



فهم بازارها در اقتصادهای در حال توسعه

به مثابه نهادهای اجتماعی و سیاسی*

باربارا هریس وایت

هیچ علمی برای مطالعه بازارها وجود نخواهد داشت مگر اینکه نهادهای مربوطه را در مطالعات خود جای دهد. (پنی ** ۱۹۸۵)
قطعا انکار نظریه‌های موجود راه حل فهم پدیده ریشه دار و جا افتاده اقتصادی نیست، بلکه باید به گونه ای متفاوت نظریه پردازی کرد. (کنیل *** ۱۹۹۴)

مترجم: علی اصغر سعیدی



مقدمه

اقلیت ناچیزی از پژوهشگران اقتصاد هستند که نمی‌توانند با استفاده از اصول علم اقتصاد بفهمند چطور تقاضاها شکل تقاضا بخود می‌گیرند و عرضه‌ها شکل عرضه. البته ممکن است آنها هیچگاه جواب کاملا رضایت بخشی نیز نیابند. این گفته بدان معنی نیست که ابزار علم اقتصاد در مورد نهادها کاربرد ندارد. بلکه به این معنی است که بازارهای اقتصادی محمل‌هایی برای تمرین اشکال اقتدار اجتماعی هستند، که خاستگاه‌هایش خارج از بازارها بوده و در خارج و داخل بازارها عمل می‌کنند. به همان صورت، بازارهای اقتصادی از عرضه‌های کشمکش میان منافع سیاسی هستند. بازارها "به خاطر" نهادها نیست که عمل می‌کنند، بلکه مجموعه‌ای از نهادها بوده و با آنها در ارتباط تنگاتنگ اند.
در این نوشته مختصر، با قبول اینکه ممکن است نتوان نظریه‌ای «جامع یا برای همه فصول»^۴ ارائه کرد، که همه چیز را تبیین کند، به بررسی روش‌هایی می‌پردازیم که بازارها را به عنوان ساخت‌هایی سیاسی و اجتماعی «به گونه‌ای متفاوت» نظریه پردازی کرده‌اند.
همچنین اهمیت عملکرد بازارها را به عنوان اشکال اجتماعی تنظیم مقررات و منازعات مستمر سیاسی مورد توجه قرار خواهیم داد.

Harriss-White, Barbara (2003), "On Understanding Markets as Social and Political Institutions in Developing Economies", Printed in: Ha-Joon Chang(ed.), Rethinking Development Economics, Anthem Press, Pp.481-497. ** Penny *** Caille
**** عضو هیأت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران



۱- بازارها و نهادها

تمام نظریه‌ها در واقع به نحو اجتماعی ساخته می‌شوند. تمام نظریه‌های اقتصادی، از جمله نظریه‌های نئوکلاسیک، فرضیاتی در باره سازمان اجتماعی دارند. مدت زمان درازی بود که مفهوم قراردادی بازار رقابتی در بردارنده فرضیاتی مستحکم در خصوص جامعه بود که تعداد زیادی خریدار و فروشنده را با روش‌های گوناگون در خود جای می‌داد. این خریداران و فروشندگان می‌توانستند در شرایطی یکسان، و با دسترسی به اطلاعات درست، به آسانی در یک فضای (مجازی) داد و ستد نمایند. در حالیکه برخی به این نتیجه رسیده‌اند که علم اقتصاد علمی غیر اجتماعی* است دیگرانی هم هستند که بر این نظرند که این علم تصویری اجتماعی دارد که با اقتصادهای واقعی موجود متجانس نیست.

نظریه‌ها تحت شرایط خاص اقتصادی و سیاسی موجودیت یافته و نقش‌هایی سیاسی ایفا می‌کنند. در ربع آخر قرن بیستم اقتصاددانان نئوکلاسیک سعی کرده‌اند با استفاده از فرضیات روش‌شناسی فردگرایانه غیرتاریخی و رفتار پیشینه ساز و عقلانی‌شان بر سه حوزه خانوار، دولت و بنگاه‌ها و قراردادهایی که می‌بندند تسلط یابند. در اقتصاد نوین خانوار**، تخصیص نیروی کار خانگی میان فعالیت‌های مولد خارج از خانه در زمین، کار، و سایر بازارها و فعالیت‌های تولیدی مجدد درون خانه (نظیر تهیه غذا، تمیز کردن خانه یا نگهداری از کودکان که تحت عنوان کالاهای "Z"*** مدل‌بندی شده‌اند) پاسخی کارآمد برای این سؤال فراهم می‌کنند که چرا اولاً قیمت‌های کار خارج از خانه با کار داخل خانه متفاوت است، و ثانیاً چرا قیمت کار جنسیت‌های متفاوت در خارج از خانه نیز با همدیگر متفاوت است. خواه یکی از والدین دیکتاتوری نیکخواه باشد، و خواه علایق یک فرد به کلی از هدف مورد قبول جمع پیروی نماید، در این رهیافت نشانه محکمی از عدم توافق و نارضایتی وجود دارد. در اقتصاد سیاسی جدید (که زیاد هم جدید نبوده و بدون پشتوانه تاریخی سیاسی است) دولت به عنوان جمع رفتارهای پیشینه‌گرای فردی بوسیله نهادها و عناصرش، با احزاب و سیاست‌هایی که جای کالاها را می‌گیرند، و رای‌دهندگانی که قدرت را به مصرف‌کنندگان واگذار می‌کنند، و رای‌هایی که جای پول رایج را گرفته‌اند، مدل‌بندی می‌شود. در اقتصاد نهادگرای جدید**** شرکت‌های بزرگ به مثابه کلاف و مجموعه‌ای از قراردادهای کار، که تحت مذاکرات مستمر در پرتو عملکرده (بازار مربوطه) هستند، و مرزهای نهادی که تنها با هزینه‌های سرپرستی و اندازه‌گیری مشروط شده‌اند عمل می‌کنند. علاوه بر این، چون قراردادهای منفرد، بویژه در اقتصادهای در حال توسعه کم و بندرت وجود دارند، نظریه پردازی‌های زیادی در خصوص شمار متنوعی از قراردادهای غیرمنفرد (چه به منظور تحلیل شرایط وجودی‌شان یا به خاطر مقابله و مقایسه دوتایی) به مثابه راه حل‌های کارا

* Under-Socialized

** Home Economics

*** Z Goods

**** New Institutional Economics



به مسائل و مشکلات عدم تقارن و تفاوت اطلاعات در هزینه‌های دانش سودمند، و مشکلات هزینه مبادله (هزینه‌های بررسی و جستجو، مذاکره و ضمانت اجرای قراردادها) و مشکلات حفاظت بر علیه رفتارهای فرصت طلبانه، مخاطرات اخلاقی و انتخاب‌های منفی و نامطلوب انجام می‌شود. راه حل‌های عقلانی برای مشکلات هماهنگی در فضای اقتصادی که در آن چنین مفاهیم و ابزارهایی آرایش‌بندی می‌شوند به نتایجی منجر می‌شود که به نحوی دیگر نمی‌توان آن را در اقتصاد توضیح داد. قرارداد تقسیم محصول، که امری نادر است توجهات متنوعی را به خود معطوف کرده است که می‌توان آن را به مثابه یک نمادی از رهیافت اقتصاد نهادگرایی جدید در مقیاس کوچک* در اقتصاد خرد توسعه مطالعه کرد.

این کنش‌های مسلط نظری در مورد خانوارها، دولت، بنگاه‌ها و قراردادهایی که بسیار سبک‌بندی شده‌اند به کار بسته می‌شوند تا مشکل بزرگتر توضیح و تشریحی را که پژوهشگر خانوار دولت بنگاه‌ها و بازارهای "واقعا موجود" در اقتصادهای در حال توسعه با آن روبرو است نادیده گیرد. این مسأله همزیستی همزمان انواع زیادی از نهادها، قراردادها و "فناوری‌ها" است که هر کدام از آنها در بین خود تفاوت‌های غیر مهمی دارند. این سلطه‌گری نظری همچنین نهادها را منزوی می‌کند و آنها را از زمینه‌های* توزیع مالکیت و قدرت دور می‌کند. قدرت لزوماً برای تسهیل در هزینه مبادله یا اطلاعات نیست. در بهترین شکل خود، قدرت "فرصت طلبی" یا "نفع شخصی هوشمندانه" را کاهش می‌دهد و عموماً اینطور مورد توجه قرار گرفته است که گویی بوسیله عوامل یا فاعلین*** و کارکنان مورد اعمال و انجام قرار می‌گیرد نه توسط مالکین یا روسا. گمان بر این است که رفتارهای معین و یا قراردادی بوسیله فاعلین انجام می‌پذیرد فاعلینی که پذیرفته‌اند اطلاعات شان ناقص است، و مرزها، صلاحیت‌ها، شناخت‌ها و ادراک آنها نسبت به عقلانیت شان محدود است. چنین راه حل‌هایی به عنوان راه حل‌های کارآمد، هزینه‌های معامله را کاهش می‌دهند، چون هدفشان به حداقل رساندن هزینه‌ها است. چنین استدلالی نه تنها توتولوژیک (دوری) است بلکه همچنین به خاطر پایداری نهادها و فناوری‌های ناکارآمد و هم برای نقش نهادها در حفاظت مردم در برابر اطلاعات فراوان، و نه در برابر کمیابی غیرمستند است.

در حقیقت، نمی‌توان کارائی نهادهای موجود را ارزیابی کرد، چون در حقیقت هیچ شق دیگری از نهادزدایی که بتوان آنها را با هم مقایسه کرد موجود نیست. نهادها نیز بطور ناکافی به عنوان قیودی بر رفتار بیشینه‌گرا مورد توجه هستند. نهادها واقعاً همانند جامعه عمل می‌کنند - فی الواقع جامعه بدون آنها قادر به ادامه حیات نیست و توانا کننده و تسهیل‌گرند. در حالیکه در عالم نظریه، عوامل راهبر تغییر نهادها برون‌زا هستند یا اینطور تصور می‌شود، این عوامل تغییر

* Microcosm

** Contexts

*** Agents



در قیمت ها، فناوری، جمعیت و یا "ترجیحات ذهنی" *، نهادها در عمل بطور مستمر در حال تغییرند. آنها در اثر کنش های فاعلین (با انگیزه های متفاوت)، از طریق پیامدهای استفاده مستمر و غیرقابل اجتناب انرژی و از ایجاد رقابت و زور و اجبار و دفاع از ثروت و مالکیت تطور می یابند. به علاوه، ماتریس نهادها که از طریق آن اقتصاد تنظیم و کنترل می شود خود را زنده و تکرار می کند و در طول زمان در تعامل با مولفه های همبسته آن زمان، فضا و جامعه متحول می شود. متأسفانه، تاریخ از این جهت برای نظریه دارای اهمیتی بنیادین است. اقتصاد جدید خانوار، اقتصاد نهادگرایی جدید و اقتصاد سیاسی جدید تمایل به این دارند تا از بازارها و تمام نهادهای غیر بازاری که آنها را لمس و با آنها در تماس هستند تاریخ زدایی کنند. اولاً، نقش سیاسی آنها تقلیل دادن سرمایه داری به بررسی فعل و انفعال های عرضه و تقاضا است و ثانیاً (تحت تاثیر برخی ویژگی ها و مشخصات خاص) تقلیل بازارها به قیمت و ثالثاً بومی و طبیعی کردن بازارها را دنبال می کند.

در جای دیگری استفاده از چارچوب های استخراج شده از نظریه سازمان صنعتی و نظریه های زنجیره ارزش را برای ارزیابی کارایی اقتصادی بازارها بررسی کرده ام. اگرچه این رویکردها به ساخت های دارایی، شرایط رقابتی، اطلاعات قیمت و عملکرد اهمیت می دهند اما اجازه ساخت یابی غیر اقتصادی بازارها را نمی دهند. روش های تاریخی و انتقادی برای فهم و تحلیل بازارها در اقتصادهای درحال توسعه این مساله را به رسمیت می شناسد که بازارها پدیده های سیاسی و اجتماعی اند. اما این روش ها از برخی جوانب کاملاً خرسند کننده نیز نیستند. ما در اینجا سه رویکرد را بررسی می کنیم: رویکرد جامعه شناسی اقتصادی، رویکرد سیاست بازارها و رویکرد ساخت های اجتماعی انباشت.

۲- جامعه شناسی اقتصادی

در قلب این رویکرد بینشی نهفته است که اقتصاد را جمع انگیزه های بیشینه ساز افراد نمی داند، بلکه پدیده ای می داند که ریشه های اجتماعی دارد. به نظر کارل پولانی **، یکی از طرفداران با نفوذ جامعه شناسی اقتصادی، سه اصل اقتصادی وجود دارد. این سه اصل عبارتند از: اصل متقابل (موقعی که قیمت محصول را رسم و سنت تعیین می کند)، توزیع مجدد (موقعی که قیمت محصول به صورت دستوری تعیین می شود) و اصل مبادله بازار (موقعی که قیمت محصول توسط عرضه و تقاضا تعیین می شود). اقتصادهای توسعه نیافته تحت ترکیبی از این سه اصل کار می کنند، به نحوی که مبادله اقتصادی را نمی توان خارج از روابط اجتماعی درک

* Subjective Preference

** Polanyi



کرد. برای مثال، اشتغال از طریق روابط خویشاوندی، مذهب و یا از طریق روابط جنسیتی تنظیم می‌شود. همان امر است که شرایط مشارکت - اندازه بنگاه، فعالیت، اعتبار و تقسیم وظایف و روابط کار را به مذاکره می‌گذارد. ویژگی و خصیصه اخلاقی کالاها ممکن است بر ساختار و عملکرد بازارها تأثیر گذارد؛ و شبکه ممکن است ابزار و وسیله‌ای باشد که از طریق آن شغل‌ها محفوظ و کالاها توزیع شوند. در بیشتر جوامع، و تا همین اواخر مبادله بازار امری دقیقاً حاشیه‌ای بود. مکان‌های مبادله - محل بازارها - ممکن است از فاصله‌ای درست و سالم اما به نحو اقتصادی غیر عقلانی از کناره یک شهر تکامل یابد شاغلین و فعالان در بازار ممکن است مهاجرت کنند یا بدنام شوند، و یا به منظور کاهش وظایف اجتماعی سنگینی که عموماً با ثروت عجین شده است خود را به نحو اجتماعی منزوی کنند. وقتی اقتصادها تکامل می‌یابند، ترتیبات اجتماعی نه فقط اقتدار مقرراتی و تنظیمی خود را به رویه‌های سیاسی و حقوقی واگذار می‌کند (رسم و سنت جای خود را به قرارداد می‌دهد) بلکه مبادله بازار نیز بر سایر اصول تنظیم مقررات و تنظیم اقتصادی عملی می‌شود. از نظر پولانی همین امر باعث می‌شود تا جامعه برای دنبال کردن منافع بازارهای خود تنظیم کننده تغییر کند. این جهت علی که اقتصاد معلول ترتیبات اجتماعی باشد، به اینکه اجتماع معلول ترتیبات بازار است تغییر یافته و معکوس می‌شود. پولانی این امر را درک کرده است که، در نهایت، استدلال وی تناقضی را ایجاد خواهد کرد. برای بازارها نه تنها اصول تخصیص استخراج شده از عرضه و تقاضا وجود دارند، بلکه همچنین خاصیت‌های انهدامی نیز دارد. بازارها نه فقط سایر اصول تخصیص اقتصادی را نابود می‌کنند بلکه همچنین به دست خود زندگی انسانی را به این دلیل که نمی‌توانند از آن محافظت کنند نابود می‌کنند.

همانطور که آمارتیا سن اخیراً به این مسأله اشاره کرده است، بازارها با هر توزیع مجدد درآمدی، منجمله توزیع مجددی که هیچ درآمدی را توزیع نکنند هم سازگار هستند. بازارها ذاتاً آنقدر انهدام کننده هستند که یک جامعه مبتنی بر روابط بازار، بطور کامل و خالص نمی‌تواند موجودیت یابد. جامعه و دولت در بازارها مداخله می‌کنند تا جامعه را در برابر همین ویژگی انهدامی محافظت کنند. از این رو در تمام بازارها تنش‌های سیاسی مستمری بین تنظیم مقررات کم یا زیاد و اجتماعی یا دولتی و بین تنظیم بازار و ضرورت‌های سیاسی و حفاظت اجتماعی از توزیع مجدد درآمد وجود دارد.

بنابر این تعجب برانگیز نیست که کارهای تجربی در اقتصاد بازارهای پیشرفته این مسأله را آشکار کرده باشد که مبادله بازار توسعه یافته‌تر کمتر به نحو اجتماعی ریشه گرفته است. جان دیویس در مطالعه خود در باره بازارها در بریتانیا این مسأله را کشف کرده است که حداقل ۸۰



شکل مبادله غیر بازاری وجود دارد - یعنی بازارهایی با آمیزه‌های مختلف شکل‌گیری قیمت که به خودی خود بطور تام و تمام مدیون تعامل عرضه و تقاضا نبوده‌اند. بطور مثال در بریتانیا برگزاری مناسبت‌های ویژه یا تغییر آهنگ ثبت شماره و سائل نقلیه و نه کاهش قیمتی، دلیل افزایش زیاد در تقاضا است. این افزایش در تقاضا انعکاس در نظام بالا رفتن قیمت ندارد. کار نیکلاس امرل درباره اطلاعات اجتماعی (سخن چینی و غیبت کردن) نشان داد که ۹۰ درصد تمام معاملات شرکت‌های بزرگ* جنبه شخصی پیدا کرده است. جوف هادسن** بر اهمیت اساسی نظام‌های پیچیده تولید عادی (یا meme) تأکید کرده‌اند. جنس، سن، و سابقه آموزشی، مذهب و طبقه اصلی، مذهب (اگر وجود داشته باشد) و مشارکت در انجمن‌های مدنی در شکل‌گیری ساختار تولید، تجارت و مصرف موثر است. رفتارهای عادت‌ی لزوماً هزینه‌ها را به حداقل نمی‌رسانند - حتی هزینه‌های معامله - اما این رفتارها تولید را ممکن می‌سازد. تمام اینها بر این مسأله صحنه می‌گذارد که اشکال قدرت که خاستگاه‌هایشان خارج از اقتصاد است تأثیرات بر عملکرد اقتصادی را تداوم می‌بخشد. به علاوه، سپهر خدمات عمومی و تولید، توزیع و مصرف کالاهای عمومی نه فقط تجلیل از یک دسته ارزش‌های متکثر محدود کننده بازار است بلکه همچنین بخشی از پوشش حفاظتی جامعه در برابر حوادث خلق شونده توسط بازار است.

یک چیز است که باعث قبول این ایده می‌شود که حتی بازارهای مدرن، برای کنترل گزند تعریف کردن این نهادهای اجتماعی و برای تلاش در جهت اندازه‌گیری تحلیل اجتماعی تاثیر آنها ریشه گرفته‌اند. اینکه قبول کنیم که همان نهادها بطور کامل به عنوان مثال‌های اصول متفاوت اقتصادی نظریه پردازی می‌شوند مسأله دیگری است. فعالیت اخلاقی اقتصادی را می‌توان بطور قائم بذات بر حسب هنجارهای عمل متقابل، خیرخواهانه بیان قواعد اجتماعی در باره قرار گرفتن جلوس ترتیبات فضائی، تسهیم کار و دسترسی تعاونی تشریح کرد. چنین فعالیتی همچنین برای تشریح فرمالیستی بر حسب منافع شخصی بلند مدت، حداقل کردن ریسک فردی و بیمه، یا راه حل‌هایی به مشکلات فقدان اعتماد باز است. برای جامعه‌شناس اقتصادی بطور قائم بذات اقتصاد بوسیله عوامل غیر اقتصادی قالب‌ریزی می‌شود، در حالیکه برای فرمالیست‌ها یا شکل‌گرایان (برای آنکه جامعه‌شناسی اقتصادی تحت تاثیر اقتصاد نهادگرای جدید است) - بوسیله توزیع اطلاعات، عدم قطعیت و کمیابی عوامل نسبی شکل می‌گیرد. مشترکات هر دوی این رویکردها مربوط است به اتکایشان به هنجارها هنجارهای جا گرفته اجتماعی*** از یک سو و هنجارهای منافع شخصی فردی از سوی دیگر.

* Corporate Companies

** Geoff Hodgson

*** Social Embeddedness

۳ - سیاست بازارها

بازارها فقط پدیده‌ای نیستند که به نحو اجتماعی جا سازی و ریشه گرفته باشد، بلکه آنها مکان تمرین قدرت به شیوه‌هایی است که قابل تقلیل به ابزارهای اقتصاد نهادگرای جدید یا هنجارهای جاسازی شده اجتماعی نیست. با تبعیت از ماکس وبر باید گفت، مبادله بازار "همیشه نتیجه تضاد منافع" است. و این پیگیری منافع است که ما آن را سیاست تعریف می‌کنیم نه اینکه آن را به عنوان درک ناقص و اندک از حزب یا قدرت انتخابی بدانیم. این امر نه فقط تنوعی از بازارهای جهان واقعی است که نیاز به توسعه چارچوبی برای تحلیل سیاسی بازارها دارد بلکه همچنین تجربه مکرر ناسازگاری است و آشکارا پیامدهای ناخواسته نوعی سیاست توسعه ای است که از درک نهادزدایی شدن بازارهایی استفاده می‌کند که چنین چارچوبی را تقاضا می‌کنند. بازارهای اساسی در کشورهای در حال توسعه نه کارکرد خوبی دارند و نه همچنین وضع را طوری تغییر می‌دهند که بر طبق فصول و نیز شرایط خاص کارکرد داشته باشند. کوشش در جهت تنظیم آنها - از طریق وفاق، یا از طریق حکمرانی دموکراتیک، یا از طریق تجویز قرار دادهای حقوقی مناسب - اغلب به دلیل منافع در جریان در بازارها که به شدت نابرابرند فرومی‌ریزد.

قدرت بازار، یعنی ظرفیت یک فاعلیت برای جهت دادن به کنش دیگری - ظرفیتی که در ذات معاملات است - در ساختار قدرتی که قرار دارد که انتخاب‌های موجود برای شرکت‌کنندگان را تعیین می‌کند: یعنی انتخاب بین تاکتیک‌ها و بین اهداف. این ساختارهای قدرت چه هستند؟ به نظر می‌رسد چهار نوع ساختار قدرت وجود دارد. اینک به بررسی آنها می‌پردازیم.

نخستین ساختار، قدرت دولت است. دولت و بازار جدای از یکدیگرند اما در عمل به طور متراکم بهم وابسته‌اند. در مقابل، مداخله دولت در بازارها به دو شکل رخ می‌دهد: یکی به شکل مشارکت مستقیم - شکلی از سیاست شناخته شده‌ای مانند در هم ریختن شدید آژانس‌های مالی برتون وودز و یا بنیادگرایان بازار. چون دولت به عنوان یک بازیگر فعال در هر بازاری که نیازمند خلق و حفاظت تحت شرایطی که سرمایه خصوصی را تعیین می‌کند (بطور مثال در مناطق دور دست، یا جایی که مازاد قابل مبادله کم است و پراکنده، یا جایی که فروشندگان توانایی استقراض مالی را در برابر تولیدکنندگان ندارند)؛ یا وقتی که ترکیبی از نقش‌ها مورد نیاز است که بخش خصوصی نمی‌تواند آن را بازی کند (بطور مثال حداکثر کردن منافع کوتاه مدت تجاری به علاوه امنیت بلند مدت و توزیع مجدد مواد غذایی و کالاهای اساسی) حضور می‌یابد. دومین نوع مداخله دولت مربوط به مقررات سیاسی بازارها است. از این رو چندین لایه یا نوع مقررات و تنظیم سیاسی وجود دارد. یکی از آنها موقعی است که دولت قدرت عاملی را در بازارها به منظور



تصحیح انحرافات یا بدست آوردن اهداف توسعه ای اعمال می‌کند. اغلب این نوع سیاست در مورد پروژه‌های توسعه‌ای* محقق می‌شود یعنی تقویت تولیدکنندگان یا تجار، عملیات زیربنایی هدف‌گیری تعمدی تولیدات معین اجتماعی (بویژه غلات)، تقویت شرایط تولید (آبیاری احیای اراضی، اصلاحات ارضی و غیره). دیگری جایی است که قدرت دولت از طریق سیاست‌هایی بر بازار نفوذ می‌کند تا بازارها را به کار اندازد (تعریف حقوقی مالکیت، مکان‌های تجاری، قوانین امتیازدهی و گواهینامه، تعیین میزان و مقادیر، تنظیم پول و قرارداد، ایجاد نهادهای داوری و ضمانت اجرای این قوانین فراگیر). سوم، دولت‌ها براساس اندیشه فوکو درباره ماهیت ظریف قدرت، ممکن است بازارها را اشباع کنند، یعنی "حتی" تعیین ساعات فروش توصیف محتوی کالا، نزدیکی و مجاورت کالاها به یکدیگر، کیفیت محیط زیستی و پیرامونی کالا، نمایش مارک‌ها و قیمت‌های کالا و غیره. این مثال‌ها محدود به حوزه فروش است. برچسب گذاشتن بر بطری نوشابه‌ها یکی از این اهداف است، اما سیاست بوروکراتیک اشباع‌سازی دولت که پشت این برچسب گذاری است خیلی روشن نیست.

اگر نقش‌های پیچیده بازارها درک شوند، اگر موثر بودن بازارها مورد تایید واقع شوند، آنگاه ما باید این الگوبندی کردن نهادی را درک کنیم، چون همانطور که بازارها توسعه می‌یابند، بطور کامل انواعی از تنظیمات و مقررات نیز توسعه می‌یابند یعنی از سنت و رسم به قرارداد، و از نهادهای اجتماعی به نهادهای حقوقی تغییر ایجاد می‌شود. در این فرایند، قانون منبع سیاسی می‌شود - یعنی اینکه هدف کوشش‌های مشخص، کوشش‌ها به قصد فرار، یا به قصد دستکاری در کنار هنجارهای سنتی یا نظام‌های حقوقی کثرت گرایانه ای تنظیم می‌شوند که خود یک منبع سیاسی می‌شوند.

در عین حال تنظیم‌کنندگان مقررات نباید گمان کنند که تنها مسأله، تنظیم کردن مقررات است. آنها همچنین منافع خود را حفاظت می‌کنند و ممکن است خودشان دارای برخی تضادها در منافع باشند (یک مثال عام موقعی است که تنظیم‌کنندگان مقررات، را تنظیم و تادیب و بازنمایی و ارتقا می‌دهند). نتیجه این است که بازارهایی که به این نحو ساخت گرفته‌اند نمی‌توانند به نحو اجتماعی خنثی باشند. تحلیل‌گر باید همچنین از تفاوت‌های بین رویه و عمل از قوانین موجود ناقص، نامتناس و یا قوانینی که بطور نامتناس اصلاح شده‌اند، و از چشم‌اندازهای مختلف برای بهبود یافتن اجرای مقررات آگاه باشد. این گونه تنظیم مقررات دارای ویژگی خاصی است که شکل منافع نخبگان اجتماعی و سیاسی را بخود می‌گیرد.

درعصر جاری، فقدان بیطرفی اجتماعی بطور آشکاری به دلیل نفوذ سرمایه شرکت‌های

* Development Projects



بزرگ نه تنها بر ظرفیت نظم بخشی* دولت بلکه همچنین به خاطر نفوذ در سیاست دموکراتیک در تمام سطوح است. وقتی که یک بازار جدید هدایت‌گر، سیاست سرمایه شرکت بزرگ را توانا سازد تا در بخش عمومی (برای مثال در امنیت و تامین مواد غذایی حفاظت فیزیکی، بیمه، بهداشت و آموزش) و سایر حوزه‌های زندگی (مانند ارتباطات جمعی و سخن پراکنی) که قبلاً در برابر بازارها مورد حفاظت قرار می‌گرفتند نفوذ کند تعداد بازارها زیاد خواهد شد. در این فرایند سیاسی تنظیم و مقرارت‌گذاری مجدد، کالای عمومی و خدمات به کالا تبدیل می‌شود، نیاز و ارزش‌های اجتماعی باید به تقاضای مؤثر تبدیل شوند، شرایط و مراحل کار نیروی کار و کارکنان بخش عمومی چنان تغییر می‌کند که سود را از اشتغال شان استخراج می‌کند. نهایتاً، دولت از طریق معافیت‌های مالیاتی تغییر در ساختار یارانه‌ها و تامین اجتماعی، ریسک سرمایه این بازارهای در حال تکثیر را برعهده می‌گیرد. تأثیر بازار هدایت‌گر در گونه‌های تنظیم سیاست دموکراتیک، باید با از کار انداختن نفوذ سیاسی از طریق اهرم‌های فردی و جمعی شرکت‌های بزرگ بر دولت‌های انتخابی، از طریق انتخاب تجاری و اقتصادی در مذاکرات و توصیه‌های سیاستی، از طریق قرار گرفتن افراد در موقعیت‌های کلیدی بوروکراسی دولتی، از طریق تصرف بدنه قانون‌گذاری و مقررات‌گذاری یا ترغیب دولت به واگذاری خود تنظیمی بازار با سیاست حزبی جایگزین شود. فساد تنها یک مولفه ذخیره مهمات در تیک‌های سیاسی است. سمیرامین** این مسأله را "دموکراسی کم‌شدت"*** نام داده است.

از این رو، دومین بعد سیاست بازار هدایت آن توسط انجمن‌هاست****. به این معنی که (برخی) شرکت‌کنندگان در بازار بطور جمعی در راستای منافعشان عمل می‌کنند. این نوع عمل ممکن است به شکل‌های خصمانه با دیگران باشد. نتیجه تضادهای منافع جمعی اغلب منجر به تعدیلی درونی می‌گردد. تضاد منافع جمعی به چندین شکل عام و قابل مشاهده رخ می‌دهد که به عنوان انجمن، شبکه و سلسله مراتب شناخته و نظریه پردازی می‌شود. انجمن به عنوان سازمان‌های رسمی (اتحادیه‌های صنفی، انجمن‌های تجاری و گروه‌های مصرفی) تعریف می‌شوند. برخی اوقات وقتی این انجمن‌ها را روی هم در نظر بگیرید همان جامعه مدنی هستند. این گروه‌ها برای ایجاد و حمایت از رانت‌ها شکل می‌گیرند. لذا از این رو از رقابت فرار می‌کنند. اما آنها برای تضمین پیش شرط‌های جمعی برای رقابت بازار نیز شکل می‌گیرند و یا برخی اوقات بطور پدرسالارانه‌ای نیروی کار را نمایندگی یا کنترل می‌کنند. عواقب توسعه‌ای سیاست انجمن‌ها به نوع رانتی که ایجاد شده نیز بستگی دارد. شبکه‌ها***** نمادهایی***** برای تعاملات تکرار شونده‌ای هستند که بر علیه کار بازارهای رقابتی عمل می‌کنند و اغلب بطور نظری به مثابه

* Regulative ** Samir Amin *** Low intensity democracy **** Association ***** Networks

***** Symbols



مانیفست روابط اعتماد به تصویر کشیده می‌شوند. شبکه‌ها که به مثابه توسعه مثبت مورد توجه هستند نیز می‌توانند بطور انحصاری به مثابه "توطئه‌هایی بر علیه عموم" عمل کنند. برد وسیعی از روابط اقتصادی - اجتماعی بوسیله نظریه شبکه* به (لایه‌های) علقه و جریان‌ها تقلیل یافته‌اند. این مسأله مانند فرد گرایی اقتصاد نئوکلاسیک یک تقلیل گرایی خام است. سلسله مراتب** در بنگاه آشکار می‌شود، یک "جزیره هماهنگی در دریای روابط بازار". بنگاه یک ساختار حکمرانی است که آماده مقابله با سیاست خرد*** است، یک واحد مقابله و برخورد نیز برای انجام این جنگ در بازار طراحی شده است که با کنترل سلسله مراتبی برای حفظ انضباط داخلی کار می‌کند به نحوی که به نفع مالکان و دارندگان باشد. اما اینک روشن شده است که روابط متقابل نیروزا و پویا درون و بین بخش‌های بنگاه‌های بازارهای جهان سوم وجود داشته است.

سومین بعد بازارها به مثابه نهادهای سیاسی، به سیاست‌های ساخت اقتصادی**** مربوط است. در اینجا، توزیع انباشت‌ها، مبادله بین عناصر فردی را شکل می‌دهد و بر بازده‌های نسبی درگیری در بازار***** تأثیر می‌گذارد. در هر دو نوع اقتصاد توسعه یافته و توسعه نیافته تحلیل سازمان صنعتی این مسأله را آشکار کرده است که تأثیر بر عملکرد شرایط پیچیده رقابتی (شرایطی که انحصار و رقابت در حد اعلی است) بی پایان است. در کشورهای در حال توسعه، تحت شرایط غیر داوطلبانه و ارادی کالایی شدن***** (که تحت تأثیر نیاز به باز پرداخت بدهی یا پرداخت مالیات است)، مبادله بازار بر حسب مکانیسم استخراج***** مازاد توسط یک طبقه از طبقه دیگر بهتر فهم می‌شود تا بر حسب کارایی تخصصی. کارکرد مبادله برای موازنه بر قرار کردن در بازار نیست بلکه برای بدست آوردن امتیاز تولید است. این همان ویژگی بازارهاست که بهادری***** به آن "کارایی طبقه"***** می‌گوید. از این رو مبادلات بازار بیان قدرت نسبی طبقات فرودست و فرادست است. برای مثال، در کشاورزی، قراردادهای (سه طرفه) بهم پیوسته و پیچیده برای نیروی کار اعتبار مواد خام، محصول، آب و حمل و نقل را می‌توان به نحوی دستکاری کرد که مالکین ظرفیت نفع بری از سلسله انتخاب‌های نابرابر را داشته باشند. این قراردادهای بهم پیوسته مورد استفاده واقع می‌شوند تا عناصر الزام آور غیر قراردادی را در قراردادها تحت شرایطی که مورد چالش قرار گرفته‌اند بگنجانند.

چهارمین بعد سیاست بازارها، عرصه‌هایی***** است که در آن بازارها برای بیان اشکال اقتدار اجتماعی و موقعیت‌هایی وجود دارند که از خارج از اقتصاد هدایت می‌شوند. تمایز بین این بعد آنطور که در اینجا فهم شده است و بعدی که در جامعه‌شناسی اقتصادی درک شده است، بر حول "سیاست بازارها" چرخ می‌زند که صرفاً بر تحلیل ریشه‌های اجتماعی اصرار نمی‌کند بلکه بر

* Network Theory ** Hierarchy *** Micro-Politics **** Economic Structure ***** Market Engagement
***** Commercialization ***** Extraction ***** Bhaduri ***** Class Efficiency ***** Arenas



تجربه قدرت اجتماعی نیز پای می فشارد. اقتدار پدرسالارانه یک شکل روشن آن است. روابط جنسیتی مبادله بازار نیز از طریق محدودیت‌ها بر وظایف و کار، با تجربه دسترسی به بازارهای کار ایدئولوژی‌های فرودست و قواعد متعصبانه مشارکت زنان در بازار تنظیم می‌شود. در نتیجه در شیوه‌ای که بازارها بر اساس آن جنسیتی می‌شوند، رشد اقتصادی می‌تواند محدود شود رقابت سرکوب شود و پرهیزکاری و تقوای اجتماعی زنان در اقتصاد خانواده نیز ممکن است اعتبار و ارزش اقتصاد خانواده را تحت تاثیر قرار دهد. اقتدار شرع و مذهب نیز مسأله دیگر است. اقتدار مذهبی که در اقتصاد بیان شده است می‌تواند اساس شکل‌گیری گروه‌های اجتماعی برحسب تخصص شغلی باشد. چنین گروه‌هایی ممکن است پیش شرط‌هایی را برای رقابت (اطلاعات مهارت، قرارداد، دسترسی به مالیه، همچنین بیمه جمعی و حتی تضمین معاش) ارائه کند. آنها همچنین ممکن است اساس روشن نهادهای تنظیمی کورپوراتیستی باشند. وجود چنین گروه‌هایی را می‌توان بر حسب حداقل سازی هزینه اطلاعات و مبادله توضیح داد، اما نکته در این است که هرگز چنین گروه‌هایی صرفاً گروه نیستند و اهدافشان هرگز صرفاً محدود به اقتصاد نیست. مذهب (یا فرقه) می‌تواند ترتیبات فضایی محل اقامت و محل بازار را تعیین کند. در اقتصادهای در حال توسعه، قوانینی که "عادی و مرسوم" و "شخصی" پنداشته می‌شود شیوه‌های هستند که اقتدار الهی مالکیت را، حقوق فردی به مالکیت و توزیع مالکیت را بر ارث، ازدواج یا بخشی از اقتصاد تنظیم می‌کند. مذهب همچنین توانایی تعریف کردن قواعد مبادله را با مذاهب دیگر و با تمایزگذاری آنها از قواعد معامله با "دیگران" دارد. قرائن نشان می‌دهد که بازارها غیر از ابزارهای کاملاً اقتصادی و اشکال سیاستی که محدود به احزاب و دولت‌ها نیست نظم می‌یابند. گمان بر این است که این عرصه‌های قدرت برای توسعه مفید نیستند و می‌توانند اساسی برای طرد از بازار* باشند. در حالیکه اینک باید روشن شده باشد که بازارها نهادهای سیاسی هستند و اینکه سیاست آنها می‌تواند به حد اعلی پیچیده و نیز چند لایه باشد، اما رهیافتی که در اینجا مورد بحث است تنها یک چارچوب است نه یک نظریه. بهر حال شواهد اثبات کننده به شدت با کمبود روبروست، به ویژه در آمارهای رسمی در مورد بازارهایی که اهداف محدودی دارند (بطور مثال تعریف مشمولین مالیات، دنبال کردن نوسانات قیمت و استاندارد زندگی). آمارها و نشانه‌های رسمی ثبت شده ذره‌ای تعلق خاطری به پیامدهای بازارهای مبتنی بر اقتدار مذهبی نشان نمی‌دهد. "توصیف غنی" از استفاده چنین چارچوبی به زمان و مکان مختص خواهد شد. بنابراین، ما باید انتظار داشته باشیم تعمیم‌گرایی ابطال شود.

* Market Exclusion



۴ - ساخت‌های اجتماعی انباشت

ساخت‌های اجتماعی انباشت به رهیافتی اشاره می‌کند که برای تحلیل و نظریه‌سازی بازار به کار می‌رود. این رهیافت از یک سلسله ژرف اندیشی‌های بدست آمده از تاریخ اقتصادی بیرون آمده است که شامل شواهدی درباره فقدان تعادل* در هر کجای این جهان، موج‌های طولانی و بلند سیکل‌های تجاری و مناقشات پیرامون علل آنهاست (آیا آنها به دلیل سیکل‌های خوشه شده نوآوری، یا به دلیل سیکل‌های زندگی کالاها^ی سرمایه‌ای و زیربنایی، یا عوامل تصادفی* مانند جنگ‌ها و فناوری‌های جدید هستند؟). مکتب ساخت‌های اجتماعی انباشت، این نظریه را پرورانده است که سیکل‌های تجاری نتیجه ماهیت ساختاری چارچوب نهادهای اجتماعی است که انباشت (یا خلق ثروت تولیدی و مولد) را حمایت می‌کند. روابط بین عناصر ماتریس نهادها ثابت نمی‌شود اما فرض بر این است که مراحل قابل پیش بینی و منظمی را دنبال می‌کند. از هم باز کردن یا حل کردن آنها منادی پایان دوره ثبات یک سیکل تجاری است و هیبت و ریخت و قواره آنها دیگری را محکم می‌کند. از این رو ساخت‌های اجتماعی انباشت عناصری اجتماعی سیاسی و حتی ایدئولوژیک دارد که سرمایه‌گذاری را تقویت و توانا می‌کند. اما ساخت‌های اجتماعی انباشت به سادگی به کمینه شدن ریسک سرمایه‌گذاری کمک نمی‌کنند و همچنین تناقضات و تضادها را تنظیم می‌کنند، و بی‌ثباتی را برای مدت زمان درازی چنان کاهش می‌دهند که سطوح سود می‌تواند محفوظ و پایدار بماند.

اگر ما بخواهیم بازارها را بفهمیم باید ساخت‌های اجتماعی انباشت آنها را بفهمیم. ساخت‌های اجتماعی کلیدی کدامند؟ بر طبق نظر کوتز** این ساخت‌ها هستند که برکنترل مواد خام، فرایند کار، مصرف، تقاضا، پول و اعتبار حاکم و مسلط هستند. ساخت‌ها توجه ما را از سیاست به خودی خود منحرف کرده و به طرف نهادهای رسمی معینی که تاکنون در کندو کاو بازارها زیاد مورد بحث قرار نگرفته‌اند متوجه می‌کند: یعنی پایه‌های حقوقی بنگاه‌ها، قوانین کار، اندیشه‌ها و نظام بانکداری (بویژه اندیشه‌هایی که تضاد را تضعیف کرده و "گرایشات سرکشانه و طغیانگر" نیروی کار را کنترل می‌کند).

این فهرست به این اعتبار که خودسرانه و بی‌قاعده است مورد انتقاد قرار گرفته است. در حقیقت، این مسأله از این اندیشه پیروی می‌کند که توسعه سرمایه‌داری در زمینه‌ای از تضاد رخ داده است: یعنی تضاد بین سرمایه تجاری، صنعتی و مالی، و تضاد بین بنگاه‌ها در بازارهای خاص. هر دوی این تضادها بر سر توزیع ارزش است. تضادها همچنین بین سرمایه بطور کل و نیروی کار، و بین سرمایه و دهقانان فوران می‌کند. چنین تضادی به مقوله "تناقض" تعلق دارد که

* Equilibria

** Contingent

*** Kotz



به نهادهایی با منافع مخالف که به هر ترتیب نمی‌توانند بدون یکدیگر کارکرد داشته باشند بر می‌گردد. ساخت‌های اجتماعی انباشت نهادهایی هستند که تنظیم چنین تضادها و تناقضاتی را ممکن و محقق می‌سازد. سایر جنبه‌های نظریه ساخت‌های اجتماعی انباشت مورد مناقشه‌اند. قواعد حاکم برای شروع، شکست و فروپاشی یا جان‌نشینی ساخت‌های اجتماعی انباشت تأسیس نشده‌اند، و مناقشه بر سر علت بحران‌های سرمایه‌داری (اینکه آیا این بحران‌ها به علت پویایی سرمایه به تنهایی است، یا به علت پویایی ساخت‌های اجتماعی انباشت است یا به دلیل روابط بین سرمایه و ساخت‌های اجتماعی انباشت آنهاست یا نه) بدون حل مانده‌اند. تنظیم سرعت توسعه ساخت‌های اجتماعی انباشت، کلیدی موافق تاب و نوسان بلند اقتصاد کلان نشان نداده است. برخی مؤلفه‌ها، بویژه بازارهای مالی ذاتاً بی‌ثباتند. اندیشه و فکر ساخت به عنوان چیزی مکانیکی و ذات‌گرا مورد انتقاد قرار گرفته است. در حالیکه برخی (وجوه) ذات‌گرایی غیر قابل اجتناب هستند، اما بطور تحلیلی مفید خواهد بود که عنصری از یک ساخت اجتماعی انباشت را در بطور تکی و منفرد قبل از اینکه روابطش را بررسی کنیم مورد توجه و بررسی قرار دهیم. لازم است ساخت‌های اجتماعی انباشت نه فقط بطور تاریخی در رابطه با اقتصاد کلان مورد اکتشاف و بررسی قرار گیرند، بلکه همچنین با توجه به اقتصاد خرد معاصر مورد کاوش قرار گیرند.

۵- نتیجه

هریک از رهیافت‌هایی که مورد کند و کاو قرار گرفت تا فهم ما را از بازارها نظام‌مند کند به نحوی تطور یافته‌اند که نهادهای معینی را به هزینه دیگر نهادها رجحان می‌دهد. اقتصاد نهادگرایی جدید بر قراردادهای، بنگاه‌ها، مزارع و خانوار متمرکز است. جامعه‌شناسی اقتصادی بر شبکه‌ها بازارهای کار، شرکت‌های بزرگ و دولت متمرکز است. سیاست بازارها به تحلیل دولت به عنوان شرکت‌کننده و تنظیم‌کننده، و به تحلیل نهادهای جمعی، تحلیل داری‌ها و روابط آنها با تاکتیک رقابت و تباری تحلیل قدرت اجتماعی‌ای که بازارها در آن جا یافته‌اند - و هرکدام هم در رابطه با دیگری است - نیاز دارند. مکتب "ساخت اجتماعی انباشت" اهمیت تنظیم و مقرارت حقوقی هر مرحله از انتقال حقوق مالکیت را در فرایند تولید، توزیع و مصرف آشکار می‌کند. در اقتصادهای در حال توسعه این رهیافت آخر به بسط و گسترشی نیاز دارد تا نقش‌های غیر دولتی، ساخت‌های اجتماعی را که اقتصاد را تنظیم می‌کند و انباشت را ثبات می‌بخشد ایجاد کند. این امر شامل جنسیت، مذهب منطقه، سن یا موقعیت دوره زندگی و حتی زبان است اگرچه زبان هرگز تا به حال به عنوان یک ساخت اجتماعی انباشت مورد بررسی قرار نگرفته است.



هر رهیافت بر شیوه‌های تشریح و توصیف معینی که به هزینه سایر شیوه‌هاست رجحان دارد: یعنی اطلاعات و هزینه مبادله در مورد اقتصاد نهادگرایی جدید، هنجارهای اجتماعی، انواع مبادله و شبکه در جامعه شناسی اقتصادی، سیاست منتج شده از بازار در این رهیافتی که بازارها را به مثابه پدیده سیاسی مورد بررسی قرار می‌دهد، و ارتباطات متقابل ساختارهای تنظیم کننده دولتی (و غیر دولتی) در ساخت اجتماعی انباشت. در حالیکه اقتصاد نهادگرایی جدید به منظور توسعه نظریه نیاز به ارجاع به زمان یا فضا ندارد در سه رهیافت دیگر وجود بینش و درون بینی تاریخی و جغرافیایی برای هر تلاشی در جهت توصیف و تشریح ضرورت دارد.

برای اقتصاددان سخت است که از این فرضیه که بازارها ساخت‌های اجتماعی و سیاسی هستند که عملکردشان تحت تأثیر روابط اقتدار است و مستمرا نیز این عملکرد تغییر می‌کند حذر کند. این‌ها خارج از اقتصاد تأسیس می‌شوند و هم درون و هم بیرون از آن عمل می‌کند. تنوع و گوناگونی نظریه سطح خرد* به درستی بوسیله مشاهده بازارهای موجود واقعی که بر پیچیدگی بازارها شهادت می‌دهند، تولید می‌شود. کار بین رشته‌ای برای فهم آنها لازم است. چنین کاری باید با توجه به تأثیر به کارهای خاص کوچک بر ساخت بازارها، تنظیم مقررات و رفتاری را که توسط ایدئولوژی‌های اجتماعی و سیاسی و نیز شرایط مادی آن مبادله ایجاد می‌شود کاوش نماید.

* فهرست مآخذ این مقاله در دفتر فصلنامه موجود است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

* Meso-Level Theory