- 56- برای مثال به مقالات وان دروین و پاریس، اولین رایت و الستر در مجله "تئوری و جامعه" جلد 15 شماره 5 سال 1986 و مقاله دی. پوری تحت عنوان "تئوری دستمزدها" چاپ لندن سال 1988 مراجعه کنید.
- 57- به بحث مقاله "تئوری و جامعه" مذکور در زیر نویس قبلی مراجعه کنید.
- 58- برای اطلاعات بیش‌تر درباره ابتکار در شکل‌های سازماندهی بخش عمومی به نوشته آر. موری که در این مقاله از آن ذکر شده مراجعه کنید.
- 59- ایده شکل‌گیری متقابل قیمت‌ها را می‌توان در مدل اقتصادی سوسیالیستی لانگه یافت، اما پروسه شکل‌گیری قیمت که توسط لانگه ارائه شده با آنچه در این‌جا پیشنهاد شده فرق دارد. به نوشته لانه تحت عنوان "درباره تئوری اقتصادی سوسیالیسم" ذکر شده توسط الف. نووه و د. نولتی در این مقاله مراجعه کنید.
- 60- در مورد نیروی بالقوه شبکه‌های اطلاعات در سازماندهی اقتصاد سوسیالیستی به نوشته میشل بارات بورن تحت عنوان: "شبکه اطلاعات" سال 1988 مراجعه کنید.
- 61- نوشته ای. سایر تحت عنوان: "شبکه اطلاعات" سال 1988 مراجعه کنید.
- 61- نوشته ای. سایر تحت عنوان "توسعه جدید در تولید. سیستم سر موقع" در مجله سرمایه و طبقه به شماره 30 زمستان سال 1986.

62- ام. کالکی "مقالات منتخب پیرامون برنامه‌ریزی اقتصادی اکسفورد سال 1976.

62- این گرایش را می‌توان به طرق گوناگون تئوریزه کرد: "دست دادن نامرئی" اکون .

۶۳ - این گرایش را بشیوه های گوناگون میتوان تئوریزه کرد - "دست دادن نامرئی" اکون و "درجه انحصار" کالکی در نمونه از این امکانات است.

۶۴ - نگاه کنید به مقاله : "تکنولوژی های خودکار مبتنی بر الکترونیک و آغاز سیستمو فزاکچر" اثر ار. کاپلینسکی.

۶۵ - در مورد مثال‌های بسیاری که این نکته را روشن می‌کنند، نگاه کنید به نوشته هیرش که در اینجا نقل شد.

۶۶ - طنز آمیز است که در بریتانیا انجمن مصرف کنندگان که با حق ثبت نام ها تأمین مالی میشود، هم‌اکنون به چنین تکنیک های جهت جذب ثبت نام جدید متوسل می شوند.

کنار فساد، بازار سیاه نا-بارآوری و صف‌های طولانی. ما باید نهادهایی به وجود آوریم که مردم را به تولید در راستای تامین نیازها قادر سازد، که مردم را از راه، ایجاد روش-ها، خلق مجراهای ارتباطی میان تولیدکنندگان متفاوت و میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، هدایت کند. این امر نیاز به پاره‌یی اقدامات پیش‌گیرنده دارد، همان‌طور که سیستم راه و ترابری محتاج قوانینی است که از حرکت مردم در جهت مخالف پیش‌گیری می‌کند. ولی این امر مستلزم قدرتی مرکزی نیست که به مردم بگوید همه باید چه و چگونه تولید کنند.

این اقدامات لازم است تا جلوی کسانی را که از منابع اجتماعی بدون پس دادن حساب استفاده می‌کنند و نیز جلوی مردمی را سد کند که به جای همبستگی شهروندی با دیگران همچون وسیله‌یی برای رفع نیازمندی‌های‌شان رفتار می‌کنند. اشتباه در گذشته این بوده که به این مساله، به صورت کنترل و مالکیت دولتی که حقوق خصوصی را کنار می‌زده نگریسته می‌شده است. به یقین محدودیت‌های شدید در مقابل مالکیت خصوصی ضروری است، ولی این باید با حقوق شهروندی جدیدی تکمیل شود: حق دسترسی به محصولات و خدمات پایه‌یی و حق مشارکت و حساب-رسی در تصمیم‌گیری‌های تولیدی. این حقوق فردی برای آن که به رفتاری موثر مبدل شود نیازمند نهادهای کلکتیو و جمعی است، ولی این نهادها باید به شکلی عمل کنند که برخی ارتباطها با فرد شهروند نیز حفظ گردد. برای رسیدن به این هدف، تعاونی‌های کارگری یکی از وسایل مهم است. هر چند، تعاونی‌ها احتمالا در پاره‌یی اشکال تولیدی مناسب‌تر است و مالکیت شهری و منطقه‌یی و ملی نیز لازم می‌آید. ما همچنین باید توجه بیشتری به این موضوع بکنیم که این واحدهای تولیدی(شهری، منطقه‌ایی و ملی) چگونه با جامعه پیوند می‌خورد. دموکراسی درونی حتما ضروری است، ولی کافی نیست. حقوق مشارکت و حساب‌رسی باید از افراد شاغل در این

فصل دوم

علم اقتصاد سوسیالیسم دموکراتیک

سنت سوسیالیستی همواره به جای تولید برای سود، بر هدایت آگاهانه اجتماعی اقتصاد برای تامین نیازها تاکید داشته است. در شرایطی که به دلیل شکست برنامه-ریزی مرکزی در اروپای شرقی و اتحاد شوروی، هدایت آگاهانه اجتماعی اقتصاد تمام و کمال رد می‌شود، مهم است که بر این هدف تاکید شود. ما باید دوباره، درباره تعریف و معنای این هدف و روش‌هایی که می‌توان به آن دست یافت بیندیشیم. در این جا جهت دامن زدن به بحث، چند پیشنهاد طرح می‌کنیم.(1)

زمانی که درباره هدایت آگاهانه اجتماعی می‌اندیشیم باید به جای کنترل، در این فکر باشیم که مردم را برای این کار توانا سازیم. اقتصاد یک ماشین نیست، مجموعه‌یی است از میلیون‌ها فعالیت فردی و جمعی. برای رسیدن به نتیجه‌یی از قبل تعیین شده، ممکن نیست بتوان همه این‌ها را کنترل کرد. تلاش در این راستا به ایجاد نهادهای اقتصادی و سیاسی غیردموکراتیک و مافوق متمرکز منجر خواهد شد، در

واحدها فراتر رود و حسابرسی اجتماعی گستره‌تری را در بر گیرد. چگونه می‌توان به این امر نائل آمد؟

پاسخ پاره‌یی از سوسیالیست‌ها این است که در صورتی که توزیع درآمد و ثروت نسبتاً مساوات‌گرایانه باشد، بازار بهترین راه رسیدن به این منظور است. نظر من این است که علی‌رغم آن که در سازمان‌دهی اقتصاد سوسیالیستی باید نقش اجتناب‌ناپذیر و مهمی را برای خرید و فروش قایل شد، ولی روابط پولی به خودی خود اطلاعات لازم را درباره نیازهای اجتماعی به دست نمی‌دهد. بیش از این، روابط پولی گرایش به خود-پویشی دارد و مشوق پیش بردن منافع تنگ فردی و گروهی است، به جای آن که توجه به منافع دیگران را بارز کند و راه به سوی تصمیمات حقیقتاً اجتماعی بگشاید. در واقع، پیش بردن منافع فردی و گروهی- همان طور که اکنون بحران رو به رشد محیط زیست نشان می‌دهد- مستقل از این که بقیه چه کار می‌کنند، در نهایت به شکست می‌انجامد (این امر علت ریشه‌یی بیکاری، تورم و بروز سایر نابسامانی‌های اقتصادی نیز هست). اقتصاد سوسیالیستی باید به گونه‌یی سازمان‌دهی شود که مردم را به وابستگی خود یا دیگران آگاه سازد تا در تصمیمات خود با روحیه‌یی هم‌گراتر شرکت کنند. این هدف اتوپیایی از خود-رها- شدن نیست، بلکه هدفی عملی است تا مردم را قادر سازد همبستگی به هم دیگر را- هر چند پوشیده و نادیدنی باشد- هم- چون واقعیتی ببینند و به حساب بیاورند. جنبش‌های اجتماعی نوین- جنبش محیط زیست، جنبش زنان، جنبش صلح- بر این مساله بسیار بیش‌تر از جنبش‌های سنتی سوسیالیستی کار کرده‌اند.

راه‌های گوناگونی را می‌توان تصور کرد برای این که مردم بتوانند بیش‌تر اجتماعی و کم‌تر در تصمیم‌گیرهای خویش کوفته‌فکر و خودخواه باشند. به گفته "پت دوین": همه تصمیم‌های مربوط به سرمایه‌گذاری‌های اساسی توسط واحد سرمایه‌گذار باید با همه

آن‌هایی که تحت تاثیر این سرمایه‌گذاری واقع خواهند شد مذاکره شود- با گروه‌های منتخب محله‌ها، گروه‌های مصرف‌کننده و غیره (2). این امر در مواردی که تاثیرات سرمایه‌گذاری بیش‌تر منطقه‌یی است یا در موارد پروژه‌های بسیار بزرگ مثل نیروهای برق نتایج سودمندتری دارد. راه دیگر کرایه دادن واحدهای تولیدی است. همان طور که "رابین موری" خاطر نشان ساخته: واحدها برای مدت معینی به گردانندگان کرایه داده خواهند شد و تنها در صورتی که برخی اصول اجرایی اجتماعی معین رعایت شده باشد (از جمله بارآوری)، قرارداد کرایه واحد تمدید خواهد شد (3). مالکان اصلی که واحدها را کرایه می‌دهند نوعی تراست‌های سرمایه‌گذاری اجتماعی خواهند بود. ولی این نیز به نوبه‌ی خود باید در مقابل اجتماع حساب پس بدهد؛ راه حل در این جا شاید نمایندگان انتخابی در هیات مدیره تراست باشد. در بسیاری موارد نمایندگی مستقیم منافع استفاده‌کنندگان، که شاید در شکل حضور مدیر عامل کمیته‌های استفاده‌کنندگان یا نماینده مصرف‌کنندگان در هیات مدیره تراست می‌تواند ایده خوبی باشد. راه حل دیگر می‌تواند از طریق التزام همه واحدهای نسبتاً بزرگ‌تر به حضور رهبر محله در هیات مدیره باشد، به شکل امتداد دموکراتیک نقش جاری مدیر غیراجرایی.

پرواضح است که حسابرسی اجتماعی برای استفاده از منابع مستلزم آن است که افراد به عنوان مدیران محلی، اعضای کمیته‌های مصرف‌کنندگان، اعضای گروه‌های مذاکراتی و غیره به خدمت گرفته شوند (نقش روسای مدارس مثال خوبی به دست می‌دهد). این نوع مسولیت باید به طور مساوی تقسیم شود، و شاید مثل وظیفه خدمت در هیات منطقه باید از مسولیت‌های شهروندی به حساب آید که در ازای مزایای شهروندی نظیر حقوق ثابت تضمین شده، باید از سوی شهروندان انجام شود (4). هم‌چنین به میزان فراوانی به تبلیغات و فعالیت گروه‌های مختلف نیاز است تا اطلاعات

را در گستره اجتماعی فراهم سازند و با اعمال فشار، مردم را برای داشتن نقطه نظرهای همه جانبه و نه کوتاه‌اندیشانه تدارک ببینند. حسابرسی اجتماعی چنانچه در دست نهادهای دولتی باقی بماند موثر نخواهد بود؛ این امر ضروری است، اما باید به واسطه ابتکارات مستقل گروه‌ها تکمیل گردد. کارهای تبلیغاتی و فعالیت گروه‌ها نیازمند اشتراک، کمک مالی و مساعدت‌های نقدی است. یک دولت سوسیالیستی باید این منابع را در اختیار آنان بگذارد و در عین حال، اجازه دهد تا مستقل بمانند.

راه اصلی به سوی هدایت اجتماعی و دموکراتیک فعالیت‌های اقتصادی ماحصل فعل و انفعال دایمی میان نهادهای دولتی است که از راه انتخابات زیر نظر قرار نمی‌گیرند؛ واحدهای تولید که دارای روابط درونی دموکراتیک هستند؛ شهروندانی که از طریق کمیته‌های مصرف‌کنندگان و هیات مدیره‌های محلی و غیره اعمال نظارت اجتماعی می‌کنند، و طیف وسیعی از تبلیغات و گروه‌های فعال که بیان‌گر منافع و نیازهای اجتماعی گوناگون هستند.

این فعل و انفعالات نیازمند روندهای برنامه‌ریزی شده‌یی است که در آن هدف‌های آینده جزء به جزء روشن شده و وسایل دست یافتن به آن‌ها مشخص گردیده است. این روندهای برنامه‌ریزی نیازمند تصمیم‌گیری درباره خرید و فروش و تعیین قیمت‌ها و استفاده از شاخص‌های مالی است. اما به واسطه شبکه‌های چندجانبه‌یی که در بالا ذکرش رفت، سازمان‌دهی برنامه‌ریزی و نیز روندهای بازار به شکل اجتماعی هدایت خواهد شد. برای عملی کردن این‌ها باید انواع متنوع اطلاعات، به صورتی آزادانه و آسان در دسترس باشد. یکی از نقش‌های محوری دولت بهره‌مندی از قدرت مخصوص خود در مالیات ستانی برای تامین زیربنای ارتباطاتی لازم به مثابه خدمتی عمومی و نیز کارآموزی لازم برای شهروندان به منظور فهمیدن اطلاعات لازم است. علنی و آشکار بودن هر چه بیشتر همه اشکال تصمیم‌گیری اساساً برای اقتصاد سوسیالیستی

که به شکلی دموکراتیک کنترل می‌شود ضروری است. چنین اقتصادی مبرا از اشتباهات و مشکلات نیست. این توهمی بیش نبود که "برنامه‌ریزی" معجزه‌گر است و می‌تواند منابع اجتماعی را چنان درست در حوزه‌های مختلف تخصیص دهد که همواره نیازهای همه تامین شود. هر چند، می‌توان از روندهای پرهیز کرد که به غلبه قدرت خرید بر تامین نیازها، گسترش و حدت می‌بخشد.

پس از کجا شروع کنیم؟ درخواست از دولت برای انجام این یا آن کار، جدا از مشارکت فعال خودشهروندان نقطه حرکت درستی نیست. ما باید از درخواست‌های موجود برای افزایش حسابرسی اجتماعی و از تلاش‌های حاضر جهت توسعه بینش عمیق‌تر در میان مردم شروع کنیم، مردمی که تصمیم می‌گیرند چه بخرند و چگونه در عمل کار خود پای میز مذاکره بنشینند.

مصرف‌کنندگان راغب اند که از خصوصیات بلاواسطه کالاها فراتر بنگرند، چه تبلیغات ضد آپارتاید موفق شد به بایکوت محصولات افریقای جنوبی منجر گردد؛ و نیز تبلیغات سبزه‌ها (فعالان جنبش حفاظت از محیط زیست) در بین مصرف‌کنندگان به فشارهای اجتماعی انجامید که مواد تمیزکننده خانگی را درخواست می‌کرد که به آلودگی هوا منجر نمی‌شود. به تبلیغات هلندی‌ها و بریتانیایی‌ها برای پوشاک پاکیزه چندان توجه نشده. درخواست برای پوشاکی که در شرایط کاری انسانی تولید شده باشد. هدف از این تبلیغات بسیج مصرف‌کنندگان برای تحصیل فشار بر فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ است که از کارگاه‌هایی که فقط در شرایط سخت عرق کارگران را در می‌آورد، لباس تهیه نکنند- حال این کارگاه‌ها در اروپا باشد و خواه در جنوب. این گونه فعالیت‌های تبلیغاتی در پاره‌یی موارد حمایت و مشاورت اتحادیه‌های کارگری را به دست آورده است. و نیز مواردی وجود داشته که در دفاع از داشتن اشتغال، فعالیت‌های هماهنگ میان گروه‌های مصرف‌کننده و گروه‌های محلی و اتحادیه‌های کارگری صورت گرفته

سرنوشت‌ساز حمایت اجتماعی جلب شده است. لحظه تعیین‌کننده‌ی که حساب‌رسی بر سودآوری خصوصی تفوق می‌یابد. برقراری و نگاه‌داری حساب‌رسی اجتماعی دموکراتیک برای استفاده از منابع اجتماعی، در دل سوسیالیسم واقعی آینده نهفته است.

پانویس‌ها:

این مقاله از بولتن آغازی نو برگرفته شده است.

1- این شیوه برخورد را در مقاله زیر بیش‌تر توضیح داده‌ام:

"Socializing the Market", *New Left Review*, 172, 1988.

2) Pat Devine, "Democracy and Economic Planning", Oxford 1988.

3) Robin Murray, "Ownership, Control and Market", *New Left Review*, 164, 1984.

4) P. Van Parijs, ed. *Arguing for Basic Income*, London 1992.

است. به طور مثال وقتی که جنرال موتور تصمیم گرفت آخرین کارخانه خود را در کالیفرنیا ببندد، ائتلافی محلی - اتحادیه‌ی شکل گرفت که سازمان‌دهی بایکوت اتومبیل‌های جنرال موتور را در منطقه لس آنجلس آغاز کرد. نتیجه این تلاش تعهد کمپانی به باز نگه داشتن کارخانه بود.

کارگران نشان دادند که با فرارتر رفتن از فعالیت‌های دفاعی مشتاق اند نیازهای مصرف‌کنندگان را در سازمان‌دهی کار به حساب آورند. این اشتیاق از مثال معروف کارگران کارخانه فضایی - هوایی "لوکاس" فراتر می‌رود. برای مثال، اتحادیه‌ها در دولت محلی بریتانیا برای گروه‌های کارگران برای تامین خدمات محلی نظیر جمع‌آوری زباله و تمیز کردن خیابان‌ها وجوه کمالی تهیه دیده‌اند.

ما باید در این فکر باشیم که از این نوع فعالیت‌ها برای ساختن شبکه‌های منظم در خدمت ایجاد ارتباط میان کارگران و مصرف‌کنندگان و دیگر سازمان‌های فعال بهره جوییم: به پخش عمومی اطلاعات بپردازیم، به آموزش جمع وسیع‌تری از مردم همت گماریم، فنون دیگری برای حساب‌رسی اجتماعی تدوین کنیم تا بتوان در نهایت فراتر از حساب‌رسی مالی برویم و استراتژی‌هایی برای نوآوری‌های تکنولوژیک. بازسازی اقتصادی تدوین کنیم. ما پس از این‌هاست که می‌توانیم از منابع دولتی درخواست یاری رساندن به این شبکه‌ها را داشته باشیم، و سپس خواستار ادغام این شبکه‌ها در روندهای تنظیم‌کننده اجتماعی شویم که قوانین را تدوین و اعمال می‌کند. این روند تنظیم‌کننده سپس می‌تواند گسترش یابد تا حساب‌رسی اجتماعی از مالکان خصوصی را نیز در بر گیرد. تا آنجایی که در روندهای تنظیم‌کننده جامعه دموکراتیزه گردد و مردم در اعمال کارکردهای نهادهای تنظیم‌گر تجربه کسب کنند و مشاهده کنند که در محدود کردن حقوق مالکیت خصوصی مشارکت داشته‌اند و این بار این محدودیت‌ها به واسطه نیروی دولتی از فرای جامعه اعمال نشده است، در چنین صورتی برای روز

و این خیالبافی که توافق با شرکت‌های بزرگ می‌تواند جامعه بشری کاملی در اختیارمان بگذارد، ایستادگی کنیم.

در بین [نظریه‌پردازان] سوسیالیسم وجود بینش‌هایی مبتنی بر زندگی رها از جبر نیروهای بازار سرمایه‌داری، خواه در جماعات محلی خودکفا، خواه در اقتصادهایی که به شیوه‌ی دموکراتیک برنامه‌ریزی شده‌اند، فراوان است. با این همه، این بینش‌ها محدودیت‌های جماعت‌های کوچک یا مسائل برنامه‌ریزی دموکراتیک اقتصادها را به طور همه جانبه، و به اندازه‌ی کافی مد نظر قرار نداده‌اند. یک پاسخ عبارت است از طرح برنامه‌ی سوسیالیسم بازار که در آن دارایی‌ها در تملک جمع قرار می‌گیرد، یا بر اساسی مساوات طلبانه توزیع می‌شود، اما شرکت‌ها بیش‌تر در معاملات بازاری فعالیت می‌کنند، معاملاتی که کم و بیش در اقتصادهای سرمایه‌داری انجام می‌شود. پاسخ دیگر عبارت است از جستجوی راه‌هایی که از طریق آن‌ها معاملات بازاری را بتوان از نو سازماندهی کرد و بازارها بتوانند سوسیالیزه شوند، به طوری که مردم با نیروهای ناشناس و کنترل نشده‌ی بازار رو در رو قرار نگیرند، بلکه در عین حال بتوانند از ثمرات عدم‌تمرکز بهره‌مند شوند، ثمراتی که داد و ستدهای بازار می‌تواند به وجود آورد. تکیه بر عدم‌تمرکز مخصوصاً برای تصور از شیوه‌هایی اهمیت دارد که در آن شکل‌های جدید استوار بر جماعت، همبستگی و دموکراسی می‌توانند بین‌المللی باشند. مجموعه اقتصادهای محلی خودسالار یا ملی، مردم را در تکوین استعدادهای-شان محدود می‌کنند. مسأله‌ی "جهانی‌سازی" این نیست که بین‌المللی است، بلکه این است که انترناسیونالیسمی یک جانبه است که عمدتاً در خدمت داد و ستدهای کلان قرار می‌گیرد.

این مقاله تلاشی است در جستجوی راهی بین برنامه و بازار به منظور تصویر امکانات سوسیالیزه کردن بازارها و نه ترسیم برنامه‌هایی برای سوسیالیسم بازار. بازار و

فصل سوم

سوسیالیزه کردن بازارها، نه سوسیالیسم بازار

اکنون بیش از هر زمان دیگری به نوع نگرش متفاوتی به آینده نیاز داریم، آینده‌ای که ظرفیت‌های مردم از قید و بند، انحراف و استثمار رهایی یابند و بتوانند شکل‌های جدید و مساوات‌طلبانه‌ی استوار بر جماعت، همبستگی و دموکراسی را بسط و گسترش دهند. اما، باید مسیر متفاوتی بین تخیلات قهرمانانه از یک سو و نقشه‌های خود به خودی، از دیگر سو، را بپیمائیم. از این رو به تخیل نیاز داریم، اما تخیلی که رابطه‌اش را با واقعیات عملی روزمره زندگی مادی از دست نداده باشد.

می‌خواهیم شکل‌های جدید جمع‌مداری را به وجود آوریم- اما تاریخ قرن ما، آموزه‌های هولناکی را پیرامون جمع‌مداری‌هایی به ما یادآوری می‌کند که ریشه در احترام به حقوق انسانی فردی ندارند. این جمع‌مداری‌ها شکل‌های جدید قید و بند، اختلال و استثمار ظرفیت‌های انسانی را ایجاد کرده‌اند. بنابراین، لازم است آینده‌ی بهتری را با روحیه‌ی فروتنانه و سالم تصور کنیم که بر برداشتی کلی از بدیل‌هایی پایه‌گذاری شده است که ریشه در تجربه جاری ما دارد، تا در طرح‌های همه جانبه جهت‌مهندسی اجتماعی. در عین حال هم، ضروری است در برابر محدودیت‌های حال

پول اختراعات اجتماعی بالقوه مفیدی هستند که تاریخ آن‌ها به پیش از سرمایه‌داری برمی‌گردد، اما همواره مَهر و نشان ساختارهای قدرت اقتصادی را بر پیشانی دارند. در جریان تکوین سرمایه‌داری، بازارها و پول تابع پویایی تولید برای سود و انباشت سرمایه‌داری بودند. بازارها به نهادهایی تبدیل شدند که ارزش اضافه از طریق آن‌ها کسب می‌شد و به مثابه‌ی سود خصوصی تحقق پیدا می‌کرد. پول به شکلی از سرمایه تبدیل گردید و در قیمت‌ها هزینه‌ای گنجانده شد که بر هزینه‌های تولید اضافه می‌گشت، به طوری که بدون زحمت درآمدی را برای صاحبان سرمایه به وجود می‌آورد. کالاها در این مدار اساساً به عنوان ابزارهای انباشت سرمایه و نه ارزش مصرف ظاهر می‌شوند. ارزش‌های پولی دست بالا پیدا می‌کنند. این فرایند مسیر تکوین بازارهای مالی صرف را هموار می‌کند، بازارهایی که در آن‌ها ابزارهای مالی (سهام، صورت‌حساب‌ها، اوراق قرضه و مشتق‌ها) به قیمتی معامله می‌شوند که می‌تواند رابطه‌ی اندکی با وضعیت واقعی اقتصاد حقیقی داشته باشد. (۱)

مسیر حرکت به قرن بیست و یکم این رؤیا را در سر نمی‌پروراند که در برنامه‌ی خود بازارها و پول را حذف کند، بلکه راه‌های احیاء و تغییر شکل بازارها و پول را جستجو می‌کند، به گونه‌ای که هم‌چون وسیله‌ای برای تسهیل مبادله‌ی دوجانبه‌ی مفید واقع شوند. این مبادله پایه‌اش بر تقسیم کار مفید دوجانبه گذاشته شده، به طوری که قدرت اقتصادی به شیوه‌ی مساوات‌طلبانه توزیع شده است. این امر به معنی آنست که بازارها در مناسبات مساوات‌طلبانه‌ی اجتماعی قرار می‌گیرند. این مناسبات به نوبه‌ی خود در جستجوی راه‌هایی برای تغییر مناسبات مالکیت اند، مناسباتی که زمینه‌ساز و شکل‌دهنده‌ی پیکربندی جاری نهادهای بازار اند. لازمه‌ی این کار، عزیمت از تناقضات و ناهم‌آوایی‌های کنونی در بازارهای سرمایه‌داری است و بسط و گسترش ابتکارات خلاقه‌ی موجود به منظور سوسیالیزه کردن بازارها.

این ادعاها متناقض اند و پاره‌ای خوانندگان آن، از عصبیت به خود می‌پیچند یا سر را با نابوری تکان می‌دهند ("مولفان با چاپ این مطلب چه فکر می‌کنند؟") اجازه می‌خواهم به آن‌ها اطمینان دهم که اگر به خواندن ادامه دهند، بحثی در مورد بازارها (به هر شکل آن) به مثابه‌ی شکل اصلی و مسلط سازماندهی مناسبات بین تولیدکننده و مصرف‌کننده پیدا نخواهند کرد، بلکه استدلالی را خواهند یافت، مبنی بر این که مناسبات بین تولیدکننده و مصرف‌کننده در خصوص پاره‌ای کالاها و خدمات را از طریق بازارهای سوسیالیزه شده بهتر از شیوه‌های دیگر می‌توان سازمان داد. برای مثال، بی تردید به برنامه‌ای نیاز داریم که در مورد هر کشوری خدمات درمانی مجانی را شامل شود، اما خدمات ملی پوشاک مجانی بی‌معنی است.

خواننده‌ی دارای چشم‌انداز پی برده است که من به "بازارها" اشاره دارم، نه به "بازار". نقطه‌ی عزیمت استدلال من این است که باید انتزاع یکپارچه و همگن "بازار" را کنار گذاشت، و به جای آن از بازارها (به صورت جمع) صحبت کرد، به طوری که بتوان آن‌ها را از طریق نهادهای مختلف به منظور خدمت به هدف‌های گوناگون سازمان داد (۲). با چنین کاری می‌توانیم بین بازارها تمایز قائل شویم که به شیوه‌ی تجاری سامان داده شده‌اند و به طرز ویژه تولیدکنندگان ناشناس را با مصرف‌کنندگان ناشناس مرتبط می‌سازند، به طوری که بتوانند برای سهام‌داران بیش‌ترین سود ممکن را فراهم کنند، و بازارهایی که به گونه‌ی اجتماعی سازمان داده شده‌اند، به طوری که آماج‌های مساوات‌طلبانه‌ی را متحقق سازند که بر توافق طرفین استوار است و به نیاز مردم توجه مبذول داشته و به محیط زیست احترام بگذارند. باید تأکید کنم که وقتی از "سوسیالیزه کردن" بازارها صحبت می‌کنم، منظورم صرفاً مقررات دولتی برای بازارها (هرچند مقررات مؤثر دولتی اهمیت دارد) نیست، بلکه فراتر رفتن از آن و گنجاندن معاملات بازاری در مناسبات اجتماعی مساوات‌طلبانه است، به طوری که

بتوانند در خدمت هدف‌های اجتماعی قرار گیرند، هدف‌هایی که به گونه‌ی دموکراتیک مورد توافق قرار گرفته‌اند. لازمه‌ی این امر هم تغییر حقوق مالکیت است، به گونه‌ای که توازن بین حق انحصاری استفاده از پاره‌ای منابع و حق بهره‌مند شدن از منابع مشترک به طور اساسی تغییر کند. این کار گسترش نقش نهادهای جمعی مساوات طلبانه در اقتصاد را شامل می‌شود. امیدم این است که بتوانم نشان دهم که سوسیالیزه کردن بازارها به معنی ایجاد آن چیزی نیست که به گونه‌ی سنتی "سوسیالیسم بازار" نامیده می‌شود.

از زمانی که بازارهای سوسیالیستی را توضیح دادم ده سال می‌گذرد. (۳) در آن ده سال با شکست برنامه‌ریزی در اتحاد جماهیر شوروی پیشین و اروپای شرقی و ورود سرمایه‌های خارجی به چین و کوبا نیروهای بازار سرمایه‌داری پیروز شدند، و هم با بحران مالی و رکودی که به سراسر جهان گسترش یافت - آسیای جنوب شرقی، روسیه و برزیل - باور به مشروعیت و اثرگذاری نیروهای بازار سرمایه‌داری به طرز وسیعی اعتبار خود را از دست داد. اما در اغلب قدرتمندترین کشورهای جهان قدرت بازارهای سرمایه‌داری - مخصوصاً قدرت بازارهای مالی - بی‌کم و کاست پابرجا ماند. هم‌اکنون که این مقاله را می‌نویسم [سال 2000]، رونق وال استریت ادامه دارد و بازارهای مالی اروپا از استعفای وزیر مالیه اروپا که درستی منطق [برنامه‌ی] مالی را زیر سؤال برد، شادمان‌اند. با این همه، دهه‌ی گذشته، در عین حال، دهه‌ی تجربه بود. تجربه در سطحی محدود در زمینه‌ی سوسیالیزه کردن برخی از بازارها، بازارهایی که اعتبار پیدا کرده‌اند، و همین‌طور هم بازارهای جدیدی به وجود آمده است که زمینه‌ی اجتماعی یافته‌اند، به این معنا که به هدف خدمت به نیازهای مردم سازماندهی شده‌اند تا برای به حداکثر رساندن سود. (۴)

از آن‌جا که این شماره‌ی مجله‌ی سوسیالیست رجیستر قرار است دوراندیشانه و آینده‌نگر باشد، به نوشته‌های پیشین خود ارجاع نمی‌دهم و به این موضوعات نخواهم پرداخت، و نه در پی دنبال کردن سنت "پاسخ‌گویی به منتقدان" هستم و نه سنت "انتقاد از خود". کسانی که به چنین کاری علاقمندند می‌توانند در جایی که من تغییر عقیده داده‌ام و جایی که تغییر عقیده نداده‌ام، مساله را تعقیب کنند. و همین‌طور هم در جایی که به نظرات جدید رسیده‌ام یا بر نظرات پیشینم متکی بوده‌ام. قصد فراهم کردن "بررسی ادبیات اخیر" را هم ندارم. بلکه می‌خواهم خواننده را تشویق کنم در خصوص زندگی اقتصادی کمتر انتزاعی و بیش‌تر مشخص بیاندیشند.

با پیروی از اصل فعال [سیاسی] مبنی بر پیشروی به جلو از آن‌جا که اکنون ایستاده‌ای، می‌خواهم استدلالم را با بررسی بازاری ارائه کنم که در آن من و بسیاری از خوانندگان شرکت دارند - بازار مجله "سوسیالیست رجیستر". پاره‌ای از خوانندگان کپی این مجله را از کتابخانه در اختیار دارند، یا فتوکپی این شماره‌ی ویژه را از دوستی قرض گرفته‌اند. اما مجله‌ی "سوسیالیست رجیستر" وابسته به گروه بزرگ خوانندگانی است که آن را با آبونمان شدن یا از کتاب‌فروشی‌های چاپ یا دکه کنفرانس‌ها خریداری کرده‌اند. پول دست به دست گشته است و مجله‌ی "سوسیالیست رجیستر" نمی‌توانست ادامه پیدا کند، اگر چنین داد و ستدی انجام نمی‌گرفت. مولفان و ناشران باید نگران فروش و حفظ بازارهای موجود و بسط بازارهای جدید - به منظور فروش تا حد کافی - که بتوانند هزینه‌های تولید هر شماره را تأمین کنند.

با این همه، ویژگی‌های بازار مجله‌ی "سوسیالیست رجیستر" با بازار مجله‌ای که به همت ناشر پول‌سازی منتشر می‌شود که هدفش سود هر چه بیش‌تر است، متفاوت است. کسانی که برای این مجله می‌نویسند، آن را ویرایش می‌کنند، آن را منتشر و توزیع می‌کنند، از سر تعهدی که دارند چنین می‌کنند و نه به خاطر دلایل تجاری.

رویکرد مولفان و ناشران به مجله سوسیالیست رجیستر نه تجاری، بلکه رویکردی است مبنی بر اعتماد به جنبشی وسیع‌تر. بسیاری برای تولید و توزیع این مجله آزادانه وقت می‌گذارند. پاره‌ای از آن‌ها به خاطر کمک‌شان حمایت می‌شوند، بدین ترتیب که شغلی در یک سازمان پیدا می‌کنند و این کار پرداخت بخشی از کمک‌شان به مجله‌ی سوسیالیست رجیستر را پوشش می‌دهد، مثلاً این کار برای نویسندگانی که به عنوان معلم و پژوهش‌گر در نهادهایی شاغل اند که از طرف دولت تأمین مالی می‌شوند، ممکن است. در مورد دیگران، مثلاً ناشران و کارکنان کتاب‌فروشی‌های چاپ، همکاری‌شان با سوسیالیست رجیستر باید از طریق کمک مالی جبران شود تا امرار معاش کنند، هرچند که این کمک مالی کمتر از آن باشد اگر بخواهند به کار انتشار و فروش کتاب متفاوتی اشتغال داشته باشند. این کمک [به ناشران و کارکنان] را باید در قیمت سوسیالیست رجیستر به حساب آورد، همان‌طور که هزینه‌ی کاغذ، خدمات چاپی، بسته‌بندی و حمل و نقل محاسبه می‌شود. اما هدف کسانی که سوسیالیست رجیستر را تولید و توزیع می‌کنند، کسب حداکثر بازده مالی، برای خود یا سهام‌داران نیست. هزینه‌ی اضافی در قیمت [مجله] جهت ایجاد صرف سود، گنجانده نمی‌شود. افزون بر این، کسانی که مجله‌ی سوسیالیست رجیستر را می‌خرند و می‌خوانند، برای این است که آن را بخشی از عمل جمعی روشنفکری و سیاسی خود می‌دانند که از آن طریق با ویراستارها و نویسندگان آن وارد گفت و گو می‌شوند - به طور غیر مستقیم به بحث‌ها یا تولید نوشته‌های جدید و بحث در باره‌ی مقاله‌های سوسیالیست رجیستر وارد می‌شوند، یا مستقیم با ای. میل با ناشرین و نویسندگان آن تماس می‌گیرند. خوانندگان، نویسندگان، ویراستاران، ناشران و توزیع‌کنندگان مجله‌ی سوسیالیست رجیستر بخشی از یک انجمن غیررسمی اند.

بدین ترتیب، یک رابطه‌ی بازاری بین مجله‌ی سوسیالیست رجیستر و بسیاری از خوانندگان وجود دارد- اما این رابطه، رابطه‌ای مبتنی بر بازار است که به لحاظ اجتماعی در فعالیت‌های جنبش سوسیالیستی پایه دارد و نه در داد و ستد مالی گمنام. این یک بازار سوسیالیزه شده است و خوانندگان و نویسندگان، ناشران و فروشندگان بخشی از یک گفتگو و یک بازار را تشکیل می‌دهند. مسلم است که این بازار در اثر قدرت بازار تجاری دارای محدودیت و تحت فشار است. برای کتاب‌فروشی‌های کوچک چاپ، بقا در مقابل قدرت بازار کتاب‌فروشی‌های بزرگ تجاری کار بسیار مشکلی است. برای کتاب‌فروشی‌های کوچک چاپ، بقا در مقابل قدرت بازار شرکت‌های انتشاراتی چند ملیتی بسیار سخت است. مجتمع‌های رسانه‌ای سلیقه‌های خوانندگان بالقوه را شکل می‌دهند، چون بسیاری از افراد، از این رسانه‌ها انتظار دارند که برای کسب اطلاعات از موضوع، پیام‌های کوتاه و اطلاعات سرگرم‌کننده ارسال کنند، نه با گفت و شنود مستمر و جدی آن را ارائه کنند.

مولفان و ناشران تلاش می‌کنند قیمت را [در سطح] "قابل قبولی" نگه‌دارند، اما قابل قبول بودن قیمت می‌تواند از طریق عواملی که کاملاً از قدرت نفوذ آن‌ها خارج است، به طرز چشم‌گیری تغییر کند- مثلاً تنزل فاحش ارزش پول در آسیای جنوب شرقی و برزیل، قیمت محلی [مجله] را [طوری افزایش داد که بسیاری از خوانندگان بالقوه از عهده‌ی آن بر نیامدند. و بی‌کاری گسترده در بسیاری از کشورهای اروپا قیمت را، مخصوصاً برای جوانان، بسیار بالاتر از قدرت خرید آن‌ها قرار داد.

اما آینده‌ای را به تصویر می‌کشیم که در آن نویسنده و ناشر با کمیته‌ی برنامه‌ریز (یا مجموعه‌ای از این کمیته‌ها) به هدف اعطای کاغذ یا دسترسی به خدمات چاپی یا شبکه‌های توزیع مذاکره خواهند کرد. و آینده‌ای که در آن خوانندگان بالقوه با کمیته‌های برنامه‌ریز در باره‌ی تعداد کتاب‌ها مشاوره خواهند کرد که اعطای کاغذ و خدمات

چاپی به آن‌ها تعلق می‌گیرد. فرض کنید اکثریت اعضای کمیته‌هایی که به گونه‌ی دموکراتیک انتخاب شده‌اند مجله‌ی سوسیالیست رجیستر از نظرشان جالب یا ارزشمند نباشد. سلیقه‌ها یقیناً تفاوت خواهد کرد- و من اطمینان دارم که هیچ کسی یکنواختی کسل‌کننده را خوش ندارد.

یک رویکرد بدیل از این قرار است که آینده‌ای را تصور کنیم که در آن نیروهایی مغلوب شده‌اند که جلوی شکوفایی بازار سوسیالیستی را می‌گیرند، بازاری که تولیدکنندگان و خوانندگان مجله‌ی سوسیالیست رجیستر را به هم مرتبط می‌سازد و جمعیت بیش‌تری بتوانند وقت آن را داشته باشند که به تولید سوسیالیست رجیستر یاری رسانند، آن را مطالعه کنند و پول برای خرید آن بپردازند. در این شماره تلاش خواهیم کرد برخی از شرایط چنین آینده‌ای را بررسی کنیم.

بیا بید مجله‌ی سوسیالیست رجیستر را در متن ساختارهای اقتصادی جوامعی قرار دهیم که آن را تولید می‌کنند و می‌خوانند- جوامع به صورت جمع، به این دلیل که مجله‌ی سوسیالیست رجیستر طی فرایند همکاری بین‌المللی تولید و پخش می‌شود و خوانندگان آن بین‌المللی اند. اقتصادهایی که در آن مجله‌ی سوسیالیست رجیستر تولید و پخش می‌شود، گرچه نیروهای تجاری بازار بر آن‌ها سلطه دارند، یکپارچه نیستند. اگر به شکل یک طرح با آن برخورد کنیم، می‌توان در این اقتصادها یک بخش تجاری سرمایه‌داری (که در بیش‌تر گفتمان‌های اقتصادی "بخش خصوصی" نامیده می‌شود)، یک بخش دولتی (که در اغلب گفتمان‌های اقتصادی "بخش عمومی" نامیده می‌شود) و یک بخش خانگی که شامل خانواده‌هایی می‌شود که در آن‌ها زنان و مردان، پسران و دختران، از کالاها و خدمات بخش‌های خصوصی و دولتی استفاده می‌کنند. (در بخش خانگی است که زنان و دختران خدمات بدون دستمزد برای اعضای‌شان در اختیار می‌گذارند- امری که در سنتی‌ترین گفتمان‌های اقتصادی

پیرامون چگونگی عمل‌کرد اقتصادها نادیده گرفته می‌شود، اما اقتصادهای فمینیستی بر آن تأکید دارند.) (۵) در عین حال بخش دیگری هم وجود دارد که به باور من باید تولید و توزیع مجله‌ی سوسیالیست رجیستر را در آن مشخص کنیم. این بخش را بخش همیارانه نام خواهیم داد. این بخش را بیش‌تر گفتمان اقتصادی به رسمیت می‌شناسد - البته فقط بر متن آنچه نیست. این بخش به گونه‌ی سنتی بخش "غیر دولتی" یا "غیر انتفاعی"، یا "بخش سوم" (به موازات بخش خصوصی و دولتی که دو بخش دیگر را تشکیل می‌دهند و بخش خانگی حذف می‌شود) نامیده می‌شود. پول و بازار در کارکرد انجمن‌ها نقش دارند، زیرا به منابع مالی (کمک‌ها، پرداخت‌های اعضا، درآمدهایی که از طریق فروش مجله حاصل می‌شود) جهت تدارک خدمات و کارکرد آن برای اعضا در جامعه‌ی گسترده‌تر نیاز دارند. آن‌ها هم کارگر با مزد و هم بی‌مزد استخدام می‌کنند. اما انجمن‌ها حول هدف‌های تجاری شکل می‌گیرند تا آماج‌های اجتماعی.

همه‌ی این بخش‌ها که در این‌جا مشخص شدند، در درون خود ناهمگن اند. در بخش دولتی بین واحدها به لحاظ اندازه، کارکرد، رابطه با شهروندان و رابطه با دولت تفاوت هست. برخی واحدها، خدمات را در محل مصرف‌مجانا در اختیار می‌گذارند، در حالی که واحدهای دیگر برای خدماتی که در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌دهند، هزینه تعیین می‌کنند. پاره‌ای واحدها اساساً با انتقال درآمدها (مالیات‌ها و سودها) سرو کار دارند. در عین حال، کار اصلی واحدهای دیگر اداره‌ی جامعه (وضع قانون و حفظ آن) است. در بخش خصوصی، تفاوت‌های اساسی بین شرکت‌ها به لحاظ ساختار مالکیت آن‌ها (سهام مشترک، تعاونی، خانوادگی، فردی) و حوزه‌ی مقرراتی که دولت وضع می‌کند ("رسمی"، "غیررسمی")، اندازه و وسعت آن‌ها (کوچک و محلی یا کلان و بین‌المللی)، موفقیت آن‌ها در تامین هزینه‌های‌شان و کسب منفعت وجود دارد. در بخش خانگی، تفاوت‌های بسیاری بین خانواده‌ها به لحاظ اندازه و ساختار سنی، منطق

شکل‌گیری خانواده، حد خویشاوندی و پیوندهای هم‌جواری با دیگر خانواده‌ها، دارایی‌ها، اعضای خانواده، درجه‌ی گردآوری منابع و مشارکت در آن‌ها، تقسیم کار جنسیتی مساوات‌طلبانه یا غیر مساوات‌طلبانه دیده می‌شود. در درون بخش همیارانه، تفاوت‌های بسیاری بین شکل‌های گوناگون انجمن وجود دارد: اتحادیه‌ها، باشگاه‌ها، جنبش‌ها با آماج‌ها و گستره‌های متفاوت، درجه‌ی متفاوت رسمیت و متفاوت بودن حد و حدود دموکراسی و تعهد درونی در رابطه با هدف‌های مساوات‌طلبانه.

خردمایه جمع شدن این واحدهای مختلف در چهار بخش باید پایه‌اش بر نوعی شباهتی باشد که بین کارکرد واحدها در هر بخش وجود دارد. یک شباهت احتمالی به انگیزه‌ی افراد در چارچوب هر بخش مربوط می‌شود. همان گونه که هام‌فریز اشاره دارد، اقتصادهای خرد نئوکلاسیک گرایش داشته‌اند که انگیزه شرکت افراد در بخش دولتی و خصوصی را در سود شخصی نشان دهند، در حالی که انگیزه‌ی تصمیم‌گیرندگان در خانواده‌ها در مفهوم نوع دوستی نشان داده شده است (۶). فمینیست‌ها این نگرش را بیش از اندازه دلخواهانه ارزیابی می‌کنند، زیرا اکثریت افراد هم در دنیای خانواده زندگی می‌کنند و هم بخش مهمی از زندگی خود را با کار با مزد انجام می‌دهند. چرا باید فقط در یکی نوع دوست باشند و در دیگری صرفاً نفع شخصی داشته باشند؟ چرا نباید ترکیب پیچیده‌ای از نوع دوستی و نفع شخصی در همه‌ی حوزه‌های زندگی را اجازه داد، به طوری که هم هنجارهای فرهنگی و هم مشخصه‌های فردی آن را شکل دهند؟

ویژگی مشترک دیگر واحدها در یک بخش به سازوکارهای واحدهایی مربوط می‌شود که برای هم آهنگ کردن فعالیت‌های درونی خود مورد استفاده قرار می‌دهند. شاید وسوسه‌انگیز باشد که شرکت‌های خصوصی را از این منظر دید که با مکانیسم‌های مالی هم آهنگ شوند، و بخش دولتی را از این زاویه دید که با

سازوکارهای برنامه و مقررات هم آهنگ شوند، انجمن‌ها را از این چشم‌انداز دید که از طریق گرد هم‌آیی‌ها هم آهنگ شوند و خانواده‌ها را از دیدگاه هنجارهای اجتماعی. اما آن‌جا که پای نقش مالیه، نشست‌ها، هنجارها، برنامه‌ها و مقررات به میان می‌آید، واقعیت از این پیچیده‌تر است. افزون بر این، دستور و سلسله مراتب، دوجانبگی و دوسویگی می‌توانند مشخصه‌ی سازماندهی درونی واحدها در همه‌ی چهار بخش باشد. دیگر این‌گونه نیست که خانواده به طور حتم و یقین "قلب جهان بی قلب" باشد، و یا این که یک شرکت تجاری نوکر مامون یا دفتر دولتی، یک زیر بخش لاویان [یکی از دوازده قبیله‌ی یهود] باشد یا انجمن نشانه یک آرمان‌شهر سوسیالیستی. عمل‌کرد درونی واحدها در همه‌ی چهار بخش، به صورت "برخوردهای همیارانه" (۷) بهتر خصلت‌بندی می‌شود. در این برخوردها اعضا به هدف نفع بردن در همکاری در تولید وارد عمل می‌شوند، اما غالباً در رابطه با توزیع مزایا، درگیری منافع پیدا می‌کند.

همین‌طور هم می‌توان شرایط بازتولید هر واحد را بررسی کرد- این که برای حفظ کارکرد معمولی خود چه باید انجام دهند؟ شرکت‌های بازرگانی بخش خصوصی باید به اندازه کافی فروش داشته باشند تا دست‌کم بتوانند هزینه‌های خود را پوشش دهند و اگر آن‌ها شرکت‌های دارای سهام مشترک اند، باید سودی هم برای سهام‌داران داشته باشند که، دست‌کم، به پای شرکت‌های مشابه برسند. سازمان‌های بخش دولتی به یکسان در محدودیت قرار نمی‌گیرند، زیرا هزینه‌های‌شان نهایتاً نه با فروش، بلکه با مالیات تأمین می‌شود. اما قدرت مالیات‌گیری به این بستگی دارد که دولت قدرت خود را برای وضع و برقراری قانون و مشروعیت خود حفظ کند. اگر بخش دولتی به شیوه‌هایی عمل کند که مشروع محسوب نشود، در آن صورت قدرت حکومت برای حفظ این مشروعیت از طریق وضع مالیات احتمالاً از بین می‌رود. خانواده‌ها باید نیاز اعضای خود به غذا، سر پناه، و لباس و هم‌نشینی را رفع کنند. می‌توانیم خلاصه بگوییم که

بخش خصوصی با دینامیک فروش و سود شکل می‌گیرد و بخش دولتی با دینامیک مشروعیت و بخش خانگی با دینامیک تدارکات. انجمن‌ها باید عضویت خود را (رسمی یا غیررسمی) حفظ کنند - و این بدان معنی است که باید برای تأمین هزینه‌های‌شان از طریق حق عضویت‌ها، کمک‌های مالی، کمک بلاعوض و همین‌طور فروش - و جذب اعضاء جدید - به گردآوری منابع بپردازند. آن‌ها باید تا حدودی "کارآمد" باشند، اما باید بتوانند کمک پولی یا زمانی یا کمک از دیگر منابع را بدون خواست نوعی چشم‌داشت پولی، جذب کنند. شاید این روند را بتوان یک دینامیک همبستگی توضیح داد - گیرم که همیشه همبستگی در حمایت از عدالت اجتماعی معنی ندهد.

بخش‌های گوناگون از طریق مجراهای متفاوت به یک دیگر مرتبط اند که سیر امور را بین آن‌ها برقرار می‌کند. در اقتصاد سیاسی سنتی بر بازارها به مثابه‌ی مهم‌ترین نوع راه‌های ارتباطی تأکید شده است، راه‌هایی که کالا، خدمات، پول و کار بین آن‌ها جریان دارد. نقش دولت معمولاً در چارچوب مداخله در بازارها (که بخش خصوصی آن را اداره می‌کند) تعیین می‌شود، به طوری که دولت جریان امور بین آن‌ها را گسترش می‌دهد، محدود می‌کند یا متوقف می‌سازد. در بحث‌های مربوط به مناسب‌ترین نوع مداخله‌ها و وزن نسبی شکست بازار یا شکست برنامه‌ی بوروکراتیک، اغلب فراموش می‌شود که دولت نقش اساسی در پیشرفت کارکرد بازارها ایفا می‌کند - زیرساخت حقوق و مقرراتی را فراهم می‌سازد که بدون آن‌ها هیچ بازار به سامانی ممکن نمی‌گردد. شناخت این امر به ما این امکان را می‌دهد که دریابیم که بازارها هم مجراهای عمومی اند هم خصوصی و ساختارهای اقتصادی و سیاسی خصلت آن‌ها را تعیین می‌کنند. بازارها نه فقط پیونددهنده‌ی بخش‌های درون اقتصاد ملی است - بلکه آن‌ها را در سرتاسر اقتصادهای ملی نیز به هم پیوند می‌دهند. بازارهای بین‌المللی از طریق سیستم‌های مقررات بین کشورها اداره می‌شوند، سیستم‌هایی چون سازمان تجارت

جهانی. بازارهایی که دولت‌ها از آن‌ها حمایت می‌کنند و بخش خصوصی را با بخش دولتی، خانگی و بخش‌های همیارانه مرتبط می‌سازند، در اقتصادهای امروزین عمدتاً بازارهای سرمایه‌داری اند که نیروهای تجاری بر آن‌ها سلطه دارند. اما این‌ها تنها نوع بازارهایی نیستند که در حال حاضر وجود دارند. قبلاً راجع به بازار مجله سوسیالیست رجیستر به عنوان بازار سوسیالیزه بحث کرده‌ایم که پایه در جمع مساوات‌طلبانه‌ی آزاد دارد. این بازار همه‌ی کسانی را به یک دیگر مرتبط می‌سازد که در تولید، توزیع و استفاده از مجله‌ی سوسیالیست رجیستر دست دارند. بازارهای سوسیالیزه شده را انجمن‌های مساوات‌طلبانه متعددی سازمان می‌دهند. این سازمان‌دهی از فروش اولیه تا شبکه‌ی مستقیم جاری بین‌المللی جنبش "تجارت عادلانه" را در بر می‌گیرد. این جنبش از ارزش‌های غیر اقتصادی حمایت می‌کند، ارزش‌هایی که، در عین حال، در بازار کارکرد دارند (۸). این بازارها، بازارهایی هستند که در حقیقت می‌توان آن‌ها را به مثابه‌ی محل مبادله‌ی ارزش مصرفی معرفی کرد که با پول پیش برده می‌شوند و در آن‌ها آماج‌های اجتماعی و نه تجاری تعیین‌کننده و تابع محدودیت تأمین هزینه‌های پولی تولید اند. مردم شاغل در انجمن‌های اداره‌کننده‌ی چنین بازارهایی، اغلب بر پایه - ای داوطلبانه کار می‌کنند - با دستمزد کمتری از آنچه در بخش‌های خصوصی یا دولتی می‌توانند کسب کنند، و ساعت‌های طولانی بدون دستمزد. پاره‌ای انجمن‌های جماعتی فقط بازارهای سوسیالیزه به وجود می‌آورند. آن‌ها در عین حال شکل پولی خاص خود را برای سهولت بخشیدن به مبادله‌ی کالا بین اعضاء انجمن به وجود می‌آورند (۹). جالب است در این باره تأمل کرد که چنین انجمن‌هایی چگونه سنجه‌ای جهت ارزش و وسیله‌ی مبادله به منظور تسهیل معاملات خود، حتی زمانی به وجود می‌آورند که چنین معاملاتی بسیار محلی و رو-در-رو است و اغلب بین افرادی انجام می‌گیرد که هم‌دیگر را می‌شناسند. این امور از مسائل مربوط به سامان‌بخشی به

مبادلات تهاتری آن زمان که نیازها و خواستها باهم تطبیق نمی‌کنند (من مایلم کالای ساخته‌ی خودم را معامله کنم - اما نه برای نگهداری از ماشین. شما می‌خواهید خدمات نگهداری از ماشین را معامله کنید - اما نه برای کالاهایی که ما تهیه کرده‌ایم)، تا مسائل مربوط به نظارت بر معاملاتی که ضرورتاً در زمان‌های گوناگون انجام می‌گیرد، تا مسائل مربوط به پایه‌ریزی یک "سنجه برای شغل" دامنه پیدا می‌کند. یک سنجه‌ی ارزش و وسیله‌ی مبادله، معاملات غیرمتمرکز منعطف را آسان‌تر می‌کند که مورد توافق قرار گرفته باشد. اگر مردم مجبور باشند همه‌ی فعالیت‌های خود را از ماه‌ها پیش برنامه‌ریزی کنند، زندگی آسوده‌تری ندارند. اگر همه‌ی این امور در سطحی محلی صادق است، در آن صورت زمانی که انجمن‌های مساوات‌طلبانه مرزهای ملی را پشت سر می‌گذارند، بسیار بیش از این صادق خواهند بود.

اما همه‌ی این بازارهای سوسیالیزه شده، درست مانند بازار مجله‌ی سوسیالیست رچیستر، تحت فشارهای بازار تجاری و اختلالاتی قرار دارند که این بازار به وجود می‌آورد. مثلاً دگرگونی در نرخ بهره و نرخ مبادله که حداکثر سودخواهی بخش‌های مالی خصوصی طالب آن اند، شبکه‌های بین‌المللی "تجارت عادلانه" را تحت فشار قرار می‌دهد.

بدیهی است که بخش‌های گوناگون یک اقتصاد فقط از طریق بازارهای تجاری به یک دیگر پیوند ندارند. در چارچوب هر اقتصاد ملی بخش‌های گوناگون اقتصاد را وظائف شهروندی، شایستگی‌ها، راه‌های مالیات‌ها و سودها به یک دیگر مرتبط می‌سازند. راه‌های کسب مالیات‌ها و سودها، هم انتقال درآمدها را شامل می‌شوند و هم بهره‌وری از زیر ساخت‌های واقعی و اجتماعی (راه‌ها، کلانتری‌ها، دادگاه‌ها، مدارس، بیمارستان‌ها)، زیرساخت‌هایی که رایگان در اختیار گذاشته می‌شوند. در مقایسه با بازارها، در مجرای مالیات و منافع، جریان پرداخت‌های پولی و دریافت کالا و خدمات، در مورد هر

معامله‌ای، به توازن نمی‌انجامد. این امر از نظر گردانندگان بازار تجاری نقطه ضعف بزرگی برای حلقه‌ی مالیات‌ها و منافع به شمار می‌رود و به دزدی، حیف و میل و ناکارایی از همه نوع آن منتهی می‌شود. اما حلقه‌ی مالیات‌ها و منافع در خصوص تدارک کالاهای عمومی خیلی بهتر از بازارهای تجاری یا سوسیالیزه می‌تواند عمل کنند. یعنی کالاهایی را که به خاطر ویژگی‌شان به سادگی نمی‌توان بسته‌بندی و به طور مجزا هزینه آن‌ها را مطالبه کرد - کالاهایی چون برق خیابان‌ها، هوای پاک و خدمات در جایی که اثرات "هزینه‌ی اضافی" بسیار بالا در کار است، مانند هزینه‌های درمان و تحصیل، یا جایی که بیماری یک شخص می‌تواند عفونی باشد و مهارت ناکافی یک فرد، تلاش یک تیم کامل را ضایع سازد. راه کسب مالیات و منافع، در اساس، می‌تواند منبع عمومی، و یک سیستم امنیت اجتماعی فراهم آورد، سیستمی که می‌تواند ناتوانی قلمروی بازار جهت تضمین زندگی مناسب برای همه را جبران کند. با این همه، کارآ بودن راه‌های کسب مالیات‌ها و منافع محدود است زیرا آن‌ها به اقتصادهای ملی محدود می‌شوند. سیستم بین‌المللی مدیریت جهت حمایت از تدارک کالاهای عمومی در سطح جهانی وجود ندارد. (۱۰)

یک راه کسب مالیات و تامین منافع که کارکرد خوب داشته باشد، فقط به مشروعیت، درستی و کارایی دولت و ساختارهای سیاسی بستگی ندارد. این راه، به نوعی، به وام گرفتن هم بستگی دارد، زیرا جاری شدن درآمدهای دولتی را نمی‌توان طوری تضمین کرد که دقیقاً با هزینه عمومی، چه به لحاظ زمان‌بندی و چه اندازه‌ی کامل، انطباق داشته باشد. این راه، جایی که بدهی‌های دولتی عمدتاً از طریق نهادهای مالی بخش خصوصی صورت می‌گیرد، می‌تواند گسترش پیدا کند، محدود شود یا از بین برود، آن هم نه فقط با تغییر عقیده‌ی رأی‌دهندگان و احزاب سیاسی، بلکه هم - چنین با تغییر عقیده‌ی بانک‌داران. امروزه وزرای دارایی بیش از نمایندگان یا رأی -

دهندگان به آنچه تحلیل‌گران در نهادهای مالی و تجار در بازارهای مالی راجع به خط و مشی پولی خود در نظر خواهند داشت، توجه دارند. بدین طریق، نیروهای بازار سرمایه‌داری حتی پیوندهای شهروندی بین بخش‌ها را سازمان داده یا مختل می‌کنند که مبتنی بر بازارهای تجاری نیستند.

پیوند سومی هم در بین بخش‌ها هست که عبارت است از راه‌های بخشش‌های مالی، کمک‌ها و حق عضویت‌ها- که بخش‌های همبسته را با دیگر بخش‌ها مرتبط می‌سازد. این مجرا وجه اشتراکی با مجرای مالیات‌ها و منافع دارد، بدین معنی که جریان پول و دریافت کالاها و خدمات در هر معامله‌ای در تطابق با یک‌دیگر قرار نمی‌گیرند. این مجرا وجه اشتراکی هم با مجراهای بازار، هم با مجراهای تجاری و سوسیالیزه دارد، بدین صورت که پرداخت‌ها داوطلبانه صورت می‌گیرد، نه این که دولت آن را انجام دهد. این نوع مجرا که دارای عناصر قوی در معاملات اهدایی است، می‌تواند برای تأمین مالی فعالیت‌های دگرگون‌ساز مؤثر باشد و چیزهایی چون دانش را فراهم کنند که مردم هنوز نمی‌دانند و ممکن است بخواهند بدانند، دانشی که، عموماً، حوزه-ی تجربه و خواست‌های بشری را بسط و گسترش می‌دهد. همان گونه که نمونه‌ی مجله سوسیالیست رجیستر نشان می‌دهد، چنین مجراهایی بین اقتصادهای ملی و در چارچوب آن‌ها عمل کرد دارد.

در همه‌ی این مجراها پول عمل می‌کند (به این لحاظ که جریان آن در این مجراها را می‌توان اندازه‌گیری کرد). اما نوع مجرای دیگری هم هست که همه‌ی بخش‌ها را به یک دیگر مرتبط می‌کند - مجرای ارتباط‌هایی که آنچه در آن‌ها جریان دارد، عبارت است از اطلاعات، ایده‌ها، تصورها، ارزش‌ها و معنی‌ها، هم به صورت آشکار و هم نهان. بدون نوعی درک مشترک، معامله در همه‌ی دیگر انواع مجراها غیرممکن خواهد بود. هر بخشی از طریق شبکه‌ی ارتباط‌ها، مجموعه پیام‌هایی را منتقل می‌کند

که دینامیک سازمان‌دهندی هر بخش مشخصه‌ی آن است. بخش خصوصی ارزش‌های تجاری را منتقل می‌کند. بخش دولتی ارزش‌های تنظیم‌کننده را، بخش هم‌پیوند ارزش‌های همبسته و بخش خانگی ارزش‌های تدارکاتی را. در خصوص ارزش‌هایی که هر بخش منتقل می‌کند، جنبه‌های مثبت و منفی وجود دارد- ارزش‌های تجاری فسادپذیر و اغلب بی‌روح و فرصت‌طلبانه اند - اما در عین حال می‌توانند صرفه‌جویانه و ابتکاری باشند. ارزش‌های تنظیم‌کننده می‌توانند کم ارزش و بوروکراتیک و در عین حال حافظ مناسبات اجتماعی سرمایه‌داری و بازارهای تجاری باشند- اما در عین حال هم می‌توانند حقوق بشر و دموکراسی را ارتقا دهند. ارزش‌های تدارکاتی با سرپرستی و دهش سروکار دارند - اما در عین حال هم می‌توانند پدرسالارانه و کوتاه‌بینانه باشند. ارزش‌های هم‌پیوند اغلب از طرف چپ‌ها و رادیکال‌ها، همدلانه و نوع‌دوستانه تلقی می‌شوند- اما در عین حال هم می‌توانند محافظه‌کارانه، انحصاری و درون‌نگرانه باشند. این پیام‌ها با ویژگی‌های جوامع مختلف، اما از این هم بیش‌تر، با ارزش‌های جهانی، چه سرمایه‌داری چه مساوات‌طلبانه، تغییر می‌کند.

بخش‌ها و مجراهایی که آن‌ها را به یک دیگر پیوند می‌دهند، دارای ساختارهای جنسیتی اند. بدین معنی که فقط شامل افراد مرد و زن نیستند. خود نحوه‌ی کارکردشان بر نظم جنسیتی غالب و نابرابر گذاشته شده است. این امر در خصوص بخش خانگی بدیهی و آشکار است زیرا روابط خویشاوندی روابطی جنسیت‌مدار است، یعنی رابطه‌ی "مادر"، "پدر"، "پسر"، "دختر"، مقولاتی هستند که به طور آشکار بر جنسیت دلالت دارد. با این همه، مقولاتی چون "کارفرما"، "کارمند"، "فروشنده"، "خریدار"، "شهروند"، "مالیات‌دهنده"، "سودبرنده"، "کمک‌کننده"، "کمک‌گیرنده"، "داوطلب"، "نویسنده" و "خواننده" به طور آشکار دلالت بر جنسیت ندارند، و بدین

ترتیب اغلب این‌طور تصور می‌شود که دلالت بر وضعیت و فعالیت‌هایی دارند که به لحاظ جنسیتی خنثی هستند.

بسیاری از بورس‌های فمینیستی که در دو دهه‌ی گذشته داده‌اند به این هدف بوده است که نشان دهند آنچه به لحاظ جنسیتی خنثی به نظر می‌رسد در حقیقت "حامل" جنسیت است و الگوهای نابرابری جنسیتی بر آن‌ها غلبه دارد. در این‌جا محل گذارش همه‌ی شیوه‌های پیش‌آمد چنین وضعیتی نیست. فقط به چند نمونه‌های اساسی اشاره خواهیم کرد. برای مثال، هرم استخدام در بخش دولتی و خصوصی هر می جنسیتی است که در آن اقتدار مردانه هم‌چنان هنجار محسوب می‌شود و اقتدار زنانه یک استثناء است. افزون بر این، قوانین و هنجارهای نه فقط بخش خصوصی، بلکه بخش‌های دولتی و هم‌پیوند بر این فرض مبتنی است که مراقبت و پرستاری از نیروی کار که کارپایه‌ای روزانه و میان نسلی دارد، اساساً وظیفه‌ای زنانه است و اساساً باید رویکردی خارج از عملکردهای این بخش [خصوصی] با آن داشت، حتی اگر هیچ یک از آن بخش‌ها را، بدون تامین هزینه‌ی چنین کارهای خانگی بدون دستمزد، نتوان در دراز مدت حفظ کرد. (۱۱)

این مجراها نیز جنسیتی اند. این امر را به آشکارترین وجه می‌توان در مجرای مالیات‌ها و منافع مشاهده کرد، جایی که تعهدات و شایستگی‌ها اغلب و به طرز بارزی بر این فرض سازمان داده می‌شوند که زنان به مردان وابسته اند و یا باید وابسته باشند. (۱۲) افزون بر این، شبکه‌ی ارتباطات اغلب پیام‌های قالبی یا تحقیرآمیز در باره‌ی زنان پخش می‌کنند. بازارهای تجاری ممکن است به لحاظ فرهنگی بیش‌تر مساوات‌طلبانه به نظر آیند - چرا که ظاهراً چنین است که تنها چیزی که اهمیت دارد این نیست که شما مرد هستید یا زن، بلکه این است چقدر پول دارید. اما سازماندهی معاملات بازاری به نوعی جنسیتی است که غالباً به ضرر زنان است. گاه این سازماندهی پوشیده

است، به این صورت که زنان اجازه ندارند وارد نوع مشخصی از قراردادهای تجاری شوند یا از پاره‌ای مکان‌های بازاری بیرون گذاشته می‌شوند، یا اغلب به طرز ظریف‌تری انجام می‌گیرد - به لحاظ چگونگی اجرای معاملات یا چگونگی درک مخاطرات و قبول آن‌ها یا چگونگی سازماندهی کالاها به "سهام‌هایی" جهت فروش، یا چگونگی ترویج اطلاعات پیرامون قیمت‌ها (۱۳). و بیش‌تر زنان در مقایسه با مردان اساساً وضع نامساعدی دارند - آن‌ها پول کم‌تری دارند. حتی بازارهای سوسیالیزه شده حامل‌های جنسیت اند - زنان هم خود اغلب کار داوطلبانه را انجام می‌دهند در حالی که مردان تصمیم‌گیرنده‌اند.

بی تردید بخش‌ها و مجراها هم ردیف و هم‌تا نیستند. بخش خصوصی و بازارهای تجاری غلبه دارند و ارزش‌ها و شیوه‌های کارکرد خدمات عمومی، انجمن‌های داوطلب و تدارکات خانگی را تضعیف می‌کنند. اساسی‌ترین نیازهای اولیه‌ی میلیون‌ها نفر برآورده نمی‌شود، در حالی که چند میلیون نفر در ناز و نعمت زندگی می‌کنند. بحث این‌که چه را می‌خواهیم جایگزین این نظام مخرب و نابودکننده کنیم، هم‌چنان به سمت قطب‌بندی برنامه در مقابل بازار گرایش دارد (۱۴). نقش مولده‌ی بخش خانگی و بخش‌های هم‌پیوند اکثرأ نادیده گرفته می‌شود. کسانی که نسبت به سهمی که بازارها می‌توانند در رابطه با یک اقتصاد سوسیالیستی داشته باشند، بدبین اند، دغدغه‌ی این را دارند که اگر تصمیم‌گیری از طریق بازارها غیرمتمرکز صورت بگیرد، در آن صورت شرکت‌های دولتی و تعاونی‌های کارگری، در مدت زمان کوتاهی، درست همانند شرکت‌های سرمایه‌داری رفتار خواهند کرد، و منافع این بار به جیب کارفرماهای شرکت‌های دولتی و اعضاء تعاونی‌های کارگری خواهد رفت، امری که خسارتی که به سیاره‌ی ما و افراد بشر می‌زنند، قابل مقایسه است. با این امر توافق دارم که به نقش بازارها باید با احتیاط برخورد کرد. اما مساله‌ی اساسی را نه بازارها که ساختار حقوق

مالکیت موجب می‌شود. سوسیالیست‌ها حق دارند که می‌گویند زندگی بهتر اکثریت مردم بر سیاره ما نیازمند دگرگونی اساسی در حقوق مالکیت است. اما سنت سوسیالیستی تأکید اصلی را بر انتقال ابزار تولید از شرکت‌های خصوصی به مالکیت دولتی یا تعاونی‌های کارگری گذاشته است، و با این کار نتوانسته است توجه کافی به این حقیقت داشته باشد که همه‌ی این سه نوع مالکیت وجه تشابه مهمی با یک دیگر دارند: آن‌ها همه شکل‌هایی از مالکیت گروهی اند. (۱۵)

بی‌تردید مالکیت خصوصی بر ابزار تولید می‌تواند حق مالکیتی باشد که یک فرد دارد، اما این حق، همان حقوق گروهی است که بر بخش خصوصی حاکم است، امری که بیش‌تر دغدغه‌ی فکری سوسیالیست‌هاست تا دکان‌داران جزء. یک تعاونی کارگری به طرز مشخصی شکلی از مالکیت گروهی است - تفاوت در این است که حقوق گروهی را مستخدمان بیش‌تر رعایت می‌کنند تا سهام‌داران. هر دو نوع مالکیت، حق محروم کردن دیگران از بهره‌وری از آنچه در مالکیت این گروه‌هاست را به آن‌ها می‌دهد. افزون بر این، مالکیت دارایی یک شرکت دولتی هم همین حق محروم کردن دیگران از بهره‌وری از این دارایی را به شرکت دولتی می‌دهد. شهروندان منفرد حقوق فردی مستقیمی جهت استفاده از ابزار تولیدی را ندارند که شرکت دولتی مالک آنست. اما این حق شهروندان منفرد است که از دارایی عمومی استفاده کنند - مثلاً سرزمین مشترک، پارک‌ها و میدان‌های عمومی، خیابان‌های شهر و کتابخانه‌های عمومی. حق دارایی مشترک حق شامل شدن است و نه شامل نشدن. در حالی که حق دارایی جمعی، خواه از آن سهام‌داران باشد، یا تعاونی‌ها یا شرکت دولتی، حق شامل نشدن است (۱۶). دارایی عمومی هر چه بیش‌تر مورد تهدید است و استفاده از حقوق مشترک در سراسر جهان در دست معدودی متمرکز می‌شود.

وقتی پیرامون چگونگی سازماندهی یک اقتصاد سوسیالیستی چاره‌اندیشی می‌کنیم، توجه کافی به توازن بین حقوق مالکیت مشترک افراد، حقوق مالکیت فردی افراد و حقوق مالکیت مشترک شرکت‌های دولتی و تعاونی‌های کارگری نکرده‌ایم. همین‌طور هم توجه به شیوه‌هایی نشده است که در آن تأثیر مزادها بدین معنی است که همه‌ی سه نوع حقوق مالکیت لازم است تا هدف ارتقاء خیر همگانی به شیوه‌های گوناگونی محدود و اصلاح شود. درس تجربه‌ی رژیم‌های احزاب کمونست قرن بیستم به یقین این است که پایه و اساس یک سوسیالیسم دموکراتیک باید تصریح و حفظ دقیق حقوق باشد، هم حقوق فردی و هم جمعی. و توازن باید قویاً به سمت حقوق فردی اعضاء خانواده در بهره‌مندی از دارایی عمومی میل داشته باشد. یک اقتصاد سوسیالیستی باید بر اساس دارایی عمومی بنیان گذاشته شود، یعنی بر حقوق افراد، بدین ترتیب که افراد نباید از استفاده از منابع تعیین شده محروم باشند. گسترش این حق، به معنای محروم نبودن در استفاده از همه‌ی منابع است. تولید کلان کالاها و خدمات فراوان فقط در صورتی به گونه‌ی مؤثر عملی است که گروه‌های معینی از مردم حتماً حق انحصاری استفاده از ابزار تولید معینی را برای مدت در اختیار داشته باشند - تعاونی‌های کارگری، شرکت دولتی. افزون بر این، اگر افراد و گروه‌های کوچک بر آن باشند که وقت و انرژی خود را در خلق چیز جدیدی سرمایه‌گذاری کنند، لازم است بتوانند دیگر افراد را از شمول استفاده از ابزار و محوطه‌ی [کاری] خود کنار بگذارند تا بتوانند کار در حال پیشرفت خود را تضمین کنند. (به خاطر بیاورید وقتی که نبوده‌اید و شخص دیگری از کمپیوتر شما استفاده کرده و وقتی باز می‌گردید می‌بینید که برخی از فایل‌های مهم‌تان پاک شده است؟) بنابر این از مالکیت فردی کسب‌های کوچک که تابع مقررات دموکراتیک باشند، باید به مثابه منبع خلاق ابتکار و تنوع استقبال کرد.

حق محروم نبودن اعضاء همه‌ی خانواده‌ها - به لحاظ حقوق فردی - از خدمات عمومی اساسی، هم‌چون تحصیل و خدمات درمانی که به طور رایگان در محل مورد نیاز در اختیار گذاشته می‌شود را باید به موثرترین وجه تقویت کرد. و همین‌طور است حق هر فرد به درآمدی پایه‌ای (۱۷)، مبلغ پولی که افراد با آن بتوانند نیازمندی‌های اولیه‌ی خود را جهت حفظ سطح مناسبی از مصرف بر آورند. (در خصوص بخش‌های ما، این امر معنی تقویت حقوق مالکیت عمومی بخش خانگی است.) به مردم، ارائه "سبد خرید" کالاهای استاندارد به طور رایگان بی‌معناست زیرا افراد گوناگون دارای سلیقه‌های متفاوت اند. برای این‌که مردم بتوانند به نیازهای مشخص فردی خود پاسخ دهند، مفیدتر آن است که درآمدی پایه‌ای به صورت پول در اختیار داشته باشند و بتوانند مجموعه‌ی کالاهای دلخواه خود را بخرند، کالاهایی که قوانینی بر آن‌ها جاری است که مورد توافق بوده و محدودکننده یا قدغن‌کننده‌ی خرید و فروش کالاهایی است که به کرامت و صداقت سوژه‌ی انسانی تعدی می‌کند (چون خدمات جنسی و بخش‌های بدن انسان). در حقیقت، آن‌ها [افراد] ممکن است بخواهند ابزار تولیدی را بخرند و کسب کوچکی را به عنوان مسیری جهت رفع نیازهای خود راه‌اندازی کنند.

حق مالکیت عمومی که نباید انحصاری شود، حقی بی‌چون و چرا نیست. مثلاً برای حفظ محیط زیست، اغلب ضروری است دسترسی به فضا را سهمیه‌بندی کرد (محدودیت استفاده از ماشین شخصی در خیابان‌های شهر، محل‌های پارک عمومی که برای فعالیت‌های گوناگون ذخیره می‌شود). افزون بر این، حق داشتن درآمد پایه‌ای باید مشروط به تعهد پذیرش وظائف شهروندی معینی باشد که به صورت رایگان و نیمه وقت انجام می‌گیرد، وظایفی چون خدمات هیات منصفه و مشارکت در انجمن‌های جماعتی تعیین شده، به طور مثال، برای مراقبت در جماعت از کسانی که نیاز به مراقبت دارند. یا رسیدگی به باغ‌های جماعت، یا اداره‌ی باشگاه‌های جوانان.

بدیهی است که مردم می‌توانند از درآمد پایه‌ای خود برای حمایت از مشارکت‌شان در هر انجمن دیگری که بخواهند، استفاده کنند، به شرطی که وظائف‌شان را انجام داده باشند. این امر بنیاد حقوق مالکیت عمومی (و وظائف) بخش خانگی و بخش هم‌پیوند را تقویت می‌کند، و در کاهش نابرابری جنسیتی بسیار مؤثر است و به طور اساسی بازار کار را دگرگون می‌کند. این به معنی آن است که پول نمی‌تواند به نیروی کار فرمان براند. شرکت‌ها، خواه دولتی، خصوصی یا تعاونی لازم است مردم را به کار از طریق ارائه‌ی پاداش‌هایی که در بخش‌های خانگی و هم‌پیوند قابل دسترس نیست، جذب کنند - پاداش‌هایی چون درآمد بالاتر و فرصت‌هایی برای مشارکت در حوزه‌ی دامنه‌دارتر فعالیت‌ها به شیوه‌هایی که استعداد‌های‌شان را بسط و گسترش دهد و نه این‌که مختل سازد.

حق بهره‌وری از مالکیت عمومی لازم است هم در سطح ملی و هم در سطح بین‌المللی به وجود آید و پایه‌اش بر حقوق موجود در قوانین ملی و بین‌المللی گذاشته شود. اعلامیه حقوق بشر و ابزار حقوق بشری مرتبط با آن هم‌چون پیمان حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شبکه‌ی فراگیری را فراهم می‌آورد که ضروری است تقویت شود و به آن اهمیت بیش‌تری داده شود. مخصوصاً رابطه‌ی بین حقوق بشر و حقوق مالکیت لازم است روشن شود. درک این قضیه مشکل است که بدون بسط اساسی مالکیت جمعی بر دارایی مشترک، بتوان حقوق فردی ناشی از محروم نشدن از مالکیت عمومی را گسترش داد. مالکیت خصوصی اساسی بر دارایی مشترک، ظرفیت دولت برای بالا بردن درآمد جهت فراهم‌سازی خدمات و درآمد پایه‌ای را از میان می‌برد، به این خاطر که از لابی قدرت‌مند برای پایین نگه داشتن مالیات‌ها حمایت می‌کند و ارزش‌های تجاری را تداوم می‌بخشد که احترام به مالکیت عمومی را از بین می‌برد.

یک مساله‌ی مهم و دشوار عبارت است از این پرسش که چه کسی باید حق بهره‌وری از مالکیت عمومی مشخص سرزمینی برخوردار باشد. اگر هدف سوسیالیسم ایجاد عدالت اقتصادی است، در آن صورت چنین امری یقیناً باید در محدوده‌ی ملی بسط و گسترش یابد. بنابراین چرا نباید حقوق مالکیت عمومی را به هر کسی که می‌خواهد اقدام کند و از آن‌ها بهره‌ور شود، گسترش داد؟ مساله این است که تقویت و اداره‌ی یک اقتصاد سوسیالیستی لازمه‌اش مجموعه‌ی شکل‌های حکومتی است که به گونه‌ی دموکراتیک انتخاب شده و مبتنی بر سرزمین و خطه است. باز کردن مرزها به ناگهان به روی کشورهایی که می‌توانند سطح بالاتری از درآمد را در اختیار بگذارند، می‌تواند سیل بلاواسطه‌ی مهاجرانی را به وجود آورد که ثبات جامعه را برهم زند. یک فرآیند مرحله‌بندی شده کاهش تدریجی کنترل مهاجران از دیگر کشورهای سوسیالیستی همراه با بسط گسترده کمک‌های مالی از کشورهای غنی به فقیر و فراگشت‌های جدی تقویت فرهنگ سوسیالیستی فرای مرزهای بین‌المللی، و تعمیق هم‌آهنگ‌سازی بین دولت‌ها، به نظر می‌رسد دوام بیش‌تری داشته باشد.

سناریویی که من ترسیم می‌کنم در برگیرنده‌ی بازارهایی نیست که در آن کالا و خدمات را می‌آورند و می‌فروشند، یا بازارهایی که در آن نیروی کار خرید و فروش می‌شود- بنا بر این چه چیز باید جلوی مالکیت رسته‌ای را بگیرد که متعلق به دارایی جمع است، مالکیتی چون شرکت‌های عمومی و تعاونی‌های کارگری که نتوانند همانند شرکت‌های دولتی عمل کنند و تلاش کنند زندگی را هر چه بیش‌تر کالایی سازند و هر چه بیش‌تر پول به دست آورند؟ بدون جواب‌گویی اجتماعی گسترده‌تر خارج از محدوده‌ی شرکت، چنین شرکت‌هایی آزاد خواهند بود همانند سرمایه‌داران عمل کنند تا بدان حد که بتوانند درآمد افزوده را نگه‌دارند و توزیع کنند، یا بتوانند پول نقد خود را دوباره در فعالیت‌های جدیدی سرمایه‌گذاری کنند. معیارهای موفقیت هم‌چنان

در چارچوب کسب پول باقی می‌ماند و رفع نیازهای بشری فقط از طریق واسطه قرار گرفتن خرید و فروش صورت می‌گیرد.

یک کنترل مهم بر تجارت پیشگی عبارت خواهد بود از ممنوعیت حقوق مالکیت رسته‌ای در بازار به طوری که شرکت‌ها از طریق فرایند خرید و فروش سهام نتوانند به وجود آیند یا واگذار شوند. اما برای این که بتوان گردش سرمایه را به طور کامل قطع کرد، یک فرایند کنترل اجتماعی در لحظه‌های تغییر ناگهانی ضرورت پیدا می‌کند، به طوری که فعالیت شرکت باید تحت معیارهای اجتماعی معینی صورت گیرد، آن هم پیش از این که کالا و خدمات را بتوان خرید و فروخت، یا درآمد افزوده را حفظ و دوباره سرمایه‌گذاری کرد یا وامی را گرفت. در این سناریو، همه‌ی شرکت‌هایی که ترسیم کرده‌ام (خصوصی، تعاونی و دولتی) در خصوص سرمایه‌گذاری، تولید و تصمیمات مالی که می‌گیرند مسئول و پاسخ‌گو اند- اما به منظور عملی ساختن تصمیماتی که گرفته‌اند، باید نشان دهند که کاملاً با معیارهای اجتماعی توافق دارند، آن گونه که از طریق فرایندهای دموکراتیک پیرامون مسایلی چون ایجاد فرصت‌های برابر، افشای اطلاعات، حفظ محیط زیست، سلامت و امنیت در محل کار، حمایت از مصرف‌کننده و حق کارگر به داشتن اتحادیه تعیین شده است (۱۸). شرکت‌ها به جای این که به فعالیت خود ادامه دهند - در صورتی که هیات بازرسان مربوطه از سوی دولت دستور قطع تجارت به آن‌ها ندهد - پیش از این که بتوانند تجارت کنند، باید به طور کامل با استانداردهای اجتماعی تمکین کنند. این امر، در عمل، بدین معنی است که حقوق رسته‌ای، خواه خصوصی خواه تعاونی یا در مالکیت عمومی، مشروط خواهد بود، در این معنا که آزادی در اختیار گرفتن و سرمایه‌گذاری [سرمایه] افزوده به ارزیابی اجتماعی قانع‌کننده‌ی مجموعه استانداردهایی بستگی دارد که به طرز دموکراتیک مورد توافق قرار گرفته باشد. کنترل اجتماعی جلوی جریان مالی را

می‌گیرد و پست‌های بازرسی به وجود می‌آورد. شاید مهم‌ترین پست‌های بازرسی مربوط به برنامه‌های شرکت‌ها جهت وام گرفتن و سرمایه‌گذاری باشد، که لازمه‌اش ارزیابی اجتماعی و مالی از طریق نهادهای مالی است که از طریق مردم کنترل می‌شوند، اما ممکن است لازم باشد شرکت‌ها گواهی‌نامه عمل‌کرد اجتماعی قانع‌کننده‌ای ارائه دهند تا بتوانند کالا و خدمات خریداری کنند و نیروی کار استخدام کنند. این معیار را می‌توان چه در مورد تجارت بین‌المللی و چه در خصوص تجارت در یک کشور به کار برد. بدین ترتیب شرکت‌هایی که می‌خواهند از کشوری کالا وارد کنند، ممکن است لازم باشد ثابت کنند این کالاها تحت شرایط استانداردهای اجتماعی مورد توافق تولید شده‌اند. کشورها می‌توانند از طریق مذاکرات بین‌المللی در راستای هم‌آهنگ کردن استانداردهای اجتماعی ارزش‌گذاری تلاش کنند. برخی استانداردهای اجتماعی (از قبیل حق پیوستن به یک اتحادیه‌ی آزاد) را باید در همه‌ی کشورها به کار برد، دیگر استانداردها ممکن است طبق سطح‌های گوناگون درآمد کشورهای مختلف متفاوت باشد. برای نمونه، عادلانه نیست که سطح دستمزد حداقل برای کشورهای غنی و کشورهای فقیر یکسان باشد.

برای اجتناب از اعتماد بیش از اندازه به دولت، فرایند ارزش‌گذاری اجتماعی باید هم‌بخش هم‌پیوند و هم‌هیات بازرسان را شامل شود. در حالی که هیات بازرسان دولت مسئول گواهی دادن و تعقیب قانون‌شکنان است، انجمن‌های متعهد به عدالت اجتماعی (اتحادیه‌های کارگری، گروه‌های مصرف‌کننده، گروه‌های طرفدار محیط زیست، گروه‌های طرفدار حقوق زنان و غیره) در انجام بررسی و تحقیقات نقش اساسی ایفا می‌کنند، کمبودها را در رسانه‌های هم‌پیوند منتشر می‌کنند، در مذاکره با شرکت‌ها یا در فرایندهای حقوقی، شاکیان را نمایندگی می‌کنند و راهنمایی‌هایی در خصوص این که شرکت‌ها چگونه می‌توانند پیشرفت داشته باشند، در اختیارشان می‌گذارند.

برای حمایت از انجمن‌ها در انجام این کار، درآمدهایی که از طریق مالیات حاصل شده، در اختیارشان گذاشته می‌شود. این امر می‌تواند سیستم مقررات مشارکتی باشد که در آن شهروندان می‌توانند نه فقط در فرایند تعیین استانداردها، بلکه در فرآیند به اجرا در آوردن آن‌ها نیز مشارکت داشته باشند. در این روند، حق داشتن اطلاعات جنبه‌ی اساسی دارد.

در چنین اقتصادی، توزیع مازاد به ساختار قیمت‌ها بستگی دارد. بنابر این، نوعی کنترل اجتماعی فرایند شکل‌گیری قیمت‌ها مورد پیدا می‌کند. می‌توان وجود یک کمیسیون قیمت‌گذاری را تصور کرد که مستقیماً قیمت‌های شمار محدودی از کالاهای اساسی، به خصوص قیمت خدمات رفاهی، (گاز، برق، ارتباطات راه دور و غیره) را تعیین می‌کند. در خصوص دیگر قیمت‌ها، کمیسیون قیمت‌گذاری قدرت حسابرسی و تنظیم شکل‌گیری قیمت‌ها، یعنی واداشتن شرکت‌های اصلی که شکل دهنده‌ی قیمت‌ها هستند به افشاگری و تغییر قیمت‌ها و فرآیندهای شکل‌گیری قیمت‌ها، در جایی که با استانداردهای اجتماعی در انطباق نیست. بخش هم‌پیوند نقش عمده‌ای در بررسی و انتشار خط‌مشی‌های مربوط به قیمت‌ها ایفا می‌کند و برای کمیسیون قیمت‌گذاری مواردی را جهت اقدام ارائه می‌دهد. (۱۹)

ممکن است ایراد گرفته شود که کنترل اجتماعی جریان رقابت را مختل یا کند می‌کند و به بهره‌وری زیان می‌رساند. اما دگرگونی سریع و رقابت لجام‌گسیخته نیز هزینه دارد و منافع فرضی آن به لحاظ افزایش بهره‌وری نیز اغلب تخیلی است. نظام حسابرسی ما طوری تنظیم شده است که جلوی افزایش فروش را می‌گیرد، اما جلوی خسارات انسانی را نمی‌گیرد که غالباً با رشد اقتصادی سریع همراه است - از دست دادن وقت آزاد، کاهش سلامتی و نیرو و تقلیل ارزش‌های تدارکاتی. اگر رویکرد قانع

کننده‌ای هم به پی‌آمدهای اجتماعی داشته باشیم و هم به پی‌آمدهای اقتصادی، در آن صورت یک اقتصاد کم سرعت‌تر و کم تب و تاب‌تر را مفید خواهیم یافت.

برای اینکه بازارها را واقعاً در مناسبات اجتماعی مساوات‌طلبانه قرار دهیم، لازم‌هاش بسط و تعمیق حلقه‌های ارتباطی و ایجاد تعهد برای شرکت‌ها و انجمن‌ها به منظور مشارکت در اطلاعات و ارتقاء دیالوگ است، به طوری که تصمیماتی که شرکت‌ها و اعضای خانواده‌ها گرفته‌اند کمتر جدا از هم و بیش‌تر روحیه‌ی عمومی پیدا کند. انجمن‌های دگرگون‌ساز در این‌جا نقش شتاب‌دهنده ایفا می‌کنند و میانجی بین شرکت‌ها و خانواده‌ها بوده، خریداران و فروشندگان را به هم مرتبط می‌سازند تا آماج‌های اجتماعی مشترکی را پی بگیرند، آماج‌هایی که از نفع بلاواسطه و محدود بهترین داد و ستد در معامله‌ی بعدی فراتر می‌رود. فن‌آوری اطلاعات جدید می‌تواند در این‌جا نقش ایفا کند، بدین طریق که گفتگو را در طی زمان و پهنه‌ی مکان تسهیل کند. گسترش فرهنگی اهمیت دارد که در آن دولت به انجمن‌های دگرگون‌کننده که به ساختمان سوسیالیسم یاری می‌رسانند، در عین احترام به خود مختاری‌شان، کمک مالی اعطا کند.

چارچوب اقتصاد کلان جهت اقتصادی که برطبق چنین خطوطی سازمان داده می‌شود، لازم‌هاش این است که به همت بخش عمومی و بخش هم‌پیوند و هم‌چنین کمیسیون برنامه‌ریزی به وجود آید که به شیوه‌ی دموکراتیک انتخاب شده و پاسخگو باشند. این چارچوب نقش تولیدی بخش‌های خانگی، هم‌پیوند، و همین‌طور بخش دولتی و تعاونی را به رسمیت می‌شناسد، سطح‌های گوناگون مالیات و مخارج عمومی، (در مورد فعالیت‌های دولت، خدمات عمومی رایگان، دریافتی‌ها و درآمد پایه‌ای)، سنجه‌های مالی، چون نرخ تورم، نرخ سود یا نرخ مبادله‌ی خارجی و سنجه‌هایی جهت رشد انسانی و حفاظت از محیط زیست را تعیین می‌کند. پروژه‌های اساسی، سرمایه

گذاری کلان و جدید را باید از مرکز هم‌آهنگ و طرح‌ریزی کرد و شاخص‌های اجتماعی و مالی را مورد استفاده قرار داد. اعضاء کمیسیون برنامه‌ریزی شامل نمایندگان منتخبی از هیات مقننه و نمایندگان شرکت عمومی و بخش تعاونی، بخش خدمات عمومی، بخش کاسب‌های خُرد، بخش هم‌پیوند و بخش خانگی می‌شود. از همه مهم‌تر این‌که نظام مالی باید مستقیماً تحت کنترل مرکزی کمیسیون برنامه‌ریز باشد. این کمیسیون باید اختیار قرض دادن و قرض گرفتن طبق استانداردهای اجتماعی را داشته باشد. بازارهای عمده‌ای که لازم است ملغا شوند، بازارهایی است که تحت کنترل رسته‌ای و مشتق‌های [پولی] و حامیان اصلی قدرت انحصاری و ریشه‌های بی ثباتی اقتصادی اند. این‌ها بازارهایی هستند که هم اکنون به طور گسترده از طرف گرایش‌های مختلف نظری در سراسر جهان مورد نقد قرار دارند. چالش این است که بر مبنای این نقد توازن قدرت بین سرمایه‌ی مالی و مردم عادی ای که زندگی‌شان دچار نابسامانی و حتی نابودی است را به طرز قاطعانه‌ای دگرگون کرد، مردمی که علت نابسامانی و حتی نابودی زندگی‌شان پول است، پولی که عملکردش به دست آوردن باز هم پول بیش‌تر است.

با انجام چنین کاری دیدگاه‌های بدیل آینده اهمیت پیدا می‌کند. اما پس از شکست‌ها و از آن بدتر فجایع قرن بیستم، ایجاد دیدگاه‌های غیر اقتدارگرا که پایه‌اش بر حقوق فردی و تصمیم‌گیری‌های غیرمتمرکزی گذاشته شده باشد که دارای حفظ تراز علیه قدرت رسته‌ای متمرکز، از همه نوع آن باشد. بازارها، در صورتی که دگرگون شوند و پایه در مناسبات اجتماعی و مساوات‌طلبانه داشته باشند، برای چنین دیدگاهی حیاتی اند و از خودمختاری خانواده‌ها و انجمن‌ها حمایت می‌کنند. دید من نه یک "جامعه‌ی بازاری" و نه یک "جامعه‌ی بوروکراتیک" (۳۰) بلکه جامعه‌ای است که در آن مؤسسات دولتی پاسخگو و مسئول اند و بازارها را به گونه‌ای پایه‌ریزی می‌-

کنند که فرصت بسیار بیش‌تری برای خانواده‌ها و انجمن‌ها با هدف شکوفایی به وجود آورند- این یقیناً بهترین وضعیت برای شکوفایی مجله سوسیالیست رجیستر نیز هست. در این دیدگاه قضایای بیش‌تری وجود دارد که نیاز به تکوین دارند. هدف من نه به دست دادن نقشه، بلکه بیش‌تر ارائه‌ی مجموعه اصول یا رهنمود بود. می‌خواستیم از بحث سترون بازار در مقابل برنامه فراتر روم و پیشنهاد کنیم که ما به دیدگاه اقتصاد سوسیالیستی نیاز داریم، اقتصادی که مبتنی بر زمینه‌ی حقوق فردی پر توانی باشد که از دارایی عمومی و حقوق جمعی [ناظر] بر مالکیت رسته‌ای بهره‌ور شود، اقتصادی که این امر را به رسمیت بشناسد که خانواده‌ها و انجمن‌ها بخشی از اقتصاد اند، اقتصادی که ظرفیت فرهنگی اقتصادها، ارزش‌ها و هنجارهایی را درک کند که فعالیت‌های اقتصادی پیونددهنده‌ی بین آن به شمار می‌رود، و نقش مفیدی که بازارهای سوسیالیستی- بازارهایی که پایه در مناسبات مساوات‌طلبانه اجتماعی دارند- می‌توانند در تسهیل تصمیم‌گیری‌های غیرمتمرکز و جهان‌شمول نقش ایفا می‌کنند و ما را از قالب یک‌سویهی اقتصاد ملی که دولت سازمان‌دهنده‌ی آن است، رها سازند. پیرامون این‌که چگونه از این‌جا میتوان به آن هدف دست می‌یابیم، زیاد چیزی نگفته‌ام- آرمان‌شهرسازان به ندرت چنین می‌کنند. اما یک آرمان‌شهر ضروری، موظف است، دست کم، به پاره‌ای از شیوه‌هایی اشاره کند که از طریق آن‌ها می‌توان پیوندی را در بین جنبش‌های مقاومت علیه سرمایه‌داری به وجود آورد، جنبش‌هایی که بدیل‌ها را خلق می‌کنند و در ساختارهای سرمایه‌داری شکاف و ترک ایجاد می‌کنند. اجازه می‌خواهم سه شیوه را پیشنهاد کنم. نخستین عبارت است از تقویت جنبش‌هایی که خواهان پاسخ‌گویی بیش‌تر در خصوص استفاده از قدرت اقتصادی اند، هم پاسخ‌گویی از قدرت دولت‌ها و هم اغلب پاسخ‌گویی از قدرت بیش‌تر شرکت‌های تجاری خصوصی. اسم رمز عبارت است از دموکراتیزه کردن اقتصاد تا لیبرالیزه کردن آن. دومین نکته

عبارت است از تقویت جنبش‌هایی که در پی یافتن راه‌های گوناگون دگرگون‌سازی بازارها هستند و پایه گذاشتن آن‌ها بر مناسبات مساوات‌طلبانه از طریق کارفرمایی اجتماعی و ایجاد و هدایت استانداردهای اجتماعی. سومین نکته عبارت است از ایجاد رابطه‌ای برای تحقق حقوق بشر، حق بهره‌وری از دارایی عمومی و اعمال حقوق جمعی بر دارایی رسته‌ای (۲۱). با وجودی که سوسیالیسم امروزه ممکن است جنبه‌ی حاشیه پیدا کرده باشد، آرمان‌های دموکراسی و حقوق بشر از حمایت گسترده برخوردار است. باید نشان دهیم که تحقق کامل دموکراسی و حقوق بشر، همچنان به دگرگونی اقتصادی وابسته است و در عین حال توضیح دهیم که منظور ما انتقال به اقتصادی کم سرعت‌تر، انسانی‌تر، مناسب‌تر و در برگیرنده‌تر است- اقتصادی که در این رابطه واقعاً آرمان‌های سوسیالیسم را تجسم بخشد.

پانویس ها :

- ۱ - برای بحث بیش‌تر نگاه کنید به مقاله‌ی آدام تیکل تحت عنوان: "آینده‌های ناپایدار: کنترل و ایجاد مخاطره در پول بین‌المللی" و مقاله‌ی والی سکمب تحت عنوان: "تناقضات سرمایه‌داری سهام-داری: کم کردن اندازه، مشاغل، فهرست کردن پس‌اندازها، بی‌ثبات کردن خانواده‌ها" هم در مجله‌ی سوسیالیست رجیستر ۱۹۹۹ لندن و هم در مرلین سال ۱۹۹۹.
- ۲ - این نکته در شماری از نوشته‌های اقتصادی فمینیستی تأکید شده است. نگاه کنید به نوشته مورین مکینتاش تحت عنوان: "بازارهای انتزاعی و نیازهای واقعی" در کتاب هنری برنشتاین و دیگران تحت عنوان: "مساله‌ی تغذیه: سود در مقابل مردم" لندن، ارتسکان، سال ۱۹۹۰، و همین‌طور به مقاله‌ی "دیالوگ: بازکاوی بازارها، بازکاوی جنس" در مجله اقتصاد فمینیستی، جلد دوم شماره اول، بهار سال ۱۹۹۶، مخصوصاً نگاه کنید به نوشته‌های لین دوگان و جنیفر المستر (صص ۸۶ - ۱۱۳).
- ۳ - نگاه کنید به مقاله دیانه السون تحت عنوان: "سوسیالیسم بازار یا سوسیالیزه کردن بازار" در مجله مانتلی رویو شماره ۱۷۲ نوامبر و دسامبر سال ۱۹۹۸ صص ۳ تا ۴۴.
- ۴ - این‌ها می‌تواند محلی باشد، از قبیل سیستم‌های تجاری مبادله محلی و دیگر سیستم‌های پولی جماعتی (برای شرح مختصر نگاه کنید به مقاله سوزان میکر لاوری تحت عنوان: "پول جماعتی: ظرفیت پول محلی" در کتاب "مدرکی علیه اقتصاد جهانی" مولفین آن جری مندر و ادوارد گلداسمیت اند، سانفرانسیسکو، کتابفروشی باشگاه سیرا، سال ۱۹۹۶. یا در سطح بین‌المللی نگاه کنید به برنامه‌های نهاد "تجارت عادلانه" که تولیدکنندگان روستایی چون تولیدکنندگان قهوه و کاکائو را با مصرف‌کنندگان اروپایی مرتبط می‌سازد (نگاه کنید به اثر بارات بران تحت عنوان: "تجارت عادلانه" لندن، کتابفروشی ضد، سال ۱۹۹۳).
- ۵ - نگاه کنید، مثلاً، و مخصوصاً به مجله اقتصاد فمینیستی جلد دوم، شماره سوم، سال ۱۹۹۶ و مقاله دیانه السون تحت عنوان: "اقتصاد، سیاست و خانواده، مشاغل: دولت‌ها و خانواده‌ها در سازماندهی تولید" در مجله "اقتصاد سیاسی جدید"، جلد سوم، شماره دوم، سال ۱۹۹۸، صص ۸۹ - ۲۰۸.
- ۶ - مقاله جین هم‌فریز تحت عنوان: "خانواده‌های اقتصادی معقول؟ اقتصاد، خانواده و اقتصاد". در نوشته جورجینا وای آن تحت عنوان: "به سوی اقتصاد سیاسی جنسیتی"، لندن، مکمیلان، در دست چاپ.

- ۷ - این اصطلاح را آماریتا سن بسیار مورد استفاده قرار داده است: نگاه کنید به نوشته‌ی او تحت عنوان: "جنسیت و چالش‌های تعاونی" در تألیف ایرنه تینکر تحت عنوان: "نابرابری‌های پابرجا" لندن، مطبوعات دانشگاه آکسفورد، سال ۱۹۹۰.
- ۸ - یک نمونه خوب عبارت است از تجارت مشابه، که در لندن در سال ۱۹۸۵ به وجود آمد که پیوندهای تجارت عادلانه بین مصرف‌کنندگان اروپایی و تعاونی‌های تولیدکنندگان خُرد قهوه و کاکائو در آفریقا و امریکای لاتین برقرار می‌کند.
- ۹ - درخصوص بحث پیرامون چنین انجمن‌هایی نگاه کنید به نوشته سوزان میکر لوری تحت عنوان "پول جماعتی - ظرفیت پول محلی" در تألیف ماندر و گلداسمیت: "مدرکی علیه اقتصاد جهانی".
- ۱۰ - برای بحث بیش‌تر در باره این مساله، نگاه کنید به نوشته‌ی اینگه کال، ایزابل گرون برگ و مارک استرن تحت عنوان: "کالاهای عمومی جهانی"، لندن، مطبوعات دانشگاه آکسفورد، سال ۱۹۹۹.
- ۱۱ - این موضوع را نانسی فولبر در اثر خود تحت عنوان: "چه کسی برای بچه‌ها پول پرداخت می‌کند؟"، لندن، روتلج، سال ۱۹۹۴ و جین گاردینر در اثر خود تحت عنوان: "جنسیت، مراقبت و اقتصاد"، لندن، مک‌میلان، سال ۱۹۹۷ به تفصیل بررسی کرده‌اند.
- ۱۲ - برای بحث بیش‌تر نگاه کنید به، نوشته‌ی روت لیستر تحت عنوان: "چشم‌اندازهای شهروندی - فمینیستی"، لندن، مک‌میلان، سال ۱۹۹۷.
- ۱۳ - این مسائل را باربارا هریس وایت در مقاله‌ی خود تحت عنوان: "نظام‌های مردانه و زنانه‌ی بازاریابی مفید - مسائل تحلیلی و سیاست‌گذاری برای افریقای غربی و هندوستان" در تألیف سسیل جکسن و روت پیرسن تحت عنوان: "دیدگاه‌های فمینیستی پیشرفت"، به طور عمیق بررسی کرده است. لندن، روتلج، سال ۱۹۹۸.
- ۱۴ - نگاه کنید به اثر دیوید شوایکارت، جیمز لالر، هیلل تیکین و برتل اولمن تحت عنوان: "سوسیالیسم بازار - بحث سوسیالیست‌ها"، لندن، روتلج، سال ۱۹۹۸.
- ۱۵ - این تشابه را سی، بی، مکفرسون در اثر خود تحت عنوان: "دارایی" مورد تأکید قرار داده است، آکسفورد، بزیل بلکول، سال ۱۹۷۸.
- ۱۶ - این نکته به نوشته مکفرسون تحت عنوان "دارایی" مربوط است.
- ۱۷ - در باره‌ی درآمد پایه‌ای ادبیات گسترده - ای در اختیار داریم. بخش اعظم این ادبیات به مساله‌ی انگیزه‌ها و "منفعت‌طلبی کارگران غیر مرتبط با اتحادیه‌ها" مربوط است. این ادبیات بر فرض جمعیت افراد کوتاه‌بین، فاقد اصول اخلاقی بنا شده است که ملاحظات جمعی تأثیری بر آن‌ها ندارد و ناتوان از

تدبیر راه‌های خلق اطمینان متقابل اند. بر این باورم که ما باید این مخاطره را بپذیریم و از این فرض حرکت کنیم که مردم در صورتی که شرایط مناسبی چون تقویت فضای عمومی در کار باشد، قادر به رفتاری متقابل دور اندیشان تر اند، (در مورد این نکته آخر، نگاه کنید به مقاله کولین لیز تحت عنوان: "حوزه عمومی و رسانه‌ها: تفوق بازار در مقابل دموکراسی" در مجله‌ی سوسیالیست رجیستر، لندن، مرلین، سال ۱۹۹۹)، و اعتبار بخشیدن به صدای متفاوت زنان، که پایه‌اش بر مراقبت از مردم گذاشته شده است (نگاه کنید به مقاله‌ی لوردس بنریا، تحت عنوان: "جنسیت و بنای بازارهای جهانی، مقاله‌ای که در کنفرانس زنان و پیشرفت، در دانشگاه سیتی، در نیویورک، در اکتبر سال ۱۹۹۸ ارائه شد).

۱۸ - منظور از این نوشته این نبود که همه جانبه باشد بلکه منظور این بود که روشنگر باشد. استانداردهای اجتماعی نشان‌دهنده حقوق مالکیت عمومی دیگری هم هست.

۱۹- تجربه‌ی تنظیم مقررات برای کمپانی‌های رفاهی خصوصی شده در پادشاهی انگلیس آموزه‌های مناسبی در بر دارد، باوجودی که قدرت تنظیم‌کنندگان در پادشاهی انگلیس به دلیل وجود بازار کنترل رسته‌ای بر خدمات رفاهی بسیار محدود است.

۲۰- همان‌گونه که پولانی گفته است "پایان جامعه مبتنی بر بازار به‌هیچ‌وجه به معنی عدم وجود بازار نیست". "دگرگونی بزرگ" نوشته: کارل پولانی. بوستن، مطبوعات بی کن، سال ۱۹۵۷، ص ۲۵۲.

۲۱ - یک موضوع مخصوصاً با اهمیت عبارت است از بررسی راه‌های گوناگونی که حقوق جمعی بر دارایی رسته‌ای را می‌توان اعمال کرد. در این مورد من فقط به شرکت‌های دولتی و تعاونی‌های کارگری اشاره کرده‌ام. اما ساختارهای مدیریت کارگری گوناگونی می‌تواند وجود داشته باشد که پاره‌ای می‌توانند از پاره‌ای دیگر بیش‌تر منشاء پاسخگویی اجتماعی باشند.

فردی خود پاسخ دهند، یا بی اثر و یا بی نهایت پر هزینه است، و با این وجود جدایی اجتماعی تحمیل شده از طرف بازارها، هیچ نهادی را برای تسهیل بازتاب جمعی تصمیمات قبل از تصمیم‌گیری‌های فردی فراهم نمی‌کند. (ص 20)

پاسخ السون حفظ بازارها اما قرار دادن آن‌ها در مجموعه‌ای از نهادهاست که وقوع چنین بازتاب جمعی را ممکن سازد. بنابراین "فرآیند شکل‌گیری قیمت باید یک فرآیند عمومی باشد، نه این که به وسیله شرکت‌ها کنترل گردد؛ و اطلاعات باید مورد تبادل قرار گیرد، همراه با اعتماد، ارتباط متقابل و حسن نیت که محدوده‌های عملکرد بازار را تعیین می‌کنند نه این که خود تابع بازار باشند" (ص 27). او درک خود از بازارهای سوسیالیستی را چنین تعریف می‌کند: "یک بازار سوسیالیزه، بازاری است که در آن، بازار به وسیله شکل‌های عمومی ساخته می‌شود... هم‌چنین بازاری است که در آن "دست‌دادن‌های نامریی" تفاهم و ارتباط متقابل، که اقتصادهای بازار ساختن آن‌ها را دست کم تا حدودی ضروری یافته‌اند، در شبکه‌های اطلاعاتی عمومی ایجاد می‌گردند که در دسترسی آزاد قرار دارند نه در "حلقه‌های جادویی" یا "کلپ‌های نجیب‌زادگان" که "غریبه‌ها" را در آن‌ها راهی نیست." (ص 32)

مدل السون را تا جایی که به موضوع این مقاله برمی‌گردد، می‌توان بدین ترتیب خلاصه کرد. اولاً، شرکت‌هایی با مدیریت کارگری در "بازارهای سوسیالیزه" بر اساس درآمد خودشان فعالیت می‌کنند. حقوق مالکیت، افزون بر حقوق استفاده، در اختیار یک "تنظیم‌کننده شرکت‌های عمومی" است، که مسئول تخصیص دارایی‌های عمومی به شرکت‌های جدید و بازسازی شرکت‌های غیرسودآور موجود است. دوماً، مراکز عمومی - "سازندگان بازار" یا "کمیسیون‌های قیمت و دستمزد" - "هنجارهای قیمت و دستمزد" را با ثبت قیمت‌ها و دستمزدهای واقعی مورد توافق در بازارهای محصول و کار، ایجاد می‌نمایند. این مراکز گاهی گرایش‌ها را با تغییر هنجارها قبل از وقوع در

فصل چهارم

نگاهی به مدل دیانه السون

از سوسیالیزه کردن بازار

پات دوین

السون (1988) با سوسیالیست‌های بازار از این جهت متفاوت است که بازارها را به عنوان نهادهای اجتماعی می‌شناسد که کارکردهای‌شان بر رفتارهای خریداران و فروشندگان اثر می‌گذارد. بنابراین او در باره‌ی سوسیالیست‌های بازار و دیگران، که بر سیاست‌های مالیاتی و پولی متکی‌اند، تا بر رفتار بازار تاثیر بگذارند، می‌نویسد:

"دخالت در بازارها، پارامترهای جاری (قیمت‌ها، نرخ‌های سود، نرخ‌های مبادله، نرخ‌های مالیات، سطح تقاضا، غیره) را که سازندگان بازار و دیگر تصمیم‌گیرندگان با آن‌ها روبه‌رو اند، تغییر می‌دهد، اما ویژگی‌های خود فرآیند بازار را عوض نمی‌کند. به ویژه جدایی اجتماعی تصمیم‌گیرندگان را تغییر نمی‌دهد، به طوری که فشار فوق‌العاده‌ای بر هر یک وارد می‌آید تا منافع خود را با دیدی تنگ‌نظرانه تعقیب کنند، و از تغییرات ایجاد شده به وسیله مسئولان مرکزی اجتناب ورزند، یا آن‌ها را تضعیف کنند. دخالت در بازارها در صورتی که عواملی که در بازار حضور دارند تنها به نفع

قراردادهای ثبت شده، پیش‌بینی می‌کنند، اما السون تاکید می‌کند که "هنجارها نیازمند آنند که بر اساس اطلاعات از جانب خریداران و فروشندگان به طور بر هم کنش‌دار، و نه به صورت تحمیلی از جانب مرکز، تعیین گردند" (33). سوما سیستمی از شبکه‌های خریدار-فروشنده" با کارکردهای تسهیل تبادل اطلاعات موجود است که دستیابی به اطلاعات را ممکن ساخته، و کنش متقابل را ارتقا می‌دهد".

چنین شبکه‌هایی "امکان ظهور بخشی از وابستگی‌های درونی تصمیم‌گیری را قبل از گرفتن تصمیمات فراهم می‌کنند، بنابراین واحدهای جداگانه می‌توانند تصمیمات خود را به روشی عمومی‌تر اتخاذ کرده علاوه بر آثار آن‌ها بر خودشان، نتایج تصمیمات‌شان بر دیگران را نیز در نظر بگیرند... شبکه‌های خریدار - فروشنده، مبنایی برای روندهای برنامه‌ریزی اجتماعی غیرمتمرکز ایجاد خواهد کرد که در آن‌ها آثار برنامه‌های سرمایه‌گذاری واحدهای مختلف بر یک دیگر، قبل از نهایی شدن برنامه‌ها می‌تواند مورد ملاحظه قرار گیرد. ادارات چنین شبکه‌هایی می‌توانند در تعامل با مرکز برنامه‌ریزی ملی، یک استراتژی توافقی همه جانبه برای اقتصاد ملی ایجاد کنند... مطلوبیت عدم تمرکز تصمیمات درباره نوآوری و استفاده از ظرفیت به معنای آن نیست که هیچ شکلی از برنامه‌ریزی متمرکز برای کل اقتصاد لازم نیست. در واقع باید یک استراتژی کلی برای تعیین این که کدام بخش‌ها قرار است گسترش یابند و کدام‌ها باید کاهش پیدا کنند وجود داشته باشد؛ این که چه میزان باید به سرمایه‌گذاری و چه مقدار به مصرف تخصیص داده شود. (ص 34-35)

بیابید مدل السون را در رابطه با سه مقوله مشخص شده در بالا در بحث تلاش برای رفورم در برنامه‌ریزی اداری- دستوری، وضعیت مالکیت شرکت‌ها؛ جایگاه مسئولیت تصمیمات سرمایه‌گذاری و نقش تصویر شده برای برنامه‌ریزی در نظر بگیریم. اگر چه یک بخش شرکت خانگی و تعاونی وجود خواهد داشت، اما بیش‌تر شرکت‌ها تحت

مالکیت اجتماعی و مدیریت کارگری قرار دارند. آن‌ها از نظر مالی خودکفا هستند، و در یک محیط قانونا منظم و مجموعه‌ای از بازارهای سوسیالیزه عمل می‌کنند. آن‌ها مسئول استفاده از ظرفیت موجودند، و از اطلاعات به دست آمده از مشارکت‌شان در شبکه‌های مربوطه کمک می‌گیرند. بعضی کارکردهای بازار سرمایه، مانند بازسازی و تصمیم‌گیری درباره موارد جدید، همراه با تدارک مالی ضروری، به وسیله بخش تنظیم‌کننده شرکت‌های عمومی انجام می‌شود.

در رابطه با سرمایه‌گذاری، وضعیت ناروشن‌تر است. بخش تنظیم‌کننده مسئول تشکیل و تامین مالی شرکت‌های جدید است، اما آیا در مورد ورود شرکت‌های موجود به صنایع جدید هم مسئول است؟ اگر نه، منابع مالی از کجا تامین می‌شود؟ در عین حال روشن نیست که جایگاه نهایی تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری جدید در فن‌آوری موجود شرکت در کجا قرار دارد. یک امکان این است که منابع مالی چنین سرمایه‌گذاری از درون تامین شود، و بنابراین شرکت در آن مورد تصمیم می‌گیرد. بدین ترتیب افزایش قیمت نسبت به هزینه متوسط کالا در هنجارهای قیمتی که کمیسیون قیمت مربوطه تعیین کرده است" می‌تواند برای تولید افزوده بیش‌تر در صنایعی که در آن‌ها استراتژی {برنامه‌ریزی ملی} مستلزم گسترش است، و برای تولید افزوده کمتر در صنایعی که این استراتژی مستلزم انقباض است، متفاوت باشد" (ص 38). با این وجود هنجارهای قیمت، بهای واقعی نیستند. به علاوه کل افزوده در دسترس یک شرکت نه تنها بر افزایش قیمت تحقق یافته، بلکه بر میزان استفاده از ظرفیت متکی خواهد بود. اگر در نتیجه یک منبع مالی خارجی مورد نیاز باشد، قاعدتا بخش تنظیم‌کننده است که باید بر درستی (سودآوری مورد نظر؟ مفید بودن اجتماعی؟ هماهنگی با اهداف برنامه‌ریزی؟) سرمایه‌گذاری پیشنهادی نظارت کند.

نمایندگانی از مصرف‌کنندگان و جامعه محلی شرکت دارند، اما از نظر داخلی خود-مدیر هستند، یک "تنظیم‌کننده‌ی شرکت‌های عمومی"، کارکردهای بازار سرمایه را اجرا می‌کند و قیمت‌ها از طریق گفتگوی بین شرکت‌ها و "کمیسیون‌های قیمت و دستمزد" تعیین می‌کردند. بر پایه نظر السون، این تنظیم، طبیعت متخاصم روابط اجتماعی بین خریداران و فروشندگان را دگرگون می‌سازد و فرآیند شکل‌گیری قیمت را بیش‌تر به صورت اجتماعی و نه فردی جاری می‌کند. به علاوه، با آفرینش "شبکه‌های خریدار-فروشنده" و به منظور تسهیل تبادل اطلاعات و تقویت افشای اطلاعات، کارآیی سیستم بالاتر می‌رود.

J.D.Elson, 'Market Socialism or the Socialization of the Market?', NLR 172

از آن‌جا که تصمیمات سرمایه‌گذاری دارای پیوستگی درونی‌اند، پرسش اساسی در رابطه با مدل السون این است که آیا این تصمیمات بالاخره به شکل جداگانه به وسیله شرکت‌ها اتخاذ می‌شوند یا پیش‌تر با هم هماهنگ می‌گردند. از نظر من زبان و تاکید مدل السون تنها به طور واقعی با استقلال کامل شرکت در چارچوب تعیین شده به وسیله بخش تنظیم‌کننده شرکت‌های عمومی سازگاری دارد. مجتمع کمیسیون‌های قیمت و دستمزد و شبکه‌های تصویر شده ظاهراً به شکلی از برنامه‌ریزی برپایه‌ی شاخص بالغ می‌گردند که در آن تبادل اطلاعاتی که صورت می‌گیرد بر تصمیم مستقلی که هر شرکت می‌گیرد تاثیر می‌گذارد. بنابراین، "شرکت‌ها آزادند که تامین‌کنندگان و مشتریان خود را انتخاب کنند، اما روابط درونی آن‌ها با یک‌دیگر... به وسیله کمیسیون‌های قیمت و دستمزد و هماهنگ‌کنندگان شبکه برقرار می‌گردد". (ص 43) شاید این دیدگاه بر اساس مراجعات مکرر به تصمیم‌گیری واحدهای جداگانه و فقدان مراجعه واقعی به تصمیم‌گیری جمعی در هر سطحی از عدم تمرکز (مثلاً بخش، صنعت، منطقه) قرار دارد. اگر چنین باشد، بنابراین مدل السون نسبت به ضعف بنیادین برنامه‌ریزی راهنما به همان آسیب‌پذیری مدل استرین و وینتر دچار است-تصمیمات سرمایه‌گذاری در نهایت جدا از هم باقی می‌مانند و عدم قطعیت بازار تداوم می‌یابد.

... مدل پیشنهادی السون در پی "دموکراتیزه کردن بازار در چهارچوب برنامه‌ریزی استراتژیک است." او استدلال می‌کند که فرآیند بازار تنها پس از تصمیم‌گیری واحدهای منفرد است که اجازه واکنش جمعی را به ما می‌دهد، بنابراین تعقیب اهداف فردی را به بهای همکاری درازمدت ترغیب می‌کند، در نتیجه بازار باید دگرگون، یا "اجتماعی" شود. این کار توسط نهادهای کنترل و قانون‌گذاری دموکراتیک انجام می‌شود. در مدل او، شرکت‌ها تحت مالکیت عمومی‌اند، و در هیات مدیره خود،

Diane Elson



Diane Elson holds a Chair in Sociology at the University of Essex, UK and is a member of the Essex Human Rights Centre. She has acted as advisor to UNIFEM, UNDP, Oxfam, and other development agencies and is a past vice president of the International Association for Feminist Economics. She has published widely on gender and development.

Her recent publications include: *Budgeting for Women's Rights: Monitoring Government Budgets for Compliance with CEDAW*, UNIFEM, New York, 2006; "'Women's rights are human rights': campaigns and concepts," in L. Morris (ed) *Rights: Sociological Perspectives*, Routledge, 2006. "Macroeconomic policy, employment, unemployment and gender equality," in J. A. Ocampo and K. S. Jomo (eds.) *Towards Full and Decent Employment*, Zed Books and Orient Longman, 2007; "Gender Issues in Development," in A. K. Dutt and J. Ros (eds.) *International Handbook of Development Economics*, Edward Elgar, 2008; (with R. Balakrishnan) "Auditing Economic Policy in the Light of Obligations on Economic and Social Rights," *Essex Human Rights Review*, Vol. No 5. No. 1, 2008; and "Gender Equality and Economic Growth in the World Bank" *World Development Report 2006, Feminist Economics* 15(3) 2009. In 2006, she was honored when a chapter on her research was included in D. Simon (ed). *Fifty Key Thinkers in Development*, Routledge.

Her academic degrees include a B.A. in philosophy, politics, and economics from the University of Oxford; and a Ph.D. in economics from the University of Manchester.