



نکاتی درباره‌ی نظریه‌ی ارزش

بخش دوم: نظریه‌ی ارزش مارکس از دیدگاه دیرینه-تبارشناسانه

عادل مشایخی

هدف بخش دوم این مقاله نشان دادن این است که نظریه‌ی ارزش مارکس از دیدگاه دیرینه-تبارشناسانه به چه صورتی در می‌آید. یعنی می‌خواهیم به این پرسش پاسخ دهیم که آیا اینجا نیز می‌توان از دو عرصه‌ی پدیداری متمایز که روی یکدیگر چفت و بست می‌شوند سخن گفت؛ به بیان دیگر، آیا با استفاده از نقد دیرینه-تبارشناسانه‌ی دانش و دو لایه یا دو چینه‌ای که تحلیل می‌کند می‌توان درک دقیق‌تری از نظریه‌ی ارزش مارکس پیدا کرد و برخی گره‌ها را که نه ناشی از خود نظریه‌ی ارزش مارکس، بلکه ناشی از سوء تعبیرهای این نظریه بوده است گشود؟ بر این اساس، می‌توان گفت تعبیر دیرینه-تبارشناسانه‌ی نظریه‌ی ارزش مارکس به هیچ وجه قرار نیست چیزی به این نظریه بیفزاید یا آن را کامل کند؛ هدف فقط زدودن برخی کژفهمی‌هاست که چون زائنده‌هایی دست‌وپاگیر قابلیت‌های انتقادی نظریه‌ی مارکس را نادیدنی کرده‌اند.

برای عرضه‌ی تعبیری دیرینه-تبارشناسانه از نظریه‌ی ارزش مارکس، یا به بیان دیگر، برای گام برداشتن در جهت نقد دیرینه-تبارشناسانه‌ی اقتصاد سیاسی، باید از دو لایه، از دو چینه‌ی دانش (اقتصاد سیاسی) آغاز کنیم. اما قبل از هر چیز باید به خاطر داشته باشیم که از دیدگاه دیرینه-تبارشناسانه، اقتصاد سیاسی به منزله‌ی یک رژیم «دانش» نه صرفاً امری در ذهن دانشمندان یا نظریه‌پردازان، بلکه یک واقعیت است، واقعیتی بت‌واره که از دو لایه یا چینه (به معنای زمین‌شناختی) تشکیل شده است: یک لایه‌ی جسمانی یا غیر گفتاری که قلمرو تولید و میل‌ورزی است و یک لایه‌ی دیسکورسیو یا گفتاری که قلمرو کردارهایی از سنخی خاص، متفاوت با

کردارهای جسمانی، است. به تبعیت از مارکس، نقد دیرینه-تبارشناسانه‌ی اقتصاد سیاسی از تحلیل قلمرو امور دیسکورسیو یا گفتاری آغاز می‌شود.

بازار گونه‌ای عرصه‌ی دیسکورسیو یا گفتاری است؛ عرصه‌ی گفتاریِ اعلای زمانه‌ی ما. قلمرو امور گفتاری قلمرو کردارها و منزلت‌های نمادین است؛ کردارهای گفتاری و منزلت‌های نمادین؛ نظامی از کردارهای گفتاری که در پیوند نظام‌مندشان منزلت‌های نمادینی به «چیزها» اعطا می‌کنند (بعدا خواهیم دید که چرا چیزها را باید در گیومه قرار داد). بازار مانند هر دیسکورسی عرصه‌ی کنش‌های قاعده‌مند است.

قبل از هر چیز باید به خاطر داشت که از دیدگاه دیرینه‌شناسانه کنش نمادین یا گفتاری همیشه مستلزم این نیست که کلامی به زبان آید؛ هر کنشی که به «چیزی» تعین گفتاری اعطا کند، یعنی «چیزی» را منزلت نمادین ببخشد، یک کردار گفتاری است، حتا اگر اجرای آن مستلزم بر زبان آوردن هیچ کلامی نباشد. کردار نمادین «چیز» را دوبل می‌کند؛ یعنی علاوه بر تعین جسمانی‌ای که «چیز» دارد، تعینی نمادین، یعنی تعینی ناملموس و غیر جسمانی، به آن اعطا می‌کند. حقوق‌دان‌ها می‌گویند انعقاد یک قرارداد، شکل‌گیری یک عقد، مستلزم «ایجاب» و «قبول» است؛ اما «ایجاب» و «قبول» کنش‌های نمادین‌اند؛ کردارهای «گفتاری». مثلا در عقد نکاح با ایجاب و قبول طرفین یا وکیل آن‌ها یکی از دو طرف منزلت «شوهر» و دیگری منزلت «زن» پیدا می‌کند. عقدی که به این ترتیب، یعنی با ایجاب و قبول، شکل می‌گیرد یک موجودیت نمادین است و علاوه بر این، با ایجاب و قبول، برخی امور منزلت‌های نمادین جدیدی پیدا می‌کنند؛ منزلت‌های نمادین حقوقی. کردارهای گفتاری (یا به بیان دقیق‌تر، خانواده‌های مختلف کردارهای گفتاری) براساس منزلت‌های نمادینی که به «چیزها» اعطا می‌کنند از یکدیگر متمایز می‌شوند. مثلا منزلت نمادین حقوقی «مال»ی که از طریق «هبه» رد و بدل می‌شود، با منزلت نمادین حقوقی «مال»ی که از طریق «بیع»، رد و بدل می‌شود، فرق دارد. حال نکته این است که برای اجرای این کنش‌های نمادین حقوقی و انعقاد یک عقد لازم نیست ضرورتاً جمله‌ای بر زبان آید؛ یعنی ممکن است ایجاب و قبول بدون بر زبان آوردن کلامی اجرا شود. یعنی همیشه لازم نیست بگوییم «قبلت» تا قبول تحقق پیدا کند؛ ایجاب هم بر همین سیاق. در زندگی روزمره ایجاب و قبول را معمولاً بدون این که کلامی بر زبان آوریم اجرا می‌کنیم. مثلا هر روز هنگام خرید به مغازه‌دار محله پیشنهاد خرید نمی‌دهیم تا او در پاسخ بگوید «قبلت!» بیشتر اوقات ایجاب و قبول را بدون بر زبان آوردن کلامی اجرا می‌کنیم و از این طریق هم سوژه‌های کلام و هم ابژه‌ها جایگاه‌ها و منزلت‌های نمادین پیدا می‌کنند. هدف از اشاره به این



نکات فقط نشان دادن این است که دیسکورس یا گفتار، قلمرو امور گفتاری یا دیسکورسیو و عناصر برساننده‌ی آن‌ها، یعنی کردارهای دیسکورسیو یا گفتاری، را به معنای گسترده‌تری باید بفهمیم. از دیدگاه دیرینه‌شناسانه مؤلفه‌ی ذاتی کردارهای گفتاری ادای جمله‌ها یا به زبان آوردن کلام نیست. آنچه سرشت گفتاری یک کردار را رقم می‌زند، آنچه باعث می‌شود کرداری کردار گفتاری باشد همین اعطای منزلت نمادین است: هر کرداری که منزلتی نمادین به «چیزی» اعطا کند، کرداری گفتاری است. البته این نکته را باید به خاطر داشت که هر کردار گفتاری به این معنا همواره بخشی از یک نظام است، بخشی از یک رژیم کردارهای قاعده‌مند. همین جا می‌توان به این نکته نیز اشاره کرد که گاهی اوقات ممکن است کلامی به زبان آید بدون این که کرداری گفتاری انجام گیرد؛ یعنی بدون این که با بر زبان جاری شدن کلام منزلتی نمادین شکل بگیرد. «توصیف» به معنای دقیق کلمه کرداری زبانی از این سنخ است؛ یعنی به آنچه توصیف می‌شود منزلتی نمادین اعطا نمی‌کند. آرمان الن رب گری‌یه دست یافتن به این کارکرد توصیفی محض در رمان بود؛ زبانی که فقط فعل و انفعال‌های جسمانی و جریان‌های میل را رؤیت‌پذیر می‌کند و از اعطای معنای نمادین یا «انسانی، بیش از حد انسانی» به چیزها می‌پرهیزد. او کامو و سارتر رمان‌نویس را از همین دیدگاه سرزنش می‌کرد.



نکته‌ی بعدی که باید به خاطر داشت این است که از دیدگاه دیرینه‌شناسانه، کردارهای گفتاری قائم به سوژه نیستند. از دیدگاه دیرینه‌شناسانه چیزی به نام سوژه‌ی بیان وجود ندارد («سوژه‌شدن» شرایط دیگری دارد)، سوژه با کردار قاعده‌مند گفتاری به وجود می‌آید. از طریق انجام یک کردار گفتاری مطابق قواعد یک نظام گفتاری، به سوژه‌ی خاص تبدیل می‌شوم، یعنی جایگاهی نمادین پیدا می‌کنم. نظام گفتار به منزله‌ی نظامی از کردارهای قاعده‌مند قائم به هیچ سوژه‌ای نیست؛ بلکه یک نظم غیر شخصی و مستقل از هرگونه سوژه‌ی بیان است. با استفاده از تعبیر دلوز و گواتری در هزار فلات می‌توان گفت: یک «آرایش جمعی بیان» است. این نکته را با رجوع به پژوهشهای فلسفی ویتگنشتاین نیز می‌توان درک کرد: هر بازی زبانی نظامی از کنش‌های قاعده‌مند است و قاعده امری شخصی نمی‌تواند باشد؛ اعتبار قواعد یک بازی قائم به قصد هیچ سوژه‌ای نیست؛ به یک معنا اعتبار بازی قائم به جمع است. آرایش جمعی بیان.

و سرانجام آخرین نکته: دیدیم که هر کردار گفتاری بخشی از یک نظام است چیزی به عنوان کردار گفتاری تک و منفرد وجود ندارد. از طرف دیگر، دیدیم که از طریق کردارهای گفتاری، کسانی که این کردارهای گفتاری را انجام می‌دهند دقیقاً به واسطه‌ی این کردارها منزلت‌های

نمادین خاصی پیدا می‌کنند و به این معنا کردارهای گفتاری سوژه‌های خود را به وجود می‌آورند. با توجه به این نکات می‌توان گفت هر کردار گفتاری بخشی از یک نظام کردارهای قاعده‌مند است که دقیقاً به همین دلیل، یعنی به دلیل این که کرداری قاعده‌مند و متعلق به نظامی از کردارهای همدوش خودش است، به چیزها منزلت نمادین اعطا می‌کند؛ و این منزلت نمادین، به تعبیری هم‌بسته‌ی «ابژکتیو» آن است (به این معناست که می‌توان گفت ابژه‌ی گفتار نه آن چه گفتار به آن ارجاع می‌دهد، بلکه هم‌بسته‌ی آن است). در مثال‌های حقوقی دیدیم که مثلاً در عقد نکاح به واسطه‌ی ایجاب و قبول، یعنی کردارهای گفتاری مقوم این عقد، اگر این کردارها مطابق قواعد مربوطه به اجرا درآیند، یکی از دو طرف منزلت «زن» و دیگری منزلت «شوهر» پیدا می‌کند؛ یا مثلاً در عقد اجاره یک طرف منزلت «مستاجر» و دیگری منزلت «موجر» پیدا می‌کند یا در «قرض» یک طرف منزلت «مدیون» و طرف «مقابل» منزلت «دائن» پیدا می‌کند. این منزلت‌های نمادین هم‌بسته‌های ابژکتیو کردارهای گفتاری متعلق به خانواده‌ی گفتاری «نکاح»، «قرض» یا «دین» اند، یعنی به ارواحی می‌مانند که با اجرای این کردارها احضار می‌شوند (ارواحی که همیشه سرگردان نیستند). در حاشیه و به نحوی گذرا به این نکته نیز باید اشاره کرد که کردارهای گفتاری علاوه بر منزلت‌هایی که به بدن‌ها (بدن‌هایی که با یکدیگر در فعل و انفعال اند) اعطا می‌کنند، به فعل و انفعال آن‌ها نیز منزلتی نمادین می‌بخشند. یعنی علاوه بر «سوژه» و «ابژه» به «مفهوم» نیز به منزله‌ی مولفه و عنصری از فضای «هم‌بسته»ی گفتار باید توجه کرد. و ناگفته پیداست که این فضای هم‌بسته به منزله‌ی جهانی که قائم به کردارهای گفتاری است و با این کردارها تعیین پیدا می‌کند، به هیچ وجه همان قلمرو امور غیرگفتاری یا جسمانی نیست، بلکه جهانی «مجازی» است که بدن‌ها و فعل و انفعالات عرصه‌ی غیرگفتاری را احاطه و دیگرگونه پدیدار می‌کند.

حال به مرحله‌ی رسیده‌ایم که می‌توانیم ببینیم به چه معنا بازار یک نظم گفتاری است. کردارهای گفتاری بازار عمدتاً عبارت‌اند از «خرید» و «فروش» و سایر کردارهای مرتبط با آن‌ها؛ از طریق این کردارهای نمادین یک طرف منزلت «خریدار» و طرف مقابل منزلت «فروشنده» پیدا می‌کند و آن چه میان دو طرف می‌گذارد، منزلت «مبادله». از سوی دیگر، از طریق این کنش‌های گفتاری، «چیز»ها منزلت کالایی پیدا می‌کنند (خواهیم دید که این نکته نیاز به تعدیل و تدقیق دارد) یعنی «قیمت» پیدا می‌کنند. قیمت داشتن چیزها مشروط به خریدار و فروشنده داشتن آن‌هاست؛ نسبت فروشنده‌ها و خریدارها؛ نسبت عرضه و تقاضا.

حال به نقطه‌ای رسیده‌ایم که می‌توانیم توضیح دهیم چرا چیزهایی را که در عرصه‌ی امور گفتاری و به‌واسطه‌ی کردارهای گفتاری منزلت نمادین پیدا می‌کنند، داخل گیومه قرار دادیم: به این دلیل که این چیزها امور طبیعی محض، چیزهای به‌اصطلاح وحشی و فاقد هرگونه تعین نیستند. با توجه به آن‌چه تا این جا گفته‌ایم می‌توانیم بگوییم مارکس بنیان‌گذار گونه‌ای تحلیل انتقادی دیسکورس، بنیان‌گذار نقد دیرینه‌شناسانه‌ی دیسکورس است. تفاوت این تحلیل انتقادی با تحلیل گفتمان به معنای متعارف، مثلا به معنایی که نزد لاکلائو و موف می‌بینیم، این است که پان‌دیسکورسیویست نیست؛ یعنی همه چیز را به امور دیسکورسیو، به امور گفتاری، فرو نمی‌کاهد. این نکته را البته پیش‌تر به شیوه‌هایی متفاوت صورت‌بندی کرده‌ایم و تلویحا در نکات پیشین مندرج بود. اکنون می‌توانیم بگوییم تفاوت نقد دیرینه‌شناسانه‌ی گفتار با تحلیل گفتمان به معنای متعارف و رایج این است که دیرینه‌شناسی دیسکورس یا «گفتار» را تعین‌بخش «امر نامتعین» به‌شمار نمی‌آورد. کردارهای گفتاری به امور نامتعین منزلت نمادین اعطا نمی‌کنند. «چیزهایی» که از طریق کردارهای گفتاری منزلت نمادین پیدا می‌کنند، «پیش‌تر» طی فرایندهایی که باید تحلیل‌شان کرد، تعین‌هایی اولیه پیدا کرده‌اند، و به این طریق «تعین‌پذیر» شده‌اند. کردارهای گفتاری نه امور «نامتعین»، بلکه امور «تعین‌پذیر» را تعین می‌بخشند؛ این کردارها نه به چیزها، بلکه به «چیزها» منزلت نمادین اعطا می‌کنند؛ به چیزهایی که طی فرایندهای قابل تحلیل تعینی اولیه پیدا کرده‌اند و به این طریق «تعین‌پذیر» شده‌اند. این‌ها فرایندهایی هستند که در قلمرو امور غیر گفتاری، یعنی در قلمرو امور جسمانی، در قلمروی که بدن‌ها تعین‌های خاصی پیدا می‌کنند، جریان دارند؛ یعنی در قلمروهای تولید.

اینجاست که به فرمول‌آشنای نظریه‌ی ارزش می‌رسیم. در قلمرو تولید است که جوهر ارزش به‌صورت کار اجتماعا لازم در کالاها تجسم پیدا می‌کند: تجسمی شیخ‌گون. این اولین مرحله‌ی گونه‌ای فرایند نورمالیزاسیون یا بهنجارسازی است. در قلمرو تولید، بدن‌ها باید با تکنیک‌هایی خاص تعین‌هایی خاص پیداکنند تا بتوانند با هنجارهایی خاص تطابق پیدا کنند. از دیدگاه نظریه‌ی ارزش، هنجار اصلی «زمان اجتماعا لازم» است. بدن‌ها باید طوری تربیت و بهنجار شوند که بتوانند خود را با این هنجار سازگار کنند. چنان‌که در بخش اول این مقاله یادآوری کردیم، مارکس در فصل‌های یازدهم تا سیزدهم سرمایه در واقع، فرایندهایی را تحلیل می‌کند که طی آن‌ها بدن‌ها در قلمرو تولید به عضو و اندامی از یک «کارگر جمعی» تبدیل می‌شوند. این فرایندها معطوف به ایجاد توانایی کار کردن با شدت و مهارتی میانگین و افزایش بهره‌وری و کاهش زمان اجتماعا لازم برای

تولید کالاها هستند. در اینجا، نکته‌ی اصلی این است که در قلمروهای تولید بدن‌ها طوری تربیت می‌شوند که بتوانند با این هنجارها سازگار شوند: در اوج این بهنجارشدن، بدن‌ها به زائده‌ی ماشین تبدیل می‌شوند. نتیجه‌ی این فرایندها البته تولید کالاهاست: کالاهایی که مقادیری از زمان اجتماعا لازم را، که با سطح بهره‌وری در یک جامعه (و امروز: در جامعه‌ی جهانی) تعیین می‌شود، در بردارند. اما این فقط گام نخست فرایند نورمالیزاسیون است. هم نیروی کار نورمالیزه شده، یعنی نیروی کاری که در یک یا احتمالا چند رشته توانایی کارکردن با مهارت و شدت میانگین و سازگار کردن خود با زمان اجتماعا لازم را از طریق جفت و جور شدن با ماشین‌ها و سایر نیروهای کار در نظم‌های مکانی برنامه‌ریزی شده دارد، و هم کالاهایی که زمان اجتماعا لازم در آن‌ها منجمد شده است، واجد ارزش‌اند؛ یعنی تعینی اولیه پیدا کرده‌اند و تعیین‌پذیر شده‌اند: آماده‌ی دریافت تعین‌های «گفتاری» در عرصه‌ی بازار.

ضرورت این تعین‌های جدید را در الزام تحقق این ارزش‌ها در بازار می‌توان مشاهده کرد: کالاها در قلمروهای تولید مطابق با الگوهای متعارف توسط بدن‌های بهنجار شده با شدت و مهارت و بهره‌وری میانگین تولید می‌شوند. اما همین امور تعیین‌پذیر تا تعیین‌بازاری پیدا نکنند ارزش‌شان به حساب نمی‌آید. تعیین‌بازاری این امور تعیین‌پذیر است که سرنوشت آن‌ها را تعیین می‌کند. اگر عرضه‌ی این کالاها بیش از تقاضای بازار باشد، به قیمتی زیر ارزش‌شان به فروش می‌رسند. این امر در مورد نیروی کار به منزله‌ی کالا نیز صادق است. ممکن است بدنی با از سر گذراندن انواع و اقسام فرایندهای تربیتی و آموزشی توانایی کارکردن با مهارت و شدت میانگین پیدا کند، اما به سبب پایین بودن سطح تقاضا برای نیروی کار (یا عوامل دیگر) در بازار قیمتی پایین‌تر از هزینه‌های بازتولیدش پیدا کند.

با استفاده از این تحلیل دولاویه‌ای به‌شیوه‌ی دیرینه‌شناسانه می‌توان نشان داد چگونه ممکن است همان‌طور که مارکس می‌گوید، برخی چیزها «قیمت» داشته باشند بدون این که ارزش داشته باشند. به این ترتیب متوجه خواهیم شد چگونه ممکن است چیزهایی که کاری صرف تولید آن‌ها نشده است، قیمت داشته باشند و مانند کالا در بازار خرید و فروش می‌شوند: چیزهایی مانند زمین یا سایر مثال‌هایی که مارکس می‌زند، یعنی وجدان، شرافت و ... از سوی دیگر می‌توان نظریه‌ی ارزش نئوکلاسیک یا مکتب اتریش را نیز توضیح داد. نظریه‌ی ارزش نئوکلاسیک‌ها و اتریشی‌ها مانند نظریه‌ی گفتار کسانی مانند لاکلائو و موف تحلیل خود را به عرصه‌ی «امور گفتاری» محدود می‌کنند و عقیده دارند که ارزش صرفا در بازار و براساس عرضه و تقاضا یا فقط بر اساس تقاضا



تعیین پیدا می‌کند (میل همواره میل دیگری است. در اینجا بازار نقش آن «دیگری» را بازی می‌کند). البته روشن است که این نظریه از کجا نشئت می‌گیرد.

از دیدگاه دیرینه-تبارشناسانه بازار نظم سراسر خودجوش نیست. برای این که یک نظم دیسکورسیو، یک نظم گفتاری، نظم متشکل از کردارهای قاعده‌مند، ممکن شود، شرایط زیادی لازم است. بازار نیز به منزله‌ی گونه‌ای نظم گفتاری متشکل از کردارهای قاعده‌مند از این قاعده مستثنا نیست. درست است که بازار قائم به هیچ سوژه‌ای نیست و از این حیث همان گونه که گفتیم قائم به ذات به شمار می‌آید. اما به معنای مطلق کلمه قائم به ذات نیست. مارکس نشان داده است که بازار به منزله‌ی قلمرو کردارهای گفتاری عرصه‌ی بازنمایی بت‌واره است. بدن‌هایی که در قلمروهای تولید به شیوه‌ای که اشاره کردیم نورمالیزه می‌شوند، در قلمرو بازار به مثابه فروشندگان نیروی کار پدیدار می‌شوند. آن‌چه در بازار منزلت نمادین پیدا می‌کند امری طبیعی و فارغ از هرگونه تعیین نیست؛ بلکه در قلمروهای تولید تعینی اولیه پیدا کرده است و تعیین پذیر شده است. قلمروهای تولید نیز به منزله‌ی قلمروهای بهنجارسازی بدن‌ها عرصه‌ی شیء‌وارگی و پدیدارشدن بت‌واره‌اند. یعنی از دیدگاه دیرینه-تبارشناسانه با دو عرصه‌ی شیئت‌یابی و بت‌وارگی سروکار داریم: شیئت‌یابی جسمانی در قلمروهای تولید که بدن‌های بهنجار تربیت می‌کند و همچنین عرصه‌ی شیئت‌یابی گفتاری یا بازار که تعینی دیگر به این بدن‌های بهنجار شده اعطا می‌کند. این دو عرصه ضمن این که با یکدیگر تمایز و حتا تعارض دارند، در هم تنیده‌اند و یکی روی دیگری چفت و بست شده است. کالاها در بازار تعینی دوگانه دارند: از یکسو کار منجمدشده‌اند و از سوی دیگر قیمتی بازاری دارند. گونه‌ای دو در یک؛ وحدتی پارادوکسیکال.

و سرانجام، گام تبارشناسانه: آن‌چه در این دو لایه به شیوه‌ای بت‌واره تحقق پیدا می‌کند گونه‌ای رابطه‌ی تولید-قدرت است: رابطه‌ای که در آن کار تحمیل و ارزش اضافی استخراج می‌شود؛ رابطه‌ی ستیزه‌آمیز تولید. در تحقق بت‌واره، نیروبودن نیروها انکار می‌شود؛ رابطه‌ی ستیزه‌آمیز نیرو با نیرو به صورت رابطه‌ی اشیاء در می‌آید: منظور از شیئت‌یابی همین است. با اعمال قدرت در رابطه‌ی کار-سرمایه، بدن‌ها در قلمرو تولید به صورت عضو و اندامی از یک کارگر جمعی تعیین پیدا می‌کنند و همین بدن‌های بهنجارشده در قالب بدن‌هایی که قادرند با مهارت و شدت میانگین کار کنند، در قلمرو گفتاری، از طریق کردارهای گفتاری بازار، به صورت فروشندگان نیروی کار، یعنی به منزله‌ی سوژه‌هایی برخوردار از حق مالکیت و حق مبادله بازنمایی می‌شوند که برای پیگیری منافع خود می‌توانند آزادانه با دیگران (مالکان ابزار تولید) وارد مبادله شوند. از دیدگاه بازار نه



تحمیلی در کار است، نه استثماری: مالکان نیروی کار در مقام سوژه‌هایی آزاد و برابر با مالکان وسایل تولید وارد روابط مبادله‌ای می‌شوند و آنچه را کم‌تر بدان محتاج‌اند در مقابل پول و به قیمتی که تقاضا برای نیروی کار تعیین کرده است واگذار می‌کنند تا با استفاده از پولی که به این ترتیب به جیب می‌زنند آن‌چه را بیشتر نیاز دارند به دست آورند؛ نه نیرویی در کار است نه اعمال قدرتی و نه مقاومتی؛ قدرت و مقاومتی اگر هست به دلیل «سیاسی کاری» و دخالت‌های بیجای دولت یا نهادها و تشکلهای کارگری زیاده‌خواه و اقتصاددانان است! بازار را اگر به حال خود بگذارند به شیوه‌ای منصفانه روابط میان خریداران و فروشندگان را به شیوه‌ای کاملاً خودجوش و خودانگیخته و فارغ از هرگونه اجبار و تحمیل، نظم خواهد بخشید و هر کسی مطابق استحقاق‌اش نصیب خواهد برد و منتفع خواهد شد. بازنمایی بت‌واره معنایی جز این ندارد.

خلاصه کنیم: قلمرو تولید قلمرو نمایش (presentation) بت‌واره‌ی رابطه‌ی ستیزه‌آمیز کار و سرمایه است، رابطه‌ای که در آن کار مرده کار زنده را می‌مکد؛ یک نیرونسبت یا رابطه‌ی قدرت که کارکردش تحمیل کار، هدف‌اش استخراج ارزش اضافی؛ و تکنیک‌هایش عمدتاً تکنیک‌های انضباطی و امنیتی است؛ رابطه‌ای که در آن برای استخراج ارزش اضافی، بدن‌های منفرد با استفاده از تکنیک‌های انضباطی و امنیتی در قالب یک «کارگر جمعی» به کار واداشته می‌شوند. همین رابطه‌ی قدرت است که در قلمرو تولید به نحوی بت‌واره و شیئت‌یافته (ترکیبی از بدن‌های انسانی و مکانیکی) رؤیت‌پذیر می‌شود. در این نمایش بت‌واره، رابطه‌ی انقیاد و استثمار میان کار و سرمایه به منزله‌ی رابطه‌ی انسان و ماشینی مستقل از او، رابطه‌ی بدن انسانی و مکانیسمی پیچیده و در نهایت مستقل از بدن‌هایی که چیزی بیش از اپراتورهایش نیستند، رؤیت‌پذیر می‌شود (یعنی شیئت‌یافته غیرگفتاری یا جسمانی پیدا می‌کند). در بازار به مثابه گونه‌ای قلمرو امور گفتاری، همین بدن‌ها در قالب منزلت‌های نمادین هم‌بسته با کردارهای گفتاری بازار، در هاله‌ی اشباحی که کردارهای گفتاری مقوم مبادله‌ی نمادین احضارشان می‌کنند، بازنمایی می‌شوند (re-presentation). قلمرو تولید قلمرو نمایش (presentation) نیرو-نسبت‌های تولید و قلمرو گردش قلمرو بازنمایی (presentation) تعیین‌های رؤیت‌پذیر قلمرو تولید است.

قانون ارزش در بنیادی‌ترین سطح خود به میدان همین نیرو-نسبت‌ها مربوط می‌شود و در واقع فرمول انتزاعی یک رابطه‌ی تولید-قدرت است که کارخانه قلمرو تحقق‌شی‌واره‌ی آن با بالاترین ضریب ممکن است (ناگفته پیداست که در اینجا «قانون» نه به معنایی حقوقی، بلکه به معنایی «فیزیکی» یا به بیان دقیق‌تر، به معنای «میکروفیزیکی»، «میکروفیزیک قدرت»، به کار می‌رود). این بدان معناست

که قانون ارزش به مثابه یک رابطه‌ی تولید-قدرت که کارکردش تحمیل کار و هدف‌اش استخراج ارزش اضافی با تکنیک‌های انضباطی و همچنین امنیتی است، در نهادهای مختلف شیئت غیر گفتاری (presentation) پیدا می‌کند و با اجرای همین قانون در عرصه‌ی گفتاری، به تعیین‌های غیر گفتاری گونه‌ای تعیین گفتاری افزوده می‌شود، یعنی امور رؤیت پذیرشده و به نمایش در آمده باز-نمایی می‌شوند (re-presentation).

اما روابط تولید-قدرت در عین حال روابط لیبدویی نیز هستند و هرگونه اعمال قدرت در عین حال گونه‌ای تحقق میل نیز هست. این بدان معناست که روابط تولید-قدرت فقط به سبب منافع عقلانی یا تحریف و گمراه‌سازی ایدئولوژیک تداوم پیدا نمی‌کنند، که اگر این گونه بود صرفاً با آگاهی بخشی نسبت به منافع یا روشن‌سازی تحریف‌ها می‌شد در جهت تغییرشان گام برداشت. با تحقق بت‌واره‌ی قانون ارزش در قلمروهای تولید، در عین حال گونه‌ای سرمایه‌گذاری لیبدویی روی ابژه‌های جسمانی این قلمروها نیز تحقق می‌یابد که تداوم ترکیب‌ها و نسبت‌های جسمانی آن‌ها را تضمین می‌کند؛ گونه‌ای «دل‌بستگی» به تعیین‌های جسمانی قلمروهای غیرگفتاری که در قلمرو گفتار و از طریق کردارهای گفتاری «انکار» می‌شود. راز ماندگاری سرمایه‌داری همین است؛ و دگرگونی‌اش در تحلیل نهایی، مستلزم سست کردن همین پیوندهای لیبدویی است.



مشایخی، عادل. « نکاتی درباره‌ی نظریه‌ی ارزش؛ بخش دوم: نظریه‌ی ارزش مارکس از دیدگاه دیرینه-تبارشناسانه». دموکراسی رادیکال. ۳۰/۰۲/۱۳۹۹. دریافت از: <https://radicald.net/xcu3>