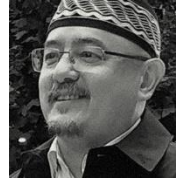


بازاندیشی سوسیالیسم

هدایت گرین فیلد

ترجمه‌ی داود جلیلی



از من خواسته شده تا امروز درباره‌ی «بازاندیشی سوسیالیسم» صحبت کنم. مايلم این کار را با عبارت‌بندی جدید این موضوع انجام دهم. موضوع این سخنرانی بازاندیشی سوسیالیسم نیست، بلکه بیشتر بازتعریف خودمان به‌عنوان سوسیالیست است. این تغییر عبارت وظیفه را هم ساده‌تر و هم دشوارتر می‌کند.

ساده‌تر می‌کند چون به‌ساختن چشم‌انداز کاملی از جامعه‌ی پسا سرمایه‌داری، یا حتی این‌که سیستم سرمایه‌داری چه‌گونه از کار خواهد افتاد و چه‌چیزی جایگزین آن خواهد شد نیازی نداریم. ما فقط به تمرکز بر رویکرد سوسیالیستی نیاز داریم، تا توضیح دهیم سرمایه‌داری چه‌گونه مشکلاتی را که ما با آن مواجهیم (بهره‌کشی، بی‌عدالتی، نابرابری، فقر، بیکاری، خشونت، تبعیض، بیماری‌های همه‌گیر و بحران اقلیمی) ایجاد می‌کند، و چرا مادامی که سیستم سرمایه‌داری مسلط است نمی‌توانیم راه‌حلی برای این مشکلات پیدا کنیم.

اما در عین حال دشوارتر می‌سازد چون باید از طریق سازمان‌دهی، آموزش، و ترویج به تعهد سوسیالیستی و توانایی خود برای گفت‌وگو درباره‌ی یک دستور کار سوسیالیستی پاسخ دهیم.

درک سرمایه‌داری

ما به‌عنوان سوسیالیست مشکلات ناشی از سیستم سرمایه‌داری را چه‌گونه درک می‌کنیم؟ برای یافتن علت ریشه‌ای یک مشکل در سرمایه‌داری به‌مثابه یک سیستم چه کار می‌کنیم؟ باید بپرسیم که سیستم سرمایه‌داری چه‌گونه مسئول شرایط کار

کشنده، فقر، نابودی مشاغل، نابرابری عظیم، تبعیض جنسی، خشونت علیه زنان، فقدان مسکن مناسب، یا درماندگی در پرداخت مزد معیشتی است. هریک از هزاران مشکلی را در نظر بگیرید که ما در متشکل کردن کارگران برای اقدام جمعی و تغییر نظام‌مند تلاش می‌کنیم بیان کنیم.

باید هم علت‌ها و هم راه‌حل‌ها را (از لحاظ راهبردهای مبارزه و مطالبات و سیاست‌هایی که در آن مبارزه مفصل‌بندی می‌شوند) افشا کرد و سرمایه‌داری و نیروی محرک سرمایه‌داری را به چالش کشید.

مقصر دانستن سرمایه‌داری آسان است. توضیح این‌که چرا یک مشکل خاص از سیستم سرمایه‌داری جدایی‌ناپذیر است بسیار دشوار است. اما اگر ما سبب را درون سرمایه‌داری جای ندهیم، چه‌گونه به راه‌حلی که ضد، - غیر، - پس‌سرمایه‌داری باشد دست خواهیم یافت؟

واقعیت آن است که بسیاری از پاسخ‌های ما به بحران‌هایی که از جانب سرمایه‌داری ایجاد می‌شود، درخواست‌های سوسیال‌دموکراتیکی هستند که دخالت دولت و کنترل‌بخشی یا موقتی دولت را تولید و تنها به «تثبیت» سرمایه‌داری کمک می‌کند. ملی کردن بانک‌ها، ملی کردن صنایع، ترویج استقلال غذایی، یارانه‌های دولت و هزینه‌های عمومی، بخش‌دولتی ایجاد اشتغال، حداقل دستمزد و غیره، به‌عنوان راه‌حل‌های ریشه‌ای به‌نمایش درمی‌آیند. این (خواسته‌ها) در متن بحران، ریشه‌ای هستند. اما درنهایت، به ترویج آرایش جدید سیستم سرمایه‌داری یعنی نوسازی آن، و

نه جایگزین کردن سرمایه‌داری - خدمت می‌کنند. (ملی‌کردن، اغلب ملی‌کردن بدهی شرکت‌های خصوصی و تحمیل بار آن بر دوش کارگران را دربر می‌گیرد. در بحران مالی سال ۲۰۰۸، مجله‌ی نیوزویک روی جلد خود اعلام کرد: «اکنون ما همه سوسیالیست هستیم.»)

استعداد باورنکردنی سرمایه‌داری در جذب هر آنچه به داخل آن پرتاب می‌شود، و استفاده از آن برای احیای خود، چیزی است که نباید دست‌کم بگیریم. توجه کنید که مشکل بسیار واقعی تبعیض جنسی و نابرابری جنسیتی در تبلیغات، برندسازی و شهرت - به‌مثابه چیزی که اکنون سود خصوصی خلق می‌کند - چه‌گونه بازسازی شده‌است. مشکل تبعیض جنسی و نابرابری جنسیتی بدون افشای همگرایی پدرسالاری و اقتدار سرمایه‌داری، یا اطاعت و روابط مالکیت سرمایه‌داری طرح شده است. به عبارت دیگر، اگر ارتباط تبعیض جنسی و نابرابری جنسیتی با پدرسالاری، طبقه، روابط طبقاتی، و مبارزه‌ی طبقاتی گسسته شود، در داخل سرمایه‌داری مشکلاتی قابل مدیریت (و عملاً منبعی برای انباشت سود) هستند.

طبقه، حزب، اتحادیه‌های کارگری

مشکل در زمینه‌ی «طبقه» آن است که امروز درک غالب از طبقه درک لیبرالی است، نه درک سوسیالیستی. طبقه به‌عنوان سلسله‌مراتب ثروت و نابرابری، سلسله‌مراتب درآمدهای قابل‌مقایسه و سطح زندگی، و حتی مشاغل درک می‌شود.

این مفهومی لیبرالی از طبقه است که پشتوانه‌ی خشم اخلاقی ما (غیرمنصفانه، ناعادلانه، نابرابری ظالمانه و ثروت مفرط) از آن است. اما درکی سوسیالیستی از روابط طبقاتی نیست که آن را وابسته به سرمایه‌داری می‌داند و برای به‌چالش کشیدن آن مبارزه‌ی طبقاتی ضروری است.

با درک لیبرالی از طبقه (شغل، درآمد، ثروت) هر تقاضایی برای برطرف کردن نابرابری و فقر «مبارزه‌ی طبقاتی» توصیف می‌شود. بعد احساس دست‌ورکار سوسیالیستی ایجاد می‌کند، درحالی‌که این امر در حقیقت اگر بازسازی سرمایه‌داری نباشد، پذیرفتن سیستم سرمایه‌داری است. به کار بردن عبارت «طبقه» و «سرمایه‌داری» ما را سوسیالیست نمی‌کند. ما به درک سوسیالیستی از طبقه، سرمایه‌داری و نیروی محرک سرمایه‌داری نیاز داریم.

پیشنهاد نمی‌کنم که خشم اخلاقی خود را کنار گذاریم و بی‌طرف شویم - کاری که بسیاری از روشنفکران سوسیالیست، اغلب حق به‌جانب و از خود راضی، با بیان آن‌که «به شما گفته بودم» انجام می‌دهند و بی‌طرف به نظر می‌رسند. ما باید خشم اخلاقی و عمل متعهدانه را حفظ کنیم. اما باید اطمینان داشته باشیم که موضوع تنها یک داوری اخلاقی (خوب در برابر بد) نیست. ما باید با کنار زدن منطق بنیادی سرمایه‌داری که سبب این مشکلات است واکنش نشان دهیم.

این وضعیت دشوار در حزب‌های سیاسی که ادعای برنامه‌ی سوسیالیستی دارند، بیش از هر چیزی بازتاب می‌یابد. این احزاب برای نمایش آن‌که از طرف مردم سخن

می‌گویند و عمل می‌کنند... تظاهر می‌کنند که نماینده‌ی سرکوب‌شدگان، استثمارشدگان و آزرده‌گان هستند. این منبعی برای مشروعیت‌بخشی سیاسی است. این خشم اخلاقی علیه بی‌عدالتی، در قالب سیاست‌های جدید یا اصلاح قوانین به ایجاد پاسخ‌های کوتاه‌مدت گرایش دارد. مسئله همیشه مقصر قلمداد کردن دولت حاضر و به‌ندرت مقصر نشان دادن خود سیستم سرمایه‌داری است.

مانند غیبت هر تحلیل طبقاتی واقعی (که طبقه را به‌عنوان روابط طبقاتی و مالکیت می‌شناسد، نه اختلاف ثروت و درآمد)، فقدان درک حاکمیت سرمایه‌داری نیز وجود دارد. تمرکز روی دولت است که صرفاً نماینده‌ی نهادی بخشی از قدرت حاکمیتی است. این تمرکز هم بیشتر اوقات روی افراد محدودی است که دولت را اداره می‌کنند - افراد بدی که دوست‌شان نداریم. بازهم خشم اخلاقی.

فکر می‌کنم در بدترین حالت این خشم اخلاقی به جای آن که شوق ممانعت از دلایل نظام‌مند چیزی باشد که خشم ما را برانگیخته، به‌دنبال شوق کسب تأیید مردمی از طریق رسانه‌های اجتماعی است. حقیقت آن است که کسانی که به رسانه‌های اجتماعی واکنش نشان می‌دهند - به‌خاطر عدم دسترسی بسیاری از مردم به اینترنت و کامپیوتر - اقلیت ناچیزی را تشکیل می‌دهند که اهمیت بسیار ندارند. کسانی که لایک می‌زنند، قلب می‌فرستند، پست‌ها را بازنشر یا بازتوییت می‌کنند «مردم» هستند. پاسخ عوام‌گرایانه ترند کردن پست‌ها است! برای رهبران سیاسی پوپولیست وظیفه‌ی بازاندیشی خودشان به‌عنوان سوسیالیست بسیار آسان‌تر است.

آن‌ها صرفاً به سوسیالیست بودن در رسانه‌های اجتماعی نیاز دارند، همان طور که رسانه‌های اجتماعی به سوسیالیست بودن آن‌ها نیازمند هستند.

برای بازاندیشی خودمان به‌عنوان سوسیالیست باید تحلیل سوسیالیستی خود را احیا کنیم. عالم‌گیری کرونا، افزایش بیکاری، دستمزدهای ناچیز، بی‌تأمینی ناشی از سرقت از دستمزدها، و تمام آسیب‌پذیری‌هایی که درباره‌ی آن گفت‌وگو کرده‌ایم، باید براساس نیروی محرک سرمایه‌داری درک شود. بدون شک مالکیت خصوصی و انگیزه‌ی کسب سود قبل از این به‌خوبی درک شده است. (اگرچه ما به درک سود نه از لحاظ مقدار پولی که ایجاد می‌کند، بلکه از لحاظ بهره‌کشی و استخراج ارزش اضافی نیاز داریم.)

شاید لازم است توجه بیشتری به کالایی‌سازی داشته باشیم که برای سیستم سرمایه‌داری اساسی است. کالایی‌سازی یک فرایند اجتماعی است که تمام جنبه‌های زندگی انسان را به کالایی بدل می‌کند که می‌تواند برای کسب سود خرید و فروش شود.

باید هم‌پوشانی روابط مالکیت (به‌عنوان منبع قدرت) و اجبار سرمایه‌داری از طریق نیروهای بازار که هرچیزی را به کالا تبدیل می‌کند دریابیم. پس از آن به درک بهره‌کشی، که از طریق آن ارزش‌اضافی استخراج می‌شود، و بازتوزیع آن ارزش نیاز داریم.

به یقین، این که بنیادی ترین جنبه‌ی روابط اجتماعی سرمایه‌داری و سیستم سرمایه‌داری این است که نیروی کار یک کالا است، به خوبی درک خواهد شد. کارگران نیروی کار خود را به سرمایه‌دارها (مالکان ابزار تولید) می‌فروشند و سرمایه‌دارها از آن سود (ارزش‌اضافی) استخراج می‌کنند و این امر بهره‌کشی را تشکیل می‌دهد.

با این حال، هر تلاشی برای سازمان‌دادن کار، همان چارچوب‌های سیاسی-قانونی را تقویت می‌کند، که کالایی‌سازی نیروی کار و نحوه‌ی فروش نیروی کار کارگران را تنظیم می‌کند. تشکیل اتحادیه‌های کارگری و به رسمیت شناخته شدن آن‌ها و توافق جمعی هدف‌های بایسته‌ی جنبش کارگری هستند. اما این‌ها جنبش سوسیالیستی نیست، چراکه برای به چالش کشیدن کالایی‌سازی نیروی کار کاری انجام نمی‌دهد. می‌توان گفت که شئی‌وارگی نهادین رویکرد قانون‌مند به متشکل کردن (کارگران)، ظرفیت کارگران را برای مبارزه طبقاتی کاهش می‌دهد.

توجه به آن که جنبش اجتماعی اتحادیه‌ای صرفاً این تضاد را کم‌رنگ می‌کند، حائز اهمیت است. چنان که از سنتی سوسیال‌دموکراتیک برخاسته است که هدف واقعی‌اش مصالحه کردن است.

برای تمایز بین درک سوسیالیستی و درک سوسیال‌دموکراتیک یا لیبرالی، توجه کنید که بیانیه‌ی تأسیس سازمان جهانی کار ILO می‌گوید که «کار کالا نیست». فرق بین نیروی کار به عنوان کالا و کار به عنوان کالا چیست؟ دوم، بین تصور لیبرالی از

حقوق کارگر در منشور سازمان جهانی کار به‌عنوان حقوق فردی انسان و نیاز ما به حقوق جمعی باید تمایز قائل شویم.

کالایی‌سازی

درک کالایی‌سازی اهمیت مبرم دارد. بهره‌کشی جنسی مستلزم کالایی‌سازی است. تبعیض جنسیتی مستلزم کالایی‌سازی است. در واقع، راه‌حل‌های کنونی برای رفع تبعیض جنسیتی بدون ازهم گسیختن پدرسالاری یا روابط مالکیت نیز شکلی از کالایی‌سازی است. بحران کنونی و بیماری‌های عالم‌گیر (و بیماری‌های عالم‌گیر آینده) ریشه در کالایی‌سازی دارند. اگر بتوانیم «محرک‌های بیماری‌زا» را که (با واسطه‌ی کنش میانجی انسانی) این بیماری عالم‌گیر را ایجاد کرد بشناسیم، می‌توانیم ببینیم که کالایی‌سازی چه‌گونه چنین نقش مبرمی را ایفا می‌کند. به‌عنوان مثال، موضوع مایه‌کوبی (واکسیناسیون) و دسترسی به آن صرفاً کوتاهی دولت نیست، بلکه کوتاهی سیستمی است که در آن سلامت انسان به کالا تبدیل شده است.

کالایی‌سازی فقط به این‌که همه چیز به محصولی (برای فروش) تبدیل شود مربوط نیست. کالایی‌سازی وجه جدایی‌ناپذیر رقابت و حرکت بی‌رحمانه به‌سوی افزایش بهره‌وری است. کالایی‌سازی الزام سرمایه‌داری یا اجبار سرمایه‌داری است.

همان‌طور که -نومیدانه - درگفت‌وگوی تازه‌ای درباره‌ی ضرورت احیای بهداشت همگانی گفتیم، خدمت اجتماعی اصلی مانند بهداشت همگانی رایگان برای همه، که به جامعه خدمت می‌کند، اگر تابع ضروری بهره‌وری سرمایه‌داری باشد، نه می‌تواند به تعهدات خود وفا کند و نه حقوق مردم را تضمین کند. اجباری که بهره‌وری، کارایی، قابلیت رقابت را - صرف‌نظر از غیبت هدف آشکار ایجاد سود- به پیش می‌راند، هر خدمتی به جامعه، و هر نیاز عمومی را به کالا تبدیل می‌کند. آن خدمت، به‌مثابه کالا، به‌طور ذاتی قادر به برآوردن نیازهای انسانی نیست، چون مردم- به‌عنوان افرادی در رقابت برای دسترسی به آن خدمت- باید آن کالا را در بازار جست‌وجو کنند. این امر، بیش از هر چیزی، ما را از حفظ سلامت عمومی در این بیماری عالم‌گیر- و در بیماری‌های عالم‌گیر بعدی- باز می‌دارد.

جنبه‌ی دیگر بازتعریف خودمان به‌عنوان سوسیالیست به تعامل پیچیده‌ی منافع مادی فردی و منافع جمعی مربوط است. پیچیده است چون وقتی سازمان‌دهی می‌کنیم، باید در نظر بگیریم که چه قدر وقت و توان صرف متقاعد کردن کارگران می‌کنیم که آن‌چه ما می‌گوییم به سود فردی و منافع مادی آن‌ها است. «اگر به‌ما بپیوندید و این کار را بکنید، به نفع‌تان است.» «اگر این کار را نکنید، پی‌آمدهای وحشتناکی خواهد داشت!» «اگر هم‌اکنون عمل نکنیم، نفر بعدی خواهید بود!»

ترس از وقوع اتفاق‌های بد برای تک‌تک فردی آن‌ها، محرک بزرگ تلاش ما برای متقاعد کردن افراد برای پیوستن به سازمان یا به مبارزه‌ی ما است. اما اگر این مبارزه

صرفاً برای مجموعه‌ای از افراد، اشخاص و منافع مادی باشد، چه نوع مبارزه‌ای است؟ پیشرفت در برابر توانایی ما برای تحقق آن وعده، به‌صورت روزانه ارزیابی خواهد شد: «چه چیزی به دست آوردم؟»، «چرا من تاکنون چیزی به‌دست نیاورده‌ام؟» حتی اگر این عبارت با ضمیر ما هم باشد («با آن چه به دست آوردیم چه کنیم؟»، «چرا ما هنوز چیزی به‌دست نیاورده‌ایم؟»)، بازهم معنایش «برای من» است.

ما به‌ندرت به کارگران پیشنهاد می‌کنیم که صرفاً بر مبنای آن چه در منافع عمومی یا منافع اجتماعی برای (جمع) بزرگ‌تر خوب است به مبارزه‌ی ما بپیوندند. (توجه کنید که ما به مشکلات اجتماعی اشاره می‌کنیم اما دیگر از منافع اجتماعی سخنی نمی‌گوییم.) در گفتن آن که سود جمعی وجود خواهد داشت جذابیت زیادی وجود ندارد. وقتی درباره‌ی تغییر آب‌وهوا و مبارزه برای عدالت اقلیمی گفت‌وگو می‌کنیم، بازهم تا حد زیادی رویکردی لیبرالی به مشکل سرمایه‌داری است. برای ما بسیار روشن است که این بحران آب‌وهوایی را سیستم سرمایه‌داری ایجاد کرد. به‌همان میزان روشن است که سرمایه‌داری نمی‌تواند راه‌حلی برای این بحران ارائه کند یا امکان راه‌حل را بدهد. این که سرمایه‌داری کره‌ی زمین را نابود خواهد کرد تا حد زیادی یک نتیجه‌ی قطعی است. اما توانایی جمعی ما برای جلوگیری از وقوع آن روز به‌روز کاهش می‌یابد.

با این حال آموزش، آگاهی، به‌راه انداختن کارزار، و سازمان‌دهی برای عدالت آب‌وهوایی چقدر مطالبات مادی و مبرم فردی را دربر می‌گیرد؟ تأثیرگذاری

روی افراد برجسته‌ترین بخش گفت‌وگو است. حتی اگر ما به «جامعه» اشاره می‌کنیم، به‌خاطر آن‌که مجموعه‌ای از افراد پیرامون ما هستند؛ به‌خاطر تمام افرادی که می‌شناسیم چنین می‌کنیم، از این‌رو هنوز (گفت‌وگو) مربوط به «من» است. به پاسخ کامل برای بیماری عالم‌گیر کووید-۱۹ توجه کنید که چه‌گونه ایجاد مشکلات فردی (پوشیدن ماسک، در خانه ماندن، فاصله‌گیری) نیاز جمعی ما به حفظ بهداشت همگانی را کنار نهاد.

وقتی به سازمان‌دهی دست می‌زنیم، ضرورت جذب افراد، روشی بسیار عملی برای دسترسی به مردم و متقاعد کردن‌شان است. عملی است. اما از همان آغاز، به دلیل آن‌که ما را از وظیفه‌ی سترگ ایجاد مجموعه‌ای از ارزش‌ها که به همبستگی معنای واقعی می‌دهد باز می‌دارد. تعهد سوسیالیستی ما را تضعیف می‌کند. ما ضرورت ساختن مجموعه‌ای از ارزش‌های جمعی برای به‌پیش بردن اقدام جمعی، و تعهد اصیل به‌چیزی بزرگ‌تر از خودمان را کنار می‌گذاریم. این که بگویید این امری مربوط به اجتماع یا خیر عمومی، یا خیر بزرگ‌تر است، در این مرحله اهمیتی ندارد. کم‌تر درباره‌ی چیزی فراتر از منافع افراد سخن می‌گوییم. آن‌چه با سخن گفتن درباره‌ی مجموعه منافع فردی متأثر از این منافع انجام می‌دهیم، صحبت کردن درباره‌ی منافع اجتماعی یا منافع مربوط به جامعه، و خیر بزرگ‌تر وانمود می‌شود. همیشه وعده‌ای وجود دارد که معنای آن برای من است. تمام پی‌آمدهای اقدام جمعی ما حول این وعده‌ی داده شده است.

نکته‌ی نهایی که مایلیم در بازاریابی خودمان به‌عنوان سوسیالیست بگویم وضعیت دشوار خودِ بازاریابی است. این که چه‌گونه مرادده می‌کنیم، چه‌گونه تربیت می‌شویم و چه‌گونه به حرکت در می‌آییم، به‌صورت بنیادی از بازاریابی جمعی ما جلوگیری می‌کند.

جلوگیری می‌کند چون در چارچوب سیستمی مرادده می‌کنیم که توجه انسان به کالا تبدیل شده است. توجه ما کالا شده است و برای سود خرید و فروش می‌شود. تجارت فیس‌بوک، گوگل، مایکروسافت، و دیگر شرکت‌هایی که رسانه‌های اجتماعی را تولید و کنترل می‌کنند، تجارتِ تسخیر و فروش توجه مردم است. همان‌طور که تجارتِ توجه نشان می‌دهد، محصول (این تجارت) شماست. کالایی‌سازی توجه، توانایی ما را در ارتباط برقرار کردن، درک کردن، آموختن، و در نهایت، اندیشیدن تغییر می‌دهد. یکی از تأثیرات کالایی‌سازیِ توجه، حواس‌پرتی است، و سطح این حواس‌پرتی یا ناتوانی توجه وحشتناک است. این حواس‌پرتی همیشگی یا مرض مداوم توجه جزئی هم نتیجه‌ی فناوری‌های تازه و هم کالایی‌سازی توجه است.

بازاریابی سوسیالیسم

از این‌رو حتی اگر تحلیل سوسیالیستی خود را گسترش دهیم، با آن چه می‌توان کرد؟ ما به منافع اصیل جمعی متعهدیم که فراتر از منافع مادی فردی است، با

این حال نمی‌توانیم به‌صورت مؤثری رابطه برقرار کنیم، بیاموزیم و عمل کنیم چون از توجه مردم برخوردار نیستیم. توجه آن‌ها پیشاپیش تسخیر یا خریداری شده است. این احتمالاً همان چیزی است که مرا به این‌گونه بدبینی درباره‌ی آینده می‌کشاند. هر قدر ما برای برقراری ارتباط تلاش کنیم، مردم به عبارت‌ها و صداهایی برای پست کردن یا به اشتراک گذاشتن گوش می‌دهند. پیشاپیش به چه‌گونه مورد توجه قرار گرفتن آن در اینستاگرام، تیک‌تاک، فیس‌بوک، توییتر، و غیره، و واکنش‌هایی که خواهد گرفت – لایک، کامنت، اشتراک گذاشتن – فکر می‌کنند. بنابراین ما واقعاً توجه و وقت آن‌ها را در اختیار نداریم. و در تمام مدت، آن‌ها درباره‌ی جلب توجه افراد دیگر فکر می‌کنند.

این عدم‌توجه دایمی، هر اندیشه یا تحلیل یا واکنش یا درونی کردن ژرف‌تر را به انحصار خود درمی‌آورد چون در آن نقطه (عدم‌توجه دایمی) تمام آن‌ها کاملاً به خارج رانده شده است. همه برای یک مخاطب فرضی است. این بخشی از کالایی‌سازی توجه است – اکنون ذهن مردم را برای انجام این کار طراحی شده است. این حواس‌پرتی همیشگی یا مرض توجه جزئی همیشگی، برای سلامت روانی و رفاه نیز پی‌آمدهای بسیار دارد. آن‌ها علیه آن‌که مغزهای ما چه‌گونه هدایت شده‌اند عمل می‌کنند و شاید ما باید به این توجه کنیم که این امر چه‌گونه آسیب می‌زند، چه‌گونه جلوگیری می‌کند، و یا توانایی ما برای درک یا تصور هر چیزی را بازتعریف می‌کند.

اگر ما پیوسته بر سر جلب توجه (و نه فهم) دیگران رقابت کنیم چه گونه می‌توانیم خود را به‌عنوان سوسیالیست بازاندیشی کنیم؟ اگر ما این قدر سردرگم هستیم، بازاندیشی سوسیالیسم چه گونه می‌تواند صورت گیرد؟ شاید، چون این درک دیگر عمقی ندارد، درک عمیق مورد نیاز برای مبارزه با سرمایه‌داری و جایگزین کردن آن با سوسیالیسم دیگر وجود ندارد؟ درحقیقت، در شگفتم که چه گونه توانایی اندیشیدن خود را از دست داده‌ایم.

بازپس‌گیری آن توجه و بازسازی تصور جمعی خودمان وظیفه‌ی سترگی است. ما برای درک سبب‌های بحران و مشکلاتی که با آن مواجهیم، و اقدام جمعی موردنیاز برای خیر جمعی باید توجه مردم را به صورت بسنده‌ای به دست بیاوریم. اگر باور کنیم، می‌توانیم این کار را انجام دهیم، پس فکرمی‌کنم امید وجود دارد.

هدایت گرین فیلد در حال حاضر دبیر منتخب بخش آسیا-اقیانوسیه اتحادیه‌ی

جهانی غذا، کشاورزی، هتل، رستوران، تهیه‌ی غذا، توتون و انجمن‌های کارگری

متحد (IUF) است.

پیوند با منبع اصلی:

<https://socialistproject.ca/2021/05/reimagining-socialism-a-conversation/#more>