



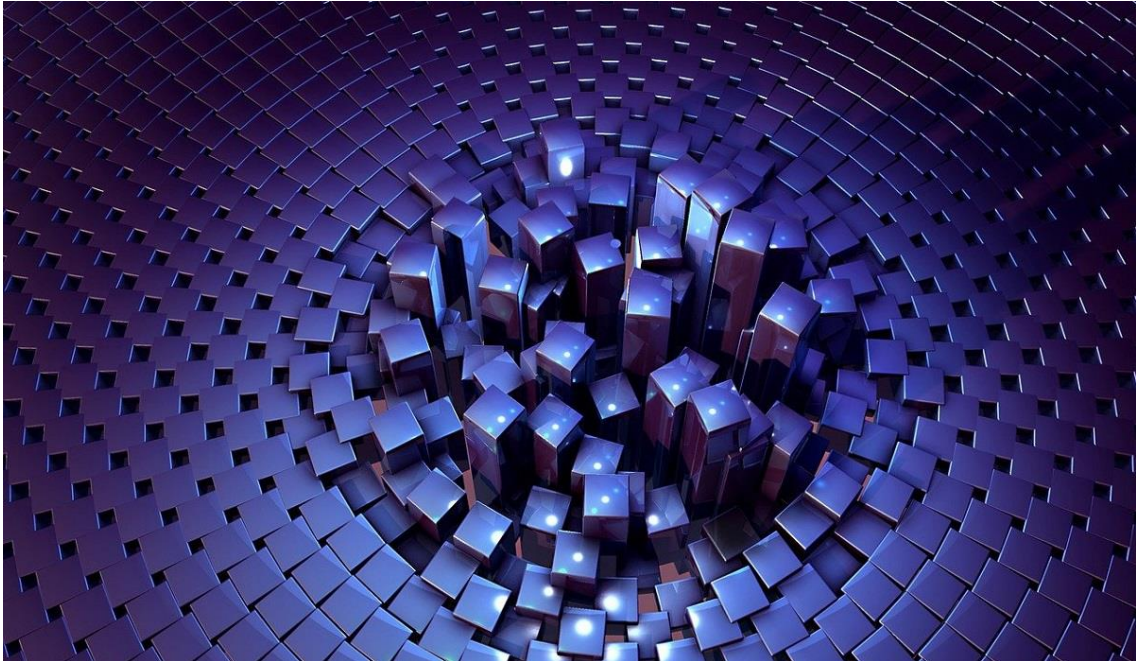
نقد اقتصاد سیاسی - نقد بتواریگی - نقد ایدئولوژی

<https://naghd.com>

# دیالکتیکِ شکلِ ارزش

## هانس - گئورگ بکهاوس

ترجمه‌ی: کمال خسروی



تیر ۱۴۰۰

توضیح مترجم: «درباره‌ی دیالکتیک شکل ارزش» مقاله‌ی کوتاهی است از هانس - گئورگ بکه‌هاوس [Hans-Georg Backhaus] که نخست در سال ۱۹۶۹ در مجموعه‌ای زیر عنوان «آثاری پیرامون معرفت‌شناسی مارکسیستی» به ویراستاری آلفرد اشمیت، نویسنده‌ی اثر مشهور «مفهوم طبیعت نزد مارکس»، منتشر شد و سپس هسته‌ی مرکزی کتاب پراهمیت و مشروح بکه‌هاوس تحت عنوان «دیالکتیک شکل ارزش: پژوهش‌هایی پیرامون نقد مارکسی اقتصاد» قرار گرفت که در سال ۱۹۹۷ انتشار یافت. «درباره‌ی دیالکتیک شکل ارزش» را می‌توان سنگ بنای بحث‌های مربوط به «شکل ارزش» دانست که چهار دهه بعد از نخستین تلاش «ایزاک ایلینچ روبین»، انگیزه‌ی بحث‌های پرباری بین مارکسیست‌ها و پژوهش‌هایی ژرف و ارزنده درباره‌ی روش مارکس و روش اقتصاد سیاسی در دهه‌ی ۷۰ قرن بیستم در آلمان شد.

ترجمه‌ی فارسی پیش رو، از روی متن آلمانی سال ۱۹۶۹، نخست به عنوان ضمیمه‌ی کتاب **نقد دیالکتیک دستگامند** در سال ۱۳۹۵ انتشار یافت و اینک برای نخستین بار بصورت دیجیتال عرضه می‌شود. در فاصله‌ی انتظار چاپ و نشر کتاب **نقد دیالکتیک دستگامند**، [ترجمه‌ی دیگری](#) از این مقاله منتشر شد که به گفته‌ی مترجم آن، «از روی برگردان انگلیسی» و «نیم‌نگاهی به متن اصلی (آلمانی)» صورت گرفته بود. انتشار ترجمه‌ی پیش رو دست‌کم مجالی برای ارزیابی کیفیت ترجمه‌ی انگلیسی و امکانی برای مطالعه‌ی ترجمه‌ای دیگر از این متن مهم و ارزشمند است. (ک.خ.)

\*\*\*

با تورقی نقادانه در آثاری که پیرامون **کاپیتال** نوشته شده است، می‌توان به‌سادگی آشکار کرد که نظریه‌ی کارپایه‌ی ارزش، تنها در قالبی آشکارا ساده‌انگارانه و اغلب یکسره کژدیده پذیرفته شده یا مورد انتقاد قرار گرفته است. چنین است که عمدتاً تفسیر پوزیتیویستی از مارکس، پیشه و ویژه‌ی خود کرده است که نظریه‌ی ارزش مارکسیستی و نظریه‌ی ارزش کلاسیک را یکی و همان بداند. شومپتر مشتق است نمونه‌ی خروار، وقتی استقلال و یکتایی واکاوی مارکسی ارزش را انکار می‌کند: «شناخت و فهم واقعی آموزه‌ی اقتصادی او {مارکس} با این بصیرت آغاز می‌شود که او به‌مثابه‌ی نظریه‌پرداز شاگرد ریکاردو بود [...] و نظریه‌ی ارزشش نظریه‌ی ریکاردویی است [...] با این تفاوت که استدلالات مارکس کمتر مؤدبانه، وراجانه‌تر و "فلسفی‌تر" اند در بدترین معنای این واژه.» (۱) تفسیر «اقتصادی» می‌باید به‌ناگزیر گرایش انتقادی نظریه‌ی ارزش مارکس را نادیده بگیرد؛ چنان‌که: **نقد** اقتصاد سیاسی بدل می‌شود به **یک** «آموزه‌ی اقتصادی»، یکی در میان بسیاری دیگر. دریافت پوزیتیویستی ضرورتاً بدان‌جا راه می‌برد که نظریه‌ی مارکسی جامعه را در دست‌چین کوچک به‌هم‌پیوسته‌ای از فرضیه‌های

جامعه‌شناختی و اقتصادی منحل کند. استدلال‌هایی که بوهم - باورک با «آجی مجی لاترجی‌های دیالکتیکی» نامیدن و شومپتر با «فلسفی» خواندن‌شان بی‌اعتبار می‌دانستند، عمدتاً در نظریه‌ی **شکل** ارزش طرح شده‌اند؛ و شکل ارزش اگر اساساً موضوع بررسی قرار گیرد، یا به زبانی پیچیده و غیرقابل فهم، یا بدون هیچ‌گونه شرح و تفصیلی طرح می‌شود. این فقدان تفاهم از سوی مفسران نسبت به شکل ارزش به مراتب شگفت‌انگیزتر می‌شود، آن‌گاه که بیاد آوریم چگونه مارکس، انگلس و لنین اهمیت خطیر واکاوی شکل ارزش را بارها گوشزد کرده‌اند. مارکس در پیشگفتار به **کاپیتال** ما را مؤکداً هشدار می‌دهد که مبدا از آموزه‌ی شکل ارزش غفلت شود: «اما برای جامعه‌ی بورژوازی شکل کالایی محصول کار یا شکل ارزشی کالا، شکل سلولی اقتصاد است. واکاوی این {شکل}‌ها در دیده‌ی عامیان هم‌چون پرسه‌زدن در وسواس‌های محض پدیدار می‌شود. فکر انسانی» از جمله مکتب ریکاردویی، «طی بیش از ۲۰۰۰ سال است که به عبث می‌کوشد این شکل‌ها را مستدل سازد و از عهده‌ی آن برنمی‌آید.» از این گفتاورد برمی‌آید که مارکس مدعی است برای نخستین بار در طول تاریخ پژوهش، راز این «شکل معماگونه» را کشف کرده‌است.

بار واریسی پرکم‌وکاست واکاوی شکل ارزش را اما نباید تنها بر دوش نوعی نابینایی مفسران در تشخیص معضل‌ها نهاد. نارسایی بررسی‌های این مفسران را تنها با پذیرفتن این فرض می‌توان فهمید که مارکس روایتی کامل و به سرانجام رسیده از آموزه‌ی کارپایه‌ی ارزش‌اش را برجای ننهاده است. اگر چه مارکس این آموزه را **در نقد اقتصاد سیاسی** ۱۸۵۹ از پیش پرورانده بود، اما خود را ناگزیر دید که واکاوی شکل ارزش را در سه روایت دیگر، که هر یک از دیگری انحراف داشتند، عرضه کند، «زیرا، حتی وقتی سرهای دانا نیز نمی‌توانند قضیه را به درستی بفهمند، بنابراین باید چیزی نارسا در نخستین شکل بازنمایی‌اش، به‌ویژه در **واکاوی کالا** وجود داشته باشد.» (۲) دومین روایت، بازنمایی کاملاً تازه‌ای است که مارکس در **نخستین ویراست کاپیتال** عرضه می‌کند. اما همان موقع که **کاپیتال** زیر چاپ است، گوگلمان و انگلس توجه مارکس را به «دشواری فهم» واکاوی شکل ارزش جلب می‌کنند و بنابراین تشویقش می‌کنند بد نیست اگر یک روایت سوم عامه‌فهم‌تری به عنوان پیوست، به اثرش ضمیمه کند. روایت چهارم که باز هم با همه‌ی بازنمایی‌های پیشین تفاوت دارد، برای **ویراست دوم کاپیتال** نوشته می‌شود. اما از آنجا که در این چهارمین و آخرین روایت دلالت‌های دیالکتیکی معضل شکل ارزش که مارکس در «واکاوی جوهر ارزش [...] تا سرحد امکان عامه‌فهم‌شان کرده بود»، بیش از پیش کم و کمرنگ‌تر می‌شوند، بدیهی است که باید در تفسیر آن چه مارکس می‌خواست در مفاهیمی مثل «جوهر ارزش» و «کار مجرد» بگنجانند، اینک اختلاف‌نظرهای ژرف و آشکاری بروز کنند. (۳)

بنابراین خواست و آرزوی اضطراری مارکس پژوهی این است که از این بازنمایی‌های کمابیش قطعه قطعه و تک‌نگاری‌های پرشماری که در آثار دیگر مارکس پراکنده‌اند، کل نظریه‌ی ارزش بازسازی شود.

مارکس در پیش‌گفتار به نخستین ویراست **کاپیتال** هنوز مؤکداً از این سخن می‌گوید که «دیالکتیک» مشخصه‌ی بازنمایی او از نظریه‌ی کارپایه‌ی ارزش است. در حالی که تفسیرهای رایج و سنتی بدون استثناء این دیالکتیک را نادیده می‌گیرند، باید این پرسش را پی گرفت که آیا «نارسایی بازنمایی» فقط مربوط است به واکاوی شکل ارزش یا این که شامل دو فصل آغازین **کاپیتال** هم می‌شود. لنین بر سرشت دیالکتیکی روند کار مارکس پافشاری دارد: «کسی نمی‌تواند **کاپیتال** مارکس به‌ویژه فصل نخستینش را به تمامی بفهمد، مگر آنکه از پیش **کل** منطق هگل را به دقت مطالعه کرده و فهمیده باشد.» او از این گفته نتیجه می‌گیرد: «بنابراین، پس از نیم قرن هیچ‌یک از مارکسیست‌ها مارکس را نفهمیده است!!» (۴). اینک پرسیدنی است که آیا «پس از یک قرن کامل هم هنوز کسی مارکس را نفهمیده است»، یا این که آیا مارکس با عامه فهم کردن دو فصل نخست **کاپیتال**، یعنی **کالا**، پا را تا آنجا فراتر نهاده است که «استنتاج» ارزش دیگر به‌مثابه‌ی جنبشی دیالکتیکی اساساً قابل فهم نیست؟

امری است شناخته‌شده که مارکس در فصل نخست به این شیوه پیش می‌رود که با عزیمت از واقعیت «تجربی» ارزش مبادله‌ای، آن را به‌مثابه‌ی «شکل پدیداری چیزی که از آن {ارزش مبادله‌ای} متمایز است» تعریف می‌کند. آن چه باید «شالوده‌ی ارزش مبادله‌ای باشد، **ارزش** نامیده می‌شود. در ادامه‌ی واکاوی البته باید این چیز را عجالتاً مستقل از شکلش در نظر گرفت. واکاوی این جوهر مستقل از شکل پدیداری اینک به آنجا راه می‌برد که مارکس، به یک‌باره و بدون هرگونه میانجی‌ای، و بدون استناد به ضرورتی درونی، به واکاوی شکل پدیداری بازمی‌گردد: «درواقع ما از ارزش مبادله‌ای کالاها عزیمت کردیم تا رد ارزشی را که در درون آن نهان و نهفته است، بیابیم. اینک باید به این شکل پدیداری ارزش بازگردیم.» آیا این شیوه‌ی کار مارکس را اینک باید به‌مثابه‌ی بیان روشی بفهمیم که مارکس در درآمد به **گروندریسه** تحت عنوان صعود از «مجرد به مشخص» تعریف و متمایز کرده بود؟ «بازسازی امر مشخص» که باید هم‌چون «کلیتی از تعینات پرشمار» و هم‌چون «یگانگی امر چندگانه» بازنموده شود، اکنون نخست با طرح چنین پرسشی قابل فهم می‌شود: ارزش چگونه به ارزش مبادله‌ای و به قیمت **تکوین می‌یابد** — چرا و به چه شیوه‌ای در ارزش مبادله‌ای و در قیمت، به‌مثابه‌ی وجوه «دیگر بودنش»، نفی می‌شود و تجلی می‌یابد؟ به‌نظر من چنین می‌آید که شیوه‌ی بازنمایی در **کاپیتال** به

هیچ‌روی روشنایی‌بخش انگیزه‌ی راهبر شناخت در واکاوی شکل ارزش از سوی مارکس نیست؛ یعنی پاسخی به این پرسش نیست که «چرا این محتوا باید آن شکل را به خود بگیرد.» معرفی نارسا و نامکفی جوهر و شکل ارزش آنجا آشکار می‌شود که در روند استنتاج ارزش، یک گسست، قابل‌شناسایی و آشکارکردن است: گذار از فصل دوم به فصل سوم در جلد یکم **کاپیتال** به‌مثابه‌ی گذاری **ضروری** دیگر الزاماً پذیرفتنی نیست. بنابراین آنچه خواننده به‌وضوح درمی‌یابد، آموزه‌ی ظاهراً آسان‌فهم جوهر ارزش و سرشت دوگانه‌ی کار است که در دو فصل نخست به‌روشنی بازگشوده شده است. اما فصل سوم — یعنی آموزه‌ی شکل ارزش — اغلب، تنها به‌مثابه‌ی سند و گواهی داوطلبانه و اضافه بر آنچه ضروری است یا به منزله‌ی آرایش و پیرایشی «دیالکتیکی» برای چیزی تلقی می‌شود که {گویا} در دو فصل نخست نقداً و به تکافو {از روند استدلال} مشتق شده است. این که «برابرایستای عام» به‌خودی خود، یعنی ارزش به‌مثابه‌ی ارزش به هیچ‌رو قابل بیان نیست، بلکه تنها در هیئت وارونه «پدیدار می‌شود»، یعنی در «تناسب» بین دو ارزش مصرفی، از حوصله و حوزه‌ی فهم خواننده خارج است. اما اگر تکوین مفهومی ارزش مبادله‌ای — ارزش — شکل ارزش دیگر هم‌چون «حرکتی دیالکتیکی از "هستی" بی‌واسطه به سوی "وجود" وساطت شده، و از طریق "ذات" ادراک پذیر نیست، [...]»، آن‌هم چنانکه «بی‌واسطگی سپری شود و تعالی یابد و هم‌چون وجود وساطت‌شده دوباره برنهادده شود» (۵)، آن‌گاه سرچشمه‌ی تفسیرهای دیالکتیکی‌ای آشکار می‌شود که نهایت‌شان چیزی بیش از کاریکاتوری از دیالکتیک نیست. بدین‌گونه، واکاوی کالا هم‌چون «پرسی» — بی‌وساطت — «از امر ساده به امر پیچیده، از جوهر به سوی شکل پدیداری» (۶) وانمود می‌شود. ذات در تمایز با شکل پدیداری، به سیاق منطق صوری، هم‌چون «امر عام، نوعی و کلی» تعریف می‌شود. وساطت ذات و شکل پدیداری صرفاً هم‌چون حرکت شبه دیالکتیکی تضادهایی شبه‌دیالکتیکی سامان می‌یابد: «امر عام موجود است [...]، نه مستقل از پدیدارهای منفرد. هم‌چون امر عام، امر نامتغیر (!!)) در آن‌ها {یعنی در پدیدارها} گنجیده است.» (۷) حتی نویسندگانی که می‌توانند مدعی باشند «همه‌ی منطق هگل را سراسر خوانده‌اند و فهمیده‌اند» نمی‌توانند روشن‌گر این راز باشند که مفاهیم بنیادی نظریه‌ی ارزش به کدام شیوه، دیالکتیک‌وار ساخت‌بندی شده‌اند. روش دیالکتیک نمی‌تواند خود را تنها به این محدود کند که شکل پدیداری را به ذات ارجاع دهد: روش و دیالکتیک باید فراتر از آن نشان دهد که چرا ذات، این یا آن شکل پدیداری {دیگر} را به‌خود می‌گیرد. بررسی‌های این مارکسیست‌های «فلسفی» به‌جای آن‌که بر تفسیر گوشه‌های تاریک و ظاهراً تبیین‌ناپذیر، متمرکز باشد، صرفاً بازگویی‌های مکرر است.

گسست بین بند نخست و بند سوم فصل نخست نه تنها ساختار روش‌شناختی آموزه‌ی ارزش را مناقشه‌برانگیز می‌کند، بلکه مهم‌تر از آن، فهم آن‌چه را مارکس زیر «عنوان کمابیش اسرارآمیز» (۸) **سرشت بتواری کالا و راز آن** آورده است، دشوارتر می‌کند. این، عنوان بند چهارم از فصل نخست است. در این‌جا باید از فصل‌بندی بی‌نظم یا نادرستگاه‌مندانه‌ی بندهای آغازین فصل نخست که به دلیل همین بی‌نظمی، فهم آموزه‌ی سرشت بتواری را دشوار می‌کنند، سخن بگوییم، زیرا این «راز» در همان بند سوم قابل رؤیت می‌شود و قرار است در سه خودویژگی شکل هم‌ارز گشوده شود. این که محتوای بند چهارم تنها به کمک بند سوم قابل فهم می‌شود، سابقه‌اش مربوط است به فصل‌بندی پیوست ویراست اول (۱۸۶۷) که مارکس عنوان آن را «شکل ارزش» نهاده بود. در این پیوست — که فقط به‌مثابه‌ی روایتی برای عامه‌فهم کردن واکاوی شکل ارزش نوشته شده بود — واکاوی بتواری مسلماً نه به‌مثابه‌ی آموزه‌ای مستقل، بلکه حداکثر به عنوان «چهارمین خودویژگی» شکل هم‌ارز آمده است.

این تقسیم‌بندی نشان می‌دهد که آموزه‌ی سرشت بتواری — که در ویراست دوم **کاپیتال** با تفصیل بیشتری نوشته شده و به عنوان بند چهارم آمده است — به‌لحاظ محتوا تنها قسمتی است از بند سوم که حالا به صورت بندی مستقل درآمده است. حذف یا ارائه‌ی بدون شرح بند سوم، که «باعث و بانی تیرگی نخستین فصل **کاپیتال** درباره‌ی ارزش» (۹) است، در تفسیرهای نادرست زیرین خود را آشکار می‌کند:

۱ - بسیاری از نویسندگان ادعای نظریه‌ی کارپایه‌ی ارزش را مبنی بر اشتقاق {منطقی} پول به‌مثابه‌ی پول و بدین ترتیب، خلق و ارائه‌ی یک نظریه‌ی جدید پول، کاملاً نادیده می‌گیرند. بنابراین جای شگفتی نیست که این مفسران تنها نظریه‌ی ارزش را طرح می‌کنند و نظریه‌ی پول را یا از قلم می‌اندازند یا تصحیح می‌کنند و در نتیجه به سختی قادرند تمایز بین نظریه‌ی کلاسیک ارزش کارپایه را با نظریه‌ی مارکسیستی به‌نحو رضایت‌بخشی موجه نشان دهند. آن‌ها در نمی‌یابند که مفاهیم بنیادین نظریه‌ی ارزش تنها آن‌گاه قابل فهم می‌شوند که این نظریه بتواند به‌نوبه‌ی خود مفاهیم بنیادین نظریه‌ی پول را قابل فهم کند. (9a) نظریه‌ی ارزش آن‌گاه به نحو بسنده‌ای تفسیر می‌شود که کالا را چیزی بدانیم و بفهمیم که خود را در فرآیند «از خویش فراتر رفتنی درون‌ماندگار» به‌مثابه‌ی پول مقرر می‌کند. این پیوند درونی و به‌هم‌آویختگی کالا و پول مانع از آن است که نظریه‌ی ارزش مارکسی را بپذیریم و نظریه‌ی پول را که همراه و همپای آن است دور افکنیم. این «خام‌اندیشی و یاوه‌سرای» که سپهرهای تولید و توزیع را — «یعنی آن‌چه را که انداموار و به‌هم‌پیوسته و متعلق‌اند» — «تنها به‌نحوی تصادفی به‌هم معطوف کنیم و در ارتباطی صرفاً معنایی قرار دهیم»، وجه مشخصه‌ی تفسیرهای مکتب مارکسیسم اتریشی است و بیان ناتوانی آن‌ها در فهم نظریه‌ی ارزش و **واکاوی** شکل ارزش است.

۲ - ارتباط بین نظریه‌ی کارپایه‌ی ارزش در روایت مارکسیستی‌اش با پدیده‌ی شیء‌شدگی در تاریکی باقی می‌ماند. البته مارکس در بند چهارم فصل نخست {درباره‌ی سرشت بتواره‌ی کالا} تأکید می‌کند که «این کشف علمی دیر هنگام که محصولات کار، مادام که ارزش‌اند، صرفاً تجلی شیء‌وار کاری هستند که انسان برای تولید آن‌ها صرف کرده است، البته دوران معینی را در تاریخ تکامل نوع بشر مشخص می‌کند، اما به هیچ‌وجه {شبح} فرانمود شیء‌وار سرشت اجتماعی کار را نمی‌رماند [...] تعیین مقدار ارزش به‌وسیله‌ی زمان کار همان راز پنهان در پس حرکات مرئی ارزش‌های نسبی کالاهاست. کشف این راز نقاب تصادفی بودن صرف مقدار ارزش محصولات کار را از چهره‌ی آن برمی‌دارد اما شیء‌وارگی خود این شکل را هرگز زائل نمی‌کند.» (۱۰) این اظهار نظر صریح البته به هیچ‌روی بسیاری از نویسندگان را از آن باز نمی‌دارد که دقیقاً «همان راز پنهان در پس حرکات مرئی ارزش‌های نسبی کالا» را موضوع پژوهش آموزه‌ی مارکسی بتوارگی کالایی قلمداد کنند. بنا به این تفسیرها، این «راز» مقدار ارزش است که «سرشت راز‌آمیز» کالا را موجب می‌شود، نه «راز» آن «فرانمود شیء‌وار» یا آن «شکل شیء‌وار». در این صورت، می‌باید با کشف نظریه‌ی کلاسیک کارپایه ارزش منشاء شیء‌شدگی و راز آن نقداً برملا شده باشد. به این ترتیب روشن می‌شود که عرضه‌ای یک‌جانبه و منفک از جوانب دیگر از نظریه‌ی ارزش، چگونه مجال برجسته کردن تمایز بین واکاوی مارکسی با واکاوی کلاسیک را از بین می‌برد.

وجه مشخصه‌ی بازنمایی‌ای که از ذات بتوارگی کالایی غفلت می‌کند، چنین است: این نویسندگان نخست جملاتی را از فصل مربوط به بتوارگی در **کاپیتال** نقد می‌کنند و سپس آن‌ها را چه به لحاظ مفهومی، و اغلب به لحاظ اصطلاح‌شناسی نیز، به شیوه‌ای تفسیر می‌کنند که در **ایدئولوژی آلمانی** به کار رفته بود، یعنی به شیوه‌ی دست‌نوشته‌ای از مارکس و انگلس که آن‌ها در آن، معنای نظریه‌ی کارپایه‌ی ارزش را هنوز به درستی نمی‌دانستند. گفتاوردی که همه جا نقل می‌شود، این است: در نگاه تولیدکنندگان «روابط اجتماعی کارهای خصوصی‌شان همان‌گونه **نمودار می‌شوند**، که هستند، یعنی نه به مثابه‌ی رابطه‌ی اجتماعی مستقیم اشخاص در کارهای‌شان، بلکه به مثابه‌ی رابطه‌ی شیئی اشخاص و رابطه‌ی اجتماعی اشیاء.» (۱۱) آن‌چه از این گفتاورد بیرون کشیده می‌شود، حداکثر این است که روابط اجتماعی در برابر انسان‌ها «استقلال یافته» اند. یعنی برداشتی که موضوع آثار آغازین مارکس است و با استفاده از اصطلاحاتی مثل «بیگانگی» یا «شخصیت‌زدایی» به مضمون یاوه‌سرایی‌های نقدهای محافظه‌کارانه‌ی فرهنگی مبدل شده است. اما آن‌چه مسئله‌ی اصلی **نقد** اقتصاد سیاسی است، تنها توصیف این واقعیت نیست، بلکه واکاوی آغازها و پیدایش آن است.

تفسیری راستین از سرشت بتواریگی باید عبارت مذکور را به زنجیره‌ای از حلقه‌های زیر تقسیم کند و به پژوهش درباره‌ی آن‌ها بپردازد:

۱ - ساختاری که «رابطه‌ی اجتماعی اشیاء» از نظر مارکس دارد، چیست؟

۲ - چرا و تا کجا می‌شود «رابطه‌ی اشیاء» را تنها به‌مثابه‌ی «شکل پدیداری صرفِ روابط انسانی» فهمید که «نسبت به خود این رابطه خارجی است و پشت آن پنهان است»؟ از این‌جا پرسش‌های دیگری نتیجه می‌شوند:

الف) «روابط انسانی» به‌مثابه‌ی «روابط اجتماعی کارکنان خصوصی» یا به‌مثابه‌ی «روابط اجتماعی تولیدکنندگان» نسبت به کل کار تعریف می‌شوند. منظور از مفاهیمی مثل «رابطه» یا «کل کار» چیست؟  
ب) دلیل این‌که چرا «روابط اجتماعی» در برابر آگاهی ضرورتاً به‌مثابه‌ی چیزی دیگر پدیدار می‌شوند، چیست؟

ج) واقعیت این فرانمود را چه چیز می‌سازد؟ این فرانمود به چه شیوه‌ای خود وجهی وجودی از واقعیت است؟

د) آغاز و پیدایش شیئیت انتزاعی ارزش را چطور باید فهمید: سوژه به چه شیوه‌ای خود را «شیئیت می‌بخشد»؟ آیا به‌مثابه‌ی برابریستا (بژه) در برابر خود ظاهر می‌شود؟ این قضیه‌ی اسرارآمیز را می‌توان این‌طور توصیف کرد: ارزش محصول را باید به‌مثابه‌ی چیزی آفریده‌ی اندیشه از خود محصول متمایز دانست. اما از سوی دیگر، ارزش همیشه تنها ارزش محصول است و بدین ترتیب به‌مثابه‌ی «شکل اندیشه‌گون» چیزی مادی پدیدار می‌شود. به‌مثابه‌ی چیزی آفریده‌ی اندیشه، ارزش در درون آگاهی، «درون‌ماندگار» است. اما به این شیوه، ارزش نمی‌تواند به هستی خویش آگاهی یابد: {برای این کار} ارزش خود را در مقابل آگاهی به‌مثابه‌ی چیزی بیگانه قرار می‌دهد. در این‌جا واقعیت محصولات کار پیشاپیش مفروض گرفته شده است. مسئله‌ی مناقشه‌برانگیز در این‌جا صرفاً این واقعیت است که محصولات کار «به هیئتی خیالی درمی‌آیند متفاوت با واقعیت آن‌ها» و نه ساختمانی یگانه و هم‌هویت با خود آن‌ها<sup>۱</sup>

ما در این‌جا فقط به پرسش نخست می‌پردازیم: مارکس چگونه ساختاری را که «رابطه‌ی اجتماعی اشیاء» می‌نامد، توصیف می‌کند؟ نخست این‌که، باید به‌خاطر داشت که ارزش‌های مصرفی همیشه در قیمت‌ها نمایندگی می‌شوند. تا همین‌جا می‌توان گفت که این طرز بیان که برابرنهادگی دو ارزش مصرفی یک «رابطه» ایجاد می‌کند، سوءتفاهم‌برانگیز است. این‌طور نیست که دامن و پارچه برابر قرار داده

<sup>۱</sup> در اصل ens qua ens: هستی به‌مثابه‌ی هستی - م.



می‌شوند، بلکه آن‌ها نقداً برابر قرار گرفته‌اند. امر برابری پیشاپیش تحقق یافته است، زیرا آن‌ها با چیز سومی، یعنی پول، برابر قرار داده می‌شوند و از طریق این دور زدن {غیرمستقیم} نقداً برابر هستند. «**رابطه‌ی ارزش**، همیشه بیان ارزش است.» این برابری اما تنها معطوف به محتوای ارزش است؛ در ارتباط با شکل ارزش، هنوز یک نابرابری است: یک محصول کالا می‌شود، محصول دیگر پول. رابطه‌ی بین اشیاء، یا «رابطه‌ی ارزش»، به مثابه‌ی «بیان ارزش» رابطه‌ی بین پول و کالا است. محصولات به مثابه‌ی قیمت‌ها «تنها مقادیر مختلفی از شیء واحدی هستند [...] که صرفاً در مقادیر مختلفی از پول عرضه شده‌اند.» (۱۲) مادام که کالاها پیشاپیش به مثابه‌ی «قیمت‌های پولی نمایندگی شده‌اند [...] من می‌توانم آن‌ها را با یکدیگر مقایسه کنم؛ اما پیش از آن که ارزش‌ها بتوانند به مثابه‌ی قیمت‌ها نمایندگی شوند، باید ارزش کالاها به مثابه‌ی پول نمایندگی شده باشند.» (۱۳)

در این مسئله راه حل پرسش زیر نهفته است: «اساساً من چطور می‌توانم یک کالا را در کالا یا کالاهایی دیگر به مثابه‌ی هم‌ارز عرضه کنم؟» محتوای واکاوی مارکس از شکل، منشاء و چگونگی پیدایش قیمت به مثابه‌ی قیمت است. در اینجا برخلاف نظریه‌ی کلاسیک ارزش کارپایه، «گذار» از ارزش به ارزش مبادله یا قیمت به مثابه‌ی یک معضل تشخیص داده می‌شود: «این یکی از کاستی‌های عمده‌ی اقتصاد سیاسی کلاسیک بود که هرگز موفق نشد از واکاوی کالا و به ویژه ارزش کالا، شکل ارزش را، یعنی چیزی که دقیقاً ارزش را به ارزش مبادله مبدل می‌کند، کشف کند.» (۱۴) این امر از چشم ریکاردویی‌ها پنهان ماند که ادعای‌شان مبنی بر این که کار ارزش کالا را تعیین می‌کند، نسبت به خود مقوله‌ی ارزش بی‌ارتباط باقی می‌ماند: در این ادعا، علت تعیین‌کنندگی و موضوع یا برابریستای تعیین‌کنندگی با یکدیگر متمایزند و کوچک‌ترین «پیوند و وابستگی درونی» با هم ندارند. حتی زمانی هم که مقدار ارزش به مثابه‌ی کارکرد مقدار کار صرف‌شده تعریف می‌شود، کار کماکان نسبت به ارزش، جایگاه و نسبتی بیگانه دارد. بنابراین فرض بنیادین اقتصاد کلاسیک صرفاً یک نوع ضمانت است؛ یک «دگم متافیزیکی». ساموئل بیلی یکی از پیشگامان نظریه‌ی ارزش سوژکتیویستی با نقدش به مکتب کلاسیک در واقع انگشت در زخمی قدیمی فرومی‌کند: «این که ریکاردویی‌ها به بیلی خیلی کلی و مبهم و بدون قاطعیت جواب می‌دهند، یکی هم به این علت است که آن‌ها نزد خود ریکاردو هم حرف روشن و راه حلی برای پیوند و وابستگی درونی بین ارزش و شکل ارزش یا ارزش مبادله پیدا نکردند.» (۱۵) بنابراین بیلی توانست آن‌چه را که در مکتب ریکاردویی «ارزش مطلق» خوانده می‌شود، به مثابه‌ی ارزشی «متعلق به خود کالا» چیزی که در آن «خانه دارد» (۱۶) و بنابراین به مثابه‌ی «اختراعی» مدرسی و سخنورانه مورد انتقاد قرار دهد. بیلی این پرسش را طرح کرد: «{عباراتی مثل} از ارزشی برخوردار بودن،

بخشی از ارزش را حمل کردن، مجموع یا مجموعه‌ی کل ارزش‌ها، و غیره — من نمی‌فهمم منظور از این عبارات چیست؟» (۱۷) او در انتقاد به ریکاردو در واقع به نقدی که بعدها سوبرکتیویسم مدرن طرح کرد پیشدستی می‌کند، وقتی می‌نویسد: «هیچ چیز نمی‌تواند بدون عطف به چیزی دیگر به خودی خود ارزشمند باشد [...] ارزش یک کالا باید ارزشش در چیز {دیگری} باشد [...] تعیین یا بیان ارزش یک کالا غیرممکن است، مگر از طریق مقداری از کالای دیگر.» (۱۸) نزد بیلی ارزش و ارزش مبادله یا قیمت یکی و همان هستند و صرفاً به‌مثابه‌ی نسبتی کمی بین ارزش‌های مصرفی تعریف می‌شوند. درست است که در این جا ارزش تنها به‌مثابه‌ی «ارزش نسبی»، به‌مثابه‌ی نسبتی بین اشیاء قابل بیان است، اما، «کالا صرفاً و به سادگی در برابر پول قرار ندارد، بلکه ارزش مبادله‌اش به‌نحوی متصوّر [ideell] به‌مثابه‌ی پول نمودار می‌شود، یعنی کالا به‌مثابه‌ی قیمت، پولی متصوّر است.» (۱۹) بنابراین، رابطه‌ی بین کالا و پول نه تنها رابطه‌ای کمی است، بلکه به‌نحوی اسرارآمیز ساختاری کیفی هم دارد: محصولات به‌مثابه‌ی کالاها «مقداری متصوّر از طلا» یند؛ طلا اما، «واقعیت قیمت خود آن‌هاست.» (۲۰) از این رو، تلاش بیلی برای تقلیل ارزش به یک نسبت کمی صرف، تلاش برای ناپدید کردن معضل معادله‌ی برابری کالا - پول از راه چشم‌بندی است. «از آنجا که او این رابطه را در بیان پولی متجلی می‌بیند، نیاز ندارد» بداند و بفهمد «که این بیان چگونه ممکن می‌شود [...] و اساساً بیان چه چیزی است.» (۲۱) مارکس موضع سوبرکتیویستی را به شیوه‌ای مورد انتقاد قرار می‌دهد که اهمیت بنیادین آن برای نقد پوزیتیویسم مدرن، به‌ویژه نزد واکاوی زبان‌شناسانه، تنها به‌نحوی ناقص و پاره‌وار شناخته شده است: «این نوع نقد {یعنی موضع سوبرکتیویستی} می‌خواهد دشواری‌هایی را که در نفس تعینات متناقض چیزها نهفته‌اند، با وراجی به‌مثابه‌ی محصولات اندیشه‌ورزی یا ناشی از تعاریف متعارض تلقی کند [...] این که ناسازه (پارادکس) های واقعیت خود را در ناسازه‌های زبان بیان می‌کنند، و این، متعارض است با عقل سلیم و با آنچه منظور اقتصاد عامیانه است و از آن حرف می‌زند، امری است بدیهی. تناقض‌های برخاسته از این وضعیت، یعنی این که [...] کار خصوصی خود را در {کار} عام اجتماعی می‌نمایند، [...] در خود امر واقع ریشه دارند، نه در بیان زبانی امر واقع.» (۲۲) از کشاکش‌ها و مواجهه‌ی موشکافانه‌ی مارکس با بیلی هم‌چنین می‌توان دریافت که مارکس «هسته‌ی عقلایی» نقدی معناشناختی را جدی می‌گیرد. {اصطلاح} «ارزش مطلق» که تنها «نسبیت سهم‌برانه و کمیت متعلق بخود» را بیان می‌کند، در واقع یک ناسازه‌ی زبانی یا یک «رازآمیزی» است، اما «ناسازه‌های متعلق به واقعیت» یا «رازآمیزی واقعی» (۲۳). این ناسازه {نخست آن‌گاه که وساطت ارزش «مطلق» و «نسبی» نشان داده شده است، می‌تواند به‌مثابه‌ی «رابطه‌ی بین اشخاص» رازگشایی شود.

تشخیص مارکس در این باره که ریکاردویی‌ها فقط به شالوده‌ی تعیین مقدار ارزش علاقه و توجه دارند — {زیرا} «شکل به‌خودی خود» برای‌شان «بی‌تفاوت است، چون ظاهراً امری طبیعی» است؛ مقولات اقتصادی «نزد آگاهی بورژوازی‌شان [...] بدهاتماً ضرورتی طبیعی دارند» (۲۴) — در مورد اقتصاد معاصر نیز صادق است. از دید مارکس، منشاء نادیده‌انگاری معضل شکل این است که {علم} اقتصاد رایج در مدارس و مراکز آموزشی خود را به تعاریف منطقی صوری پای‌بند می‌داند: «کمتر جای شگفتی است که اقتصاددانان، زیر نفوذ علاقه‌مندی و توجه به مواد درسی، معنایی را که از شکل بودن بیان نسبی ارزش مراد می‌شود نادیده بگیرند، وقتی منطق‌دانان حرفه‌ای پیش از هگل حتی معنایی را که از شکل دستگاه‌های احکام و استدلال قیاسی مراد می‌شود نادیده گرفته بودند.» (۲۵)

واکاوی ساختار منطقی شکل ارزش از واکاوی محتوای تاریخی-اجتماعی‌اش جدایی‌پذیر نیست. اما نظریه‌ی کلاسیک ارزش کارپایه، پرسش مربوط به چندی چون تاریخی-اجتماعی کاری را که از دید این نظریه «ارزش‌ساز» است، طرح نمی‌کند. به این ترتیب، درباره‌ی تحقق کار در شکلی که نسبت به آن بیگانه است، تأمل نمی‌شود: «نزد فرانکلین زمان کار بلافاصله و به نحوی اقتصادگرایانه و یک‌جانبه به‌مثابه‌ی معیار اندازه‌گیری ارزش‌ها عرضه می‌شود. از این دیدگاه دگردیسی محصولات واقعی به ارزش‌های مبادله‌امری بدیهی است.» (۲۶) آن‌چه را که مارکس به‌مثابه‌ی «یک‌جانبگی اقتصادگرایانه» تقبیح می‌کند، این است که در این‌جا اقتصاد به‌مثابه‌ی شاخه‌ای جداگانه از تقسیم‌کار علمی و در سطحی عمل می‌کند که گویا برابری‌های اقتصادی‌اش پیشاپیش استقرار یافته‌اند. «درست است که اقتصاد سیاسی، اگرچه به نحوی ناتمام، ارزش و مقدار ارزش را، واکاویده و محتوایی را که در این شکل‌ها پنهان است، کشف کرده است. اما هرگز این پرسش را طرح نکرده است که چرا این محتوا آن شکل را اختیار می‌کند، و بنابراین، چرا کار در ارزش [...] محصولات کار بازنمایی می‌شود.» (۲۷)

به همین دلیل، ریکاردویی‌های چپ که نظریه‌ای برای «مزد عادلانه» طرح کردند، پرسیدند: «اگر زمان کار مقیاس و سنجش‌گر درون‌ماندگار ارزش است، پس چرا ما مقیاس و سنجش‌گری دیگر و برون‌اختیار می‌کنیم؟» اگر کار ارزش کالاها را تعیین می‌کند، در آن صورت می‌باید محاسبه‌ی ارزش را هم‌چون «دور زدن راه اصلی» تلقی کرد و کارکرد پرده‌پوشانه‌ای را که در این محاسبه استفاده می‌شود دورافکند. محصولات می‌باید مستقیماً بر مبنای واحدهای زمان کار محاسبه شوند و جای پول را هم بر گه‌های گواهی ساعت کار بگیرد. آن‌ها می‌پرسند، چرا در تولید کالایی کار به‌مثابه‌ی ارزش مبادله‌ی محصولات، به‌مثابه‌ی «صفتی مادی و متعلق به آن‌ها» (۲۸) تلقی می‌شود؟ مارکس مبنای شالوده‌ی پنهان محاسبه‌ی ارزش را در تناقضی می‌بیند که ذات سپهر تولید را مشخص می‌کند همانا در تناقض

بین کار شخصی و کار اجتماعی؛ تناقضی که برای نظریه‌ی اجتماعی او جایگاهی بسیار برجسته و مهم دارد. این که در تولید کالایی کار اجتماعی تنها به‌مثابه‌ی **کار اجتماعی** تولیدکنندگان **خصوصی** قابل انجام است، تناقضی است بنیادین که در اشتقاق این نتیجه تبارز می‌یابد که مبادله‌ی فعالیت‌ها و محصولات باید از طریق یک محصول خاص و درعین حال عام وساطت شود. حتی مارکس هم، با وجود همه‌ی تندوتیزی انتقادش به سوسیالیست‌های تخیلی، این خواسته را تحقق‌پذیر می‌داند که محاسبه‌ی ارزش روزی منسوخ شود؛ البته روزی که تولید کالایی، یعنی تولید تولیدکنندگان منفرد و مستقل از هم برای بازار، از بین رفته باشد. این خواسته، پی‌آمدی اجتناب‌ناپذیر و یکی از عناصر گوه‌رین، و نه تصادفی و غیرضروری، نظریه‌ی ارزش مارکس است. معنای واقعی «نقد مقولات اقتصادی» عبارت است از نشان‌دادن و برجسته‌کردن اوضاع و احوال اجتماعی‌ای که وجود شکل ارزش را ضروری می‌کنند. «واکاوی شکل مسلط کار، هم‌هنگام واکاوی پیش‌شرط‌های الغای آن است [...] (مقولات) مارکسی منفی و درعین حال مثبت‌اند: آن‌ها وضعیتی منفی را در پرتو الغاء و فراتر رفتن از آن، توصیف و تشریح می‌کنند.» (۲۹) بنابراین، سرشت تاریخی واکاوی شکل ارزش عبارت است از «این که بلافاصله در همان ساده‌ترین شکل، یعنی شکل کالا، سرشت ویژه و متعین، و نه به‌هیچ‌وجه سرشت مطلق، تولید بورژوازی واکاوی شده است.» (۳۰)

واکاوی پرکم و کاست ریکاردو از شکل ارزش، در کنار نقد سوژکتیویستی بیلی و دکترین سوسیالیست‌های تخیلی درباره‌ی پول کار، این پی‌آمد را نیز داشت که «درباره‌ی قواره و قالب یعنی تعیین ویژه‌ی کار به‌مثابه‌ی آفریننده‌ی ارزش مبادله پژوهش نشود. «بنابراین» ریکاردو «پیوند» و وابستگی بین تعیین‌یافتن ارزش مبادله به‌وسیله‌ی کار و ضرورت پیش‌روی کالاها به سوی ساختن پول را در نمی‌یابد. ناراستی نظریه‌ی پول او نیز از همین روست [...] این دریافت نادرست از پول نزد ریکاردو، اما مبتنی است به این که او اساساً تنها تعیین کمی ارزش مبادله را مدنظر دارد [...]» (۳۱) نظریه‌ی خطای ریکاردو درباره‌ی پول، نظریه‌ی کمی است که نقد آن، واکاوی شکل ارزش را برمی‌انگیزد.

اگرچه باید بر این بصیرت به سختی فراچنگ آمده پای فشرده که **نقد مقولات اقتصادی** از سوی مارکس سپری کردن و فراتر رفتن از قلمرو {علم} اقتصاد تخصصی است، اما واکاوی شکل ارزش — با جهت‌گیری‌اش به سوی مقولات فلسفی — اگر در کارکرد واقعی‌اش فهمیده شود، تنازعات **اقتصاد تخصصی** را پشت سر می‌گذارد. با روایتی ویژه از چهارمین تز مارکس درباره‌ی فویرباخ می‌توان نقد مارکس به ریکاردو را چنین توصیف کرد: ریکاردو از واقعیت خودبیگانگی اقتصادی، از تضاعف و دوگانگی محصول در یک شیء ارزشی، یعنی یک چیز واقعی و یک چیز متصور عزیزت می‌کند. نظریه‌ی او انحلال

ارزش در کار است. اما او نادیده می‌گیرد که کار اصلی هنوز برجای باقی مانده است. همانا: این که محصول از خود برون می‌رود و بر فراز خویش می‌ایستد و خود را در قلمروی مستقل از مقولات اقتصادی، ورای آگاهی، تثبیت می‌کند، امری است که باید آنرا تنها با عطف به از خود دریدگی و در خود متناقض‌بودگی کار اجتماعی تبیین کرد. از همین رو، این کار اجتماعی خود باید نخست در تناقضش فهمیده شود و سپس از طریق شکستن و از میان برداشتن این تناقض، در عمل منقلب گردد. بنابراین، از جمله: پس از آن که کشف شد که کار راز ارزش است، اینک باید خودِ کار به لحاظ نظری مورد انتقاد قرار گیرد و عملاً زیر و رو شود. از منظر روش‌شناختی، قضیه این‌جا بر سر همان معضلی است که پیش از این خاطر نشان شده بود، یعنی صعود از امر انتزاعی به سوی امر مشخص، از ارزش به سوی شکل پدیداری ارزش.

اینک به این پرسش بپردازیم که رابطه‌ی کیفی کالا و پول چگونه ساخت‌بندی شده است، یعنی چه چیزی «محتوای {منطقی} شکل نسبی بیان ارزش» را مشخص می‌کند. اگر وجود پولِ طلایی را پیش فرض بگیریم، می‌توانیم بگوییم ۲۰ ذرع پارچه = X گرم طلا یا ۲۰ ذرع پارچه X گرم طلا می‌ارزد. این تساوی می‌گوید پارچه و طلا نه تنها مقادیر برابری از ارزش‌ها را نمایندگی می‌کنند، بلکه به نحوی خودبیزه نیز به یکدیگر منوط و مقیدند: پارچه با طلا هم «از لحاظ مقدار برابر» و هم «ذاتاً برابر» گرفته است. ارزش پارچه در ارزش مصرفی هر محصول دیگری به‌جای طلا هم قابل بیان است، مثلاً در دامن. «ارزش‌بودگی {پارچه} پدیدار و آشکار می‌شود، خود را در رابطه‌ای بیان می‌کند که در آن نوع دیگری کالا، {مثلاً} دامن، با پارچه برابر قرار داده می‌شود یا {کالایی که} هم‌چون دارنده‌ی "ذاتی برابر" {با پارچه} تلقی می‌شود.» (۳۲) پارچه به‌مثابه‌ی ارزش مصرفی نمی‌تواند به‌وسیله‌ی طلا نمایندگی شود. پارچه، پارچه است و طلا نیست. محصولات تنها آن‌گاه «ارزش‌های نسبی» هستند که پیشاپیش هم‌چون امر معطوف، به‌مثابه‌ی ارزش‌ها، آن هم «ارزش‌های مطلق» با طلا «ذاتاً برابر» نهاده شده‌اند. پارچه، به‌مثابه‌ی ارزش، با طلا یکسان است «هم‌چون یک تخم مرغ با تخم مرغ دیگر» (۳۳). «به‌مثابه‌ی ارزش، {پارچه} پول است»: به این ترتیب، پارچه به‌مثابه‌ی ارزش طلا است. «همه‌ی سحر و جادویی که محصولات کار در دوران تولید کالایی را در هاله‌ی مه‌آلود خویش پیچانده است» (۳۴)، خود را در این رابطه‌ی ناسازوار متباز می‌کند که کالا هم‌هنگام خود و دیگری خویش است: پول. بنابراین او {یعنی کالا} همانی همانی و ناهمانی است. کالا با پول هم ذات است و هم‌هنگام اما متمایز. این «یگانگی در چندگانگی» چنان که مشهور است، با اصطلاح هگلی «تضاعف» شناخته می‌شود. مارکس با کاربرد این مقوله‌ی دیالکتیکی می‌خواهد ساختار معادله‌ی تساوی کالا - پول را

مشخص کند: مبادله‌ی کالا «تضاعفی از کالا را در کالا و پول تولید می‌کند، تقابلی خارجی که در آن، آن‌ها {کالا و پول} تقابل درون‌ماندگارشان را بین ارزش مصرفی و ارزش بازمی‌نمایانند.» (۳۵)

**معادله‌ی تساوی کالا - پول** رفع اقتصادی قضیه‌ی همانی {یا اصل هو هویه} است. همیشه باید تمایزی ساختاری را که بین «معیار سنجش» ارزش و معیار سنجش خواص طبیعی وجود دارد مدنظر داشت. مثلاً معیار اندازه‌گیری وزن، کیلوست، یا وزن یک لیتر آب است. بنابراین مقدار معینی آب به‌مثابه‌ی واحد وزن تعریف می‌شود. این اما به هیچ‌وجه بدان معنا نیست که سنگینی یک چیز در ابعاد مکانی/فضایی آب «پدیدار» می‌شود و خود را در آنجا «متحقق» می‌کند. آب به‌مثابه‌ی آب، شکل پدیداری سنگینی نیست. یک شیء به‌مثابه‌ی «شیئیت‌یابی» سنگینی، با آب واقعی در رابطه‌ای دیالکتیکی قرار ندارد، به نحوی که به‌مثابه‌ی سنگینی، با آب، که پدیداری صاحب حجم در فضا است، یکی و همان و درعین حال به عنوان یک چیز کمی معین، با آن تمایز داشته باشد. چنین نیست که شیء «دوشقه» یا «مضاعف» شود، مثلاً در «حامل» سنگینی {از یک سو} و آب {هم‌زمان از سوی دیگر}؛ یعنی شیء درعین حال هم خودش و هم دیگری نیست. اما برعکس، رابطه‌ی کالا و پول دقیقاً بر این سیاق است. {یعنی، هم این است و هم آن}. ارزش یک کالا تنها از این راه می‌تواند با ارزش مصرفی‌اش متمایز شود، که ارزش در هیئت یک ارزش مصرفی دیگر بیان می‌شود؛ بدین ترتیب که «کالا در موجودیت بی‌واسطه‌اش به‌مثابه‌ی ارزش مصرفی، ارزش نیست، شکل مناسب و مکفی ارزش است؛ کالا به‌مثابه‌ی چیزی به‌لحاظ عینی متفاوت با خود یا به‌مثابه‌ی چیز دیگری که با او برابر نهاده شده، مساوی با ارزش است.» (۳۶) کالا به «چیزی به‌لحاظ عینی متفاوت با خود» تبدیل می‌شود و کماکان در عین دیگربودگی، خود خویشتن باقی می‌ماند. در این اظهار که «۲۰ ذرع پارچه یک دامن می‌آورد»، ارزش یک چیز از طریق یک چیز دیگر بیان می‌شود. این بیان ارزش موجد یک «وارونگی» شگفتی‌آور است: دامن «در پیکر و حضور واقعی‌اش»، دامن به‌مثابه‌ی ارزش مصرفی، بی‌واسطه به‌مثابه‌ی ارزش تلقی می‌شود: «در پول، ارزش چیزها از جوهرشان جداست [...] اما از یک سو ارزش مبادله طبعاً هم‌زمان کیفیت ذاتی چیزها باقی می‌ماند، ضمن این که درعین حال بیرون از آن‌ها موجودیت دارد [...] بنابراین ارزش مبادله در قالب پول به عنوان چیزی متفاوت در برابر آن (کالا) ظاهر می‌شود. همه‌ی ویژگی‌های کالا به‌مثابه‌ی ارزش مبادله هم‌چون برابری‌هایی متفاوت با او پدیدار می‌شوند [...] ارزش مبادله به چیزی مستقل از او، در یک ماده‌ی دیگر، به وجودی استقلال‌یافته در کالایی ویژه مبدل شده است.» (۳۷) یکسان و هم‌قدر قراردادن اسرارآمیز پارچه و دامن تعیین‌یافتگی اقتصادی دامن را تغییر می‌دهد. از این طریق که پارچه «خود را به‌مثابه‌ی ارزش با دامن یکسان و هم‌قدر قرار می‌دهد»، ضمن این که به‌مثابه‌ی ارزش مصرفی از

آن متمایز باقی می‌ماند، دامن، در تقابل با پیکر پارچه، به شکل پدیداری ارزش پارچه بدل می‌شود [...] از آنجا که پارچه به مثابه‌ی ارزش با دامن هم‌ذات است، به این ترتیب شکل طبیعی دامن {یعنی پارچه بودنش} به شکل پدیداری ارزش خود دامن بدل می‌گردد.» (۳۸) مارکس پول به مثابه‌ی پول را وحدتی متناقضاً بهم‌بافته تعریف می‌کند: یک امر خاص به‌طور بی‌واسطه به مثابه‌ی ضد خود، به مثابه‌ی امر عام، پدیدار می‌شود. «در این جا تعینات متعارض کالا، به جای آن که از یکدیگر منفک شوند، در یکدیگر بازتاب می‌یابند [...] چنین به نظر می‌آید که انگار در کنار شیر، ببر، خرگوش و همه‌ی حیوانات واقعی دیگر [...] یک موجود دیگر هم بنام حیوان، مستقل از آن‌ها و بیرون از آن‌ها وجود واقعی دارد که پیکریافتگی کل قلمرو حیوانات است. چنین امر منفردی که همه‌ی انواع موجودات واقعی را در خود فرا می‌گیرد، یک امر عام است، مثل حیوان، یا خدا، و غیره.» (۳۹) پرسشی که در این جا طرح می‌شود این است که آیا از این به بعد جوهر ارزش نیز قابل لمس می‌شود؟

ما تا این جا «جنبش» چیزی را توصیف کردیم که این خاصیت شگفت‌آور را داراست که خود را «به جامه‌های گوناگون درآورد»، «مضاعف یا دوگانه کند»، «بیان کند»، «خود را در هر دو سر رابطه‌ای افراطی حفظ کند»، «پوسته‌ی شکل طبیعی‌اش را از تنش و ابکند» و «خود را متحقق سازد.» این چیز — که به لحاظ حسی قابل لمس و ادراک نیست — «اندازه‌گیری می‌شود»، «حمل می‌شود» و غیره. «حمل‌کننده‌ی» این رویداد یک «شیء اندیشه‌ای» است، «شیئی انتزاعی بدون هیچ کیفیت و محتوای دیگری». بی‌فکری بسیاری از نمایندگان نظریه‌ی کارپایه‌ی ارزش که به نحوی ناآگاه و نیندیشیده با این مقولات ور می‌روند و جایگاه منطقی‌شان را حتی در حد یک معضل نمی‌شناسند، گرایش به نقد معناشناختی را قابل فهم می‌کند که می‌خواهد استدلالات اقتصاددانان مارکسیست را به مثابه‌ی بازی صیرف با کلمات یا بتوارگی واژه‌ها یک جا دور بریزد. به همین دلیل، به نظر من یکی از وظایف عاجل اقتصاد مارکسیستی این است که به مقولات خویش به عنوان موضوع مورد مناقشه بنگرد. مهم‌تر از همه، مقولات بنیادین مربوط به نظریه‌ی ارزش: «ارزش مطلق» و «کالا». ما تا همین جا نشان دادیم که ارزش به مثابه‌ی چیزی که در آگاهی، «درون‌ماندگار» است، دریافت نمی‌شود، بلکه چیزی است که خود را به مثابه‌ی امر بیگانه در برابر آگاهی قرار می‌دهد.

دقیقاً همین معضل است که زیمل را بر آن داشت تا ارزش را به مثابه‌ی مقوله‌ی متافیزیکی تعریف کند: «آن {ارزش} به خودی خود [...] فراسوی ثنویت سوژه و ابژه قرار ندارد.» (۴۰) درست است که ارزش امری متصور است، اما یک مفهوم یا مقوله به معنایی که این‌ها در منطق صوری دارند، نیست: نه می‌توان وجه تمایزی ویژه در آن تشخیص داد و نه دلالتی مادی. ارزش برای اطلاق نوع یا جنس نیست،

بلکه «ظرفی منطقی است برای وحدت خصوصیات عناصری مختلف و منفرد که هر کدام خود به مقولات کاملاً متفاوتی متعلق‌اند.» (۴۱) اشاره به مقوله‌ی سنتی برای اطلاق خدا نشان می‌دهد که مارکس «امر عام» را به‌مثابه‌ی «وحدت» می‌فهمد که کلیت همه‌ی تعینات را در گوناگونی‌شان درخود گنجیده دارد. اینک، آیا تعینی که بی‌واسطه فقط ذات پول را مشخص می‌کند، برای «برابریستای عام»، ارزش، هم معتبر است؟ ارزش صرفاً در «وحدت» با ارزش مصرفی پدیدار می‌شود. این «وحدت» کالا نامیده می‌شود — «شیئی حسی - ماورای حسی». شیء، در معنای فلسفه‌ی سنتی‌اش یا چیزی مادی است یا «برابریستایی ترافرازانده {یا استعلایی}». کالا به‌مثابه‌ی چیزی که حسی و ماورای حسی باشد و ارزش مصرفی و ارزش بودن به‌مثابه‌ی صفات به آن تعلق بگیرند، قابل تصور و اندیشیدن نیست. این صفات توسط صفت سومی که مثل چفت‌وبستی عمل کند که این دو صفت را هم‌چون لایه‌های ناب دربرمی‌گیرد و به‌مثابه‌ی چیزی واحد و یگانه بهم می‌آمیزد، احاطه نشده است.

کالا را می‌توان موقتاً به شرح زیر توصیف کرد. فرض می‌گیریم که «رابطه» ای بین ارزش‌های مصرفی موجود است. اما کالاها به‌مثابه‌ی ارزش‌های مصرفی «موجوداتی نسبت به هم بی‌تفاوت و مهم‌تر از آن، نامعطوف» هستند. امر بی‌واسطه همواره امری وساطت‌شده نیز هست. رابطه‌ی یک ارزش مصرفی با خودش، به‌مثابه‌ی چیزی که دیگری است، هم‌چون رابطه‌ی بی‌واسطه‌ی دو ارزش مصرفی پدیدار می‌شود که با خود یکی و همان‌اند. در این‌جا فراموش می‌شود که در برابرنگهدگی دو ارزش مصرفی، یکی از آن‌ها با خودش نابرابر و نایکسان قرار داده می‌شود: «من هر یک از کالاها را = {کالای} سومی قرار می‌دهم. یعنی {با چیزی} نایکسان و نابرابر با خودش.» (۴۲) شیء به‌مثابه‌ی «چیزی نایکسان و نابرابر با خویش»، متمایز با آن‌چه در خود دارد، با خود یکی و همان می‌ماند. شیء «از خویشتن خویش» به‌مثابه‌ی ارزش مصرفی [...] متمایز می‌شود.» (۴۴) و هویتی مشخص به‌دست می‌آورد. «وحدت» ارزش و ارزش مصرف، وحدت در تمایزیابی در خویش، خود را به‌مثابه‌ی تضاعف کالا در کالا و پول به نمایش می‌گذارد. «بنابراین، تنازع درونی گنجیده در پوسته‌ی کالا [...] خود را در تنازعی بیرونی بازمی‌نمایاند.» (۴۵) در این‌جا بلافاصله یک «وارونگی» رخ می‌دهد: ارزش کالا که طلا را نخست به پول مبدل می‌کند، اینک در کالا تنها به‌مثابه‌ی مقداری ذهنی {یا متصور} از طلا جلوه می‌کند؛ یعنی به‌مثابه‌ی ارزش مبادله یا قیمت. «حرکت وساطت‌کننده در حاصل خویش ناپدید می‌شود و هیچ ردی برجای نمی‌نهد.» (۴۶) نزد مارکس، برخلاف نظریه‌ی ارزش کلاسیک کارپایه، ارزش تنها علت و شالوده‌ی تعیین مقدار ارزش نیست، بلکه در «حرکت وساطت‌کننده» اش، عنصر سازنده‌ای است که رابطه را اساساً به‌مثابه‌ی رابطه می‌سازد. بنابراین ارزش نزد مارکس یک جوهر نامتحرک در انجماد و



صلبیتی نامتمایز نیست، بلکه عاملی است در تمایزگذاری با خویش انکشاف‌دهنده: سوژه {است}. «اما اگر کل گردش را بنگریم، می‌بینیم که همان ارزش مبادله، به‌مثابه‌ی سوژه، گاه خود را چون کالا، گاه چون پول عرضه می‌کند و گردش چیزی نیست جز همین حرکتی که در آن ارزش مبادله در این تعیین مضاعف هربار هم خود است و هم ضد خود و بدین ترتیب در کالا به‌مثابه‌ی پول و در پول به‌مثابه‌ی کالا خود را حفظ می‌کند.» (۴۷)

بدیهی است که راز تضاعف کالا در کالا و پول آن‌گاه آشکار می‌شود که بتوان ثابت کرد که این روابط متعارض بین اشیاء بیانگر روابطی بین انسان‌هاست که به همان شیوه، ساختاری متعارض و متخاصم دارند. برعکس، این «روابط اجتماعی اشخاص» باید چنان تعریف شوند که با استناد به ساختارشان «رابطه‌ی متخاصم اشیاء» قابل فهم شود.

شیء «حسی - ماورای حسی» نشانگر واقعیتی است منحصر به فرد که نه به وجوه تکنیکی و فیزیولوژیک فرآیند کار قابل تقلیل است و نه به محتوای آگاهی و ناآگاهی انسان. نزد مارکس، شیئیت انتزاعی ارزش صرفاً و سراسر عینیت اجتماعی است. از آنجا که این بُعد از واقعیت هم‌هنگام ذهنی و عینی است، از آن روابط اجتماعی‌ای که تنها از طریق کنش آگاهانه شکل می‌گیرند، متمایز است.

واکاوی شکل ارزش از سه جهت برای نظریه‌ی مارکسی جامعه واجد اهمیت است: این واکاوی حلقه‌ی پیوند جامعه‌شناسی و نظریه‌ی اقتصادی است؛ وجه ابتکاری و نقطه‌ی آغاز نقد مارکسی ایدئولوژی است و یک نظریه‌ی پول ویژه است که تقدم سپهر تولید بر سپهر توزیع و به این وسیله تقدم روابط تولید بر «روبنا» را مستدل می‌کند. «شکل‌های گوناگون پول ممکن است با مراتب گوناگون تولید اجتماعی تناظر بهتری داشته باشند، {مثلاً} یکی می‌تواند بهتر از دیگری وضع فضاقت‌بار را بهتر کنار بزند؛ اما هیچ‌یک از آن‌ها، مادام که شکلی از پول باقی می‌ماند، نمی‌تواند تناقض‌های ذاتی نهفته در پول را رفع کند، بلکه تنها می‌تواند به این یا آن شکل آن را بازنمایی کند [...] یک اهرم ممکن است بتواند بهتر از اهرمی دیگر بر مقاومت ماده‌ای ساکن غلبه کند. در هر دو حالت اما، آن‌ها منوط‌اند به این که مقاومت باقی بماند.» (۴۸)

نزد مارکس شیئیت انتزاعی ارزش «مقاومتی» است رو در رو و متقابل با سامان‌بخشی عقلایی فرآیند تولید. یک شکل ویژه از تولید مادی - {یعنی} کار اجتماعی تولید کنندگان خصوصی - مبنایی است برای این که در ماتریالیسم تاریخی، فرآیند تولید و بازتولید به‌مثابه‌ی «زیربنا» و روابط ادراک‌شده و به آگاهی درآمده به‌مثابه‌ی «روبنا» تعریف می‌شوند؛ «اهرم‌هایی» که منوط‌اند به این که «مقاومت باقی بماند». مادام که افراد «نه تابع یک همبودی اجتماعی خودپو و خودروی طبیعت‌وارند و نه آن را به تبعیت

زندگی اجتماعی آگاهانه‌ی خود درآورده‌اند، این همبودی اجتماعی به‌مثابه‌ی اوضاعی مستقل، خارجی، تصادفی و عینی در برابر آن‌ها، به‌مثابه‌ی سوژه‌های مستقل، به‌هستی خود ادامه می‌دهد. دقیقاً همین اوضاع و احوال است که شرط زندگی آن‌ها به‌مثابه‌ی اشخاص خصوصی مستقلی است که درعین حال در پیوندی اجتماعی با یکدیگر قرار دارند.» (۴۹)

نزد مارکس پول یک «نشانه‌ی صرف» نیست، بلکه فرانمود و واقعیت هم‌هنگام است: پیوستار اجتماعی شیئیت‌یافته‌ی افراد مجزا و منزوی. «پول خود {همه‌ی} همبودی اجتماعی است و همبودی دیگری را بر فراز خود تاب نمی‌آورد.» (۵۰) برعکس، از دید نظریه‌ی نومینالیستی پول «طلا و نقره [...] اشیایی بی‌ارزش‌اند که در چارچوب فرآیند گردش، به‌مثابه‌ی نمایندگان کالاها، مقدار ارزشی خیالی و مجازی به‌دست می‌آورند. آن‌ها از طریق این فرآیند نه به پول، بلکه به کالا دگردیسی می‌یابند.» (۵۱) اما اگر وسیله‌ی گردش تنها به‌مثابه‌ی «حجاب پولی» جریان حرکت محصولات فهمیده شود، آن‌گاه گردش پولی اساساً چیزی جز حرکتی ثانوی نخواهد بود. به نظر مارکس، این نظریه‌پردازان ذاتِ مراوده و بنابراین خاستگاه و پیدایش مفهومی پول را در نمی‌یابند. «پول در آغاز نماینده‌ی همه‌ی ارزش‌هاست؛ اما در جریان عمل قضیه وارونه می‌شود و همه‌ی محصولات واقعی [...] به نمایندگان پول تبدیل می‌شوند [...] همه‌ی کالاها به‌مثابه‌ی قیمت‌ها، به شکل‌های گوناگون، نمایندگان پول‌اند.» (۵۲) این موضوع کماکان باید پژوهش شود که آیا بین نظریه‌ی نام‌گرایانه‌ی پول و نظریه‌ی پلورالیستی جامعه پیوند و وابستگی‌ای وجود دارد یا نه.

در پایان پردازیم به زنجیره‌ای از معضلاتی که نویسندگان پوزیتیویست البته تشخیص‌شان داده‌اند، اما راه‌حلی برایشان ندارند؛ معضلاتی که از منظر واکاوی مارکسی شکل ارزش قابل فهم‌اند و به این ترتیب فعلیت و روزآمدبودگی‌شان اثبات می‌شود. تا جایی که به اقتصاد غیرمارکسیستی مربوط می‌شود، یان [Jahn] به‌درستی و دقت تشخیص می‌دهد: «نزد اینان سرمایه‌ی گاه پول است، گاه کالا: از یک‌سو وسیله‌ی تولید است، از سوی دیگر مقدار معینی ارزش. آن‌ها در شکل‌های پدیداری منفرد، منجمد باقی می‌مانند و پیوند و رابطه‌ای درونی با یکدیگر ندارند [...] آن‌چه در چرخش دوار سرمایه می‌چرخد، نه طلاست و نه پول، نه وسیله‌ی تولید است و نه "کار"، بلکه ارزش است که به تناوب در شکل‌های پولی، کالایی و تولیدی پدیدار می‌شود. تنها ارزش است که توان چنین دگردیسی‌ای را دارد.» (۵۳)

سرمایه از یک‌سو پول است، از سوی دیگر کالا. ظاهراً یک چیز سوم. همین است که اغتشاش برانگیز است. سرمایه نه این است نه آن، اگر چه هم این است هم آن. بنابراین، همین است که «فراگیرنده» نامیده می‌شود. برای اندیشیدن این امر فراگیرنده، آدمی ناگزیر است چیزی را بیندیشد که بر پایه‌ی

نظریه‌ی سوپراکتیو ارزش، سراسر اندیشیدنی است: همانا «ارزش مطلق». یک چیزی که خود را در هیئت طلا بازمی‌نماید — بی‌آنکه البته با طلا به‌مثابه‌ی طلا یکی و همان باشد — و بار دیگر اما به‌مثابه‌ی کالا و حتی به‌مثابه‌ی نیروی کار. در شرایط مبادله‌ی ساده‌ی کالایی به‌نظر می‌آید که معضلی پیش نیاید: کالا به‌مثابه‌ی شیء ظاهر می‌شود و خود را به‌مثابه‌ی این چیز، از چیز دیگر، یعنی طلا، متمایز می‌کند. تا این‌جا تصور می‌شود که بتوان از واکاوی «پیوند و وابستگی درونی» و «حرکت درونی» چشم‌پوشی کرد. در ارتباط با سرمایه اما آدم ناگزیر می‌شود «جمع‌بستی انتزاعی از ارزش» بسازد که مجاز نیست با طلا به‌مثابه‌ی طلا یکی و همان باشد، زیرا این {مقدار انتزاعی از ارزش} باید بتواند در اموال سرمایه‌ای دیگر نیز «پیکر بیابد». تسوای دِنک [Zweidenck] می‌نویسد: «همه‌ی سرمایه در قالب عوض کردن دائمی است.» البته باید جای شگفتی باشد وقتی نمایندگان اقتصاد سوپراکتیو از «قالب عوض کردن» حرف می‌زنند، یعنی، صورت‌بندی مارکسی دورپیمایی سرمایه را،  $G_1-W-G_2$  تکرار می‌کنند، بی‌آنکه بتوانند از سوژه‌ای نام ببرند که این خصلت را داراست که بتواند این «قالب عوض کردن» را متحقق کند.

پرسش مناقشه‌برانگیز شکل ارزش را نمی‌توان با نادیده گرفتن راه حل مارکسی و بازنمایی مارکسی از صفحه‌ی روزگار پاک کرد. گاه به گاه می‌توان دید که حتی منتقدان نظریه‌ی کارپایه‌ی ارزش با انتقاد از خود به امکان‌ناپذیری حل مسائلی اعتراف می‌کنند که در واقع برابر ایستای واکاوی شکل ارزش را می‌سازند؛ همان واکاوی‌ای که مورد غفلت و چشم‌پوشی آن‌هاست. نفهمیدن پیوند و وابستگی بین همین چیزی که این‌جا مورد انتقاد قرار می‌گیرد و به‌مثابه‌ی «دگمی متافیزیکی» به دور افکنده می‌شود و معضلات کیفی ارزش که در فصل‌های بعدی {کاپیتال} ارائه شده است، خود را به نحوی آشکار و نمونه‌وار در رساله‌ی جون رابینسون [Joan Robinson] تحت عنوان «آموزه‌ی علم اقتصاد» نشان می‌دهد. نویسنده در نمی‌یابد که با پرسش خود درباره‌ی کیفیت کمیات اقتصادی و ذات مقولات بنیادین اقتصادی دقیقاً همان مجموعه‌ی پیچیده از معضلات را توصیف می‌کند که موضوع و مشغله‌ی اندیشه‌ی مارکس است: «هنوز و هم‌چنان معمول است مُدل‌هایی بسازند که در آن‌ها کمیتهایی از سرمایه ظاهر می‌شوند، بدون آنکه کوچک‌ترین اطلاعی در این باره به‌دست دهند که این‌ها کمیتهایی از چه چیزی هستند. همان‌طور که به‌جای روشن کردن محتوای عملی یک مقوله با کشیدن یک منحنی یا نمودار مسئله را دور می‌زنند، همان‌طور هم از جواب‌دادن به این پرسش که کمیتهایی چه معنایی دارد از این طریق شانه خالی می‌کنند که صورت مسئله را به صورت فورمول جبری می‌نویسند: مثلاً  $K$  سرمایه است و  $\Delta K$  سرمایه‌گذاری است. اما خود  $K$  چیست؟ منظور از آن چیست؟ معلوم است: سرمایه بالاخره باید معنایی داشته باشد؛ یا این‌که می‌خواهیم بحث‌مان را ادامه دهیم و خودمان را دل‌مشغول ریزه‌کاری‌های

وسواسان نکنیم که عمیقاً و با اشتیاق مایلند بدانند بالاخره منظور از آن چیست؟» (۵۵) رابینسون از موقعیت ناسازه‌وار اقتصاددانان مدرن پرده برمی‌دارد؛ اقتصاددانانی که از یک سو روش‌های ریاضی بسیار پیچیده‌ای را برای محاسبه‌ی حرکات قیمت‌ها و پول طراحی می‌کنند، از سوی دیگر اما، تأمل و تفکر در این باره را از یاد برده‌اند که برابری این محاسبات چیست. ولی اگر ما در چارچوب شیوه‌ی اندیشه‌ی رابینسون باقی بمانیم، پرسشی که او در برابر اقتصاد مدرن می‌گذارد، یعنی: «**کمیتی از چه چیزی؟**»، حتی از موضع خود او تنها سرشتی «متافیزیکی» می‌تواند داشته باشد؛ زیرا بنا به این شیوه از طرح پرسش، گویی موضوع بررسی‌ها و تأملات مارکس، پرسش از خاستگاه و منشاء «خصلتی ماوراءطبیعی» به نام ارزش یا پرسش از «جوهر» ارزش است، که این پرسش دوم هم معنایی جز پرسش نخستین ندارد. راه و رسم پوزیتیویستی که متمایل به حذف مسائل و معضلات کیفی است — {مثلاً این اظهارات} «هنگامی که ما واقعاً در فهم و ثبت پول و نرخ بهره تلاش می‌کنیم، درمی‌یابیم که آن‌ها مثل اموال و قدرت جدید مفاهیمی غیرقابل لمس و ادراک‌اند» (۵۶) — از همان فرمالیسم انگشت‌نمایی سرچشمه می‌گیرد که چون رابینسون چنین توصیفش می‌کند: «نمایندگان امروزی اقتصاد نئوکلاسیک دائماً به قلمرو دست‌کاری‌های پیچیده‌ی ریاضی می‌گریزند و بیش از پیش، نسبت به محتوای احتمالی این محاسبات خشمناک‌اند.» (۵۷)

هنگامی که صورت‌بندی‌های صاحب اعتبار نظریه‌ی مدرن پول خود را به این محدود می‌کنند که پول را «وسیله‌ی مبادله‌ی عام» تعریف کنند، کماکان این پرسش بی‌پاسخ می‌ماند که پس تمایز بین وسیله‌ی مبادله‌ی خاص و وسیله‌ی مبادله‌ی عام، بین کالا و پول، چیست؟ تنها آن‌گاه که رابطه‌ی این دو به مثابه‌ی یگانگی در گوناگونی فهمیده شود، است که آن «سحر و جادو» که اندیشه‌ی اقتصادی را ناچار می‌کند پول را به مثابه‌ی «مفهومی غیرقابل لمس و ادراک» قلمداد کند، ناپدید خواهد شد.

این که رابطه‌ی بین کالا و پول تنها باید به مثابه‌ی رابطه‌ی اجتماعی و نه رابطه‌ی بین اشیاء فهمیده شود، بصیرتی چنان پیش‌پا افتاده است که حتی نمایندگان اقتصاد سوبژکتیو هم آن را می‌پذیرند. آمون [Amonn] با عزیمت از این تشخیص که محتوای ارزش سوبژکتیو تنها رابطه‌ی **روانی** بین یک سوژه و یک ابژه است، به درستی به این نتیجه می‌رسد که: «مفهوم "ارزش مبادله‌ی عینی" رابطه‌ی را بیان می‌کند که سرشتی عینی دارد و در ذات خویش با آن متفاوت است. این رابطه‌ی است **اجتماعی**.» (۵۸) این اندیشه‌پردازی می‌خواهد واکاوی اقتصادی را به سوی واکاوی جامعه‌شناختی براند. نزد آمون روابط اجتماعی «واقعیت‌های {متعلق به} آگاهی» و «روابط {بین} اراده‌ها» هستند؛ مثل دولت، خانواده، دوستی و غیره. «سرمایه، پول، کسب‌وکار نیز واقعیاتی اجتماعی از این دست‌اند.» (۵۹). او

سرمایه را «قدرتی اجتماعی و غیرشخصی [...] و متمرکز و انتزاعی» و بنگاهدار را «حاملی» می‌داند که این «قدرت متمرکز و انتزاعی را در قبضه و اختیار فردی خود دارد.» آشکار است که این مفاهیم برای داعیه‌ی او در تحویل و انحلال مقولات اقتصادی در مقولات جامعه‌شناختی کفایت نمی‌کنند. «قدرت اختیار انتزاعی» تنها نام دیگری است برای آن واقعیت اقتصادی که قرار است به‌مثابه‌ی رابطه‌ی اجتماعی تبیین شود: همانا **قدرت خرید**. بازتوصیف همان‌گویانه‌ی مقولات اقتصادی، آمون را به آن سوی می‌راند که سرمایه را مثل دوستی یا خانواده صرفاً به‌مثابه‌ی «واقعیت‌های {متعلق به} آگاهی» و «رابطه‌ی اجتماعی» بفهمد. اما وقتی خود او به این نتیجه می‌رسد که قدرت اختیار انتزاعی، قدرتی است «وابسته و مقید به اموال و چیزهای واقعی، اما ذاتاً با آن متفاوت»، تعاریف فوق را نفی می‌کند: «وابستگی و توسل» به چیزهای مادی اما قدرت اختیار انتزاعی را از دیگر روابط اجتماعی مثل دوستی یا خانواده متمایز می‌کند. همان چیزی که به اموال واقعی وابسته و درعین حال با آن‌ها متمایز است، بی‌گمان معضلی را طرح می‌کند که از حیطة‌ی درک نظریه‌ی پوزیتیویستی کنش خارج است: شکل ماتریالیستی سنتز.

نظریه‌ی جامعه‌شناختی‌ای که در کنکاش است روابط اجتماعی را از «به‌هم معطوف‌ساختن» **آگاهانه‌ی** افراد گوناگون مشتق کند و «اندیشیده بودن» و «میل‌مند بودن» را ویژگی‌های شالوده‌ریز کنش اجتماعی اعلام می‌کند، دست کم به این دلیل ناکام خواهد شد که مقولات اقتصادی قابل تحویل و تقلیل به مضامین آگاهی و ناآگاهی نیستند. «ممکن است ذهن آن‌ها (تولیدکنندگان)، آگاهی آن‌ها اساساً نداند یا از وجودش بی‌خبر باشد که به‌واسطه‌ی چه واقعیتی ارزش کالاهای‌شان یا کالاهای‌شان به‌مثابه‌ی ارزش تعیین می‌شود. اما آن‌ها در معرض روابطی قرار می‌گیرند که ذهن‌شان را تعیین می‌کند، بی‌آنکه به دانایی به آن نیازمند باشند. هر کس می‌تواند به پول به‌مثابه‌ی پول نیازمند باشد، بی‌آنکه بداند، پول چیست. مقولات اقتصادی در آینه‌ی ذهن وارونه جلوه می‌کنند.» (۶۰)

## منبع:

این نوشته از منبع زیر برگرفته شده است:

Hans-Georg Backhaus: „Zur Dialektik der Wertform“, in: Alfred Schmidt (Hersg.); *Beiträge zur marxistischen Erkenntnistheorie*, suhrkamp, Frankfurt am Main 1972, S. 128-182.

## یادداشت‌ها:

[۱] – J. Schumpeter, *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*, Bern 1950, S. 44, 46 und 47.

[۲] – Marx / Engels, *Briefe über „Das Kapital“*, Berlin 1954, S. 132.

[۳] – در این مورد نگاه کنید به نوشته‌ی زیر درباره‌ی معضل رابطه‌ی کالا - پول در سوسیالیسم:

O. Lendle und Schilar, *Ware-Geld-Beziehung im Sozialismus*, in: *Wirtschaftswissenschaften*, 9. Jahg., Berlin 1961.

[۴] – Lenin, *An dem philosophischen Nachlaß*, Berlin 1954, S. 99.

[۵] – H. Marcuse, *Zum Begriff des Wissens*; in: *Zeitschrift für Sozialforschung*, 5. Jg., 1936, Heft1, S. 217.

[۶] – R. Banfi, *Probleme und Scheinprobleme bei Marx und im Marxismus*, in: *Folgen einer Theorie*, Frankfurt/M, 1967, S. 172.

[۷] – W. John, *Die Marxsche Wert- und Mehrwertlehre in Zerrspiegel bürgerlicher Ökonomie*, Berlin 1968, S. 116.

[۸] – K. Korsch, *Karl Marx*, Frankfurt/M, 1967, S. 96.

[۹] – F. Petry, *Die soziale Gehalt der Marxschen Werttheorie*, Jena 1910, S. 16.

این نکته را که آموزه‌ی بتواریگی کالایی خصوصیتی پراکنده و پاره‌وار دارد، سارتر دریافت کرده است: «[...] نظریه‌ی بتواریگی که مارکس خطوط عمده‌اش را ترسیم کرده بود، هرگز به تمامی تکامل نیافته است.» در:

*Marxismus und Existenzialismus*, Hamburg 1964, S. 64.

زمانی که سارتر به «عدم تفاهم کامل مارکسیست‌ها در روبرویی با اندیشه‌ها و دیدگاه‌های دیگر» اعتراض می‌کند — {آنجا که می‌گوید}: «آن‌ها به معنای دقیق کلمه حتی یک کلمه از آن‌چه می‌خوانند، نمی‌فهمند» — اتهامش دامنگیر اقتصاددانان مارکسیست پرشماری نیز می‌شود که از متون مارکسی کوچک‌ترین درک درستی ندارند. نابینایی آن‌ها در تشخیص معضلات مثالی است برجسته برای همان اندیشه‌ورزی شی‌واره که آن‌ها با پررویی اقتصاد سوژکتیو را به آن متهم می‌کنند. آن‌ها وقتی از «دیالکتیک» و «شی‌وارگی» سخن می‌گویند، منظورشان این است که از این‌که «اساساً درباره‌ی چیستی ارزش فکر کنند» معافند.

(Marx, *Theorien über Mehrwert*, 3. Teil, Berlin 1962, S. 144.)

مفاهیمی مثل «جوهر» ارزش، «تحقق»، «دگردیسی»، «شکل‌پدیدی»، با همان بی‌دانشی نسبت به مقوله‌ها طرح و عرضه می‌شوند که مارکس نمایندگان اقتصاد پوزیتیویستی را به آن متهم می‌کرد.

[9a] – پیوند و وابستگی بین نظریه‌ی ارزش و نظریه‌ی پول به روشن‌ترین وجهی از سوی ویگودسکی (Wigodski) مطرح شده است: «مارکس درک مقوله‌ی "پول" را معیاری می‌دانست برای این‌که آیا ذات ارزش واقعاً فهمیده شده است یا نه.»

(*Die Geschichte einer großen Entdeckung*, Berlin 1967, S. 54.)

[۱۰] – Marx, *Das Kapital*, Band I, Berlin 1960, S. 80 und 81.

[۱۱] – همان‌جا، ص ۷۸.

- [۱۲] – Marx; *Zur Kritik der politischen Ökonomie*, Berlin 1958, S. 43 und 68.
- [۱۳] - Marx, *Theorien über Mehrwert*, 3. Teil, Berlin 1962, S. 162.
- [۱۴] - Marx, *Das Kapital*, Band I, l.c., S. 86. پانویس
- [۱۵] – همان جا، ص ۹۰، پانویس.
- [۱۶] – مارکس، *تئوری‌ها*، یادشده، ص ۱۶۴.
- [۱۷] – مارکس، *تئوری‌ها*، یادشده، ص ۱۳۰.
- [۱۸] – مارکس، *تئوری‌ها*، یادشده، ص ۱۴۱ و ۱۴۵.
- [۱۹] – مارکس، *گروندریسه*، یادشده، ص ۹۲۳.
- [۲۰] – همان جا، ص ۹۲۳.
- [۲۱] – مارکس، *تئوری‌ها*، یادشده، ص ۱۵۶.
- [۲۲] – همان جا، ص ۱۳۰ و ۱۳۵.
- [۲۳] – مارکس، *نقد اقتصاد سیاسی*، یادشده، ص ۴۵.
- [۲۴] – مارکس، *کاپیتال*، جلد ۱، یادشده، ص ۸۷.
- [25] – Marx/Engels, Studienausgabe II, ed. I. Fetscher, Frankfurt/M, 1966, S. 274.
- [26] - Marx; *Zur Kritik der politischen Ökonomie*, Berlin, 1958, S. 54.
- [۲۷] – مارکس، *کاپیتال*، جلد ۱، یادشده، صفحات ۸۵ به بعد.
- [۲۸] - Marx; *Kritik der Gothaer Programms*, Berlin 1955, S. 22.
- [۲۹] - H. Marcuse, *Vernunft und Revolution*, Neuwied 1962, S. 260.
- [۳۰] - Marx/Engels, *Briefe über „Das Kapital“*, Berlin 1954, S. 100.
- [۳۱] - Marx, *Theorien über Mehrwert*, 2. Teil, Berlin 1959, S. 155, 500.
- [۳۲] - Marx/Engels, *kleine Ökonomische Schriften*, Berlin 1955, S. 266.
- [۳۳] – مارکس، *کاپیتال*، جلد ۱، فوق‌الذکر، ص ۱۷.
- [۳۴] – همان جا، ص ۸۲.
- [۳۵] – همان جا، ص ۱۰۹.
- [۳۶] – Marx, *Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie*, Berlin 1953, S. 680.
- [۳۷] – همان جا، صفحات ۶۷، ۶۹، ۱۰۳، ۶۳، ۱۰۳.
- [۳۸] – مارکس/انگلس، منبع ۲۵، ص ۲۲۷ و ۲۲۸.
- [۳۹] – همان جا، ص ۲۲۹ و ۲۳۴.
- [۴۰] – G. Simmel, *Philosophie des Geldes*, Berlin 1958, S. 24.

[۴۱] – Th. W. Adorno, in: *Soziologica II*, Frankfurt/M 1962, S. 217.

[۴۲] – مارکس، *گروندریسه*، فوق‌الذکر، ص ۶۱

[۴۳] – همان‌جا، ص ۶۸۰

[۴۴] – مارکس/انگلس، منبع ۳۲، ص ۲۲۶. (تأکیدها از مارکس)

[۴۵] – مارکس، *کاپیتال*، فوق‌الذکر، ص ۱۰۹

[۴۶] – همان‌جا، ص ۹۹

[۴۷] – مارکس، *گروندریسه*، فوق‌الذکر، ص ۱۷۷

[۴۸] – همان‌جا، ص ۴۲ به بعد.

[۴۹] – همان‌جا، ص ۹۰۹

[۵۰] – همان‌جا، ص ۱۳۴

[۵۱] – مارکس، منبع ۱۲، ص ۱۷۸

[۵۲] – مارکس، *گروندریسه*، فوق‌الذکر، ص ۶۷ به بعد و ۱۰۶

[۵۳] – W. John, l.c., S. 332ff.

البته یان از ارج‌گذاری مکفی بر استدلال‌های اریش پرایزر (Erich Preiser) که سرمایه را فقط به‌مثابه‌ی سرمایه‌ی پولی تعریف می‌کند، صرف‌نظر می‌کند. هدف پرایزر حذف مفهوم «دگردیسی» نیست: «به‌نظر من کمتر وافی به مقصود است که این قضایای ساده را به‌مثابه‌ی دگردیسی سرمایه توصیف کنیم یا به‌وسیله‌ی عرضه‌ی تصاویر دیگر در ابهام فرو ببریم. کالا نمی‌تواند خود را به پول مبدل کند، زندگی اقتصادی شعبده‌بازی نیست.»

(*Bildung und Verteilung des Volkseinkommens*, Göttingen 1963, S. 106)

این اظهار که ناسازه‌ی زبان، ناسازه‌ی واقعیت را بیان می‌کند، ادعایی بیش نیست، مادام که نظریه‌ی مارکسیستی نتوانسته باشد نشان دهد که روابط اجتماعی چگونه باید ساخت‌ویافت یافته باشند که ضرورتاً خود را به‌مثابه‌ی دگردیسی کالا و پول به نمایش گذارند. البته این‌که دیدگاه اقتصادی مسلط در مراکز آموزشی قادر باشد از میان‌رفتن مقوله‌ی سرمایه‌ی واقعی و سرمایه‌ی مولد را در همه‌ی شاخه‌های فرعی {علم اقتصاد} تاب آورد، جای تردید فراوان دارد. اِشنایدر (Schneider) خود را در این مورد با پرایزر هم‌نظر می‌داند که می‌توان جریان‌های اقتصادی مهم و مؤثر را به‌دقت توصیف کرد، بی‌آنکه نیازی به مفهوم سرمایه باشد. البته در نظریه‌ی رشد او، همین مفاهیم نفی و طردشده‌ی «سرمایه‌ی تولیدی مادی» و «ذخیره‌ی سرمایه» دوباره هم‌چون ققنوس از درون خاکستر سربرمی‌آورند.

[۵۴] – O. v. Zweidenck, *Allgemeine Volkswirtschaftslehre*, Berlin 1932, S. 102.

[۵۵] – J. Robinson, *Doktrinen der Wirtschaftswissenschaft*, München 1965, S. 85.

[۵۶] – همان‌جا، ص ۱۰۹

نظریه‌ی نام‌گرایانه‌ی پول بهتر بود خود را با این پدیده‌ی عجیب و غریب مشغول می‌کرد که: «نام‌هایی که بعضی از قطعات طلا (فلز گرانبها) دارند، مثلاً پوند، شیلینگ، پنس و غیره، به واسطه‌ی فرآیند غیرقابل توضیحی، در مقایسه با جوهری که قرار است نام آن باشند، رفتاری خودسرانه و قائم‌به‌ذات دارند.» (مارکس، *گروندریسه*، یادشده، ص ۶۸۴).



برخلاف بنیانگذاران نظریه‌ی پول مخالف با فلزگرایی، که آن «فرآیند غیرقابل توضیح» کماکان موجب دغدغه‌شان می‌شد، کتاب‌های درسی مدرن درباره‌ی نظریه‌ی پول، این معضل را حتی شایسته‌ی اشاره هم نمی‌دانند. کَنپ (Knapp) دست کم اعتراف می‌کند که: «ارائه‌ی تعریفی واقعی از وسیله‌ی پرداخت کار ساده‌ای نیست.» (نقل از:

K. Elster, *Die Seele des Geldes*, Jena 1923, S. 4)

بنا به روایت اِلسْتِرِ شاگرد کَنپ، او معتقد بود، «مقوله‌ی وسیله‌ی پرداخت راه، که تعریفش از او ساخته نیست، باید از آن دسته مقولات نهایی و آغازین دانست که به تعریف دیگری نیاز ندارند.» (اِلسْتِرِ، یادشده، ص ۴ به بعد).

اِلسْتِرِ خود از معضلی **شاخص** در اقتصاد سخن می‌گوید که «من به حل آن باور ندارم [...] رابطه‌ی روانی درونی انسان‌ها با موضوعات {علم} اقتصاد، — مثلاً استفاده‌بردن که {علم} اقتصاد تلاش می‌کند آنرا به‌مثابه‌ی میل یا خواهش لذت‌جویانه تعریف کند — [...] واقعیاتی روانی هستند که فکر نمی‌کنم هرگز قابل بیان در اعداد باشند. آن‌ها به دو دنیای کاملاً متفاوت تعلق دارند: ارزش و عدد، یعنی: قیمت.» نمایندگان نظریه‌ی سوپزکتیو پول در این‌جا در مقابل «همان معضلی قرار دارند که قابل گنجایش در مفاهیم انسانی نیست.» (اِلسْتِرِ، یادشده، ص ۵۲ به بعد).  
[۵۷] — همان‌جا، ص ۱۵۶.

[۵۸] — A. Amonn, *Volkswirtschaftliche Grundbegriffe und Grundprobleme*, Bern 1944, S. 134.

[۵۹] - A. Amonn, *Objekt und Grundbegriffe der Nationalökonomie*, Wien 1911, S. 409ff.

تلاش‌های تازه‌تر برای طراحی یک «نظریه‌ی اجتماعی درباره‌ی پول» (گِرِلفُ Gerloff) یا «اقتصاد ملی به‌مثابه‌ی جامعه‌شناسی» (آلبرت Albert) از موضع آمون فراتر نمی‌روند. به عقیده‌ی آلبرت «تفسیر جامعه‌شناختی معضل قیمت [...] از نظریه‌ی ارزش به واکاوی **قدرت**» راه می‌برد. «[...] پدیده‌ی قدرت [...] به مسئله‌ی مرکزی اقتصاد ملی‌ای مبدل می‌شود که باید جزء یکپارچه‌کننده‌ی جامعه‌شناسی تلقی شود.»

(H. Albert, *Marktsoziologie und Entscheidungslogik*, Neuwied 1965, S. 496.)

[۶۰] — مارکس، **تئوری‌ها**، یادشده، ص ۱۶۴.