

کالا

"بت" انسان ساخته ای که در سرمایه داری باید آن را پرستید ف. م. جوانشیر

فصل دوم - کالا و تولید کالایی

۹- خصلت فیتیسی کالا و راز آن

در صفحات پیش توجه خوانندگان را به این نکته جلب کردیم که کالا اگر چه در ظاهر شیئی سودمند است، در واقع يك رابطه اجتماعی است. یعنی ارزش مصرف آن جسمانی و قابل لمس است. اما ارزش آن جسمانی و قابل لمس نیست و تنها در زمان مبادله است که بروز می کند. در توضیح قانون ارزش یادآور شدیم که ارزش کالا و بدل شدن کار انفرادی تولید کنندگان به کار لازم اجتماعی، در میدان شدید رقابت و از طریق تاثیر قانون ارزش بروز می کند. و بر اثر آن کسانی ورشکست می شوند و کسانی بالا می آیند و سر نوشت انسان ها، به اشیائی که خود آن ها تولید کرده اند وابسته می شود. اگر این کالا به قیمت خوب فروش رفت بخت یاری کرده و اگر نه روزگار سیاهی در انتظار است.

به این ترتیب انسان مولد کالا، تسلط خود را بر محصول کار خویش از دست می دهد و محصول کار بر انسان مولد تسلط می یابد. همچنان که روزگاری انسان خود به دست خویش بت ساخت و سپس این بت را صاحب قدرت مافوق طبیعی دانسته بدان پرستش می کرد. انسان تولید کننده کالا نیز - در زمانی که مالکیت خصوصی بر وسایل تولید برقرار است، اسیر قدرت شیئی می شود که خود ساخته است. این حالت را مارکس فتیسیسم کالا و یا بت شدن کالاها می نامد و توجه می دهد که قدرت مسلط - و به طریق اولی پول در تولید کالائی امری فوق طبیعی نیست، نتیجه ای است که از مناسبات اجتماعی تولید کالائی حاصل می شود. کالاها به این دلیل بت می شوند که رابطه متقابل انسان های مولد کالا در این اشیاء تجلی می کند.

۱۰ - انتقادی بر تئوری های عامی گرای اقتصاد سیاسی بورژوائی درباره ارزش

اقتصاد دانان کلاسیک بورژوا : آدام اسمیت و داوید ریکاردو، تئوری زادن ارزش از کار را می پذیرفتند. اسمیت کار انسانی را جوهر ارزش می دانست، درك می کرد که پول هم خصلت کالائی دارد، تفاوت ارزش مصرف و ارزش مبادله را می شناخت. ریکاردو از اسمیت نیز جلوتر می رفت و نشان می داد که منبع همه درآمدهای جامعه سرمایه داری: مزد، سود سرمایه و بهره زمین چیزی نیست جز زحمت و کار کارگران مزدور. اما او نمی توانست این ادعا را با استناد به تئوری کاری ارزش اثبات کند، چرا که اضافه ارزش را نمی شناخت. به علاوه اسمیت و ریکاردو سرمایه داری را جاودان می پنداشتند و جنبه تاریخی و گذرای سرمایه داری را درك نمی کردند. نظریات آنان انعکاسی بود از منافع طبقه بالنده و مترقی بورژوازی پایان قرن هیجده و آغاز قرن نوزدهم که با اشرافیت فنودال در نبرد بود. از زمانی که بورژوازی خصلت مترقی خود را از دست داد و پرولتاریای آگاه در سیمای

مارکس و انگلس تحول بنیادی در علوم اجتماعی و از جمله اقتصاد سیاسی بوجود آورد، نمایندگان اقتصاد سیاسی بورژوائی نه تنها دیگر گامی جلوتر از کلاسیک های خود برداشتند، بلکه از مواضع آن ها عقب نشستند. به ویژه درباره تئوری کاری ارزش عقب نشینی نمایندگان بورژوائی کامل و قطعی بود. چرا که پذیرش این واقعیت که ارزش هر کالائی برابر کار لازم اجتماعی است که در آن نهفته است اگر به طور پیگیر و علمی دنبال شود قطعاً به همان نتایجی میرسد که مارکس رسید. تئوری ارزش مسئله مرکزی اقتصاد سیاسی سرمایه داری است.

اقتصاد دانان مدافع بورژوائی با توجه به این واقعیت از تئوری کاری ارزش (زادن ارزش از کار) دست برداشتند و از ثلث سوم قرن نوزدهم بیش از پیش دنبال این اندیشه رفتند که ارزش کالاها را از روی ارزیابی ذهنی و حالت روانی مصرف کننده و یا به اصطلاح "مطلوبیت" کالاها برای مصرف کنندگان، جداگانه توضیح دهند و تئوری کاری ارزش را "رد کنند".

در کشور ما که تئوری های عامی گرا و مبتدل بورژوائی نیز به مبتدل ترین شکل آن در دانشگاه ها عرضه می شود. "رد" تئوری مارکس نیز در سطح بی نهایت نازلی است. در درسنامه دانشکده حقوق تهران گفته می شود:

"نظریه (ارزش - کار) مارکس مورد انتقاد سخت عده زیادی از علماء اقتصاد واقع شده و مهمترین این انتقادات به قرار زیر است:

۱- اشیائی وجود دارند که بدون اینکه برای تهیه و تولید آنها کاری مصرف شده باشد دارای ارزش هستند مانند آب معدنی و نفت.

۲- ارزش اغلب کالاها در نتیجه مرور زمان ترقی و یا تنزل می نماید، چون لباس که ارزش آن تابع مد و سلیقه روز است و اشیاء عتیقه که هر چه کهنه تر و قدیمی تر شوند ارزش بیشتری پیدا می کنند.

۳- اگر برای تهیه دو تابلو به وسیله دو نقاش مختلف يك میزان کار به مصرف برسد، ارزش آنها مساوی خواهد بود و بستگی به عادت و زبردستی نقاش خواهد داشت.^(۱)

با يك نظر به " انتقادات " سه گانه فوق می توان دریافت که هیچیک از آن ها به تولید و خرید و فروش کالا در بازار عادی مربوط نیست و این پرسش ساده را مطرح نمی کند که چرا در مبادله های روزمره ای که میلیون ها و میلیاردها بار تکرار می شود همواره يك قوطی کبریت ارزانتر از يك خروار گندم و يك ساختمان دو طبقه گران تر از آلونك کارگر نشینی است. اقتصاددانان بورژوا می دانند که از دیدگاه این گونه پدیده های توده ای، درستی تئوری مارکس روشن تر از آفتاب است. لذا به حوادث منفرد و نادر به اشیاء عتیقه و تابلوی نقاشی متوسل می شوند تا شاید از این طریق مارکس را " رد کنند " و خوانندگان خویش را گمراه سازند.

ما در مورد این مسائل به جای خود توضیحات مفصل خواهیم داد. تنها برای نشان دادن درجه ابتدال و عامیگری این گونه برداشت ها یادآوری می کنیم که " درجه زبردستی نقاش " همان موضوع کار بخرنج و کار ساده است که خوانندگان ما در صفحات پیش با آن آشنا شده اند و می دانند که هر ساعت کار نقاش ماهر نسبت به نقاش غیر ماهر ارزش بیشتری دارد. همچنین آموزندگان در صفحات بعد خواهند آموخت که گران تر و ارزان تر شدن کالاها (مثلاً " لباس مد روز) به معنای زیاد و کم شدن ارزش کالا نیست بلکه نتیجه تاثیر عرضه و تقاضا است که قیمت را تغییر می دهد و این يك مسئله پیش پا افتاده اقتصادی است.

(۱) "اقتصاد" جلد اول. نوشته دکتر علی اصغر پور همایون. انتشارات دانشگاه تهران ۱۳۳۲ ص ۹۴ - ۹۳ / تکیه از ماست /

و اما درباره قیمت زمین و مواد طبیعی در درسنامه ما فصل جداگانه و کاملی وجود دارد و آموزندگان ما به موقع خود آن را خواهند خواند و خواهند دید که آب معدنی و نفت و سایر مواد طبیعی که در زمین موجود می باشد تا وقتی کاری روی آن ها و برای استخراج آنها صورت نگرفته، دارای ارزش نیستند. و این که در بازار خرید و فروش می شوند و قیمت پیدا می کنند نتیجه ارزشمند بودن آنها نیست، بلکه نتیجه وجود مالکیت خصوصی بر زمین و منابع طبیعی است. موضوع این است که وقتی زمین و منابع طبیعی به مالکیت خصوصی در می آیند بهره برداری از زمین موقوف به اجازه مالک می شود و مالک این اجازه را نمی دهد مگر این که در مقابل آن مبلغی حق الارض یا بهره مالکانه بستاند. (که در واقع باجی است که از جامعه می گیرند) به علاوه مالک زمین می تواند بهره مالکانه چندساله (مثلاً دهساله) را یکجا از کسی دریافت کند و در عوض حق مالکیت خود را به او واگذارد. و این همان چیزی است که خرید و فروش زمین نامیده می شود. که در واقع خرید و فروش ارزش نیست بلکه خرید و فروش حق بهره ستانی و باج گیری است. چنانکه گفتیم این بحث به جای خود و به تفصیل و دقت تمام در درسنامه ما مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

در مورد اشیاء عتیقه نیز باید یاد آوری کنیم که بسیاری از آن ها در زمان باستان چه بسا کالا نبوده اند (کاسه سفالین که از زیر خاک بیرون آمده شاید در زمان باستان به دست برده ای برای اربابش ساخته شده و نه برای مبادله) اما امروز در بازار سرمایه داری اشیاء عتیقه هم کالا می شوند. زیرا اولاً، برای کشف و بدست آوردن آن ها کار انجام می گیرد و به آن ها ارزش تازه ای می دهد، ثانیاً این اشیاء نیز به مالکیت خصوصی در می آیند و قیمت آن ها بسته به عرضه و تقاضا در نوسان است. ثالثاً اشیاء عتیقه به دلایل مختلف وسیله کسب درآمد است و پروانه کسب این درآمد نیز می تواند موضوع خرید و فروش قرار گیرد.

به چه دلیل محافل سرمایه داری با چنین شدتی نظریه ارزش کار را رد میکنند؟ درسنامه سال اول دانشکده حقوق تهران به این پرسش اینطور پاسخ می دهد: "ارزش فقط مولود کار کارگران نبوده، بلکه کار و فعالیت کار فرما و همچنین نقش سایر عوامل تولید، یعنی طبیعت و سرمایه را هم باید در تکوین ارزش موثر دانست"^(۱).

چنانکه می بینید، تئوری مارکس به این علت رد نمی شود که نادرست است، بلکه به این علت نادرست اعلام می شود که اگر پذیرفته شود "نقش سایر عوامل تولید" و لذا سهم حضرات زمینداران و سرمایه داران از حاصل زحمت کارگران زیر علامت سؤال قرار خواهد گرفت. چرا که تئوری ارزش کار، اساس تئوری اضافه ارزش است.

در اقتصاد سیاسی بورژوائی معاصر جریان ها و مکاتب گوناگون وجود دارد که گاه با هم در مجادله اند و گاه یکدیگر را تکمیل می کنند. اما تمام آن ها در انکار تئوری کاری ارزش و جانشین کردن آن با انواع نظریات روانی اتفاق نظر دارند. بنابر تئوری روانی، کالاها خود دارای ارزشی نیستند. آنچه به آن ها ارزش می دهد قضاوت و ارزیابی خریداران است. ارزش کالاها گویا بسته به این است که برای مصرف کننده چقدر "مطلوب" باشد.

در درسنامه "اقتصاد" که برای سال اول دانشکده حقوق تهران نوشته شده گفته می شود: "ارزش عبارت از پرتوی است که از شعاع میل و آرزوی ما به روی اشیاء افکنده می شود"^(۱).

"ارزش تجارتي نتیجه مقایسه اهمیت اقتصادی دو یا چند کالا بنابر تشخیص اکثریت افراد می باشد"^(۲)

(۱) همان کتاب - ص ۹۵-۹۴-۸۹

(۱) همان کتاب - ص ۹۵-۹۴

(۲) همان کتاب - ص ۹۵-۹۴

این جملات بیان دست و پا شکسته ای است از تئوری روانی ارزش که بنابر آن ارزش اشیاء را "میل و آرزوی ما" (یعنی مصرف کنندگان) و تشخیص اکثریت از "اهمیت اقتصادی" آنها به وجود می آورد.

زندگی واقعی این نظریه را در همان گام نخست رد می کند زیرا کالاهائی مانند نان و آب و لباس که برای اکثریت افراد "اهمیت اقتصادی" و "مطلوبیت حیاتی" دارند در بازار ارزان تر از کالاهائی نظیر اتومبیل لوکس و اشیاء تجملی فروخته می شوند. برای نجات از این دشواری هواداران تئوری روانی ارزش، مفهوم "مطلوبیت نمائی" را به میان می آورند که بنابر آن وقتی انسان کالای معینی را مصرف می کند، به تدریج سیر شده و نیازش به آن کالا کاهش می یابد و در نتیجه آن کالا در نظرش از قدر می افتد. در یکی دیگر از انتشارات دانشگاه تهران که ترجمه يك متن آمریکائی است، برای تشریح این نظر گفته می شود:

"اگر جز جامه های زربفت تن پوشی نداشته باشیم، دیگر به پارچه های زربفت توجهی نخواهیم کرد. قیمت پارچه های بی مقدار بالا خواهد رفت."^(۱)

ساموئلسن نتیجه می گیرد که ارزش کالا مربوط به "حالت روانی" مصرف کننده است، بسته به این است که او چقدر از کالای معین سیراب شده باشد. این "دانشمند اقتصاد سیاسی" برای اثبات نظر خویش اطمینان می دهد که: "تجربیات روانشناسی!! در قرن اخیر این قانون را تأیید کرده است."^(۲)

اگر در این به اصطلاح تئوری روانی دقت کنیم خواهیم دید که در آن هیچ چیز تازه ای وجود ندارد. بحث بر سر چگونگی پیدایش تقاضا برای کالای معین است که به شکل پیچیده و عالم نمایانه ای ارائه می شود. ولی حتی در این بحث نیز نظریه روانی ارزش که با چنین حرارتی در دانشگاه های جهان سرمایه تدریس می شود - پیگیر نیست. زیرا اولاً به جای بررسی بازار وسیع و توده خریداران، حالت روانی مصرف کنندگان منفرد را در نظر می گیرد و ثانیاً "مصرف را از تولید جدا می کند. و طبعاً" نمی تواند جوانب مختلف تقاضا را هم که بنیان این تئوری است فرا گیرد.

شاید "حالت روانی" يك خریدار منفرد را بتوان به روانشناس مراجعه کرد. شاید عروس خانمی برای چشم و هم چشمی با خواهر شوهرش درست همان رنگ لباسی را انتخاب کند که او دارد. اما رفتار میلیون ها و میلیون ها انسان را در بازار با این روانشناسی ها نمی توان توضیح داد. ما در بازار سرمایه داری با مناسبات میلیونی انسان ها در جریان تولید و مصرف و با قوانینی که از تکرار میلیاردها بار مبادله و تلاقی صدها میلیون انسان تولید کننده و مصرف کننده پدید می آید سروکار داریم. در این صورت حتی "حالت روانی" انسانها گروه بندی می شود و قبل از همه به جایی که آنها در تولید اجتماعی اشغال می کنند و سهمی که از حاصل آن می برند بسته است. کرباس پوشی میلیون ها کارگر و دهقان ایرانی از سر سیری و دلزدگی از پارچه های زربفت و ناشی از "حالت روانی" نیست، يك واقعیت عینی اقتصادی است.

مصرف جدا از تولید وجود ندارد و لذا بررسی تقاضای بازار نیز خارج از روند تولید و مناسبات تولیدی و در کابینه "روانشناسان" مقدور نیست. اقتصاد دانان بورژوا بهتر از هر کسی می دانند که در بازار سرمایه داری تنها تقاضائی معتبر است که قدرت پرداخت داشته باشد. "امیال و آرزوهای ما" اگر کیسه خالی داشته باشیم، کمترین "پرتوی" نخواهد داشت.

از جانب دیگر هواداران نظریه روانی ارزش "فراموش می کنند" که در تولید کالائی، مبادله برقرار است و مبادله دو جانب دارد: خریدار و فروشنده. و صرفنظر از این که "حالت روانی" خریدار چگونه باشد و او چه درجه ای از "مطلوبیت" را برای کالای معین قائل

(۱) "اقتصاد" نوشته پل ساموئلسن. ترجمه دکتر پیرنیا. جلد دوم. ص ۱
(۲) ساموئلسن، همان کتاب. ص ۴۰ (تکیه از ماست)

گردد، تا وقتی فروش کالا برای فروشنده "صرف" نکند معامله انجام نخواهد گرفت. هواداران نظریه روانی ارزش مدعیند که در بازار "مصرف کننده حاکم است"^(۱) در حالی که در واقع امر چنین نیست. چرا که اولاً هر مصرف کننده ای تنها بر پایه سهمی که از محصول تولید بدست آورده مصرف کننده شده است و ثانیاً، کالاهائی که در بازار به ارزش کمتر از کاری که در آنها نهفته است به فروش رسند، صاحب خود را ورشکست می کنند و دیگر تولید نخواهند شد.

باتوجه به این نقطه ضعف بزرگ نظریه روانی ارزش، اقتصاددانان بورژوا این نظریه را با نظریه دیگری تکمیل کرده اند و آن اینکه تنها "مطلوبیت نمائی" و "حالت روانی" خریدار تعیین کننده ارزش نیست، بلکه "هزینه نهائی تولید" و "حالت روانی فروشنده" نیز از جانب دیگر تعیین کننده است و مبادله در نقطه تلاقی این دو انجام می شود.

هزینه نهائی تولید چیست؟

"هزینه اضافی است که تولید کننده برای تولید يك واحد اضافی از کالا با ارزان ترین روش ممکن پرداخت می کند. هزینه نهائی تولید ماهی، تفاوت کل هزینه ۱۰۰۰ کیلو و ۹۹۹ کیلو است"^(۲).

این هزینه را چگونه می توان تعیین کرد؟ با جمع کردن قیمت اجزاء تشکیل دهنده آن. به عبارت دیگر هزینه با هزینه، قیمت با قیمت توضیح داده می شود. یعنی هیچ گونه توضیحی داده نمی شود. هزینه لباس عبارت است از قیمت پارچه به اضافه قیمت دوخت، هزینه پارچه عبارت است از قیمت پنبه به اضافه قیمت رشتن و بافتن، قیمت پنبه عبارت است از قیمت بذر و آب و هزینه کشت و اجاره زمین و غیره ... اما سرانجام این مسئله اصلی که قیمت چیست و کالاها چرا قیمت پیدا می کنند و مبنای این قیمت کدام است حل نشده می ماند. در حالی که هدف از تمام بررسی های این بخش از اقتصاد سیاسی درست همین بود که این مسئله را روشن کند.

با يك نظر کلی می توان دریافت که اقتصاد دانان عامی گرای مدافع سرمایه داری، از عرصه اصلی بررسی اقتصادی - یعنی عرصه تولید فرار می کنند. آن ها نمی خواهند در این امر دقت کنند که در کارخانه یا کارگاه چه می گذرد و کار انسانی که سازنده و آفریننده ارزش هاست چگونه در کالاها جا گرفته و متبلور می شود. تئوری های عامی گرای بورژوازی، صرفنظر از طرز بیان و شیوه استدلال، سرانجام چیزی جز بررسی جوانب معینی از عرصه و تقاضا نیستند. يك اقتصاددان بورژوا می گوید:

حتی می توان از طوطی هم عالم اقتصاد ساخت. تنها کافی است دو کلمه به آن بیاموزیم "عرضه" و "تقاضا". باهمین شیوه است که در دانشگاههای کشورهای سرمایه داری از انسان ها طوطی می سازند، طوطی هائی که ادعای دانشمندی و اندیشمندی دارند، اما جز تکرار مکرر دو کلمه "عرضه و تقاضا" و باقی ماندن در همین سطح کاری ندارند. محدودیت طبقاتی و ترس از دریافت حکم مرگ سرمایه داری، قفسی است که این عالمان طوطی صفت را در خود می فشارد و به آنان امکان نمی دهد که به جای لغزیدن در سطح و تکرار دو کلمه ای که قدرتمندان جهان سرمایه داری به آنان آموخته اند، به عمق مناسبات تولیدی رسوخ کنند و ریشه مسائل را دریابند.

بزرگی اندیشه مارکس در این است که در سطح نمی لغزد و از عرصه مصرف به عرصه تولید می رود و با موشکافی ستایش انگیزی ریشه مناسبات تولیدی را در می یابد. آموزش اقتصادی مارکس همه جانبه و کامل است. مارکس ارزش مصرف کالاها، نقش آن ها را در رفع نیازمندی های انسان ها و لذا عرضه بازار و مقابله عرضه و تقاضا و تاثیر آن را

(۱) ساموئلسن. جلد اول ص ۱۰۱

(۲) ساموئلسن، جلد دوم ص ۷۳

بر تولید سرمایه داری به هیچ روی از نظر دور نمی دارد. سومین جلد "کاپیتال" این موضوع را به وسعت و دقت بررسی کرده و ما نیز در درسنامه حاضر به آن خواهیم پرداخت. اما مارکس به حق ابتدا عرصه تولید را بررسی می کند. دوجانب کالا یعنی ارزش مصرف و ارزش مبادله آن را از هم تمیز می دهد و خصلت دوگانه ای را که تولید کالائی به کار انسانی می دهد کشف می کند و آنگاه اثر عرضه و تقاضا را در بازاری که کالاهای حاصل کار انسانی در آن عرضه شده اند بررسی می نماید و این بررسی را نه در حالت های استثنائی و موارد نادر، بلکه در بازار پرجوش و خروش تولید کالائی، آنجائی که امر مبادله بی وقفه و میلیاردها بار تکرار می شود انجام می دهد. لنین در بحث از این جانب شیوه بررسی مارکس می گوید.

"اینکه بررسی های مزبور از دیدگاه پدیده های اجتماعی و توده ای و در مجموع اقتصاد سرمایه داری انجام گرفته و نه از دیدگاه حوادث منفرد و نادر و یا ظواهر سطحی رقابت - که اقتصاد عامی گرا و یا تئوری معاصر "مطلوبیت نمائی" اغلب بدان اکتفا می کند - گام عظیمی است که علوم اقتصادی در سیمای مارکس به جلو برداشته است^(۱)."

راه توده ۱۷۸ ۲۰۰۸، ۰۶، ۰۲

(۱) لنین - کارل مارکس از انتشارات حزب توده ایران . ص ۱۶