

aldedes mistet sin selvstændighed: totaliteten betyder alt, momenterne intet.

Ingen skomager har indflydelse på skoens markedspris. Denne er derfor en social objektivitet, en umenneskelig lovmæssighed, som privatarbejderne er underkastet; alle skomagere er tvunget til at rette sig efter markedsprisen, thi hvis de fastsætter en højere pris (hvilket de jo formelt er frie til at gøre) får de ikke solgt deres varer, og sælger de under: markedsprisen bliver de snydt.

6.2.3. Efterspørgslen

Hidtil har vi udeholdende betragtet situationen ud fra produktionens synsvinkel; vi må nu inddrage behovene.

I sig selv er behovene forskelligartede, fordi de udspringer af forskellige fysiologiske funktioner: sult, tørst, osv.; hvortil kommer de marginale behov - eller snarere præferencer - der er individuelt bestemt.

Disse forskelligartede behov fremtræder imidlertid nu i samme form, nemlig som *penge*; som sådan er behovene kvalitativt ens, sælges at de kun adskiller sig kvantitativt. Pengene ensretter og samler behovene på samme måde som prisen ensretter produkterne. Det indebærer at problemet med at gensidige behov skal mødes er overvundet, thi behovet for vor skomagers sko er nu ikke længere privat og derfor tilfældigt, men socialt; skomageren risikerer ikke at de, der har behov for hans sko, tilbyder ham varer, som han ikke har behov for: de tilbyder ham penge, og dem har han altid brug for.

Pengene forvandler de forskelligartede behov til en social totalitet, der er abstrakt fordi den er blotet for individualitet (atter ganske parallelt med udbudet). Denne totalitet er *efterspørgslen*. Efterspørgslen er de socialt gyldige behov, dvs. de behov der bakes op af penge, af købekraft; har man penge så kan man få, har man ingen så kan man gå.

Hvis markedsprisen er 50 kr. for et par sko, må *alle* forbrugere betale dette beløb; derfor fremtræder deres behov som aldeles identiske, både kvalitativt (penge) og kvantitativt (50 kr.), - thi der er ingen forskel på 2 50-kr.-sedler. Forbrugernes behov for sko kan variere, men i deres sociale fremtrædelsesform - som penge - er al individualitet bortabstraheret; forbrugerne bestemmer selv om de vil købe eller ej, men herudover har de ingen indflydelse, thi markedsprisen er lige så upåvirket af den enkelte forbruger som af den enkelte producent. Markedsprisen er upersonlig social magt.

6.2.4. Fuldkommen konkurrence

De grundlæggende træk i konkurrencen, som vi bestemte i kapitlet om varen, genfinder vi nu ved markedsprisen i forholdet mellem de to totaliteter, udbud og efterspørgsel. Producenter og forbrugere har modsatte interesser, eftersom de hhv. ønsker en høj og lav pris, men samtidig har de en fællesinteresse i at varerne udveksles. Og det er denne fællesinteresse, der sætter sig igennem, hvilket sker i kraft af den interne konkurrence blandt hhv. producenter og forbrugere:

Producenterne er alle interesseret i *maximal indtjening*, dvs. de ønsker at sælge *alle* deres varer til *maximal* pris. Men deres interesser udelukker hinanden, thi de varer den ene sælger er de varer den anden ikke sælger. Våbnet i kampen om markedet er prissænkning, således at privatarbejderne varetager interessen i at afsætte varerne ved at ofre interessen i en høj pris; modsætningsforholdet mellem producenterne giver sig udslag i, at den enkelte producents interesse i maximal indtjening kommer i splid med sig selv, thi jo højere prisen er desto mindre mængde kan afsættes.

Forbrugerne er omvendt interesseret i at få den givne varemængde til lavest mulige pris, dvs. de er interesseret i *minimal udgift*. Men eftersom deres interesser udelukker hinanden - hvad den ene køber tages ud af munden på den anden - må de konkurrere om varerne, hvilket sker ved at de overbyder hinanden.

Enhver producent er forrædder mod producenternes fællesinteresse i høj pris og dermed agent for forbrugernes fællesinteresse i lav pris; den indbyrdes interessemodsatning blandt producenterne ophæver deres fællesinteresse (høj pris) og skaffer dermed den lavere pris, der muliggør at fællesinteressen *mellem* producenter og forbrugere, i at alle produkter udveksles, kan virkeliggøres. Tilsvarende er enhver forbruger forrædder mod forbrugerinteresserne (lav pris), agent for producentinteresserne (høj pris) og dermed - i sidste instans - agent for den almene interesse (i at alle produkter udveksles). Denne almene eller *social* interesse virkeliggøres altså ved, at privatinteresserne gensidigt ophæver eller negerer hinanden.

- Marxismen indeholder to centrale teser:

1) at menneskene skaber deres egen historie, deres eget samfund; historien er ikke et mystisk selvstændigt væsen, der i stil med Hegels Verdensånd forløber efter sine egne lovmæssigheder.

2) at historien er et selvstændigt 'væsen' med sine egne objektive - dvs. menneskeuafhængige - lovmæssigheder; det er ikke menneskene der former kapitalen, men kapitalen der former menneskene.

De to teser er altså ikke knyttet sammen i en vag vekselvirkningsmodel, hvor mennesket skaber samfundet og samfundet skaber mennesket: de udelukker hinanden, thi 1) sige explicit at 2) er forkert og vice versa. Men begge udsagn er rigtige, dvs. der er tale om en *virkelig modsigelse*.

Konkurrencen er denne modsigelse: dens input er de frie og bevidste subjekter, men dens output er bevidstløst og uvilligt, thi ingen har intenderet markedsprisen; denne er en social objektivitet, der reducerer subjekterne til passive objekter for de sociale lovmeæssigheder. Kun privatarbejderne kan skabe den sociale sammenhæng; men da de abstraherer fra denne, kan de kun gøre det ved gensidigt at ophæve hinanden som privatarbejdere, ved gensidigt at negere hinandens privatinteresser; skomager A's privatinteresser negerer den almene interesse, men skomager B negerer skomager A's privatinteresse og virkeliggør dermed - som negationen af negationen - den almene interesse.

Under den private produktionsmåde kan den sociale sammenhæng kun være der i samme udtrækning som subjekterne, privatarbejdere, *ikke* er der, dvs. den kan kun være der som objektiv, umenneskelig; hvor privatarbejderen er er samfundet ikke, og hvor samfundet er er privatarbejderen ikke. Disse bestemmelser udspringer allerede af det abstrakte privatarbejde (af produktionen), men først i konkurrencen - altså i udvekslingen - virkeliggøres den sociale objektivitet i skikkelse af markedsprisen. Deraf konkurrencens centrale politikonomske betydning.

Privatarbejderens fuldkomne udelukkelse af sig selv fra indflydelse på de sociale sammenhænge, subjektets fuldkomne underkastelse under den sociale objektivitet, - er den *fuldkomne konkurrence*; denne er defineret som den situation, hvor den enkelte producent og den enkelte forbruger er ude af stand til at påvirke markedsprisen.¹⁵ Overfor diverse monopolistiske forvridninger er der selvfølgelig *det* demokratiske i den fuldkomne konkurrence, at alle har lige ringe - nemlig nul - indflydelse. Betydningfuldt nok fejres dette som et ideal af den selv samme borgerlige tanke, som kritiserer socialismen for at ville demokratisere ved at skære alle ned til mindste fællesnævner.

15. »Fuldkommen konkurrence defineres af økonomien som en teknisk term, der angiver det tilfælde, hvor ingen landmand, forretningsmand eller arbejder har nogen personlig indflydelse på markedsprisen.« (Samuelson, p.38).

6.2.5. Fremskridt og mangler ved markedsprisen

Pengene sikrer den nødvendige sammenhæng i udvekslingen i kraft af abstraktionen fra produktionens og behovenes private karakter.

Alle privatarbejdets problemer synes nu løst; udvekslingens funktion var at socialisere arbejdet ved at socialisere arbejdsprodukterne, og det er nu sket. Alt ændrer harmoni. Produktion og behov fremtræder som hhv. udbud og efterspørgsel, og som sådan er de ikke blot sammenhængende, men *identiske*: De socialt gyldige behov er behov, der er bakket op af penge, og sådanne behov køber hvad der er produceret; hvis der er produceret 5 mill. par sko, bruges der penge til køb af 5 mill. par, hvorfor det sociale behov for sko åbenbart er på 5 mill. par.

Denne harmoni er næsten for god til at være sand, og derfor er den da også overvejende løgn. Identiteten af udbud og efterspørgsel er re- el nok, men den er samtidig ren overflade; den er 'realer Schein', som det hedder på tysk.

Det beror på flg.: Efterspørgslen er den sociale form, hvori samfundets samlede fysiologiske eller naturlige behov fremtræder; men denne sociale form har løstrevet sig fra sit naturlige indhold, - den har efterladt de naturlige behov bag sig som afbrændte skibe og i stedet underkastet sig en ny herre, nemlig den tilfældige produktion; måske efterspørges der 5 mill. par sko (nemlig hvis der er produceret 5 mill. par), samtidig med at det absolutte behov for sko måske er på kun 50.000 par. De sociale behov er ganske subsumeret under den tilfældige produktion; de køber kritikløst rub og stub - altså ikke blot de nødvendige produkter - og udgør derfor på ingen måde en modmagt, en nødvendighedens kritik af tilfældigheden. De sociale behov stempler ikke produktionen, men de fysiologiske behov som associative: hvis der er produceret 5.000 par sko er det sociale behov på 5.000 par, hvorfor det resterende fysiologiske behov på 45.000 par er associale.

Identiteten af udbud og efterspørgsel er altså ganske tom, thi den er tilvejebragt ved en abstraktion fra de naturlige behov; den sociale enhed er der kun i kraft af spiltelsen mellem sociale og naturlige behov, mellem samfund og natur. Nok tilfredsstiller alt arbejde et socialt behov, men det er et unaturligt og derfor abstrakt behov, hvorfor harmonien mellem udbud og efterspørgsel kan dække over den mest disproporционаle produktion.

Abstraktionen fra de naturlige behov indebærer en abstraktion fra den nødvendige enhed af produktion og behov, dvs. fra den nødvendige deling af arbejdet; det, der har sat sig igennem i udvekslingen, er i

stedet den *tilfældige* arbejdsdeling, thi det umiddelbare og tilfældigt udgivne privatarbejde er restløst blevet fordelt. Af udvekslingens to opgaver - at fordele arbejdsprodukter og at virkeliggøre den socialt nødvendige deling af arbejdet - har markedsprisen altså kun løst den første.

Når markedsprisen ikke formår at løse den anden opgave, beror det på at den kun indebærer konkurrence *indenfor* en bestemt branche, dvs. mellem brugsværdier af samme kvalitet; derimod er der ingen relation mellem f. ex. sko og brød og dermed mellem skomagerarbejde og bagerarbejde. Som markedspris udtrykker pengene ikke det, de *skal* udtrykke, nemlig en *almen* sammenhæng, - og det gør de ikke, fordi de er begrænset til en bestemt brugsværdi, altså ikke er tilstrækkelig radikale i deres abstraktion fra de naturlige behov.

Den nødvendige almene sammenhæng indbegriber en sammenhæng *mellem* brancherne; denne etableres - som vi vil se i afsnit 6.3. - ved at den tilfældige markedspris bevinger en tilfældig indtjening, som igen giver stødet til en omfordeling af arbejdet mellem brancherne.

Sammenfattende:

Privatarbejdet møder ingen modstand i den enkle cirkulation; det er som at slå i en dyne, - eller måske snarere en springmadras, thi eftersom udvekslingen ikke løser privatarbejdets fundamentale problem (proportional produktion) reflekteres problemet tilbage til sit oprindelsessted, *produktionen*. Hegeliansk udtryk går privatarbejdet tilbage i sin grund.

Vi har set at markedsprisen har to mangler: Den abstraherer fra de naturlige behov og er derfor tom overflade, og den abstraherer ikke *nok* fra disse behov og udtrykker derfor ikke en almen sammenhæng. Disse mangler må imidlertid ikke skygges for, at markedsprisen løser de rene udvekslingsproblemer (alle varer sælges, problemet med de gensidige behov er overvundet) og dermed markerer et afgørende fremskridt i forhold til varen og byttet.

6.3. Den nødvendige pris: Den nødvendige deling af arbejdet

6.3.1. Indledning.

Afsnit 6.2. sluttede med at vi så at privatarbejdets modsigelse koncentreredes i pengene: Dissses funktion er at forene produkt og behov ved at skabe en sammenhængende og nødvendig udveksling; hvilket de imidlertid kun kan ved at abstrahere fra det særlige produkt og

dermed fra det særlige behov. Den sociale formidling er der på bekostning af det, der skal formidles; pengene er kun middel, fordi de abstraherer fra deres (den enkle cirkulations) mål, nemlig de særlige brugsværdier.

- Dette afsnit kommer til at adskille sig fra 6.2. i to henseender:

1) Vi betragter ikke længere den isolerede branche, men ser på *forholdet mellem brancherne*.

2) Vi inddrager nu udvekslingens tilbagevirkning på produktionen; udvekslingen fordeler ikke længere blot passivt det allerede - og tilfældigt - udgivne arbejde; den påvirker aktivt (via markedsprisen) den fremtidige arbejdsdeling; hvilket tillige indebærer, at vi anlægger en *langsigtet* betragtning.

Dermed bliver det muligt for fordelingen af arbejdsprodukterne at opfylde sin mission i den private produktionsmåde, nemlig at virkeliggøre den nødvendige deling af arbejdet. I afsnittet om udvekslingens almene modsigelse så vi helt abstrakt, at dette må ske gennem en udelukkelse af de produkter som der ikke er behov for, og af de behov som der ikke er produkter til; dette fremtræder her i 6.3. i form af en udelukkelse af overflødige producenter fra deres brancher, altså gennem en omfordeling af arbejdet mellem de forskellige arbejdsarter.

6.3.2. Subsistensindtjeningen

Antag at markedsprisen på et par sko er 50 kr., samt at produktiviteten er således at det tager to timer at fremstille et par sko (produktiviteten er defineret som produceret mængde pr. tidsenhed, her pr. time). Idet vi i første omgang ser bort fra produktionsmidlerne, indebærer dette en timeindtjening for skomageren på 25 kr.

Da det er tilfældigt hvor meget der produceres, bliver markedsprisen og dermed *timeindtjeningen tilfældig*: jo flere sko der er fremstillet, desto mere må skomagerne sænke prisen for at få dem solgt, dvs. desto ringere bliver deres indtjening.

Men for at kunne overleve må skomagerens indtjening være så stor, at den sætter ham i stand til at købe livsmidlerne. Dette beløb er f. ex. (ved de givne markedspriser) 240 kr. pr. dag; hvis skomageren arbejder 8 timer om dagen, skal han tjene 30 kr. pr. arbejdstime. Dette er den *nødvendige indtjening* eller *subsistensindtjeningen*; dens størrelse, her 30 kr., er fælles for alle privatarbejdere (dette kvalificeres dog i afsnit 6.3.3.). Begrebet omfatter reproduktionen af såvel privatarbejderen selv som af hans familie; ellers bliver reproduktionen jo ret så kortsigtet.